



NEGÓCIOS  
PRÓSPEROS  
NASCEM DE  
RAÍZES FORTES.

## ÍNDICE

Boas Vindas .....	3
Declaração de Compromisso .....	5
Fortalecendo as raízes .....	7
Método Legacy .....	30
Cultivando os clientes .....	31
Florescendo o negócio .....	39
Planejamento 5 anos .....	44
Mahster Planner 2026 .....	59
Insight Final da Mentora .....	99

## BOAS VINDAS

O processo de construção do negócio é similar ao processo de desenvolvimento da natureza, em todas as suas manifestações. Exige tempo para aprender, rotina para cultivar, atenção para observar, disciplina para cuidar e perseverança para acreditar nos frutos que ele renderá.

E, antes de qualquer coisa, um negócio é a convergência estruturada entre identidade, cultura e legado. *Identidade* é sobre quem você é, com suas forças, sua luz, sua potência, mas também os seus sabotadores, aqueles pontos sombrios que tantas vezes você tenta esconder por vergonha ou medo. O seu poder é ser você na sua inteireza.

*Cultura* é como você tangibiliza a sua identidade, ou seja, como você apresenta suas forças e vulnerabilidades de maneira coordenada para as pessoas ao seu redor, como você cria percepções e memória no outro a partir de quem você verdadeiramente é.

Por fim, temos o *legado*, que é a sua entrega de valor para o mundo. O legado é a manifestação do seu serviço em benefício de outros, por meio dos seus talentos, do seu trabalho, do seu serviço e da sua fé, primeiramente em si mesmo.

Se você se permitiu chegar até aqui, mesmo com incertezas, mesmo com medo, mesmo sem entender exatamente se está no caminho certo, é porque de alguma forma você sente que sua vida é mais do que apenas este ciclo repetitivo de ações em modo automático, sem vibração, sem cor e sem sabor.

A vida é o que acontece quando você deixa de viver apenas pelos seus prazeres imediatos e começa a construir futuro, quando investe no fortalecimento das suas bases, do que sustenta você, inclusive nos dias difíceis.

Ao cuidar das suas raízes e torná-las mais fortes, você está cuidando do alicerce que permitirá que o seu negócio prospere e cresça sem limites e sem fronteiras. Parabéns por priorizar o seu projeto mais importante: a sua existência!

Bem-vindo(a) ao Mahster 2026!

**Marcela Brito | Mahster Trainer**



## ORGANIZAR PARA PROSPERAR

NOME: \_\_\_\_\_

TELEFONE: \_\_\_\_\_

EMPRESA: \_\_\_\_\_

META FINANCEIRA PARA 2026: \_\_\_\_\_

SONHO PESSOAL PARA 2026: \_\_\_\_\_

O QUE SERÁ DELEGADO EM 2026: \_\_\_\_\_

MAHSTER DAY 2026: \_\_\_\_\_

DATA IMERSÃO MAHSTER 2027: \_\_\_\_\_

TICKET DE RENOVAÇÃO 2027: \_\_\_\_\_

DATA DE RENOVAÇÃO MAHSTER 2027: \_\_\_\_\_

## DECLARAÇÃO DE COMPROMISSO

1. Você está disposto a se desconstruir para se tornar a pessoa que vai viver a vida que você realmente gostaria de viver?

---

2. Você entende que os seus resultados são construídos à medida em que você desenvolve continuamente os comportamentos de excelência?

---

3. Você está realmente disposto a respeitar seu tempo, recursos e emoções para trabalhar pelo seu projeto maior de vida este ano?

---

4. Você entende que seu processo de desenvolvimento pessoal e empresarial passa pela necessidade de tomar decisões difíceis e dolorosas?

---

5. Você aceita ser conduzido com humildade, mesmo que alguns direcionamentos confrontem algumas de suas crenças?

---

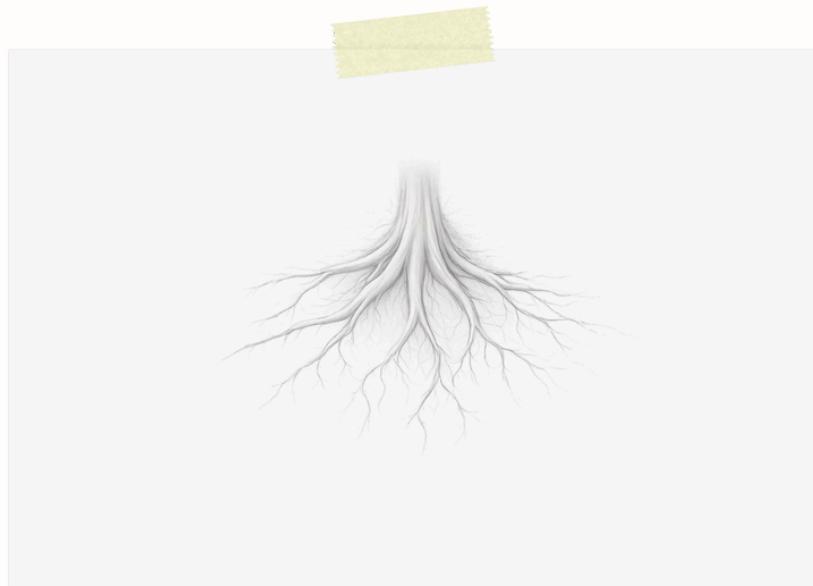
6. Você se compromete a entrar em AÇÃO e fazer o que precisa ser feito mesmo quando você ainda não enxerga o resultado?

---



O QUE VOCÊ FOCA,  
EXPANDE.

## PALAVRA PARA 2026



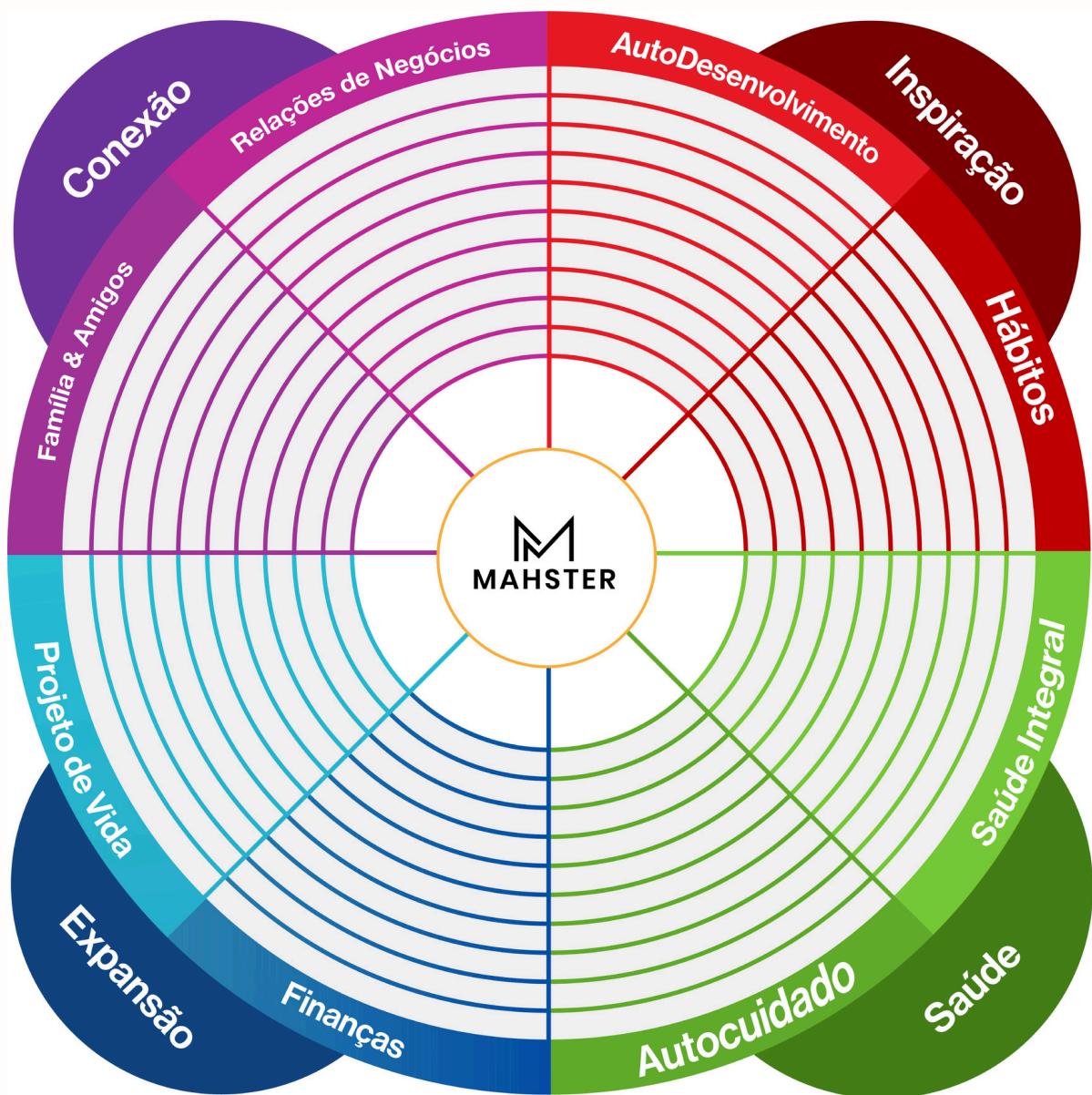
EM 2026, EU VOU REALIZAR...





VOCÊ É O  
ROTEIRISTA  
DA SUA VIDA.

## RODA DA VIDA





## RODA DA VIDA

Agora chegou o momento de VOCÊ definir as mudanças que precisará fazer ao longo de 2026 para atingir os resultados desejados em cada área.

FAMÍLIA & AMIGOS

---

RELAÇÕES DE NEGÓCIOS

---

AUTODESENVOLVIMENTO

---

HÁBITOS

---

SAÚDE INTEGRAL

---

AUTOCUIDADO

---

FINANÇAS

---

PROJETO DE VIDA

---

## ROTINA DE PROTAGONISTA

HORÁRIOS	SEGUNDA-FEIRA	TERÇA-FEIRA	QUARTA-FEIRA	QUINTA-FEIRA	SEXTA-FEIRA	SÁBADO	DOMINGO
6H ÀS 7H							
7H ÀS 10H							
10H ÀS 12H							
12H ÀS 13H							
13H ÀS 16H							
16H ÀS 18H							
18H ÀS 20H							
20H ÀS 22H							

## 1% MELHOR TODO DIA: O CAMINHO DA EXCELÊNCIA

Se você está focado apenas nas suas metas para alcançar os seus resultados de 2026, eu tenho que te falar que tem mais água debaixo dessa ponte. De acordo com o pesquisador James Clear, autor do livro "Hábitos Atômicos", o ideal é cultivar alguns comportamentos de forma coordenada e constante para alcançar os objetivos desejados.

Segundo ao autor, os comportamentos que transformam pessoas comuns como eu e você devem ser cultivados de maneira constante, a fim de que a cada dia você evolua 1% no seu processo. Ele afirma que *"os hábitos são os juros compostos do comportamento."*

Portanto, os comportamentos das pessoas de sucesso incluem:

1. **Flexibilidade Cognitiva e Adaptabilidade:** a capacidade de se adaptar a novas situações e encontrar soluções criativas para problemas é um fator-chave para o sucesso, permitindo-lhes inovar e navegar em ambientes de mudança.
2. **Aprendizado Contínuo e Curiosidade:** indivíduos de sucesso mantêm-se em constante aprendizado, seja em áreas acadêmicas, gestão ou novas tecnologias. A curiosidade os ajuda a desenvolver o prazer pelo aprendizado e melhora o desempenho.
3. **Definição de Metas Claras:** elas sabem exatamente o que querem e trabalham em direção a objetivos claros, o que orienta seus comportamentos e foco diário.
4. **Resiliência e Disciplina:** a perseverança e a disciplina, mesmo diante de contratempos, são características marcantes. Elas entendem que os resultados vêm com o tempo e a consistência.
5. **Organização e Metodologia:** muitas pessoas bem-sucedidas são extremamente metódicas e organizadas com suas agendas e rotinas, o que ajuda na execução consistente de seus hábitos.
6. **Técnicas de Visualização (como WOOP):** neurocientistas identificaram técnicas como o método WOOP (*Wish, Outcome, Obstacle, Plan*), que ajuda a visualizar metas e obstáculos, sendo útil para manter o foco e tomar decisões sob pressão.

O sucesso não é construído da noite para o dia. Ele é o resultado de ações que são feitas todo santo dia, mesmo quando você não quer fazê-las.

Disciplina e constância são mais poderosos do que atalhos milagrosos.

## TESTE DOS VALORES

VALOR	IMPORTÂNCIA (ESCALA DE 1 A 6)	APLICAÇÃO PRÁTICA (ESCALA DE A A F)
CORAGEM		
CONFIABILIDADE		
PACIÊNCIA		
INTEGRIDADE		
EMPATIA		
DILIGÊNCIA		
HUMILDADE		
RESPEITO		
COMPRAIXÃO		
EQUIDADE		

## PARA CONSTRUIR EM 2026

1. O que você deseja especificamente? *seja detalhista e descreva de um modo sensorial o que você deseja alcançar.*

---

---

2. Como você saberá quando atingir o que deseja? *determine o tipo de evidência que comprovará o alcance do resultado desejado.*

---

---

3. Sob quais circunstâncias, onde, quando e com quem você deseja ter este resultado? *defina os detalhes do contexto de tempo, lugar e pessoas no qual o resultado será atingido.*

---

---

4. O que ainda o impede de ter o resultado desejado? *identifique e explore qualquer sensação, pensamento ou situação que parece ser uma barreira.*

---

---

## PARA CONSTRUIR EM 2026

5. De quais recursos você precisará para ajudá-lo a criar o que deseja? *defina os recursos que você já possui (conhecimento, dinheiro, conexões etc.)*

---

---

---

---

---

6. Como você chegará ao seu objetivo? *identifique as etapas necessárias que facilitarão seu acesso até o seu objetivo.*

---

---

---

---

---



## OBJETIVOS PARA OS PRÓXIMOS 5 ANOS

ANO 1

---

---

---

---

ANO 2

---

---

---

---

ANO 3

---

---

---

---

## OBJETIVOS PARA OS PRÓXIMOS 5 ANOS

ANO 4

---

---

---

---

ANO 5

---

---

---

---

Principais desafios e soluções:

---

---

---

---

## QUEM VENCE QUANDO VOCÊ VENCE?

Quando você alcançar seus objetivos pessoais, quem vence com você e o que muda?

---

---

---

---

---

---

Quando você alcançar seus objetivos profissionais, quem vence com você e o que muda?

---

---

---

---

---

---

## A TOLERÂNCIA À DOR NO PROCESSO DE CRESCIMENTO

A psiquiatra Anna Lembke, da Universidade Stanford, e autora do livro "Nação Dopamina" acredita que a ideia de eliminar a dor a qualquer custo como paradigma trouxe desvantagens para a sociedade.

Lembke se refere tanto à fuga automática de desconfortos como o tédio e a monotonia quanto ao uso indiscriminado de medicamentos para combater a dor - algo que teve grande papel na crise dos opioides, que vitimou centenas de milhares de norte-americanos nas últimas décadas.

*"Evitar a dor nos priva de experiências que constroem os calos mentais para encarar desafios futuros. E eu falo de dor de uma forma ampla: emocional, espiritual, todos os diferentes tipos de sofrimento físico e psicológico."*

A retomada do contato com o desconforto é exemplificada no livro por algo frugal: a terapia do banho gelado (e, de fato, pesquisas sugerem benefícios da água fria não só para melhorar a circulação, mas também para aliviar depressão).

*"Junto com o acesso crescente a medicamentos e a comportamentos que nos apartam das experiências tradicionais de dor, nós desenvolvemos uma narrativa em que a dor deve ser evitada em nós ou nos nossos filhos"*, afirma.

*"Como resultado, pais se tornaram temerosos de deixar que seus filhos experimentem qualquer tipo de sofrimento, com medo de que eles acabem no divã ou com algum distúrbio psicológico. Mas o fato é que proteger as crianças de experiências desafiadoras é privá-las da oportunidade de construir uma fortaleza mental que elas necessitam no mundo."*

Mas uma pergunta paira: não será justamente a vida moderna, com toda a sua pressão e desafios, que impõe peso sobre todos que a habitam e dessa forma precisamos de algo para sanar essas dores?

## A TOLERÂNCIA À DOR NO PROCESSO DE CRESCIMENTO

Ela responde: *"Eu concordo que nós vivemos em um mundo muito estranho e em uma época muito estranha, e que a vida em tempos modernos é difícil por razões paradoxais".*

*"Acho que medicamentos psicotrópicos têm representado uma maneira para nos adaptar a um mundo para o qual a nossa evolução ainda não chegou. Mas, em geral, eu acho que esses remédios são prescritos de forma excessiva, sem o reconhecimento de seus lados negativos, incluindo o potencial para se viciar ou nos privar de sentir as intensas emoções que nos tornam humanos."*

A sugestão no livro é que, em vez de usar medicamentos para nos adaptar a esse novo mundo é tentar mudar as nossas experiências nele.

Fonte: <https://g1.globo.com/saude/noticia/2025/02/10/dopamina-por-que-busca-desenfreadada-por-estimulos-pode-tirar-satisfacao-da-vida.ghtml>

## ABRAÇANDO O DESCONFORTO

Sinto desconforto com...

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Ações para aumentar tolerância ao desconforto:

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## PLANO SE...

Se o cenário em 2026 for **desfavorável**, o que você precisa continuar fazendo?

---

---

---

---

---

---

---

---

Se o cenário em 2026 for **favorável**, o que você precisa continuar fazendo?

---

---

---

---

---

---

---

---

## ATRIBUTOS DO TITÂNIO E O PROCESSO DE CRESCIMENTO

Nas minhas pesquisas sobre a natureza e seus elementos, me identifiquei profundamente com o **titânio**. Se alguns elementos da natureza passaram por alterações físico-químicas e se tornaram fundamentais para o desenvolvimento das sociedades modernas, eu acredito profundamente que, como seres humanos e parte desta mesma natureza, podemos desenvolver atributos próprios desses elementos.

Quando falamos sobre os comportamentos de pessoas que atingem um alto grau de excelência em tudo o que fazem, não estamos nos referindo a super-heróis. Ao contrário, falamos sobre pessoas comuns que decidiram pagar o preço do seu processo de desenvolvimento pessoal e profissional.

E os comportamentos que elas desenvolveram, curiosamente, se assemelham aos atributos inerentes do processo que forja o titânio. Vamos conhecer esses atributos:

**Alta resistência** - mantém suas propriedades mesmo quando exposto a altas temperaturas. Este atributo é semelhante ao comportamento da **resiliência**, que em situações de desconforto e frustração fortalece nossa mente e nos ensina a sermos mais maduros e tomarmos decisões com mais racionalidade.

**Leveza** - o titânio é considerado um metal de transição leve, o que facilita sua utilidade e aplicação em projetos com diversas finalidades, tanto na indústria quanto na Medicina. Podemos associá-lo à **humildade confiante**, que traz a consciência de que precisa continuar se desenvolvendo, mas que entende seu valor.

**Biocompatibilidade** - o titânio é reconhecido por sua grande utilidade na produção de próteses, devido à alta tolerância do organismo humano às suas propriedades. Este atributo é como a **adaptabilidade**, que nos convida a viver experiências novas e desconhecidas como forma de ampliar nosso processo de desenvolvimento humano em todas as áreas.

## COMPORTAMENTOS DO NOVO EU

Quais são os limites que o seu novo EU precisa impor na **vida pessoal**?

---

---

---

---

---

---

---

Quais são os limites que o seu novo EU precisa impor na **vida profissional**?

---

---

---

---

---

---

---

## HÁBITOS DE PROTAGONISTA

O ERRO É APENAS  
UMA RESPOSTA AO  
QUE NÃO DEU CERTO.

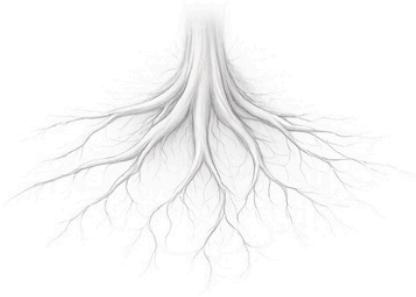


# ERROS COMO PARTE DO PROCESSO

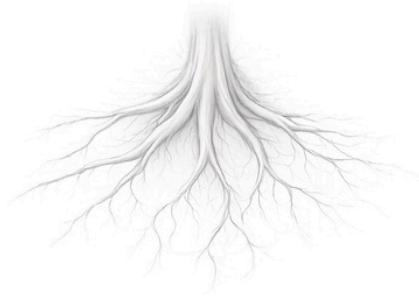
## FORTALECENDO A AUTOCONFIANÇA

*A autoconfiança é a raiz que sustenta a clareza do seu valor e o entendimento de que sempre há espaço para se desenvolver e aprender.*

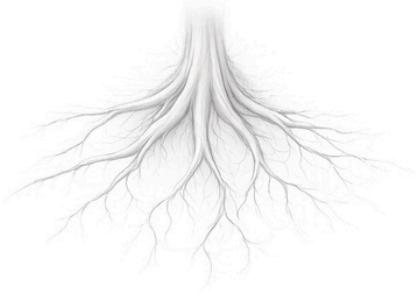
**Acordos que preciso cumprir comigo**



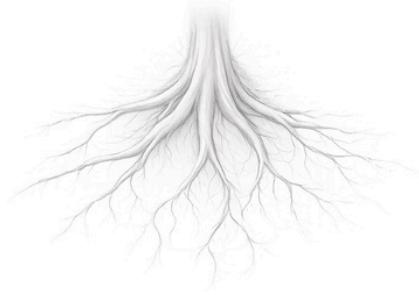
**Experiências que receio, mas preciso viver**



**Assuntos que devo silenciar antes de realizar**

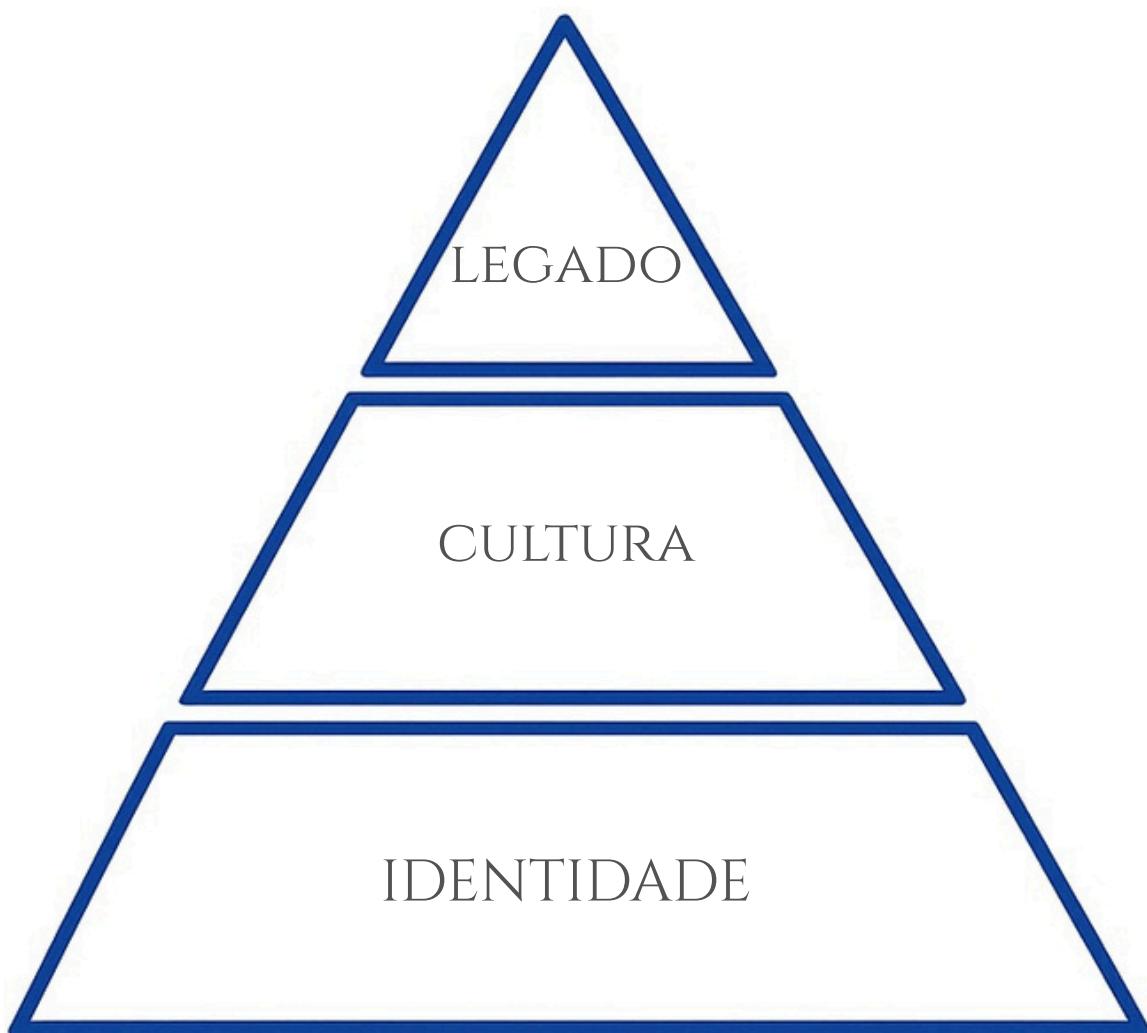


**Formas de celebrar minhas conquistas**



**POSICIONAMENTO É  
OCUPAR UM LUGAR  
ÚNICO NA  
MEMÓRIA DO OUTRO.**

## MÉTODO LEGACY



## CONHECENDO MEU CLIENTE IDEAL

*COMUNICAÇÃO PARA VENDAS*

Quais são as **principais características** da pessoa para quem eu quero vender?

---

---

---

Quais são os **hábitos de consumo** da pessoa para quem eu quero vender?

---

---

---

Quais são as **principais dores e dificuldades** que essa pessoa enfrenta?

---

---

---

---

## CONEXÃO COM O CLIENTE IDEAL

*COMUNICAÇÃO PARA VENDAS*

O que eu posso fazer para me **conectar** com meu cliente ideal?

---

---

---

Em quais **ambientes** eu preciso estar para me conectar com meu cliente ideal?

---

---

---

Como eu posso **resolver os problemas** do meu cliente ideal?

---

---

---

## TRANSFORMAÇÃO DO CLIENTE IDEAL

COMUNICAÇÃO PARA VENDAS

Como estava a **vida do cliente antes** de você?

---

---

Como ele estava se **sentindo antes** de ser atendido por você?

---

---

Como está a **vida do cliente depois** de você?

---

---

Como ele **se sente após** ser atendido por você?

---

---

## TÉCNICA SPIN SELLING

COMUNICAÇÃO PARA VENDAS

### S (situação)

*Oi, Yara! Por favor, me conte um pouco mais sobre como o seu negócio funciona, como ele está organizado.*

### P (problema)

*Entendi. Realmente gerir um negócio sem apoio é bem desafiador. Do jeito que funciona hoje, o que mais tira seu sono?*

### I (implicação)

*Yara, se você continuar nesse ritmo nos próximos 12 meses, qual impacto vai gerar na sua saúde, qualidade de vida e nos resultados do negócio?*

### N (necessidade)

*Yara, o que mudaria na sua vida nos próximos 12 meses se você recebesse o meu direcionamento na reestruturação do seu negócio?*

# CONQUISTE A CONFIANÇA DO CLIENTE

*COMUNICAÇÃO PARA VENDAS*



## NEUROMARKETING: APRENDA A SE CONECTAR COM SEU CLIENTE

Está com dificuldade no crescimento do seu negócio?

Já parou para pensar que talvez esteja faltando o básico: **OUVIR O SEU CLIENTE?** Sim, aprender a ouvir o cliente pode ser a chave do crescimento do seu negócio!

Sim, a **escuta ativa** é sobre o entendimento do que o seu cliente quer e não exatamente sobre o que ele precisa... Na verdade, é você quem sabe o que o cliente precisa, mas você precisa aprender a vender o que ele deseja.

Na maioria das vezes, o cliente FALA o que você precisa mostrar/dizer para que ele confie em você e te contrate ou compre seu produto.

O grande problema é que você não ESCUTA e acha que precisa falar mais do que o cliente e que precisa tentar convencê-lo a te contratar... e é aí que se forma a confusão!

O seu negócio precisa atender primeiro às suas necessidades, porém o seu negócio é SOBRE O CLIENTE. Se você está com dificuldade demais é porque tem algo errado e este é o momento de corrigir estes erros para que seu negócio evolua.

Talvez só esteja faltando parar um pouco e escutar o que o cliente deseja... É uma questão de exercício, escuta ativa e muita prática!

Venda o que o cliente quer e entregue o que ele precisa!

Vamos praticar?

# CRIAÇÃO DE CONTEÚDO ESTRATÉGICO

## COMUNICAÇÃO PARA VENDAS

Defina até 3 temas que vão compor sua linha editorial:

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

Qual tipo de pessoa você NÃO quer atrair com o seu conteúdo? (*mentalidade, comportamento, postura*)

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Qual é o manifesto que você defenderá publicamente? (*algo que vá na contramão do senso comum do seu mercado*)

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

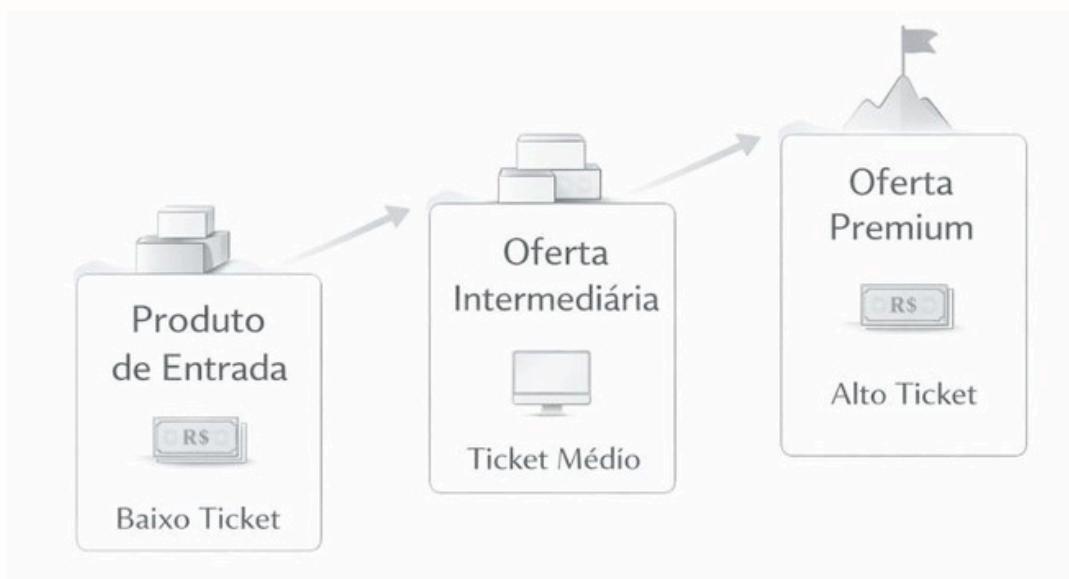
O SEU NEGÓCIO É  
REFLEXO DA  
MANEIRA COMO  
VOCÊ SE TRATA.

## ESTRUTURA DE NEGÓCIO

### PRODUTO ÚNICO



### ESTEIRA DE PRODUTOS



## ESTRUTURA DE NEGÓCIO

### ECOSSISTEMA DE NEGÓCIO

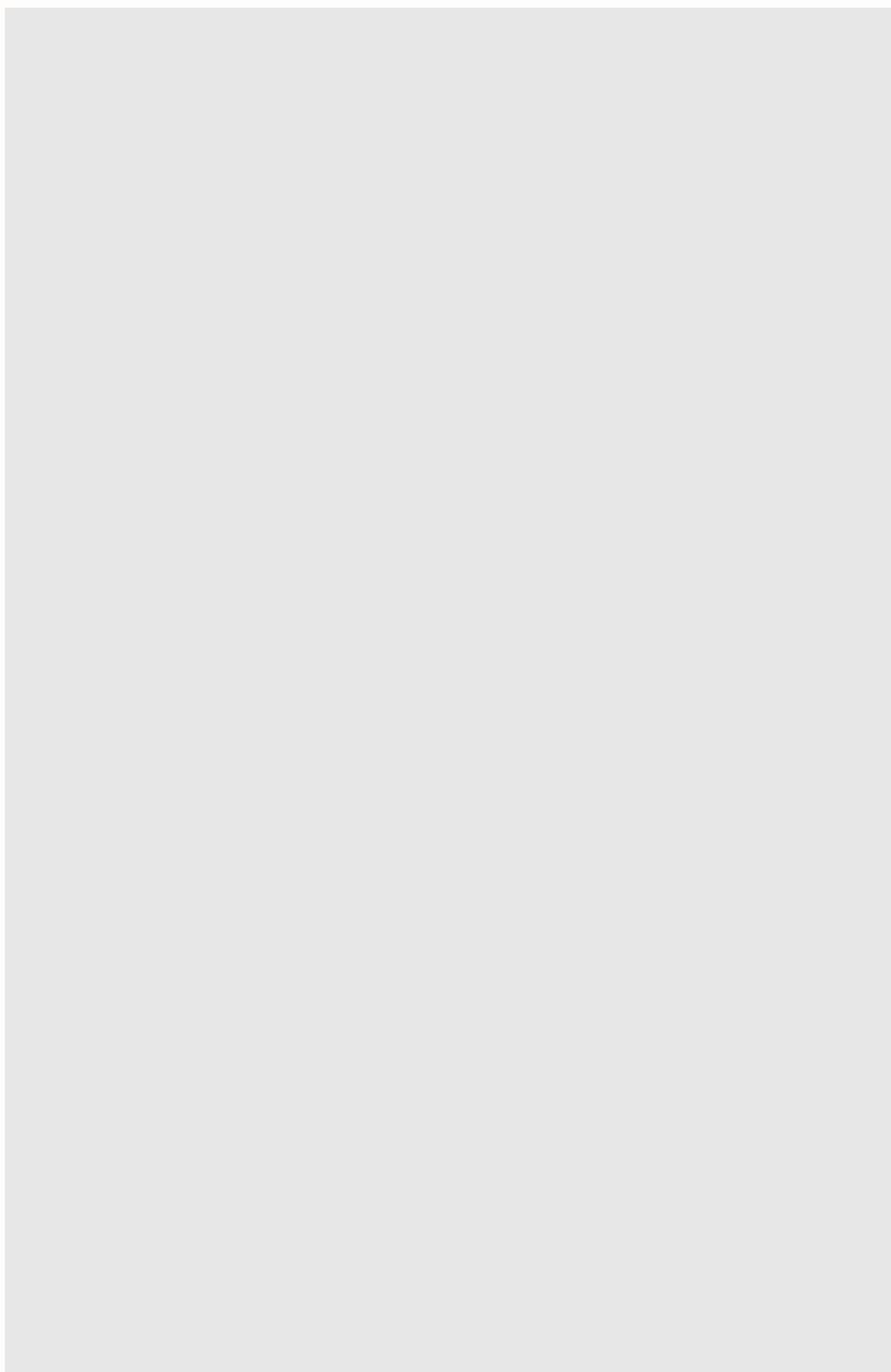


# DESENHANDO A SUA ESTRUTURA



**iventys**

Educação Corporativa  
Recrutamento  
Consultoria



## MENOS APEGO AO PRODUTO E MAIS ATENÇÃO AO CLIENTE!

Pensar em um novo produto ou serviço e, até mesmo, na estrutura que você vai escolher para aplicar ao seu modelo de negócio é um grande desafio. E neste processo, precisamos exercitar o desapego ao produto e o olhar constante para o cliente e suas dores.

Um negócio só existe quando o dono do negócio entende que o seu principal trabalho é resolver o problema do seu cliente. Dedicar tempo, pesquisa, foco e estudo para conhecer profundamente o que está tirando o sono e a paz do seu cliente ideal são as tarefas mais importantes da sua rotina como empresário.

Olhar para um problema e entender que ele se conecta com seus conhecimentos, habilidades e experiências é a forma mais eficiente de começar a desenhar o seu **MVP** - *minimum viable product* (mínimo produto viável).

Portanto, antes de sair por aí criando produtos e serviços aleatórios que alguém disse que funciona no mercado X, Y ou Z, coloque energia e atenção a olhar para o cliente para o qual você deseja vender. E, então, pense em soluções que ele pagaria para acessar e, finalmente, voltar a ter um pouco de paz em sua vida.

Enquanto pensa em resolver o problema dele, pesquisa em seu mercado potenciais concorrentes no seu nicho e identifique o que eles não estão contemplando. Geralmente o mercado se torna uma leva de gente fazendo coisas muito parecidas sem se dedicar com mente e coração para se diferenciar.

Construa diferenciação estratégica no desenho da sua solução. **O que você pode oferecer ao seu cliente que vai encantá-lo, fazê-lo se sentir único e criar uma memória afetiva com a sua marca?**

Empreendedores trabalham para sanar demandas de curto prazo e urgentes. Empresários de verdade refinam sua visão de futuro e criam raízes fortes que suportem a prosperidade e o crescimento exponencial de seus negócios.

Suas ações definem AGORA quem você escolhe ser no seu mercado.

## PRODUTO E PRECIFICAÇÃO

## METAS PARA OS PRÓXIMOS 5 ANOS

ANO	META FINANCEIRA/ANO	META FINANCEIRA/MÊS	INVESTIMENTO/ANO	REALIZAÇÃO PESSOAL	REALIZAÇÃO PROFISSIONAL	EXECUTADO

## OBSERVAÇÕES E AJUSTES

### **Observações do 1º Semestre de 2026**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

### **Ajustes do 1º Semestre de 2026**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

## OBSERVAÇÕES E AJUSTES

### **Observações do 2º Semestre de 2026**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

### **Ajustes do 2º Semestre de 2026**

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

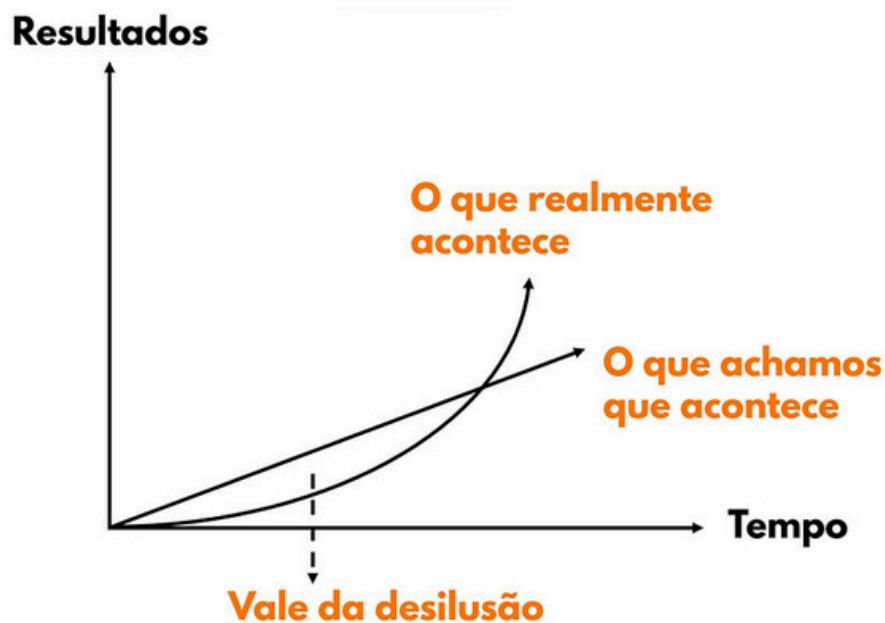
## PLANO DE AÇÃO DOS PRÓXIMOS 5 ANOS

ANO	OBJETIVO	AÇÃO 1	AÇÃO 2	AÇÃO 3	AÇÃO 4

## PLANO DE AÇÃO DOS PRÓXIMOS 5 ANOS

ANO	OBJETIVO	AÇÃO 1	AÇÃO 2	AÇÃO 3	AÇÃO 4

## CURVA DO PROCESSO DE CRESCIMENTO



Muitas vezes agimos com crueldade e injustiça com o nosso próprio tempo e ritmo dentro do nosso processo de crescimento. Na maioria das vezes comparamos os nossos bastidores com o recorte da realidade de outra pessoa. Meu convite aqui é para que você olhe bem para esse gráfico, que representa a curva do processo de crescimento e escreva em detalhes quando você iniciou o seu processo e em que fase você está agora.

---

---

---

---

NÃO É UMA CORRIDA  
DE VELOCIDADE.  
É UMA MARATONA.

## NEGÓCIOS PRÓSPEROS FLORESCEM NO LONGO PRAZO

Aprenda a fidelizar clientes com a métrica LTV - *lifetime value* (valor do ciclo de vida do cliente - tradução livre). Essa métrica avalia o quanto o cliente gasta (e você ganha), em média, com seu produto ou serviço enquanto estiver fazendo negócio com você.

Tempos atrás, as empresas preocupavam-se, sobretudo, com a produção e a eficiência a todo custo. Depois, veio a ênfase em foco na qualidade, a busca incessante do "defeito zero". Mas hoje, a ideia é que o cliente deve ser o centro das atenções de uma empresa, ou seja, ela deve orientar todas as suas energias para atender às necessidades dos clientes.

Afinal, a concorrência é enorme, e as expectativas dos consumidores são cada vez maiores. Por isso, o empreendedor precisa ter uma noção muito clara de gestão financeira.

Uma pesquisa da revista britânica The Economist mostrou que 64% das empresas com foco no cliente são mais lucrativas do que seus concorrentes.

Mas, isso não quer dizer que a prioridade das empresas seja apenas atrair novos clientes, mas fidelizar os que já conquistou. O LTV dá a exata noção de quantas vezes um cliente pode comprar de sua empresa. Dessa forma, você consegue mensurar o quanto está disposto a investir para atrair essa conversão.

Por meio do cálculo do LTV de seu cliente, é possível perceber que mesmo clientes já fidelizados têm potencial para comprar novos produtos.

**Vamos, então, conhecer a fórmula de cálculo do LTV:**

Fórmula para calcular o LTV:

$$\text{LTV (R\$)} = (\text{TM} \times \text{MCCA}) \times \text{MTR}$$

## NEGÓCIOS PRÓSPEROS FLORESCEM NO LONGO PRAZO

- TM = Ticket médio ou valor médio das vendas em um período;
- MCCA = Média de compras por cliente no ano, ou o número de vezes que o cliente adquiriu seu produto no ano. Às vezes, o mesmo cliente faz compras mensais e, às vezes, não. Por isso, os cálculos são baseados em médias, e é frequente que esse número seja sempre por volta de 12.
- MTR = Média de tempo de relacionamento, ou a somatória do tempo de relacionamento de seu cliente dividido pelo total de clientes.

### Vamos agora a um exemplo prático!

Seu Natanael tem uma loja de equipamentos de pesca chamada “Pesque Bem”. Ele quer saber qual é o LTV de seus clientes, pois tem interesse em implantar um sistema de fidelização por meio de cartões virtuais. Então, ele encontrou os seguintes números:

- Ticket médio (TM): R\$ 400,00;
- Média de compras por cliente por ano (MCCA): 12;
- Média de tempo de relacionamento (MTR): 2 anos.

Assim, temos:

$$\text{LTV (R\$)} = (\text{TM} \times \text{MCCA}) \times \text{MTR}$$

$$\text{LTV (R\$)} = (\text{R\$ } 400,00 \times 12) \times 2$$

$$\text{LTV (R\$)} = (\text{R\$ } 4.800,00) \times 2$$

$$\text{LTV (R\$)} = \text{R\$ } 9.600,00$$

Ou seja, cada cliente da loja do seu Natanael gasta, em média, R\$ 9.600,00 em compras ao longo de dois anos.

## NEGÓCIOS PRÓSPEROS FLORESCEM NO LONGO PRAZO

### Conclusão

A previsibilidade é um dado fundamental no comércio moderno, principalmente no e-commerce. Conhecer os hábitos de consumo de seu cliente no seu estabelecimento permitirá servi-lo melhor.

A métrica LTV te fornece condições de saber quanto seu cliente gasta no seu estabelecimento, e em quanto tempo e, dessa forma, investir em estratégias de marketing para fidelizá-lo ainda mais, aumentando assim os seus rendimentos.

Fonte: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/como-fidelizar-clientes-com-o-lifetime-value,995877b65dbb5810VgnVCM1000001b00320aRCRD>

## EXERCÍCIOS PRÁTICOS

1. Qual é o melhor momento de venda no seu negócio? (venda envolve processo decisório e redução de incertezas)

---

---

2. Por que você acredita no que faz e por que acredita que o cliente precisa escolher você? (estudos mostram que profissionais que têm medo do dinheiro possuem maior dificuldade no processo de venda)

---

---

3. Como está sua relação com o dinheiro?

---

---

4. Você tem inovado para melhorar seus processos de venda?

---

---

5. Qual é o faturamento total desde o início do seu negócio? Quanto de dinheiro você já sabe fazer? (é necessário gerar desconforto para falar de seu faturamento, ninguém cresce com desconforto)

---

---

## EXERCÍCIOS PRÁTICOS

6. Qual é o próximo passo do seu negócio quando o assunto é faturamento?

---

---

7. Quais são os ajustes que você precisa fazer hoje para que seu negócio avance?

---

---

8. Você já sabe qual é o número que você precisa correr atrás hoje?

---

---

9. Quais são os impactos que acontecerão na vida do seu cliente em 1, 2, 3 anos se ele não te contratar hoje?

---

---

10. O que você vai fazer de diferente hoje para mudar seu resultado?

---

---

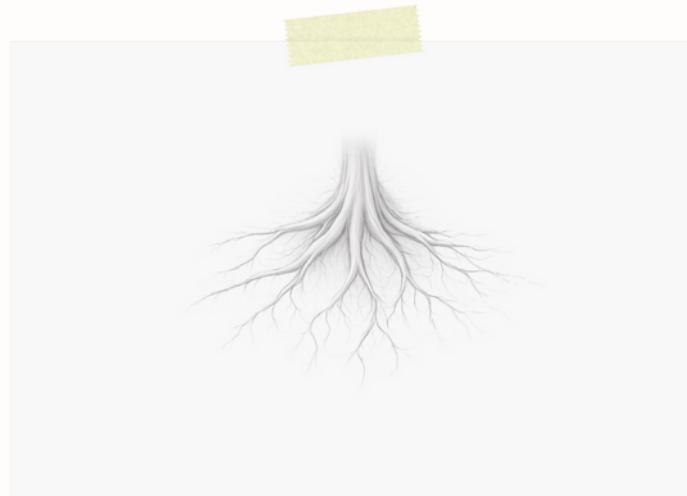
ENCANTAMENTO E FIDELIZAÇÃO DO CLIENTE

ENCANTAMENTO E FIDELIZAÇÃO DO CLIENTE

O RESULTADO QUE  
VOCÊ DESEJA ESTÁ  
NA AÇÃO QUE VOCÊ  
EXECUTA.

# JANEIRO/2026

## PALAVRA DO MÊS



## PRINCIPAL OBJETIVO



## ACOMPANHAMENTO DE DESEMPENHO

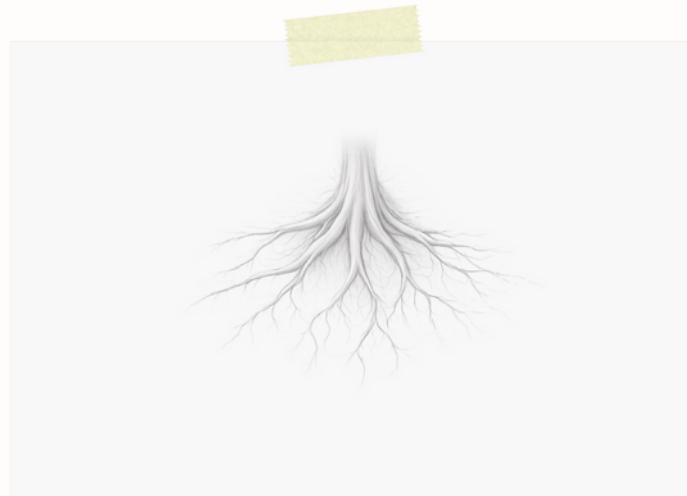
META DE FATURAMENTO					
FATURAMENTO ALCANÇADO					
Nº NOVOS CLIENTES					
DESPESAS TOTAIS					
CAIXA DA EMPRESA					
SALÁRIO					

# FECHAMENTO DO MÊS

APRENDIZADO	DESAFIO	INovação no Negócio	VITÓRIA	ME CUIDEI	TEMPO EM FAMÍLIA						

# FEVEREIRO/2026

## PALAVRA DO MÊS



## PRINCIPAL OBJETIVO



## ACOMPANHAMENTO DE DESEMPENHO

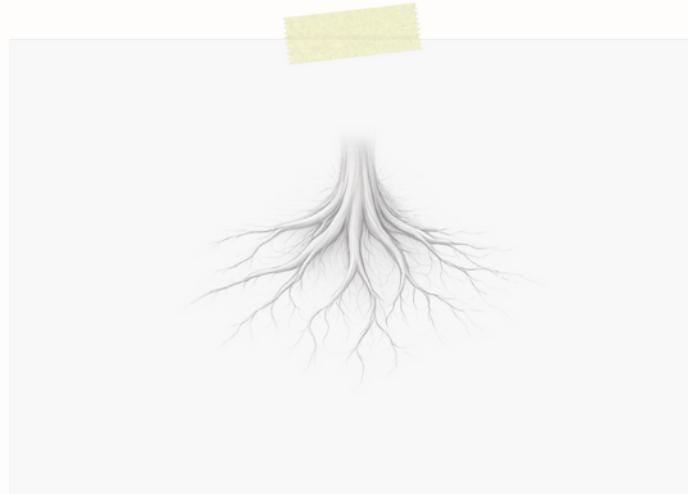
META DE FATURAMENTO					
FATURAMENTO ALCANÇADO					
Nº NOVOS CLIENTES					
DESPESAS TOTAIS					
CAIXA DA EMPRESA					
SALÁRIO					

# FECHAMENTO DO MÊS

APRENDIZADO	DESAFIO	INovação no Negócio	VITÓRIA	ME CUIDEI	TEMPO EM FAMÍLIA						

# MARÇO/2026

## PALAVRA DO MÊS



## PRINCIPAL OBJETIVO



## ACOMPANHAMENTO DE DESEMPENHO

META DE FATURAMENTO					
FATURAMENTO ALCANÇADO					
Nº NOVOS CLIENTES					
DESPESAS TOTAIS					
CAIXA DA EMPRESA					
SALÁRIO					



# iventys

Educação Corporativa  
Recrutamento  
Consultoria

FECHAMENTO DO MÊS

## BALANÇO 1º TRIMESTRE

### ERROS PRINCIPAIS

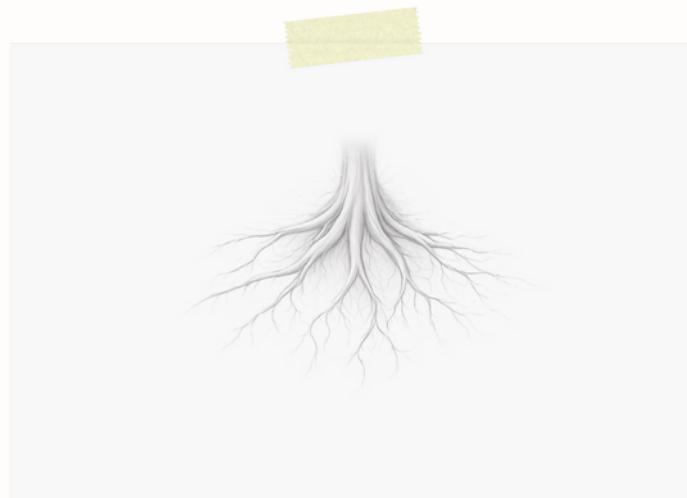
1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

### RECALCULANDO A ROTA

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

# ABRIL/2026

## PALAVRA DO MÊS



## PRINCIPAL OBJETIVO



## ACOMPANHAMENTO DE DESEMPENHO

META DE FATURAMENTO					
FATURAMENTO ALCANÇADO					
Nº NOVOS CLIENTES					
DESPESAS TOTAIS					
CAIXA DA EMPRESA					
SALÁRIO					

## FECHAMENTO DO MÊS

APRENDIZADO	DESAFIO	INovação no Negócio	VITÓRIA	ME CUIDEI	TEMPO EM FAMÍLIA						

# MAIO / 2026

## PALAVRA DO MÊS



## PRINCIPAL OBJETIVO



## ACOMPANHAMENTO DE DESEMPENHO

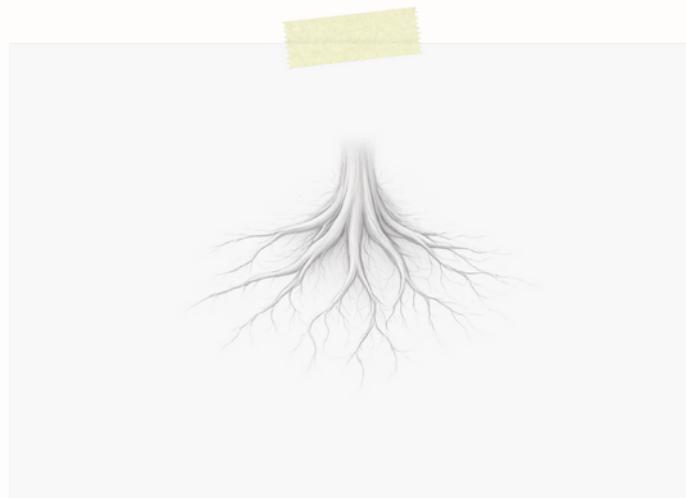
<b>META DE FATURAMENTO</b>					
<b>FATURAMENTO ALCANÇADO</b>					
<b>Nº NOVOS CLIENTES</b>					
<b>DESPESAS TOTAIS</b>					
<b>CAIXA DA EMPRESA</b>					
<b>SALÁRIO</b>					

## FECHAMENTO DO MÊS

APRENDIZADO	DESAFIO	INovação no Negócio	VITÓRIA	ME CUIDEI	TEMPO EM FAMÍLIA						

# JUNHO/2026

## PALAVRA DO MÊS



## PRINCIPAL OBJETIVO



## ACOMPANHAMENTO DE DESEMPENHO

META DE FATURAMENTO					
FATURAMENTO ALCANÇADO					
Nº NOVOS CLIENTES					
DESPESAS TOTAIS					
CAIXA DA EMPRESA					
SALÁRIO					

## FECHAMENTO DO MÊS

APRENDIZADO	DESAFIO	INovação no Negócio	VITÓRIA	ME CUIDEI	TEMPO EM FAMÍLIA						

## BALANÇO 2º TRIMESTRE

### ERROS PRINCIPAIS

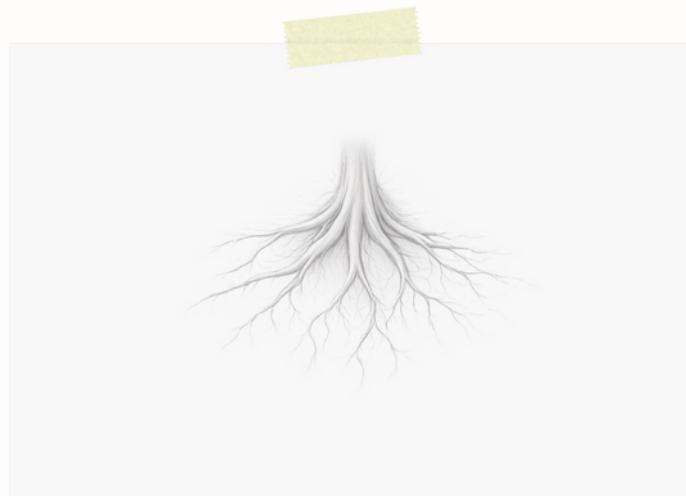
1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

### RECALCULANDO A ROTA

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

# JULHO/2026

## PALAVRA DO MÊS



## PRINCIPAL OBJETIVO



## ACOMPANHAMENTO DE DESEMPENHO

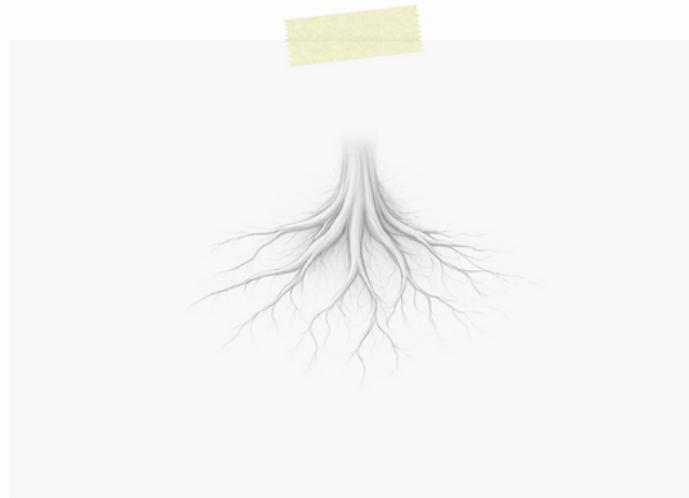
<b>META DE FATURAMENTO</b>					
<b>FATURAMENTO ALCANÇADO</b>					
<b>Nº NOVOS CLIENTES</b>					
<b>DESPESAS TOTAIS</b>					
<b>CAIXA DA EMPRESA</b>					
<b>SALÁRIO</b>					

# FECHAMENTO DO MÊS

APRENDIZADO	DESAFIO	INovação no Negócio	VITÓRIA	ME CUIDEI	TEMPO EM FAMÍLIA						

# AGOSTO/2026

## PALAVRA DO MÊS



## PRINCIPAL OBJETIVO



## ACOMPANHAMENTO DE DESEMPENHO

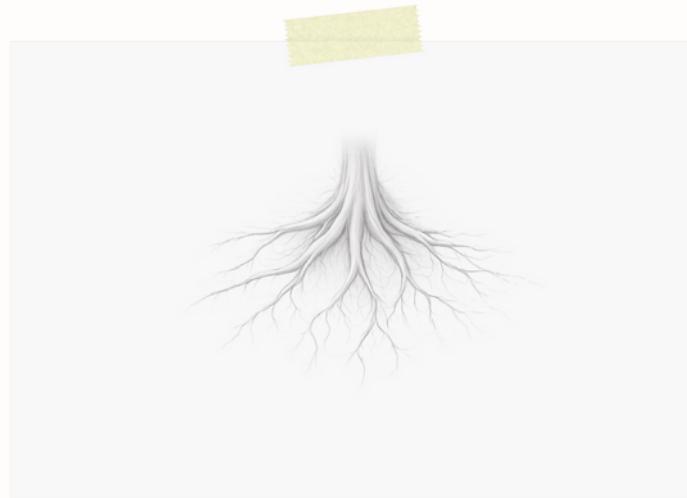
META DE FATURAMENTO					
FATURAMENTO ALCANÇADO					
N° NOVOS CLIENTES					
DESPESAS TOTAIS					
CAIXA DA EMPRESA					
SALÁRIO					

## FECHAMENTO DO MÊS

APRENDIZADO	DESAFIO	INovação no Negócio	VITÓRIA	ME CUIDEI	TEMPO EM FAMÍLIA						

# SETEMBRO/2026

## PALAVRA DO MÊS



## PRINCIPAL OBJETIVO



## ACOMPANHAMENTO DE DESEMPENHO

META DE FATURAMENTO					
FATURAMENTO ALCANÇADO					
N° NOVOS CLIENTES					
DESPESAS TOTAIS					
CAIXA DA EMPRESA					
SALÁRIO					

## FECHAMENTO DO MÊS

APRENDIZADO	DESAFIO	INovação no Negócio	VITÓRIA	ME CUIDEI	TEMPO EM FAMÍLIA						

## BALANÇO 3º TRIMESTRE

### ERROS PRINCIPAIS

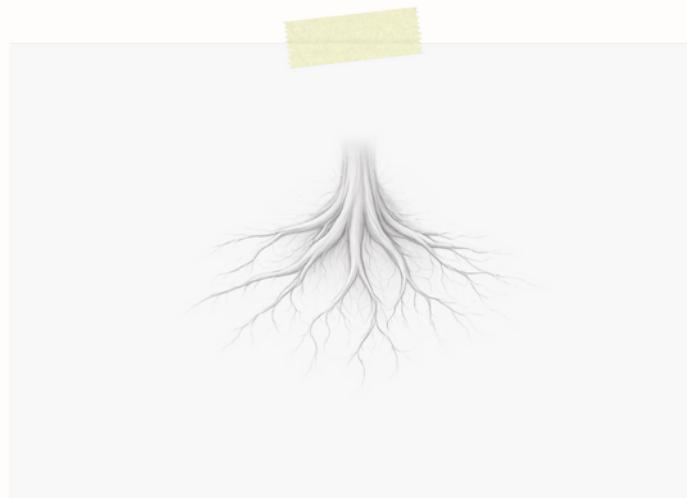
1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

### RECALCULANDO A ROTA

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

# OUTUBRO/2026

## PALAVRA DO MÊS



## PRINCIPAL OBJETIVO



## ACOMPANHAMENTO DE DESEMPENHO

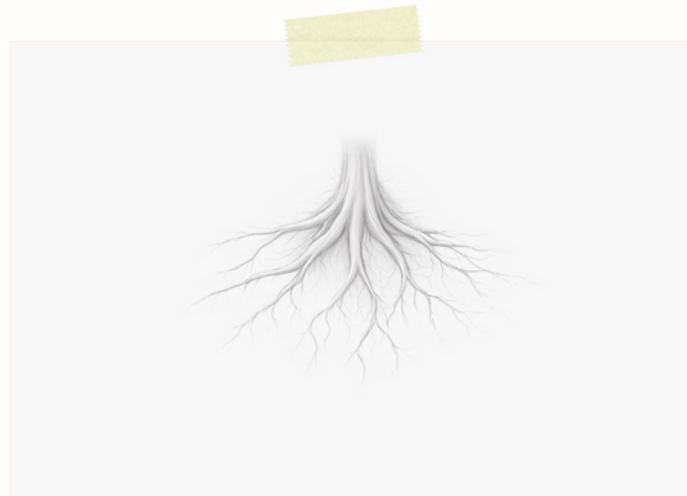
META DE FATURAMENTO					
FATURAMENTO ALCANÇADO					
Nº NOVOS CLIENTES					
DESPESAS TOTAIS					
CAIXA DA EMPRESA					
SALÁRIO					

# FECHAMENTO DO MÊS

APRENDIZADO	DESAFIO	INovação no Negócio	VITÓRIA	ME CUIDEI	TEMPO EM FAMÍLIA						

# NOVEMBRO/2026

## PALAVRA DO MÊS



## PRINCIPAL OBJETIVO



## ACOMPANHAMENTO DE DESEMPENHO

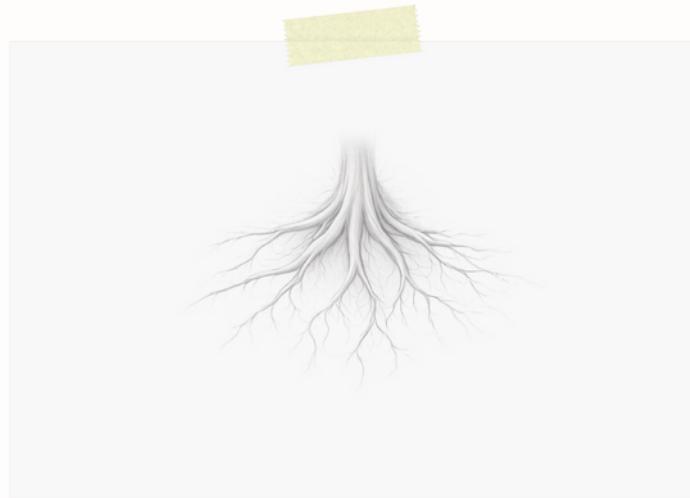
META DE FATURAMENTO					
FATURAMENTO ALCANÇADO					
N° NOVOS CLIENTES					
DESPESAS TOTAIS					
CAIXA DA EMPRESA					
SALÁRIO					

## FECHAMENTO DO MÊS

APRENDIZADO	DESAFIO	INovação no Negócio	VITÓRIA	ME CUIDEI	TEMPO EM FAMÍLIA						

# DEZEMBRO/2026

## PALAVRA DO MÊS



## PRINCIPAL OBJETIVO



## ACOMPANHAMENTO DE DESEMPENHO

META DE FATURAMENTO					
FATURAMENTO ALCANÇADO					
Nº NOVOS CLIENTES					
DESPESAS TOTAIS					
CAIXA DA EMPRESA					
SALÁRIO					

## FECHAMENTO DO MÊS

APRENDIZADO	DESAFIO	INovação no Negócio	VITÓRIA	ME CUIDEI	TEMPO EM FAMÍLIA					

## BALANÇO 4º TRIMESTRE

### O QUE EU VOU DEIXAR EM 2026

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_

### O QUE EU VOU CONSTRUIR EM 2027

1. \_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_



# QUEM SE COMPARA, PERDE A FÉ EM SI MESMO!

Existe um tipo de dor silenciosa que quase ninguém percebe quando começa. Ela não chega como fracasso. Chega como dúvida. A dúvida de si. Do próprio ritmo. Do próprio valor. Do próprio caminho.

A comparação nasce assim: sutil, disfarçada de curiosidade, de “inspiração”, de vontade de aprender com o outro. Mas, quando não é consciente, ela vai afastando você de um lugar sagrado: a fé em si mesmo.

Fé, aqui, não é sobre dogma, é sobre confiança interna e sobre acreditar que existe um sentido na sua história, mesmo quando ela ainda não foi aplaudida. É sobre saber, no íntimo, que você não foi criado para repetir caminhos, mas para cumprir o seu.

Quando você se compara, você começa a olhar para fora buscando validação para algo que só pode ser sustentado por dentro. E, nesse movimento, sem perceber, você terceiriza a sua autoridade. Passa a medir o seu valor pela régua do outro. O seu tempo pelo cronômetro alheio. A sua potência pelo resultado que ainda não é seu.

Isso cansa, confunde e enfraquece. Porque a comparação não considera o bastidor. Não considera o processo. Não considera as escolhas difíceis, os não necessários, os silêncios, as renúncias, as dores e os amadurecimentos invisíveis.

Ela compara superfícies. Mas lembre-se: você é **profundidade**.

A fé em si mesmo é construída quando você aprende a se respeitar no ponto exato em que está. Quando você entende que não existe atraso, existe preparo. Que não existe fracasso, existe lapidação. Que não existe punição quando há consciência, intenção e responsabilidade.

Quem tem fé em si não se abandona no meio do caminho. Não se violenta tentando ser quem não é. Não acelera só para não se sentir para trás.

Quem tem fé em si mesmo, confia. Confia que o que está sendo construído agora, mesmo em silêncio, tem valor. Confia que coerência é mais poderosa do que velocidade.

Confia que crescer fiel à própria verdade custa menos do que vencer traindo a própria essência. A fé em si mesmo é um ato de amor. É dizer: "eu me honro".

É permanecer quando seria mais fácil desistir. É seguir quando ninguém está vendo. É sustentar escolhas que ainda não geraram aplauso, mas já geraram paz.

Quando você para de se comparar, algo se reorganiza por dentro. A ansiedade diminui. A clareza aumenta. As decisões ficam mais firmes. E o caminho, mesmo desafiador, passa a fazer sentido.

Porque quem confia não precisa provar. Precisa apenas continuar. A comparação rouba a fé porque te desconecta da sua identidade. A fé em si mesmo devolve o eixo, o chão e a força.

E quando você escolhe confiar em quem você é, no que carrega e no que está construindo, o resultado deixa de ser uma corrida contra os outros e passa a ser uma consequência natural da sua jornada interior.

Quem se compara, perde a fé.

Quem confia em si, atravessa.

Constrói.

E chega inteiro.

## PARA PROSPERAR, CAMINHE COM OS SEUS CALÇADOS.

Com carinho,

Marcela Brito  
Mahster Trainer