

5 PONTOS ESSENCIAIS

PARA VOCÊ TER UM
STUDIO DE PILATES

**KAUFFER COM
SUCESSO**



JORDÃO

INSTITUTO DE BEM-ESTAR
E QUALIDADE DE VIDA



Sumário

Introdução	03
Atendimento de Excelência	04
Por Lohayne Jordão	
Networking	05
Por Lohayne Jordão	
Planejar aula com Resultado	06
Por Lohayne Jordão	
Por que investir no Instagram?	07
Por Kamila Arruda	
Business Plan	21
Por Samuel Nishioka	



JORDÃO
INSTITUTO DE BEM-ESTAR
E QUALIDADE DE VIDA



Você que está abrindo seu Studio Kauffer ou está crescendo seu espaço fica de olho nesses **5 pontos essenciais que farão TOTAL DIFERENÇA** para você ter ainda mais sucesso Profissional, são eles:

- 1) Atendimento de Excelência
- 2) Networking
- 3) Planejar aulas de resultado
- 4) Invista no Instagram
- 5) Faça um business Plan

E Nesse Ebook, vamos falar um pouco de cada um desses pontos para que você se sinta pronto, preparado para ter seu Studio Kauffer de sucesso.



JORDÃO
UM Ponto de Apoio para
o crescimento de você



Para você realizar um atendimento de excelência separei 6 itens que você sempre irá pensar ao estar com outra pessoa:

1- Seja humano

“Conheça todas as teorias, domine todas as técnicas, mas ao tocar uma alma humana, seja apenas outra alma humana.” Carl G. Jung

Se conecte com aquela pessoa, mostre que você se importa com ela, e lembre-se da individualidade sempre.

2. O objetivo de seu aluno sempre será o mais importante

Tem algo pior do que você está realizando algo que não está te aproximando dos seus sonhos, seus objetivos e suas metas? No Pilates precisamos saber exatamente o que nosso aluno procura, para que realmente a gente trabalhe em direção aos objetivos deles, precisamos fazer um alinhamento de expectativas.

3. Avalie e reavalie

Para conseguir realizar um bom diagnóstico e prognóstico, e para montar uma boa conduta terapêutica, uma boa aula que realmente dê resultados e atinja o objetivo de nosso aluno.

4. Treine, experimente e dê segurança ao seu aluno

Saber quais musculaturas estão sendo ativadas, como facilita ou dificulta o movimento e quais os riscos do movimento.

5. Não estude só Pilates

Para sermos bons profissionais, precisamos evoluir em todas as áreas da nossa vida. E não adianta ser um bom profissional se ninguém sabe disso. Estude alta performance, marketing, vendas, gestão e outras áreas de conhecimento de seu interesse.

6. Desconstrua para construir

Pense fora da caixa, quebre as crenças limitantes na vida pessoal e profissional se permita aprender para evoluir.



2

NETWORKING

Você já parou pra pensar que as pessoas ao seu redor podem te auxiliar profissionalmente algum dia?

Ser apenas um bom profissional não é suficiente – e isso já estamos acostumados a escutar. As pessoas estão buscando conexões, trabalhar com aqueles que conhecem, ou que já ouviram falar bem de uma certa forma.

Sendo assim, aqueles com quem você se conecta podem sempre abrir novos caminhos e oferecer oportunidades de negócios, tanto para você quanto para sua empresa. E é exatamente disso que o networking se trata.

Mas o que é networking? Networking consiste na estratégia de formar e aperfeiçoar sua rede de contatos, mantendo pessoas relevantes no seu entorno.

O networking estimula a troca de experiências e informações entre contatos. Ou seja, as relações profissionais criadas geram oportunidades de compartilhamento de interesses, informações e até formações de parcerias, com benefícios para ambos os lados.

Quando você tem bons contatos profissionais, conseqüentemente tem mais **oportunidades de crescimento na sua área de atuação**. Assim, a probabilidade de receber uma proposta melhor é enorme, uma vez que muitos já sabem que você é bom no que faz.

E por último, mas não menos importante, um bom networking gera **autoridade** e faz com que você seja visto como uma referência. Isso acontece justamente porque mais pessoas conhecem seu trabalho e suas realizações.

Uma rede de contatos pode trazer visibilidade e ajuda você a se destacar no mercado profissional.

3

PLANEJAR AULAS COM RESULTADO

Para você planejar aulas com resultado tudo vai começar com uma boa AVALIAÇÃO - a avaliação vai muito além da queixa ou objetivo do seu aluno é sobre quem é aquela pessoa e sobre tudo que pode afetar sua vida, saúde e fornecer mais qualidade de vida de sucesso.

Estude MUITO sobre o Método Pilates, sobre patologias, técnicas, prevenções, MAS estude também seu ALUNO, não é uma receita de bolo, ele precisa ser estudado no detalhe.

Procure montar aulas dinâmicas, com trocas de posturas, com exercícios que seu cliente gosta, consiga fazer bem para que ele se sinta confortável, mas também com DESAFIOS, novidades. Aproveite o inúmeros exercícios e possibilidades que o Pilates oferece, explore exercícios e aparelhos.

Coloque EXPERIÊNCIAS em suas aulas, que o aluno sinta o quanto você importa com ele e com cada detalhe, não fique no celular, se CONCENTRE nele, abuse de comandos verbais, toques proprioceptivos.

Divida bem sua aula em aquecimento, treino e desaquecimento. Você primeira prepara o corpo do seu aluno para prevenir lesão e para que ele entre no Método com uma melhor concentração, respiração, contração e realmente conectado mente e corpo. No treino divida de forma a ter lógica e trabalhar o objetivo de seu aluno e tudo que é necessário que você viu na avaliação. E o desaquecimento é um novo preparo para o fim do exercício, para que seu corpo e todos os processos do organismo se acalme e seu aluno perceba que a aula está finalizando, e que ele saia com aquela sensação de dever cumprido e também mais relaxado.

E para que você faça tudo isso, treine, sinta os exercícios, os movimentos e estude muito, se atualize sempre.



4

PORQUE INVESTIR NO INSTAGRAM?

- Instagram tem 15 vezes mais interações que outras redes sociais;
- 15 vezes mais interativo do que o Facebook;
- Mais de 60 milhões de fotos são postadas por dia;
- Em média, 1,5 bilhão de curtidas por dia;
- Mais de 1.400 marcas que são consideradas grandes têm conta no Instagram;
- O Brasil é o segundo mercado do Instagram com mais de 50 milhões de contas ativas, atrás apenas dos EUA.



É a rede social que mais cresce e uma das que mais trazem resultados para os negócios online.

Quem não está nas redes sociais, não está acompanhando o mercado como deveria e, por isso, precisa correr atrás do prejuízo desde já!

É de se observar que as marcas estão mudando a forma de trazer seus conteúdos. Estão **muito mais abertas e íntimas com sua audiência**, tornando seu conteúdo dinâmico e obtendo mais aproximação de forma positiva com o público.

Assim é necessário posicionar melhor seu perfil profissional, onde abordaremos Instagram for Business explicando os benefícios de se obter uma conta empresarial.

INSTAGRAM PARA NEGÓCIOS

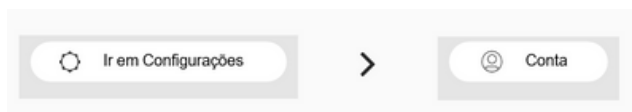
Como alterar a conta pessoal para profissional

O Instagram disponibilizou a função *Business*, conhecida como conta para empresas. Isto é, uma modalidade de conta para quem trabalha com o perfil de forma comercial – para quem tem e-commerce, lojas, marcas, marcas pessoais, etc.

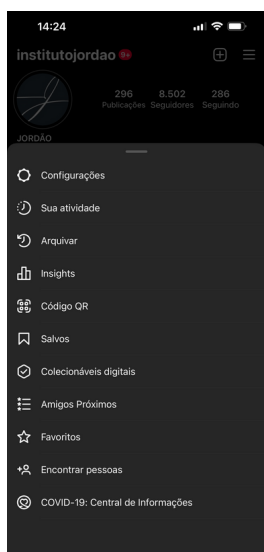
Um dos seus benefícios é o acesso detalhado das métricas do perfil. Para quem ainda não possui essa função, ensinaremos brevemente como alterar de uma conta pessoal para uma conta comercial ou de criador de conteúdo e abordar suas funções.

É importante registrar que esse e-book é voltado para quem quer TER UM STUDIO DE PILATES KAUFFER, ou seja, um perfil de negócios. Portanto, você deve obter um perfil profissional no Instagram e, então, conseguiremos estudar as métricas corretamente e trabalhar com as funcionalidades que ele traz.

Para alterar as contas basta:



INSTAGRAM PARA NEGÓCIOS



Na parte de baixo, há a opção em azul para alterar o tipo de conta. Estou supondo que a sua conta seja pessoal.

Você escolherá a que melhor lhe atender. Vejamos:

Qual opção melhor descreve você?



Criador de conteúdo

Melhor para figuras públicas, produtores de conteúdo, artistas e influenciadores.

[Avançar](#)



Empresa

Melhor para varejistas, negócios locais, marcas, organizações e prestadores de serviços.

[Avançar](#)

INSTAGRAM PARA NEGÓCIOS

A opção “criador de conteúdo” tem algumas funções a mais do que a opção “empresa”, como o gerenciamento das conversas, dividindo-as em: principais e gerais – o que, na minha humilde opinião, não é nada surpreendente.

No entanto, as duas funções atendem muito bem às análises de métricas. Escolha a mais útil para você e seu negócio, e bora lá! Mas, para quem tem essa dúvida, vou deixar as funções ao lado para analisarem a opção “criador de conteúdo”.

Ambas têm diversas funções e, logo abaixo, vou mostrar os benefícios de se obter uma conta para negócios no Instagram.

Depois de escolher sua função, você conectará seu perfil a uma página na do Facebook (caso não tenha, poderá criar na hora).

Vamos ver:



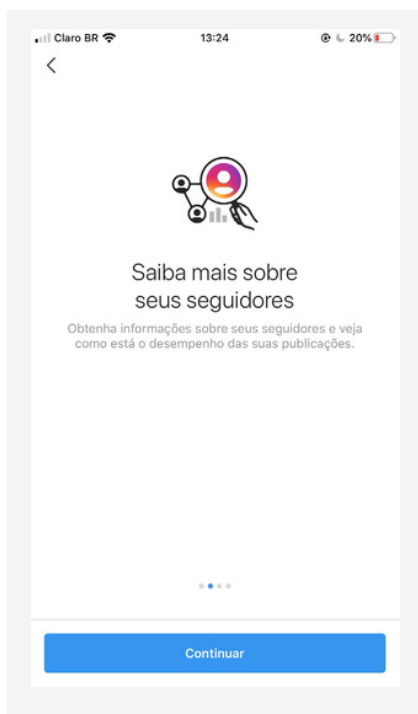
ou



ANÁLISE DE MÉTRICAS

Com a conta empresarial, você conseguirá analisar métricas de conteúdos, atividades e público. E mais à frente, no e-book, irei ensinar a estudar essas métricas e tirar proveito de cada uma. Todos os itens têm funcionalidades diferentes e números concretos de como sua página está avançando em determinados períodos.

Nós precisamos estar atentos às métricas e aos números do nosso perfil para entendermos onde estamos acertando e onde estamos errando.



Funcionalidade disponível na conta Business

BOTÕES DE CONTATO

A conta Business oferece ao usuário a possibilidade de obter botões de contato dentro do perfil.

Muitas vezes não conseguimos achar o e-mail de contato das pessoas na biografia e esquecemos desses botões que nos oferecem essa disponibilidade.

Veja só quais são:



Esses botões facilitam na hora de um cliente ou futuro parceiro entrar em contato por e-mail ou telefone direto.

POSTs PATROCINADOS

O perfil Business nos traz a possibilidade de criarmos posts patrocinados pelo FacebookAds ou até mesmo pelo Instagram. Para quem não sabe, o Facebook e o Instagram são a mesma empresa e, por isso, os posts patrocinados podem ser feitos na plataforma Facebook Business.

Os posts patrocinados nos ajudam a alcançar mais pessoas com públicos personalizados, e isso faz com que posts direcionados corretamente convertam seus produtos e serviços em vendas.

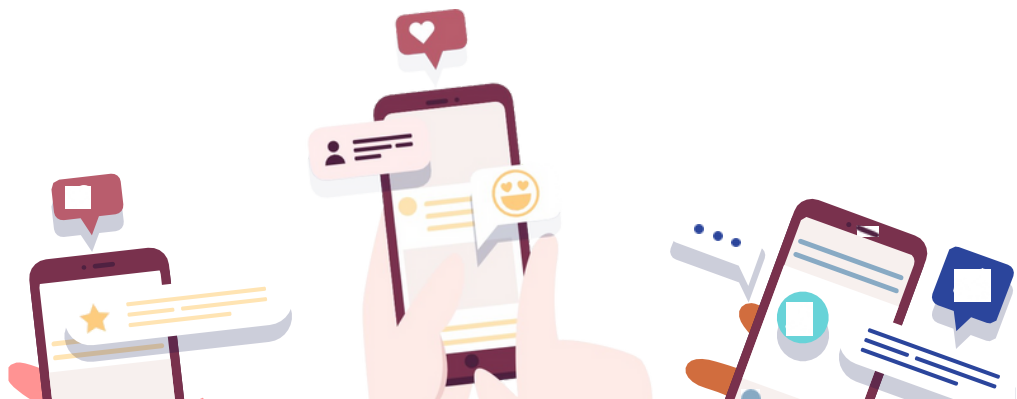
POSICIONAMENTO DIGITAL

O posicionamento digital é a forma como você quer que sua marca seja vista pelo mundo. Quando o seguidor entra no seu perfil e não tem dúvidas de quem você é e o que você faz, isso é sinal de que seu posicionamento está bem aparente.

Vamos a algumas perguntas para vermos se você obtém um posicionamento sólido e bem estruturado diante de seus consumidores e seguidores.

Responda às perguntas abaixo com notas de 0 a 10 (Obs.: Não minta para você mesma):

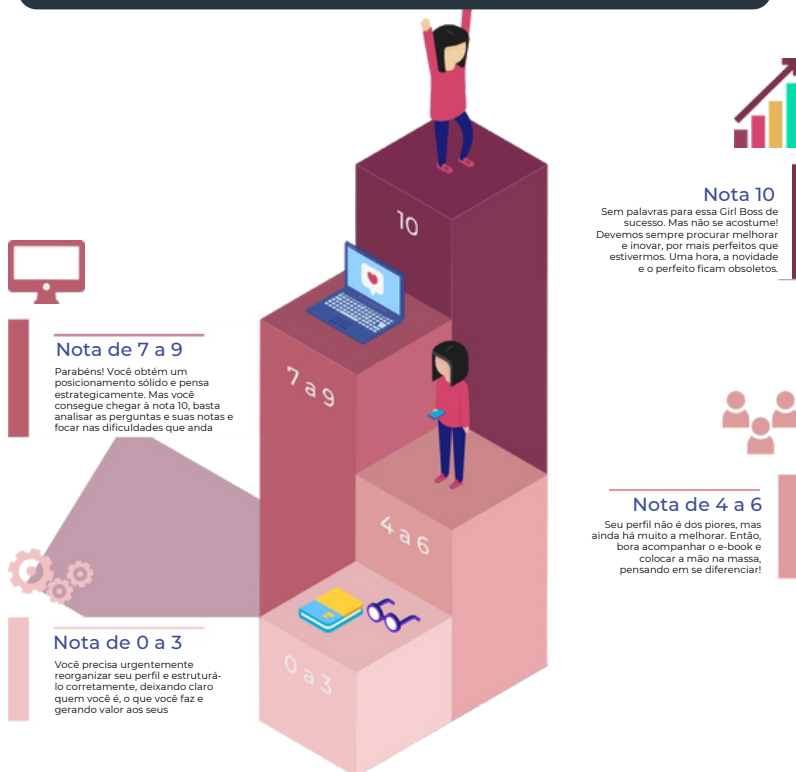
- **As pessoas quando entram em seu perfil, sabe quem exatamente você é? (_____)**
- **As pessoas sabem exatamente o que você faz e com o que você trabalha/vende? (_____)**
- **De uma nota para sua *biografia* do Instagram: (_____)**
- **Você está gerando autoridade dentro da *biografia*? (_____)**
- **Você tem todas as informações necessárias do seu negócio dentro dos Destaques? (_____)**
- **Sua comunicação com os seguidores e consumidores está alinhada com seu propósito e consegue gerar relacionamento com eles? (_____)**



POSICIONAMENTO DIGITAL

- Seus conteúdos são autorais? (_____)
- Você obtém alguma diferenciação em relação ao seu concorrente? (_____)
- Você entrega algo a mais do que seus consumidores esperam? (_____)
- Você obtém algum diferencial na entrega do seu produto ou algum bônus na entrega do seu serviço? (_____)
- Você faz um pós-atendimento? (_____)
- Seus conteúdos nas redes sociais são pensados com base nas dores/dificuldades/emoções do seu público-alvo? (___)

✧ Some todas as notas e divida por 12 ✧



ESTRUTURAÇÃO DO PERFIL

O perfil no Instagram de Negócios deve estar bem posicionado e estruturado para atrair e chamar a atenção das pessoas.

O seu feed é sua vitrine! Imagine você passando pelo shopping e logo encontra uma peça de roupa maravilhosa em uma vitrine. Para você ter tido um encantamento pela peça, houve estratégias voltadas para isso, desde o tom da luz na peça até os conteúdos expostos nessa vitrine, sabia?

Cada objeto foi pensado estrategicamente para que houvesse essa atenção do consumidor.

Depois do interesse na peça, possivelmente você entrará na loja e conhecerá um pouco mais da essência e do DNA da marca. Assim, você poderá desbravar o mundo da marca e obter um toque de intimidade, experimentando peças, falando com atendentes e até mesmo conhecendo mais sobre sua história.

Agora vamos considerar todo esse conceito voltado para o Instagram. O seu perfil deve ser pensado desde o nome de usuário até cada postagem feita – desde a estruturação dos Destaques, o seu serviço, nome de perfil e muitos outros itens.

Você deve pensar da seguinte maneira: o seu feed é sua vitrine para onde as pessoas vão olhar, e você tem 15 segundos para convencê-las a ficar.

Então, você deve obter um posicionamento assertivo, uma estruturação com estratégias de maior alcance, Destaques bem posicionados e informativos e uma identidade visual incrivelmente chamativa. Seja produtos ou serviços, você deve pensar na identidade visual como parte do seu negócio.

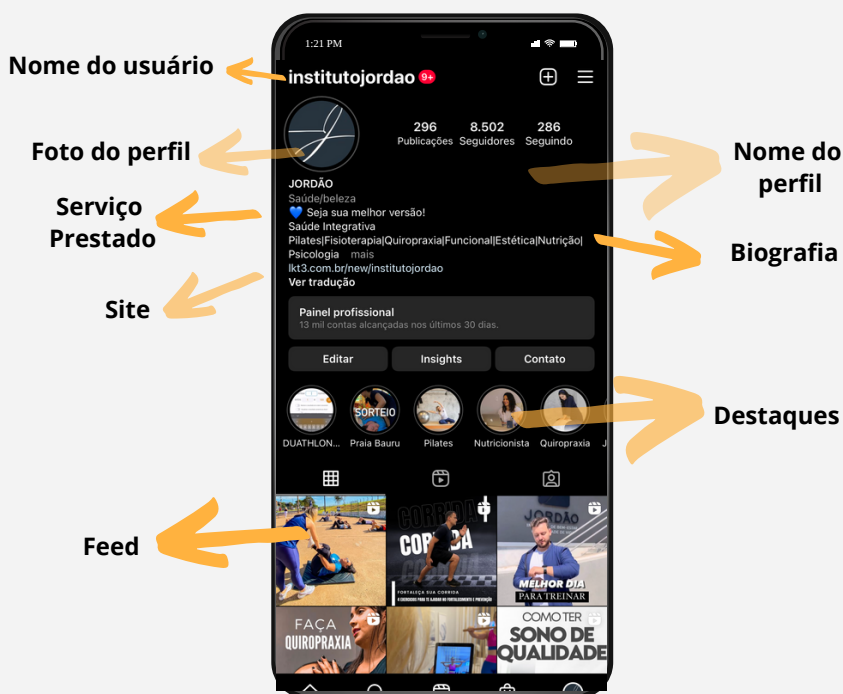
O Instagram é uma plataforma de compartilhamento de fotos e v vídeos, então você deve se adaptar a isso e não o Instagram se adaptara você, entende?

ESTRUTURAÇÃO DO PERFIL

Então, não adianta ter um negócio e não se importar com os outros mil e um fatores. Se você quer obter um negócio rentável, bem posicionado e lucrativo na internet, deve pensar nas suas redes sociais como um todo – desde a estruturação do perfil, a criação de conteúdo e a identidade visual até o relacionamento com seu cliente.

Se você não fizer nada pelo seu negócio, ninguém fará por você! Lembre-se disso.

ANATOMIA DO PERFIL



ESTRUTURAÇÃO DO PERFIL

Nome de usuário

DICA PRINCIPAL: **Utilize um nome funcional e fácil de ser lembrado.**

Qual dos nomes abaixo você memorizaria com mais facilidade:

@institutojordao ou **@instituto_jordao_bauru018**

Além do mais, estudos dizem que nomes com ponto, vírgulas e números são mais difíceis de serem encontrados (técnicas de SEO).

Se é verdade ou mentira, não conseguimos saber, mas faça o teste: pesquise por marcas e veja quais são encontradas primeiro.

Opte sempre por nomes de fácil memorização na mente do consumidor.

Sabe aquela marca da qual você gosta, mas nunca se lembra do nome? Aquelas marcas que você nunca sabe como pronunciar corretamente? Procure fugir disso e conseguir nomes fáceis.

Nome do perfil



Utilize no nome do perfil palavras relacionadas ao serviço, a produtos que você vende ou a assuntos tratados. Dessa forma será mais fácil de ser encontrado (técnicas de SEO). Faça esse teste! Procure por um dentista ou uma loja de bolsas, escreva Shoes e veja o resultado!

Muitas lojas do ramo que você está procurando não aparecem. Aparecem aquelas que incluem as palavras pesquisadas no perfil. Trata-se de uma técnica de SEO para estar no topo das pesquisas e ser encontrado facilmente.

Quando queremos encontrar algum serviço, tema ou produto, pesquisamos exatamente o que estamos procurando. Seja branding, design, negócios, bolsas, dicas de maquiagem, nutricionistas e assim por diante.



JORDÃO
Instituto de Gestão de Negócios
e Empreendedorismo



ESTRUTURAÇÃO DO PERFIL

Foto de perfil



A foto de perfil é um dos itens mais importantes na memorização da marca para as pessoas. Reflita comigo: quando você abre o perfil e vê que tem stories daquele Instagram que ama, você já corre para ver, certo? Isso é devido ao fato de ele ser chamativo e estar sempre à sua visão.

Por isso, evite mudar a foto de perfil diversas vezes. As pessoas se acostumam com sua foto e não reconhecem de relance quando uma nova aparece nos stories.

Utilize imagens de boa qualidade e imagens que representem o negócio e a marca. Se você é uma loja, utilize o logo ou o elemento dela.

Serviço Prestado

Utilize exatamente o serviço que é prestado. Muitas vezes as pessoas utilizam serviços apenas relacionados ao propósito, porém, nessa área, precisa estar claro o que você realmente faz.

Exemplo: uma clinica de fisioterapia deve definir informar sua profissão ou área de saúde, para assim otimizar a pesquisa/busca do cliente/seguidor.

Não invente moda! As pessoas entram no perfil e o seu serviço deve informar com clareza o que você faz ou vende de fato!

Biografia

A sua biografia para Instagram deve contar quem você é, o que você faz, quem você ajuda, seu propósito, sua missão e quaisquer informações importantes que não podem passar despercebidas, de uma forma criativa, resumida e diferenciada.

Quem ler não pode ter dúvidas sobre quem você é ou o que faz. É pela Biografia que muitos veem se vale a pena seguir o seu perfil ou não.

ESTRUTURAÇÃO DO PERFIL

Site



Aqui você pode indicar seu SITE, links, função que permite colocar diversos outros links e dividi-los por assuntos como: Agende sua avaliação, Aula Experimental, Site oficial, Compras por WhatsApp, Fale Conosco, Orçamentos e Duvidas, e etc.

Links úteis



Link Me - Para obter diversos links dentro de um só, como link direto para o WhatsApp, link do site oficial da marca, link para uma Landing Page, etc. (<https://linkme.bio>)

Link Tree - Outra opção para obter diversos links (<https://linktr.ee>);

Convertte - Link direto para WhatsApp com frase pronta, ideal para conversão de venda (<https://www.convertte.com.br/gerador-link-whatsapp/>);

Bitly - Encurtador de links (<https://bitly.com>)

Destaques



Os destaques é um dos elementos principais para um posicionamento bem definido. Tudo o que você quer transmitir e fixar na mente do seu seguidor, você consegue por meio dos Destaques.

Exemplo: eu trabalho com consultorias posturais, pilates gestante, pilates solo, dou dicas para as redes sociais, tenho canal no YouTube, filtro, grupo de desafios, depoimentos, meus valores, entre outros.

Quando a pessoa entra no meu perfil, já sabe exatamente quem somos, o que eu fazemos, quais nossos serviços.

FERRAMENTAS GRATUITAS PARA PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

BANCO DE IDEIAS



CRIAÇÃO DE CONTEÚDO



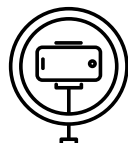
EDIÇÃO DE VÍDEOS



DICAS PARA PRODUÇÃO DE CONTEÚDO



SEMPRE invista na produção de conteúdo, suas FOTOS e VÍDEOS irão dizer muito sobre o seu trabalho, **se preocupe com a resolução da imagem**, com a luz do ambiente, com o próprio ambiente, com o que irá aparecer na hora de fazer sua FOTO/VÍDEO.



- Limpe SEMPRE a câmera do seu celular;
- Escolha ambientes claros, com **LUZ SOLAR** sempre que possível;
- **Segure o CELULAR/APARELHO com as duas mãos;**
- Faça movimentos leves e seguros com a câmera/aparelho;
- Sempre esteja atento(a) ao FOCO principal do vídeo, traga a captura o SENTIMENTO que quer transmitir, **faça com que o seu seguidor(a) se sinta dentro do vídeo, é possível com uma gravação;**
- Se preocupe com o modo que se comunica, VESTIMENTA, CABELO, MÃOS, EXPRESSÕES, seja você SEMPRE, mas invista no melhor para o seu cliente/seguidor.



5

BUSINESS PLAN

As empresas não funcionam ao acaso e muito menos através de improvisação. Tudo que for feito nelas deve ser planejado. O que significa que as empresas precisam decidir antecipadamente o que pretendem e o que deve ser feito para que possam alcançar seus objetivos.

O Plano de Negócios (Business Plan) é um conjunto de dados e informações que devem considerar o passado (caso exista) e o futuro empreendimento, definindo suas principais características e condições para proporcionar uma análise de riscos e de viabilidade do negócio.

Toda empresa que deseja crescer e se desenvolver necessita planejar seus passos. Um empreendedor sem planejamento em seus negócios não tem controle sobre seu destino. E o acaso pode o levar ao fracasso ou pode limitar seu sucesso.

A ideia deste capítulo é passar, de forma resumida, um passo a passo essencial para a criação de um plano de negócios.

Qualquer plano de negócios deve possuir um mínimo de seções as quais proporcionarão um entendimento completo do negócio. Essas seções devem ser organizadas de forma a manter uma sequência lógica que permita a qualquer leitor do plano entender como a empresa é organizada, seus objetivos, seus produtos e serviços, seu mercado, sua estratégia de marketing e sua situação financeira.



CONSTRUÇÃO DO BUSINESS PLAN

Capa Do Plano de Negócios

0 Sumário Executivo

Resumo de todo o BP, construído no fim do Business Plan

1 Introdução e background

1.1 Dados da empresa

Nome empresarial:

Estrutura societária:

Atividade principal:

Localização:

1.2 Missão

Real objetivo que a empresa deseja cumprir

1.3 Visão

Onde a empresa deseja chegar.

1.4 Valores

Lista de atitudes, ideias e práticas que devem guiar a empresa

2 Oportunidades

2.1 Problema a ser resolvido

Problema a ser resolvido

2.2 Nossa Solução

Diferencial do mercado, o que oferecemos

3 Análise de mercado

3.1 Tamanho do mercado

Estudo do mercado

3.2 Segmento do mercado

Segmentação (nicho)

3.3 Competidores

Lista de concorrentes

3.4 Análise SWOT

Strengths (Forças)

Weaknesses (Fraquezas)

Opportunities (Oportunidades)

Threats (Ameaças)



CONSTRUÇÃO DO BUSINESS PLAN

4 Execução e estratégias

4.1 Gestão

Lista dos sócios e time de executivos com suas respectivas qualificações

4.2 Modelo de receita

Formas que a empresa gera receita

4.3 Plano de expansão

Para possíveis expansões

4.4 Linha do tempo (Implementações)

Timeline

5 Plano de Marketing

5.1 Objetivos

Objetivos das campanhas de mkt

5.2 Cliente alvo

Definição de público-alvo (se possível definir persona)

5.3 Formas de captação de Leads e clientes

Como aumentar a base de cliente e potenciais clientes

Ex: Website, Social mídia, Anúncios / publicidade

6 Projeções Financeiras

6.1 DRE

6.2 Balanço Patrimonial

6.3 Fluxo de caixa

6.4 Breakeven point

7 Anexos

Seção em caso de algumas coisas para acrescentar no projeto. (específico de cada negócio)



Por Lohayne Jordão, Kamila Arruda e Samuel Nishioka



Lohayne Jordão é Fisioterapeuta Pós Graduada, atuando a mais de 10 anos na profissão.

Fundadora e CEO do Instituto Jordão, localizado na cidade de Bauru / SP, onde é responsável pela área de fisioterapia e Pilates.

Ministrante do Curso de Pilates completo Método Jordão

Criadora do Método Jordão Care- Método de resultados

Mentora para Profissionais da Saúde

Algumas certificações:

- Pós-Graduada em Fisioterapia Neurofuncional
- Pilates Avançado (Aparelhos e Solo c/ Acessórios)
- Pilates em Grupo
- Pilates & Funcional aplicados a coluna
- Avaliação Postural estática e dinâmica, e fotogramia computadorizada
- Avaliações funcionais do movimento
- Programa de atualização continuado em Fisioterapia Traumatologia-Ortopédica

Por Lohayne Jordão, Kamila Arruda e Samuel Nishioka



Samuel D'Orio Nishioka

Empresário
CFO Do Instituto Jordão
Youtuber de Finanças



@samuel.nishioka



Samuel D Nishioka



Kamila Arruda

Estrategista
Social Midia
Video Maker
Marketing Instituto Jordão



@kamilaarruda



JORDÃO
INSTITUTO DE PÓS-GRADUAÇÃO
E QUALIDADE DE VIDA





Curso de Pilates Método Jordão - Parceria Kauffer





Instituto Jordão

<https://institutojordao.com.br/>

