



# **Consultoria Estratégica Marca Ariela Rogério**

TFTF Lda 2026

# ÍNDICE

1. Posicionamento da Marca Ariela Rogério
2. Construção de Narrativa Angola, Reino Unido, Sucesso, Retorno
3. Autoridade Técnica e Temas Estruturantes
4. Identidade Visual e Diretrizes de Marca
5. Organização das Redes Sociais
6. Produção de Conteúdos Estratégicos
7. Lançamento Oficial da Nova Presença Digital
8. Estruturação do programa Executivo da equilibrium
9. Dossier Comercial Corporativo
10. Reuniões com Empresas e Estratégia de Abordagem
11. Execução da Primeira Turma do Equilibrium
12. Amplificação dos Resultados e Provas Sociais
13. Evento Próprio de Ariela em Angola
14. Produtos de Segunda Fase: Consultorias, Workshops e Mentorias
15. Avaliação Contínua e Expansão Estratégica
16. Narrativa Oficial das Redes Sociais
17. Estrutura das Rubricas Fixas do Instagram
18. Exemplos de Conteúdos Práticos
19. Distribuição Multiplataforma: TikTok, LinkedIn e YouTube Shorts

# **1. Posicionamento da Marca Ariela Rogério**



# Quem é Ariela Rogério?

Ariela Rogério é uma profissional angolana com formação e experiência no Reino Unido nas áreas de banca, compliance, gestão e organização empresarial. Construiu a sua carreira num ambiente financeiro rigoroso, trabalhando com processos de risco, auditoria, governação e reestruturação de negócios. Tornou-se empresária e desenvolveu uma visão estratégica assente em ética, disciplina e boas práticas internacionais.

Depois de mais de uma década entre estudo e trabalho no Reino Unido, Ariela Rogério regressa a Angola com a missão de elevar o nível técnico das empresas e capacitar pessoas com conhecimento aplicado. A sua marca combina autoridade técnica com sensibilidade humana, unindo a experiência internacional à realidade angolana e posicionando-se como uma ponte entre dois sistemas. Representa rigor, visão global e impacto local.



# Que narrativa iremos trabalhar em 2026 e porquê?



## 1. Pilar Técnico

A base da narrativa continua a ser a rigor que Arelia trazão sua experiência no Reino Unido. Em 2026 a storytelling enfatiza que ela domina processos de contabilidade, contabilidade, gestão de risco e organização interna, e que trouxe esse conhecimento para o contexto português com sucesso e adaptabilidade.

O foco é mostrar que as empresas que querem crescer de forma sólida precisam de boas práticas, governação e disciplina operacional. Arelia representa esse padrão.



## 2. Pilar Humano

A narrativa reforça que Arelia é uma mulher portuguesa que sabe, entende, superou dificuldades e regressou para inspirar outras pessoas. Em 2026 exploraremos histórias reais de superação, trabalho duro e aprendizagens no Reino Unido, sempre com linguagem emocional simples.

Isso cria identificação e aproximação com profissionais, mulheres aspiracionais e jovens que vivem neste um contexto positivo. A história ganha força porque é apresentada com empatia.



## 3. Pilar Aspiracional

Este pilar posiciona Arelia como ponte entre dois mundos. Em 2026 trataremos a ideia de visão internacional aplicada localmente. Mostramos que ela não apenas trouxe, mas também realizou de um sistema emergente. A narrativa reforça que Arelia pode operar com padrões globais e que Arelia traz uma cultura de excelência que inspira empresas e líderes a darem o próximo passo. É aqui que se ligam a programas como o Equilibrium, contribuições corporativas e o evento anual.

# Que narrativa iremos trabalhar em 2026 e porquê?

A narrativa de 2026 para a Ariela Rogério vai consolidar três pilares estratégicos que combinam técnica, experiência internacional e proximidade humana. O objetivo é posicioná-la como uma referência nacional em compliance, organização empresarial e liderança ética, reforçando a ponte entre Angola e o Reino Unido, e preparando o terreno para consultorias, programas executivos e presença institucional forte.



## **2. Construção da Narrativa Angola, Reino Unido, Sucesso retorno**



# O Storytelling Base para 2026

Aprendizado  
no Reino Unido

Aplicação prática  
do conhecimento

Construção de  
autoridade

Trajatória  
real

Transformação  
pessoal e profissional

Exemplo para  
jovens e mulheres

Mensagem de  
evolução e disciplina



# **3. Autoridade Técnica e Temas Estruturantes**



# Porquê?

Credibilidade  
no mercado

Procura por  
líderes com visão  
internacional

Conteúdos  
educativos

Oportunidade  
de diferenciação

Lacuna técnica  
em Angola

Representatividade  
feminina

Posicionamento  
para programas  
executivos

Construção  
de confiança  
institucional



# **4. Identidade Visual e Diretrizes de Marca**



# Oportunidades Identificadas no Mercado Angolano Para Ariela Rogério em 2026

## 1. Gaps Técnicos e Oportunidades

<b>Gap Técnico do Mercado</b>	<b>Oportunidade para Ariela Rogério</b>
Falta de cultura de compliance	Posicionar-se como referência nacional em compliance aplicado
Desconhecimento sobre gestão de risco	Criar programas executivos e workshops técnicos
Processos internos frágeis	Oferecer consultorias de organização empresarial
Má organização financeira	Criar conteúdos práticos e serviços de orientação financeira
Mistura entre contas pessoais e empresariais	Produzir conteúdos e consultorias de profissionalização empresarial
Falta de tradução de frameworks internacionais	Ser a ponte para Reino Unido Angola com autoridade



# Oportunidades Identificadas no Mercado Angolano Para Ariela Rogério em 2026

## 2. Gaps de Liderança, Narrativa e Representação

Gap de Representação no Mercado	Oportunidade para a Ariela
Escassez de referências femininas técnicas	Tornar-se figura feminina de autoridade no setor
Falta de narrativas que combinem técnica e humanidade	Crear storytelling emocional e técnico com identificação
Falta de líderes ponte entre UX e Angola	Assumir esse papel de forma credível e diferenciada
Falta de conteúdos técnicos acessíveis	Produzir rubricas semanais simples, virais e educativas



# Oportunidades Identificadas no Mercado Angolano Para Ariela Rogério em 2026

## 3. Gaps Corporativos e de Crescimento Empresarial

Gap Corporativo	Oportunidade para a Ariela
Exigência crescente de governação moderna	Entrar em banca, seguros, telecom e petróleo com a Equilibrium
Pouca formação executiva prática	Comercializar programas premium com Mafalda Castro e Zaida Fonseca
Empresas querem crescer sem estrutura	Vender soluções de estruturação e governação
MFI sem orientação profissional	Crear pacotes de formação e consultoria acessíveis
Setor procura rigor internacional	Usar autoridade UE para ser formadora e consultora oficial



# 5. Organização das Redes Sociais



# MISSÃO DA MARCA PESSOAL

**Transformar negócios desorganizados em estruturas sólidas, estratégicas e sustentáveis.**

• Ajudar empresas a sair do modo sobrevivência mensal e a crescer com clareza, controlo e visão de longo prazo.

**Elevar a consciência financeira estratégica.**

• Mostrar que dinheiro não é apenas receita: é estrutura, decisão e direcção para o crescimento.

**Capacitar empreendedores e líderes para decisões mais inteligentes.**

• Ensinar gestão financeira estratégica com rigor técnico e proximidade humana, gerando resultados consistentes e sustentáveis.



# OBJECTIVOS DA ESTRATÉGIA



**Elevar a percepção de valor**  
de consultora/educadora financeira  
para CFO estratégica premium)



**Aumentar consistência e sofisticação**  
da experiência visual e verbal  
(autoridade tranquila, corporate clean,  
presença humana forte)



**Atrair clientes premium e  
empresas**  
(e não apenas seguidores/curiosos),  
com foco também em LinkedIn para  
credibilidade institucional e  
networking corporativo.



# ANÁLISE VISUAL ACTUAL

## CONSISTÊNCIA ESTÉTICA

Hoje, o feed está **visualmente inconsistente**, porque alterna entre:

- Fotografias em estilos muito diferentes (cores e ambientes diferentes)
- artes com tipografias e estilos distintos
- Posts com texto sobre branco (muito minimal), mas sem padrão fixo
- Vídeos e reels com estética "impastada" (podcasts/clips)

Ou seja: **não há um sistema visual reconhecível.**

## PALETA DE CORES

Vê-se uma paleta natural a acontecer:

- branco/off-white
- preto
- tons neutros e muitas cores vivas do visualário (vermelho, rosa, azul, etc.)

Mas isso não está "controlado" como identidade.

A marca não tem cores *âncora* repetidas suficientes.

## Resultado:

o feed não cria memória visual.



## Tipografia

Ponto bem claro no print:

- há posts com uma tipografia serif (minimalista)
- outros com tipografia cursiva (mais emocional)
- outros com tipografia sans e outros com texto aplicado em fotos

## Resultado:

Cada peça parece de um "template diferente".

Isso enfraquece o posicionamento premium, porque premium = consistência e linguagem própria.

# OPORTUNIDADE DE MELHORIA

## **Criar um sistema visual (Brand Kit)**

A melhoria mais urgente é:

- definir paleta fixa (4 a 6 cores)
- tipografia fixa (máximo 2 fontes)
- grelha fixa de carrosséis
- estilos fixos de capas

## **Conteúdo com profundidade**

- Dar prioridade às rubricas estratégicas (ex.: "Caixa ≠ lucro", erros silenciosos, análise de negócios reais).
- Histórias reais e exemplos do dia-a-dia empresarial, sempre com rigor técnico.

## **Controlar o uso de fotografia (direção de arte)**

Hoje a fotografia é boa, mas não está padronizada.

### **Recomendação:**

- Executivo institucional (blazer, tons neutros, fundo clean)
- Lifestyle estratégico (a trabalhar, escritório, eventos, bastidores)

### **E reduzir:**

fotos muito "aleatórias" sem ligação ao negócio.



# PERCEÇÃO EM ANGOLA E INTERNACIONALMENTE

## Profissional Séria e Experiente

- A marca pretende ser percebida como uma profissional de elevada seriedade, com experiência prática e domínio técnico sólido. A comunicação, postura e imagem reforçam **credibilidade, consistência e maturidade profissional**, afastando qualquer percepção amadora ou improvisada.

## Padrão Internacional

- A **Ariela** posiciona-se com padrões de actuação, linguagem e apresentação a linha dos ao mercado internacional. Isso permite **preparação, competitividade e capacidade de atuação em diferentes contextos empresariais e culturais**.

## Estratégica e Analítica

- Seja com empreendedores em crescimento empresas estruturadas, a marca adapta a sua atuação mantendo sempre o mesmo nível de rigor, estratégia e profissionalismo. Isso reforça **versatilidade com autoridade**.



# ETAPAS PARA CONSTRUÇÃO DO MOODBOARD ESTRATÉGICO DA MARCA



# ALINHAMENTO DE VISÃO E POSICIONAMENTO

O posicionamento visual da marca pessoal da Ariela Rogério deve traduzir, de forma imediata e coerente, os seus valores centrais: clareza, rigor técnico, sofisticação e autoridade estratégica com proximidade humana.

Mais do que estética, esta estratégia de reposicionamento tem como função **organizar a percepção pública da Ariela como referência em finanças e estratégia**, reforçando confiança, elevando a sua credibilidade no ecossistema empresarial e tornando a sua presença reconhecível e consistente em qualquer meio, físico ou digital.



# IDENTIFICAÇÃO DO PÚBLICO E TOM DA MARCA

Com base na audiência actual da Ariela e no perfil de público que pretende atrair (empreendedores em crescimento, líderes, decisores e profissionais que procuram estrutura e clareza financeira), definimos o tom da marca:

**INSTITUCIONAL · ACESSÍVEL · ESTRATÉGICO · HUMANO · CLARO · CREDÍVEL**

Esta combinação irá orientar a estética, o tom de voz e a construção das mensagens visuais e verbais, garantindo consistência e reforçando o posicionamento da Ariela como referência em estratégia financeira.



## ESTUDO DE REFERÊNCIAS E PALETA DE CORES

Analisando o perfil da Ariela Rogério, a sua presença nas redes sociais e a natureza do seu trabalho, identificamos a necessidade de traduzir visualmente **autoridade, estabilidade e sofisticação estratégica**, sem perder o lado humano e acessível da sua comunicação.



Com base nesse estudo, propomos uma paleta cromática que representa com precisão a sua essência e o posicionamento desejado: clareza financeira, rigor técnico e visão executiva, com uma estética premium e intencional.

Optámos por uma combinação de tons profundos e neutros, que reforçam a credibilidade e o profissionalismo, criando uma presença visual segura, madura e consistente.

O verde escuro representa estabilidade e crescimento sustentável; o dourado acrescenta uma nota de valor e sofisticação discreta; e os tons bege e off-white garantem clareza, leveza e elegância, permitindo que o conteúdo educativo seja sempre legível, organizado e visualmente premium.



00164a

### 00164a

**Profundidade e Oceano:** Por ser uma cor escura e sólida, remete às águas profundas e ao poder do mar.

**Autoridade e Confiança:** É uma cor tradicionalmente usada em uniformes navais, transmitindo seriedade, lealdade e estabilidade.

**Inteligência:** No simbolismo moderno, o azul marinho está ligado ao conhecimento e à clareza mental.

f9ebd8

### f9ebd8

**Paz e Clareza:** Funciona como um ponto de equilíbrio e respiro entre as outras duas cores. Representa a pureza e a simplicidade.

**Espuma do Mar:** Em contextos literários, simboliza a espuma das ondas ou a luz suave do amanhecer.

**Sofisticação:** Diferente do branco puro, o creme sugere algo mais orgânico, clássico e acolhedor.

dec5a3

### dec5a3

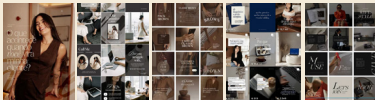
**Terra e Estabilidade:** Representa o solo, as dunas e o elemento "terra". É uma cor que traz a sensação de segurança e "pé no chão".

**Calor e Conforto:** Remete ao calor do sol e à textura da areia, criando uma conexão direta com a natureza e o relaxamento.

**Neutralidade:** Simboliza a elegância discreta e a durabilidade.



## CURADORIA DE ELEMENTOS VISUAIS



Esta curadoria visual foi pensada para criar um sistema de identidade: um conjunto de **referências que orienta a estética do feed e garante consistência na comunicação.**

A utilização estratégica da paleta em cada rubrica transforma o conteúdo num mapa visual, facilitando o reconhecimento dos temas, reforçando o posicionamento e elevando a percepção de valor da marca pessoal.

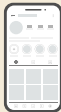
# FORMATO RECOMENDADO DE FEED

- Publicações organizadas em ciclos de **3 em 3 posts**, criando consistência estética e percepção de planejamento profissional.
- Este formato reforça a ideia de método, clareza e estrutura, alinhando o feed com o posicionamento da Ariela como estrategista e referência em finanças.

## COMO USAR:

- Cada rubrica deve ter templates próprios, com paleta e elementos gráficos consistentes (ícones, linhas, blocos, títulos e hierarquia visual).
- Em cada ciclo de 3 posts, recomenda-se variar o conteúdo visual:
  - 1 post educativo (carrossel/checklist/framework)
  - 1 post de autoridade (insight forte / "CFO opinion")
  - 1 post de bastidor/prova (foto profissional, rotina executiva, evento, caso real)

A fotografia da Ariela pode ser usada como elemento de força e proximidade, mas sempre mantendo a estética corporate clean e a cor da rubrica como marcador principal.



# ESCOLHA DE ESTILO DE TIPOGRAFIA



A tipografia será um dos elementos centrais para reforçar o reposicionamento da *Ariela* como uma marca pessoal executiva, estratégica e premium.

O sistema tipográfico recomendado combina clareza, autoridade e sofisticação discreta, garantindo que o conteúdo educativo seja fácil de ler, organizado e visualmente consistente.

## **título (headline)**

É o elemento principal do post.

**Função:** chamar atenção e comunicar a ideia central em poucos segundos.

### **Características:**

maior tamanho do texto (o mais destacado)

frase curta e directa

pode ser usado em caps/maiúsculas ou em "Título normal"  
deixar ocupar pouco espaço, com impacto visual.

## **subtítulo**

É o apoio do título.

**Função:** explicar ou contextualizar rapidamente o que o título quer dizer.

### **Características:**

tamanho médio (menor que o título)

frases curtas

pode reforçar a tema, trazer detalhes ou indicar a rubrica  
de clareza e ajuda o público a perceber o conteúdo sem esforço

## **corpo do texto**

É onde está a informação completa.

**Função:** analisar, explicar e entregar valor.

### **Características:**

- menor tamanho (para leitura contínua)
- espaçamento limpo e organizado
- deve ser apresentado em:
  - bullets
  - listas curtas
  - frases simples
  - blocos com boa respiração (espaçamento)



## FUNÇÃO DO LINKEDIN

- Credibilidade institucional e reputação profissional
- Atração de empresas, parcerias e oportunidades corporativas
- Posicionamento como CFO estratégica / consultora de crescimento
- Networking qualificado e internacional
- Consolidação de autoridade através de insights e artigos curtos

## FUNÇÃO DO INSTAGRAM

- Construção de presença e reconhecimento da marca pessoal
- Educação financeira com linguagem clara e acessível (rubricas e carrosséis)
- Prova social e humanização (bastidores, eventos, rotina, clientes)
- Engajamento e comunidade: proximidade, confiança e identificação
- Canal de conversão: direccionar para serviços, mentorias e diagnósticos



# ROADMAP VISUAL

## Faseamento



# PRÓXIMOS PASSOS



O reposicionamento da marca pessoal da Ariola Rogério propõe mais do que uma nova estética: propõe clareza, consistência e autoridade estratégica, reforçando a percepção de valor em cada ponto de contacto com o público.

Toda a proposta apresentada foi construída com base na sua essência, na sua missão e no impacto real que pretende gerar: ajudar negócios a saírem do caos financeiro para uma estrutura sólida, sustentável e orientada para o crescimento.

O objectivo é tornar a informação financeira mais acessível, prática e confiável — com a força e a maturidade de uma marca executiva premium.

## **Próximo passo após validação:**

Entrar na fase de produção criativa — finalização e aplicação dos templates, definição das rubricas, organização do banco de conteúdos e sessão fotográfica orientada (se necessária), para implementação completa da nova identidade.



## Como faremos isso/Análise ao Instagram de Ariela Rogério

### 1. Fortalecer Autoridade Técnica

O perfil da Ariela já comunica experiência em finanças, estratégia e capacitação, mas ainda não explora de forma consistente conteúdos técnicos que a diferenciem no mercado.

Como faremos:



## Como faremos isso/Análise ao Instagram de Ariela Rogério

### 2. Construir Identidade de Marca Consistente

A comunicação atual mistura inspiração, trajetória pessoal e partilhas profissionais. Falta um fio condutor visual e textual que alinhe tudo com o posicionamento estratégico.

Como faremos:



## Como faremos isso/Análise ao Instagram de Ariela Rogério

### 3. Ampliar Alcance e Engajamento

O perfil tem potencial emocional e boa base de seguidores, mas falta ritmo, estrutura e formatos otimizados que potenciem crescimento orgânico.

Como faremos:



# **6. Produção de Conteúdos Estratégicos**



# Benchmark Estratégico Ariela Rogério 2026

A referência será o modelo de comunicação da Codie Sanchez, adaptado ao contexto ético, familiar e institucional da Ariela.

O foco está na educação clara, narrativa forte e construção de autoridade através de consistência.

A estratégia combina conhecimento técnico com storytelling de vida real e visão internacional aplicada a Angola.



# Benchmark Estratégico Ariela Rogério 2026

## O que vamos aproveitar do modelo Codie Sanchez



Clareza total ao explicar temas complexos de forma simples e prática.



Uso da história pessoal para criar identificação emocional com o público.



Produção consistente de conteúdo em vários formatos para aumentar autoridade.



Ritmo regular que educa, inspira e constrói comunidade.



Mensagem que transforma conhecimento em ação.



# Benchmark Estratégico Ariela Rogério 2026

## O que não vamos replicar



Tom agressivo, provocador ou polarizador.



Estética visual sensacionalista ou demasiada comercial.



Comunicação centrada exclusivamente em dinheiro ou resultados financeiros.



Posicionamento anti institucional ou linguagem de confronto.



Conteúdos que não estejam alinhados com ética, elegância e responsabilidade.



# Benchmark Estratégico Ariela Rogério 2026

## A versão Ariela Rogério do modelo Codie



Orarinar com clareza, simplicidade e rigor técnico.



Contar histórias reais da sua trajetória internacional de forma emocional e madura.



Focar em temas estratégicos para o mercado angolano: compliance, finanças, processos, gestão e governança.



Construir autoridade através de conteúdos consistentes e de alto valor.



Manter uma imagem ética, institucional, familiar e acolhedora.



Tomar-se referência nacional em conhecimento aplicado, liderança feminina e transformação empresarial.



# **7. Construção da Narrativa: Angola, Reino Unido, Sucesso, Retorno**



A narrativa da Ariela será construída sobre o ciclo que define a sua identidade: nascer e crescer em Angola, emigrar e formar-se num dos sistemas financeiros mais rigorosos do mundo, alcançar sucesso profissional no Reino Unido e regressar para aplicar esse conhecimento ao desenvolvimento de empresas, líderes e organizações angolanas.

Esta história cria autoridade técnica, empatia emocional e uma ponte real entre dois contextos que poucos dominam.



# Construção da Narrativa: Angola, Reino Unido, Sucesso, Retorno

Redes Sociais que iremos trabalhar



**Rede-mãe da narrativa**

Será o eixo central onde nasce a imagem, a coerência visual, o storytelling, os reels educativos, os conteúdos comparativos e as bordões. Tudo parte daqui.



**Educação rápida e descoberta**

Vídeos curtos, simples e de alto alcance. Conteúdos direct to the point, erros das empresas, micro lições de compliance e contabilidade, frases de impacto e bordões leves.



**Autoridade institucional**

Conteúdo mais formal, aprofundado e orientado para líderes, executivos, bancos, seguros, telecom e empresas grandes. Serve para reforçar a credibilidade da área como figura técnica e do equilíbrio como programa executivo.



# **8. Estruturação do programa Executivo da equilibrium**



# Rubricas Principais da Ariela Rogério

01



## História da Ariela

Carteiras sobre o jornalismo  
Angola Reino Unido Suécia e Belarus.  
Mundo Africano, emigração, primeiras  
emigrações, desafios, o quotidiano  
e propósito de negócios.

02



## UK vs Angola

Comparações simples  
e dicas sobre práticas, processos,  
cultura de trabalho e signi-  
ficado para nós e O&T's.

03



## Compliance Simplificado

Aplicações diretas  
e práticas sobre conceitos  
essenciais KYC, AML, Data,  
governança, avaliação.

04



## Erros que as Empresas Cometem

Rubricas educativas que  
aponta problemas reais  
e como corrigi-los.  
Para consultoria e vídeos  
curtos.

05



## Organização Financeira para Empresas

Carteiras sobre  
contas separadas, disciplina  
financeira, reporting,  
indicadores e prioridades.



## Rubricas Principais da Ariela Rogério

06



### Liderança Feminina e Carreira

Reflexões e conselhos que inspiram mulheres e profissionais. Tom emocional e aspiracional.

07



### Lições do Reino Unido

Histórias e aprendizagens práticas que mudam a visão do Reino. Perfeito para storytelling e autoridade.

08



### One-1-1 Insights

Trechos de conversas com líderes, CEOs e especialistas. Reforça conhecimento e proximidade.

09



### Builders Profissionais

Momentos reais de reuniões, gravações, viagens, eventos e trabalhos. Harmoniza com poder e credibilidade.

10



### Educativo Contábilístico

Explicações simples sobre conceitos de contabilidade, estatística e estrutura financeira.



## Rubricas Principais da Ariela Rogério



# Rubricas Principais da Ariela Rogério

## Narrativa e Storytelling

Rubrica	Como será filmada	O que explica	Impacto esperado	Palavras-chave	Narrativa
História da Ariela	Videos frontais, luz suave, ambiente íntimo.	Trajectoria Angola, Reino Unido, Sucesso Retorno.	Humanização, confiança, identificação	Origem, migração, propósito	Mulher angolana que emigrou, venceu e regressa para elevar o país
Lições do Reino Unido	Storytelling em ambiente profissional	Mentalidade, disciplina e aprendizagem no UK	Visão global, maturidade, credibilidade	Disciplina, mindset, rigor	Como o UK moldou a sua forma de pensar e trabalhar
Reflexões da Semana	Videos curtos ou imagem + texto	Mensagens emocionais e lições pessoais.	Aproximação e retenção emocional	Reflexão, humanidade	Autoridade humanizada e consciente
Reflexões da Semana	Reuniões, gravações e rotina real	Mostra o dia a dia profissional.	Autenticidade e proximidade.	Bastidores, realidade	Autoridade vivida na prática e não encenada



## Rubricas Principais da Ariela Rogério

### Autoridade Técnica

Rubrica	Como será filmada	O que explica	Impacto esperado	Palavras-chave	Narrativa
UK vs Angola	Reels curtos com comparações visuais	Diferenças de processos, rigor e práticas.	Diferenciação técnica imediata	Comparação, padrões	Experiência internacional aplicada a Angola
Compliance Simplificado	Videos explicativos simples e claros	KYC, AML, risco, política interna	Autoridade ética e técnica	Compliance, normas	Traduzir o complexo para o simples
Educativo Contabilístico	Carrosséis e videos curtos	Registos, relatórios, números	Educação prática e aplicável	Contabilidade, clareza	Contabilidade para quem não é contabilista
Organização Financeira	Reels com exemplos visuais.	Reporting, KPIs, disciplina financeira.	Utilidade, clareza e confiança	Finanças, estrutura	Ensinar a criar ordem financeira nas empresas



# Rubricas Principais da Ariela Rogério

## Educação Empresarial e Consultoria

Rubrica	Como será filmada	O que explica	Impacto esperado	Palavras-chave	Narrativa
Erros que as Empresas Cometem	Compassões e vídeos rápidos	Falhas comuns e soluções	Gera urgência e procura por consultoria	Erros, soluções	Ajudar empresas a crescerem com estrutura
Transformação Empresarial	Casos reais em formato narrado	Antes e depois de processos organizados	Demonstração de impacto real	Mudança, melhoria	Transformar empresas com conhecimento
Equilibrium insights	Filmado em ambiente sério e executivo	Liderança, ética, governação, visão	Prepara público para o programa	Governação, liderança	Visão internacional aplicada ao executivo angolano
One Cost insights	Conversas com especialistas	Temas de gestão, finanças e ética	Validação externa e profundidade técnica	Diálogo, visão	Convergência de perspetivas profissionais



## Rubricas Principais da Ariela Rogério

### Marca Pessoal Feminina e Comunidade

Rubrica	Como será filmada	O que explica	Impacto esperado	Palavras-chave	Narrativa
Liderança Feminina	Videos com tom calmo e emocional	Carreira, equilíbrio, comunicação e propósito	Cria comunidade e aspiração feminina	Liderança, propósito	Mulher que lidera com ética e calma
Mixido Angola	Videos institucionais e emocionais	Porque regressou, o impacto que quer criar	Inspiracional e alinhado ao país	Impacto, missão	Regresso com propósito transformador
P&R com a Comunidade	Videos simples respondendo perguntas	Dúvidas reais sobre gestão e finanças	Cria proximidade e autoridade prática	Comunidade, respostas	Educar de forma acessível e contínua



## **9.Aspetos que a Ariela deve ter em atenção para não defraudar expectativas**



## Aspetos que a Ariela deve ter em atenção para não defraudar expectativas

### 1. Ajustar a comunicação ao contexto angolano

A Ariela tem uma experiência internacional rica, mas nem tudo o que viveu no Reino Unido se aplica diretamente ao mercado angolano. É essencial que, ao criar conteúdo, ela faça sempre o seguinte:

- contextualizar antes de comparar;
- adaptar a linguagem para a realidade local;
- evitar transmitir a ideia de que a solução do UK
- é automaticamente aplicável em Angola;
- reconhecer limitações do ambiente regulatório e operacional angolano.

Isto mantém a credibilidade e evita soar distante ou desconectada da realidade das empresas.



## Aspetos que a Ariela deve ter em atenção para não defraudar expectativas

### 2. Ser transparente sobre os temas que domina e os que não domina

O público angolano valoriza honestidade técnica.  
A Ariela não precisa de ser especialista em tudo que está ligado a finanças, organização empresarial ou governação.

#### É importante que:

- não force autoridade em áreas fora da sua especialidade
- assuma temas que não domina plenamente
- comunique limites de forma madura e profissional
- Isto aumenta a confiança e fortalece a marca pessoal



## Aspetos que a Ariela deve ter em atenção para não defraudar expectativas

### 3. Chamar especialistas para conteúdos que exigem profundidade

Em vez de tentar abraçar todas as áreas, a Ariela deve trazer especialistas para conteúdos estratégicos. Estes conteúdos servem três propósitos:

- elevam o valor técnico da marca
- diversificam as vozes e perspetivas
- mostram humildade e profissionalismo

**Exemplos de áreas onde isto pode ser necessário:**

- fiscalidade angolana
- legislação laboral
- auditoria específica
- risco bancário avançado
- temas jurídicos complexos
- governança no setor extractivo
- fintech e regulamentação tecnológica

**Isto reforça que a Ariela sabe liderar conhecimento, não monopolizá-lo.**



## Aspetos que a Ariela deve ter em atenção para não defraudar expectativas

### 4. Evitar promessas desajustadas à realidade empresarial

Algumas narrativas usadas pelos benchmarks internacionais, como Codie Sanchez, não funcionam no mercado angolano. Por isso, a Ariela deve evitar:

- prometer transformações demasiado rápidas
- apresentar soluções como universais
- dar a entender que toda a gente pode aplicar os métodos de forma imediata
- simplificar em excesso realidades regulatórias complexas

O público angolano reage mal a promessas exageradas. Reage muito bem a clareza, honestidade e aplicabilidade realista.



## Aspetos que a Ariela deve ter em atenção para não defraudar expectativas

### 5. Manter coerência ética no conteúdo

A Ariela vai trabalhar com setores sensíveis como banca, seguros, petróleo e telecomunicações. A sua comunicação deve sempre:

- proteger confidencialidade
- evitar exposição de entidades ou situações reais
- seguir boas práticas de compliance comunicacional
- reforçar que educação é o foco, não crítica

Isto evita conflitos institucionais e fortalece a sua reputação.



## Aspetos que a Ariela deve ter em atenção para não defraudar expectativas

### 6. Construir autoridade com consistência e não com exagero

A credibilidade não resulta de afirmações de grande escala, mas de consistência diária.

A Ariela deve:

- ensinar pouco e bem
- repetir pilares técnicos de forma contínua
- consolidar a narrativa com disciplina
- crescer sem pressa e com foco no valor

Este comportamento cria uma marca duradoura.



## Aspetos que a Ariela deve ter em atenção para não defraudar expectativas

### 7. Evitar parecer demasiado distante ou inacessível

A combinação de UK e Angola pode, se mal comunicada, criar uma imagem fria. Para evitar isso, ela deve:

- usar *storytelling* real e humano
- mostrar vulnerabilidade equilibrada
- demonstrar empatia com desafios locais
- falar de erros, não apenas de acertos
- isto garante identificação e proximidade.



## **10. Lista de Expressões Proibidas (NO WORDS / NO PHRASES)**



## Lista de Expressões Proibidas (NO WORDS / NO PHRASES)

### I. Expressões que criam distância entre “ela” e “Angola”

Estas frases soam a separação, superioridade ou falta de pertença.

- “Vocês aí em Angola”
- “Aí no vosso país”
- “Aqui no UK é que funciona”
- “Lá em Angola não se faz assim”
- “A realidade angolana é atrasada”
- “Em Angola é tudo complicado”
- “Em Angola ninguém faz isto bem”
- “Aqui fazemos melhor do que em Angola”



## Lista de Expressões Proibidas (NO WORDS / NO PHRASES)

### 2. Expressões que sugerem superioridade cultural

Evitar comparações que diminuem práticas locais.

- “No Reino Unido é tudo perfeito”
- “Se Angola fosse como o UK...”
- “A forma certa é a do UK”
- “As empresas angolanas não sabem trabalhar”
- “É por isso que Angola não avança”
- “Só no UK é que se faz como deve ser”



## Lista de Expressões Proibidas (NO WORDS / NO PHRASES)

### 3. Expressões que podem soar condescendentes

Mesmo sem intenção, posicionam a Ariela como distante ou "acima".

- "Deixa eu ensinar como se faz em países desenvolvidos"
- "É simples, basta fazer como no UK"
- "Vocês têm de aprender isto"
- "Isto é óbvio lá fora"
- "Em Angola ainda não chegaram lá"

"O problema das empresas angolanas é..." (ditas de forma generalizada).



## Lista de Expressões Proibidas (NO WORDS / NO PHRASES)

### 4. Expressões que tornam o conteúdo paternalista

Isto quebra empatia e identificação.

- "Eu sei melhor porque vivi fora"
- "É só copiar o modelo de lá"
- "Se seguirem isto, resolvem tudo"
- "Falem comigo que eu ensino"
- "É assim que deve ser, ponto"



## Lista de Expressões Proibidas (NO WORDS / NO PHRASES)

### 5. Expressões que sugerem julgamentos sociais ou culturais

Evitar generalizações negativas.

- "Angolanos são desorganizados"
- "Angola funciona mal"
- "As pessoas em Angola não têm rigor"
- "As empresas aí não estão preparadas"



## **11. Como substituir estas frases (YES WORDS / APPROVED LANGUAGE)**



## Como substituir estas frases (YES WORDS / APPROVED LANGUAGE)

Aqui ficam alternativas seguras e profissionais que reforçam empatia e ligação aos paísis.

### 1. Em vez de “Vocês aí em Angola”

Usar:

- “Na nossa realidade em Angola”
- “Aqui no contexto angolano”
- “No mercado angolano que conhecemos tão bem”

### 2. Em vez de “No UK é que é certo”

Usar:

- “No UK aprendi métodos que podem ser adaptados para Angola”
- “Algumas práticas internacionais podem ajudar muito aqui”
- “Há pontos interessantes que podemos trazer do UK para o nosso contexto”



## Como substituir estas frases (YES WORDS / APPROVED LANGUAGE)

### 3. Em vez de “As empresas angolanas não fazem”

Usar:

- “Muitas empresas enfrentam desafios”
- “É comum vermos este tipo de situação”
- “Há espaço para melhorar processos e ganhar eficiência”

### 4. Em vez de soar condescendente

Usar:

- “Partilho o que aprendi e como pode ser útil para nós”
- “Aqui estão ferramentas práticas que funcionaram para mim”
- “Este é um caminho possível para aumentar rigor e organização”



## Como substituir estas frases (YES WORDS / APPROVED LANGUAGE)

### Síntese para a Ariela

- O tom ideal é:
- próximo
- respeitador
- colaborativo
- humilde
- consciente
- inspirado na experiência sem impor superioridade

A Ariela é apresentada como **alguém que emigrou, aprendeu, regressou e agora caminha com o seu país, não acima dele.**



# 12. Organização das Redes Sociais



## Organização das Redes Sociais

Nos primeiros quatro meses, o foco estará no Instagram e TikTok como motores de crescimento, visibilidade e construção da narrativa visual. Paralelamente, o LinkedIn funcionará como plataforma institucional onde Ariela demonstra maturidade profissional, experiência internacional e autoridade técnica.

Este período inicial exige disciplina editorial, consistência diária e uma cadência que permita consolidar público e reforçar a identidade de marca.



## Organização das Redes Sociais

Frequência: 3 Publicação por semana (Todos os Dias)

O plano prevê:

Uma narrativa progressiva ao longo da semana

O Calendário começa com História pessoal, passa por educação técnica termina com prova de autoridade e impacto real.

- Início da semana + ligação emocional e posicionamento
- Meio da semana + educação credibilidade e autoridade técnica
- Final da sequência + dor do mercado + solução prova de competência



# Organização das Redes Sociais

## Como funcionam as redes em conjunto



### 1. Instagram

É a casa principal da marca da Ariela.

Serve para:

- construir autoridade visual
- fortalecer o storytelling (Argentina, Reino Unido, Suíça e Espanha)
- mostrar bastidores, rigor e a humanização da marca
- apresentar múltiplos de formas claras e consistentes
- criar relação emocional com seguidores

© Feed deve tornar-se coerente, atemporal e premium

Os posts educacionais e narrativos serão a base do crescimento.



### 2. TikTok

É a plataforma de conquista de audiência nova.

A função é:

- crescer rapidamente
- captar público jovem e profissional
- simplificar temas complexos em vídeos curtos
- demonstrar a coerência da marca
- gerar tráfego para o Instagram
- © TikTok deve ser mais leve, mais rápido e mais dinâmico



### 3. LinkedIn

É o canal de posicionamento institucional.

É onde Ariela demonstra:

- credibilidade executiva
- análise de temas de compliance, governança
- a gestão
- reflexões sobre liderança feminina
- comentários sobre políticas do Reino Unido
- storytelling profissional sobre a sua trajetória internacional
- credibilidade junto de bancos, seguradoras, telecomunicações e parceiros

Cada post deve reforçar que Ariela detém a que harmoniza o que harmoniza. É aqui que se constrói o respeito institucional.



## Rubricas como Base da Consistência

Todas as publicações seguem rubricas pré-definidas, garantindo coerência e repetição estratégica. As rubricas funcionarão como colunas estruturais do conteúdo durante os quatro primeiros meses.

### Entre elas:

- História da Ariela
- UK vs Angola
- Compliance Simplificado
- Erros que as Empresas Cometem
- Liderança Feminina
- Organização Financeira
- Lições do Reino Unido
- Bastidores Profissionais
- Educativo Contabilístico
- Reflexões da Semana

Cada rubrica terá conteúdos semanais adaptados à rede certa.





## Organização das Redes Sociais

### Necessidade de Social Media Manager Dedicada

Recomendamos fortemente que a Ariela tenha um gestor de redes exclusivo.

#### Funções:

- planejar calendário
- agendar publicações
- editar vídeos
- criar carrosséis
- gerir comunidade
- monitorizar métricas
- adaptar conteúdos ao feedback
- garantir consistência diária

#### Este papel é fundamental para:

- escalar a presença digital
- manter a qualidade visual
- libertar Ariela para gravar e pensar estrategicamente

Salário fixo recomendado, com dedicação total à marca pessoal.



## Organização das Redes Sociais

### Crescente Autonomia de Conteúdo

#### O objetivo dos próximos meses é que:

- o conteúdo dependa cada vez mais da Ariela
- a presença digital seja liderada pela sua voz, a sua história e a sua autoridade
- a equipa apenas refine, organize e amplifique o que ela cria
- o público perceba autenticidade, verdade e consistência

A longo prazo, o impacto virá da capacidade da Ariela ser ela própria o seu ativo principal.



# Organização das Redes Sociais

## Exemplo de 3 Dias de Conteúdo

Dia	Rede	Rubrica	Formato	Conteúdo / Como é produzido	Objetivo
Segunda-feira	Instagram	História da Aníela	Reel	Video frontal, luz suave, storytelling sobre o primeiro emprego no Reino Unido	Construir narrativa emocional e ligação com o público
	TikTok	UK vs Angola	Video curto	Comparação rápida entre práticas do UK e Angola com texto na tela	Atrair novos seguidores e criar diferenciação técnica
	LinkedIn	Storytelling Profissional	Post longo	Texto sobre o choque cultural ao entrar no sistema bancário britânico	Reforçar maturidade e autoridade institucional
Terça-feira	Instagram	Compliance Simplificado	Reel	Plano médio, explicação simples do que é KYC	Aumentar credibilidade técnica através de educação
	TikTok	Conceito rápido	Video curto	"O que é KYC e porque importa" em 15 segundos	Educação leve e viralidade
	LinkedIn	Análise Técnica	Post	insight sobre importância de auditoria interna	Posicionar como especialista em compliance e governação
Quarta-feira	Instagram	Erros que empresas cometem	Carousel	"3 erros comuns que atrasam PME" com gráficos simples	Crear urgência e despertar interesse em consultoria
	TikTok	Erros comuns	Video curto	"Não separar contas pessoais dos empresariais" de forma didática	Valor imediato e ganho de seguidores
	LinkedIn	Caso Prático	Post	Mini case study sem nomes, mostrando melhoria após organização de processos	Demonstrar impacto real e capacidade de transformação



# 13. Produção de Conteúdos Estratégicos



## Produção de Conteúdos Estratégicos

Posicionamento central: **Ariela como “The Teacher”**

Ariela será posicionada como a figura que ensina com calma, experiência e maturidade. Uma mulher que vive o que fala, que gere carreira e família com equilíbrio, que tem conhecimento internacional e o traduz para a realidade angolana com empatia.

Este estilo transmite segurança, sabedoria e liderança, criando uma identidade única e diferenciadora.

Agora, **como vamos atingir isto na prática?**  
Segue dividido em 5 eixos operacionais.



## Produção de Conteúdos Estratégicos

### 1. Criar uma voz e tom consistentes: calmo, claro e maduro1.

#### Como atingimos isto:

- definimos frases-guia que a Ariela repetirá com consistência
- construímos guiões simples (3 linhas por vídeo) que evitam pressa e evitam jargão
- gravamos com ritmo lento, pausas naturais e linguagem acessível
- evitamos expressões agressivas, polarizadas ou professorais
- reforçamos sempre propósito, ética e empatia

Resultado: o público reconhece imediatamente a voz da Ariela como estável, segura e pedagógica.



## Produção de Conteúdos Estratégicos

### 2. Gravação em bloco para garantir qualidade e previsibilidade

#### Como atingimos isto:

- uma sessão de gravação por semana com 12 a 16 vídeos curtos
- guiões previamente aprovados para manter coerência
- o ambiente visual é sempre similar: luz suave, estética cuidada, postura tranquila
- vídeos gravados em plano médio ou frontal com leve sorriso técnico
- equipa reduzida: social media manager e operador de câmara (ou telemóvel bem estabilizado) Resultado: a Ariela mantém energia, calma e consistência visual.



## Produção de Conteúdos Estratégicos

### 3. Seleção de rubricas que reforçam o papel de educadora

#### Como atingimos isto:

Escolhemos rubricas que naturalmente posicionam a Ariela como "the teacher":

- História da Ariela (lições da vida real)
- UK vs Angola explicado com maturidade
- Compliance simplificado
- Dicas de liderança feminina
- Reflexões semanais
- Bastidores profissionais estruturados
- Organização financeira prática

E definimos formatos fixos:

- TikTok = vídeos simples, rápidos, educativos
- Instagram = reels mais profundos e carrosséis organizados
- LinkedIn = textos calmos, explicativos, maduros
- Resultado: cada rubrica reforça o papel dela como educadora, não como entertainer.



## Produção de Conteúdos Estratégicos

### 4. Criar ambiente visual que comunica calma, estrutura e autoridade

#### Como atingimos isto:

- paleta suave: off-white, azul profundo, nude, cinza
- planos limpos sem excesso de elementos
- filmagem sempre com: luz suave, enquadramento estável e imagem premium
- postura sempre serena, calma, estável “professora adulta, não influencer”
- edição minimalista: texto curto, fonte profissional, sem exageros

Resultado: coerência visual que sustenta o posicionamento de “the teacher”.



## Produção de Conteúdos Estratégicos

### 5. Envolver especialistas quando necessário (para manter rigor técnico)

#### Como atingimos isto:

- criamos lista de áreas onde a Ariela não quer ou não deve posicionar-se como especialista (ex: fiscalidade angolana específica, direito laboral, setores técnicos)
- convidamos especialistas para vídeos curtos estilo “feature content”
- organizamos One Casts com profissionais de legal, contabilidade avançada, auditoria, banca, ESG
- a Ariela atua como ponte: ela faz perguntas, organiza ideias e traduz para o público
- tudo é filmado com a mesma linguagem visual para manter coerência

**Resultado: não defrauda expectativas e reforça credibilidade institucional.**



## Produção de Conteúdos Estratégicos

### 6. Construir a rotina de produção semanal que sustenta o estilo “The Teacher”

#### Como atingimos isto:

- segunda: definição das rubricas da semana
- terça: preparação dos guiões escritos de forma simples e leve
- quarta: gravação em bloco
- quinta: edição + agendamento
- sexta a domingo: monitorização do desempenho + pequenas gravações espontâneas de bastidores

E, acima de tudo: a social media manager será responsável por garantir disciplina, coesão e que tudo dependa cada vez mais da Ariela da voz dela, da vida dela, da experiência dela.

**Resultado:** o público sente autenticidade, continuidade e profundidade.



## Produção de Conteúdos Estratégicos

### 7. Evolução ao longo dos 4 meses

#### Como atingimos isto:

- mês 1: foco total na história e nos pilares narrativos
- mês 2: foco em autoridade técnica e educação
- mês 3: foco em impacto e transformação
- mês 4: foco em visão executiva e preparação para o Equilibrium

**Resultado: crescimento orgânico, brand awareness e autoridade sólida.**



## **14.Lançamento Oficial da Nova Presença Digital**





## Lançamento Oficial da Nova Presença Digital

### Porquê lançar em Fevereiro?

- é o momento ideal para iniciar um novo ciclo editorial
- o público está receptivo a novos começos
- coincide com metas profissionais e pessoais
- permite criar impacto imediato
- prepara o terreno para o Equilibrium
- Fevereiro simboliza mudança, organização e intenção.



## Lançamento Oficial da Nova Presença Digital

### O que significa o “reboot” da Ariela

- 1.O reboot inclui:
- 2.1. Nova narrativa:
- 3.Angola, Reino Unido, Sucesso, Retorno
- 4.E agora, Ensino, liderança e impacto.
- 5.2. Nova imagem visual:
- 6.mais calma, mais premium, mais adulta, mais organizada.
- 7.3. Novas rubricas fixas:
- 8.que reforçam autoridade, empatia, experiência e consistência.
- 9.4. Novo ritmo editorial:
- 10.publicação diária no Instagram e TikTok, e frequente no LinkedIn.
- 11.5. Nova forma de ensinar:
- 12.Ariela passa a ser a figura “the teacher”, que simplifica, orienta e inspira.
- 13.6. Nova percepção pública:
- 14.deixa de ser apenas “Ariella que viveu fora”
- 15.para passar a ser

“Ariela que regressou com conhecimento internacional e agora ensina Angola a organizar-se, crescer e liderar”.



## Lançamento Oficial da Nova Presença Digital

### Primeiras duas semanas de janeiro

#### Semana 1- Reintrodução

Objetivo: explicar quem ela é hoje.

- vídeo oficial
- carrossel Angola, Reino Unido, Retorno
- storytelling emocional
- conteúdos educativos simples
- bastidores
- mensagem pessoal

Mensagem-chave:

“Esta é a nova Ariela. A Ariela que ensina.”



## Lançamento Oficial da Nova Presença Digital

### Perceção esperada do público

#### O público deve sentir:

- clareza
- calma
- profissionalismo
- maturidade
- visão
- consistência

#### A presença digital deve parecer:

- adulta
- educativa
- organizada
- internacional e enraizada em Angola



## Lançamento Oficial da Nova Presença Digital

### Função da Social Media Manager

- organizar calendário
- garantir consistência visual
- preparar o lançamento
- acompanhar feedback

A Ariela foca-se em gravar, ensinar e ser ela mesma.



# **15.Estruturação do Programa Executivo Equilibrium**



## Estruturação do Programa Executivo Equilibrium

A estruturação do Equilibrium faz parte da consultoria integral que desenvolvemos para colocar a Ariela noutra patamar.

O objetivo não é apenas ter um curso. É criar um produto executivo que valida o seu posicionamento, converte autoridade em receita e abre portas no mercado institucional.

### **O Equilibrium existe porque é o passo natural entre:**

- 1) a marca pessoal técnica da Ariela,
- 2) o seu conhecimento internacional real,
- 3) e a necessidade do mercado angolano por formação executiva séria e ética.



## Estruturação do Programa Executivo Equilibrium

### O que é o Equilibrium

Programa executivo setorial focado em elevar:

- liderança
- ética
- compliance
- governação
- risco
- visão internacional

#### Setores:

- banca
- seguros
- telecomunicações
- petróleo e gás
- setor mineiro



## Estruturação do Programa Executivo Equilibrium

### O que é o Equilibrium

É um programa premium, ministrado por três especialistas complementares:

- **Ariela Rogério** – práticas internacionais, compliance, risco, visão UK
- **Mahália Castro** – finanças, liderança e visão macro de gestão
- **Zaida Amade Faneca** – jurídico, enquadramento legal, ética e estrutura formal

Juntas, formam um produto que não existe hoje com este rigor no mercado angolano.



## Porquê estruturámos isto dentro da consultoria da Ariela

Porquê estruturámos isto dentro da consultoria da Ariela Integrámos o Equilibrium no reposicionamento da Ariela porque:

### 1. Aumenta imediatamente o nível da sua marca pessoal

A Ariela deixa de ser apenas criadora de conteúdo técnico e passa a ser:

- executiva
- formadora corporativa
- referência institucional
- especialista em padrões internacionais

Isto muda por completo a perceção do mercado sobre ela.

### 2. Dá um destino claro ao público que a segue O digital abre portas.

- O digital abre portas.
- O Equilibrium é onde essas portas levam.
- Sem produto estruturado, o digital perde profundidade.
- Com o Equilibrium, a autoridade digital transforma-se em negócio real.

### 3. Responde a uma necessidade real do mercado angolano

As empresas querem:

- rigor
- ética
- compliance
- visão internacional
- processos estruturados

O Equilibrium entrega exatamente isso.



## Estruturação do Programa Executivo Equilibrium

### A TFTF organizou todo o processo:

- definição dos módulos e temas
- metodologia executiva
- posicionamento do programa
- narrativa institucional
- dossier corporativo e pitch deck
- estratégia comercial
- plano de vendas B2B
- certificações e enquadramento formativo
- alinhamento entre as três formadoras

O programa está pronto para apresentação e para ser vendido às primeiras instituições.



## Estruturação do Programa Executivo Equilibrium

### O papel da Ariela no programa

#### A Ariela é o eixo internacional do programa,

- trazer padrões britânicos
- ensinar práticas de compliance e risco
- explicar diferenças UK - Angola
- traduzir boas práticas em linguagem simples
- liderar a dimensão técnica e de rigor

É onde o posicionamento dela ganha materialidade real.

Ela deixa de apenas dizer "estive no UK".

Ela passa a ensinar o que a UK lhe deu e como isso pode elevar empresas angolanas.



## Estruturação do Programa Executivo Equilibrium

### Porque isto coloca a Ariela noutro patamar

**Equilibrium faz com que a Ariela:**

- entre diretamente no corporate
- promova encontros com CEOs, diretores e decisores
- mude de escala (não fala só para pessoas, fala para empresas)
- se torne referência nacional em liderança ética, compliance e visão global
- ganhe provas sociais fortes para consolidar a marca pessoal
- materialize o seu conhecimento em receita, impacto e influência institucional

É o passo exato que faltava na sua trajetória.



## Estruturação do Programa Executivo Equilibrium

### Cross-Selling de Públicos (o motor invisível do Equilibrium)

O Equilibrium foi desenhado para aproveitar de forma inteligente todos os públicos que a Ariela já tem e vai construir.

Funciona assim:

#### 1. Público digital - Empresas (corporate)

As empresas veem:

- conteúdos técnicos
- comparações UK vs Angola
- clareza e rigor
- consistência e profissionalismo

Resultado:

marcam reuniões e contratam turmas do Equilibrium.

#### 2. Público executivo-Eventos e consultorias

Diretores e gestores que participam no programa veem valor adicional e:

- pedem workshops internos
- convidam para formações in-company
- contratam consultoria para reorganização



## Cross-Selling de Públicos (o motor invisível do Equilibrium)

O Equilibrium foi desenhado para aproveitar de forma inteligente todos os públicos que a Ariela já tem e vai construir.

Funciona assim:

### 3. Público feminino aspiracional + Evento da Ariela + Mentorias

As mulheres que seguem a Ariela por liderança e inspiração tenderão a:

- participar no evento próprio
- comprar formações extra
- entrar em futuros grupos de mentoria premium

### 4. Público jovem profissional + Empregabilidade e academia futura

Jovens que seguem os conteúdos técnicos começam a procurar:

- guidance
- formação inicial
- futuros bootcamps

O Equilibrium abre caminho para uma linha educacional paralela no futuro.

### 5. Público do UK + Parcerias e internacionalização

A presença internacional da Ariela permite:

- parcerias com escolas de negócios
- certificações
- eventuais turmas com selo internacional
- ligações institucionais Angola ↔ Reino Unido



## Cross-Selling de Públicos (o motor invisível do Equilibrium)

**Resultado final esperado:**

**A Estruturação do Equilibrium cria três ganhos simultâneos:**

1. Marca pessoal forte e executiva para a Ariela

Posicionamento sério, institucional, premium.

2. Produto comercial e escalável

Turmas, eventos, workshops, consultorias.

3. Sistema de crescimento contínuo

**Cada público alimenta outro público, num ciclo permanente.**



## **16.Dossier Comercial Corporativo (Versão Digital da Estratégia)**



## Dossier Comercial Corporativo

O dossier comercial do Equilibrium não é apenas um documento PDF para reuniões presenciais.

No posicionamento da Ariela, ele torna-se também uma ferramenta digital, distribuída e promovida através das plataformas dela.



## Dossier Comercial Corporativo

### Como será feito digitalmente:

#### 1. Landing Page / Link no Instagram e LinkedIn

O dossier será convertido em:

- uma página simples e profissional,
- com CTA direta: "Solicitar Reunião" / "Download Dossier".

#### 2. Link em destaque no Instagram (Highlight: Equilibrium)

Histórias fixas explicam:

- o que é o programa,
- para quem serve,
- exemplos de módulos,
- testemunhos futuros,
- botão de contacto.

#### 3. Post técnico no LinkedIn a anunciar o programa

Com texto maduro + link para o dossier.

#### 4. Reels e carrosséis no Instagram

Conteúdos como:

- "O que é o Equilibrium?"
- "Por que Angola precisa disto?"
- O trio fundador."
- "Como funciona nas empresas."

#### 5. Página de contacto

Formulário simples para diretores, RH e CEOs marcarem reunião.



**17.Fluxo: Digitais → empresas  
→ reunião → venda.**



## **18.Reuniões com Empresas e Estratégia de Abordagem**



## Reuniões com Empresas e Estratégia de Abordagem

### Digital First

O fluxo de abordagem às empresas será híbrido, mas começa no digital. O objetivo é que as empresas vejam a Ariela antes de serem abordadas.

### Como funciona a entrada do corporate pela via digital:

#### 1. LinkedIn como plataforma principal.

Ariela publicará, de forma consistente:

- análises técnicas,
- comparações UK vs Angola,
- reflexões sobre governação,
- conteúdos executivos.

Estes posts são vistos por diretores, RH, compliance officers e CEOs.

É daqui que surge o pipeline natural.

#### 2. Botão direto: "Falar com a Ariela / Equipa"

Inserido no LinkedIn e Instagram, para contacto corporativo.



## **20.Execução da Primeira Turma do Equilibrium (Apoio Digital)**



## Execução da Primeira Turma do Equilibrium (Apoio Digital)

A execução da primeira turma deve ser acompanhada digitalmente para:

- criar autoridade,
- gerar expectativa,
- construir provas sociais,
- atrair novas empresas.

Como será feito:

### 1. Stories e reels da fase de preparação

Sem mostrar empresas específicas, apenas o processo:

- "Preparação dos materiais."
- "Revisão dos módulos."
- "Primeira sessão de alinhamento."

### 2. Vídeos curtos dos bastidores

Filmados com cuidado e sobriedade—reforçam profissionalismo.

### 3. Conteúdos educativos ligados ao módulo da semana

Ex: Se o módulo é sobre risco → reel sobre "Como prever riscos básicos dentro de uma PME".



## Execução da Primeira Turma do Equilibrium (Apoio Digital)

### 4. Depoimentos em vídeo e texto

Colhidos com qualidade, para converter em carrosséis.

### 5. Publicações institucionais no LinkedIn

Ex: "A turma do setor X iniciou esta semana o módulo sobre governança interna."

### 6. Mini clip do momento da entrega de certificados

Tom corporativo, sem espetáculo, reforçando rigor e credibilidade. A execução da turma é parte da narrativa da Ariela.



## Execução da Primeira Turma do Equilibrium (Apoio Digital)

### Antes da turma

**Objetivo:** fazer os participantes sentirem que estão a entrar num programa sério, bem organizado e com uma mentora presente.

- Criação de um "onboarding digital"
- Email de boas vindas em nome da Ariela
- Mensagem de vídeo curta a agradecer a confiança
- Documento digital simples com: datas, horários, regras, objetivos, mindset esperado
- Link para um pequeno formulário de expectativas
- Grupo digital de turma
- Pode ser grupo fechado de WhatsApp ou similar
- Canal para: avisos logísticos, reforço de mensagens chave, envio de material
- Ariela aparece pontualmente em áudio ou vídeo curto a contextualizar a semana
- Conteúdos pré turma
- Enviar 1 ou 2 vídeos curtos da Ariela com "preparação mental"

### Exemplos:

- "O que deve esperar desta formação"
- "Como tirar o máximo proveito do Equilibrium"

**Resultado:** a pessoa já sente que entrou num ecossistema profissional, não apenas



## Execução da Primeira Turma do Equilibrium (Apoio Digital)

### Durante a turma

Objetivo: reforçar a percepção de rigor, proximidade e profundidade.

- Dinâmica digital semanal
- Ao fim de cada sessão, um resumo digital em 3 pontos enviado ao grupo
- Pequena tarefa opcional ligada à prática real do trabalho
- Micro conteúdos para redes sociais
- Extrair frases chave das sessões

#### Transformar em:

- 1 post no LinkedIn por semana
- 1 reel no Instagram com a Ariela a recapitular uma ideia
- Sempre sem expor empresas ou pessoas sem autorização
- Questionário interno a meio da turma

#### Curto, digital, para perceber:

- o que está a funcionar
- onde a turma precisa de mais detalhe
- Serve para ajustar o tom e mostrar que há escuta ativa

**Resultado:** a turma sente que está num programa vivo, iterativo, e o público externo começa a ver o Equilibrium como algo real e em andamento.



## Execução da Primeira Turma do Equilibrium (Apoio Digital)

**Objetivo:** fechar bem a experiência e preparar o terreno para a fase seguinte.

- Entrega digital de certificados
- Certificado formal + versão digital em PDF
- Email final da Ariela
- Agradecimento
- Resumo dos pilares do programa
- Convite para manter contacto para futuras oportunidades
- Pedido de testemunhos
- Formulário simples com perguntas pensadas para gerar provas sociais fortes
- Para alguns perfis chave, gravação de testemunho em vídeo

Isto tudo vira matéria-prima de autoridade para a fase 12.



## **21. Amplificação dos Resultados e Provas Sociais (Digital como Motor de Escala)**



## Amplificação dos Resultados e Provas Sociais (Digital como Motor de Escala)

Esta é a fase mais importante para transformar o Equilibrium num programa de referência.

Como será feita a amplificação digital:

1. Carrosséis antes/depois

Ex:

"Como esta equipa organizou o seu processo interno em 4 semanas."

2. Vídeos curtos com testemunhos filmados

Diretores, gestores ou participantes descrevendo:

- impacto,
- clareza,
- mudanças práticas,
- ferramentas úteis.
- Conteúdos de autoridade

Ex:

"5 insights reais aprendidos na última turma."



## Amplificação dos Resultados e Provas Sociais (Digital como Motor de Escala)

Esta é a fase mais importante para transformar o Equilibrium num programa de referência.

### 4. Página de landing page atualizada com provas sociais

Para que novas empresas vejam:

- impacto real,
- fotos,
- vídeos,
- resultados.

### 5. Reels aspiracionais com a Ariela como 'The Teacher'

Ex:

"Foi uma honra acompanhar mais um grupo de líderes que querem elevar o seu nível de compliance e ética."

### 6. LinkedIn como canal institucional de validação

Publicações formais sobre:

- métricas,
- resultados,
- impacto,
- citações de participantes,
- fotografias profissionais das sessões.

Isto consolida a reputação da Ariela como formadora executiva.



## Como as pessoas entram em contacto com a Ariela ao longo deste processo



### 1. Via Instagram

- link na bio com "Solicitar Reunião"
- highlight exclusiva "Equilibrium"
- formulário simples
- DM para agendar reuniões



### 2. Via TikTok

- botão "Contactar"
- mensagens diretas de diretores
- link para dossier corporativo
- call-to-action em cada publicação técnica



### 3. Via site / landing page formulário corporativo

- apresentação do programa
- agenda de reuniões área para
- anejar necessidades específicas



### 4. Via email institucional incluído no dossier e nos perfis das redes.



## Amplificação dos Resultados e Provas Sociais (Digital como Motor de Escala)

Como transformar uma turma em motor de reputação

Aqui entra a parte estratégica: não basta ter corrido bem, é preciso fazer o mercado ver isso e entender o que o programa fez.

### 12.1. Tipos de provas sociais a recolher:

- Testemunhos individuais
- Vídeo de 30 a 60 segundos por participante chave
- Texto curto para LinkedIn e site
- Provas sociais institucionais
- Quando possível, autorização para usar nome da empresa (mesmo que sem logotipo grande e espalhafatoso)

### Resultados qualitativos:

- Exemplos do gênero:
  - "Clarificámos responsabilidades internas"
  - "Redesenhámos o fluxo de aprovação de pagamentos"
  - Resultados quantitativos quando fizer sentido
- Por exemplo:
  - "Redução de falhas de compliance em X meses"
  - "Aumento de visibilidade interna dos riscos"



## Amplificação dos Resultados e Provas Sociais (Digital como Motor de Escala)

### 12.2. Transformar resultados em conteúdo Pensar em camadas:

- Conteúdo profundo para decisores
- Estudos de caso em PDF, enviados por email ou entregues em reunião
- Artigos no LinkedIn com uma estrutura do género: problema, abordagem, resultados, lições
- Conteúdo intermédio
- Carrosséis no Instagram e LinkedIn com:
  - “O que esta turma aprendeu”
  - “5 ideias que qualquer empresa pode usar já”
- Conteúdo leve
- Reels com excertos de frases fortes dos participantes
- Pequenos clips da Ariela a dizer “o que mais me marcou nesta turma”



## Amplificação dos Resultados e Provas Sociais (Digital como Motor de Escala)

### 12.3. Sequência de amplificação

#### Depois da turma:

- Semana 1
- Anúncio: "Concluímos a primeira edição do Equilibrium"
- 1 post no LinkedIn + 1 reel no Instagram
- Semana 2
- Camossel com 3 a 5 aprendizados da turma
- Semana 3
- 1 estudo de caso digital apresentado no LinkedIn
- Semana 4
- Foco em testemunhos individuais em vídeo
- Isto mantém o tema vivo durante pelo menos um mês, sem parecer repetitivo.



## **22.Evento Próprio de Ariela em Angola**



## Evento Próprio da Ariela em Angola

Do digital para o presencial e de volta ao digital

O evento é o momento em que a narrativa “mulher angolana, rigor internacional, liderança feminina” ganha palco próprio. liderança feminina”

### 13.1. Estratégia digital antes do evento

- Definir claramente o conceito
- Não é um evento motivacional qualquer, é um encontro técnico e aspiracional
- Mensagem clara: “Mulheres e líderes que querem unir rigor, visão e humanidade”

- Funil de interesse

Lista de espera através de:

- link na bio
- formulário simples
- destaque nas stories

Segmentar:

- empreendedoras
- executivas
- mulheres que já a seguem pelo conteúdo técnico
- Conteúdos de aquecimento

Série de vídeos:

- “Porquê este evento existe”
- “Os temas que quase não se falam em público”

Carrosséis com questões:

- “O que é ser mulher em ambientes regulados”
- “Como conciliar família, rigor técnico e ambição”



## Evento Próprio da Ariela em Angola

### 13.2. Estratégia durante o evento

- Cobertura cuidada
- Fotografia e vídeo com estética premium
- Pequenos trechos de falas, sem expor demasiado o público
- Conteúdo em tempo quase real
- Stories com momentos chave
- T reel no dia seguinte com um pequeno resumo emocional
- Captar leads no próprio evento

#### QR codes que levam para:

- lista de interesse em mentoria
- interesse em consultorias
- futuras edições do evento



## Evento Próprio da Ariela em Angola

### 13.3. Estratégia depois do evento

- Pacote de conteúdos pós evento
- Vídeo de highlights
- Frases marcantes em formato gráfico
- Carrossel com "5 ideias que levo deste evento"
- Posição de autoridade

LinkedIn com publicação mais formal sobre a relevância do evento no contexto da liderança em Angola

- Reabertura de funis
- No final do conteúdo de recap é adicionada:
  - "Se quer levar estes temas para a sua empresa, veja o Equilibrium e os nossos workshops executivos"



## **23. Produtos de Segunda Fase: Consultorias, Workshops e Mentorias**



## Produtos de Segunda Fase: Consultorias, Workshops e Mentorias

Como o digital vai empilhar camadas de produto sem confusão

A seguir ao Equilibrium e ao evento, faz sentido abrir a segunda camada de ofertas.

O segredo é organizar isto no digital de forma clara.

### 14.1. Consultoria:

- Posicionamento
- Consultoria apresentada como algo seletivo, focado em empresas que querem implementar o que aprenderam no Equilibrium
- Digital como porta de entrada
- Página específica: "Consultoria Ariela Rogério"

#### Estrutura clara:

- para quem é
- o que fazemos
- como decorre
- formulário para diagnóstico
- Conteúdos que levam à consultoria

#### Post tipo:

- "Quando é que um programa executivo já não basta e é hora de consultoria?"
- Casos reais (sem expor demais) em LinkedIn



## Produtos de Segunda Fase: Consultorias, Workshops e Mentorias

### 14.2. Workshops corporativos

- Segmentação
- Workshops de 3 a 6 horas sobre temas específicos:
- compliance de base
- governação e processos
- ponte UK - Angola
- Comunicação digital
- Página do tipo catálogo com 3 a 5 workshops padrão
- Reels e carrosséis do género:
- "Tema da semana"
- "Pergunta que mais me fazem nas empresas"

### 14.3. Mentorias

- Público
- Executivas, empreendedoras e perfis que querem subir de nível na carreira
- Formato
- Grupos pequenos ou acompanhamento individual premium
- Digital como filtro
- Formulário de candidatura
- Conteúdos que mostram que isto é sério e não é motivação vazia

#### Por exemplo:

- "O que uma mentoria comigo não é"
- "Que tipo de mulher eu consigo realmente ajudar"



## **24.Avaliação Contínua e Expansão Estratégica**



## Avaliação Contínua e Expansão Estratégica

Digital como painel de controlo da estratégia

Aquí entra a parte mais fria e adulta: medir, ajustar, crescer com intenção.

### 15.1. Métricas que interessam mesmo

Não é só likes:

- o Instagram e TikTok
- Guardados
- Partilhas
- Comentários qualificados
- Crescimento semanal de seguidores dentro dos perfis desejados
- No LinkedIn
- Quem interage: cargos, empresas, setores
- Quantas reuniões surgem a partir de publicações
- No Equilibrium
- Quantas empresas vieram por referência digital
- Nível de satisfação
- Probabilidade de recomendação
- No evento
- Quantas participantes seguiram a Arieta depois
- Quantas pediram mais informação sobre produtos seguintes



## Avaliação Contínua e Expansão Estratégica

### 15.2. Rotina de análise

- Mensal
- Reunião interna para ver o que funcionou melhor em conteúdos
- Ajustar percentagem de temas: se Angola vs UK explode, reforçar

### • Trimestral

### Rever funis:

- quantos leads
- quantas reuniões
- quantas vendas
- Anual

### Decidir se faz sentido:

- aumentar preço
- criar nova linha de produtos
- entrar em novos mercados
- criar parcerias com escolas de negócios ou entidades do UK



## Avaliação Contínua e Expansão Estratégica

### 15.3. Como o digital orienta a expansão

O digital passa a ser:

- radar de interesse
- laboratório de teste de mensagens
- vitrine de provas sociais
- canal permanente de relacionamento com executivos e mulheres líderes

Com isso é possível decidir com segurança:

- se faz sentido levar o Equilibrium para fora de Angola
- se é hora de lançar uma certificação internacional
- se deve haver uma comunidade digital própria com acesso privado.



## CRONOGRAMA DO PRIMEIRO MÊS – REBOOT DIGITAL (TABELA)

1 post por dia - Instagram + TikTok + LinkedIn (adaptações por plataforma)

SEMANA 1-Reintrodução e narrativa base

Dia	Tema do Conteúdo	Formato	Objetivo Estratégico	Plataforma Principal
1	Reboot oficial da Ariela	Video vertical	Reposicionar a marca e explicar o novo capítulo	Instagram + TikTok + LinkedIn
2	História da Ariela (Angola + UK + Angola)	Carrossel	Construir narrativa e identificação humana	Instagram
3	O choque do rigor britânico	Reel	Mostrar autoridade técnica com storytelling	IG + TikTok
4	O que as empresas angolanas subestimam	Carrossel	Demonstrar conhecimento aplicado ao mercado	Instagram + LinkedIn
5	Compliance explicado de forma simples	One Cast (1min)	Educar e mostrar classe técnica	IG + TikTok + LinkedIn
6	Reflexão: emigrar e regressar	Foto + texto	Humanização com sobriedade	Instagram
7	3 diferenças práticas UK vs Angola	TikTok + Reel	Diferenciação forte internacional	TikTok (principal) + IG



## CRONOGRAMA DO PRIMEIRO MÊS – REBOOT DIGITAL (TABELA)

1 post por dia - Instagram + TikTok + LinkedIn (adaptações por plataforma)

SEMANA 2 - Autoridade técnica e UK + Angola

Dia	Tema do Conteúdo	Formato	Objetivo Estratégico	Plataforma Principal
01	Como se organiza um processo interno no UK	Carrossel comparativo	Diferenciação técnica internacional	Instagram + LinkedIn
02	Checklist simples de compliance	Reel	Entregar valor imediato	IG + TikTok
03	Erros comuns de contabilidade em PME	Carrossel	Autoridade + utilidade	Instagram + LinkedIn
04	Governança: porque é sobrevivência	One Post	Construir posição executiva	Instagram + LinkedIn
05	Caso real: o primeiro negócio que ajudou a salvar no UK	Storytelling em carrossel	Prova social indireta	Instagram
06	Liderança feminina com rigor e calma	Foto + texto	Conexão com público feminino aspiracional	Instagram
07	Bastidores da preparação do conteúdo	Reel leve	Humanização controlada	Instagram + TikTok



## CRONOGRAMA DO PRIMEIRO MÊS – REBOOT DIGITAL (TABELA)

1 post por dia - Instagram + TikTok + LinkedIn (adaptações por plataforma)

SEMANA 3 - Preparação para o Equilibrium

Dia	Tema do Conteúdo	Formato	Objetivo Estratégico	Plataforma Principal
15	O que é o Equilibrium (teaser)	Carrossel	Introduzir o produto de forma elegante	Instagram + LinkedIn
16	Para quem é o Equilibrium	Reel educativo	Qualificar o público	IG + TikTok
17	Os 4 pilares do programa	Carrossel	Mostrar profundidade e método	Instagram
18	One-Cast: porque Angola precisa disto	Video	Criar urgência	Instagram + LinkedIn
19	Linhas de risco que custam milhões	Carrossel	Reforçar dor do mercado	LinkedIn + IG
20	Story pessoal: porque decidi regressar e ensinar	Foto + texto	Criar ligação emocional forte	Instagram
21	Um dia típico de trabalho	Reel leve	Humanizar sem perder rigor	IG + TikTok



## CRONOGRAMA DO PRIMEIRO MÊS – REBOOT DIGITAL (TABELA)

1 post por dia • Instagram + TikTok + LinkedIn (adaptações por plataforma)

SEMANA 4 –Consolidação da autoridade + Conversão inicial

<b>Dia</b>	<b>Tema do Conteúdo</b>	<b>Formato</b>	<b>Objetivo Estratégico</b>	<b>Plataforma Principal</b>
32	Como preparar uma empresa para mercados regulados	Carousel	Mostrar competência internacional	Instagram + LinkedIn
33	Mini aula: EYC explicado em 60 segundos	Reel	Autoridade técnica + clara	IG + TikTok
34	5 erros que vejo em empresas angolanas	Carousel	Diagnóstico que gera procura	Instagram
35	One-Post: ética e liderança	Video	Construir marca de rigor	Instagram + LinkedIn
36	O que aprendi ao gerir equipas no lit.	Carousel storytelling	Autoridade com proximidade	IG
37	Reflexão da semana	Foto + texto	Consolidação emocional	Instagram
38	Reforço do equilíbrio	Reel institucional	Criar listas de espera e leads	IG + TikTok
39	Carousel: perguntas frequentes sobre o equilíbrio	FaQ visual	Converter curiosidade em intenção	Instagram
30	Convite subtil: "Se a sua empresa precisa deste nível...	LinkedIn post	Abertura natural para reuniões	LinkedIn



## Modelo de Rendimento da Ariela Rogério para os Próximos Anos

A construção da operação da Ariela cria um ecossistema de produtos e serviços que geram receita em diferentes horizontes de tempo.

As projeções abaixo apresentam valores estimados em libras esterlinas com base numa taxa aproximada de 800 Kz por libra. Estes números são orientativos e servem para estruturar a visão financeira da marca Ariela Rogério no médio e longo prazo.



## Fontes de Renda no Médio Prazo (6 a 18 meses) em GBP

Fontes de Renda no Médio Prazo (6 a 18 meses) em GBP	Receita Estimada em Kz	Conversão	Receita Estimada em GBP	Observação
Equilibrium Turma 1	16.000.000	+900	€20.000	Primeira edição corporativa
Equilibrium Turma 2	30.000.000	+900	€33.333	Edição com provas sociais
Workshops Executivos	10.000.000	+900	€11.111	Sessões técnicas para empresas
Consultorias estruturadas	15.000.000	+900	€16.667	Implementação prática em empresas
Consultoria avançada	13.000.000	+900	€13.333	Projetos de reorganização
Evento Próprio da Arista	10.300.000	+900	€11.333	Bilheteira e patrocinadores
Mentorias Femininas	3.350.000	+900	€3.500	Grupo premium
Palestras Executivas	1.800.000	+900	€2.000	Consultas corporativas

**Total Estimado no Médio Prazo Cerca de €99.166 nos primeiros ciclos de produto e posicionamento.**



## Fontes de Renda no Longo Prazo (18 a 36 meses) em GBP

Produto ou Fonte	Receita Estimada em Kz	Conversão	Receita Estimada em GBP
Certificação Executiva	25.000.000	+900	£27.778
Escola Digital (micro cursos)	10.000.000	+900	£11,11
Comunidade Fechada (membership)	6.000.000	+900	£6.667
Licenciamento do Equilibrium	10.000.000	+900	£11,11
Livro Executivo	2.000.000	+900	£2.222
Turmas Internacionais	15.000.000	+900	£16.667

Total Estimado no Longo Prazo Cerca de £75.556 por ano adicional a partir da consolidação da marca.



## Fontes de Renda no Médio Prazo (6 a 18 meses) em GBP

Estas fontes aumentam o fluxo financeiro conforme a presença digital da Ariela cresce. São receitas possibilitadas diretamente pelo conteúdo no Instagram, LinkedIn e TikTok.

Fonte Digital	Estimativa em GBP	Descrição
Consultorias geradas via digital	£10.000 a £30.000	Empresas influenciadas pelos conteúdos técnicos
Palestras originadas por LinkedIn	£3.000 a £5.000	Convites diretos
Mentorias Femininas	£2.500 a £5.000	Captados pelo Instagram
Parcerias UK/Angola	£5.000 a £15.000	Consultoria Internacional estratégica
Conteúdos patrocinados selecionados	£2.000 a £4.000	Apenas marcas alinhadas com a autoridade dela

**Total Digital Potencial £2.000 a £4.000 Apenas marcas alinhadas com a autoridade dela Entre £21.500 e £48.000 por ano adicional.**



## Resumo Global Anual Estimado

<b>Categoria</b>	<b>Valor Estimado</b>
Médio Prazo	£98.000 a £110.000
Longo Prazo	£75.000 a £80.000 por ano
Digital	£21.000 a £49.000 por ano

Total Global Estimado para o Primeiro Ano Consolidado  
Entre £120.000 e £150.000, combinando produtos executivos, consultorias,  
eventos, mentorias e presença digital.



## Conclusão e Aprovação Final

Este documento apresenta a estratégia completa para posicionar a Ariela Rogério como uma das principais referências angolanas em compliance, gestão, visão internacional e liderança feminina, alinhada com padrões profissionais internacionais e com forte ligação entre Angola e o Reino Unido.

A estrutura proposta integra narrativa, pilares técnicos, plano de conteúdos, estratégia digital, modelo de receitas e desenvolvimento de produtos como o programa executivo Equilibrium.

A partir deste ponto, a estratégia encontra-se pronta para aprovação final por parte da Ariela, de modo a avançarmos para a fase operacional.



## Próximos Passos Imediatos

Estes são os passos necessários para iniciar a execução do plano.

### 1. Validação da Ariela

**A Ariela deve confirmar:**

- posicionamento final
- narrativa técnica e emocional
- rubricas e abordagem editorial
- cadência de publicação
- prioridades do mês de lançamento
- guidelines de tom de voz e temas sensíveis

Depois desta validação, todo o plano torna-se executável.



## Próximos Passos Imediatos

### 2. Entrega do Plano à Social Media Manager

#### A Social Media Manager recebe:

- calendário editorial do primeiro mês
- guia de narrativa e storytelling
- guia de rubricas
- orientações visuais
- lista de vídeos que a Ariela deve gravar sozinha
- instruções sobre o que deve e não deve ser publicado
- boas práticas para manter consistência
- indicadores que deve monitorizar semanalmente

A execução passa a ser da operação digital da Ariela, e não da TFTF.



## Próximos Passos Imediatos

### 3. Sessão de Orientação com a Social Media Manager Será feita uma sessão breve para garantir:

- que compreende a narrativa
- que sabe como aplicar as rubricas
- que entende o tom institucional exigido
- que sabe evitar excessos pessoais e improvisos
- que entende como conectar o conteúdo ao Equilibrium
- que sabe como usar Instagram, TikTok e LinkedIn de formacomplementar

A partir daí, ela assume o pipeline semanal de conteúdos.



## Próximos Passos Imediatos

### 4. Início da Execução: Reboot Digital Primeiras duas semanas de janeiro:

- publicação do vídeo de apresentação
- carrossel de narrativa oficial
- primeiros conteúdos técnicos
- início do calendário diário
- preparação das primeiras entrevistas, cortes e One Casts
- rearranjo visual do Instagram
- ativação do LinkedIn com artigos e análises UK vs Angola

Este reboot marca a nova fase da marca Ariela Rogério.



## Próximos Passos Imediatos

### 5. Supervisão Estratégica pela TTF

A TTF acompanha de forma estratégica:

- coerência e consistência da narrativa
- qualidade técnica dos conteúdos
- ligação entre digital e produtos
- preparação e posicionamento do Equilibrium
- performance mensal
- necessidade de ajustes na comunicação
- expansão para eventos e consultorias



## Fecho do Documento

Com esta estrutura, a Ariela tem um plano completo, implementável e profissional para crescer como marca pessoal, consolidar autoridade técnica no mercado angolano e internacional, e transformar o Equilibrium no seu principal produto executivo. O documento está pronto para aprovação.



# Obrigado!

