



OS 4 ERROS QUE ESTÃO MATANDO A SUA MARCA

(E o Que Fazer Para Ativar o Desejo do Seu Público)

Prof Dra Luciana Moura

© 2025, Luciana Moura.

Todos os direitos reservados.

Nenhuma parte deste guia pode ser reproduzida, distribuída ou transmitida de qualquer forma ou por qualquer meio, incluindo fotocópias, gravações ou outros métodos eletrônicos ou mecânicos, sem a permissão prévia por escrito da autora, exceto no caso de breves citações inseridas em resenhas críticas e certos outros usos não comerciais permitidos pela lei de direitos autorais.

Para permissão para reproduzir qualquer parte deste guia, entre em contato para solicitar autorização por escrito.

Você vai descobrir os 4 erros mais
silenciosos (e perigosos) que drenam
o poder da sua marca.
Cada um deles é uma porta. E do
outro lado está o seu próximo nível
de posicionamento emocional.

Prof Dra Luciana Moura



Sua marca não avança?

DESCUBRA OS ERROS QUE ESTÃO BLOQUEANDO SEU DESEJO DE CRESCER E O QUE FAZER PARA ATIVAR O VERDADEIRO POTENCIAL DA SUA MARCA

Olá, como você está?

Seja bem-vindo a este material que pode mudar completamente a forma como você enxerga e comunica a sua marca. Mas antes de irmos adiante, eu quero te fazer algumas perguntas que talvez você nunca tenha feito em voz alta:

Você sente que está fazendo de tudo, mas a sua marca ainda não cresce do jeito que merece?

Tem a sensação de que o seu conteúdo é bom, mas não provoca aquele clique emocional em quem vê?

Já percebeu que algumas marcas parecem hipnotizar as pessoas — enquanto outras simplesmente passam despercebidas?

Se você respondeu sim a alguma dessas perguntas...

Este eBook é pra você.

E eu não tô dizendo isso como uma frase de efeito.

Tô dizendo como quem estuda, vive e ensina branding emocional há 30 anos.

Porque existe uma verdade que quase ninguém fala:

Não é só sobre ter um bom produto.

É sobre como sua marca faz as pessoas se sentirem.

E quando a sua marca não desperta desejo, memória, pertencimento ou emoção, ela vira só mais uma no mercado.

E você não nasceu pra ser só mais uma.

POR QUE ALGUMAS MARCAS TOCAM... E OUTRAS NÃO?

Muitas marcas começam com garra, com um bom serviço, com uma estética bonita.

Mas mesmo assim, continuam invisíveis.

O motivo?

Estão cometendo erros silenciosos.

Erros que minam o desejo do público, esvaziam a mensagem e sabotam a conexão.

E o pior? Às vezes, esses erros são repetidos por anos — sem que ninguém perceba.

É por isso que criei este material.

Aqui, você vai encontrar os **4 erros mais perigosos e recorrentes que impedem sua marca de crescer** — e mais do que isso:

Você vai descobrir como corrigir cada um deles, com base no meu método exclusivo:

 **AME – Ativação de Marcas Emocionais**

Um método validado ao longo de três décadas de experiência em marketing, comunicação e psicologia do consumo.

Marcas que ativam emoções atraem, fidelizam e vendem mais. Sempre.

COMO PREPAREI ESTE EBOOK

Este não é um conteúdo genérico.

É um mapa direto e sem rodeios pra quem quer parar de tentar e começar a despertar desejo real no público.

Você vai entender:

- Quais erros estão drenando a força da sua marca
- Como identificar bloqueios invisíveis na sua comunicação
- Como criar mensagens que provocam desejo
- Como transformar sua essência em expressão e sua expressão em venda

E, o mais importante:

qual o próximo passo pra virar o jogo.

Ao final de cada capítulo, você vai encontrar uma ferramenta, consultoria ou mentoria que pode te ajudar a resolver aquele erro específico.

Porque aqui, conteúdo e ação andam juntos.

Se você quer parar de ser ignorado e começar a ser lembrado, sentido e desejado...

Vem comigo.

Este eBook não é sobre marketing.

É sobre ativar tudo aquilo que sua marca pode ser e ainda não foi.

OS ERROS QUE VOCÊ VAI ENCONTRAR AQUI

Se a sua marca ainda não cresce como você deseja, é provável que algum desses erros esteja escondido — sabotando sua presença, esvaziando sua comunicação e bloqueando o desejo do seu público.

A seguir, você vai descobrir os 4 grandes erros emocionais que impedem uma marca de ativar todo o seu potencial.

Cada um deles será destrinchado com exemplos reais, frases de ativação e dicas práticas.

Aqui estão os erros que você vai explorar:

Erro 1 – Sua marca não tem personalidade

Você tenta se comunicar, mas nem você sente sua marca de verdade.

Ela parece genérica, copiável, parecida com todas. Falta essência, papel simbólico e voz autêntica.

Erro 2 – Sua comunicação não desperta desejo

Você informa, ensina, posta. Mas ninguém age.

O conteúdo é técnico, genérico ou frio. Falta narrativa, intenção emocional e linguagem que toca.

Erro 3 – Sua marca é bonita, mas não tem presença

O visual está ali. Mas falta coerência simbólica.

A estética agrada, mas não representa quem você é. É uma identidade visual sem alma... repele ao invés de atrair.

Erro 4 – Você não sabe vender o que tem nas mãos

Você já tem um saber valioso. Mas não transformou isso em produto, método ou oferta irresistível.

Falta clareza de proposta, estrutura de entrega e coragem de assumir seu valor.

Prepare-se.

Este eBook não foi feito pra te confortar.

Foi feito pra te mostrar o que tá apagando o brilho da sua marca — e como reacender.

“

*Você não vai
gostar de
reconhecer o que
está prestes a ler.
Mas vai agradecer
por ter visto a
tempo.*



ERRO 1:

*Sua marca
não tem
Personalidade*

*Hora de um **papo** honesto*

Vamos conversar sobre uma coisa que talvez você nunca tenha parado pra pensar de verdade.

Você já reparou que existem marcas que falam o tempo inteiro... mas ninguém ouve?

Que postam, explicam, tentam se destacar... mas continuam sendo tratadas como “mais uma”?

Talvez você já tenha sentido isso.

Aquela sensação de estar presente, de estar tentando — e mesmo assim, de ser invisível.

E o mais perigoso é que, nesse cenário, a culpa parece ser sua.

Como se o seu conteúdo não fosse bom o suficiente.

Como se o problema estivesse no algoritmo, na frequência, na estética...

Mas deixa eu te contar uma coisa que muda tudo:

Não é sobre frequência.

É sobre presença.

A sua marca pode aparecer todos os dias — e ainda assim não deixar rastro emocional nenhum.

Sabe por quê? **Porque falta personalidade.**

Uma marca sem personalidade é como uma vitrine bonita, mas sem história. Você até olha, mas não entra.

Não sente nada.

Não lembra depois.

E o pior: não escolhe.

A gente vive num mundo onde as marcas estão gritando o tempo inteiro.

Mas quem grita mais alto nem sempre é quem é mais ouvido.

Quem é ouvido... é quem toca.

É quem tem voz própria.

É quem sabe o que veio provocar.

E é aí que a personalidade entra.

A personalidade é o que faz a sua marca ser sentida — mesmo antes de ser compreendida.

É ela que transforma um post comum em frase inesquecível.

Que faz o cliente pensar:

“Não sei por quê, mas essa marca tem algo que eu gosto. Que parece comigo.”

Isso é branding emocional.

Isso é ativação.

Agora pensa comigo:

Você já viu alguém dizendo “*roupas femininas com estilo e conforto*”?

Claro que já. Mil vezes.

E você lembra de alguma marca que disse isso?

Provavelmente não.

Porque isso não é identidade.

É só ruído disfarçado de descrição.

Agora imagina uma marca que diz:

“Roupas que dizem o que você ainda não teve coragem de falar.”

Percebe o impacto?

É assim que nasce o desejo.

Não é pela funcionalidade.

É pela personalidade.

A marca que tem identidade não precisa forçar conexão.

Ela ativa conexão.

Ela tem cheiro, tem textura, tem ritmo próprio.

E você sente isso logo na primeira frase.

Na escolha das palavras.

No tipo de imagem que usa.

No que ela não diz também.

Se a sua marca está tentando agradar todo mundo, se ela fala como todo mundo, se ela segue o fluxo sem criar o próprio...

Ela vai ser percebida como qualquer uma.

E marca percebida como qualquer uma...

é tratada como qualquer uma.

“Marcas que não despertam sentimento, não despertam escolha.”

Essa é uma das frases que eu mais repito nas minhas mentorias.

Porque é exatamente assim que o cérebro funciona.

A gente não escolhe o mais informativo.

A gente escolhe o mais memorável.

E só é memorável aquilo que faz a gente sentir.

Se a sua marca não tem personalidade, o seu conteúdo vai depender sempre de fórmulas.

Vai viver de sorte.

De viral.

De gimmick.

Agora...

Quando a sua marca tem personalidade ativada, ela vira uma presença constante na cabeça e no coração do público.

E presença verdadeira...

vende até no silêncio.

E aí você pode me perguntar:

“Mas como eu descubro a personalidade da minha marca, Lu?”

Porque eu sei...

Quando a gente tenta inventar tudo do zero, dá medo.

Medo de errar o tom.

De parecer forçado.

De não saber por onde começar.

É por isso que eu não acredito em personalidade inventada.

Eu acredito em personalidade ativada.

E pra ativar essa personalidade de forma profunda, consistente e irresistível...

Existe um caminho que eu ensino há anos:

o caminho dos arquétipos.

Os arquétipos são padrões emocionais universais.

Modelos simbólicos que estão no nosso inconsciente coletivo — desde sempre.

Sabe aquela marca que te faz sentir confiança só de olhar?
Ou aquela que te passa segurança, acolhimento, ousadia, liberdade?
Nada disso é por acaso.
É arquétipo em ação.

Quando você ativa o arquétipo certo na sua marca, tudo começa a ganhar forma.

A **linguagem** muda.

O tipo de **imagem** muda.

O ritmo da **comunicação** muda.

A **presença** muda.

Você para de copiar.

E começa a encarnar.

A viver um papel simbólico com coerência, com emoção e com intenção.

O arquétipo é a espinha dorsal da sua personalidade de marca.

Sem ele, você pode até ter um bom produto, uma estética bonita...

Mas vai ser só mais uma marca sem alma.

Com ele, você passa a ocupar um lugar emocional na vida do seu público.

E quem ocupa lugar emocional... ocupa preferência.

Se você sente que a sua marca está sem força, sem diferencial, sem magnetismo...

É provável que você esteja tentando comunicar sem saber quem sua marca é de verdade.

E quem não sabe quem é, fala qualquer coisa.

E quem fala qualquer coisa, não é ouvido.

Descobrir o arquétipo da sua marca não é um exercício estético.

É um exercício estratégico.

É colocar em palavras, imagens, sensações e escolhas aquilo que a sua marca veio representar no mundo.

E isso muda tudo.

Porque a partir daí...

Você não vai mais ficar testando formatos no escuro.

Você vai saber o que ativa.

O que toca.

O que provoca desejo.

E desejo é o que move o mercado.

COMO POSSO AJUDAR VOCÊ

Você não precisa mais tentar adivinhar quem sua marca é. Nem passar meses testando estilos, formatos ou frases soltas.

Existe um caminho mais profundo — e muito mais certo. **É o caminho da Mentoria MINA.**

Uma jornada em que eu te ajudo, pessoalmente, a descobrir o arquétipo ideal da sua marca, e ativar uma personalidade que não só se destaca, mas toca, envolve e vende com verdade.

Nada de fórmulas prontas. Nada de personagens inventados. **Na MINA, a gente cava fundo até encontrar o ouro da sua marca.**





ERRO 2:

*Comunicação
que não
desperta desejo*

Tem algo muito frustrante que eu vejo acontecer o tempo todo.

A marca aparece.
Posta com frequência.
Entrega conteúdo “de valor”.
Faz tudo o que dizem que tem que fazer.

Mas ninguém sente.
Ninguém salva.
Ninguém compartilha.

O problema não é que o conteúdo está errado.
O problema é que ele não provoca nada.

Ele é limpo. É técnico. **Mas não tem desejo.**

Você já reparou como algumas marcas conseguem te prender com uma frase?

Não é porque falam muito.
É porque falam com intenção emocional.

Enquanto isso, outras marcas despejam uma lista de benefícios — e tudo que você sente é... cansaço.

Elas informam, mas não ativam.

Informação é o mínimo.
O que ativa desejo é narrativa com alma.

É quando você para de querer explicar tudo — e começa a provocar imagens, sensações, identificação.

E não, isso não tem nada a ver com ser exagerado.

Tem a ver com saber o que tocar.

A maioria das marcas tenta ser neutra.

Tenta ser didática.

Tenta ser... segura.

Mas sabe o que acontece quando você tenta falar com todo mundo?

Você não toca ninguém.

Sua comunicação fica genérica.

Educada demais.

Polida demais.

Irrelevante.

É como ouvir uma palestra em que o palestrante só repete o que todo mundo já sabe.

Você escuta... mas não leva com você.

Agora...

Quando você ouve algo que te atravessa, te incomoda, te dá uma imagem mental?

Você guarda.

Você compartilha.

Você volta.

Esse é o poder de uma comunicação com desejo.

E tem mais.

Muita gente, na tentativa de “ensinar”, acaba matando o desejo logo na primeira frase.

Porque entrega tudo de forma tão direta, tão informativa, tão linear... que não dá espaço pra emoção respirar.

E o desejo precisa de espaço.

De imaginação.

De silêncio.

De tensão.

De metáfora.

De ritmo.

Se o seu conteúdo só informa, ele termina quando a frase acaba. Mas se ele provoca desejo... ele continua ecoando na cabeça de quem leu.

E não dá pra falar disso sem falar de história.

Marcas que não contam história viram catálogo. Lista de serviços. Linha do tempo vazia.

Mas a mente humana é construída por narrativas.

A gente precisa de enredo pra lembrar.
Precisa de conflito, de virada, de personagem.

Quando você coloca sua marca como narradora de algo que importa, ela para de ser esquecível — e começa a ser seguida.

Vamos ver isso na prática?

Uma psicóloga posta: “Agende sua sessão. Atendimento acolhedor e personalizado.”

Agora sente essa: “Você não precisa dar conta de tudo sozinho. Sua força também mora no espaço que você cria pra se escutar.”

Um arquiteto posta: “Projetos modernos, funcionais e sob medida.”

Agora muda pra: “Cada parede tem uma história. Eu te ajudo a construir a sua.”

Uma marca de doces posta: “Brownie artesanal com chocolate belga.”

E se dissesse: “A sobremesa que você daria pra sua versão criança depois de um dia difícil.”

Percebe a diferença?

É o mesmo serviço.

Mas contado com intenção emocional.

É aí que o desejo nasce.

Se ninguém deseja o que você comunica, talvez o problema não esteja no conteúdo.

Mas em como você está escolhendo contar sua história.

COMO COMEÇAR A MUDAR ISSO?

Escolha um ponto de vista.

Fale com alguém específico, como se você estivesse conversando com um amigo que precisa ouvir aquilo.

Construa imagens, não listas.

Em vez de listar três benefícios, mostre uma cena.

Faça a pessoa se ver dentro daquilo.

Diminua o ritmo.

Desejo nasce no silêncio entre as frases.

Não tente explicar tudo. Permita que o outro sinta.

Traga o coração pra escrita.

Se o texto não te emociona nem um pouco... ele não vai emocionar ninguém.

Marcas que informam são úteis.

Marcas que emocionam são insubstituíveis.

Se sua comunicação não está provocando vontade de salvar, compartilhar ou agir...

Você não precisa aprender a escrever melhor.

Você precisa sentir melhor o que está comunicando.

COMO POSSO AJUDAR VOCÊ

Se você sente que a sua comunicação está fria, dispersa ou sem intenção emocional, **não adianta continuar tentando formatos aleatórios ou fórmulas que não têm a ver com você.**

Você precisa de direção. De alguém que olhe pra sua marca com profundidade e te guie com clareza.

E é exatamente isso que eu faço nos meus programas de **acompanhamento**. Você pode viver isso de 3 formas:

Terapia de Marca: Sessões de semanais ou quinzenais de orientação permanente.

Consultoria Express: Mergulho em um tema específico, com resolução em 1 mês.

Branding Day: um dia intensivo de imersão presencial, para alinhar o que você ou sua marca mais estiver precisando.





ERRO 3:

*Bonitinha,
mas não tem
presença*

Tem marca que parece impecável.

Layout bem feito.
Cores harmônicas.
Fontes elegantes.
Feed que parece até de revista.

Mas mesmo assim... ela não toca.

Você olha, admira.
Mas não sente nada.

**E o que não provoca sentimento...
não provoca memória.**

Esse é o erro mais silencioso e, talvez, o mais cruel:
Achar que “estar bonito” é o mesmo que “estar marcante”.

E não é.

Porque o que cria presença não é o design.
É a intenção simbólica por trás dele.

É a coerência entre o que você é por dentro e o que você mostra por fora.

Quando a identidade visual está desconectada da essência da marca, o público pode até achar bonito...

Mas não entende.

Não confia.

Não se envolve.

O belo, quando vazio, repele.

Esse é um erro mais comum do que parece.

Marcas que investem tempo, energia e até dinheiro na estética...

Mas esquecem que presença não vem da beleza.

Presença vem da verdade.

Quando a estética é só estética — sem coerência simbólica, sem alma, sem intenção emocional — ela vira casca.

E casca bonita também cansa.

Principalmente se estiver vazia por dentro.

Pensa num advogado com identidade visual cheia de curvas suaves, tipografia script, tons pastéis.

Quando você entra no perfil dele, espera acolhimento.

Mas encontra posts ríspidos, linguagem técnica e ausência de rosto.

Pensa numa empresa de materiais de construção usando identidade preta, vermelha e prateada, com fontes industriais...

Mas que tem como diferencial justamente o atendimento humanizado, o cuidado com as pequenas reformas, a conversa no balcão.

Pensa numa marca de cosméticos artesanais feita por uma mulher que cultiva suas próprias ervas, ama a terra, fala de ancestralidade...

Mas que usa um branding ultra minimalista, em branco e cinza, com linguagem em inglês.

Essas marcas estão lindas.

Mas estão desconectadas da alma.

Beleza sem intenção é só ruído disfarçado.

O público pode não saber explicar. Mas ele sente.

E quando a percepção não combina com a essência, a conexão quebra.

Você pode até atrair olhares...

mas não ativa permanência.

E sem permanência, não há presença.

Sem presença, não há desejo.

Presença não se constrói com padrão estético.

Se constrói com identidade ativada.

É quando a estética carrega verdade.

Quando a escolha de cada elemento visual sustenta o que a marca promete.

A paleta comunica.

A textura toca.

A forma revela.

A composição simboliza.

E tudo isso tem que conversar com o arquétipo da marca.

Uma marca de arquétipo Mago não pode se expressar como uma marca do tipo Herói.

Uma marca Amante não pode ter uma identidade visual sem calor, sem sensualidade, sem desejo.

Uma marca Cuidadora não pode parecer distante, fria ou sofisticada demais.

A estética não deve agradar. Deve encarnar.

Ela deve expressar quem a marca é, **antes mesmo de uma palavra ser dita.**

Se a sua marca está bonita, mas você sente que algo não encaixa...

Não adianta mudar a cor.

Nem trocar a tipografia.

Muito menos copiar o que outra marca fez.

Você precisa descobrir o que a sua marca quer dizer — e ainda não está dizendo.

POR ONDE COMEÇAR

Se você suspeita que a sua estética não está comunicando tudo o que a sua marca representa...

Aqui vão alguns caminhos para começar a resgatar coerência e presença:

Volte ao seu arquétipo.

Antes de qualquer decisão visual, pergunte:

“Essa escolha representa a emoção que eu quero ativar?”

Não é sobre gosto pessoal — é sobre expressar a alma da marca.

Repare no contraste entre o que você diz e o que mostra.

Se você fala de acolhimento, mas seu visual é só preto e branco...

Se você fala de criatividade, mas usa sempre a mesma fórmula...

Tem um ruído aí.

Revise a paleta de cores e as formas com intenção.

Cada cor carrega um impacto emocional.

Cada traço ativa uma sensação.

Voltar ao básico pode revelar muita coisa.

Troque “bonito” por “verdadeiro”.

Você não precisa da estética mais atual.

Você precisa de uma presença visual que faça o público dizer: “Essa marca parece alguém que eu quero seguir.”

Busque referências fora do óbvio.

Se todo mundo no seu nicho usa o mesmo estilo, a mesma fonte, a mesma linguagem...

Aproveite isso como chance de criar presença através da diferença.

Coerência estética é quando a alma da marca consegue ser sentida com os olhos.

Se você conseguir isso, você ativa desejo antes mesmo de qualquer palavra ser dita.

COMO POSSO AJUDAR VOCÊ

Se a sua marca precisa de presença, verdade e sofisticação emocional,

o Programa Singular é o caminho.

Um processo 100% personalizado, feito por mim, onde eu ativo os três pilares da metodologia AME:

Personalidade Emocional

com arquétipo e posicionamento

Expressão Emocional

com identidade sensorial, verbal, experiência da marca

Conversão Emocional

com estratégia de vendas, produtos e presença digital

Você recebe tudo pronto: com profundidade, beleza e direção. É sua marca estruturada com inteligência.





ERRO 4:

*Você não sabe
vender o que
tem em mãos*

Você tem algo valioso em mãos...

Um saber, um método, uma experiência, uma entrega real.

Talvez você já tenha clientes.

Já tenha resultados.

Já tenha depoimentos, reconhecimento... até uma audiência.

Mas, ainda assim,

sente que não está conseguindo transformar tudo isso em um produto claro, vendável e desejado.

Você se esforça, entrega, compartilha.

Mas quando chega a hora de vender, trava.

E não porque falta capacidade.

Mas porque falta estrutura. Clareza. Proposta. Coragem.

É aqui que muita gente se perde.

Tem conteúdo, tem presença, tem até autoridade.

Mas não tem um produto com forma, valor percebido e posicionamento estratégico.

E o que não tem forma... não é comprado.

O cliente não adivinha o que você entrega.

A marca posta. Mas não oferece.

Fala. Mas não convida.

Ou então, oferece...

mas sem clareza.

Sem embalar direito.

Sem dar nome, formato, entrega, transformação.

O público sente que “tem algo ali” — mas não sabe o quê.

**E quando o cliente precisa adivinhar...
ele não compra.**

Tem gente que acha que vender é ser agressivo.
Que fazer oferta é se tornar mercenário.
Que cobrar bem é se distanciar do propósito.

Mas vender com verdade é um ato de generosidade.

É permitir que o outro acesse sua potência.
É transformar saber em solução.
É dar ao seu trabalho o valor que ele merece ter.

E o pior erro não é cobrar barato.
É não saber o que, exatamente, você está oferecendo.

Você pode ter um saber profundo,
mas sem um formato que sustente.

Pode ter uma experiência única,
mas sem um método que organize.

Pode ter uma entrega maravilhosa
mas sem um caminho que conduza.

E aí o que acontece?

Você trabalha demais.
Fatura de menos.
E começa a duvidar do que faz.

Você não precisa de mais ideias. **Você precisa de um produto com estrutura emocional e estratégia comercial.**

Algo que tenha forma, nome, promessa, processo e valor percebido.

Você não precisa criar algo do zero.

Na maioria das vezes, o seu produto já existe em forma de vivência.

Está na maneira como você conduz uma sessão, como atende, como explica, como envolve.

O que falta não é conteúdo.

É organização simbólica.

Tem professores que vivem lotando a agenda de aulas particulares — mas nunca criaram um curso próprio que amplie sua autoridade.

Tem terapeutas que conduzem processos profundos — mas nunca formalizaram um método que permita escalar ou ensinar.

Tem profissionais que sabem muito — mas entregam seu saber em partes, disperso, sem estrutura que sustente e valorize.

Saber muito não é suficiente.

O mercado não compra o que você sabe.

Ele compra o que você consegue transformar.

Se você já tem algo poderoso nas mãos, mas ainda não conseguiu transformar isso em um produto que vende com clareza e constância...

Talvez o que falte não seja conteúdo.

É conversão emocional.

POR ONDE COMEÇAR

Se você sente que está vendendo menos do que poderia, aqui vão alguns passos que podem te dar clareza:

Dê nome ao que você oferece.

Nomear é o primeiro passo para tornar um produto tangível. Pessoas compram o que conseguem visualizar.

Descreva a transformação, não só o conteúdo.

O cliente não quer saber quantas sessões, quantos vídeos ou módulos.

Ele quer saber como vai se sentir depois de passar por aquilo.

Encontre seu formato ideal.

Talvez não seja curso. Nem mentoria. Nem consultoria.

Pode ser um ciclo, um ritual, um encontro, um processo híbrido.

O formato precisa servir ao conteúdo — e ao seu jeito de entregar.

Teste a entrega antes de formalizar.

Muitas vezes o produto nasce atendendo. O método nasce ouvindo.

Comece pequeno. Observe. Refine. A estrutura vai emergir da prática.

Organize o que você já sabe.

Tudo que parece “intuição” provavelmente é um método em construção.

Anote, desenhe, documente.

Seu saber precisa de um corpo.

E esse corpo pode — e deve — se desdobrar.

Você não precisa de um produto perfeito.

Você precisa de um ecossistema emocional coerente.

Algo que permita que seu cliente te conheça aos poucos, se encante com profundidade e deseje avançar com você.

Isso pode incluir:

Um produto de entrada

(leve, acessível, provocador)

Um produto de experiência

(mais profundo, com acompanhamento)

Um produto premium

(transformador, com presença sua)

Produtos não servem apenas para vender.

Eles organizam o seu saber e sustentam a expansão da sua marca.

COMO POSSO AJUDAR VOCÊ

Se você já tem um saber valioso, mas ainda não conseguiu transformar isso em um produto com estrutura, clareza e desejo...

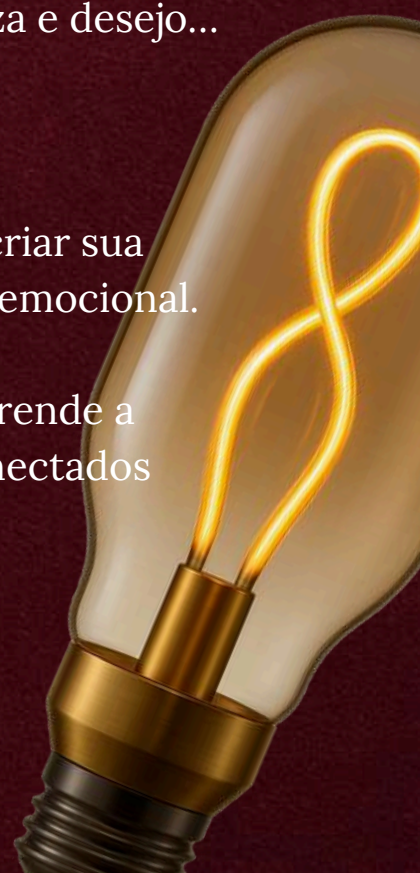
Eu posso te ajudar.

No WORKSHOP “Professor Rico”, eu te mostro como criar sua primeira oferta com posicionamento, proposta e funil emocional.

E na MENTORIA EM GRUPO “Professor CEO”, você aprende a construir uma metodologia própria, com produtos conectados por um ecossistema estratégico e afetivo.

Você não precisa vender com truques.

Precisa vender com forma, verdade e intenção.



**Você acabou de acessar
uma verdade profunda
sobre a sua marca.**

Agora é sua vez de ativar
tudo o que ela pode ser.

E o primeiro passo...
é não voltar pro automático.

Escolha um erro.

Vire o jogo.

E comece a ser sentido.

Eu vou GUIAR VOCÊ.

**CLIQUE AQUI PARA FALAR SOBRE OS
PROGRAMAS OU ACESSE
WWW.LUCIANAMOURA.COM**

Prof Dra Luciana Moura



A woman with dark, wavy hair and red lipstick is looking upwards and to the right. She is wearing a white collared shirt under a purple and white geometric patterned vest. She is holding a stack of books in her left arm. The books have various covers, including one with a blue and green logo and the text 'DINAMIA' and 'CENTRO DE INVESTIGACAO E DESENVOLVIMENTO'. She is also wearing a blue watch on her left wrist and a large, ornate earring. The background is a solid dark blue.

**QUEM CRIOU
ESTE GUIA?**

LUCIANA MOURA
Criadora do Método AME
(Ativação de Marcas Emocionais)

Ativo marcas para que sejam memoráveis, irresistíveis e altamente lucrativas.

Experiência Profissional

- ✓ 30 anos de atuação em marketing, comunicação e publicidade
- ✓ Publicitária e especialista em marketing desde 1995
- ✓ Mentora de Marcas Emocionais, Consultora e Palestrante
- ✓ Especialista em Psicologia do Marketing, com Mestrado, Doutorado e Pós-Doutorado

Contribuições Acadêmicas

- ✓ Professora de marketing desde 2004, com mais de 3 mil alunos
- ✓ Pesquisadora e Cientista do Marketing e da Comunicação
- ✓ Autora de dezenas de pesquisas publicadas em congressos, revistas e livros no Brasil e no exterior

Segmentos Atendidos

- ✓ Pequenas, médias e grandes corporações
- ✓ Primeiro, segundo e terceiro setor
- ✓ Marcas pessoais e corporativas

Experiência Internacional

- ✓ Três anos vivendo na Europa, ampliando expertise global
- ✓ Especialista em Branding Emocional e Ativação de Marcas, criando identidades que vendem até 7x mais

Luciana Moura, PhD



A identidade
que **marca**,
a conexão que
transforma
para sempre



Ln

LUCIANA
MOURA