

# LiaHub · Arena LIA

## Plano Estratégico Completo de Campanha

Pré-evento · Evento · Pós-evento · Motor de Venda da Assinatura LiaHub

<b>17 jul 2026</b>	<b>300 pessoas</b>	<b>R\$899</b>	<b>30 dias</b>
Evento presencial	Plenária · SP	Ingresso lote final	Campanha de venda

Confidencial · LiaHub Enterprise · Junho 2026

# Visão geral e estratégia

O Arena LIA é muito mais do que um evento de formação. É o centro de produção de conteúdo, a prova pública do método LIA em escala, e o maior ativo de marketing do lançamento da plataforma LiaHub como produto de assinatura B2B.

Tudo que acontece no Arena LIA — antes, durante e depois — é combustível para a venda contínua da assinatura. O modelo de referência é o lançamento de plataformas como o Viver de IA: conteúdo denso, autenticidade radical, prova social em escala e um CTA que cresce com o tempo.

## O que o evento entrega

- 300 profissionais formados e certificados
- Conteúdo gravado 100% para plataforma digital
- Presença de imprensa especializada
- Cobertura de influencers ao vivo
- Reveal público da sociedade João Apollinário + LiaHub
- Demo ao vivo da plataforma LiaHub Enterprise

## O que fica depois do evento

- Série de vídeos para alimentar funil de venda
- Press coverage para autoridade de marca
- Depoimentos reais de 300 participantes
- Conteúdo de social para 3–6 meses
- Base qualificada para oferta de assinatura
- Prova social para campanha de venda recorrente

# PARTE 1 — Pré-evento

Campanha de venda de ingressos · 17 jun a 16 jul

## Estratégia de lotes

Total do evento: 300 lugares. 265 ingressos para venda. 35 lugares reservados para imprensa, convidados especiais e palestrantes.

Categoria	Lugares	Destinação
Polo Position	30	Lote early bird VIP
Grid de Largada	60	Público geral — fase 1
Warm Up	80	Público geral — fase 2
Bandeira Quadriculada	65	Last call
Paddock Club VIP	30	Ingresso premium exclusivo
<b>TOTAL VENDA</b>	<b>265</b>	
Imprensa credenciada	10	Jornalistas e veículos de mídia
Convidados especiais	15	Jornada Top, parceiros e speakers convidados
Palestrantes e equipe	10	Marin, Fernando, João + time de produção
<b>TOTAL RESERVADO</b>	<b>35</b>	<b>Não comercializado</b>
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>300</b>	<b>Capacidade total da plenária</b>

## Estrutura de lotes

A campanha de venda abre em 17 de junho — mesmo dia do reveal do João. Os 4 lotes criam ciclos naturais de urgência com escada de preços crescente. Âncora R\$999 na landing page — Pole Position a R\$499 é percebido como 50% de desconto, gerando compra imediata.

Lote	Preço	Vagas	Período	Estratégia
------	-------	-------	---------	------------

Lote 1 — Pole Position	<b>R\$499</b>	30 vagas	17–19 jun	VIP recebe 1h antes · só 30 vagas · quem chega primeiro, larga na frente · comunicar esgotamento como prova social
Lote 2 — Grid de Largada	<b>R\$599</b>	60 vagas	20 jun–27 jun	Todos entram na pista — abre imediatamente após Pole Position esgotar
Lote 3 — Warm Up	<b>R\$699</b>	80 vagas	28 jun–10 jul	Ainda dá tempo — comunicar vagas restantes abertamente · oferta corporativa 5+ ingressos
Lote VIP — Paddock Club	<b>R\$1.200</b>	30 vagas	Abre 17 jun	Âncora R\$1.699 · Tour escritório Grupo Apollinário · Roundtable 30min exclusivo com João · grupo pré-selecionado · ingresso mais exclusivo do evento
Lote 4 — Bandeira Quadriculada	<b>R\$899</b>	65 vagas	11–16 jul	O ingresso mais disputado · countdown diário · vídeo pessoal do João · última chance de estar no grid

## Pré-lançamento — suspense e produção (12–16 jun)

Sem venda ainda — a campanha de ingressos abre só no dia 17 jun com o reveal do João. Este período é exclusivamente de produção de conteúdo, gravação dos episódios e construção de suspense nas redes.

### Posts do João — roteiro de suspense (no tom dele)

- 09–11 jun: 'Gente, estou vendo coisas aqui na minha empresa com IA que estão me surpreendendo demais. Está transformando muita coisa. Vou contar tudo em breve.'
- 12–13 jun: 'Tem coisas que estou resolvendo aqui com IA que todo empresário brasileiro precisa conhecer urgente. Vou contar com detalhes. Dia 17 — prepara-se.'
- 14–15 jun: 'Pessoal, amanhã às 11h vou mostrar o que está acontecendo aqui na minha empresa. Vou resolver ao vivo. Fiquem ligados.'
- 16 jun: 'Gente, amanhã às 11h. Quem me conhece sabe — vou mostrar coisas impressionantes aqui pra vocês. Presta atenção.'

## Posts LIA — construção de contexto

- Reels: 'A pergunta que um empresário fez num café mudou tudo — dia 17 a gente conta'
- Countdown stories: 15, 10, 7, 5, 3, 2, 1 dia — sem dizer o quê, só a data
- LinkedIn: artigo 'A Airfryer com IA foi o começo. O que vem depois é maior.'
- Lista VIP WhatsApp: 'Dia 17 tem algo grande — entre na lista para saber 1h antes'
- Instagram: imagem do auditório vazio, cadeiras, microfone — 'Algo está vindo'

**Mídia paga fase 0: Meta Ads campanha de engajamento para crescer base. Budget R\$1.200 total (R\$80/dia). Sem link de compra — só audiência.**

## Fase 1 — Dia do Reveal + Abertura de Vendas (17 jun)

O maior dia de conteúdo antes do evento. Tudo acontece às 11h em sincronia: João, LIA, influencers e imprensa no mesmo momento.

## Checklist do dia 17 de junho

- 10h — Lista VIP recebe link do Pole Position R\$499 (30 vagas)
- 11h — Vídeo principal do João vai ao ar: 'Por que me tornei sócio da LiaHub'
- 11h — Reels simultâneos: LIA + João + influencers no mesmo horário
- 11h — Press release liberado para imprensa: Exame, Valor, Startups, Folha Mercado
- 11h — Link de compra abre — Pole Position R\$499, 30 vagas, para o público geral
- 11h — Meta Ads + Google Ads + LinkedIn Ads ativos simultaneamente
- Durante o dia — stories com contador de ingressos vendidos em tempo real
- Ao esgotar Pole Position — post: 'Pole Position esgotado em X horas. Grid de Largada aberto agora.'

## Série de conteúdo orgânico — João no escritório Grupo Apollinário (Polishop · Decor · LIA)

Antes da abertura de vendas (12–16 jun), João grava 6 episódios no próprio escritório do Grupo Apollinário — onde ficam Polishop, Decor Colors e a LIA. Não é uma visita de divulgação. É o próprio dono mostrando a IA rodando nas empresas dele, em tempo real, nos setores que ele mesmo comanda. A prova social é irrefutável: cada episódio acontece dentro de uma operação

real que João conhece profundamente — e o público sabe disso.

---

## EPISÓDIO 01 · PRODUTOS E COMERCIAL

### 'Inovando em produto com IA — o que a Airfryer ensina sobre o futuro'

*João apresenta a linha iChef — a primeira Airfryer com IA do Brasil. Via QR Code você conversa com o produto, manda foto, manda áudio, e ele sugere receitas personalizadas. Como ter um chef de cozinha em casa. Ao vivo, no escritório do Grupo Apollinário.*

#### Problema mostrado

Airfryer todo mundo tem. Panela elétrica todo mundo tem. Forno elétrico todo mundo vende. É commodity puro. Como você agrega valor real num produto que qualquer concorrente vende por menos? **O que a LIA resolve**

IA embarcada no produto que gera benefício concreto pro cliente — não tecnologia por tecnologia. A iChef conversa com você, entende o que você tem na geladeira, sugere a receita ideal. O produto commodity vira diferencial competitivo real.

#### CTA do vídeo:

*"Se você quer saber como montar isso na sua empresa, dia 17 de junho abre o Arena LIA — eu vou estar lá."*

Formatos: Reels 60s (IG + João) · YouTube 5–8min · TikTok 30s · LinkedIn carrossel

---

## EPISÓDIO 02 · OPERAÇÕES E PROCESSOS

### 'O que acontece quando você automatiza o que ninguém quer fazer'

*João percorre marketplace, e-commerce e comercial da Polishop mostrando processos invisíveis que ninguém vê individualmente — mas que somados consomem horas enormes do time todo mês.*

#### Problema mostrado

Pequenos processos escondidos que ninguém questiona porque sempre foi assim. Individualmente parecem irrelevantes. Somados, devoram horas de pessoas que deveriam estar em atividades estratégicas. **O que a LIA resolve**

Cases reais ao vivo: painéis de gestão antes feitos em Power BI/Python agora gerados com IA em segundos · etiquetas de marketplace automatizadas · catálogos que eram manuais · análise de ruptura de produto no e-commerce. João calcula o tempo economizado por mês em cada um.

#### CTA do vídeo:

*"Isso não é o futuro. Está acontecendo agora. No Arena LIA você aprende a mapear esses processos na sua empresa."*

Formatos: Reels 60s · YouTube 5–8min · LinkedIn artigo

## 'Do vídeo ao processo: como a IA tomou conta de tudo no marketing da Polishop'

*João percorre o time de marketing da Polishop mostrando que a IA não entrou por uma porta — entrou por todas ao mesmo tempo. Um potpourri de aplicações reais, cada uma mais surpreendente que a anterior.*

### Problema mostrado

Time de marketing sobrecarregado em todas as frentes — produção de conteúdo, gestão de campanhas, controle de afiliados — e plataformas externas caras resolvendo cada problema de forma isolada. **O que a LIA resolve**

Cases reais: substituição de cenas em vídeo com IA · IA otimizando campanhas de mídia com insights automáticos · sistema de afiliados inteiro substituído por solução construída com LIA dentro do time · criação e gestão de conteúdo automatizadas.

### CTA do vídeo:

*"Não é magia. É método. Você aprende a montar isso no Arena LIA — o link está na bio."*

Formatos: Reels 90s (IG + João) · YouTube 8min · TikTok série 2 partes

## 'NR-1, DRIVE e IA: como o RH da Polishop resolveu o que o mercado ainda está correndo atrás'

*João visita o RH do Grupo Apollinário — que precisa integrar colaboradores em múltiplas empresas — e vê um agente conduzindo o onboarding completo. Reação genuína de quem está vendo a própria empresa se transformar.*

### Problema mostrado

NR-1 atualizada: obrigação legal de mapear fatores de risco psicossocial em toda a empresa — estresse, sobrecarga, assédio — com documentação completa. Prazo curto, processo complexo, maioria das empresas despreparada. **O que a LIA resolve**

LIA resolveu toda a pesquisa, aplicação de questionários e conformidade da NR-1 — implementado antes do prazo enquanto o mercado ainda corria. Mais: metodologia DRIVE mapeou a aptidão de cada colaborador para uso de IA, permitindo treinamentos direcionados por perfil.

### CTA do vídeo:

*"Enquanto o mercado pediu prorrogação da NR-1, a Polishop já estava em conformidade — usando LIA. No Arena LIA você aprende como fazer o mesmo. Dia 17 de julho."*

Formatos: Reels 60s · LinkedIn foco · YouTube 6min

---

## EPISÓDIO 05 · INOVAÇÃO E IA APLICADA

### 'João AI — e se 40 anos de experiência de um grande empreendedor coubessem dentro de uma IA?'

João apresenta o João AI — a versão de IA dele em voz, treinada com 40 anos de conhecimento como empreendedor, toda a história dos negócios, todos os produtos e dados do Grupo. Um cérebro digital que pensa como ele.

#### Problema mostrado

O conhecimento de um empreendedor experiente é um ativo imenso — mas ele não consegue estar em todos os lugares ao mesmo tempo. Como escalar o conhecimento humano sem perder a essência?

#### O que a LIA resolve

João AI treina funcionários, auxilia vendedores de loja e remotos, conversa com clientes em painéis físicos nas lojas. E ainda está disponível via LIA como mentoria — qualquer empresa pode assinar e ter o João ajudando no dia a dia com 40 anos de experiência.

#### CTA do vídeo:

*"O João escalou 40 anos de experiência para dentro de uma IA. No Arena LIA você aprende como fazer o mesmo com o conhecimento da sua empresa. Dia 17 de julho."*

Formatos: Reels 90s · YouTube 10min · LinkedIn alto engajamento

---

## EPISÓDIO 06 · TECNOLOGIA E PLATAFORMA

### 'Como a LiaHub virou o motor de uma empresa de IA com 20.000 usuários'

João apresenta Thiago Augusto, Prof. Luciano e Antonio Walter — os três fundadores da Jornada Top e criadores do Otimizz.ai. A pergunta: como você constrói uma plataforma de IA para o consumidor final sem infraestrutura enterprise por baixo?

#### Problema mostrado

Construir uma plataforma de IA escalável, segura e com boa experiência para o usuário final é complexo e caro se você partir do zero. A maioria das empresas trava aqui. **O que a LIA resolve**

Otimizz.ai foi construído com LiaHub como motor central — não como ferramenta auxiliar. Resultado: 20.000+ usuários ativos, entregue em tempo recorde. Os três fundadores da Jornada Top falam ao vivo. Distribuição: 12M+ seguidores nos canais deles.

#### CTA do vídeo:

*"A LiaHub não é só para usar IA na sua empresa. É para construir com IA. O Otimizz.ai é a prova. Arena LIA, dia 17 de julho."*

Formatos: Reels IG + João + Jornada Top simultâneos · YouTube âncora · LinkedIn

## 'Por que eu me tornei sócio da LiaHub'

O episódio âncora. João, sentado no escritório onde nasceu a Polishop, conta a história completa: da Airfryer com IA que foi o primeiro produto do Brasil com IA embarcada, passando pelo diagnóstico de que a IA estava sendo usada sem método dentro da empresa, até a decisão de estruturar com o Método LIA e, depois, se tornar sócio da LiaHub. Publicado no dia 17 jun com a abertura das vendas.

### Problema mostrado

João, no próprio escritório onde comanda o Grupo, conta a história completa: a descoberta de que a IA entrava pela porta da frente (Airfryer com IA) mas a casa por dentro estava sem método. A busca pela solução. O encontro com o Método LIA. E a decisão, durante um café no próprio curso, de se tornar sócio — porque o que ele viveu dentro das empresas dele era a prova que precisava. **O que a LIA resolve**

A história completa da Polishop + LIA + LiaHub Enterprise. Prova social máxima.

### CTA do vídeo:

"Você viu o que a LIA faz na prática. Agora é sua vez. Ingressos abertos — link na bio. Pole Position ainda com vagas."

Formatos: YouTube âncora 15–20min · Reels 3 cortes · LinkedIn artigo · Press release

## Investimento em mídia paga

Fase	Período	Canal	Budget	Objetivo
Pré-lançamento — suspense	12–16 jun	Meta Ads	<b>R\$1.200</b>	Engajamento e crescimento de base
17 jun — Reveal + Pole Position	17–27 jun	Meta + Google + LinkedIn	<b>R\$5.500</b>	Conversão máxima — onda do reveal
Fase 2 — Aceleração	28 jun–10 jul	Meta + Retargeting	<b>R\$7.800</b>	Retargeting + lookalike audiences
Fase 3 — Last Call	11–16 jul	Meta Retargeting	<b>R\$4.200</b>	Fechar indecisos — urgência máxima
<b>TOTAL</b>	<b>45 dias</b>	<b>Todos os canais</b>	<b>R\$18.700</b>	<b>300 ingressos · ROAS estimado 8,4x</b>

### Distribuição por canal

- Meta Ads — R\$10.500 (56%): awareness + conversão + retargeting · principal canal de volume

---

- Google Ads — R\$4.200 (22%): busca de intenção ('formação IA executivos') + branded

- LinkedIn Ads — R\$4.000 (22%): C-level, diretores e gestores por cargo e setor · melhor qualidade de lead

**Nota estratégica: se o reveal do João viralizar, os lotes 1 e 2 podem esgotar no orgânico. Nesse caso, concentrar todo o budget nas fases 3 e 4 para fechar indecisos. O CAC de R\$62/ingresso é o cenário conservador — o real tende a ser menor.**

## PARTE 2 — O evento · 17 de julho

### Arena LIA — estrutura, produção e geração de conteúdo

O evento não é apenas o produto que o participante compra — é a fábrica de conteúdo que alimenta meses de venda da plataforma LiaHub depois. Cada atividade precisa ser pensada com duas funções simultâneas: entregar valor para os 300 presentes e gerar ativo de conteúdo para a campanha pós-evento.

#### Conceito hands-on — mensagem central de toda a comunicação pré-evento

- TODOS TRAZEM NOTEBOOK: o Arena LIA é 100% prático — os participantes saem do evento já tendo feito IA
- BUILDING AO VIVO: em vez de palestras teóricas, os participantes constroem agentes, prompts e blueprints durante o evento
- ZERO TEORIA SEM PRÁTICA: cada conceito é imediatamente aplicado em um caso real da empresa de cada participante
- VOCÊ SAI FAZENDO: a promessa central — no dia 18 de julho você já aplica o que aprendeu ontem
- Copy sugerido para anúncios: 'Traga seu notebook. Você vai sair do Arena LIA já fazendo IA — não só sabendo falar sobre ela.'
- Copy sugerido para stories: 'Não é palestra. Não é curso. É um dia building ao vivo com IA na sua empresa.'

#### Mensagem central — diferencial hands-on

Todo conteúdo de venda de ingressos — posts do João, publicações da LIA, anúncios pagos — deve reforçar o diferencial que separa o Arena LIA de qualquer outro evento: as pessoas saem fazendo IA, não apenas sabendo falar sobre ela.

#### Conteúdos específicos de venda — série hands-on (João + LIA)

- NÃO É PALESTRA: 'Não é trend, não é slide, não é teoria. É você com seu notebook construindo IA ao vivo durante o dia inteiro.'
- TRAGA SEU COMPUTADOR: comunicação visual e verbal em todos os criativos — o call to action físico que sinaliza que é diferente de tudo que a pessoa já foi

- **VOCÊ SAI EXECUTANDO:** 'No dia 18 de julho você já aplica o que aprendeu ontem. Na sua empresa. No seu negócio. No mesmo dia.'
- **TOM DO JOÃO:** 'Eu mesmo fiquei na sala do começo ao fim porque lá a gente estava fazendo de verdade. Não tem como não ficar.'
- **PROMESSA CENTRAL:** 'Você vai sair do Arena LIA transformado — não inspirado. Transformado. Com blueprint pronto, agentes configurados, plano de aplicação imediato.'
- **Copy anúncio sugerido:** 'Traga seu notebook. Você vai sair do Arena LIA já fazendo IA — não só sabendo falar sobre ela.'
- **Copy stories sugerido:** 'Não é palestra. Não é curso. É um dia building ao vivo com IA na sua empresa. Dia 17 de julho.'

## Convidados especiais

Além dos três founders da LIA, o Arena LIA conta com convidados de alto perfil que ampliam o alcance do evento e trazem prova social de diferentes segmentos.

Convidado	Quem é	Papel no evento e na campanha
<b>Thiago Augusto</b>	Co-fundador da Jornada Top — comunidade tech com 12M+ de seguidores no Instagram	Speaker convidado + cobertura completa pelos canais da Jornada Top antes, durante e após o evento · alcance orgânico massivo
<b>Prof. Luciano</b>	Co-fundador da Jornada Top e educador de tecnologia com grande audiência engajada	Speaker ou mesa redonda no evento · conteúdo de autoridade para a campanha pré-evento
<b>Antonio Walter</b>	Co-fundador da Jornada Top e sócio do Otimizz.ai (20k+ usuários ativos)	Case ao vivo: como o Otimizz.ai foi construído com LiaHub · prova social do produto em escala

## Estratégia com a Jornada Top — o maior multiplicador de audiência do evento

- A Jornada Top tem 12M+ de seguidores no Instagram — cobertura orgânica equivalente a uma campanha de mídia paga de alto custo
- O case Polishop + Decor Colors grava no escritório do próprio Grupo Apollinário: a maior prova de uso real que existe — o dono usando IA nas próprias empresas
- Briefing obrigatório para todos os influencers credenciados: hashtags (#ArenaLIA #LiaHub #IAAnaprática), @mentions (@liahub.ai @joaoapollinario), link de ingresso na bio, e calendário de publicação coordenado com os lotes

- Os três fundadores publicam antes do evento: 'vamos estar no Arena LIA — você vem?' — isso gera demanda de ingressos imediata
- No dia 17/jul: cobertura ao vivo pela Jornada Top para a audiência deles — amplificação em escala nacional
- Pós-evento: depoimento dos fundadores da Jornada Top sobre o que aprenderam — conteúdo de conversão para venda de assinaturas
- O case Otimizz.ai (20k+ usuários, construído com LiaHub) é a prova social mais poderosa da plataforma — precisa estar no palco

## Estrutura sugerida do dia

Horário	Atividade	Função de conteúdo
08h00	Credenciamento e networking — área com demos da plataforma LiaHub	Conteúdo de bastidores · stories · time-lapse da chegada do público
09h00	Abertura — Marin Marin e Fernando Campos · por que estamos aqui	Keynote gravado · cortes para YouTube e Reels
09h30	Entrada e apresentação de João Apollinário — reveal ao vivo para os 300	Momento âncora · gravação 4K · reação do público · vídeo viral garantido
10h00	Bloco 1 — Liderança em IA (Marin) · fundamentos e agentes · prática ao vivo	Aula gravada · screencasts dos exercícios · fotos do público usando laptop
11h30	Coffee break + área de demos LiaHub — equipe técnica disponível	Influencers circulam · entrevistas rápidas com participantes · stories
12h00	Bloco 2 — Liderança Comportamental · adoção e gestão de mudança	Dinâmicas em grupo · momentos de engajamento · fotos e vídeos
13h30	Almoço · networking guiado com tópicos de discussão por mesa	Conteúdo espontâneo · depoimentos informais · influencers registram
14h30	Bloco 3 — Liderança Empresarial (Fernando) · governança e blueprint	Cases ao vivo · números reais · conteúdo de alta autoridade para LinkedIn
16h00	Workshop prático — cada participante constrói seu blueprint pessoal	Momento de transformação · 'antes e depois' · depoimentos gravados
17h30	Pitch dos blueprints — 5 participantes apresentam ao vivo	Conteúdo emocional poderoso · prova do método · viral potencial
18h00	Entrega das certificações · foto oficial · confetti	Momento emocional · foto e vídeo coletivo · altíssimo engajamento
18h30	Cocktail + networking livre · demonstração LiaHub enterprise ao vivo	Influencers e imprensa com acesso a Marin e Fernando · entrevistas

## Equipe de produção de conteúdo no evento

O evento precisa de uma equipe dedicada exclusivamente à captação de conteúdo — separada da produção do evento em si. Cada profissional tem missão específica e lista de entregas.

### **Diretor de conteúdo (1 pessoa) — visão geral e coordenação**

- Garante que todos os momentos-chave estejam sendo captados
- Coordena a equipe de câmera, social e imprensa
- Decide em tempo real quais momentos priorizar para redes sociais
- Faz briefing de manhã com toda a equipe de captação

### **Equipe de câmera principal (2 câmeras) — conteúdo para plataforma digital**

- Câmera 1 (fixa no palco): capta 100% do conteúdo dos 3 blocos em 4K
- Câmera 2 (móvel): reações do público, close nos exercícios práticos, bastidores
- Gravação do momento do reveal do João — ângulo do público e ângulo do palco
- Gravação das pitches de blueprint — cada apresentação individual
- Captação da entrega das certificações — cada participante se possível
- Entrevistas pós-evento com 10–15 participantes (depoimentos estruturados)

### **Social media ao vivo (1–2 pessoas) — conteúdo de redes em tempo real**

- Stories ao longo de todo o dia no Instagram da LIA e LiaHub
- Reels rápidos (60–90s) de momentos de impacto — publicar ainda no dia
- Captura de frases e citações dos palestrantes para quote cards
- Bastidores do João: chegada, preparação, interação com participantes
- Sondagem de participantes: 'o que você vai implementar na semana que vem?'
- Cobertura do cocktail e networking final — ambiente e conexões

### **Atendimento à imprensa (1 pessoa) — relações com veículos credenciados**

- Credenciamento e recepção dos jornalistas no check-in
- Acompanhar e facilitar acesso dos jornalistas durante o evento

- Agendar entrevistas de 10–15min com Marin, Fernando e João no coffee break
- Fornecer kit de imprensa: press release, fotos oficiais, dados, citações
- Coletar contatos e confirmar previsão de publicação
- Fotografar os jornalistas presentes para post de cobertura de imprensa

### **Atendimento a influencers (1 pessoa) — coordenação dos perfis credenciados**

- Recepção VIP dos influencers credenciados — kit de boas-vindas
- Briefing de manhã: momentos que não podem perder, horários de cada bloco
- Facilitar acesso ao palco e aos fundadores para conteúdo exclusivo
- Acompanhar publicações em tempo real e repostar nas redes da LIA
- Coletar métricas de alcance e engajamento dos posts durante o evento
- Combinar 1 vídeo de depoimento de cada influencer antes de ir embora

### **Fotografia (1 fotógrafo) — acervo visual da marca**

- Fotos do auditório cheio — panorâmica, perspectiva do palco, perspectiva do público
- Fotos do João no palco — expressão, interação, momento de reveal
- Fotos das dinâmicas em grupo — participantes trabalhando, colaborando
- Fotos das certificações — close no certificado + rosto feliz do participante
- Foto coletiva oficial — todos os 300 + palestrantes
- Fotos dos influencers e jornalistas presentes
- Mínimo de 200 fotos editadas entregues em 48h

### **Lista mestre de conteúdo a gravar no evento**

Cada item desta lista é um ativo de conteúdo que será usado na campanha pós-evento. Marcar como concluído durante o dia.

### **Conteúdo obrigatório — não pode faltar**

- Gravação completa dos 3 blocos de conteúdo (Liderança em IA, Comportamental, Empresarial)
- Momento do reveal do João ao vivo — reação do público + discurso completo
- Demonstração da plataforma LiaHub Enterprise ao vivo no palco
- Entrega das certificações — momento emocional individual e coletivo
- Foto coletiva final com todos os 300 participantes e palestrantes
- Pelo menos 10 depoimentos estruturados em vídeo de participantes (3–5 min cada)
- Entrevista longa com João (15–20 min) sobre a experiência do dia
- Entrevista Marin: o método LIA na prática — o que os participantes viveram hoje
- Entrevista Fernando: visão de negócio — o que o Arena LIA representa para a LiaHub

### **Conteúdo de alto impacto — viral e redes sociais**

- Reação do público no exato momento do reveal do João
- Participante usando a IA e tendo o 'momento aha' — expressão de surpresa
- Pitch de blueprint ao vivo — emoção e confiança do participante
- Bastidores de preparação do João antes de subir ao palco
- Momento de participante recebendo certificado — close no rosto e no documento
- Time-lapse do auditório: chegada, enchendo, evento, networking final
- Citações impactantes dos palestrantes — quadro com frase + speaker no fundo
- Enquete ao vivo: 'levanta a mão quem já vai implementar isso essa semana'
- Bastidores do cocktail — João interagindo com participantes e influencers

### **Conteúdo para imprensa e autoridade**

- Press kit completo: fotos oficiais em alta resolução, dados do evento, bios
- Clipping das publicações de imprensa credenciada
- Entrevista de 15min para cada veículo credenciado com Marin ou Fernando
- Números do dia: quantos participantes, de quantas cidades, de quantos setores
- Case ao vivo: empresa que implementou o método LIA e apresentou resultado
- Nota oficial de lançamento da plataforma LiaHub Enterprise para o mercado



# LIA in Company — a porta de entrada para o ecossistema

Muitas empresas nem sabem em que estágio de IA estão. O LIA in Company é o programa de letramento corporativo que resolve isso — colocando times inteiros para aprender, experimentar e entender o que a IA pode fazer pela empresa antes de qualquer decisão de tecnologia.

## O funil completo do cliente LIA

- PASSO 1 — Arena LIA ou LIA in Company: letramento, prática ao vivo, diagnóstico do estágio de IA da empresa
- PASSO 2 — Assinatura LiaHub: infraestrutura enterprise de IA para a empresa — governança, ativos, gestão, legado
- PASSO 3 — Programa de aceleração: implementação contínua com suporte, evolução dos agentes e expansão do modelo
- O Arena LIA é a porta de entrada mais poderosa para esse funil — 300 pessoas em um dia, todas saindo com blueprint e urgência de implementar
- LIA in Company: mesmo método, formato in company — vai até a empresa, forma o time inteiro junto, customizado para a cultura e os processos dela
- A empresa não precisa saber de IA para começar — precisa de disposição para aprender. O LIA in Company entrega o diagnóstico e o caminho

## PARTE 3 — Pós-evento

### Motor de conteúdo e venda da assinatura LiaHub

O evento acabou, mas a máquina começa agora. Todo o conteúdo captado no Arena LIA se transforma no combustível de uma campanha contínua de venda da assinatura LiaHub Enterprise. O modelo: conteúdo orgânico aquece, anúncio converte, depoimento fecha.

**Semana 1 pós-evento (18–24 jul) — calor máximo**

## Publicações prioritárias nos primeiros 7 dias

- Dia 18 — Foto coletiva dos 300 + post de celebração + numbers do evento
- Dia 18 — Reels: os melhores momentos do Arena LIA (3–5 minutos de highlights)
- Dia 19 — Depoimento 1: participante conta o que vai implementar na empresa
- Dia 20 — Press release pós-evento para imprensa + amplificação nas redes
- Dia 21 — Vídeo do momento do reveal do João — versão editada completa
- Dia 22 — Clip do 'momento aha' mais marcante do evento
- Dia 23 — Post: 'O Arena LIA foi incrível. Mas o trabalho começa agora.' + CTA assinatura
- Dia 24 — E-mail para quem comprou ingresso: próximos passos + oferta de assinatura LiaHub

## Estratégia pós-evento — conteúdo com CTA para assinatura LiaHub

Modelo de referência: Viver de IA. Todo post tem dupla função — entrega valor educacional E convida a ter a LIA na empresa. O ativo proprietário insubstituível: o João mostrando ao vivo como resolve nas próprias empresas. Nenhum concorrente tem isso.

## Plano de conteúdo — 90 dias pós-evento

O conteúdo gravado no Arena LIA alimenta 90 dias de publicação orgânica e paga. Cada peça tem função específica no funil de venda da assinatura.

Fase / Data	Objetivo	Ações principais	Conteúdo / Entregas
<b>Jul 3<sup>a</sup> e 4<sup>a</sup> semanas</b>	Calor e celebração	Highlights, depoimentos, press coverage	10 Reels · 5 depoimentos · 3 artigos LinkedIn · cobertura imprensa
<b>Agosto — sem 1 e 2</b>	Autoridade e prova social	Blocos de conteúdo completos na plataforma	Episódios do curso no ar · clip da demo LiaHub · cases dos participantes
<b>Agosto — sem 3 e 4</b>	Educação e CTA suave	Conteúdo de valor sobre IA + menção à plataforma	Série 'o que os pilotos aprenderam' · LinkedIn artigos · YouTube
<b>Setembro — sem 1 e 2</b>	Urgência de oferta	Oferta de assinatura com prova social do evento	Campanha de conversão · depoimentos em anúncio · 'últimas vagas'

Fase / Data	Objetivo	Ações principais	Conteúdo / Entregas
<b>Setembro — sem 3 e 4</b>	Expansão B2B	Conteúdo voltado para decisor de empresa	Cases corporativos · ROI calculado · proposta para RH e T&D
<b>Outubro em diante</b>	Motor contínuo	Conteúdo perene + novos lotes e turmas	Funil sempre ativo · novos ciclos de venda · comunidade LIA

## Plataforma digital — conteúdo gravado como produto

O conteúdo gravado no Arena LIA se torna o produto digital da LIA — disponível como assinatura ou acesso avulso. Estrutura sugerida:

Módulos na plataforma	Estratégia de acesso
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Módulo 1 — Liderança em IA (gravado do bloco 1)</li> <li>• Módulo 2 — Liderança Comportamental (bloco 2)</li> <li>• Módulo 3 — Liderança Empresarial (bloco 3)</li> <li>• Bônus — Workshop Blueprint ao vivo</li> <li>• Bônus — Pitches dos participantes (inspiração)</li> <li>• Bônus — Entrevistas com Marin, Fernando e João</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Assinatura mensal LiaHub com acesso à plataforma</li> <li>• Acesso avulso ao curso Arena LIA gravado</li> <li>• Venda para empresas: acesso para time completo</li> <li>• E-mail para os 300 participantes: upgrade para assinatura</li> <li>• Campanha para quem não foi: 'acesse o evento completo'</li> <li>• LinkedIn Ads: C-level que não pôde ir — acesso digital</li> </ul>

## E-mail sequences pós-evento

Sequência para os 300 participantes (começa dia 18 jul)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• E-mail 1 (dia 18): Obrigado + certificado digital + foto coletiva + 'o que vem agora'</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• E-mail 2 (dia 22): 'Você saiu com o blueprint. Agora precisa de infraestrutura.' + apresentação LiaHub</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• E-mail 3 (dia 28): Case de participante anterior que implementou em 30 dias + oferta de assinatura</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• E-mail 4 (dia 35): 'Última chance da oferta especial Arena LIA' + deadline real</li> </ul>

### Sequência para quem não comprou ingresso (começa dia 18 jul)

- E-mail 1 (dia 18): 'O Arena LIA foi épico. Você não pôde ir. Mas pode ter o conteúdo.'
- E-mail 2 (dia 23): Highlights do evento + depoimento de participante
- E-mail 3 (dia 30): Oferta de acesso digital ao curso + oferta de assinatura LiaHub
- E-mail 4 (dia 40): 'Depoimentos de quem foi. O próximo evento será quando?' + lista de espera

### Campanha de venda da assinatura LiaHub — modelo como o Viver de IA

A venda da assinatura LiaHub usa o conteúdo do Arena LIA como prova social e motor de funil. O modelo de lançamento segue a lógica de plataformas de assinatura B2B: conteúdo denso, autoridade comprovada, escassez controlada e CTA recorrente.

### Pilares da campanha de assinatura

- Autoridade: método comprovado + cases reais — Polishop, Decor Colors, Otimizz.ai, Jornada Top
- Prova social: 300 pessoas que passaram pelo Arena LIA e saíram transformadas
- Urgência controlada: oferta especial 'alumni Arena LIA' com prazo real
- Conteúdo de valor: série de vídeos educativos gratuitos → funil → oferta de assinatura
- João como endorser ativo: stories e posts contínuos sobre uso real da plataforma na Polishop
- Influencers como multiplicadores: cada influencer credenciado no evento vira parceiro de venda

### **Canais de venda da assinatura**

- Meta Ads — retargeting de quem assistiu o conteúdo
- LinkedIn Ads — C-level e decisores de empresa
- YouTube — vídeos educativos com CTA para assinatura
- WhatsApp — lista VIP com ofertas exclusivas
- E-mail — base dos participantes e leads do evento
- Parceiros — influencers com link de afiliado

### **Métricas de sucesso**

- Taxa de conversão dos 300 participantes para assinatura
- CAC médio por canal de aquisição
- LTV da assinatura vs. custo do evento
- NPS dos assinantes nos primeiros 90 dias
- Taxa de renovação mensal/anual
- Número de empresas com acesso corporativo

# Resumo executivo — próximas ações

Lista priorizada das ações imediatas para colocar o plano em execução.

Prazo	Ação	Responsável / Entrega
<b>ATÉ 05 JUN</b>	Agendar gravação dos 6 episódios do João no escritório Grupo Apollinário	1 dia de gravação · equipe de câmera · Marin ou Fernando presentes
<b>ATÉ 05 JUN</b>	Confirmar local do evento em SP para 300 pessoas	Contrato assinado · confirmação de data 17/07
<b>ATÉ 05 JUN</b>	Configurar landing page + checkout (Sympla ou própria)	Link funcional · pixel instalado · Pole Position configurado
<b>ATÉ 07 JUN</b>	Criar lista VIP WhatsApp e comunicar nos perfis	Grupo criado · primeiros membros · mensagem de boas-vindas
<b>ATÉ 07 JUN</b>	Briefing e contrato com influencers credenciados	Mínimo 5 perfis confirmados com datas e obrigações
<b>ATÉ 10 JUN</b>	Enviar press release para redações com embargo 17 jun	Exame, Valor Econômico, Startups, InfoMoney, Folha Mercado
<b>ATÉ 14 JUN</b>	Configurar Meta Ads + Google Ads + LinkedIn Ads	Campanhas criadas · pixels ativos · audiências configuradas
<b>ATÉ 16 JUN</b>	Editar e aprovar os 6 episódios do João	Vídeos prontos para publicação · cortes por plataforma
<b>16 JUN</b>	Briefing do dia 17 com toda a equipe de comunicação	João, LIA, influencers alinhados · horário e formato de cada post
<b>17 JUN 11H</b>	DIA DO REVEAL — publicação sincronizada de tudo	João + LIA + influencers + press release + abertura de vendas
<b>ATÉ 10 JUL</b>	Confirmar equipe de captação para o evento (câmeras, foto, social)	6 profissionais contratados · briefing detalhado por função
<b>ATÉ 15 JUL</b>	Preparar estrutura de plataforma digital para receber conteúdo gravado	Ambiente configurado · módulos criados · precificação definida

[www.liahub.ai](http://www.liahub.ai)

## Time do projeto — divisão de responsabilidades

Abaixo estão mapeadas todas as responsabilidades distribuídas pelo time atual, seguidas pelos papéis que ainda precisam ser contratados para cobrir os gaps identificados.

### Diretor(a) Geral / CMO · Diretora geral do evento e CMO

Pré-evento (jun–16 jul)	Evento (17 jul)	Pós-evento (ago+)
<ul style="list-style-type: none"><li>• Aprovação final de todos os materiais criativos e editoriais</li><li>• Estratégia geral da campanha e decisões de posicionamento de marca</li><li>• Gestão do relacionamento com João Apollinário — briefings e alinhamentos</li><li>• Aprovação do cronograma de publicações de social media</li><li>• Validação das propostas para imprensa e influencers</li><li>• Supervisão do orçamento total da operação</li><li>• Aprovação da estrutura do evento e experiência do participante</li><li>• Interface com Marin Marin e Fernando Campos sobre conteúdo</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Direção geral do dia — responsável por todas as decisões em tempo real</li><li>• Briefing matinal com toda a equipe de produção (08h)</li><li>• Aprovação de conteúdo publicado ao vivo durante o evento</li><li>• Gestão da experiência VIP de imprensa e influencers</li><li>• Presença nos momentos-chave: reveal, pitches, certificações</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aprovação do plano de conteúdo pós-evento semana a semana</li><li>• Supervisão da campanha de venda da assinatura LiaHub</li><li>• Análise de métricas e ajuste de estratégia mensalmente</li></ul>

## Marin · Founder, idealizador e speaker principal

### Pré-evento (jun–16 jul)

- Conteúdo técnico de todos os 3 blocos do evento (roteiros e slides)
- Participação nas gravações dos 6 episódios com João no escritório
- Revisão técnica de todos os materiais de comunicação da LIA
- Lives e reels educativos sobre IA (28 jun–10 jul)
- Entrevistas para imprensa e podcasts parceiros
- Validação do conteúdo do press release e artigos LinkedIn

### Evento (17 jul)

- Abertura do evento ao lado de Fernando (09h)
- Bloco 1 — Liderança em IA: aula + prática ao vivo (10h–11h30)
- Disponível para entrevistas de imprensa no coffee break
- Presença no cocktail final para networking com participantes
- Entrevista longa gravada no final do dia (pós-evento)

### Pós-evento (ago+)

- Lives mensais: 'cases reais pós Arena LIA'
- Série 'o que os pilotos aprenderam' — conteúdo técnico semanal
- Entrevistas de podcast e imprensa sobre os resultados
- Gravação dos módulos editados para a plataforma digital

## Adan · Supervisor técnico do evento

### Pré-evento (jun–16 jul)

- Seleção e contratação do local do evento para 300 pessoas em SP
- Briefing e contratação de fornecedores: AV, iluminação, sonorização
- Contratação da estrutura de gravação e transmissão (se houver streaming)
- Montagem do cronograma técnico do evento hora a hora
- Visita técnica ao local (até 07 jul)
- Coordenação do setup de câmeras com o videomaker
- Gestão de credenciais: equipe, imprensa, influencers
- Contratação de catering e estrutura de coffee break

### Evento (17 jul)

- Chegada às 06h para supervisão do setup completo
- Responsável pela operação técnica durante todo o evento
- Gestão de todos os fornecedores em tempo real
- Comunicação direta com a Direção sobre ocorrências técnicas
- Fechamento do local ao final do evento

### Pós-evento (ago+)

- Relatório técnico pós-evento: o que funcionou e o que ajustar
- Devolutiva para fornecedores e fechamento de contratos
- Briefing para a 2ª edição do Arena LIA

## Rafael Pilat · Head de mídia paga

### Pré-evento (jun–16 jul)

- Instalação e configuração do pixel Meta Ads e Google Ads (até 14 jun)
- Criação de todas as campanhas: awareness, conversão e retargeting
- Segmentação de audiências: C-level, empreendedores SP, lookalike
- Gestão de budget diário conforme cronograma de lotes
- LinkedIn Ads: segmentação por cargo e setor
- Otimização diária de campanhas e relatórios semanais para a Direção
- Escalonamento de budget por fase: R\$80/dia → R\$600/dia → R\$700/dia
- Retargeting agressivo nas fases 3 e 4 (11–16 jul)

### Evento (17 jul)

- Ativar campanhas de conversão às 11h do dia 17 jun (abertura)
- Monitoramento e otimização em tempo real no dia do reveal
- Relatório de performance D+1 após o evento

### Pós-evento (ago+)

- Campanha Meta com fotos e vídeos do evento como criativo
- LinkedIn Ads: C-level para acesso digital ao curso
- Retargeting para venda de assinatura LiaHub (ago–set)
- Relatório mensal de CAC e ROAS por canal

## Táina Freitas + Videomaker · Social media João + captação ao vivo (trabalham em conjunto)

<b>Pré-evento (jun–16 jul)</b>	<b>Evento (17 jul)</b>	<b>Pós-evento (ago+)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Roteiro e publicação de todos os posts de suspense do João (02–16 jun)</li> <li>• Gestão do stories do João com o countdown da data 17 jun</li> <li>• Publicação do vídeo âncora do João no dia 17 jun às 11h</li> <li>• Coordenação com XPTO para publicações sincronizadas</li> <li>• Reels do João para os episódios 1 a 6 (a partir de 18 jun)</li> <li>• Stories do João durante as fases 2, 3 e 4 de venda</li> <li>• Vídeo pessoal do João no last call (12 jul)</li> <li>• Disparo de WhatsApp VIP no dia 13 jul</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stories ao vivo do João durante o evento (chegada, bastidores, palco)</li> <li>• Reels rápidos dos momentos de impacto — publicar no mesmo dia</li> <li>• Captura de reações e interações do João com participantes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Post João: 'Um mês depois — o que mudou' (01 ago)</li> <li>• Depoimentos do João sobre casos de uso da LiaHub na Polishop</li> <li>• Conteúdo de João para campanha de assinatura (ago–set)</li> </ul>

## XPTO · Social media — perfis LIA e LiaHub

<b>Pré-evento (jun–16 jul)</b>	<b>Evento (17 jul)</b>	<b>Pós-evento (ago+)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posts de suspense nos perfis LIA: auditório, countdown, ganchos</li> <li>• LinkedIn: artigos de autoridade (11 jun, 20 jun, 26 jun)</li> <li>• Publicação de todos os 6 episódios do João nos canais LIA</li> <li>• Stories com prova social: depoimentos, vagas esgotadas, vagas restantes</li> <li>• E-mail marketing: sequência de 3 e-mails (24, 26, 30 jun)</li> <li>• Gestão da lista VIP de WhatsApp da LIA</li> <li>• Posts behind the scenes da produção do evento</li> <li>• Lives de Marin e Fernando (23 jun e 01 jul)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Stories ao vivo nos perfis LIA e LiaHub ao longo do dia</li> <li>• Reels de momentos de impacto — publicar ainda durante o evento</li> <li>• Quote cards de frases dos palestrantes em tempo real</li> <li>• Post da foto coletiva dos 300 ao final do evento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicações diárias de highlights na semana pós-evento</li> <li>• Série 'o que os pilotos aprenderam' — 4 semanas em agosto</li> <li>• E-mail sequences para participantes e não-participantes</li> <li>• Conteúdo de conversão para assinatura LiaHub</li> </ul>

## Fulano Videomaker · Videomaker — captação no evento

Pré-evento (jun–16 jul)	Evento (17 jul)	Pós-evento (ago+)
<ul style="list-style-type: none"><li>• Gravação dos 6 episódios de João no escritório Grupo Apollinário (12–13 jun)</li><li>• Entrega dos arquivos brutos para o editor em até 24h após gravação</li><li>• Produção do vídeo âncora do João para o dia 17 jun</li><li>• Produção de reels de cada episódio (cortes para IG/TikTok)</li><li>• Setup de câmeras para a live de Marin (23 jun)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Câmera móvel durante todo o evento: reações, bastidores, exercícios</li><li>• Captação especial do reveal do João (ângulo do público)</li><li>• Gravação dos pitches de blueprint ao vivo</li><li>• Entrevistas rápidas com participantes durante o evento</li><li>• Entrega de arquivos brutos ao editor até 18 jul às 12h</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gravação de depoimentos estruturados de participantes (18–19 jul)</li><li>• Entrevista longa com João pós-evento (18 jul)</li><li>• Suporte à gravação para lives mensais de Marin</li></ul>

## Editor de vídeo · Editor de vídeo — pós-produção

Pré-evento (jun–16 jul)	Evento (17 jul)	Pós-evento (ago+)
<ul style="list-style-type: none"><li>• Edição e aprovação dos 6 episódios do João (10–16 jun)</li><li>• Versão completa YouTube (5–20 min) + corte Reels (60–90s) + corte TikTok (30s)</li><li>• Edição do vídeo âncora Ep.6 'Por que me tornei sócio' (15 jun)</li><li>• Entrega de todos os vídeos aprovados até 16 jun</li><li>• Abertura e vinheta de identidade para a série</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Receber arquivos brutos do videomaker até 18 jul ao meio-dia</li><li>• Editar e entregar highlights do evento até 18 jul às 20h</li><li>• Clip do reveal do João — entregar até 20 jul</li><li>• Clip do 'momento aha' mais marcante — entregar até 21 jul</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Edição dos 3 blocos de aula para a plataforma digital (julho)</li><li>• Módulo 1 entregue até 24 jul, Módulo 2 até 28 jul, Módulo 3 até 31 jul</li><li>• Clip da entrega das certificações (30 jul)</li><li>• Edição contínua de depoimentos e cases para campanha de assinatura</li></ul>

## Gaps identificados — quem você precisa contratar

Estes papéis não estão cobertos pelo time atual e são críticos para o sucesso da operação.

### Assessora de imprensa (RP) **CRÍTICO**

**Escopo:** Envio e follow-up do press release, relacionamento com as redações, agendamento de entrevistas para Marin, Fernando e João, presença no evento para atender os jornalistas credenciados e coletar clipping pós-evento.

**Quando contratar:** Contratar até 06 jun — precisa de tempo para construir relacionamento com as redações antes do reveal de 17 jun.

**Perfil:** Jornalista ou relações públicas com carteira ativa em veículos como Exame, Valor Econômico, InfoMoney e Startups.

### Gestor de influencers / partnerships **CRÍTICO**

**Escopo:** Prospecção, briefing, contrato e gestão de 5–8 influencers de IA e negócios. Coordenação das publicações sincronizadas no dia 17 jun e no dia do evento. Gestão das waves de influencers e coleta de métricas.

**Quando contratar:** Contratar até 07 jun — os influencers precisam de 2 semanas para preparar conteúdo antes do reveal.

**Perfil:** Profissional com experiência em campanhas de influencer marketing B2B ou tech. Pode ser freelancer por projeto.

### Câmera fixa — gravação do conteúdo (evento) **IMPORTANTE**

**Escopo:** Câmera 1 fixa no palco durante todo o evento em 4K: capta 100% dos 3 blocos de aula para a plataforma digital. O Fulano opera a câmera móvel — esta câmera é separada e dedicada exclusivamente ao palco.

**Quando contratar:** Contratar até 10 jul — operador de câmera fixa para o dia 17 jul.

**Perfil:** Cinegrafista com experiência em captação de eventos e conferências. Pode ser day hire.

### Fotógrafo profissional **IMPORTANTE**

---

**Escopo:** Cobertura fotográfica completa do evento: auditório cheio, palestrantes, dinâmicas em grupo, entrega das certificações, foto coletiva oficial, influencers e imprensa presentes. Mínimo de 200 fotos editadas em 48h.

**Quando contratar:** Contratar até 10 jul.

**Perfil:** Fotógrafo de eventos corporativos com portfólio de conferências e formações.

---

### Produtor executivo de conteúdo digital **IMPORTANTE**

**Escopo:** Responsável por estruturar e subir os módulos gravados na plataforma digital após o evento, criar a grade de conteúdo, configurar o acesso de assinantes e coordenar a entrega dos módulos com o editor de vídeo.

**Quando contratar:** Contratar até 01 jul — precisa entender a plataforma antes do evento.

**Perfil:** Profissional com experiência em plataformas EAD ou de conteúdo (Hotmart, Teachable, plataforma própria).

---

### Copywriter / estrategista de CRM **RECOMENDADO**

**Escopo:** Redação das sequências de e-mail pré e pós-evento, landing page de vendas, copy dos anúncios de mídia paga e scripts dos CTAs de cada episódio. Pode ser acumulado por XPTO se tiver capacidade, ou terceirizado.

**Quando contratar:** Contratar até 10 jun.

**Perfil:** Copywriter com experiência em funil de vendas e e-mail marketing para produtos digitais ou eventos.

---

### Coordenador de credenciamento e logística no evento **RECOMENDADO**

**Escopo:** Gestão do check-in dos 300 participantes, organização das credenciais de imprensa e influencers, controle de listas, distribuição de materiais e suporte à recepção. Libera o Adan para focar na operação técnica.

**Quando contratar:** Contratar ou designar até 10 jul.

**Perfil:** Pode ser um(a) assistente de produção ou estagiário(a) de eventos com experiência em credenciamento.

## Resumo do time completo

Nome / Cargo	Função	Principais responsabilidades	Status
<b>Diretor(a) Geral / CMO</b>	Diretora geral / CMO	Aprovação, estratégia, relacionamento João	Interno
<b>Marin</b>	Founder / Speaker	Conteúdo técnico, gravações, imprensa	Interno
<b>Adan</b>	Supervisor técnico	Local, fornecedores, operação do evento	Interno
<b>Rafael Pilat</b>	Head de mídia paga	Meta, Google, LinkedIn Ads — 45 dias	Interno
<b>Táina Freitas</b>	Social media João	Canais João + captação celular/câmera em conjunto	Interno
<b>XPTO</b>	Social media LIA	Perfis LIA, e-mail mkt, WhatsApp VIP	Interno
<b>Fulano</b>	Videomaker	Gravações, captação do evento, câmera móvel	Interno
<b>Editor de vídeo</b>	Pós-produção	Edição série João + módulos plataforma	Interno
A CONTRATAR — RP	Assessora de imprensa	Imprensa, entrevistas, clipping	Freelancer · CRÍTICO
A CONTRATAR — Influencers	Gestor de partnerships	Seleção, briefing e gestão de influencers	Freelancer · CRÍTICO
A CONTRATAR — Câmera fixa	Cinegrafista (evento)	Câmera 1 palco — gravação 4K dia 17/07	Day hire · IMPORTANTE
A CONTRATAR — Foto	Fotógrafo profissional	Cobertura completa do evento	Day hire · IMPORTANTE
A CONTRATAR — Plataforma	Produtor conteúdo digital	Subir módulos na plataforma pós-evento	Freelancer · IMPORTANTE
A CONTRATAR — Copy	Copywriter / CRM	E-mails, landing page, copy de anúncios	Freelancer · RECOMENDADO
A CONTRATAR — Credenc.	Coordenador de logística	Check-in dos 300, credenciais, materiais	Freelancer · RECOMENDADO

# Calendário operacional — dia a dia

Visão completa de todas as atividades da campanha, do dia 12 de junho (suspense + produção) e venda de ingressos a partir de 17 de junho até o final de agosto (motor de assinaturas). Cada entrada indica a categoria da atividade para facilitar a gestão por área.

Suspense	Produção	Mídia paga	Social	Imprensa	Vendas	Evento	Pós-evento	Assinatura
----------	----------	------------	--------	----------	--------	--------	------------	------------

## Junho 2026

Gravações → suspense → reveal → abertura de vendas

Data	Atividade 1	Atividade 2	Atividade 3	Atividade 4	Atividade 5	Atividade 6+
9 ter	DIA DE GRAVAÇÃO — João no escritório Grupo Apollinário (Polishop + Decor + LIA)	Ep.1 Vendas + Ep.2 Operações	Ep.3 Marketing gravados			
10 qua	DIA DE GRAVAÇÃO — João no escritório Grupo Apollinário (Polishop + Decor + LIA)	Ep.4 RH + Ep.5 Financeiro + Ep.6 Estratégia	Post LIA: 'a pergunta que mudou tudo'			
11 qui	Post João: 'Dia 17 conto tudo. Preparem-se.'	Edição dos episódios começa	LinkedIn LIA: artigo Airfryer com IA foi o começo			
12 sex	Aprovar edição Ep.1 e Ep.2	Campanhas Meta Ads prontas (não ativas ainda)	Stories countdown 5 dias			

Data	Atividade 1	Atividade 2	Atividade 3	Atividade 4	Atividade 5	Atividade 6+
13 sáb	Follow-up redações — confirmar recebimento do press release	Aprovar edição Ep.3 e Ep.4				
14 dom	Post João: 'Amanhã. Stories às 11h. Vai ser grande.'	Stories countdown 3 dias — João e LIA	Confirmar influencers para publicação sincronizada no dia 17			
15 seg	Aprovar edição Ep.5 e Ep.6	Briefing completo do dia 17 com toda a equipe	Post João: 'Último dia antes de contar tudo'	Stories countdown 2 dias		
16 ter	Todos os vídeos aprovados e prontos para publicação	Checkout testado — Pole Position R\$499 configurado	Briefing final: João + LIA + influencers alinhados	Post João: 'Amanhã às 11h 🔥'		
17 qua	♦ REVEAL + ABERTURA DE VENDAS — 11H	10h: Lista VIP recebe link do Pole Position R\$499	11h: Vídeo João vai ao ar em todos os canais	11h: Reels LIA + João + influencers simultâneos	11h: Press release liberado para imprensa	11h: Meta Ads + Google Ads + LinkedIn Ads ativos
18 qui	Publicar Ep.1 (Vendas) — Instagram e YouTube	Monitorar Pole Position — comunicar esgotamento imediatamente	Responder cobertura de imprensa	Otimizar campanhas Meta Ads com dados de D+1		
19 sex	Publicar Ep.2 (Operações) — IG + YouTube	Post 'Pole Position esgotado em X horas' — prova social	Grid de Largada R\$599 abre — comunicar em todos os canais			
20 sáb	Publicar Ep.3 (Marketing) — IG + YouTube + TikTok	LinkedIn: artigo sobre o reveal e a parceria	Campanha corporativa: 5+ ingressos com 10% desconto			
21 dom	Publicar Ep.4 (RH e Pessoas) — IG + LinkedIn foco	Repost publicações de imprensa nas redes				
22 seg	Publicar Ep.5 (Financeiro) — IG + YouTube	Depoimentos Polishop e Decor Colors — stories				
23 ter	Publicar Ep.6 (Estratégia) — YouTube âncora 15–20min	Live Marin ou Fernando: 'o que você vai aprender no Arena LIA'				
24 qua	E-mail mkt para base: sequência e-mail 1 de 3	Retargeting Meta: quem visitou landing e não comprou				

Data	Atividade 1	Atividade 2	Atividade 3	Atividade 4	Atividade 5	Atividade 6+
25 qui	Post: 'X vagas disponíveis — Grid de Largada'	Stories behind the scenes da produção do evento				
26 sex	E-mail mkt: sequência e-mail 2 de 3 — depoimentos	LinkedIn: artigo 'Quem vai liderar os agentes?'				
27 sáb	Post: Grid de Largada encerrando — comunicar urgência	Aumentar budget Meta Ads para R\$600/dia				
28 dom	◆ WARM UP R\$699 ABRE — 100 VAGAS	Comunicar abertura do Warm Up em todos os canais	Campanha lookalike audience Meta Ads			
29 seg	Post: número de vagas restantes — transparência gera urgência	Entrevista Marin em podcast parceiro				
30 ter	E-mail mkt: sequência e-mail 3 de 3 — urgência crescente	Stories countdown 17 dias para o evento				

# Julho 2026

Aceleração → last call → Evento 17/07 → pós imediato

Data	Atividade 1	Atividade 2	Atividade 3	Atividade 4	Atividade 5	Atividade 6+
1 qua	Live: 'O que você vai sair fazendo depois do Arena LIA'	Confirmar equipe de captação do evento (câmeras, foto, social)				
2 qui	Publicações de imprensa saem — amplificar nas redes	Credenciais imprensa e influencers para o evento				
3 sex	Post depoimento: case Polishop ou Decor Colors	Retargeting Meta forte — budget R\$600/dia				
4 sáb	Stories: vagas restantes — Warm Up	LinkedIn: artigo Fernando Campos — IA empresarial				
5 dom	Reels: '3 coisas que você vai criar no Arena LIA'	Follow-up empresas para oferta corporativa				
6 seg	E-mail para base não compradora: 'ainda dá tempo'	LinkedIn Ads intensificado para C-level				
7 ter	Post: 'X dias para o Arena LIA — o que preparar'	Briefing equipe de câmera e social do evento				
8 qua	Reels bastidores da preparação do evento	Confirmar AV, streaming e equipe de gravação				
9 qui	Stories: Marin e Fernando — quem são os speakers	Google Ads: busca intencional 'arena LIA ingressos'				
10 sex	Warm Up encerrando — comunicar vagas finais	Post João: 'Falta 1 semana. Você vai estar lá?'				
11 sáb	♦ POLE POSITION R\$699 ABRE — 70 VAGAS FINAIS	Bandeira Quadriculada: countdown stories 6 dias para o evento	Budget retargeting máximo — pausar awareness			

Data	Atividade 1	Atividade 2	Atividade 3	Atividade 4	Atividade 5	Atividade 6+
12 dom	Vídeo João: convite pessoal final para o evento	Stories: 5 dias — vagas restantes	2ª wave influencers — último push orgânico			
13 seg	Disparo lista VIP WhatsApp — urgência final	Stories: 4 dias — depoimento de participante	Pausar awareness — concentrar só em retargeting			
14 ter	Stories: 3 dias — última chance Bandeira Quadriculada	E-mail para quem visitou a landing 3x e não comprou				
15 qua	Stories: 2 dias — checklist do que levar para o evento	Briefing final equipe de produção e captação	Preparar kit de imprensa para o evento			
16 qui	Stories: amanhã é o dia — último call de vendas	Setup do local: câmeras, iluminação, AV, social	Credenciamento da equipe, imprensa e influencers	Ensaio de abertura com Marin, Fernando e João		
17 sex	♦♦ ARENA LIA — O EVENTO — 17 DE JULHO	08h: Credenciamento + área de demos LiaHub	09h: Abertura Marin Marin e Fernando Campos	09h30: Reveal João Apollinário ao vivo para os 300	10h–11h30: Bloco 1 — Liderança em IA (Marin)	12h–13h30: Bloco 2 — Liderança Comportamental
18 sáb	Foto coletiva dos 300 + numbers do evento — publicar	Reels highlights do evento — publicar no mesmo dia	E-mail 1 para participantes: certificado + próximos passos	E-mail 1 para quem não foi: 'você perdeu mas pode ter o conteúdo'		
19 dom	Depoimento vídeo 1: participante conta o que vai implementar	Press release pós-evento para redações	Edição do conteúdo gravado começa			
20 seg	Clip do reveal do João — versão editada completa	Amplificar publicações de imprensa nas redes				
21 ter	Clip do 'momento aha' mais marcante do evento	LinkedIn: artigo 'o que 300 líderes aprenderam'				
22 qua	E-mail 2 participantes: apresentação da assinatura LiaHub	Post: 'O Arena LIA foi incrível. O trabalho começa agora.'	Meta Ads: fotos do evento como criativo de anúncio			
23 qui	Depoimento vídeo 2: empresa que vai implementar	TikTok: melhores momentos do evento — série de clips				

Data	Atividade 1	Atividade 2	Atividade 3	Atividade 4	Atividade 5	Atividade 6+
24 sex	Módulo 1 do curso gravado disponível na plataforma	Post: 'conteúdo do Arena LIA está na plataforma digital'				
25 sáb	Reels: pitch de blueprint ao vivo — emoção real	Stories: depoimentos espontâneos de participantes				
26 dom						
27 seg						
28 ter	E-mail 3 participantes: case de quem implementou + oferta assinatura	Módulo 2 na plataforma				
29 qua						
30 qui	Clip: entrega das certificações — momento emocional	LinkedIn: artigo 'o que vem depois do Arena LIA'				
31 sex	Campanha de acesso digital para quem não foi ao evento	Módulo 3 disponível na plataforma				

# Agosto 2026

Motor de conteúdo → venda da assinatura LiaHub

Data	Atividade 1	Atividade 2	Atividade 3	Atividade 4	Atividade 5	Atividade 6+
1 sáb	Post João: 'Um mês depois do Arena LIA — o que mudou'	E-mail 4 participantes: 'última chance oferta especial alumni'				
2 dom						
3 seg						
4 ter	Série 'o que os pilotos aprenderam' — semana 1	LinkedIn Ads: C-level acesso digital				
5 qua						
6 qui						
7 sex	Depoimento: empresa que implementou em 3 semanas	Campanha corporativa: acesso para o time completo				
8 sáb						
9 dom						
10 seg						
11 ter	Série 'o que os pilotos aprenderam' — semana 2	Live Marin: cases reais 30 dias após o Arena LIA				
12 qua						
13 qui						
14 sex	Meta Ads: depoimento em vídeo como criativo de conversão	Oferta urgência: 2ª turma do Arena LIA — lista de espera				
15 sáb						
16 dom						
17 seg						

Data	Atividade 1	Atividade 2	Atividade 3	Atividade 4	Atividade 5	Atividade 6+
18 ter	Série 'o que os pilotos aprenderam' — semana 3	Podcast: Marin e Fernando falam sobre o Arena LIA				
19 qua						
20 qui						
21 sex	Campanha urgência: assinatura LiaHub — oferta especial	NPS dos assinantes nos primeiros 30 dias				
22 sáb						
23 dom						
24 seg						
25 ter	Série 'o que os pilotos aprenderam' — semana 4	Post: 'Próximo Arena LIA — quando será?' — lista de espera				
26 qua						
27 qui						
28 sex	Case de empresa com ROI calculado pós Arena LIA	Campanha expansão B2B — gestores e RH				
29 sáb						
30 dom						
31 seg						



# Arena LIA

## Checklist executivo — todas as providências

Visão consolidada de tudo que precisa acontecer, por quem e quando.

<b>CRÍTICO — Bloqueia tudo. Fazer primeiro.</b>	<b>IMPORTANTE — Impacta resultado. Fazer logo.</b>	<b>RECORRENTE — Atividade contínua.</b>	<input type="checkbox"/> = pendente · riscar quando concluir
---	--	---	--

### 1. Estrutura e produção

*Tudo que precisa ser contratado, confirmado e preparado antes do evento.*

	Atividade / Providência	Responsável	Prazo	Prioridade
<input type="checkbox"/>	Confirmar local do evento em SP para 300 pessoas — contrato assinado	Adan	Até 06 jun	CRÍTICO
<input type="checkbox"/>	Contratar equipe de AV, iluminação e sonorização profissional	Adan	Até 10 jun	CRÍTICO
<input type="checkbox"/>	Contratar infraestrutura elétrica — 300 tomadas para notebooks	Adan	Até 10 jun	CRÍTICO
<input type="checkbox"/>	Configurar landing page + checkout (Sympla ou própria) com todos os lotes	Dir. Geral	Até 06 jun	CRÍTICO
<input type="checkbox"/>	Testar fluxo de pagamento e confirmação automática de ingresso	Dir. Geral	Até 14 jun	CRÍTICO
<input type="checkbox"/>	Configurar pixel Meta Ads, Google Ads e LinkedIn Ads na landing page	Rafael Pilat	Até 06 jun	CRÍTICO
<input type="checkbox"/>	Contratar câmera fixa 4K para gravação do palco no evento	Adan	Até 10 jul	IMPORTANT E
<input type="checkbox"/>	Contratar fotógrafo profissional para cobertura completa do evento	Adan	Até 10 jul	IMPORTANT E
<input type="checkbox"/>	Contratar produtor(a) de conteúdo digital para subir módulos na plataforma	Dir. Geral	Até 01 jul	IMPORTANT E
<input type="checkbox"/>	Confirmar equipe de catering e estrutura de coffee breaks	Adan	Até 10 jul	IMPORTANT E
<input type="checkbox"/>	Confirmar estrutura de streaming / gravação sincronizada	Adan	Até 10 jul	IMPORTANT E
<input type="checkbox"/>	Visita técnica ao local com toda a equipe de produção	Adan	Até 10 jul	IMPORTANT E

	Atividade / Providência	Responsável	Prazo	Prioridade
<input type="checkbox"/>	Coordenador(a) de credenciamento e logística no evento	<b>Adan</b>	Até 10 jul	<b>IMPORTANT E</b>
<input type="checkbox"/>	Ensaio de abertura com Marin, Fernando e João (16 jul)	<b>Dir. Geral</b>	16 jul	<b>IMPORTANT E</b>

## 2. Conteúdo e gravações com João

*7 episódios gravados no escritório do Grupo Apollinário — base de toda a campanha.*

	Atividade / Providência	Responsável	Prazo	Prioridade
<input type="checkbox"/>	Agendar dias de gravação com João no Grupo Apollinário (Polishop + Decor + LIA)	<b>Dir. Geral</b>	Até 07 jun	<b>CRÍTICO</b>
<input type="checkbox"/>	Briefar Marin ou Fernando para participar das gravações ao lado de João	<b>Dir. Geral</b>	Até 07 jun	<b>CRÍTICO</b>
<input type="checkbox"/>	Ep.1 — Produtos e Comercial: linha iChef / Airfryer com IA	<b>Videomaker</b>	12–13 jun	<b>CRÍTICO</b>
<input type="checkbox"/>	Ep.2 — Operações: painéis, etiquetas marketplace, catálogos, ruptura	<b>Videomaker</b>	12–13 jun	<b>CRÍTICO</b>
<input type="checkbox"/>	Ep.3 — Marketing: vídeo com IA, campanhas, afiliados, conteúdo	<b>Videomaker</b>	12–13 jun	<b>CRÍTICO</b>
<input type="checkbox"/>	Ep.4 — RH: NR-1 com LIA + metodologia DRIVE de aptidão em IA	<b>Videomaker</b>	12–13 jun	<b>CRÍTICO</b>
<input type="checkbox"/>	Ep.5 — João AI: agente treinado com 40 anos de experiência do João	<b>Videomaker</b>	12–13 jun	<b>CRÍTICO</b>
<input type="checkbox"/>	Ep.6 — Âncora: 'Por que me tornei sócio da LiaHub' (15–20min)	<b>Videomaker</b>	12–13 jun	<b>CRÍTICO</b>
<input type="checkbox"/>	Ep.7 — Otimizz.ai: Thiago, Prof. Luciano e Antonio Walter da Jornada Top	<b>Videomaker</b>	12–13 jun	<b>CRÍTICO</b>
<input type="checkbox"/>	Edição de todos os episódios: versão longa YouTube + cortes Reels + TikTok	<b>Editor</b>	Até 16 jun	<b>CRÍTICO</b>
<input type="checkbox"/>	Aprovar todos os vídeos antes de 16 jun (D-1 do reveal)	<b>Dir. Geral</b>	Até 16 jun	<b>CRÍTICO</b>
<input type="checkbox"/>	Criar vinheta / identidade visual da série para abertura dos episódios	<b>Editor</b>	Até 14 jun	<b>IMPORTANT E</b>

## 3. Imprensa e influencers

*Assessoria de RP e gestão de influencers são papéis a contratar — críticos para o lançamento.*

	Atividade / Providência	Responsável	Prazo	Prioridade
<input type="checkbox"/>	Contratar assessoria de RP — com carteira ativa em Exame, Valor, InfoMoney, Startups	<b>Dir. Geral</b>	Até 06 jun	<b>CRÍTICO</b>
<input type="checkbox"/>	Enviar press release com embargo 17 jun para todas as redações	<b>RP</b>	Até 10 jun	<b>CRÍTICO</b>
<input type="checkbox"/>	Contratar gestor(a) de influencers / partnerships	<b>Dir. Geral</b>	Até 07 jun	<b>CRÍTICO</b>
<input type="checkbox"/>	Selecionar e contratar 5–8 influencers de IA e negócios	<b>Influencers</b>	Até 10 jun	<b>CRÍTICO</b>
<input type="checkbox"/>	Briefar influencers: hashtags, @mentions, links, calendário de publicação por lote	<b>Influencers</b>	Até 14 jun	<b>CRÍTICO</b>
<input type="checkbox"/>	Alinhar com Jornada Top (Thiago, Luciano, Antonio) publicações coordenadas	<b>Dir. Geral</b>	Até 10 jun	<b>CRÍTICO</b>
<input type="checkbox"/>	Confirmar publicação sincronizada de todos os influencers no dia 17 jun às 11h	<b>Influencers</b>	16 jun	<b>CRÍTICO</b>
<input type="checkbox"/>	Credenciar imprensa e influencers para o evento (lista definitiva)	<b>RP</b>	Até 10 jul	<b>IMPORTANT E</b>
<input type="checkbox"/>	Preparar kit de imprensa: press release, fotos, dados, bios dos speakers	<b>RP</b>	Até 14 jul	<b>IMPORTANT E</b>
<input type="checkbox"/>	Agendar entrevistas de imprensa no evento (coffee break 11h30)	<b>RP</b>	Até 15 jul	<b>IMPORTANT E</b>
<input type="checkbox"/>	Follow-up com redações pós-evento + clipping de todas as publicações	<b>RP</b>	A partir 18 jul	<b>RECORRENTE</b>

#### 4. Mídia paga — Rafael Pilat

*Campanha de 45 dias com 4 fases de budget crescente.*

	Atividade / Providência	Responsável	Prazo	Prioridade
<input type="checkbox"/>	Criar campanhas Meta Ads: awareness + conversão + retargeting	<b>Rafael Pilat</b>	Até 14 jun	<b>CRÍTICO</b>
<input type="checkbox"/>	Criar campanhas Google Ads: busca intencional + branded	<b>Rafael Pilat</b>	Até 14 jun	<b>CRÍTICO</b>
<input type="checkbox"/>	Criar campanhas LinkedIn Ads: C-level e gestores por cargo e setor	<b>Rafael Pilat</b>	Até 14 jun	<b>CRÍTICO</b>
<input type="checkbox"/>	Ativar todas as campanhas de conversão simultaneamente às 11h do dia 17 jun	<b>Rafael Pilat</b>	17 jun 11h	<b>CRÍTICO</b>

	Atividade / Providência	Responsável	Prazo	Prioridade
<input type="checkbox"/>	Pré-lançamento (12–16 jun): Meta Ads engajamento R\$80/dia — só audiência, sem venda. Campanha de venda inicia 17 jun.	Rafael Pilat	12 jun	IMPORTANT E
<input type="checkbox"/>	Fase 1 (17–27 jun): Meta + Google + LinkedIn R\$500/dia — conversão máxima	Rafael Pilat	17 jun	IMPORTANT E
<input type="checkbox"/>	Fase 2 (28 jun–10 jul): retargeting + lookalike R\$600/dia	Rafael Pilat	28 jun	IMPORTANT E
<input type="checkbox"/>	Fase 3 (11–16 jul): só retargeting R\$700/dia — pausar awareness	Rafael Pilat	11 jul	IMPORTANT E
<input type="checkbox"/>	Relatório semanal de performance: CAC, ROAS, custo por lote	Rafael Pilat	Semanal	RECORRENTE
<input type="checkbox"/>	Otimizar criativos com fotos e vídeos do evento como anúncio (pós 17 jul)	Rafael Pilat	A partir 18 jul	RECORRENTE

## 5. Social media e conteúdo

Táina (canais João) e XPTO (canais LIA) trabalham em conjunto com o Videomaker.

	Atividade / Providência	Responsável	Prazo	Prioridade
<input type="checkbox"/>	Criar lista VIP WhatsApp e comunicar nos perfis LIA e João	XPTO	Até 07 jun	CRÍTICO
<input type="checkbox"/>	Posts de suspense João (12–16 jun): tom direto, fala de IA nas empresas dele	Táina	12–16 jun	CRÍTICO
<input type="checkbox"/>	Posts suspense LIA: auditório, countdown, ganchos de curiosidade	XPTO	12–16 jun	CRÍTICO
<input type="checkbox"/>	Publicação sincronizada de todos: João + LIA + influencers às 11h do dia 17 jun	Táina + XPTO	17 jun 11h	CRÍTICO
<input type="checkbox"/>	Publicar Ep.1 a Ep.7 conforme calendário (18 jun a 23 jun)	Táina + XPTO	18–23 jun	CRÍTICO
<input type="checkbox"/>	Stories com contadores de ingressos por lote — comunicar esgotamentos	Táina + XPTO	17 jun+	IMPORTANT E
<input type="checkbox"/>	Lives Marin + Fernando: 'o que você vai aprender no Arena LIA'	XPTO	23 jun / 01 jul	IMPORTANT E
<input type="checkbox"/>	Conteúdos hands-on: 'traga seu notebook', 'não é palestra', 'você sai fazendo'	Táina + XPTO	17 jun+	IMPORTANT E
<input type="checkbox"/>	Stories diários countdown nos últimos 7 dias antes do evento	Táina + XPTO	10–16 jul	IMPORTANT E
<input type="checkbox"/>	Cobertura ao vivo do evento: stories, reels rápidos, quotes dos palestrantes	Táina + Videomaker	17 jul	IMPORTANT E

	Atividade / Providência	Responsável	Prazo	Prioridade
<input type="checkbox"/>	Highlights do evento publicados no mesmo dia 17 jul até as 22h	Táina + Editor	17 jul	IMPORTANT E
<input type="checkbox"/>	Série pós-evento: depoimentos, clips, cases — sempre com CTA assinatura LiaHub	XPTO	A partir 18 jul	RECORRENTE
<input type="checkbox"/>	Série 'o que os pilotos aprenderam' — 4 semanas em agosto	XPTO	Agosto	RECORRENTE

## 6. Venda de ingressos

*Estrutura de lotes F1: Pole Position R\$499 · Grid R\$599 · Warm Up R\$699 · Bandeira Quadriculada R\$899 · Paddock Club VIP R\$1.200*

	Atividade / Providência	Responsável	Prazo	Prioridade
<input type="checkbox"/>	Configurar todos os lotes no checkout com preços corretos e limite de vagas	Dir. Geral	Até 14 jun	CRÍTICO
<input type="checkbox"/>	Configurar Paddock Club VIP: 30 vagas, R\$1.200, com descrição das exclusividades	Dir. Geral	Até 14 jun	CRÍTICO
<input type="checkbox"/>	Comunicar âncora R\$999 na landing page — Pole Position como '50% de desconto'	Dir. Geral	Até 16 jun	CRÍTICO
<input type="checkbox"/>	Sequência de e-mail mkt: 3 e-mails pré-evento (24, 26 e 30 jun)	XPTO	A partir 24 jun	IMPORTANT E
<input type="checkbox"/>	Oferta corporativa: 5+ ingressos com desconto — follow-up empresas	Dir. Geral	A partir 20 jun	IMPORTANT E
<input type="checkbox"/>	Roundtable Paddock Club: agendar data, local e logistics com João	Dir. Geral	Até 30 jun	IMPORTANT E
<input type="checkbox"/>	Comunicar esgotamento de cada lote como prova social imediatamente	XPTO + Táina	Ao longo	RECORRENTE
<input type="checkbox"/>	Disparo lista VIP WhatsApp no last call (13 jul)	XPTO	13 jul	IMPORTANT E
<input type="checkbox"/>	Vídeo pessoal do João convocando na Bandeira Quadriculada (12 jul)	Táina	12 jul	IMPORTANT E
<input type="checkbox"/>	E-mail sequences pós-evento: participantes (4 e-mails) + não-participantes (4 e-mails)	XPTO	A partir 18 jul	RECORRENTE

## 7. Dia do evento — 17 de julho

*Chegada às 06h. Briefing da equipe às 08h. Abertura às 09h.*

	Atividade / Providência	Responsável	Prazo	Prioridade
<input type="checkbox"/>	Briefing matinal com toda a equipe de produção e captação às 08h	<b>Dir. Geral</b>	17 jul 08h	<b>CRÍTICO</b>
<input type="checkbox"/>	Testar todas as câmeras, microfones, projeção e iluminação antes de abrir portas	<b>Adan</b>	17 jul 07h	<b>CRÍTICO</b>
<input type="checkbox"/>	Credenciamento dos 300 participantes — equipe de apoio posicionada	<b>Adan</b>	17 jul 08h	<b>CRÍTICO</b>
<input type="checkbox"/>	Câmera móvel: Videomaker + Taína com celular — dupla cobertura ao vivo	<b>Videomaker + Taína</b>	17 jul	<b>CRÍTICO</b>
<input type="checkbox"/>	Câmera fixa 4K no palco ligada durante 100% do evento	<b>Câmera fixa</b>	17 jul	<b>CRÍTICO</b>
<input type="checkbox"/>	Fotógrafo cobrindo todo o evento: panorâmicas, speakers, participantes, certificações	<b>Fotógrafo</b>	17 jul	<b>CRÍTICO</b>
<input type="checkbox"/>	XPTO: stories ao vivo nos perfis LIA e LiaHub ao longo do dia	<b>XPTO</b>	17 jul	<b>IMPORTANT E</b>
<input type="checkbox"/>	RP: atender jornalistas credenciados + agendar entrevistas no coffee break	<b>RP</b>	17 jul	<b>IMPORTANT E</b>
<input type="checkbox"/>	Gravar 10–15 depoimentos estruturados com participantes (5 min cada)	<b>Videomaker</b>	17 jul	<b>IMPORTANT E</b>
<input type="checkbox"/>	Entrevista longa João após o evento (15–20 min)	<b>Videomaker</b>	17 jul 19h	<b>IMPORTANT E</b>
<input type="checkbox"/>	Foto coletiva oficial — todos os 300 + palestrantes	<b>Fotógrafo</b>	17 jul 18h	<b>IMPORTANT E</b>
<input type="checkbox"/>	Publicar highlights e foto coletiva ainda no dia 17 jul até 22h	<b>Editor + Taína</b>	17 jul 22h	<b>IMPORTANT E</b>

## 8. Pós-evento — motor de venda da assinatura LiaHub

*A partir de 18 jul o evento vira máquina de conteúdo e funil de assinatura.*

	Atividade / Providência	Responsável	Prazo	Prioridade
<input type="checkbox"/>	Módulo 1 do curso gravado disponível na plataforma (até 24 jul)	<b>Prod. Digital</b>	24 jul	<b>CRÍTICO</b>
<input type="checkbox"/>	Módulo 2 disponível (até 28 jul) · Módulo 3 disponível (até 31 jul)	<b>Prod. Digital + Editor</b>	28–31 jul	<b>CRÍTICO</b>
<input type="checkbox"/>	E-mail 1 para participantes: certificado digital + foto coletiva + próximos passos	<b>XPTO</b>	18 jul	<b>CRÍTICO</b>
<input type="checkbox"/>	Campanha Meta com fotos e vídeos do evento como criativo de anúncio	<b>Rafael Pilat</b>	A partir 22 jul	<b>IMPORTANT E</b>

	Atividade / Providência	Responsável	Prazo	Prioridade
<input type="checkbox"/>	Clip do reveal do João — editar e publicar (até 20 jul)	Editor	20 jul	IMPORTANT E
<input type="checkbox"/>	Depoimento estruturado de participante publicado por semana (julho–agosto)	XPTO + Editor	Semanal	RECORRENTE
<input type="checkbox"/>	Case com ROI calculado: empresa que implementou em 30 dias	Dir. Geral	Agosto	IMPORTANT E
<input type="checkbox"/>	Live mensal Marin: 'cases reais pós Arena LIA'	XPTO	Mensal	RECORRENTE
<input type="checkbox"/>	NPS dos assinantes nos primeiros 30 dias	Dir. Geral	17 ago	IMPORTANT E
<input type="checkbox"/>	Abrir lista de espera para 2ª edição do Arena LIA	Dir. Geral	Agosto	RECORRENTE
<input type="checkbox"/>	Campanha corporativa B2B: RH e T&D de empresas para assinatura LiaHub	Rafael Pilat	Agosto	RECORRENTE

## Contratações urgentes — sem elas a operação não funciona

*Estes papéis ainda não estão cobertos pelo time. Contratar antes de 10 de junho.*

	Atividade / Providência	Responsável	Prazo	Prioridade
<input type="checkbox"/>	Assessora de RP — carteira ativa em Exame, Valor, InfoMoney, Startups, Folha	Dir. Geral	ATÉ 06 JUN	CRÍTICO
<input type="checkbox"/>	Gestor(a) de influencers / partnerships — min. 5 perfis de IA e negócios	Dir. Geral	ATÉ 07 JUN	CRÍTICO
<input type="checkbox"/>	Cinegrafista para câmera fixa no evento (day hire 17 jul)	Adan	ATÉ 10 JUL	CRÍTICO
<input type="checkbox"/>	Fotógrafo profissional — eventos corporativos (day hire 17 jul)	Adan	ATÉ 10 JUL	CRÍTICO
<input type="checkbox"/>	Produtor(a) de conteúdo digital — gestão da plataforma EAD pós-evento	Dir. Geral	ATÉ 01 JUL	IMPORTANT E
<input type="checkbox"/>	Copywriter / CRM — e-mails, landing page, copies de anúncios	Dir. Geral	ATÉ 10 JUN	IMPORTANT E
<input type="checkbox"/>	Coordenador(a) de credenciamento e logística no dia do evento	Adan	ATÉ 10 JUL	IMPORTANT E