O que move seu próximo cliente.



Imagens ilustrativas de campanha.
Não representam estoque disponível.

O foco principal é o comprador de veículos de alto padrão e o proprietário que deseja vender ou trocar nesse universo. O estudo mapeia necessidades, desejos, objeções e canais desses públicos, enquanto mantém locação e compra programada para motoristas de aplicativo em jornadas próprias.

O carro desperta desejo. A confiança faz a decisão avançar.

Atrair pelo veículo e pelo momento de vida. Converter com informações verificáveis, atendimento preciso e uma negociação que o cliente compreenda.

18,5 milhões

Transações de usados e seminovos em 2025 [S12]

Brasil, todos os segmentos acompanhados pela FENAUTO. Não representa apenas automóveis nem o mercado de alto padrão.

+3,7%

Acumulado de usados de janeiro a outubro de 2026 [S13]

Comparação com o mesmo período de 2025; todo o mercado acompanhado pela FENAUTO. Não é estimativa de demanda premium da DMA.

4 jornadas

Comprar · vender · alugar · compra programada [S1]

Arquitetura proposta. Compra e venda de alto padrão têm prioridade no briefing; as demais mantêm conteúdo e qualificação distintos.

Todos os caminhos.
Cada cliente, por inteiro.

Primeiro, o panorama completo de públicos potenciais. Depois, os detalhes de cada perfil. Dores, sonhos, motivação, objeções, canais, mensagem e qualificação. A prioridade vem do encaixe com a operação, e precisa ser validada.

Compra

Alto padrão como núcleo; outras modalidades identificadas por evidência e dependência de validação.

Upgrade de alto padrão

Prioridade do briefing atual; ICP proposto, ainda sem validação na base DMA.

Quer um carro de categoria superior e uma decisão da qual continue gostando depois da compra. Desejo e análise precisam caminhar juntos.

P1 · compra/venda. Prioridade de alto padrão definida no briefing; demanda, veículos e condições precisam de validação operacional.

Investidor ou formação de frota

Hipótese de segmento e oferta a validar; não comprova produto de investimento da DMA.

Quer avaliar veículos como parte de uma atividade econômica. Não é o mesmo objetivo de quem compra por uso pessoal ou deseja uma conquista de estilo de vida.

Exploração · oferta a validar. Demanda possível solicitada no explorador; não comprova serviço ativo da DMA e não deve virar anúncio de contratação sem validação.

Quitação futura / compra programada

Modalidade observada nos prints; funcionamento e vigência dependem de confirmação contratual.

Busca usar um veículo e entender um caminho de aquisição planejada. O nome escolhido no explorador não significa financiamento, consórcio ou transferência automática.

P2 · jornada profissional. Jornada distinta evidenciada nos prints ou compatível com seu foco, sujeita a requisitos e contrato.

Oportunidades / interesse em leilão

Hipótese de expansão e intenção de pesquisa. Não há comprovação de serviço ou veículos de leilão na DMA.

Procura uma oportunidade de aquisição e pode considerar veículos de leilão. Interesse por preço não elimina risco, custos ou necessidade de informação.

Exploração · oferta a validar. Demanda possível solicitada no explorador; não comprova serviço ativo da DMA e não deve virar anúncio de contratação sem validação.

Locação

Popular e médio para Uber/99 como núcleo do briefing. Uso pessoal é hipótese a confirmar.

Motorista Uber / 99 já ativo

Aderência observada nos prints. Locação popular e média confirmada pelo briefing atual; unidade e elegibilidade devem ser verificadas.

Precisa de um carro adequado para continuar trabalhando. A decisão é operacional. Acesso, custo, disponibilidade e regras, sem promessa de luxo ou renda.

P2 · jornada profissional. Jornada distinta evidenciada nos prints ou compatível com seu foco, sujeita a requisitos e contrato.

Começando no aplicativo

Segmento possível para locação; depende de habilitação, EAR, regras DMA e aprovação no aplicativo.

Quer entender como acessar um carro e começar uma atividade. Precisa separar custo de locação, elegibilidade e expectativa de renda.

P2 · jornada profissional. Jornada distinta evidenciada nos prints ou compatível com seu foco, sujeita a requisitos e contrato.

Dia a dia / uso pessoal

Hipótese de demanda e expansão. Os prints de locação focam aplicativo; locação pessoal ainda precisa ser confirmada.

Busca mobilidade para rotina pessoal, família ou período específico. Não deve receber automaticamente regras de aplicativo como EAR.

Exploração · oferta a validar. Demanda possível solicitada no explorador; não comprova serviço ativo da DMA e não deve virar anúncio de contratação sem validação.

Venda

Venda ou troca de veículo com avaliação individual; sem promessa de compra ou liquidez.

Troca e upgrade de alto padrão

Prioridade de interesse do briefing; aceitação na troca e compra do veículo dependem de confirmação comercial.

Quer evoluir de carro e precisa entender o destino do atual. A negociação conecta desejo de compra e preservação de valor.

P1 · compra/venda. Prioridade de alto padrão definida no briefing; demanda, veículos e condições precisam de validação operacional.

Venda particular / reorganização de capital

Objetivo do proprietário a investigar. Não significa produto financeiro nem promessa de liquidez da DMA.

Quer avaliar a venda do próprio carro, que pode ser de alto padrão ou categoria aceita pela operação. Prioridade pode ser preço, conveniência ou tempo.

P1 · compra/venda. Prioridade de alto padrão definida no briefing; demanda, veículos e condições precisam de validação operacional.

Todo perfil é uma hipótese de público para orientar comunicação e validação. Oferta observada, direção do briefing e hipótese de expansão são distinguíveis no campo evidenceStatus. DISC não é diagnóstico. Termos e anúncios são ideias de teste, não campanhas já ativas. Fontes S1. S16 estão no estudo principal.

9 perfis potenciais em 3 intenções. Compra e venda de alto padrão têm público e critérios próprios. Na locação, motoristas Uber/99 de veículos populares e médios formam outro núcleo. Investidor, leilão e uso cotidiano são oportunidades a validar; não devem ser anunciados como ofertas vigentes sem confirmação da DMA.

Escolha a intenção.
Entenda a pessoa.

Este é o centro de consulta para o site e para as próximas campanhas. Comece pela intenção e selecione um perfil. O conteúdo abaixo muda por completo para acompanhar a situação daquele cliente.

Compra

Alto padrão como núcleo; outras modalidades identificadas por evidência e dependência de validação.

Upgrade de alto padrão

Prioridade do briefing atual; ICP proposto, ainda sem validação na base DMA.

Quer um carro de categoria superior e uma decisão da qual continue gostando depois da compra. Desejo e análise precisam caminhar juntos.

Em que momento está

Já possui veículo ou uma referência clara de experiência desejada. Pode buscar conforto, tecnologia, espaço, dirigibilidade ou preferência de marca. Renda, idade e profissão não foram medidas.

O que quer resolver

Encontrar uma alternativa compatível com uso e investimento pretendido, entender a unidade e negociar com informações suficientes.

Dores que pesam na decisão

- Fotos bonitas com pouco detalhe para comparar.
- Receio de histórico, condição ou documentação incompletos.
- Tempo perdido com oferta indisponível ou conversa repetitiva.
- Custo de propriedade e condições pouco claros.

Sonhos e desejos

- Sentir evolução e prazer de uso.
- Escolher com confiança e autonomia.
- Ter conforto e atributos relevantes para sua rotina.

Por que decide comprar ou contratar

- Adequação do carro ao uso e ao gosto pessoal.
- Relação coerente entre preço, condição e alternativas.
- Atendimento que ajuda a esclarecer em vez de pressionar.

O que desperta a busca

- Mudança de rotina ou fase de vida.
- Desejo de trocar de categoria.
- Fim de ciclo com o veículo atual.

Critérios para escolher

- Modelo, versão e atributos relevantes.
- Condição e histórico conhecido da unidade.
- Documentação, custos e proposta individual.
- Possibilidade real de avaliar troca, quando existente.

Quem participa da decisão

- Comprador e usuário principal.
- Quem compartilha uso ou orçamento.
- Pessoa de confiança com conhecimento automotivo.

Objeções, resposta e prova necessária

O que o cliente pergunta	Como conduzir a resposta	O que precisa ser provado
Esse carro está disponível?	Conferir unidade e condições reais antes de prometer. Imagem de campanha pode ser ilustrativa.	Informações atualizadas da unidade e origem da foto.
Vocês têm laudo ou garantia adicional?	Informar apenas verificações, documentos e cobertura efetivamente existentes; não presumir serviços pelo posicionamento premium.	Documentos e termos reais, quando aplicáveis.
Aceitam meu carro na troca?	Abrir consulta individual, sem garantir aceitação ou percentual de tabela.	Critérios e avaliação do carro oferecido.

DISC como hipótese de comunicação

Não há diagnóstico DISC. A necessidade de objetividade e detalhe pode mudar durante a mesma compra.

Como adaptar o atendimento
Dar resumo útil, depois aprofundar atributos, condição e proposta conforme a preferência.

> “Você prefere começar pelas características do carro ou pelas condições que quer avaliar?”

Lente de comunicação a validar em conversa. Não é diagnóstico, perfil de crédito nem motivo para excluir pessoas.

Onde alcançar esse cliente . E por quê

Google Search

Encontra quem já procura categoria ou modelo.

Formato recomendado. Anúncio por intenção/modelo e cidade atendida, apenas com oferta confirmada.

Instagram / Meta

Permite visualizar experiência, detalhes e identidade.

Formato recomendado. Fotografia realista e vídeo com informação concreta; imagem ilustrativa identificada.

Marketplaces	O cliente compara unidades e condições. **Formato recomendado.** Anúncio de estoque real, completo e atualizado.

Buscas e linguagem para testar

Exemplos de intenção, sujeitos à pesquisa de volume, localização e revisão de correspondência antes de anunciar.

- [modelo] seminovo [cidade]
- SUV seminovo [cidade]
- [modelo versão] usado
- trocar carro por SUV

Ângulos de campanha para testar

Seu próximo carro começa com uma escolha bem feita.

Conte o que procura e conheça as possibilidades de negociação.

Ação proposta. Conversar sobre meu próximo carro

Detalhes que merecem fazer parte da sua decisão.

A imagem desperta interesse. As informações ajudam você a escolher.

Ação proposta. Conhecer possibilidades

Como qualificar o interesse

- Cidade e modalidade.
- Uso, categoria e preferências.
- Prazo pretendido.
- Faixa de investimento opcional.
- Carro na troca, se houver.

Provas que a DMA precisa apresentar

- Unidade e disponibilidade reais.
- Documentação e histórico conhecido.
- Condição e verificações realmente disponíveis.
- Proposta e condições por escrito.

O que evitar na comunicação

- Presumir status, patrimônio ou profissão.
- Garantir laudo, revisão ou crédito sem prova.
- Anunciar BMW ilustrativa como estoque.
- Escassez ou melhor preço inventados.

Próxima ação recomendada

Convidar a uma conversa sobre preferências e alternativas reais; avançar para conferência e proposta conforme o processo da DMA.

Validação da oferta

Definir o que alto padrão significa para a operação. Modelos, versões, valores, condição, estoque e experiência. Validar mix, capacidade e margem antes de escalar.

Referências. **[S1][S12][S13][S14]**

Investidor ou formação de frota

Hipótese de segmento e oferta a validar; não comprova produto de investimento da DMA.

Quer avaliar veículos como parte de uma atividade econômica. Não é o mesmo objetivo de quem compra por uso pessoal ou deseja uma conquista de estilo de vida.

Em que momento está

Pode já gerir veículos ou apenas explorar a ideia. O interesse pode envolver locação, prestação de serviço ou patrimônio empresarial. Estrutura, experiência e capital precisam ser compreendidos.

O que quer resolver

Analisar uma operação com custos, riscos, responsabilidades e demanda demonstráveis antes de comprometer recursos.

Dores que pesam na decisão

- Promessas de retorno sem premissas verificáveis.
- Desconhecimento de ociosidade, manutenção e depreciação.
- Dúvidas sobre gestão, contrato e responsabilidades.
- Confusão entre compra do bem e investimento financeiro.

Sonhos e desejos

- Tomar uma decisão econômica informada.
- Organizar um patrimônio ou atividade com governança.
- Acompanhar resultado real e riscos.

Por que decide comprar ou contratar

- Compatibilidade do veículo com uma demanda comprovada.
- Economia do negócio sustentada por dados.
- Clareza sobre quem opera e assume cada obrigação.

O que desperta a busca

- Planejamento de expansão.
- Substituição de ativo.
- Avaliação de nova atividade empresarial.

Critérios para escolher

- Custo de aquisição e capital imobilizado.
- Manutenção, seguro/proteção, tributos e ociosidade.
- Receita esperada com premissas e cenários.
- Contrato, governança e responsabilidades.

Quem participa da decisão

- Responsável pelo capital.
- Gestor operacional.
- Contabilidade e assessoria jurídica quando necessárias.

Objeções, resposta e prova necessária

O que o cliente pergunta	Como conduzir a resposta	O que precisa ser provado
Quanto rende por mês?	Não apresentar retorno garantido. O resultado depende da operação, custos, demanda e risco.	Premissas, histórico real quando existir e cenários identificados.
A DMA faz a gestão?	A bio menciona gestão, mas escopo e disponibilidade precisam de confirmação.	Oferta formal, responsabilidades e termos.
Posso deixar tudo com vocês?	Não presumir operação integral ou cobertura de perdas.	Contrato e capacidade demonstrada do serviço.

DISC como hipótese de comunicação

DISC não foi medido. Uma necessidade de números e processo é sinal de informação, não diagnóstico de personalidade.

Como adaptar o atendimento
Apresentar premissas e limites antes de argumentos aspiracionais.

> “Você está avaliando adquirir um veículo ou também procura operação e gestão? Vamos separar essas decisões.”

Lente de comunicação a validar em conversa. Não é diagnóstico, perfil de crédito nem motivo para excluir pessoas.

Onde alcançar esse cliente . E por quê

Google Search	Pode captar demanda empresarial específica. **Formato recomendado.** Busca por aquisição/gestão em geografia atendida, se serviço confirmado.
Parcerias profissionais	Permitem conversa contextualizada sobre atividade real. **Formato recomendado.** Indicação autorizada e reunião técnica; sem captação por promessa de rendimento.

LinkedIn / teste restrito	Pode alcançar contexto empresarial, mas aderência não está comprovada. **Formato recomendado.** Conteúdo técnico e prospecção consentida, somente após validar oferta.

Buscas e linguagem para testar

Exemplos de intenção, sujeitos à pesquisa de volume, localização e revisão de correspondência antes de anunciar.

- gestão de frota [cidade]
- comprar veículos para frota
- custo de operação frota

Ângulos de campanha para testar

Uma decisão de frota começa pelos números.

Entenda quais informações e responsabilidades precisam ser avaliadas.

Ação proposta. Conversar sobre a necessidade

Veículo, operação e risco são decisões conectadas.

Separe cada componente antes de analisar uma possibilidade.

Ação proposta. Solicitar esclarecimento

Como qualificar o interesse

- Objetivo econômico concreto.
- Experiência e estrutura operacional.
- Quantidade e tipo de veículo.
- Escopo de gestão procurado.
- Horizonte e disponibilidade de capital sem coleta excessiva.

Provas que a DMA precisa apresentar

- Serviço realmente oferecido.
- Custos e contratos.
- Capacidade e parceiros reais.
- Dados operacionais verificáveis, se existentes.

O que evitar na comunicação

- Garantir renda ou rentabilidade.
- Chamar compra de carro de investimento seguro.
- Prometer gestão ou locatário inexistentes.
- Confundir projeção com resultado.

Próxima ação recomendada

Confirmar se há oferta e capacidade; se não houver, registrar interesse como pesquisa de expansão, sem proposta de investimento.

Validação da oferta

A menção de investimentos/gestão na bio não comprova produto financeiro, captação, retorno ou operação estruturada. Escopo, natureza jurídica e economia precisam ser validados antes de campanha.

Referências. **[S1]**

Quitação futura / compra programada

Modalidade observada nos prints; funcionamento e vigência dependem de confirmação contratual.

Busca usar um veículo e entender um caminho de aquisição planejada. O nome escolhido no explorador não significa financiamento, consórcio ou transferência automática.

Em que momento está

Pode dirigir por aplicativo ou trabalhar de forma autônoma. Quer comparar o compromisso com sua rotina, pagamentos e capacidade de manter o uso.

O que quer resolver

Compreender prazo, custo total, obrigações, titularidade e condições de aquisição antes de assumir pagamentos recorrentes.

Dores que pesam na decisão

- Não saber o destino de cada pagamento.
- Temer custos e regras descobertos depois.
- Receio de interrupção de trabalho ou aquisição frustrada.
- Confundir análise de perfil com aprovação garantida.

Sonhos e desejos

- Planejar uma conquista com condições compreendidas.
- Saber o que precisa cumprir.
- Continuar a rotina com previsibilidade possível.

Por que decide comprar ou contratar

- Entendimento do contrato e da forma de aquisição.
- Compatibilidade do compromisso com o fluxo de caixa.
- Acompanhamento e regras conhecidas.

O que desperta a busca

- Revisão do aluguel atual.
- Desejo de adquirir o próprio veículo.
- Mudança na organização financeira.

Critérios para escolher

- Natureza e composição dos pagamentos.
- Total, prazo, caução e eventual valor final.
- Responsabilidades por uso, danos e manutenção.
- Condições de atraso, saída e transferência.

Quem participa da decisão

- Interessado e usuário do carro.
- Quem compartilha orçamento e compromisso.
- Processo formal de análise da DMA.

Objeções, resposta e prova necessária

O que o cliente pergunta	Como conduzir a resposta	O que precisa ser provado
Todo o dinheiro pago vira compra?	Não presumir. A proposta precisa discriminar o que remunera uso, serviço, taxa ou aquisição.	Contrato e composição formal dos valores.
Quando o carro será meu?	Explicar as condições e etapas de transferência; não dar prazo sem contrato vigente.	Regra de titularidade e aquisição.
Nome restrito impede?	Os prints mencionam análise individual. Não há aprovação automática nem promessa universal.	Critérios atuais e resultado da análise formal.

DISC como hipótese de comunicação

Sem avaliação DISC. A busca por previsibilidade e detalhe pode decorrer do risco do compromisso.

Como adaptar o atendimento
Dar espaço para entender e comparar, com percurso visual e valores formais.

> “Posso começar por como funciona a aquisição ou pelas responsabilidades durante o uso?”

Lente de comunicação a validar em conversa. Não é diagnóstico, perfil de crédito nem motivo para excluir pessoas.

Onde alcançar esse cliente . E por quê

Google Search

Capta demanda pela modalidade e intenção de aquisição.

Formato recomendado. Grupo separado de compra premium e locação eventual.

Instagram / Meta

Ajuda a explicar um produto que pode ser mal compreendido.

Formato recomendado. Vídeo de etapas e perguntas frequentes, sem promessa de renda.

WhatsApp consentido	Permite esclarecer condições individuais. **Formato recomendado.** Resumo da intenção e atendimento, sem solicitar documentos na LP.

Buscas e linguagem para testar

Exemplos de intenção, sujeitos à pesquisa de volume, localização e revisão de correspondência antes de anunciar.

- compra programada carro
- carro com aquisição planejada
- aluguel com opção de compra carro

Ângulos de campanha para testar

Entenda cada etapa antes do próximo passo.

Conheça as condições da compra programada e converse sobre seu momento.

Ação proposta. Conhecer o programa

Planejamento começa com clareza.

Prazo, valores e responsabilidades precisam estar entendidos.

Ação proposta. Falar com a equipe

Como qualificar o interesse

- Cidade, objetivo e momento.
- Uso pretendido.
- Compreensão da modalidade.
- Capacidade a avaliar na conversa apropriada.
- Requisitos do contrato e da plataforma.

Provas que a DMA precisa apresentar

- Contrato e vigência do programa.
- Total e periodicidade.
- Titularidade e transferência.
- Regras de dano, atraso e saída.

O que evitar na comunicação

- Chamar de consórcio ou financiamento sem confirmação.
- Garantir propriedade automática.
- Prometer aprovação ou renda.
- Transportar linguagem de luxo para quem avalia caixa.

Próxima ação recomendada

Oferecer explicação e análise individual das condições do programa, sem pagamento ou promessa de aquisição por simples cadastro.

Validação da oferta

Confirmar contrato, valores, prazo e benefícios divulgados. Km livre e caução negociável aparecem no material, mas só valem conforme o programa e condições vigentes.

Referências. **[S1][S8]**

Oportunidades / interesse em leilão

Hipótese de expansão e intenção de pesquisa. Não há comprovação de serviço ou veículos de leilão na DMA.

Procura uma oportunidade de aquisição e pode considerar veículos de leilão. Interesse por preço não elimina risco, custos ou necessidade de informação.

Em que momento está

Pode ser comprador experiente ou alguém atraído por ofertas. Origem, condição, restrições e processo desejado precisam ser compreendidos antes de qualquer proposta.

O que quer resolver

Avaliar se existe oferta real e quais riscos, obrigações e custos estão envolvidos, sem confundir desconto aparente com bom negócio.

Dores que pesam na decisão

- Oferta muito atraente com pouca informação.
- Dúvida sobre origem, restrições e regularização.
- Custos de reparo ou taxas desconhecidos.
- Expectativa de suporte que o vendedor não oferece.

Sonhos e desejos

- Encontrar uma alternativa coerente com sua tolerância a risco.
- Saber a origem e o custo completo.
- Evitar uma escolha baseada apenas no preço anunciado.

Por que decide comprar ou contratar

- Informação suficiente e verificável.
- Compatibilidade do veículo com uso e restrições.
- Custo total, não apenas valor de aquisição.

O que desperta a busca

- Busca por oportunidade.
- Conhecimento de um edital ou anúncio.
- Comparação com preço de mercado.

Critérios para escolher

- Origem e situação documental.
- Condição, restrições e regularização.
- Taxas, reparos, transporte e demais custos.
- Responsabilidades e possibilidade de conferir informações.

Quem participa da decisão

- Comprador.
- Pessoa técnica de confiança.
- Assessoria documental ou jurídica quando necessária.

Objeções, resposta e prova necessária

O que o cliente pergunta	Como conduzir a resposta	O que precisa ser provado
A DMA trabalha com leilão?	Isso não foi comprovado. O perfil registra uma possibilidade de interesse, sem anunciar serviço.	Confirmação formal da oferta antes de qualquer campanha.
É mais barato?	Preço isolado não determina custo total ou adequação. Não há desconto garantido.	Origem, custos, condição e termos concretos.
Posso usar normalmente?	Depende da situação do veículo, regularização, regras e finalidade.	Documentos e restrições específicos, verificados por responsáveis competentes.

DISC como hipótese de comunicação

DISC não foi aplicado. A necessidade de cautela é consequência da informação exigida, não um traço presumido.

Como adaptar o atendimento
Separar fato, estimativa e item não verificado.

> “Você busca um veículo disponível ou quer entender se a DMA atua nessa modalidade? Isso precisa ser confirmado primeiro.”

Lente de comunicação a validar em conversa. Não é diagnóstico, perfil de crédito nem motivo para excluir pessoas.

Onde alcançar esse cliente . E por quê

Pesquisa exploratória	Ajuda a entender demanda antes de lançar oferta. **Formato recomendado.** Entrevistas e registro voluntário de interesse.
Google Search / só após validação	Pode captar intenção específica se houver oferta legítima. **Formato recomendado.** Anúncio com natureza e limites claros; nunca usar preço-isca.

Conteúdo educativo	Reduz confusão sobre custo e origem. **Formato recomendado.** Checklist informativo sem afirmar especialização inexistente.

Buscas e linguagem para testar

Exemplos de intenção, sujeitos à pesquisa de volume, localização e revisão de correspondência antes de anunciar.

- veículo de leilão riscos
- documentação carro leilão
- custo total carro leilão

Ângulos de campanha para testar

Uma oportunidade precisa ser entendida por inteiro.

Origem, condição e custos devem entrar na decisão.

Ação proposta. Esclarecer meu interesse

Preço não conta toda a história.

Antes de avaliar uma modalidade, confirme oferta e responsabilidades.

Ação proposta. Conversar sobre possibilidades

Como qualificar o interesse

- Intenção real e experiência com a modalidade.
- Uso previsto e tolerância a restrições.
- Se procura compra ou intermediação.
- Oferta e capacidade efetivamente existentes.

Provas que a DMA precisa apresentar

- Serviço autorizado e real.
- Documentação e origem.
- Condições e custos.
- Limites de responsabilidade.

O que evitar na comunicação

- Sugerir que a DMA opera leilões sem prova.
- Prometer lucro, desconto ou recuperação simples.
- Ocultar procedência.
- Publicar oferta de veículo inexistente.

Próxima ação recomendada

Apresentar como interesse a validar; se a operação não oferece, informar claramente e encerrar a expectativa comercial.

Validação da oferta

Não lançar anúncio nem CTA de contratação para leilão enquanto não houver confirmação de escopo, operação, responsabilidade e comunicação aplicável.

Referências. **[S14]**

Locação

Popular e médio para Uber/99 como núcleo do briefing. Uso pessoal é hipótese a confirmar.

Motorista Uber / 99 já ativo

Aderência observada nos prints. Locação popular e média confirmada pelo briefing atual; unidade e elegibilidade devem ser verificadas.

Precisa de um carro adequado para continuar trabalhando. A decisão é operacional. Acesso, custo, disponibilidade e regras, sem promessa de luxo ou renda.

Em que momento está

Já usa aplicativos e pode estar com carro alugado, de terceiro ou prestes a trocar de solução. Conhece parte da rotina, mas precisa conferir condições desta locação.

O que quer resolver

Encontrar veículo popular ou médio compatível com trabalho, cidade, categoria aceita e orçamento, com responsabilidade e contrato entendidos.

Dores que pesam na decisão

- Ficar sem veículo e interromper a rotina.
- Desembolso inicial e custo recorrente pouco claros.
- Disponibilidade não confirmada.
- Dúvida sobre danos, manutenção e suporte.

Sonhos e desejos

- Continuar trabalhando com uma opção adequada.
- Planejar compromissos e despesas.
- Saber quem procurar em imprevistos.

Por que decide comprar ou contratar

- Disponibilidade real.
- Custo e condições compreendidos.
- Veículo elegível e regras compatíveis com uso.

O que desperta a busca

- Fim ou reajuste de locação.
- Perda de acesso ao carro.
- Necessidade de substituir veículo.

Critérios para escolher

- Requisitos de locação e aplicativo.
- Valor, caução e periodicidade.
- Retirada e logística.
- Responsabilidades, proteção e suporte conforme contrato.

Quem participa da decisão

- Motorista e responsável pelos pagamentos.
- Família que compartilha orçamento.
- Aplicativo e análise formal da DMA.

Objeções, resposta e prova necessária

O que o cliente pergunta	Como conduzir a resposta	O que precisa ser provado
Tem carro para eu rodar já?	Confirmar cidade, perfil e disponibilidade antes de indicar prazo.	Unidade e processo de retirada reais.
O que preciso para alugar?	Os prints exigem 21+, CNH válida e EAR, além das condições formais. Plataforma pode ter requisitos próprios.	Regras atuais DMA e aplicativo.
Se danificar, está coberto?	Explicar cobertura, franquia e responsabilidade. Suporte não significa gratuidade.	Contrato e termos do plano.

DISC como hipótese de comunicação

Não há avaliação DISC. A busca por objetividade pode ser necessidade do trabalho.

Como adaptar o atendimento
Começar por condições essenciais e aprofundar responsabilidades.

> “Você precisa entender primeiro requisitos, valores ou disponibilidade para sua cidade?”

Lente de comunicação a validar em conversa. Não é diagnóstico, perfil de crédito nem motivo para excluir pessoas.

Onde alcançar esse cliente . E por quê

Google Search	Capta necessidade explícita de carro para aplicativo. **Formato recomendado.** Anúncio popular/médio e cidade atendida, separado de compra premium.
Facebook / Instagram	Mostra condição e processo para um momento reconhecível. **Formato recomendado.** Vídeo curto de requisitos, retirada e perguntas reais.

Parcerias autorizadas	Podem alcançar motoristas no contexto de trabalho. **Formato recomendado.** Pontos de apoio e comunidades com permissão; sem compra de listas.

Buscas e linguagem para testar

Exemplos de intenção, sujeitos à pesquisa de volume, localização e revisão de correspondência antes de anunciar.

- aluguel carro Uber [cidade]
- carro para 99 aluguel
- locação motorista aplicativo [cidade]

Ângulos de campanha para testar

Condições claras para seguir em movimento.

Consulte uma opção de locação popular ou média para seu trabalho.

Ação proposta. Consultar locação

Antes da chave, entenda o combinado.

Requisitos e responsabilidades fazem parte de uma boa escolha.

Ação proposta. Ver como funciona

Como qualificar o interesse

- Cidade e prazo.
- 21+, CNH válida e EAR.
- Situação no aplicativo.
- Categoria de uso.
- Contato válido e aceite de retorno.

Provas que a DMA precisa apresentar

- Requisitos e valores reais.
- Disponibilidade e retirada.
- Aceitação do veículo pelo aplicativo.
- Condições de danos, manutenção e encerramento.

O que evitar na comunicação

- Prometer renda ou aprovação.
- Usar luxo como argumento de capacidade financeira.
- Garantir categoria só pela foto.
- Generalizar km livre de outro produto.

Próxima ação recomendada

Conferir requisitos e disponibilidade; orientar análise e retirada conforme contrato, sem cobrança antecipada fora da regra vigente.

Validação da oferta

Confirmar frota popular/média e condições por unidade. Os prints anunciam pagamento na retirada após checklist e proíbem sublocação; verificar vigência. A categoria depende do aplicativo.

Referências. **[S1][S8]**

Começando no aplicativo

Segmento possível para locação; depende de habilitação, EAR, regras DMA e aprovação no aplicativo.

Quer entender como acessar um carro e começar uma atividade. Precisa separar custo de locação, elegibilidade e expectativa de renda.

Em que momento está

Pode ainda não conhecer todos os custos e requisitos do trabalho. A DMA não controla aprovação no aplicativo, demanda de corridas nem resultado financeiro.

O que quer resolver

Avaliar se consegue cumprir requisitos e entender compromissos antes de assumir locação de veículo popular ou médio.

Dores que pesam na decisão

- Confundir ter um carro com estar apto a operar.
- Desconhecer documentação e gastos.
- Medo de assumir pagamento sem compreender rotina.
- Acreditar em promessa de rendimento.

Sonhos e desejos

- Organizar um início responsável.
- Conhecer obrigações e possíveis etapas.
- Decidir com expectativa realista.

Por que decide comprar ou contratar

- Entendimento completo de requisitos e custos.
- Veículo e local compatíveis com a plataforma.
- Condições viáveis para sua situação.

O que desperta a busca

- Avaliação de nova atividade.
- Busca de renda complementar.
- Mudança de rotina de trabalho.

Critérios para escolher

- CNH/EAR e idade mínima da locação.
- Cadastro e elegibilidade no aplicativo.
- Custo total e periodicidade.
- Capacidade de cumprir compromissos e lidar com imprevistos.

Quem participa da decisão

- Interessado.
- Quem participa do orçamento.
- Aplicativo e processo de análise DMA.

Objeções, resposta e prova necessária

O que o cliente pergunta	Como conduzir a resposta	O que precisa ser provado
Se alugar, já posso rodar?	Não necessariamente. É preciso atender regras e aprovação da plataforma e da cidade.	Critérios atuais do aplicativo e documentação exigida.
Quanto vou ganhar?	Não é possível garantir. Resultado depende de demanda, jornada, custos e outras condições.	Estimativas identificadas e custos próprios, sem promessa de renda.
Tenho CNH, é suficiente?	Conferir validade, EAR, idade e demais regras; a Uber informa requisitos próprios e documentação específica em São Paulo.	Regras DMA e plataforma.

DISC como hipótese de comunicação

Não há diagnóstico DISC. Dúvidas iniciais não significam incapacidade.

Como adaptar o atendimento

Explicar etapas em linguagem simples e confirmar entendimento.

> “Vamos separar a locação do cadastro no aplicativo e entender o que você já tem pronto?”

Lente de comunicação a validar em conversa. Não é diagnóstico, perfil de crédito nem motivo para excluir pessoas.

Onde alcançar esse cliente . E por quê

Google Search	Capta dúvidas e intenção de acesso ao carro. **Formato recomendado.** Anúncios informativos sem garantia de começar imediatamente.
Conteúdo Instagram / Facebook	Ajuda a entender processo antes da contratação. **Formato recomendado.** Checklist e vídeo de custos e responsabilidades.

Atendimento consentido	Permite orientar dúvidas específicas. **Formato recomendado.** Perguntas de prontidão, sem pressão para contratar.

Buscas e linguagem para testar

Exemplos de intenção, sujeitos à pesquisa de volume, localização e revisão de correspondência antes de anunciar.

- como alugar carro para Uber
- requisitos aluguel para 99
- CNH EAR carro aplicativo

Ângulos de campanha para testar

Antes de começar, entenda as etapas.

Carro, documentos e plataforma precisam estar alinhados.

Ação proposta. Conferir requisitos

Uma nova rotina pede clareza.

Conheça condições da locação e tire dúvidas sobre o processo.

Ação proposta. Falar com a equipe

Como qualificar o interesse

- Cidade e objetivo.
- 21+, CNH válida e EAR.
- Status no aplicativo.
- Conhecimento das condições.
- Horizonte de início compatível.

Provas que a DMA precisa apresentar

- Condições atuais DMA.
- Regras da plataforma e cidade.
- Valores e responsabilidades.
- Disponibilidade sem promessa de aprovação.

O que evitar na comunicação

- Prometer emprego, renda ou aprovação.
- Tratar locação como solução financeira garantida.
- Pedir pagamento antes de explicar requisitos.
- Omitir o custo de manter o trabalho.

Próxima ação recomendada

Orientar primeiro a elegibilidade e compreensão; avançar apenas quando as condições necessárias estiverem alinhadas.

Validação da oferta

A operação precisa confirmar se atende iniciantes e em quais condições. A captura não significa aprovação ou cadastro concluído na Uber/99.

Referências. **[S1][S8]**

Dia a dia / uso pessoal

Hipótese de demanda e expansão. Os prints de locação focam aplicativo; locação pessoal ainda precisa ser confirmada.

Busca mobilidade para rotina pessoal, família ou período específico. Não deve receber automaticamente regras de aplicativo como EAR.

Em que momento está

Pode precisar de carro enquanto o próprio está indisponível, para uma mudança temporária ou para testar uma necessidade de mobilidade. Motivo e período variam.

O que quer resolver

Confirmar se a DMA oferece locação para uso pessoal e avaliar veículo, prazo, custos e responsabilidades compatíveis.

Dores que pesam na decisão

- Receber uma oferta pensada para motorista de aplicativo.
- Não entender prazo mínimo, quilometragem ou cobertura.
- Dúvidas de retirada, devolução e condutores.
- Falta de informação sobre disponibilidade e custo total.

Sonhos e desejos

- Resolver a necessidade de mobilidade sem surpresa.
- Escolher categoria adequada ao uso.
- Ter processo compreensível de retirada e devolução.

Por que decide comprar ou contratar

- Serviço efetivamente disponível para uso pessoal.
- Condições adequadas ao período e finalidade.
- Custo total e regras claras.

O que desperta a busca

- Carro próprio indisponível.
- Necessidade temporária de mobilidade.
- Mudança de rotina familiar ou profissional.

Critérios para escolher

- Período e local.
- Categoria popular/média ou outra confirmada.
- Quilometragem, condutores e restrições.
- Proteção, caução e devolução.

Quem participa da decisão

- Locatário e condutores autorizados.
- Pessoa que compartilha uso e orçamento.
- Processo contratual específico da operação.

Objeções, resposta e prova necessária

O que o cliente pergunta	Como conduzir a resposta	O que precisa ser provado
A DMA aluga para uso pessoal?	Isso precisa ser confirmado. O material recebido se concentra em aplicativo.	Oferta formal e condições específicas.
Preciso de EAR?	Não transportar automaticamente requisito do uso remunerado. Verificar contrato e finalidade com a operação.	Regras aplicáveis ao uso pessoal.
Posso escolher qualquer período?	Depende de prazo mínimo, disponibilidade e condições reais.	Tabela e contrato vigentes.

DISC como hipótese de comunicação

Não há avaliação DISC. O público é heterogêneo e muda conforme a necessidade.

Como adaptar o atendimento
Perguntar uso e período antes de sugerir categoria.

> “Seu uso é pessoal ou para trabalhar por aplicativo? Vamos confirmar primeiro a modalidade disponível.”

Lente de comunicação a validar em conversa. Não é diagnóstico, perfil de crédito nem motivo para excluir pessoas.

Onde alcançar esse cliente . E por quê

Pesquisa exploratória	Valida se há demanda sem anunciar oferta inexistente. **Formato recomendado.** Entrevistas e consulta voluntária.
Google Search / após validação	Pode captar procura por mobilidade local. **Formato recomendado.** Grupos de aluguel pessoal separados dos termos Uber/99.
Parcerias locais / após validação	Podem identificar necessidade temporária. **Formato recomendado.** Indicações autorizadas com descrição clara do serviço.

Buscas e linguagem para testar

Exemplos de intenção, sujeitos à pesquisa de volume, localização e revisão de correspondência antes de anunciar.

- aluguel carro uso pessoal [cidade]
- locação carro dia a dia
- aluguel carro temporário

Ângulos de campanha para testar

Mobilidade para a sua rotina . Consulte a possibilidade.

Conte o período e a finalidade; a equipe confirma se há opção.

Ação proposta. Consultar atendimento

Cada uso pede condições próprias.

Antes de escolher, confirme modalidade e disponibilidade.

Ação proposta. Esclarecer minha necessidade

Como qualificar o interesse

- Uso pessoal confirmado.
- Cidade, retirada e devolução.
- Período pretendido.
- Categoria e condutores.
- Oferta realmente ativa.

Provas que a DMA precisa apresentar

- Contrato específico.
- Valores e período.
- Quilometragem, proteção e caução.
- Processo de retirada e devolução.

O que evitar na comunicação

- Afirmar que o serviço já existe.
- Aplicar EAR sem contexto.
- Garantir diária, km ou categoria.
- Misturar contrato pessoal e aplicativo.

Próxima ação recomendada

Confirmar existência da modalidade. Se indisponível, informar claramente; não captar como reserva ou venda concluída.

Validação da oferta

Exige validação da operação, contrato, seguros/proteções, público permitido, precificação e logística. Não lançar campanha antes dessa confirmação.

Referências. **[S1]**

Venda

Venda ou troca de veículo com avaliação individual; sem promessa de compra ou liquidez.

Troca e upgrade de alto padrão

Prioridade de interesse do briefing; aceitação na troca e compra do veículo dependem de confirmação comercial.

Quer evoluir de carro e precisa entender o destino do atual. A negociação conecta desejo de compra e preservação de valor.

Em que momento está

Possui veículo que pode se enquadrar nos critérios da DMA. Pode comparar venda independente, troca e manter o carro por mais tempo.

O que quer resolver

Entender avaliação do veículo atual, condições do próximo e diferença total de investimento, sem confundir etapas.

Dores que pesam na decisão

- Não saber quanto o carro atual será considerado.
- Avaliação sem critérios explicados.
- Comparar apenas diferença sem entender os dois valores.
- Atração por carro ilustrativo sem disponibilidade real.

Sonhos e desejos

- Fazer uma transição coerente.
- Ter clareza sobre valores e processo.
- Evoluir de experiência sem desgaste desnecessário.

Por que decide comprar ou contratar

- Próximo carro alinhado ao uso.
- Avaliação individual transparente.
- Conveniência real da negociação conjunta.

O que desperta a busca

- Desejo de upgrade.
- Mudança de rotina.
- Revisão do ciclo com o carro atual.

Critérios para escolher

- Valores e condições das duas partes.
- Critérios de avaliação.
- Documentação e estado dos veículos.
- Disponibilidade real da alternativa desejada.

Quem participa da decisão

- Proprietário do carro atual.
- Comprador/usuário do próximo.
- Quem compartilha orçamento ou propriedade.

Objeções, resposta e prova necessária

O que o cliente pergunta	Como conduzir a resposta	O que precisa ser provado
Meu carro entra na troca?	Depende dos critérios e da avaliação, se a operação oferece essa modalidade.	Política comercial e análise individual.
Vocês pagam FIPE?	Não existe percentual garantido informado. A referência não substitui condição e proposta.	Critérios e valor formal de avaliação.
Posso fechar tudo de uma vez?	Confirmar oferta, documentação e etapas; não prometer conveniência que a operação não executa.	Processo e condições específicas.

DISC como hipótese de comunicação

Sem diagnóstico DISC. Pode alternar desejo de escolha e necessidade de comparação financeira.

Como adaptar o atendimento
Separar avaliação do atual, proposta do próximo e diferença total.

> “Você quer começar pela possibilidade para seu carro atual ou pelas características do próximo?”

Lente de comunicação a validar em conversa. Não é diagnóstico, perfil de crédito nem motivo para excluir pessoas.

Onde alcançar esse cliente . E por quê

Google Search

Capta intenção de troca e upgrade.

Formato recomendado. Termos por categoria e cidade, apenas com modalidade confirmada.

Instagram / Meta

Visualiza a evolução de experiência.

Formato recomendado. Carro realista e convite para consulta sem avaliação automática.

Marketplaces / atendimento	Conecta estoque real à possibilidade de negociação. **Formato recomendado.** Informações claras, sem garantir troca em toda unidade.

Buscas e linguagem para testar

Exemplos de intenção, sujeitos à pesquisa de volume, localização e revisão de correspondência antes de anunciar.

- trocar carro SUV [cidade]
- aceita carro na troca [cidade]
- upgrade carro seminovo

Ângulos de campanha para testar

Um próximo carro. Uma negociação para entender por inteiro.

Conte o que procura e qual veículo tem hoje.

Ação proposta. Consultar troca

A evolução começa com clareza.

Avaliação e condições precisam fazer sentido juntas.

Ação proposta. Conversar sobre meu carro

Como qualificar o interesse

- Modelo, versão e ano do atual.
- Objetivo e categoria desejada.
- Cidade e horizonte.
- Condição geral e documentação na etapa adequada.

Provas que a DMA precisa apresentar

- Modalidade realmente oferecida.
- Avaliação individual.
- Proposta dos dois veículos.
- Documentação e etapas.

O que evitar na comunicação

- Garantir aceitação ou FIPE.
- Omitir um dos valores da negociação.
- Prometer disponibilidade pela foto.
- Presumir urgência financeira.

Próxima ação recomendada

Encaminhar consulta com informações do veículo atual e preferência do próximo; confirmar avaliação e disponibilidade antes de proposta.

Validação da oferta

Validar se a DMA faz troca, compra direta ou intermediação e quais veículos considera. A consulta não é cotação automática ou compromisso de compra.

Referências. **[S1][S14]**

Venda particular / reorganização de capital

Objetivo do proprietário a investigar. Não significa produto financeiro nem promessa de liquidez da DMA.

Quer avaliar a venda do próprio carro, que pode ser de alto padrão ou categoria aceita pela operação. Prioridade pode ser preço, conveniência ou tempo.

Em que momento está

Pode ter outro veículo, mudar de rotina ou reorganizar recursos. Não presumir dívida, dificuldade financeira ou necessidade de vender imediatamente.

O que quer resolver

Compreender se existe interesse comercial, como é feita a avaliação e quais etapas e condições se aplicam.

Dores que pesam na decisão

- Muitos contatos sem proposta concreta.
- Receio de fraude ou exposição excessiva.
- Avaliação incompreensível.
- Promessa de pagamento ou compra que muda depois.

Sonhos e desejos

- Resolver uma venda de modo compreensível.
- Preservar tempo, privacidade e valor.
- Escolher entre alternativas com informação.

Por que decide comprar ou contratar

- Critérios e etapas transparentes.
- Interesse real da operação.
- Condições e segurança da negociação.

O que desperta a busca

- Mudança de necessidade de uso.
- Decisão de reduzir ou renovar veículos.
- Reorganização voluntária de recursos.

Critérios para escolher

- Proposta individual e condições.
- Documentação e propriedade.
- Processo de avaliação.
- Prazo e forma de pagamento somente se formalizados.

Quem participa da decisão

- Proprietário ou representante autorizado.
- Coproprietário ou pessoa envolvida na decisão.
- Equipe responsável pela avaliação.

Objeções, resposta e prova necessária

O que o cliente pergunta	Como conduzir a resposta	O que precisa ser provado
Vocês compram meu carro?	É preciso confirmar interesse, critérios e modalidade da operação. Cadastro não garante compra.	Avaliação e proposta individual.
Quanto vale e quando recebo?	Valor, prazo e forma dependem da análise e do modelo de negociação.	Condições formalizadas, sem estimativa-isca.
Preciso enviar documento agora?	Na primeira conversa, dados básicos bastam; documentos devem seguir canal e finalidade apropriados.	Processo de identificação e proteção de dados.

DISC como hipótese de comunicação

Não há avaliação DISC. Prioridades de preço, tempo e conveniência devem ser perguntadas.

Como adaptar o atendimento
Explicar critério e próximo passo de forma objetiva.

> “O que pesa mais para você nesta negociação. Entender possibilidades, avaliar preço ou planejar uma data?”

Lente de comunicação a validar em conversa. Não é diagnóstico, perfil de crédito nem motivo para excluir pessoas.

Onde alcançar esse cliente . E por quê

Google Search
Capta intenção explícita de avaliar ou vender.
Formato recomendado. Termos por localidade e categoria aceitas.

Instagram / Meta
Pode lembrar a possibilidade no momento de mudança.
Formato recomendado. Convite a consulta, sem dinheiro imediato ou compra garantida.

Indicação autorizada
Confiança contextual pode iniciar a conversa.
Formato recomendado. Parceiro ou cliente indica o canal oficial sem compartilhar dados sem autorização.

Buscas e linguagem para testar

Exemplos de intenção, sujeitos à pesquisa de volume, localização e revisão de correspondência antes de anunciar.

- vender carro [cidade]
- avaliação SUV usado [cidade]
- onde avaliar carro para venda

Ângulos de campanha para testar

Pensando em vender? Comece entendendo as possibilidades.

Informe modelo e ano para consultar a possibilidade de negociação.

Ação proposta. Consultar avaliação

Seu carro merece uma conversa clara.

Entenda o processo antes de qualquer decisão.

Ação proposta. Falar sobre meu veículo

Como qualificar o interesse

- Cidade.
- Marca, modelo, versão e ano.
- Objetivo vender ou trocar.
- Condição geral.
- Propriedade ou autorização na etapa apropriada.

Provas que a DMA precisa apresentar

- Critérios de interesse.
- Avaliação e proposta.
- Identificação dos responsáveis.
- Contrato, pagamento e transferência quando aplicáveis.

O que evitar na comunicação

- Prometer liquidez ou compra imediata.
- Afirmar pagamento acima da tabela.
- Tratar reorganização como vulnerabilidade.
- Coletar documentos em formulário aberto.

Próxima ação recomendada

Captar dados básicos e informar próximo passo de avaliação; confirmar se há interesse sem prometer proposta.

Validação da oferta

Confirmar compra direta, intermediação ou outro modelo. A liberação de capital é intenção do vendedor, não resultado financeiro garantido ou serviço de investimento.

Referências. **[S1][S9][S10][S14]**

A estratégia por trás de cada escolha.

Os capítulos a seguir aprofundam a marca, os fatos de mercado, os critérios do ICP, o plano de mídia e a validação do negócio.

Mapa do estudo

1. Tese executiva
2. A alma da DMA
3. Fatos e hipóteses
4. Público e mercado
5. Intenções e prioridades
6. O cliente ideal
7. Dores e desejos
8. Quem ainda não está pronto
9. Personas e situações
10. DISC na comunicação
11. Jornada de decisão
12. Cenário competitivo
13. Proposta por interesse
14. Onde e como anunciar
15. Captação e atendimento
16. Métricas e economia
17. Plano de 90 dias
18. Riscos e confiança
19. O que validar
20. Roteiro de entrevistas
21. Fontes e notas de método

01 / 20

Desejo de evoluir. Segurança para decidir.

O foco comercial principal deste projeto é o alto padrão, conforme a orientação atual do usuário. O passado de comunicação para motoristas de aplicativo continua relevante, mas não define sozinho o ICP da página.

O comprador prioritário recomendado busca um veículo que represente uma evolução real em conforto, tecnologia, apresentação ou experiência de uso. Ele não quer apenas uma imagem bonita. Precisa confiar na unidade, entender histórico e condições e sentir que a negociação respeita seu tempo. É uma hipótese de ICP compatível com o briefing, ainda sem validação em dados de clientes.

O segundo público central é o proprietário que pretende vender ou trocar um veículo desse universo. Ele quer reconhecer valor no que possui, entender os critérios de avaliação e reduzir esforço ou risco na negociação. A DMA deve captar uma consulta de avaliação sem prometer compra, preço ou pagamento antes da análise.

Locação para aplicativo e compra programada são outras duas jornadas. Têm necessidades, linguagem e restrições próprias. Não se deve supor que o comprador de upgrade premium, o vendedor de um SUV e o motorista que busca acesso ao carro sejam a mesma pessoa ou tenham o mesmo orçamento. [S1]

"Alto padrão" precisa ganhar definição operacional. Marcas, modelos, versões, estado de conservação, faixa de valor, experiência e capacidade de atendimento. Um SUV de categoria superior e um veículo de marca de luxo não são automaticamente o mesmo recorte. Não há base para atribuir ticket, renda, profissão, gênero ou margem a todo esse público.

DECISÃO RECOMENDADA

Priorizar compra de alto padrão e avaliação para venda/troca. Manter locação e compra programada como caminhos separados, com campanhas, perguntas e mensuração próprias.

O negócio em uma frase

A DMA pode se posicionar como uma conversa qualificada entre a intenção do cliente e uma possibilidade real de negociação. A vantagem não deve depender de dizer "o melhor preço" ou "garantia total", mas de apresentar informação suficiente, responder com precisão e cumprir o combinado.

Modelo de negócio . Hipóteses a confirmar

Elemento	Leitura e decisão prática
Clientes	Compradores e vendedores de alto padrão como prioridade do briefing; motoristas em locação/compra programada em frentes distintas.
Problema	Escolher bem um veículo de maior envolvimento, entender condição e histórico, negociar sem perder tempo e dar um próximo destino ao carro atual.
Proposta de valor	Orientação, clareza e experiência de negociação. Laudo, vistoria, revisão ou garantia adicional só podem ser anunciados quando comprovados.
Canais	Instagram e WhatsApp aparecem no material; Search, marketplaces, Meta e parceiros são recomendações a testar.
Relacionamento	Atendimento consultivo, apresentação de informação e acompanhamento coerente com cada etapa. Confirmar capacidade, horários e processo.

Elemento	Leitura e decisão prática
Receitas	Venda, eventual intermediação, locação e gestão podem ter modelos diferentes. Natureza, estoque próprio ou de terceiros, comissões e margens precisam ser confirmados.
Recursos e atividades	Acesso a veículos, documentação, avaliação, atendimento, contrato e entrega. Não assumir que toda a frota é própria.
Parcerias	Oficinas, inspeção, despachantes, instituições financeiras e indicações apenas quando existirem e estiverem autorizadas.
Custos e riscos	Capital no veículo, preparação, depreciação, tempo de estoque, documentação, responsabilidades, mídia e atendimento; na locação, somar permanência e inadimplência.

Principal risco estratégico

A campanha premium exige uma experiência compatível com a promessa. Se a fotografia comunica cuidado, mas a conversa não esclarece origem, condição e negociação, a confiança se perde. Validar primeiro oferta e processo; depois ampliar mídia.

02 / 20

A estética atrai. A coerência sustenta a marca.

Leitura estratégica das imagens, combinada com a prioridade de alto padrão definida no briefing.

Presença refinada

Preto, marfim e dourado formam uma identidade de seriedade e conquista. Fotografia realista, marcas reconhecíveis e detalhes do veículo combinam com a direção pedida pelo usuário.

- Usar carros reais e contexto verossímil.
- Identificar imagem ilustrativa quando não for uma unidade disponível.
- Não confundir direção premium com comprovação de estoque de luxo.

Desejo com critério

O carro pode simbolizar uma evolução de fase, mas a proposta deve conectar a emoção a uso, versão, condição e negociação. A imagem abre a conversa; os detalhes justificam a escolha.

- Evitar linguagem que reduz o comprador a ostentação.
- Conforto, tecnologia, espaço, dirigibilidade e gosto pessoal podem pesar de modos diferentes.

Confiança demonstrável

Os destaques valorizam regras, contrato e acompanhamento. Esse traço pode inspirar o atendimento de compra e venda, sem transferir automaticamente benefícios de locação para outros produtos. [S1]

- Explicar o processo e seus limites.
- Mostrar documentação e verificações efetivamente existentes.
- Não inventar laudo, inspeção, garantia adicional ou depoimento.

Quatro conversas, uma identidade

A mesma marca pode acolher compra, venda, locação e compra programada. A coerência visual permanece; os argumentos e perguntas mudam.

- Compra premium. Escolha e confiança.
- Venda/troca. Avaliação e negociação.
- Locação. Acesso e regras.
- Compra programada. Planejamento e condições contratuais.

ALMA RECOMENDADA

Uma marca que valoriza a conquista e respeita a decisão. Fotografia forte, linguagem objetiva e informações que ajudam o cliente a escolher.

03 / 20

O briefing aponta a prioridade. A evidência define o limite.

A direção premium vem da orientação atual do usuário. Os prints comprovam o repertório de comunicação, não o mix de vendas ou a capacidade atual.

Status	O que sabemos	Implicação
Direção do usuário	O foco pedido é carros de alto padrão, com marcas e imagens realistas.	Organizar compra e venda como prioridades da LP e do estudo.
Observado nos prints	O feed mostra diferentes modelos e categorias; bio cita locação, venda e gestão. [S1]	Há repertório automotivo, mas não há inventário atual, versões, valores ou disponibilidade confirmados.
Observado nos prints	Compra programada e conteúdo para motoristas de app são recorrentes. [S1]	Manter essa jornada explícita sem tratá-la como persona do comprador premium.
Observado nos prints	Na locação. 21+, CNH válida com EAR, sem sublocação e atendimento declarado em SP. [S1]	Exibir requisitos na jornada correta; confirmar cobertura logística por cidade.
Divulgado; vigência a confirmar	Km livre, caução negociável e suporte aparecem na compra programada. [S1]	Vincular cada benefício ao programa e ao contrato correspondente.
Hipótese de público	Comprador de upgrade tende a valorizar unidade, histórico, atendimento e experiência.	Validar por entrevistas, dúvidas, propostas e negócios sustentáveis.
Não fornecido	Ticket, estoque, CNPJ/endereço, laudos, garantias adicionais, margem e histórico de conversão.	Não criar prova, condição ou vantagem competitiva sem confirmação.
Não comprovado	Compra pela DMA de qualquer carro de terceiros, troca ou intermediação em qualquer condição.	Captar consulta de avaliação; confirmar o modelo de negociação antes de anunciar promessa específica.

Um mercado amplo. Um recorte premium ainda a dimensionar.

A demanda nacional por usados oferece contexto. O tamanho do público de alto padrão atendível pela DMA depende de estoque, geografia, faixa de valor e proposta real.

A FENAUTO registrou 18.508.929 transações de veículos usados e seminovos no Brasil em 2025. O total inclui diferentes segmentos de veículos e não deve ser chamado de vendas apenas de carros premium. No acumulado de janeiro a outubro de 2026, a entidade aponta 15.811.819 veículos, com alta de 3,7% na comparação anual. Esses indicadores mostram atividade do mercado geral; não estimam a oportunidade comercial da DMA. [S12][S13]

Não foi obtido um recorte confiável de seminovos de alto padrão, por município e faixa de valor, que corresponda à operação da DMA. A palavra premium, sozinha, não define um mercado mensurável. É preciso delimitar modelos, versões, idade, condição, ticket e área atendida.

A orientação do Procon-SP para compra de usados destaca a importância de conferir documentação, condições do veículo e informações de revisões. Isso sustenta a recomendação de organizar evidências na decisão; não demonstra que a DMA já presta vistoria, fornece laudo ou oferece garantia contratual adicional. [S14]

As frentes de aplicativo têm outro contexto. A pesquisa de plataformas 2025 reporta cerca de 2 milhões de pessoas em diversas ocupações, considerando trabalho principal ou secundário. Não é uma base de compradores premium nem uma estimativa de motoristas disponíveis em SP. O dado de 2024, aproximadamente 1,7 milhão, refere-se ao trabalho principal; os universos não devem ser misturados para calcular crescimento. [S2][S4][S11]

A ABLA informa frota nacional de 1.717.848 automóveis e comerciais leves e faturamento de R$ 61,7 bilhões na locação em 2025. São indicadores de toda a categoria; não representam o mercado local de alto padrão ou a receita potencial da DMA. [S3]

Camada	Definição útil	Como medir
Contexto geral	Mercado brasileiro de usados e seminovos.	Usar FENAUTO como contexto, preservando o universo do indicador.
Recorte de alto padrão	Modelos/versões/faixa de valor e condição que a DMA efetivamente pretende negociar.	Definir oferta e comparar demanda por modelo, unidade e cidade.
Mercado atendível	Compradores e vendedores dentro da logística e proposta confirmadas.	Cruzar geografia, disponibilidade, perfil de veículo e capacidade de atendimento.

Camada	Definição útil	Como medir
Mercado alcançável	Negócios que estoque, capital, atendimento e mídia podem sustentar.	Projetar por conversão observada, margem, tempo de estoque e capacidade de reposição.
Frentes de aplicativo	Locação e programa de aquisição com requisitos próprios.	Medir separadamente frota, elegibilidade, permanência e risco por contrato.

SEM FALSA PRECISÃO

Não há base para um TAM/SAM/SOM monetário premium da DMA. A próxima estimativa deve começar por modelos, ticket, estoque, cidades e margem . Não por uma porcentagem inventada do mercado nacional.

05 / 20

Dois públicos centrais. Duas jornadas complementares.

Priorização orientada pelo briefing atual; não é ranking de margem já comprovada.

O comprador de alto padrão não é definido apenas por renda ou cargo. Pode buscar família, conforto, tecnologia, preferência de marca, experiência de condução ou evolução pessoal. Não há evidência para fixar idade, gênero, bairro ou patrimônio de toda a base.

O proprietário vendedor pode também ser comprador, mas essa sobreposição deve ser perguntada. Não assumir que vender significa urgência financeira nem que interesse em um carro superior significa disponibilidade para qualquer condição.

Prioridade	Público	Necessidade principal	Condição para avançar
P1 / compra	Comprador de alto padrão ou de upgrade para categoria superior	Encontrar veículo alinhado a conforto, tecnologia, uso e desejo, com confiança na negociação.	Oferta real compatível; informações da unidade e proposta compreensíveis.
P1 / venda e troca	Proprietário de veículo alinhado ao padrão pretendido pela DMA	Entender interesse, avaliação e possibilidade de venda/troca.	Critérios da operação, vistoria quando aplicável e proposta individual; sem compra garantida.

Prioridade	Público	Necessidade principal	Condição para avançar
P2 / compra programada	Motorista que busca planejar aquisição	Continuar usando o carro e compreender um percurso de aquisição.	Condições formais, elegibilidade, custo total e regras de transferência.
P2 / locação	Motorista de aplicativo elegível	Acessar veículo para trabalhar com regras e disponibilidade claras.	Requisitos de locação, logística, disponibilidade e análise de perfil.
Outra conversa	Gestão de frota ou investimento	Resolver uma necessidade empresarial.	Canal próprio; ciclo, critérios e economia diferentes.

06 / 20

O cliente ideal tem intenção clara e exigência compatível com a oferta.

Características recomendadas para validação. Não são dados demográficos medidos da DMA.

ICP principal / comprador de alto padrão

Pessoa que considera trocar ou adquirir um veículo de categoria superior, tem necessidade reconhecível e compara mais do que aparência. Procura informação, confiança e uma negociação que respeite seu tempo.

- Busca por modelo, categoria ou atributos concretos; pode aceitar alternativas coerentes.
- Quer compreender condição, histórico conhecido, versão e custos de uso.
- Tem horizonte de compra e orçamento a conversar, sem renda presumida.
- Pode ter carro na troca; condições dependem de avaliação.
- Valoriza atendimento preciso e continuidade na conversa.

ICP complementar central / proprietário vendedor

Tem um veículo que pode se enquadrar nos critérios comerciais da DMA e deseja avaliar venda ou troca. Busca uma leitura transparente do carro e da negociação.

- Sabe informar modelo, versão, ano e condição geral.
- Quer entender critérios de avaliação e documentação.
- Pode priorizar conveniência, tempo, preço ou troca . Perguntar qual.
- Não deve receber promessa automática de compra, FIPE ou pagamento.

Jornada própria / compra programada

Motorista ou autônomo que quer compreender um caminho de aquisição planejada. Precisa avaliar o compromisso no seu fluxo de caixa e as regras de propriedade. [S1]

- Conhece ou está disposto a organizar a rotina de uso e pagamento.
- Busca custo total, prazo e condições de transferência.
- Restrição no nome não define bom ou mau cliente nem aprovação.
- Não confundir interesse no programa com compra premium.

Jornada própria / locação para aplicativo

Pessoa que precisa de veículo para trabalhar e pode cumprir requisitos e obrigações da locação. A decisão é mais operacional. Acesso, prazo, custo e suporte. [S1]

- Conferir 21+, CNH válida e EAR, conforme regra divulgada.
- Confirmar cidade, disponibilidade e regras do aplicativo.
- Não aplicar esses filtros automaticamente à compra ou venda convencional.
- Separar urgência de necessidade e pressão para contratar.

SINAL DE ADERÊNCIA

Necessidade compreendida + modalidade correta + oferta/logística compatíveis + capacidade de conversar sobre condições + próximo passo consentido. Interesse não é aprovação nem prova de capacidade financeira.

Demografia e situação econômica . O que definir sem estereótipos

Dimensão	Tratamento recomendado
Idade	Não foi medida para compra premium. Na locação, usar o requisito divulgado de 21+, sem extrapolar.
Gênero e família	Não presumir perfil masculino nem obrigação de ter filhos; perguntar quem usa e participa da decisão.
Profissão	Não restringir a empresários, médicos ou executivos sem evidência. Ocupação pode contextualizar uso, não provar orçamento.
Renda e patrimônio	Não há faixa validada. Conversar sobre investimento pretendido e custo total na etapa adequada.
Geografia	São Paulo é declarado no material de locação. Cobertura de compra/venda, retirada e entrega precisa ser confirmada.
Estilo de vida	Preferências por conforto, tecnologia, marca e experiência são hipóteses individuais a escutar.

07 / 20

O desejo é pessoal. O risco percebido é concreto.

Mapa qualitativo para orientar campanhas e entrevistas de compra/venda premium, com necessidades de aplicativo mantidas em contexto separado.

Um comprador pode querer mais espaço para a família, outro valoriza dirigibilidade ou tecnologia, e outro deseja um carro que represente uma nova fase. A imagem de alto padrão não autoriza concluir que todos compram por status, têm renda elevada ou se comportam da mesma maneira.

A decisão combina desejo, utilidade e confiança. A pessoa precisa imaginar a experiência de uso e, ao mesmo tempo, reduzir incerteza sobre unidade, histórico, documentação, custo total e negociação. A comunicação deve permitir entusiasmo e análise sem pressionar uma decisão de maior envolvimento.

Para quem vende, a principal tensão pode ser perder valor, tempo ou segurança na negociação. Para o motorista de aplicativo, pode ser interromper a rotina de trabalho ou assumir um compromisso mal compreendido. Misturar essas dores enfraquece a mensagem e pode atrair a intenção errada.

Por que o comprador avança

A escolha começa a fazer sentido quando o veículo atende ao uso, combina com suas preferências e apresenta condição e proposta que ele consegue avaliar.

- Funcional. Conforto, espaço, tecnologia, desempenho ou adequação à rotina.
- Emocional. Prazer de conduzir, conquista, tranquilidade ou renovação de fase.
- Social. Expressão de gosto e identidade; não presumir necessidade de ostentar.
- Econômico. Relação entre preço, condição, alternativas e custo de propriedade.

O que ele sonha conquistar

Uma experiência superior e uma decisão de que se orgulhe depois da compra. Esses desejos variam; precisam ser confirmados na conversa.

- Gostar do carro no dia a dia, não apenas na fotografia.
- Sentir que evoluiu sem ter escolhido no escuro.
- Viajar ou circular com atributos relevantes para sua rotina.
- Ser atendido de forma compatível com o envolvimento da compra.
- Conseguir explicar a escolha para quem participa do orçamento.

O que o vendedor quer preservar

Valor do veículo, privacidade, tempo e clareza da negociação. A melhor oferta percebida pode incluir conveniência, mas isso não significa aceitar qualquer avaliação.

- Entender como chegaram à proposta.
- Saber quais etapas e documentos serão exigidos.
- Evitar falsas promessas e pedidos de pagamento sem contexto.
- Avaliar venda e troca como possibilidades diferentes.

O que as jornadas de app buscam

Continuidade do trabalho, previsibilidade e clareza sobre compromisso e eventual aquisição. Não são a mesma promessa da compra premium.

- Locação. Acesso e condições operacionais.
- Compra programada. Percurso contratual, total e transferência.
- Suporte não deve ser apresentado como cobertura ilimitada de reparos.

Dor / público	Pensamento possível	Mensagem útil	Prova ou esclarecimento
Unidade / comprador	"Gostei, mas o que eu preciso saber sobre este carro?"	Conheça os detalhes antes de decidir.	Versão, ano, condição e histórico conhecido; limitações declaradas.
Procedência / comprador	"Tem algo importante que não aparece na foto?"	Sua decisão merece informação verificável.	Documentação e verificações reais; laudo apenas se existir.
Comparação / comprador	"Por que este faz mais sentido para mim?"	Compare atributos e condições que importam para seu uso.	Alternativas coerentes, estado e proposta; sem melhor preço universal.
Custo de propriedade / comprador	"O investimento termina no preço de compra?"	Considere o custo total da escolha.	Seguro, tributos, manutenção e condições financeiras com estimativas específicas, quando disponíveis.
Atendimento / comprador	"Vou perder tempo repetindo o que procuro?"	Conte seu objetivo e receba orientação sobre o próximo passo.	Resumo da necessidade e continuidade do contato.
Avaliação / vendedor	"Como vocês consideram o valor do meu carro?"	Entenda os critérios e as possibilidades de negociação.	Modelo, ano, versão, condição, documentação e avaliação individual.
Segurança / ambos	"Posso confiar na negociação?"	Confira canais, condições e etapas antes de avançar.	Identificação comercial, documentos e registros; sem prova fabricada.

Dor / público	Pensamento possível	Mensagem útil	Prova ou esclarecimento
Trabalho / app	“Como mantenho a rotina com esse compromisso?”	Entenda modalidade, requisitos e responsabilidades.	Condições reais do plano e processo de análise.

Gatilhos de mudança e momento da decisão

Situação	Necessidade que pode surgir	Resposta útil
Troca por categoria superior	Comparar conforto, atributos e experiência.	Entender uso e apresentar alternativas disponíveis.
Mudança familiar ou de rotina	Espaço, acessibilidade, trajetos ou viagens podem ganhar peso.	Perguntar o que mudou e quais características são essenciais.
Fim de ciclo com carro atual	Desejo de renovação, custo de manutenção ou mudança de preferência.	Comparar manter, vender e trocar sem desqualificar o veículo atual.
Preferência por marca/modelo	O cliente pode chegar com uma escolha emocional forte.	Respeitar preferência e esclarecer versão, condição e alternativas.
Venda planejada	Interesse em liberar valor ou reorganizar veículos.	Perguntar prioridade; não assumir dificuldade financeira.
Renovação de aluguel / app	Revisão de custo e possibilidade de aquisição.	Abrir conversa própria sobre locação ou programa, sem linguagem premium genérica.

Custo de inação sem pressão

Adiar pode manter uma insatisfação, mas continuar com o carro atual também pode ser racional. Não usar depreciação, manutenção ou “oportunidade única” como ameaça sem evidência. A comparação deve mostrar uma possibilidade real, custos e limites.

Unidade decisora e influenciadores

Participante	Como pode influenciar	O que precisa compreender
Comprador e usuário principal	Preferências, uso, orçamento e aceitação de risco.	Unidade, condição e proposta.

Participante	Como pode influenciar	O que precisa compreender
Família ou pessoa que compartilha o orçamento	Pode participar de uso, espaço, custo e compromisso.	Ganho prático, custo total e alternativas.
Pessoa de confiança com conhecimento automotivo	Ajuda a avaliar condição e informações técnicas.	Acesso a informações reais e possibilidade de conferência conforme processo.
Comunidades e referências de marca	Influenciam preferências e expectativas.	Experiências contextualizadas; opinião não substitui condição da unidade.
Proprietário do carro oferecido	Decide avaliação, venda/troca e documentação.	Condições individualizadas e próximos passos.
Plataforma de transporte / apenas app	Define elegibilidade para uso profissional.	Categoria, documentação e regras próprias.

08 / 20

Qualificar sem confundir interesse com prontidão.

Exclusões e encaminhamentos variam por modalidade. O público de alto padrão não deve ser filtrado por estereótipos.

Situação	Tratamento recomendado
Procura modelo, condição ou serviço fora da oferta real	Explicar disponibilidade e limites; não usar imagem aspiracional como promessa de estoque.
Expectativa de laudo, garantia extra ou financiamento não confirmados	Esclarecer o que existe antes de avançar; não criar condição para reter o lead.
Quer vender carro fora dos critérios da operação	Registrar dados básicos e informar que avaliação não garante proposta ou compra.
Quer preço garantido pela FIPE ou pagamento imediato	Explicar avaliação individual e termos reais; não antecipar garantia.

Situação	Tratamento recomendado
Está apenas explorando possibilidades	Oferecer informação e retomada consentida; não tratar curiosidade como defeito.
Expectativa de orçamento incompatível com oferta disponível	Conversar com respeito sobre alternativas; não presumir capacidade pela aparência ou profissão.
Na locação. Menos de 21 anos, sem CNH válida/EAR ou pretende sublocar	Informar as regras divulgadas e encaminhar adequadamente; não aplicar essas regras à compra/venda.
Fora da logística confirmada	Consultar viabilidade sem prometer entrega, retirada ou suporte.
Compra programada confundida com aprovação ou propriedade imediata	Corrigir o entendimento antes de coletar documentos ou apresentar compromisso.

09 / 20

Quatro situações. Quatro conversas de verdade.

Personas hipotéticas para testar a comunicação. Não são clientes reais, diagnósticos ou distribuição estatística da base.

Marina / quer evoluir de carro

Busca um veículo de categoria superior para uma combinação de conforto, preferência pessoal e uso cotidiano. Pode ter modelo em mente, mas quer saber se a unidade e a negociação fazem sentido.

- Job. Encontrar um upgrade coerente com rotina e investimento pretendido.
- Sonho. Gostar da experiência e sentir segurança na decisão.
- Gatilho. Mudança de fase, rotina ou preferência; não presumir renda ou cargo.
- Dor. Fotos que encantam e informações que não ajudam a comparar.
- Objeção. “O que preciso saber sobre este carro antes de decidir?”
- Critérios. Atributos relevantes, condição, histórico conhecido, documentação e proposta.
- Influenciadores. Quem compartilha uso/orçamento e pessoa de confiança.
- Mensagem. “Seu próximo carro começa com uma escolha bem feita.”
- Sinal de prontidão. Descreve uso, preferências, prazo e condições que quer avaliar.

Eduardo / quer vender ou trocar bem

Tem um veículo que pode se alinhar à proposta de alto padrão e considera venda ou troca. Quer entender interesse, critérios e processo, preservando tempo e valor.

- Job. Avaliar uma negociação concreta e confiável.
- Sonho. Resolver a transição com clareza e sem desgaste desnecessário.
- Gatilho. Renovação, mudança de uso ou reorganização; não assumir aperto financeiro.
- Dor. Propostas vagas, avaliação sem explicação e contato repetitivo.
- Objeção. “Como o meu carro será avaliado e o que acontece depois?”
- Critérios. Transparência, documentação, etapas, proposta e segurança do processo.
- Mensagem. “Conte sobre seu carro. Vamos entender a possibilidade de negociação.”
- Sinal de prontidão. Informa modelo, versão, ano e objetivo de vender ou trocar.

Rafael / dirige e quer planejar aquisição

Usa um carro para trabalhar e quer entender um caminho de compra programada, sem interromper a rotina e sem assumir compromisso mal compreendido.

- Job. Compreender percurso, custo total e condições de aquisição.
- Sonho. Construir propriedade de modo planejado, se o contrato e a capacidade permitirem.
- Dor. Não saber o destino de cada pagamento.
- Objeção. “Quando e em quais condições o veículo pode ser meu?”
- Prova. Proposta, total, prazo, responsabilidades e transferência.
- Mensagem. “Entenda cada etapa antes de dar o próximo passo.”
- Não confundir com comprador premium nem prometer renda ou aprovação.

Camila / precisa de locação para trabalhar

Busca locação de carro popular ou médio para Uber/99, conforme o briefing atual. Precisa entender requisitos, disponibilidade e condições antes de assumir o compromisso.

- Job. Acessar veículo compatível com trabalho e regras.
- Gatilho. Fim de locação, perda de acesso ao carro ou retorno à atividade.
- Dor. Não saber requisitos, desembolso e retirada.
- Objeção. “Tenho perfil e existe uma opção disponível para minha cidade?”
- Prova. Critérios divulgados, valores reais e disponibilidade confirmada.
- Mensagem. “Conheça as condições para seguir em movimento.”
- Conferir requisitos específicos de locação sem generalizar para outras jornadas.

Personas hipotéticas. Os nomes são ilustrativos; não são clientes, depoimentos ou perfis medidos da DMA.

10 / 20

DISC como linguagem de atendimento, não rótulo de pessoa.

Não foi aplicado instrumento DISC a clientes. Os quatro estilos abaixo são hipóteses para adaptar a explicação a sinais observados na conversa; não permitem diagnosticar personalidade nem afirmar percentuais do público.

O comprador de alto padrão pode querer um resumo no primeiro contato e detalhe técnico depois; o vendedor pode priorizar critérios de avaliação; o motorista pode começar por custo e disponibilidade. Adaptar o nível de informação à conversa é mais útil do que presumir personalidade pela categoria do carro. O modelo não serve como filtro de crédito, patrimônio, potencial de compra ou valor do cliente.

Não coletar um “tipo DISC” na LP nem usar a suposição para excluir pessoas. Em vez disso, oferecer acesso rápido ao essencial e aprofundamento voluntário. Confirmar a preferência com uma pergunta simples. “Você prefere um resumo das etapas ou quer que eu detalhe as condições primeiro?”

Na LP	Na compra, título e veículo atraem, enquanto detalhe de unidade e condições permitem aprofundamento. Na venda, critérios e etapas reduzem incerteza. Nas jornadas de app, requisitos e funcionamento do plano têm destaque. A identidade visual pode permanecer, mas cada pessoa encontra a informação de sua intenção.
Na campanha	Testar enfoques de objetividade, experiência desejada, previsibilidade e detalhe verificável. Não chamar o público de D, I, S ou C nem inferir personalidade pela marca desejada ou pela taxa de clique.
No WhatsApp	Perguntar qual dúvida precisa ser resolvida primeiro, resumir o que foi entendido e adaptar o nível de detalhe. Registrar necessidades concretas, sem construir um prontuário psicológico do lead.

Estilo de comunicação. Quatro formas de conduzir a conversa.

D / direção e objetividade

Sinais possíveis na conversa. Pergunta primeiro o próximo passo, o prazo ou a condição principal.

Como responder. Começar pelo objetivo, condições conhecidas e sequência para avançar.

Prova que ajuda. Resumo de requisitos, valores formais e próximos passos.

Evitar. Rodeios, promessas de rapidez sem confirmação e pressão.

> “Seu objetivo é adquirir o carro. Vamos começar pelos requisitos, condições e próximos passos.”

I / diálogo e visão de conquista

Sinais possíveis na conversa. Conta planos, busca conversa e reage a exemplos de uso.

Como responder. Relacionar a proposta ao objetivo e usar exemplos reais autorizados.

Prova que ajuda. História concreta, demonstração humana e percurso visual.

Evitar. Exagero emocional, intimidade forçada e caso de sucesso inventado.

> “Conte qual conquista você quer alcançar. Vamos entender o caminho que faz sentido para você.”

S / continuidade e previsibilidade

Sinais possíveis na conversa. Pergunta sobre suporte, mudanças e segurança para seguir a rotina.

Como responder. Explicar etapas, responsáveis, limites e o que acontece em imprevistos.

Prova que ajuda. Fluxo de acompanhamento, canais e regras de atendimento.

Evitar. Urgência artificial e mudanças de condição no meio da conversa.

> “Vamos passar pelas etapas e explicar como funciona o acompanhamento antes de você decidir.”

C / detalhe e comparação

Sinais possíveis na conversa. Pede contrato, total, inclusões, exclusões e cenários.

Como responder. Organizar informação verificável e dar tempo para comparar.

Prova que ajuda. Proposta escrita, custo total, contrato e condições de transferência.

Evitar. Alegação vaga, taxa omitida e resposta “confia que dá certo”.

> “Vamos organizar os valores, as regras e o custo total para você comparar com tranquilidade.”

LIMITE DA ANÁLISE

Não existe um "DISC dominante da DMA" demonstrado pelos prints. Qualquer distribuição numérica seria inventada. O ganho prático está em melhorar a clareza e escuta do atendimento.

11 / 20

Da imagem à decisão. Cada etapa precisa responder uma dúvida.

Hipóteses de jornada para compra e venda de alto padrão; as rotas de aplicativo devem conservar seus próprios conteúdos.

"Vocês têm esse modelo disponível?"	Responder com disponibilidade real. Se a imagem é ilustrativa, explicar; não usar "última unidade" nem preço sem vínculo com uma unidade confirmada.
"Tem laudo, revisão ou garantia?"	Distinguir obrigação aplicável, informação existente e serviço adicional comprovado. A página não deve anunciar que a DMA fornece laudo, revisão ou garantia extra sem evidência. [S14]
"Aceitam meu carro na troca?"	Captar a consulta e informar que depende de critérios, documentação, condição e avaliação. Não garantir aceitação ou percentual de tabela.
"Preciso decidir agora?"	Oferecer informação para avaliar. Disponibilidade pode mudar, mas urgência comercial só deve ser comunicada com motivo real, sem escassez inventada.
"Na compra programada, todo pagamento vira aquisição?"	Não presumir. Explicar natureza de cada cobrança, prazo, valor total, titularidade e transferência conforme contrato.
"Na locação, o que acontece com danos?"	Suporte não equivale a reparo gratuito ou cobertura ilimitada. Explicar responsabilidade, proteção, franquia e eventual parcelamento, conforme o contrato. [S1]

Etapa	Pergunta	Conteúdo ou prova	Ação desejada
Descoberta	“Esse carro e essa marca combinam com o que procuro?”	Fotografia realista, proposta e categoria; identificar imagem ilustrativa.	Escolher intenção.
Identificação	“Qual caminho é o meu. Comprar, vender, alugar ou planejar aquisição?”	Opções visíveis e conteúdo específico.	Abrir a modalidade correta.
Consideração / compra	“O que faz esta unidade ou alternativa ser adequada?”	Atributos, condição, histórico conhecido e informações disponíveis.	Descrever preferências e consultar.
Consideração / venda	“Existe interesse no meu carro e como avaliam?”	Dados básicos e processo de avaliação, sem garantia de compra.	Informar veículo e objetivo.
Confiança	“A negociação é real e bem explicada?”	Identidade e canais, informações verificáveis e etapas.	Iniciar conversa.
Viabilidade	“Faz sentido para uso, orçamento e prazo?”	Proposta completa; eventual troca ou crédito somente com condições oficiais.	Comparar e esclarecer.
Decisão	“O que ainda preciso conferir?”	Documentação, condição, contrato e verificações realmente disponíveis.	Avançar conforme processo formal.
Pós-contato	“Qual é o próximo passo e quem acompanha?”	Resumo da necessidade e instrução objetiva.	Confirmar continuidade consentida.

Mensagem por consciência

Momento	Mensagem útil	Próximo passo
Desejo ainda aberto	“Que experiência você busca no próximo carro?”	Explorar preferências.
Categoria definida	“Conforto, tecnologia e uso. O que pesa mais na sua escolha?”	Contar objetivo e categoria.

Momento	Mensagem útil	Próximo passo
Modelo desejado	“Conheça detalhes e condições antes de decidir.”	Consultar disponibilidade real.
Quer trocar ou vender	“Entenda a possibilidade de negociação para o seu veículo.”	Informar modelo e ano.
Já compara propostas	“Compare a unidade, o custo e o que fica combinado.”	Esclarecer condições.

Principais razões de abandono a investigar

Divergência entre imagem e disponibilidade, informação incompleta, demora sem atualização, condição comercial confusa, avaliação sem critério explicado ou pressão para pagar. Registrar o motivo concreto; “lead ruim” não explica uma perda.

12 / 20

O concorrente não é só outra loja. É outra forma de decidir.

Leitura de alternativas e páginas oficiais; sem ranking de qualidade, comparação de preço ou atribuição de serviços concorrentes à DMA.

Alternativa	O que oferece ao processo de escolha	Implicação para DMA
Revendas especializadas e concessionárias de seminovos	Atendimento e estoque com posicionamentos próprios.	Identificar concorrentes reais por cidade, modelo e faixa de valor; não inventar superioridade.
Kavak	Compra, venda e troca de seminovos em experiência digital; referência de organização da jornada. [S15]	O lead pode esperar informações e etapas fáceis de entender. Diferenciar por experiência comprovada, não por promessa vaga.
Webmotors e outros marketplaces	Busca e comparação de anúncios e modelos. Marketplace não equivale a revenda. [S16]	A pessoa chega com referências e alternativas; dados da unidade e atendimento precisam acrescentar valor.

Alternativa	O que oferece ao processo de escolha	Implicação para DMA
Venda direta entre particulares	Outra dinâmica de preço, conveniência, confiança e responsabilidade.	Explicar processo real e segurança da negociação sem generalizar que toda venda particular é ruim.
Manter o carro atual	Evita desembolso e esforço de mudança.	Demonstrar adequação da alternativa; não pressionar a troca por medo.
Carro novo, assinatura ou financiamento	Alternativas diferentes de acesso e aquisição, sob contratos próprios.	Comparar caso a caso; não dizer que uma modalidade é sempre melhor.
Kovi / Zarp / Movida . Somente frente app	Locação dedicada e, em alguns produtos, caminhos de compra com condições específicas. [S5][S6][S7]	Tratar como concorrência da jornada profissional; não usar como únicos concorrentes da compra premium.

DIFERENCIAL A CONSTRUIR

Informação útil, atenção às preferências e uma negociação bem explicada. A palavra premium precisa aparecer na experiência e na oferta, não apenas no dourado da página.

13 / 20

Uma identidade. Quatro propostas compreensíveis.

A seleção do usuário deve mudar título, argumentos, perguntas e próximo passo.

Na compra premium, “seleção” ou “curadoria” só deve descrever uma prática real de escolha e apresentação de veículos. A página pode oferecer orientação para encontrar uma alternativa, mas não anunciar inspeção, laudo, procedência certificada, revisão ou garantia adicional sem comprovação.

Na venda, a primeira captura é uma consulta. Compra direta pela DMA, consignação, intermediação e troca são modelos diferentes. Antes de veicular promessas, confirmar quais existem e em que condições.

Na compra programada, não chamar o produto de financiamento, consórcio, compra automática ou propriedade imediata sem confirmar sua natureza. Quilometragem livre e caução negociável divulgadas pertencem ao plano correspondente e às condições vigentes. [S1]

Um formulário não precisa entregar uma simulação numérica se não existem preços oficiais. O compromisso pode ser atendimento para conhecer condições reais, com linguagem transparente sobre análise e disponibilidade.

Intenção	Promessa recomendada	Conteúdo que muda	Qualificação inicial
Comprar / alto padrão	"Seu próximo carro começa com uma escolha bem feita."	Preferências, categoria, atributos e consulta de alternativas; informações de unidade quando reais.	Nome, WhatsApp, cidade, categoria/modelo de interesse e momento; faixa de investimento opcional.
Vender / trocar	"Sua próxima negociação começa com clareza."	Possibilidade de avaliação, dados do veículo e passos; sem oferta ou compra garantida.	Nome, WhatsApp, cidade, marca/modelo/versão, ano e objetivo vender/trocar.
Alugar para aplicativo	"Conheça as condições para seguir em movimento."	Requisitos, disponibilidade, retirada e responsabilidades.	Nome, WhatsApp, cidade, prazo e confirmação simples de requisitos de locação.
Compra programada	"Entenda o caminho antes de dar o próximo passo."	Etapas, análise individual, total, prazo, pagamentos e transferência sob contrato.	Nome, WhatsApp, cidade, objetivo e momento; detalhes financeiros na conversa apropriada.

Atrair pelo momento certo. Medir pela negociação real.

Estratégia de teste com frentes distintas. Não há orçamento de mídia, estoque confirmado ou histórico de performance fornecido.

Search / compra de alto padrão

Captar quem já procura modelo, categoria e cidade. A intenção declarada pode permitir uma conversa mais específica, desde que a oferta real corresponda à busca.

- Separar modelo/versão de categoria ampla e de busca da marca DMA.
- Exemplos. [modelo] seminovo [cidade], SUV seminovo, troca por [categoria].
- Anunciar modelo específico somente quando houver unidade ou proposta de busca claramente explicada.
- Direcionar para compra; não abrir locação de app por padrão.

Instagram e Meta / desejo com informação

Mostrar veículos de forma realista e refinada, com contexto de experiência e detalhes úteis. O visual fortalece a proposta; não substitui informação da unidade.

- Vídeo de detalhes, interior e atributos; unidades reais quando disponíveis.
- Carrossel sobre como comparar versão, condição, histórico e proposta.
- Públicos geográficos e critérios permitidos pela plataforma, sem presumir renda ou personalidade.
- Fotografia ilustrativa precisa de identificação; não fabricar prova social.

Venda/troca / campanha própria

Captar proprietários interessados em avaliação com criativo e formulário próprios. Esse lead pode alimentar negociação e oferta, mas não é garantia de aquisição para o estoque.

- Mensagem. Conte modelo, versão, ano e objetivo.
- Consultar avaliação e critérios; sem promessa de compra rápida ou acima da tabela.
- Distinguir compra direta, troca e intermediação após confirmar quais existem.

Aplicativos / utilidade e caixa

Locação popular e média para Uber/99 deve falar de disponibilidade, requisitos, custo e uso profissional. Compra programada explica contrato e aquisição. São grupos separados da campanha premium.

- Locação. CNH/EAR, 21+, cidade, prazo e responsabilidades.
- Compra programada. Percurso, total, titularidade e transferência.
- Não importar luxo, renda ou retorno garantido para a oferta profissional.
- Não lançar modalidade dia a dia ou leilão como serviço ativo sem validação.

Onde anunciar . Razão, formato e limite

Canal	Por que testar	Formato	Qualificação e cuidado
Google Search / premium	Capta procura já declarada por carro ou negociação.	Modelo/categoria/cidade e página na intenção correspondente.	Confirmar oferta e analisar termos reais; não garantir alcance ou conversão.
Instagram / Meta	Combina fotografia, identidade e descoberta de possibilidades.	Reels, carrosséis e detalhes realistas com informação.	Julgar por contato qualificado e proposta; não só curtida ou clique.
Facebook / Meta	Pode ampliar alcance da mesma operação de mídia; resultado deve ser medido.	Testes de formato e posicionamento conforme qualidade.	Não inventar idade dominante ou poder aquisitivo da audiência.
Marketplaces automotivos	Oferecem contexto de comparação por unidade e atributo.	Anúncios completos de veículos realmente disponíveis.	Custo por negócio, atualização e consistência de dados; não anunciar estoque fictício.

Canal	Por que testar	Formato	Qualificação e cuidado
Remarketing consentido	Ajuda a resolver uma dúvida de interesse já demonstrado.	Compra. Detalhes e condições; venda. Etapas de avaliação; app. Regras.	Base legal/configuração adequadas; sem atributos financeiros expostos nem perseguição indefinida.
Parcerias e indicação autorizada	Podem gerar contexto e confiança quando há relacionamento real.	Parceiros automotivos e comunidades com permissão.	Não presumir vínculo; não comprar listas ou divulgar dados sem autorização.
Search / aplicativo	Capta necessidade operacional explícita de locação ou programa.	Campanhas separadas Uber/99 e aquisição planejada.	Popular/médio, condições reais e elegibilidade; sem prometer renda.
WhatsApp	Continua a conversa iniciada voluntariamente pelo lead.	Resumo de intenção e pergunta útil.	Link aberto não comprova mensagem enviada; não fazer disparo sem autorização.

Ordem de teste e investimento

Com orçamento restrito, escolher uma combinação de intenção, geografia e oferta antes de pulverizar recursos. Compra premium pode começar por Search de demanda existente e Meta para apresentar experiência; venda/troca merece grupo próprio. Frentes app precisam de orçamento e avaliação separados. A distribuição deve seguir oferta, margem e dados, não uma porcentagem genérica.

Banco de 16 criativos . Hipóteses para validar

Tema	Headline / abertura	Execução	Intenção e ação
Escolha	“Seu próximo carro começa com uma escolha bem feita.”	Carro realista, marca reconhecível e mensagem concreta.	Compra / contar preferências.
Experiência	“O que você quer sentir no seu próximo carro?”	Detalhes de conforto e interior, sem atributos inventados.	Compra / explorar possibilidades.
Detalhe	“A decisão merece mais do que uma boa foto.”	Informações de unidade e atributos reais.	Compra / consultar detalhes.

Tema	Headline / abertura	Execução	Intenção e ação
Categoria	“Mais espaço, tecnologia ou prazer de dirigir?”	Comparação de necessidades, sem superioridade universal.	Compra / definir objetivo.
Histórico	“Antes de escolher, saiba o que conferir.”	Checklist educativo e informações efetivamente disponíveis.	Compra / tirar dúvidas.
Condições	“Compare o carro. Entenda a proposta.”	Consultor real autorizado ou texto claro sobre etapas.	Compra / conversar.
Troca	“Seu próximo passo pode começar pelo carro que você tem.”	Convite a consulta, sem valor automático.	Venda/troca / informar modelo e ano.
Avaliação	“Pensando em vender? Entenda as possibilidades.”	Veículo e processo sem promessa de compra.	Venda / consultar avaliação.
Transparência	“Critérios claros fazem parte de uma boa negociação.”	Explicação do que será avaliado.	Venda / conhecer etapas.
Atendimento	“Conte o que procura. A conversa começa daí.”	Equipe e processo reais, sem depoimento fabricado.	Compra / contato.
Locação	“Condições para seguir em movimento.”	Popular/médio em contexto profissional.	Aluguel Uber/99 / consultar.
Requisitos	“Quer alugar para aplicativo? Comece pelos requisitos.”	Checklist atual confirmado.	Aluguel / conferir perfil.
Retirada	“Antes da chave, entenda o combinado.”	Processo de retirada e responsabilidades.	Aluguel / ver como funciona.
Programa	“Entenda cada etapa da compra programada.”	Percurso sem prazo ou propriedade automática inventados.	Programa / conhecer condições.
Total	“Planejamento começa com clareza sobre o compromisso.”	O que conferir em valores, uso e aquisição.	Programa / solicitar explicação.

Tema	Headline / abertura	Execução	Intenção e ação
Escolha de intenção	“Comprar, vender, alugar ou planejar aquisição?”	As quatro escolhas da LP.	Todas / selecionar caminho.

Como avaliar o criativo

Definir antes do teste o que será considerado avanço. Compreensão da oferta, contato, qualificação, avaliação, proposta ou negócio. Não escolher vencedor por diferença pequena em poucos dias. Um criativo que traz menos cliques pode produzir conversas mais aderentes; conferir também motivo de perda e capacidade de atender.

15 / 20

Uma captura que prepara a negociação.

O formulário precisa entender intenção e próximo passo, sem pedir toda a documentação ou fazer análise automática.

Primeiro, o lead escolhe comprar, vender, alugar ou compra programada. O conteúdo muda de acordo com esse objetivo. O formulário capta o mínimo para iniciar a conversa e a equipe confirma o que exige documento, avaliação ou proposta.

Compra premium pode perguntar preferência e momento; venda pede informações do veículo; locação verifica requisitos básicos; programa confirma o interesse na modalidade. EAR e idade de locação não pertencem ao formulário de venda ou compra convencional.

Confirmação técnica de envio é apenas recebimento da solicitação pelo mecanismo implementado. Clique em WhatsApp não comprova mensagem enviada, atendimento, aprovação, visita, avaliação ou contrato. Cada etapa exige evidência própria.

Primeira coleta

Nome, WhatsApp, cidade e dados pertinentes à intenção. Faixa de investimento pode ser opcional na compra; documentos e informações financeiras detalhadas ficam para canal apropriado.

- Não pedir CPF, foto de CNH ou documento do carro no primeiro formulário aberto.
- Não enviar nome/telefone para analytics como propriedade de evento.
- Definir finalidade, acesso e retenção; separar campanhas futuras do retorno solicitado. [S9][S10]

Qualificar é encaminhar

A prioridade comercial pode considerar necessidade, oferta e prontidão. Não deve usar aparência, marca desejada, gênero, vulnerabilidade financeira ou hipótese DISC como valor do cliente.

Etapa	Critério observável	Registro recomendado
Visita	Página aberta.	page_view; origem/campanha sem dados pessoais.
Intenção	Escolha explícita.	intent_selected com modalidade.
Perfil explorado	Seleção voluntária no estudo.	profile_selected, se medido com finalidade e configuração adequadas; não perfil psicológico.
Formulário	Dados válidos e confirmação real.	lead_start; lead_submit após recebimento confirmado.
Canal	Abertura do destino de contato.	whatsapp_click; não chamar de conversa.
Contato	Diálogo estabelecido pela equipe.	contacted no processo de atendimento.
Qualificação	Necessidade compatível com oferta/logística.	qualified e motivo padronizado.
Avaliação / conferência	Etapa realmente realizada.	vehicle_evaluated ou etapa equivalente, conforme modalidade.
Proposta	Condições foram apresentadas.	proposal_sent com intenção e data.
Negócio / contrato	Formalização efetiva.	deal_closed ou contract_signed, não inferido por clique.
Entrega / acompanhamento	Etapa executada conforme operação.	delivered e indicadores reais de atendimento.

Score proposto de encaminhamento . Não aprovação

Sinal	Pontos sugeridos	Motivo
Intenção e necessidade compreendidas	0 ou 2	Preparar a conversa correta.
Cidade/logística compatíveis	0 ou 2	Evitar promessa inviável.
Oferta/veículo ou avaliação potencialmente compatíveis	0 ou 2	Relacionar interesse a uma possibilidade real.
Prazo e requisitos da modalidade alinhados	0 ou 2	Definir próximo passo responsável.
Contato válido e retorno autorizado	0 ou 2	Permitir atendimento útil e legítimo.

Como usar sem automatizar julgamento

Proposta inicial. 8–10 = conversa de proposta; 4–6 = esclarecer e confirmar; 0–2 = orientar e ajustar expectativa. Cortes são hipóteses a validar, não dados estatísticos. Um requisito obrigatório ausente impede o avanço daquela modalidade, mesmo com pontuação alta. Não pontuar patrimônio presumido, gênero, raça, deficiência, restrição financeira ou DISC.

Roteiro consultivo por modalidade

Passo	Fala sugerida	Objetivo
Acolher	"Vi seu interesse em [modalidade]. O que você quer resolver primeiro?"	Confirmar contexto.
Compra	"Que uso, categoria ou características você procura no próximo carro?"	Entender preferência antes de ofertar.
Venda/troca	"Qual modelo, versão e ano você tem, e pensa em vender ou trocar?"	Preparar consulta de avaliação.
Locação	"Seu uso é Uber/99? Qual cidade e prazo? Já atende aos requisitos divulgados?"	Conferir modalidade e prontidão.
Programa	"Você quer entender o funcionamento da aquisição e os compromissos ao longo do uso?"	Evitar confusão com compra imediata.

Passo	Fala sugerida	Objetivo
Condições	“Vou separar o que já está confirmado do que depende de análise ou disponibilidade.”	Informar sem prometer.
Compreensão	“O que precisa ficar claro para você comparar e decidir?”	Identificar objeção real.
Avançar	“Se fizer sentido, o próximo passo é [etapa real]. A consulta não garante oferta, aprovação ou disponibilidade.”	Concluir com expectativa correta.

Retomada respeitosa

Quando houver autorização e contexto. “Ficou alguma dúvida sobre [tema conversado]? Posso ajudar com essa parte se você ainda estiver avaliando.” Oferecer encerramento simples, respeitar preferência e não interpretar silêncio como consentimento.

16 / 20

O objetivo é negociação sustentável, não cadastro barato.

Sem histórico, não há base para prometer CPL, conversão, retorno ou teto de CAC.

Comparar por intenção, cidade, campanha e período. Não misturar comprador premium, vendedor, motorista de locação e interessado no programa em uma taxa média que esconda diferenças. Deduplicar contatos e definir janela de atribuição antes de tirar conclusões.

O teto de CAC deve partir da margem de contribuição, risco e capacidade de cada produto. Negócio assinado não equivale a todo o caixa recebido. Sem custos e histórico, meta de retorno ou previsão de vendas seria inventada.

Indicador	Fórmula	Uso
Conversão em lead	Solicitações recebidas ÷ sessões elegíveis.	Encaixe anúncio. Página e fricção.
Taxa de contato	Leads com conversa ÷ leads recebidos.	Qualidade do contato e processo de retorno.

Indicador	Fórmula	Uso
Qualificação	Leads compatíveis ÷ leads contatados.	Clareza da oferta e aderência.
Custo por qualificado	Investimento em mídia ÷ qualificados.	Eficiência próxima à operação.
Avaliação / venda	Avaliações realizadas ÷ consultas de venda compatíveis.	Capacidade e interesse real.
Taxa de proposta	Propostas apresentadas ÷ qualificados.	Oferta e avanço de negociação.
Conversão de proposta	Negócios/contratos ÷ propostas.	Condições e atendimento.
CAC de mídia	Mídia ÷ novos negócios atribuídos.	Custo restrito à mídia.
CAC completo	Custos atribuíveis marketing/vendas ÷ novos clientes.	Economia completa de aquisição.
Tempo de resposta	Tempo entre solicitação e primeiro contato útil.	Capacidade; observar mediana e dispersão.
Giro e margem / compra-venda	Tempo de estoque e contribuição por unidade.	Sustentabilidade da oferta.
Permanência / locação	Entrega, atrasos, cancelamento e permanência por coorte.	Risco e sustentabilidade do contrato.

Economia da oferta . Dados antes de escalar

Variável	O que levantar	Por que importa
Receita de compra/venda	Receita, custo de aquisição, eventual comissão e condições de recebimento.	Separar faturamento, giro e margem.
Estoque e preparação	Capital, tempo parado, depreciação, reparos/preparação e logística reais.	Define custo de manter unidade e pressão de giro.
Avaliação e reposição	Taxa de veículos aceitos, custo de avaliar e qualidade da origem.	Lead vendedor não significa estoque adquirido.

Variável	O que levantar	Por que importa
Operação e responsabilidades	Documentação, entrega, atendimento e cobertura/obrigações aplicáveis.	Evita custo omitido ao calcular contribuição.
Locação/programa	Capital, manutenção, ociosidade, dano, atraso e permanência.	Riscos diferentes de uma venda convencional.
Limite comercial	Margem conservadora, prazo de recuperação e capacidade.	Orienta ritmo de mídia; sem teto universal.

Regra de decisão

Ampliar investimento quando oferta real, atendimento, margem e demanda qualificada estiverem alinhados. Se o aumento de formulários apenas amplia frustração por falta de veículo, condições ou capacidade, corrigir o gargalo antes de expandir.

17 / 20

Noventa dias para transformar hipótese em escolha informada.

Sequência recomendada, dependente de oferta, orçamento e capacidade da DMA.

Dias 1–30 / definir e ouvir

Confirmar o recorte de alto padrão e as modalidades realmente disponíveis, organizar atendimento e iniciar observação.

- Definir modelos, versões, valores, condição e cobertura.
- Confirmar compra direta, troca, intermediação e regras de avaliação.
- Validar contratos e separar jornadas Uber/99 e compra programada.
- Entrevistar compradores, vendedores, clientes e desistentes.
- Instrumentar etapas reais sem dados pessoais em analytics.
- Testar intenção/canal/geografia em escala compatível com a operação.

Dias 31–60 / ajustar pelo comportamento

Revisar mensagem e atendimento conforme dúvidas, propostas e motivos de perda.

- Comparar qualidade por modalidade, modelo/categoria e cidade.
- Corrigir confusão entre imagem de campanha e estoque.
- Refinar perguntas e informações que faltam antes da proposta.
- Publicar provas reais e autorizadas quando disponíveis.
- Redirecionar mídia para combinações com aderência e viabilidade.

Dias 61–90 / expandir com critério

Escalar o que gera negócios sustentáveis e experiência coerente com o posicionamento.

- Avaliar CAC completo, contribuição, giro e atendimento.
- Na locação, observar coortes, permanência e risco.
- Ampliar geografia ou categoria somente com logística e oferta.
- Documentar atualização de estoque e condições.
- Manter ou descartar hipóteses de público com evidência.
- Investidor, leilão e uso pessoal só avançam com oferta validada.

Hipóteses que merecem teste

Hipótese	Sinal favorável	O que pode derrubar
Upgrade premium é o melhor núcleo de compra	Conversas aderentes, propostas e margem com oferta compatível.	Estoque, demanda ou margem não sustentam a prioridade.
Clareza ajuda a diferenciar	Menos dúvidas repetidas e avanço consciente.	O problema principal é oferta incompatível, não informação.
Venda/troca gera oportunidade útil	Avaliações e veículos compatíveis com critérios.	Volume sem interesse real da operação ou economia desfavorável.
Search traz intenção específica	Termos aderentes e custo por qualificado viável.	Volume baixo ou custo incompatível.
Meta pode construir desejo qualificado	Compreensão da proposta e avanço após contato.	Curiosidade sem oferta compatível ou expectativa distorcida.

Hipótese	Sinal favorável	O que pode derrubar
Rotas distintas reduzem confusão	Menos encaminhamento errado e conversa útil.	Opções pouco claras ou fricção excessiva.

18 / 20

Confiança depende do que a promessa explica.

Cuidados de comunicação e operação. Não constituem parecer jurídico.

Risco	Como reduzir
Premium só na estética	Definir oferta e experiência; não associar dourado a serviço inexistente.
Imagem interpretada como estoque	Identificar campanha ilustrativa; unidade anunciada precisa de dados e disponibilidade reais.
Procedência certificada, laudo ou revisão sem prova	Informar apenas o que foi efetivamente verificado e está documentado.
Garantia adicional presumida	Distinguir obrigação aplicável de cobertura contratual extra; não inventar cobertura. [S14]
Venda ou troca garantida	Consulta não equivale a aceitação; formalizar critérios e proposta.
Financiamento ou aprovação	Não anunciar crédito, taxa ou aprovação sem oferta e condições comprovadas.
Leilão, investimento ou uso pessoal	São hipóteses no explorador; não apresentá-las como serviços ativos antes de validação.
Programa pouco claro	Explicar natureza, valores, prazo, titularidade, saída, atraso e transferência.
Aplicativo e categoria	Conferir regras da plataforma e cidade; a foto do carro não garante aceitação. [S8]

Risco	Como reduzir
Danos e suporte	Diferenciar assistência, cobertura, responsabilidade, franquia e eventual parcelamento.
Dados em excesso	Minimizar coleta, restringir acesso e explicar finalidade, retenção e direitos. [S9][S10]
Canal e pagamentos	Manter identificação e canais consistentes; confirmar e contextualizar a regra de retirada/checklist divulgada para locação. [S1]
Prova social inventada	Usar somente relatos e resultados reais autorizados.
Estereótipos e pressão	Não presumir renda, personalidade ou vulnerabilidade por carro/interesse; não explorar medo ou urgência financeira.

19 / 20

O que precisa ser confirmado para a campanha definitiva.

A direção está definida. A oferta e as evidências ainda precisam ganhar detalhe operacional.

Definição de alto padrão

Marcas, modelos, versões, faixa de valor, condição mínima e experiência pretendida. Separar categoria superior, marca premium e carro de luxo quando o recorte importar.

Estoque e negociação

Veículos disponíveis, origem, próprio/terceiros, dados de unidade, histórico conhecido, documentação e verificações. Confirmar compra direta, troca, intermediação, avaliação e condições.

Modalidades de aplicativo

Frota popular/média, disponibilidade Uber/99, requisitos, cidades, valores, contratos e responsabilidades. Compra programada. Prazo, total, titularidade e transferência.

Identidade e operação	CNPJ, razão social, endereço, horários, canais oficiais, logística, responsáveis pelo atendimento e pelos dados; processo de atualização de oferta.
Economia e histórico	Margem, giro, custo de preparação, taxa de avaliação, motivos de perda, tempo de resposta, conversão, CAC e risco por produto.
Expansões sob validação	Investidor/frota, oportunidade/leilão e locação dia a dia no explorador são perguntas de negócio. Confirmar serviço, contrato, capacidade e comunicação antes de anúncio comercial.

RECOMENDAÇÃO

A identidade premium organiza compra e venda. Utilidade e condições organizam a locação popular/média. Clareza contratual organiza a compra programada. As campanhas devem respeitar essa diferença.

Oito perguntas para ouvir cada intenção.

Usar com compradores, vendedores e interessados na modalidade correspondente. Buscar decisões passadas e exemplos, sem tratar hipóteses como pesquisa concluída.

No programa, acrescentar pergunta sobre o que a pessoa imagina estar contratando. Na locação, entender requisitos, uso e custos. No alto padrão, investigar atributos e experiência sem presumir status. Registrar contexto e palavras usadas; não transformar poucas entrevistas em percentuais representativos. Pedir autorização antes de gravar ou publicar.

- O que você quer resolver com essa compra, venda, troca ou locação? O que mudou na sua rotina?
- Quando procurou uma alternativa pela última vez, por onde começou e o que comparou?
- Na compra, quais características são essenciais e quais são preferências? Na venda, o que pesa mais na negociação?
- Que informação você precisa entender antes de avaliar uma proposta?
- O que faz você confiar numa empresa e o que faria interromper a conversa?
- Quem participa da decisão ou ajuda você a avaliar carro, orçamento e condições?
- Qual foi a dúvida ou dificuldade mais concreta na última negociação? Como foi resolvida?
- O que precisaria estar demonstrado para você dar o próximo passo sem se sentir pressionado?

Fontes e notas de método.

Como este estudo foi construído. Estudo exploratório da Agência Miro com direção principal de alto padrão expressamente definida no briefing atual. Os prints evidenciam compra, venda, locação e comunicação de compra programada para aplicativos; não comprovam mix premium, ticket, estoque ou operação atuais. Pesquisa pública consultada em 14/11/2026. Não foram fornecidos entrevistas, CRM, contratos, margens ou histórico de mídia. Personas, dores, DISC e prioridades são hipóteses para validação, não retratos medidos da base da DMA.

As referências foram consultadas em 14 de novembro de 2026. Os números nacionais contextualizam a categoria; não estimam a demanda, a carteira ou a receita potencial da DMA em São Paulo. A leitura do Instagram usa as capturas enviadas pelo usuário. Limitações de acesso estão registradas fonte por fonte.

S1

Material de marca fornecido pelo usuário . Perfil, feed e destaques DMA

Fonte primária fornecida · Capturas recebidas em 14/11/2026; data original de publicação não confirmada

Sustenta. Identidade visual, serviços anunciados, regras de locação e narrativa da compra programada. A prioridade de alto padrão é orientação expressa do usuário no briefing atual, e não uma conclusão estatística extraída dessas capturas.

Limite da fonte. As capturas não comprovam vigência contratual, estoque ou a execução atual dos benefícios. A leitura direta do Instagram ficou indisponível; o conteúdo analisado é o enviado pelo usuário.

https://www.instagram.com/dma_automoveis/

S2

Agência Brasil . Brasil tem 2 milhões de pessoas que trabalham por meio de aplicativos

Fonte jornalística pública, reportando o IBGE · 04/09/2026; referência estatística. 2025

Sustenta. Escala nacional do trabalho por plataformas; distinção entre ocupação principal e secundária.

Limite da fonte. Consulta de trechos indexados e checagem cruzada com metadados oficiais do IBGE; a página integral apresentou erro de acesso. Não usar o dado como estimativa municipal.

https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2026-09/brasil-tem-2-milhoes-de-pessoas-que-trabalham-por-meio-de-aplicativos

---

S3

ABLA . Anuário 2026. Frota do setor de locação ultrapassa 1,7 milhão de automóveis

Fonte primária setorial · 19/03/2026; referência. 2025

Sustenta. Frota nacional de 1.717.848 automóveis e comerciais leves; faturamento de R$ 61,7 bilhões.

Limite da fonte. Dados de todo o setor, incluindo finalidades além do transporte por aplicativo.

https://www.abla.com.br/noticia/anuario-abla-2026-frota-do-setor-de-locacao-ultrapassa-17-milhao-de-automoveis-

S4 IBGE . Divulgação anual da PNAD Contínua. Trabalho por plataformas digitais 2025

Metadados oficiais da pesquisa · Referência. 3º trimestre de 2025; consulta em 14/11/2026

Sustenta. Abrangência geográfica Brasil e Grandes Regiões; ampliação do questionário em 2025.

Limite da fonte. Acesso integral ao portal retornou bloqueio; descrição oficial consultada via indexação. Não foi extraída uma estimativa específica de São Paulo.

https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/17270-pnad-continua.html?=&t=series-historicas

S5 Kovi . Kovi Próprio

Fonte primária comercial · Consulta em 14/11/2026

Sustenta. Posicionamento aluguel com opção de compra; condições sujeitas a análise e disponibilidade.

Limite da fonte. Página promocional do concorrente; condições podem mudar. Nenhum benefício da Kovi é atribuído à DMA.

https://www.kovi.com.br/kovi-proprio

S6 Zarp Localiza . Zarp Carro Próprio

Fonte primária comercial · Atualizada em 14/05/2026; consulta em 14/11/2026

Sustenta. Oferta de compra de seminovos e possibilidade de analisar a aquisição de veículo alugado elegível.

Limite da fonte. Compra e locação são produtos com condições próprias; não equivalem automaticamente à compra programada da DMA.

https://zarp.localiza.com/blog/post/zarp-carro-proprio

S7 Movida . Portal Motorista de App

Fonte primária comercial · Consulta em 14/11/2026

Sustenta. Existência de produto dedicado a motoristas de aplicativo.

Limite da fonte. Parte da interface carrega dinamicamente. Não foram adotados preços nem comparadas inclusões contratuais.

https://motoristadeapp.movida.com.br/aluguel/motoristadeapp

S8 Uber . Requisitos para motoristas parceiros em São Paulo

Fonte primária da plataforma · Consulta em 14/11/2026

Sustenta. CNH permanente com EAR, análise de elegibilidade, documentação do veículo e exigência de CONDUAPP na cidade de São Paulo.

Limite da fonte. Regras por categoria, cidade e veículo podem mudar; aprovação na DMA não é aprovação no aplicativo.

https://www.uber.com/br/pt-br/drive/requirements/?city=sao-paulo

S9 LGPD . Artigo 6º, princípios do tratamento de dados pessoais

Legislação em portal oficial · Texto consultado em 14/11/2026

Sustenta. Finalidade, adequação, necessidade, transparência e segurança no tratamento de dados.

Limite da fonte. Referência de projeto; enquadramento jurídico concreto exige revisão da operação.

https://normas.leg.br/?urn=urn%3Alex%3Abr%3Afederal%3Alei%3A2018-08-14%3B13709%21art6

S10 ANPD . Direitos dos titulares

Orientação oficial · Consulta em 14/11/2026

Sustenta. Informação sobre tratamento e canais para exercício de direitos.

Limite da fonte. Não substitui política de privacidade específica nem definição de base legal.

https://www.gov.br/anpd/pt-br/assuntos/titular-de-dados-1/direito-dos-titulares

S11 IBGE . Trabalho por meio de plataformas digitais 2024

Publicação oficial · 17/10/2025; referência. 3º trimestre de 2024

Sustenta. A estimativa de aproximadamente 1,7 milhão se refere ao trabalho principal em 2024.

Limite da fonte. Universo diferente do total principal ou secundário divulgado para 2025.

https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/media/com_mediaibge/arquivos/59722d4ac24bd853f52f54f12b9514f7.pdf

S12 FENAUTO . Mercado de veículos usados bate recorde histórico de vendas

Fonte primária setorial · 06/01/2026; referência. 2025

Sustenta. 18.508.929 unidades negociadas no mercado brasileiro de usados e seminovos em 2025.

Limite da fonte. Total de diferentes segmentos de veículos; não equivale ao mercado premium, somente automóveis ou demanda acessível à DMA.

https://www.fenauto.org.br/news/mercado-de-veiculos-usados-bate-recorde-historico-de-vendas

S13 FENAUTO . Mercado de veículos usados registra oscilação em outubro

Fonte primária setorial · 03/11/2026; referência. Janeiro a outubro de 2026

Sustenta. Acumulado de 15.811.819 veículos e alta de 3,7% no universo acompanhado pela entidade.

Limite da fonte. A entidade reúne diferentes segmentos; o dado não isola alto padrão nem o estado de São Paulo.

https://www.fenauto.org.br/news/mercado-de-veiculos-usados-registra-oscilacao-em-outubro

S14 Procon-SP . Orientações na compra de carro usado

Orientação oficial ao consumidor · 04/04/2023; consulta em 14/11/2026

Sustenta. Importância de conferir documentação, condições do veículo, revisões e termos de negociação.

Limite da fonte. Referência de cuidado na decisão, não comprovação de serviço de vistoria, laudo ou garantia adicional da DMA. Procedimentos e enquadramento jurídico exigem confirmação atual.

https://www.procon.sp.gov.br/procon-sp-orienta-na-compra-de-carro-usado/

S15

Kavak Brasil . Compra e venda de carros

Fonte primária comercial · Consulta em 14/11/2026

Sustenta. Oferta de compra, venda e troca em operação digital de seminovos.

Limite da fonte. Referência concorrencial ampla; não é especializada exclusivamente em alto padrão e não teve preços ou condições comparados.

https://www.kavak.com/br

S16

Webmotors . Plataforma de compra e venda de veículos

Fonte primária comercial · Consulta em 14/11/2026

Sustenta. Busca por veículos, anúncios de compra e venda e comparação de modelos.

Limite da fonte. Marketplace não equivale a uma revenda. Não foi atribuído à DMA nenhum serviço ou volume da plataforma.

https://www.webmotors.com.br/

O cliente está no centro.
O próximo passo é ouvir.

Use este estudo para alinhar a equipe, construir mensagens e organizar os testes. Depois, substitua as hipóteses por evidências. Conversas, propostas, contratos e resultado da operação.

© 2026 DMA Automóveis. Todos os direitos reservados.

Desenvolvido por **Agência Miro**