01 / A PROPOSTA

Uma tecnologia. Três mercados. Uma nova narrativa.

Posicionamento, lançamento e conteúdo para transformar o Perceptrum em uma conversa clara de mercado. Uma proposta de direção estratégica por João Mendes.

02 / O PRODUTO

Monitoramento privado. Cooperação autorizada.

Dez recursos apresentados no material recebido. Convite por câmera e por órgão, análise local e compartilhamento do evento autorizado. Não é acesso geral a câmeras.

03 / A TESE

Um evento. Uma autorização. Uma decisão humana.

Fazer o Perceptrum ser entendido como monitoramento privado com cooperação pública autorizada. Converter explicação em demonstração e demonstração em uma próxima decisão verificável, com jornadas próprias para empresas, pessoas e órgãos públicos.

04 / B2B

Uma situação da operação. Uma demonstração compreensível.

Defina o que merece atenção na sua operação. Avalie alertas dentro das capacidades do sistema e cooperação pública por convite, com câmera e órgão definidos.

05 / B2C

Clareza antes de adesão.

Comece por um alerta que faça sentido para você. Conheça os requisitos e entenda o convite de cooperação antes de decidir participar.

06 / B2G

Cooperação não é promessa de contratação pública.

Avalie uma cooperação delimitada por câmera, órgão e finalidade. A busca e o alerta podem ser automáticos; a providência é decidida por agentes humanos.

07 / A OFERTA

Cooperar é gratuito. O restante precisa ser definido.

O material informa gratuidade da cooperação na busca. Preço do software, infraestrutura, suporte e condições comerciais não são presumidos.

08 / A CRIAÇÃO

Explicar o fluxo, não empilhar funções.

Três estudos de vídeo, uma simulação ilustrativa e 24 ideias com fala, direção e CTA. A peça deve mostrar o contexto, o recurso confirmado, o limite e o próximo passo.

09 / O LANÇAMENTO

Escolher um primeiro ciclo que possa ser atendido.

Seis caminhos propostos: rotina cotidiana, mesa de cooperação, contexto real do dia, sessão aberta, coorte com capacidade comprovada e oferta contínua. A escolha depende de produto, público e operação.

10 / O TRABALHO DE JOÃO

Dar direção para cada decisão.

Minha proposta é organizar o que o Perceptrum entrega, traduzir isso para cada público e criar uma operação de comunicação que o comercial consiga usar. Começamos pelo que pode ser demonstrado, medimos o que gera conversas qualificadas e ampliamos o que funciona.

11 / A EXECUÇÃO

Validar. Construir. Observar. Ampliar.

As quatro fases têm critérios de passagem. Clareza, interesse qualificado e avaliação real orientam a próxima decisão; alcance isolado não é venda.

12 / A PRÓXIMA CONVERSA

Sair com um caminho, não só com uma boa impressão.

Definir responsável de produto, oferta por público, primeiro cenário, fluxo institucional, produção e distribuição. Depois, pactuar o escopo de trabalho e iniciar o primeiro ciclo.