

Diagnóstico de mensagem

Leitura de consciência

O público de trabalho provavelmente já sabe que vive ciclos de tentativa, controle e recomeço. A mensagem não precisa convencê-lo de que existe uma dificuldade; precisa mostrar uma forma diferente de enxergar o momento em que a intenção se perde.

Leitura de sofisticação

O território de dietas e emagrecimento é percebido como saturado de regras, métodos e promessas. Por isso, a diferenciação não pode depender de mais uma fórmula ou de um resultado grandioso. Ela deve aparecer na lente e na experiência: observar a sequência invisível antes da escolha.

Conversa que deve abrir o produto

Não começar com orientação técnica nem com uma promessa corporal. Começar com uma cena reconhecível: a pessoa planeja um dia, chega a um momento de cansaço, ansiedade, pressa ou distração e percebe que a escolha já aconteceu antes que ela se desse conta.

Princípios de mensagem

1. Validar a experiência sem atribuir culpa.
2. Trocar rigidez por observação prática.
3. Entregar uma primeira ação no início da experiência.
4. Preservar limites educativos e profissionais.

Ângulos iniciais de teste

ÂNGULO	IDEIA	USO INDICADO
Piloto automático	a escolha começa antes do prato	abertura e anúncios futuros
Regra que vira peso	a intenção se transforma em cobrança	página e e-mails
Pausa possível	pequenas práticas cabem na rotina real	oferta e ativação
Sequência invisível	nomear o que acontece antes da resposta	mecanismo e conteúdo

Decisão criativa

Evitar o vocabulário de proibição, correção corporal e culpa. A mensagem deve fazer a participante pensar: “isso explica um momento que eu reconheço”, antes de sugerir qualquer ação.