

Uma marca conectada. Uma operação que escala.

TFP BRASIL + OCTACORE

Site, CRM, atendimento, conteúdo, canais, estoque e parceiros em uma operação comercial integrada.

8

semanas de implantação

30+

vídeos por mês

1

visão central da operação

Este plano organiza a evolução comercial e digital da TFP Brasil, conectando a experiência do cliente à gestão de vendas, relacionamento, estoque e expansão de canais.



TFP BRASIL x OCTACORE

0%

Andamento do plano

0 de 167 entregas do plano

0 de 147 itens complementares

TFP BRASIL x OCTACORE | PLANO DE IMPLANTAÇÃO | OUTUBRO 2026

Dados da TFP Brasil

Reunimos as informações públicas da TFP para agilizar o início do projeto. Confira cada item, corrija o que for necessário e marque como confirmado. Campos em branco podem ser preenchidos pela sua equipe.

[tfpbrasil.com.br ↗](https://tfpbrasil.com.br)

1 Dados cadastrais

Razão social

☐ Confirmado

TFP Indústria e Comércio de Saneantes Ltda

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

CNPJ

☐ Confirmado

10.665.221/0001-32 (matriz) · situação: ativa

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

Inscrição estadual

☐ Confirmado

671.240.116.110

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

Início das atividades

☐ Confirmado

18/02/2009

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

Porte e natureza jurídica

☐ Confirmado

Empresa de Pequeno Porte · Sociedade Empresária Limitada

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

Atividade principal (CNAE)

☐ Confirmado

20.62-2-00 — Fabricação de produtos de limpeza e polimento. Secundárias: 20.52-5-00, 46.49-4-09 e 47.89-0-05.

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

Endereço da fábrica

☐ Confirmado

Rua das Emas, 221, Anexo 211 — Jardim São Gerônimo (Nova Veneza), Sumaré/SP — CEP 13179-143

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

2 Contato

Telefones

☐ Confirmado

(19) 3832-1685 (WhatsApp para compras) · (19) 99909-5627 (WhatsApp para fornecedores) · (19) 98409-5500 (distribuidores)

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

E-mails

☐ Confirmado

contato@tfpbrasil.com.br (site) · contatotfp@gmail.com (cadastro do CNPJ)

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

Horário de atendimento

☐ Confirmado

Segunda a sexta, 8h00 às 17h30

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

3 Loja e portfólio

Produtos na loja on-line

☐ Confirmado

70 produtos publicados (58 disponíveis e 12 esgotados), de R\$ 9,90 a R\$ 430,00

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

Categorias

☐ Confirmado

Limpeza, Exterior, Interior, Ceras, Polimento, Vitrificadores, Pneus, Vidros, Faróis, Acessórios, Residencial e Essenciais

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

Plataforma e meios de pagamento

☐ Confirmado

WordPress + WooCommerce · Mercado Pago · Melhor Envio · parcelamento em até 12x

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

Linhas de negócio

☐ Confirmado

Fabricação própria em alta escala, terceirização de produção e programa de distribuidores

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

Presença on-line

☐ Confirmado

Site tfpbrasil.com.br registrado no Internet Archive desde 29/01/2013

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

4 Canais digitais

Instagram

☐ Confirmado

@tfpbrasil.official — cerca de 5,4 mil seguidores e 827 publicações. Também citado: @tfpbrasil_produtos

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

YouTube

☐ Confirmado

youtube.com/@tfpbrasil — canal TFP BRASIL

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

LinkedIn

☐ Confirmado

linkedin.com/company/tfpbrasil — "TFP BRASIL Indústria Química", cerca de 158 seguidores

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

Facebook

☐ Confirmado

Não localizado em fontes públicas: informe, se houver

TikTok

☐ Confirmado

Não localizado em fontes públicas: informe, se houver

Pinterest

☐ Confirmado

br.pinterest.com/tfpbrasil — perfil com 3 pins

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

Perfil da Empresa no Google

☐ Confirmado

Não localizado em fontes públicas: informe, se houver

5 Vendas e reputação

Curso on-line

☐ Confirmado

Hotmart: "Curso estética automotiva – para iniciantes – TFP Brasil", publicado em 20/07/2023; 4 módulos (limpeza externa e interna: ceras e proteção de plásticos: ceras em pasta e

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

Representantes e parceiros

☐ Confirmado

Renov Car (Arcos/MG): representação oficial e treinamentos em Minas Gerais

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

Reclame Aqui

☐ Confirmado

Página da empresa ativa desde 2018, sem reclamações registradas (sem índice de reputação)

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

Mercado Livre

☐ Confirmado

Não localizado em fontes públicas: informe, se houver

Shopee

☐ Confirmado

Não localizado em fontes públicas: informe, se houver

Amazon / outros marketplaces

☐ Confirmado

Não localizado em fontes públicas: informe, se houver

Menções na mídia

☐ Confirmado

Wax Black TFP citada no comparativo "Melhor cera automotiva: qual comprar em 2026"

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

Seu plano, do início à operação

As 22 etapas do plano de implantação, na mesma ordem do documento, seguidas das frentes de gestão completa. Clique em uma etapa para ver os detalhes.



ABERTURA

Uma marca conectada. Uma operação que escala.

Página 01 do plano · 0/3 itens

01

VISÃO INTEGRADA

O futuro da operação TFP

Página 02 do plano · 0/6 itens

02

BASE DE MARCA E PORTFÓLIO

A TFP Brasil hoje

Página 03 do plano · 0/7 itens

03

DA PRATELEIRA À DEMONSTRAÇÃO

Linhas prioritárias de conteúdo

Página 04 do plano · 0/10 itens

04

DESCOBERTA, COMPRA E RELACIONAMENTO

Novo site TFP Brasil

Página 05 do plano · 0/13 itens

05

CONHECER O CLIENTE E ACELERAR A VENDA

CRM para estética automotiva

Página 06 do plano · 0/10 itens

06

O CLIENTE NUNCA FICA SEM RETORNO

Central de atendimento

Página 07 do plano · 0/8 itens

07

AGILIDADE COM CONHECIMENTO VALIDADO

Atendente virtual com IA

Página 08 do plano · 0/7 itens

08

PRESENÇA CONTÍNUA COM RELEVÂNCIA

Comunicação, e-mail e relacionamento

Página 09 do plano · 0/8 itens

09

DECISÕES BASEADAS EM SINAIS REAIS

Dados e inteligência de operação

Página 10 do plano · 0/11 itens

10

DISPONIBILIDADE PARA CRESCER

Estoque e reposição inteligente

Página 11 do plano · 0/6 itens

11

30 VÍDEOS MENSAIS

Conteúdo que gera confiança

Página 12 do plano · 0/7 itens

12

UMA REDE COM REGRAS CLARAS

Canais, parceiros e afiliados

Página 13 do plano · 0/7 itens

13

CRESCIMENTO EM REDE

Programa para estéticas automotivas

Página 14 do plano · 0/6 itens

14

LOTE-PILOTO PARA OS ESTADOS UNIDOS

Expansão internacional

Página 15 do plano · 0/7 itens

15

OITO SEMANAS DE EXECUÇÃO

Roadmap de implantação

Página 16 do plano · 0/10 itens

16

VISIBILIDADE PARA CRESCER COM MARGEM

Métricas que importam

Página 17 do plano · 0/9 itens

17

REGISTRO DE IMPLANTAÇÃO

Dados para fechamento do plano

Página 18 do plano · 0/7 itens

18

ESTRUTURA COMERCIAL

Investimento da parceria

Página 19 do plano · 0/6 itens

19

PREENCHIMENTO DE CUSTOS DE OPERAÇÃO

Planejamento financeiro

Página 20 do plano · 0/10 itens

20

CONFIRMAÇÃO E PRÓXIMOS PASSOS

Início da implantação

Página 21 do plano · 0/12 itens

21

TRANSPARÊNCIA E BASE DE PESQUISA

Referências públicas

Página 22 do plano · 0/0 itens

C01

GESTÃO COMPLETA

Busca de dados e funil comercial

0/9 itens

C02

GESTÃO COMPLETA

Ligações e mensagens integradas ao CRM

0/12 itens

C03

GESTÃO COMPLETA

Pedidos, notas fiscais e estoque

0/7 itens

C04

GESTÃO COMPLETA

Vendas e confiança nos canais

0/8 itens

C05

GESTÃO COMPLETA

Visibilidade orgânica e conteúdo

0/9 itens

C06

GESTÃO COMPLETA

Curso e treinamentos

0/7 itens

C07

GESTÃO COMPLETA

Demanda com investimento acompanhado

0/15 itens

C08

GESTÃO COMPLETA

Onde buscar novos clientes

0/8 itens

1

VISÃO GERAL

Ferramentas da sua operação

2

VISÃO GERAL

Crescimento e mercado

3

VISÃO GERAL

Mídia e créditos promocionais

4

VISÃO GERAL

Cronograma

5

VISÃO GERAL

Investimento e custos

6

VISÃO GERAL

Informações para iniciarmos

Todas as entregas, etapa por etapa

Acompanhe cada entrega do plano de implantação. Marque o que já foi validado e complete as informações solicitadas: tudo é salvo automaticamente. Os **COMPLEMENTAR** ampliam o plano para a gestão completa da operação.

ABERTURA | PREPARAÇÃO

0/3 concluídos

Antes da Semana 1

Preparação para o início

COMPLEMENTAR

Itens complementares desta etapa

☐

Reunião de início do projeto (kickoff), preferencialmente na fábrica em Sumaré
Alinhamento de objetivos, apresentação das equipes e captação de imagens da fábrica e dos produtos.

☐

Assinatura do contrato e dos anexos antes da Semana 1
Escopo, níveis de serviço, proteção de dados e titularidade das contas.

☐

Canal oficial do projeto
Grupo dedicado e quadro de tarefas compartilhado para acompanhar entregas e aprovações.

01

01 | VISÃO INTEGRADA

0/6 concluídos

Página 02 do plano · 6 itens

SITE

Descoberta e compra

CRM

Cliente e oportunidade

ATENDIMENTO

IA e vendedores

ESTOQUE

Alerta e reposição

CANAIS

Marketplace e B2B

Uma experiência contínua para o cliente

☐

O site e os canais atraem e convertem novos compradores.

☐

O CRM centraliza clientes, empresas, veículos, oportunidades, pedidos e histórico.

- ☐ A central de atendimento distribui conversas e mantém o cliente acompanhado.
- ☐ O atendente virtual acolhe, qualifica e encaminha cada demanda com contexto.
- ☐ Estoque e vendas alimentam alertas de reposição e decisões por SKU.
- ☐ Conteúdo, parceiros e campanhas criam novas fontes de demanda com rastreabilidade.

COMPLEMENTAR Itens complementares desta etapa

- ☐ Mapa visual do ecossistema
Diagrama das ferramentas e integrações para aprovação da TFP.

02

02 | BASE DE MARCA E PORTFÓLIO

A TFP Brasil hoje

0/7 concluídos

Página 03 do plano · 7 itens

ATIVO IDENTIFICADO	REGISTRO
☐ Marca	TFP Brasil - fabricante de produtos para estética automotiva.
☐ Site	https://tfpbrasil.com.br/
☐ Loja própria	https://tfpbrasil.com.br/loja/
☐ Atendimento comercial	(19) 3832-1685 contato@tfpbrasil.com.br
☐ Atendimento a fornecedores	(19) 99909-5627
☐ Posicionamento público	Mais de 50 produtos, entrega nacional e preço de fábrica.
☐ Atuação declarada	Produtos para carros, motos e aeronaves; presença na América do Sul.

A linha pública inclui soluções para limpeza, proteção, acabamento, interior, exterior, polimento e perfumação. O plano transforma esse catálogo em jornadas simples para consumidor, profissional e revendedor.

Fontes públicas: [web:21][web:64]. Informações cadastrais, estoque, preços internos e estratégia comercial serão consolidadas no diagnóstico de implantação.

COMPLEMENTAR Itens complementares desta etapa

- ☐ Manual de marca e logotipo em vetor (AI, SVG ou PDF)
Cores oficiais, tipografia e versões do logotipo para site, vídeos e anúncios.
- ☐ Perfil da Empresa no Google (Google Meu Negócio) da fábrica
Endereço, horário, fotos, produtos e avaliações.
- ☐ Fichas técnicas e FISPQ/FDS de todos os produtos
Base para páginas de produto, atendente virtual, marketplaces e exportação.
- ☐ Diferenciais da marca como argumentos de venda
Pioneirismo em cera cristalizadora Black e vitrificador de base sólida, fabricação própria e terceirização, validados pela TFP.

03

03 | DA PRATELEIRA À DEMONSTRAÇÃO

Linhas prioritárias de conteúdo

0/10 concluídos

Página 04 do plano · 10 itens

LINHA / PRODUTO OBSERVADO	APLICAÇÃO DE CONTEÚDO
☐ APC, Ativado e Jatão	Rotina de limpeza e uso técnico orientado.
☐ Black Box e Aqua Verniz	Acabamento externo e apresentação profissional.
☐ Aqua X, Wax Color e 9HX	Proteção e acabamento conforme a aplicação aprovada.
☐ Carro Novo e Couro Protectant	Interior, cuidado e experiência do cliente.
☐ Polidores e vitrificadores	Conteúdo técnico voltado ao aplicador e B2B.

Padrão de comunicação

- ☐ Vídeos de aplicação e demonstração com validação técnica.
- ☐ Orientações claras sobre finalidade, preparo, cuidados e limitações.
- ☐ Conteúdo específico para cliente final, profissional e revendedor.
- ☐ Páginas e anúncios que conectam benefício, produto e próximo passo.
- ☐ Catálogo organizado por necessidade, aplicação e etapa de cuidado.

Produtos e preços públicos observados

9HX 50 ml

R\$ 430,00

Carro Novo 300 ml

R\$ 49,90

Couro Protectant

500 g

R\$ 54,90

Wax Color Red 140

g

R\$ 54,90

Produtos e preços públicos observados incluem 9HX 50 ml por R\$ 430,00, Carro Novo 300 ml por R\$ 49,90, Couro Protectant 500 g por R\$ 54,90 e Wax Color Red 140 g por R\$ 54,90. Confirmação de estoque, preço e aplicação será feita durante a implantação. [web:70][web:72][web:90]

COMPLEMENTAR

Itens complementares desta etapa

- ☐ Sessão de fotos de produto em fundo branco e ambientadas
Padrão exigido pelos marketplaces e usado no novo site.
- ☐ Antes e depois com autorização de uso de imagem
Prova visual do resultado dos produtos.
- ☐ Tabela de rendimento e diluição por produto
Ajuda o profissional a calcular o custo por aplicação.

04

04 | DESCOBERTA, COMPRA E RELACIONAMENTO

Novo site TFP Brasil

0/13 concluídos

Página 05 do plano · 13 itens

- ☐ Experiência responsiva com navegação por categoria, aplicação e necessidade.
- ☐ Catálogo estruturado com até 30 produtos-base e até 6 kits comerciais.
- ☐ Páginas de produto com imagens, orientações técnicas, perguntas e atendimento.
- ☐ Jornadas para consumidor, profissional, revendedor, parceiro e fornecedor.
- ☐ Checkout, pagamento, frete, compra-teste e confirmação de pedidos.
- ☐ Formulários integrados ao CRM para contatos e oportunidades.
- ☐ Páginas de conteúdo e campanhas para ampliar descoberta orgânica e paga.
- ☐ Atendimento virtual e humano acessível nos momentos de decisão.

ETAPA	RESULTADO
☐ Arquitetura	Navegação, categorias e jornadas aprovadas.
☐ Conteúdo	Textos, imagens e informações técnicas organizadas.
☐ Comércio	Pagamento, frete e comunicação de pedido validados.
☐ Lançamento	Domínio, responsividade, mensuração e compra-teste concluídos.

COMPLEMENTAR Itens complementares desta etapa

- ☐ Redesign completo do site com SEO desde a estrutura
Nova arquitetura, velocidade, títulos, descrições e dados estruturados.
- ☐ Preservação das URLs atuais (redirecionamentos 301)
Mantém o posicionamento já conquistado no Google.
- ☐ Página "Seja distribuidor" com formulário integrado ao CRM
- ☐ Localizador "Onde comprar" com a rede de revendedores
- ☐ Área B2B com condições por perfil (login)
Profissional e revendedor acessam sua condição comercial.
- ☐ Recuperação de carrinho abandonado com consentimento
- ☐ Avaliações de clientes nas páginas de produto
- ☐ Políticas de privacidade, cookies, trocas e frete

05

05 | CONHECER O CLIENTE E ACELERAR A VENDA

CRM para estética automotiva

0/10 concluídos

Página 06 do plano · 10 itens

MÓDULO	VISÃO DE NEGÓCIO
☐ Cliente	Contato, origem, interesse, histórico e preferências.
☐ Empresa / B2B	Revendedor, estética, frota, região e oportunidade.

☐ Veículo	Modelo, ano, cor, aplicação e histórico autorizado.
☐ Serviço	Orçamento, lavagem, polimento, vitrificação e status.
☐ Produtos	Interesse, compra, recomendação e recompra.
☐ Estoque	Disponível, reservado, mínimo, previsão e alerta.
☐ Parceiros	Criadores, afiliados, vendedores e indicação.
☐ Pós-venda	Orientação, satisfação, ocorrência e retorno.

Benefício para a rede

A solução poderá atender a TFP, estéticas automotivas, revendedores e parceiros autorizados com perfis de acesso definidos. Cada relacionamento será registrado de forma organizada, preservando responsabilidades e regras de acesso aos dados.

COMPLEMENTAR Itens complementares desta etapa

- ☐ Importação da base atual de clientes e revendedores
Planilhas, contatos e histórico de pedidos, com limpeza e deduplicação.
- ☐ Prospecção e enriquecimento de dados integrados ao CRM
Novos leads por região e perfil, com pontuação e funil de vendas.
- ☐ Lembretes de recompra por ciclo de uso do produto
- ☐ Campos de consentimento (LGPD) no cadastro

06

06 | O CLIENTE NUNCA FICA SEM RETORNO

Central de atendimento

0/8 concluídos

Página 07 do plano · 8 itens

CAMADA

COMO FUNCIONA

- ☐ **Caixa de entrada central**
Conversas dos canais conectados em uma visão operacional.
- ☐ **Vendedores individuais**
Cada profissional atende com usuário próprio e histórico compartilhado.

☐ Filas e SLA	Distribuição por tema, perfil, urgência e horário.
☐ Supervisão	Mensagens sem resposta, tarefas e qualidade acompanhadas.
☐ CRM	Contato, conversa, oportunidade, veículo e pedido conectados.
☐ Continuidade	Outro membro assume com todo o contexto do cliente.

Dois celulares operacionais e cinco linhas comerciais serão configurados com função, responsável e contingência definidos. A arquitetura pode combinar aplicativos oficiais, conexão por API e central de atendimento compatível, de acordo com as ferramentas selecionadas.

COMPLEMENTAR Itens complementares desta etapa

- ☐ WhatsApp com CRM e multiatendimento
Vários atendentes no mesmo número, com histórico e etiquetas.
- ☐ Telefonia VoIP integrada (ramais, URA, gravação e click-to-call)
- ☐ SMS bidirecional para avisos e campanhas
- ☐ Biblioteca de respostas rápidas aprovadas
- ☐ Pesquisa de satisfação ao final do atendimento
- ☐ Mensagem automática fora do horário com próximo passo

07

07 | AGILIDADE COM CONHECIMENTO VALIDADO

Atendente virtual com IA

0/7 concluídos

Página 08 do plano · 7 itens

BASE TFP

PERGUNTA

IA

HUMANO

EVOLUÇÃO

- ☐ Recepção imediata, identificação de perfil e registro de origem no CRM.
- ☐ Respostas sobre produtos e processos baseadas em materiais autorizados.

- ☐ Qualificação de interesse em compra, revenda, orçamento ou suporte.
- ☐ Transferência para vendedor ou técnico com resumo e histórico disponível.
- ☐ Revisão humana das dúvidas sem resposta e evolução contínua da base.
- ☐ Proteção contra respostas sem fonte: preço, estoque, aplicações e promessas exigem referência validada.

A IA será implantada como assistente de atendimento e conhecimento da empresa, com governança editorial e acompanhamento da equipe TFP.

COMPLEMENTAR Itens complementares desta etapa

- ☐ Bateria de testes antes da ativação
Perguntas reais aprovadas pela TFP para validar as respostas.
- ☐ Base de conhecimento a partir de fichas técnicas e FISPQ
- ☐ Respostas às perguntas de compradores no Mercado Livre com apoio da base
- ☐ Relatório mensal das perguntas mais frequentes
Insumo para pautas de vídeo e melhoria das páginas de produto.

08 | PRESENÇA CONTÍNUA COM RELEVÂNCIA

08 Comunicação, e-mail e relacionamento

0/8 concluídos

Página 09 do plano · 8 itens

FLUXO	EXPERIÊNCIA DO CLIENTE
☐ Boas-vindas	Apresentação da marca e próxima ação.
☐ Orçamento	Lembrete e apoio de vendedor quando necessário.
☐ Pedido	Confirmação e acompanhamento conforme integração.
☐ Pós-venda	Orientação, satisfação e suporte.
☐ Recompra	Contato relevante conforme produto e jornada.

- ☐ **B2B** Qualificação de revendedor e encaminhamento comercial.
- ☐ **Estoque** Alerta interno antes da ruptura.

E-mail, CRM e canais de mensagem trabalharão com consentimento e preferências registradas. A empresa utilizará ferramentas oficiais e fluxos aprovados para cada público e finalidade. [web:76] [web:79]

COMPLEMENTAR Itens complementares desta etapa

- ☐ Gestão das respostas de e-mail e da caixa de contato
- ☐ Autenticação de e-mail revisada (SPF, DKIM e DMARC)
Melhora a entrega das mensagens.
- ☐ Newsletter mensal para revendedores e profissionais
- ☐ Programa de fidelidade ou cashback para recompra

09

09 | DECISÕES BASEADAS EM SINAIS REAIS

Dados e inteligência de operação

0/11 concluídos

Página 10 do plano · 11 itens

FONTE	VISÃO CONSOLIDADA
☐ Site	Visitas, interesse, checkout, formulários e pedidos.
☐ CRM	Clientes, oportunidades, tarefas, conversão e motivos de perda.
☐ Marketplaces	Pedidos, comissão, devolução, anúncio e estoque.
☐ ERP / hub	Estoque, entradas, pedidos, notas e reposição.
☐ Atendimento	Tempo de resposta, dúvidas, transferência e satisfação.
☐ Conteúdo e mídia	Publicações, investimento, tráfego e oportunidades atribuídas.
☐	Dashboard de vendas, estoque, atendimento, conteúdo, parceiros e campanhas.

- ☐ Até duas integrações/extracções prioritárias durante a implantação, conforme acesso e compatibilidade.
- ☐ Alertas para estoque mínimo, produto parado, mensagem sem resposta e oportunidade pendente.
- ☐ Rotina de dados para orientar preço, kit, pauta, reposição e investimento.

COMPLEMENTAR Itens complementares desta etapa

- ☐ Painel de dados unificado (site, CRM, ERP, marketplaces e mídia)
- ☐ Padrão de UTMs para campanhas, criadores e afiliados
- ☐ Eventos de conversão revisados no Google Analytics 4 e no pixel da Meta

10

10 | DISPONIBILIDADE PARA CRESCER

Estoque e reposição inteligente

0/6 concluídos

Página 11 do plano · 6 itens

- ☐ Visão de estoque físico, disponível, reservado, em trânsito e por canal, conforme integração.
- ☐ Definição de mínimo, ponto de reposição, prazo de produção e cobertura por SKU.
- ☐ Alertas internos para itens com risco de ruptura e itens com giro abaixo do esperado.
- ☐ Revisão recorrente de giro, cobertura, margem e disponibilidade dos produtos prioritários.
- ☐ Planejamento de envio para fulfillment e canais conforme venda, prazo e custo.

Reposição Full e fulfillment

A necessidade de reposição será revisada a cada 15 ou 30 dias. A decisão considera vendas, cobertura, prazo de produção, custo de estoque, capacidade de envio e recomendação da plataforma. O calendário de envio será definido para cada SKU após a análise inicial.

Mercado Envios Full recebe, armazena, separa e expede produtos ao comprador; requisitos de preparação e custos aplicáveis serão avaliados na conta operacional. [web:101][web:102]

COMPLEMENTAR Itens complementares desta etapa

- ☐ ERP com emissão de notas e estoque integrado (padrão Bling)
Pedidos, NF-e, estoque e marketplaces em um só lugar.
- ☐ Curva ABC dos produtos
Define onde concentrar estoque, mídia e conteúdo.
- ☐ Controle de lote e validade

11

11 | 30 VÍDEOS MENSAIS

Conteúdo que gera confiança

0/7 concluídos

Página 12 do plano · 7 itens

30+

vídeos finalizados / mês

12

peças estáticas / mês

4

lotes de entrega

PILAR EDITORIAL	VÍDEOS/MÊS
☐ Aplicações e demonstrações	10
☐ Dúvidas e objeções	6
☐ Produtos e bastidores	4
☐ Kits e ofertas	4
☐ Profissional e B2B	4
☐ Depoimentos autorizados	2

Cada vídeo terá roteiro, edição, legendas e finalização em formato vertical. A produção será organizada em quatro lotes mensais: 8, 7, 8 e 7 vídeos. A TFP fornece produtos, materiais e validação técnica; captação presencial ou criadores remunerados serão planejados conforme calendário e orçamento.

COMPLEMENTAR Itens complementares desta etapa

- ☐ Vídeo institucional de 1 minuto
Apresentação da fábrica, da marca e dos diferenciais.
- ☐ Regravação e produção do curso TFP com Smith
Smith, especialista técnico da TFP, grava as aulas; a Octacore cuida de roteiro, gravação, edição e publicação.
- ☐ Termo de autorização de uso de imagem e voz
- ☐ Calendário editorial compartilhado com fluxo de aprovação
- ☐ Distribuição em Reels, TikTok e YouTube Shorts, com cortes para anúncios

12

12 | UMA REDE COM REGRAS CLARAS

Canais, parceiros e afiliados

0/7 concluídos

Página 13 do plano · 7 itens

CANAL	ESTRATÉGIA
☐ Loja própria	Experiência de marca, catálogo e relacionamento direto.
☐ Marketplaces	Catálogo, oferta, estoque, reputação e mídia por canal.
☐ Criadores	Conteúdo, descoberta e links/cupons rastreáveis.
☐ Afiliados	Comissão por pedido elegível e atribuição definida.
☐ Vendedores	Regra por origem, produto, meta e cliente.
☐ Revendedores / B2B	Condições comerciais e relacionamento estruturado.

A comissão de afiliados e vendedores será estruturada por canal, produto e origem do pedido. O CRM registrará identificação, rastreamento, prazo de atribuição, elegibilidade, devoluções e status de pagamento.

COMPLEMENTAR Itens complementares desta etapa

- ☐ Gestão de perguntas e reputação no Mercado Livre
- ☐ Política de preço mínimo anunciado para revendedores
- ☐ Kits exclusivos por canal
- ☐ Avaliação de novos marketplaces
Mercado Livre, Shopee, Amazon, Magalu e TikTok Shop.

13 | CRESCIMENTO EM REDE

13

**Programa para estéticas
automotivas**

0/6 concluídos

Página 14 do plano · 6 itens

A Octacore estruturará uma oferta de CRM voltada a centros de estética automotiva, com relacionamento, agenda, clientes, veículos, serviços, orçamentos, produtos, pós-venda e oportunidades comerciais.

BENEFÍCIO	MODELO
☐ Cliente indicado	A TFP ou parceiro registra a indicação antes da proposta.
☐ Crédito comercial	30% da mensalidade efetivamente recebida pela Octacore.
☐ Elegibilidade	Cliente ativo e adimplente; regras de estorno definidas em contrato.
☐ Transparência	Indicação, proposta, ativação e crédito registrados no CRM.
☐ Rede	Cada operação mantém seus usuários, dados e permissões definidos.

A condição de crédito será formalizada em instrumento específico, incluindo duração, base de cálculo, impostos, inadimplência e forma de pagamento.

COMPLEMENTAR Itens complementares desta etapa

- ☐ Selo “Estética parceira TFP” e kit de boas-vindas
- ☐ Trilha de treinamento e certificação de aplicadores
- ☐ Material de apresentação do programa para a rede

14

14 | LOTE-PILOTO PARA OS ESTADOS UNIDOS

Expansão internacional

0/7 concluídos

Página 15 do plano · 7 itens

A expansão começará com um lote-piloto, escolhido a partir de produto, margem, demanda, documentação e viabilidade logística. O objetivo é validar o caminho completo antes de ampliar o estoque internacional.

FASE	MARCO DE AVANÇO
☐ Seleção	SKUs, público, preço e margem indicativa.
☐ Conformidade	Classificação, documentação, rótulo e requisitos por SKU.
☐ Logística	Importador, transporte, seguro, armazenagem e custos.
☐ Canal	Conta, catálogo, preparação e aprovação aplicável.
☐ Lote-piloto	Envio, rastreo, recebimento e feedback.
☐ Escala	Reposição baseada em resultado e conformidade documentada.

O estoque da Amazon é gerido em pools distintos entre países, portanto Brasil e Estados Unidos exigem planejamento de estoque próprio. [web:97] Produtos químicos e de cuidado automotivo exigem validação por composição, transporte e canal; parceiros regulatórios/logísticos especializados serão envolvidos antes da remessa. [web:91][web:92]

COMPLEMENTAR Itens complementares desta etapa

- ☐ Proteção da marca nos Estados Unidos antes do lote-piloto
- ☐ Códigos GTIN/UPC e rótulos em inglês por SKU
- ☐ Avaliação do Amazon Brand Registry e de seguro de responsabilidade do produto

15

15 | OITO SEMANAS DE EXECUÇÃO

Roadmap de implantação

0/10 concluídos

Página 16 do plano · 10 itens

SEMANAS	PRINCIPAIS ENTREGAS
☐ 1-2	Diagnóstico, dados, arquitetura, CRM piloto, site, catálogo e primeiros vídeos.
☐ 3-4	Central de atendimento, IA, automações, campanhas e publicação inicial.
☐ 5-6	Estoque, integrações prioritárias, parceiros, B2B e treinamento.
☐ 7-8	Otimização, documentação, segundo ciclo editorial e plano dos próximos 90 dias.

Rotina de gestão

- ☐ Acompanhamento diário de pedidos, atendimento, estoque e pendências.
- ☐ Reunião semanal de decisão e priorização com responsáveis.
- ☐ Relatório mensal de operação, conteúdo, canais, custos e oportunidades.
- ☐ Revisão de reposição de fulfillment a cada 15 ou 30 dias.
- ☐ Ciclo editorial mensal com 30 vídeos entregues em quatro lotes.

COMPLEMENTAR Itens complementares desta etapa

- ☐ Semana 0: contrato, kickoff e liberação de acessos
- ☐ Aceite formal ao fim de cada bloco de duas semanas
- ☐ Revisão de resultados ao fim dos 90 dias seguintes

16

16 | VISIBILIDADE PARA CRESCER COM MARGEM

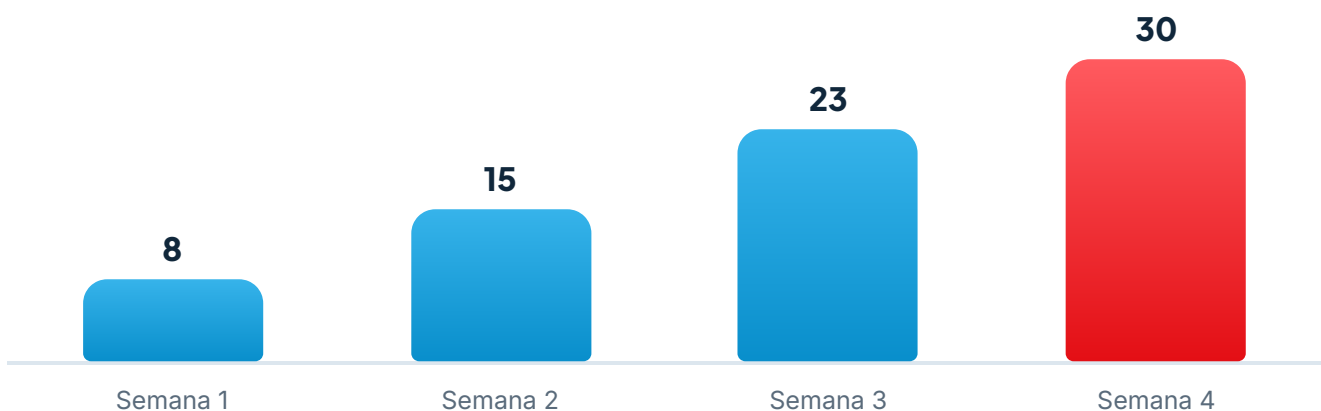
Métricas que importam

0/9 concluídos

Página 17 do plano · 9 itens

MÉTRICA	DECISÃO QUE APOIA
☐ Receita por canal	Priorizar canais e produtos com demanda.
☐ Contribuição por SKU	Proteger margem e definir oferta.
☐ Conversão e ticket	Aprimorar página, kit e atendimento.
☐ Estoque e cobertura	Reposição no momento adequado.
☐ Tempo de resposta	Proteger experiência e oportunidade.
☐ Recompra	Construir relacionamento e previsibilidade.
☐ Parceiros ativos	Fortalecer as origens que geram valor.
☐ Conteúdo entregue	Manter ritmo e aprendizado comercial.

Meta editorial acumulada no mês



Meta editorial acumulada no mês: 8, 15, 23 e 30 vídeos. Demais metas serão consolidadas a partir do diagnóstico de vendas, custo, estoque e capacidade operacional.

COMPLEMENTAR Itens complementares desta etapa

- ☐ CAC, ROAS e NPS no painel
- ☐ Resumo semanal enviado à diretoria da TFP

17

17 | REGISTRO DE IMPLANTAÇÃO

Dados para fechamento do plano

0/7 concluídos

Página 18 do plano · 7 itens

COMPLEMENTAR Itens complementares desta etapa

- ☐ Lista de acessos a liberar
Domínio e DNS, hospedagem, painel do site, Meta Business, Google, marketplaces, ERP e e-mail.
- ☐ Cofre de senhas compartilhado com acesso individual
- ☐ Contas e ativos sempre em nome da TFP

18

18 | ESTRUTURA COMERCIAL

Investimento da parceria

0/6 concluídos

Página 19 do plano · 6 itens

A implantação une estratégia, estrutura comercial, configuração de tecnologia, conteúdo, operação e gestão do novo ecossistema TFP.

COMPONENTE	CONDIÇÃO COMERCIAL
☐ Implantação completa	R\$ 20.000,00
☐ Forma de pagamento	10 parcelas mensais de R\$ 2.000,00
☐ Gestão e operação recorrente	R\$ 2.000,00 por mês
☐ Mídia	Orçamento definido pela TFP e pago diretamente às plataformas.

☐ **Licenças e fornecedores**

CRM, central, IA, site, celular, chips, planos e serviços de terceiros: conforme contratação aprovada.

☐ **Comissões**

Afiliados, vendedores e parceiros: definidas por canal antes da ativação.

Incluído na parceria

Planejamento e gestão da implantação, estrutura de site/CRM/central em plataformas compatíveis, base inicial do atendente virtual, organização de catálogo, processos, treinamento, relatórios, gestão recorrente e produção editorial de 30 vídeos mensais conforme o modelo deste documento.

Estrutura de terceiros

Hardware, conectividade, licenças, consumo de IA, mensagens, mídia, logística, fulfillment, captação presencial, criadores remunerados, importação e serviços especializados serão contratados mediante aprovação da TFP.

COMPLEMENTAR Itens complementares desta etapa

☐ Serviços opcionais sob demanda

Fotos de estúdio, marketplaces adicionais, treinamento presencial e produções extras.

19

19 | PREENCHIMENTO DE CUSTOS DE OPERAÇÃO

Planejamento financeiro

0/10 concluídos

Página 20 do plano · 10 itens

ITEM	RESPONSÁVEL	INVESTIMENTO / MÊS
☐ Parcela de implantação	Octacore	R\$ 2.000,00
☐ Gestão recorrente	Octacore	R\$ 2.000,00
☐ Mídia	TFP	R\$ _____
☐ CRM / central / IA	TFP	R\$ _____
☐ Site / hospedagem / pagamento	TFP	R\$ _____
☐ Celulares / chips / planos	TFP	R\$ _____
☐ Captação / criadores / amostras	TFP	R\$ _____

ITEM	RESPONSÁVEL	INVESTIMENTO / MÊS
☐ Logística / fulfillment	TFP	R\$ _____
Total mensal durante as 10 parcelas		R\$ 4.000,00 + 6 a preencher
Total mensal após a última parcela		R\$ 2.000,00 + 6 a preencher

Preencha os valores mensais de responsabilidade da TFP. Os totais somam os valores do plano e os valores informados.

Durante as 10 parcelas, a referência de honorários Octacore é R\$ 4.000,00 mensais: R\$ 2.000,00 da parcela de implantação e R\$ 2.000,00 da gestão. Após a última parcela, permanece a gestão recorrente de R\$ 2.000,00, além dos custos de operação aprovados.

COMPLEMENTAR Itens complementares desta etapa

- ☐ Linha de custo: e-mail marketing e automação
- ☐ Linha de custo: fotografia e amostras
- ☐ Linha de custo: reserva para imprevistos

20

20 | CONFIRMAÇÃO E PRÓXIMOS PASSOS

Início da implantação

0/12 concluídos

Página 21 do plano · 12 itens

- ☐ Definir responsáveis e calendário semanal.
- ☐ Selecionar CRM, central de atendimento e plataforma do site.
- ☐ Validar produtos-piloto, estoque e materiais técnicos.
- ☐ Liberar acessos por permissões individuais.
- ☐ Aprovar orçamento de mídia, licenças, hardware e fornecedores.
- ☐ Organizar a primeira pauta e iniciar o ciclo de conteúdo.

Esta apresentação orienta a implantação. O contrato estabelecerá as condições de contratação, confidencialidade, dados, propriedade intelectual, prazos, pagamentos e responsabilidades aplicáveis.

COMPLEMENTAR Itens complementares desta etapa

- ☐ Anexo de proteção de dados (LGPD) no contrato
- ☐ Ata da reunião de confirmação enviada aos responsáveis

21

21 | TRANSPARÊNCIA E BASE DE PESQUISA

Referências públicas

0/0 concluídos

Página 22 do plano · 0 itens

[web: 21]

Site oficial TFP

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

[web: 64]

Perfil industrial TFP

<https://www.linkedin.com/company/tfpbrasil>

[web: 70]

9HX Vitrificador 9H

<https://tfpbrasil.com.br/produto/9hx-vitrificador-9h-50ml/>

[web: 72]

Linha interior

<https://tfpbrasil.com.br/categoria-produto/interior/>

[web: 90]

Wax Color Red

<https://tfpbrasil.com.br/produto/wax-color-red-cer-a-cristalizadora-140-g/>

[web: 76]

Política de mensagens WhatsApp

<https://whatsappbusiness.com/policy/>

[web: 79]

Plataforma WhatsApp Business

<https://developers.facebook.com/docs/whatsapp/overview/>

[web: 101]

Mercado Envios Full

<https://envios.mercadolivre.com.br/mercado-envios-full>

[web: 97]

Pools de estoque Amazon

<https://sellercentral.amazon.com/help/hub/reference/external/G201642980?locale=pt-BR>

[web: 91]

FDA - importação de cosméticos

<https://www.fda.gov/cosmetics/cosmetics-international-activities/cosmetics-importers>

Informações públicas consultadas em outubro de 2026. Preços, disponibilidade e regras de plataformas podem mudar. A análise de requisitos técnicos, regulatórios, fiscais e logísticos será conduzida por produto, canal e país antes da operação correspondente.

COMPLEMENTAR

Gestão completa Octacore

Frentes adicionais para que a Octacore cuide da operação de ponta a ponta: prospecção, telefonia e SMS, ERP, marketplaces, SEO, academia, mídia e novas frentes de venda.

C01

C01 | PROSPECÇÃO E CRM DE VENDAS

Busca de dados e funil comercial

0/9 concluídos

Gestão completa · 9 itens

- ☐ Definir perfis de cliente ideal (estéticas, lava-rápidos, distribuidores, autopeças, frotistas).
- ☐ Mapear regiões prioritárias e raio de atuação de cada vendedor ou representante.
- ☐ Coletar e enriquecer leads (Google Maps, dados públicos de CNPJ e LinkedIn).
- ☐ Configurar pontuação de leads e etapas do funil B2B e B2C.
- ☐ Integrar WhatsApp, telefonia e e-mail ao histórico do CRM.
- ☐ Criar automações de follow-up, tarefas e alertas de oportunidade parada.
- ☐ Disponibilizar painel de vendas por vendedor, região e canal.

C02 | TELEFONIA VOIP E SMS

C02

Ligações e mensagens integradas ao CRM

0/12 concluídos

Gestão completa · 12 itens

- ☐ Escolher o provedor SIP e a quantidade de canais simultâneos.
- ☐ Contratar ou portar números (DID) com DDD 19 e/ou 0800.
- ☐ Configurar ramais, URA e filas de atendimento.
- ☐ Ativar gravação de chamadas com aviso ao cliente.
- ☐ Ativar click-to-call e registro automático das ligações no CRM.

- ☐ Configurar discador automático respeitando horários permitidos e a lista Não Me Perturbe.
- ☐ Seguir as regras da Anatel para chamadas de telemarketing e identificação do número.
- ☐ Configurar SMS bidirecional com remetente identificado.
- ☐ Registrar consentimento (opt-in) e descadastro (opt-out) conforme a LGPD.
- ☐ Criar modelos de SMS: confirmação de pedido, envio, lembrete de recompra e campanhas.

C03

C03 | ERP E OPERAÇÃO

Pedidos, notas fiscais e estoque

0/7 concluídos

Gestão completa · 7 itens

- ☐ Selecionar o ERP (padrão Bling ou equivalente).
- ☐ Instalar o certificado digital A1 para emissão de NF-e.
- ☐ Cadastrar produtos com SKU, GTIN, NCM, peso e dimensões.
- ☐ Integrar loja on-line, Mercado Livre, Shopee e demais canais ao ERP.
- ☐ Configurar estoque mínimo, alertas e reposição.
- ☐ Integrar o ERP ao CRM e ao painel de dados.

C04

C04 | MARKETPLACES E REPUTAÇÃO

Vendas e confiança nos canais

0/8 concluídos

Gestão completa · 8 itens

- ☐ Revisar ou criar a conta oficial da TFP no Mercado Livre.
- ☐ Responder às perguntas dos compradores dentro do prazo combinado.
- ☐ Acompanhar reputação, reclamações e devoluções.
- ☐ Padronizar títulos, fotos e fichas técnicas dos anúncios.
- ☐ Avaliar Shopee, Amazon, Magalu e TikTok Shop.

☐ Ativar e acompanhar o Perfil da Empresa no Google e as avaliações.

☐ Acompanhar a página da TFP no Reclame Aqui.

C05

C05 | SITE, SEO E CONTEÚDO

Visibilidade orgânica e conteúdo

0/9 concluídos

Gestão completa · 9 itens

☐ Redesign do site com arquitetura por necessidade e aplicação.

☐ Títulos (H1), títulos de página e descrições otimizados em todas as páginas.

☐ Texto alternativo em todas as imagens.

☐ Otimização de velocidade no celular (imagens, scripts e cache).

☐ Dados estruturados de produto, avaliações, organização e perguntas frequentes.

☐ Guias e artigos por grupo de palavras-chave.

☐ Produção do vídeo institucional de 1 minuto.

☐ Relatório mensal de posicionamento e tráfego orgânico.

C06

C06 | ACADEMIA TFP

Curso e treinamentos

0/7 concluídos

Gestão completa · 7 itens

☐ Revisar o roteiro do curso atual (4 módulos) e atualizar com a linha completa.

☐ Regravar o curso com Smith, especialista da TFP, com roteiro, gravação e edição da Octacore.

☐ Definir a plataforma (Hotmart ou área de membros própria) e a política de acesso.

☐ Criar trilhas para revendedores, estéticas parceiras e equipe interna.

☐ Emitir certificado de conclusão para aplicadores.

☐ Integrar alunos ao CRM para ofertas e recompra.

C07 Demanda com investimento acompanhado

0/15 concluídos

Gestão completa · 15 itens

- ☐ Revisar as contas de anúncios (Meta e Google) em nome da TFP.
- ☐ Configurar conversões e públicos.
- ☐ Criar campanhas de catálogo, remarketing e captação B2B.
- ☐ Acompanhar custo por venda e retorno sobre o investimento.
- ☐ Cadastrar a TFP nos programas de crédito promocional das plataformas de anúncio (Google Ads, TikTok Ads e demais elegíveis).
- ☐ Verificar a elegibilidade de cada conta: os créditos de boas-vindas valem, em geral, apenas para contas e empresas que nunca anunciaram na plataforma.
- ☐ Escolher a oferta do Google Ads compatível com o orçamento e cumprir o gasto exigido dentro do prazo.
- ☐ Fazer a certificação Ads Academy do Mercado Ads e acompanhar as bonificações de Product Ads.
- ☐ Acompanhar o Centro de Recompensas do Shopee Ads e as missões de recarga, se a TFP vender na Shopee.
- ☐ Controlar o prazo de validade de cada crédito para que nenhum valor expire sem uso.
- ☐ Ativar as listagens gratuitas do Google Merchant Center (aba Shopping) com o catálogo da loja.
- ☐ Relatório mensal de mídia: investimento, créditos utilizados, custo por venda e retorno.

C08 Onde buscar novos clientes

0/8 concluídos

Gestão completa · 8 itens

- ☐ Google Maps: estéticas, lava-rápidos, autopeças e lojas de acessórios.
- ☐ LinkedIn: distribuidores, frotistas, concessionárias, locadoras, aviação e náutica.

- ☐ Instagram B2B: estéticas e detalhistas profissionais.
- ☐ Marketplaces B2B: kits profissionais e condições por volume.
- ☐ Feiras do setor, como a Automec.
- ☐ Frotas corporativas e empresas de veículos por assinatura.
- ☐ Representantes regionais e parceiros técnicos.

Um ecossistema conectado ao CRM

Cada ferramenta tem uma função clara, um benefício direto para a TFP e uma etapa de entrada no cronograma. Todas se conectam ao CRM, que reúne o histórico completo de cada cliente.



NÚCLEO

CRM de vendas

Semanas 1-2

Funil de vendas, cadastro de clientes, empresas e veículos, tarefas, propostas e histórico completo.

Benefício: Nenhuma oportunidade se perde e toda a equipe vê o mesmo histórico do cliente.

MODELO

VALOR (R\$)

A definir

A preencher

GERAÇÃO DE DEMANDA

Prospecção e enriquecimento de dados

Semanas 3-4

Busca de estéticas, lava-rápidos, distribuidores, autopeças e frotistas por região (Google Maps, dados públicos de CNPJ e LinkedIn), com pontuação de leads.

Benefício: Lista qualificada de novos compradores B2B entrando direto no funil.

MODELO

VALOR (R\$)

A definir

A preencher

ATENDIMENTO E COMUNICAÇÃO

WhatsApp com CRM e multiatendimento

Semanas 3-4

Vários atendentes no mesmo número, filas, etiquetas, respostas rápidas e histórico integrado ao CRM.

Benefício: Atendimento organizado e rápido, sem depender de um único celular.

MODELO

VALOR (R\$)

A definir

A preencher

ATENDIMENTO E COMUNICAÇÃO

Atendente virtual com IA

Semanas 3-4

Recepção imediata 24h, respostas com base em materiais aprovados e transferência para o vendedor com resumo.

Benefício: Respostas rápidas a qualquer hora e vendedores focados em fechar negócios.

MODELO

VALOR (R\$)

A definir

A preencher

ATENDIMENTO E COMUNICAÇÃO

Telefonia VoIP (SIP)

Semanas 5-6

Números virtuais, ramais, URA, gravação de chamadas, click-to-call e discador automático integrados ao CRM.

Benefício: Mais contatos por dia, ligações registradas no histórico e operação de vendas por telefone escalável.

MODELO

VALOR (R\$)

A definir

A preencher

ATENDIMENTO E COMUNICAÇÃO

SMS bidirecional

Semanas 5-6

Envio e recebimento de SMS: confirmação de pedidos, lembretes de recompra, campanhas e respostas dos clientes no CRM.

Benefício: Canal de alta leitura para avisos e campanhas, inclusive para quem não usa WhatsApp.

MODELO

VALOR (R\$)

A definir

A preencher

ATENDIMENTO E COMUNICAÇÃO

E-mail e gestão de contatos

Semanas 3-4

Caixa de contato atendida, respostas padronizadas, listas segmentadas e automações de relacionamento.

Benefício: Nenhum e-mail sem resposta e base de contatos sempre atualizada.

MODELO

VALOR (R\$)

A definir

A preencher

OPERAÇÃO E DADOS

ERP de pedidos, notas e estoque (padrão Bling)

Semanas 5-6

Pedidos de todos os canais, emissão de NF-e, estoque, financeiro e integração com marketplaces.

Benefício: Operação integrada, menos digitação e estoque confiável em todos os canais.

MODELO

VALOR (R\$)

A definir

A preencher

OPERAÇÃO E DADOS

Painel de dados

Semanas 5-6

Indicadores de vendas, estoque, atendimento, conteúdo, mídia e parceiros em um só lugar.

Benefício: Decisões com base em números atualizados.

MODELO

VALOR (R\$)

A definir

A preencher

GERAÇÃO DE DEMANDA

Novo site e SEO

Semanas 1-2

Redesign da loja, arquitetura por necessidade e aplicação, SEO técnico e conteúdo otimizado.

Benefício: Mais visitas orgânicas e mais conversão na loja própria.

MODELO

VALOR (R\$)

A definir

A preencher

GERAÇÃO DE DEMANDA

Conteúdo: 30 vídeos por mês

Semanas 1-2

Roteiro, edição, legendas e publicação de 30 vídeos verticais e 12 peças estáticas por mês.

Benefício: Presença constante e prova de resultado dos produtos.

MODELO

VALOR (R\$)

A definir

A preencher

GERAÇÃO DE DEMANDA

Vídeo institucional de 1 minuto

Semanas 3-4

Apresentação da fábrica, da história e dos diferenciais da TFP.

Benefício: Material de apresentação para site, distribuidores, feiras e anúncios.

MODELO

VALOR (R\$)

A definir

A preencher

RELACIONAMENTO E CAPACITAÇÃO

Academia TFP (curso e treinamentos)

Semanas 5–6

Regravação do curso com Smith (TFP) e produção da Octacore, com trilhas para revendedores, estéticas e equipe.

Benefício: Clientes que sabem aplicar compram mais e recompram.

MODELO

VALOR (R\$)

A definir

A preencher

GERAÇÃO DE DEMANDA

Marketplaces e reputação no Mercado Livre

Semanas 3–4

Gestão de anúncios, respostas às perguntas dos compradores, reputação e reposição Full.

Benefício: Mais vendas com boa reputação e respostas rápidas.

MODELO

VALOR (R\$)

A definir

A preencher

GERAÇÃO DE DEMANDA

Mídia paga e créditos promocionais

Semanas 3–4

Campanhas no Google, YouTube, Instagram, TikTok e marketplaces, com cadastro nos programas de crédito promocional das plataformas.

Benefício: Demanda previsível, custo acompanhado e créditos que reduzem o investimento inicial.

MODELO

VALOR (R\$)

A definir

A preencher

RELACIONAMENTO E CAPACITAÇÃO

Avaliações e reputação on-line

Semanas 5–6

Perfil da Empresa no Google, avaliações de clientes, Reclame Aqui e monitoramento de menções.

Benefício: Mais confiança para quem pesquisa a marca antes de comprar.

MODELO

VALOR (R\$)

A definir

A preencher

GERAÇÃO DE DEMANDA

Afiliados e criadores

Semanas 5–6

Cadastro, links e cupons rastreáveis, regras de comissão e pagamento.

Benefício: Novas fontes de venda pagas por resultado.

MODELO

VALOR (R\$)

A definir

A preencher

RELACIONAMENTO E CAPACITAÇÃO

Programa para estéticas automotivas

Semanas 5–6

CRM para estéticas parceiras, indicação registrada e crédito comercial.

Benefício: Rede fiel de aplicadores usando e recomendando TFP.

MODELO

VALOR (R\$)

A definir

A preencher

RELACIONAMENTO E CAPACITAÇÃO

Treinamento da equipe TFP

Semanas 5-6

Capacitação em CRM, atendimento, WhatsApp, telefonia e rotinas de vendas.

Benefício: Equipe autônoma no uso das novas ferramentas.

MODELO

VALOR (R\$)

A definir

A preencher

Onde a TFP pode crescer

Ponto de partida do site, panorama dos concorrentes, frentes de prospecção e ideias iniciais.
Os campos de texto são editáveis: ajuste com a sua equipe.

Ponto de partida do site

Plataforma	WordPress + WooCommerce com Yoast SEO, sitemap e robots.txt ativos
Medição	Google Analytics 4, Search Console e pixel da Meta instalados
Dados estruturados	Produto e oferta nas páginas de produto; organização e avaliações a incluir
Títulos principais (H1)	Presentes nas páginas de produto; a incluir na página inicial, na loja e nas categorias
Descrições para o Google	Página inicial com descrição; loja, categorias e produtos a otimizar
Imagens	Cerca de 90% sem texto alternativo nas páginas analisadas
Velocidade (laboratório)	Página inicial com 4,6 MB e cerca de 220 requisições; maior elemento visível em ~3,1 s no computador e ~13,7 s em 4G lento simulado

Análise Octacore das páginas públicas de tfpbrasil.com.br em 07/10/2026 (13 páginas; medição de laboratório com Chrome).

Grupos de palavras-chave

Ponto de partida editável

Vitrificação

vitricificador automotivo; vitrificador 9H; vitrificador de pintura; vitrificador de faróis; vitrificador sólido; como vitrificar carro

Ceras

cera cristalizadora; cera automotiva preta; cera para carro branco; cera líquida automotiva; cera vitrificadora

Polimento

polidor de corte; polidor de refino; massa de polir; removedor de riscos; polimento técnico

Limpeza

APC limpador multiuso; shampoo automotivo; desengraxante; limpador sem toque; descontaminante de pintura

Interior

hidratante de couro; limpador de bancos; aromatizante carro novo; revitalizador de plástico

Pneus e vidros

pretinho de pneu; revestimento para borracha; removedor de chuva ácida; cristalizador de vidros

Profissional e B2B

produtos para estética automotiva atacado; fabricante de produtos automotivos; distribuidor de produtos de estética automotiva; terceirização de produtos automotivos

Panorama de concorrentes

Marcas com presença relevante em estética automotiva no Brasil.

MARCA	POSICIONAMENTO	CANAIS	REFERÊNCIA DE PREÇO	PRESENÇA EM BUSCA
TFP Brasil	Fabricante nacional desde 2009, com linha completa e terceirização	Site com loja, Instagram, YouTube, LinkedIn, Hotmart	R\$ 9,90 a R\$ 430,00 (loja própria)	Base técnica pronta (Yoast, sitemap, GA4); grande espaço para conteúdo e SEO
Vonixx ↗	Grande fabricante nacional; V-Paint citado como referência de custo-benefício em vitrificação	Site, Instagram @vonixx, Facebook, YouTube vonixxbrasil, marketplaces	Kit V-Paint 50 ml + SiO2-Pro: R\$ 276,99 (Mercado Livre)	Forte presença em rankings de vitrificadores e em lojas parceiras
Vintex ↗	"A linha essencial do profissional" (mesmo canal de YouTube da Vonixx)	Site, Instagram @vintex.auto, Facebook	—	Site com categorias e dados estruturados de navegação
Alcance Profissional ↗	Fabricante nacional de linha profissional (vitrificador VX45, polidores, boinas)	Site, Instagram, Facebook, YouTube	—	Descrição otimizada, FAQ e dados de organização no site; VX45 frequente em comparativos
Soft99 Brasil ↗	Multinacional japonesa (vitrificadores, ceras e cristalizadores de vidro Glaco)	Site, Instagram, Facebook, YouTube	Glaco Big 120 ml: R\$ 105,90 (revenda)	Marca forte em vendas especializadas

MARCA	POSICIONAMENTO	CANAIS	REFERÊNCIA DE PREÇO	PRESENÇA EM BUSCA
Meguiar's Brasil ↗	Marca premium internacional; venda pela loja oficial no Mercado Livre e distribuidores	Site, Instagram, Facebook, YouTube, Mercado Livre	—	Site institucional; vendas concentradas no marketplace
Sonax Brasil ↗	Marca alemã distribuída no Brasil (polidores e coatings)	Site, Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, LinkedIn	—	Descrição otimizada para polidores e coatings
Nasiol ↗	Nanotecnologia para proteção de superfícies	Site, Instagram, Facebook, YouTube	ZR53 R\$ 878,00 · NeoCoatX R\$ 339,00 (comparativo)	Título e descrição otimizados para nanotecnologia
Dub Boyz ↗	"Real Detailers Need Real Products" — linha para detalhistas	Site, Instagram @dubboyz.co, YouTube	—	Site sem descrição para buscadores

Sites oficiais das marcas, comparativos públicos (Sabino Detail, Brilho no Carro, CarrosTech) e anúncios públicos, consultados em 07/10/2026. 3M, Easytech, Cadillac, Autoamerica, Evox e Nobre não puderam ser analisados nesta etapa.

Frentes de prospecção

Onde buscar novos clientes B2B e B2C.

Google Maps
Estéticas automotivas, lava-rápidos, autopeças e lojas de acessórios por cidade e raio

Lista enriquecida com telefone, site e avaliações; abordagem por WhatsApp, ligação e visita de representante

LinkedIn (B2B)
Distribuidores, frotistas, concessionárias, locadoras, autopeças, aviação executiva e náutica

Conteúdo técnico, conexão com compradores e proposta de fornecimento ou terceirização

Dados públicos de CNPJ
Empresas por CNAE (comércio de autopeças, lavagem e polimento) e região

Base segmentada para campanhas e prospecção ativa

Instagram B2B
Estéticas e detalhistas com perfil profissional

Relacionamento, amostras e convite ao programa de parceiros

Marketplaces B2B
Compradores profissionais e revendedores

Kits profissionais e condições por volume

Feiras e eventos
Automec (São Paulo Expo, 20 a 24/04/2027) e eventos regionais de estética

Agenda de visitas, lançamento e captação de leads

Frotas corporativas e veículos por assinatura

Locadoras, empresas de assinatura e gestoras de frota

Contratos recorrentes de limpeza e conservação

Aviação e náutica

Hangares, táxi aéreo, marinas e estaleiros

Linha para aeronaves e embarcações, aproveitando a atuação declarada da marca

Metas e indicadores

Defina com a Octacore onde a TFP está hoje e aonde quer chegar. Estes números orientam os relatórios mensais.

INDICADOR	UNIDADE	SITUAÇÃO ATUAL	META EM 90 DIAS	META EM 12 MESES
Faturamento mensal da loja on-line	R\$	A preencher	A preencher	A preencher
Pedidos no site por mês	pedidos	A preencher	A preencher	A preencher
Ticket médio da loja	R\$	A preencher	A preencher	A preencher
Contatos comerciais B2B por mês (revendas, estéticas, distribuidores)	contatos	A preencher	A preencher	A preencher
Revendedores e distribuidores ativos	parceiros	A preencher	A preencher	A preencher
Clientes que recompram em 90 dias	%	A preencher	A preencher	A preencher
Avaliações no Google (nota e quantidade)	nota / qtd.	A preencher	A preencher	A preencher
Seguidores no Instagram	seguidores	A preencher	A preencher	A preencher
Visitas orgânicas ao site por mês	visitas	A preencher	A preencher	A preencher
Custo por venda nas campanhas	R\$	A preencher	A preencher	A preencher
Tempo da primeira resposta no atendimento	minutos	A preencher	A preencher	A preencher
Alunos e aplicadores certificados na Academia	pessoas	A preencher	A preencher	A preencher

Ideias iniciais

Sugestões de partida para conteúdo, campanhas e canais. Edite à vontade.

Ideias de conteúdo

1. "Do sujo ao novo": lavagem técnica completa com APC, Ativado e SH-40.
2. Vitrificação passo a passo com 9HX e Cristal-X.
3. Teste de água: Aqua X, Cristal Aqua e Big X lado a lado.
4. Polimento em 3 etapas: P.10, R.10 e L.10.
5. Interior de carro novo: Detail Cleaner, Couro Protectant e Carro Novo.
6. Bastidores da fábrica em Sumaré.
7. Dúvidas frequentes respondidas pelo técnico TFP.

Ideias de campanha

1. Kit "Novo de Novo" (lavagem + proteção + aroma).
2. Semana do Vitrificador com conteúdo técnico e oferta.
3. Programa "Estética parceira TFP" para profissionais.
4. Campanha de recompra para clientes com 60–90 dias desde a última compra.
5. Lançamento do curso regravado com cupom para alunos.

Plano por canal

Instagram e TikTok: vídeos curtos de aplicação e antes/depois.
YouTube: tutoriais completos e aulas do curso.
LinkedIn: fabricação, terceirização e distribuição.
Mercado Livre e Shopee: kits e itens de giro com reposição Full.
Site: catálogo completo, guias por aplicação e área B2B.
WhatsApp e SMS: atendimento, pós-venda e recompra.

Mídia paga e créditos promocionais

Um ponto de partida enxuto para testar cada rede com orçamento diário pequeno, somado aos créditos promocionais que a Octacore vai solicitar em nome da TFP. Todos os valores são editáveis.

Cenário nos cálculos

Mínimo

	REDE	DIÁRIA MÍNIMA (R\$)	DIÁRIA MÁXIMA (R\$)	MENSAL MÍNIMO	MENSAL MÁXIMO
☒	Google Ads: Pesquisa e Shopping Quem já procura vitrificador, cera, kits e produtos TFP	10	15	R\$ 300,00	R\$ 450,00
☒	YouTube (anúncios em vídeo) Demonstrações de aplicação e antes e depois	10	15	R\$ 300,00	R\$ 450,00
☒	Instagram e Facebook (Meta) Catálogo, remarketing e captação de revendedores - mensal inclui 12,15% de impostos repassados pela Meta	10	15	R\$ 336,45	R\$ 504,68
☒	TikTok Vídeos curtos de resultado e alcance com público jovem	10	15	R\$ 300,00	R\$ 450,00
☒	Mercado Livre (Product Ads) Destaque dos anúncios para quem está pronto para comprar	10	15	R\$ 300,00	R\$ 450,00

	REDE	DIÁRIA MÍNIMA (R\$)	DIÁRIA MÁXIMA (R\$)	MENSAL MÍNIMO	MENSAL MÁXIMO
☐	Shopee Ads Se a TFP vender na Shopee	R\$	R\$	—	—
☐	LinkedIn (B2B) Distribuidores, frotistas, concessionárias e locadoras	R\$	R\$	—	—
☐	Pinterest Inspiração e cuidados com o carro	R\$	R\$	—	—
☐	Kwai Alcance em vídeos curtos	R\$	R\$	—	—
☐	Microsoft Advertising (Bing) Busca complementar no Bing	R\$	R\$	—	—
Total por dia (com impostos da Meta)		R\$ 51,22	R\$ 76,82		
Total por mês (30 dias)				R\$ 1.536,45	R\$ 2.304,61

Ative ou desative cada rede pela caixa à esquerda. Redes sem valor informado não entram na soma. O investimento em mídia é pago diretamente às plataformas, em nome da TFP.

Créditos promocionais

A Octacore cadastra a TFP nos programas de incentivo das plataformas. Os créditos dependem de elegibilidade e das regras vigentes de cada programa.

Google Ads

Pesquisa, Shopping e YouTube

Escolha de uma oferta na inscrição: gaste R\$ 1.200 e ganhe R\$ 1.200; gaste R\$ 3.500 e ganhe R\$ 2.500; ou gaste R\$ 7.200 e ganhe R\$ 3.600 em crédito.

Gasto em até 60 dias após aplicar a oferta; crédito liberado em até 35 dias e válido por 60 dias. Empresas que nunca anunciaram no Google Ads, com faturamento no Brasil; uma oferta por anunciante, enquanto durarem os estoques.

OFERTA ESCOLHIDA

Oferta A: gaste R\$ 1.200,00 e ganhe R\$

Gasto previsto no Google e YouTube em 60 dias: **R\$ 1.200,00** · requisito da oferta: **R\$ 1.200,00**

✓ **Requisito atingido: crédito de R\$ 1.200,00**

Regras oficiais vigentes

Outros créditos previstos

valor exibido no cadastro

TikTok Ads

R\$ a preencher

Cupom de aquisição para novos anunciantes

Mercado

R\$ a preencher

Ads (Mercado Livre)

Bonificações de Product Ads

Shopee Ads

R\$ a preencher

Programa de Incentivos (Centro de Recompensas)

Amazon Ads

R\$ a preencher

Promoção de lançamento de Sponsored Products

LinkedIn Ads

R\$ a preencher

Promoção "Invista X, ganhe Y"

MÍDIA NOS PRIMEIROS 60 DIAS

R\$ 3.072,90

cenário mínimo, 2 meses

CRÉDITOS PREVISTOS

R\$ 1.200,00

Google (se o requisito for atingido) + outros

INVESTIMENTO LÍQUIDO ESTIMADO

R\$ 1.872,90

mídia menos créditos

MÉDIA MENSAL LÍQUIDA

R\$ 936,45

nos dois primeiros meses

O crédito do Google Ads é liberado em até 35 dias após atingir o gasto exigido e vale por 60 dias; na prática, ele reduz o investimento a partir do segundo ou terceiro mês.

Programas de incentivo das plataformas

Situação consultada em 07/10/2026. As regras podem mudar sem aviso; a confirmação final acontece no cadastro de cada conta.

PLATAFORMA	PROGRAMA	COMO FUNCIONA	PRAZOS	QUEM PODE	FONTE
Google Ads (Pesquisa, Shopping e YouTube)	Oferta para novos anunciantes	Escolha de uma oferta na inscrição: gaste R\$ 1.200 e ganhe R\$ 1.200; gaste R\$ 3.500 e ganhe R\$ 2.500; ou gaste R\$ 7.200 e ganhe R\$ 3.600 em crédito.	Gasto em até 60 dias após aplicar a oferta; crédito liberado em até 35 dias e válido por 60 dias.	Empresas que nunca anunciaram no Google Ads, com faturamento no Brasil; uma oferta por anunciante, enquanto durarem os estoques.	Google Ads: página oficial de ofertas e Termos e Condições (Brasil) consultado em 07/10/2026
TikTok Ads	Cupom de aquisição para novos anunciantes	Cupom do tipo “gaste X, ganhe Y” ou desconto percentual com teto, exibido no cadastro pelas páginas oficiais do TikTok Ads. Valores variam e não são garantidos.	Janela e validade informadas no próprio cupom (em Ferramentas > Pagamentos > Promoções).	Novos anunciantes com conta registrada no Brasil; uma vez por anunciante.	Central de Ajuda TikTok for Business (atualizada em junho de 2026) consultado em 07/10/2026
Mercado Ads (Mercado Livre)	Bonificações de Product Ads	Bonificações por certificação na Ads Academy, programa para novos vendedores, temporadas promocionais e acordos com o executivo comercial. Campanhas a partir de R\$ 1 por dia.	Cada bonificação tem valor, saldo e validade próprios.	Product Ads exige reputação amarela ou superior, 15 dias de conta e ao menos 1 venda (empresas).	Mercado Ads Knowledge Hub e documentação de bonificações do Mercado Livre consultado em 07/10/2026
Shopee Ads	Programa de Incentivos (Centro de Recompensas)	Missões de recarga ou gasto com recompensa em créditos gratuitos 1:1 ou descontos.	Créditos 1:1 válidos por 30 dias, consumidos junto com o saldo pago.	Vendedores com missões disponíveis no Centro de Recompensas.	Central de aprendizado Shopee Ads Brasil consultado em 07/10/2026
Amazon Ads	Promoção de lançamento de Sponsored Products	Crédito único ao lançar a primeira campanha de Sponsored Products sem data de término. Valor informado no convite.	Crédito em até 14 dias, válido por 30 dias.	Vendedores convidados pela Amazon Ads (aplica-se se a TFP vender na Amazon).	Amazon Ads: Termos e Condições da promoção consultado em 07/10/2026
LinkedIn Ads	Promoção “Invista X, ganhe Y”	Oferecida ocasionalmente a contas selecionadas, por e-mail ou na plataforma.	Crédito em até 5 dias úteis após atingir o investimento; datas no Gerenciador de Campanhas.	Somente contas convidadas.	Ajuda das Soluções de Marketing do LinkedIn consultado em 07/10/2026

PLATAFORMA	PROGRAMA	COMO FUNCIONA	PRAZOS	QUEM PODE	FONTE
Meta (Instagram e Facebook)	Sem oferta pública para novos anunciantes	Não localizamos programa público de crédito de boas-vindas no Brasil. Cupons eventuais aparecem na conta, em Cobrança. Desde janeiro de 2026, a Meta repassa PIS/Cofins e ISS (cerca de 12,15%) sobre o valor dos anúncios.	—	—	Central de Ajuda da Meta para Empresas consultado em 07/10/2026
Pinterest Ads	Sem cupom fixo	O Pinterest informa que não há cupons determinados para novos anunciantes; ofertas podem aparecer na página Pinterest para Negócios.	—	—	Comunidade oficial Pinterest Business consultado em 07/10/2026
Microsoft Advertising (Bing)	Sem oferta oficial localizada para o Brasil	A página oficial não exibe crédito para novos anunciantes. O cadastro no Bing Places (perfil da empresa) é gratuito.	—	—	Página oficial Microsoft Advertising consultado em 07/10/2026
Kwai for Business	KCX (produção criativa)	Não há crédito de mídia; o programa KCX incorpora a produção criativa ao investimento de mídia na plataforma.	Conforme regras do programa e tamanho do investimento.	Anunciantes com investimento de mídia no Kwai.	TELA VIVA News (11/02/2026) consultado em 07/10/2026

Cronograma

As oito semanas de implantação, a preparação inicial e os 90 dias seguintes. Informe a data de início para ver o calendário.

Data de início

mm/dd/yyyy



0

COMPLEMENTAR

Semana 0

Antes da Semana 1

Assinatura do contrato, reunião de início e liberação de acessos.

1

Semanas 1–2

Informe a data de início

Diagnóstico, dados, arquitetura, CRM piloto, site, catálogo e primeiros vídeos.

3

Semanas 3–4

Informe a data de início

Central de atendimento, IA, automações, campanhas e publicação inicial.

5

Semanas 5–6

Informe a data de início

Estoque, integrações prioritárias, parceiros, B2B e treinamento.

7

Semanas 7–8

Informe a data de início

Otimização, documentação, segundo ciclo editorial e plano dos próximos 90 dias.

90

COMPLEMENTAR

Próximos 90 dias

Após a Semana 8

Execução do plano dos próximos 90 dias e revisão de resultados.

Quando cada ferramenta entra

FERRAMENTA	S0	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	CONTÍNUO
CRM de vendas		■	■	■	■	■	■	■	■	
Prospecção e enriquecimento de dados				■	■	■	■	■	■	▨
WhatsApp com CRM e multiatendimento				■	■	■	■	■	■	▨
Atendente virtual com IA				■	■	■	■	■	■	▨
Telefonia VoIP (SIP)						■	■	■	■	▨
SMS bidirecional						■	■	■	■	▨
E-mail e gestão de contatos				■	■	■	■	■	■	▨
ERP de pedidos, notas e estoque (padrão Bling)						■	■	■	■	▨
Painel de dados						■	■	■	■	▨
Novo site e SEO		■	■	■	■	■	■	■	■	▨
Conteúdo: 30 vídeos por mês		■	■	■	■	■	■	■	■	▨
Vídeo institucional de 1 minuto				■	■					
Academia TFP (curso e treinamentos)						■	■	■	■	▨
Marketplaces e reputação no Mercado Livre				■	■	■	■	■	■	▨
Mídia paga e créditos promocionais				■	■	■	■	■	■	▨
Avaliações e reputação on-line						■	■	■	■	▨
Afiliados e criadores						■	■	■	■	▨
Programa para estéticas automotivas						■	■	■	■	▨
Treinamento da equipe TFP						■	■	■	■	

Rotina de gestão

DIÁRIO

Acompanhamento diário de pedidos, atendimento, estoque e pendências.

SEMANAL

Reunião semanal de decisão e priorização com responsáveis.

MENSAL

Relatório mensal de operação, conteúdo, canais, custos e oportunidades.

15/30 DIAS

Revisão de reposição de fulfillment a cada 15 ou 30 dias.

MENSAL

Ciclo editorial mensal com 30 vídeos entregues em quatro lotes.

HONORÁRIOS OCTACORE NOS 12 PRIMEIROS MESES



Conforme as condições comerciais do plano: 10 parcelas de R\$ 2.000,00 e gestão de R\$ 2.000,00 por mês. Mídia, licenças e serviços de terceiros não incluídos.

Investimento e custos

As condições comerciais do plano, o modelo de cada ferramenta e os custos da operação.
Os campos de valor ficam abertos para preenchimento.

IMPLANTAÇÃO COMPLETA

R\$ 20.000,00

10 parcelas mensais de R\$ 2.000,00

GESTÃO E OPERAÇÃO RECORRENTE

R\$ 2.000,00

por mês

DURANTE AS 10 PARCELAS

R\$ 4.000,00

por mês (parcela + gestão)

APÓS A ÚLTIMA PARCELA

R\$ 2.000,00

por mês + custos de operação aprovados

Totais do plano (honorários Octacore)

PERÍODO	CÁLCULO	TOTAL
Implantação (10 parcelas)	10 × R\$ 2.000,00	R\$ 20.000,00
Gestão nos 10 primeiros meses	10 × R\$ 2.000,00	R\$ 20.000,00
Total dos 10 primeiros meses	10 × R\$ 4.000,00	R\$ 40.000,00
Meses 11 e 12	2 × R\$ 2.000,00	R\$ 4.000,00
Total do primeiro ano (12 meses)	R\$ 20.000,00 + 12 × R\$ 2.000,00	R\$ 44.000,00
A partir do mês 11	gestão recorrente	R\$ 2.000,00/mês

Outras condições do plano

Mídia	Orçamento definido pela TFP e pago diretamente às plataformas.
Licenças e fornecedores	CRM, central, IA, site, celular, chips, planos e serviços de terceiros: conforme contratação aprovada.
Comissões	Afiliados, vendedores e parceiros: definidas por canal antes da ativação.
Programa estéticas	Crédito comercial de 30% da mensalidade efetivamente recebida pela Octacore

Custos da operação (mensal)

ITEM	RESPONSÁVEL	INVESTIMENTO / MÊS
Parcela de implantação	Octacore	R\$ 2.000,00
Gestão recorrente	Octacore	R\$ 2.000,00
Mídia	TFP	R\$ _____
CRM / central / IA	TFP	R\$ _____
Site / hospedagem / pagamento	TFP	R\$ _____
Celulares / chips / planos	TFP	R\$ _____
Captação / criadores / amostras	TFP	R\$ _____
Logística / fulfillment	TFP	R\$ _____
Total mensal durante as 10 parcelas		R\$ 4.000,00 + 6 a preencher
Total mensal após a última parcela		R\$ 2.000,00 + 6 a preencher

Preencha os valores mensais de responsabilidade da TFP. Os totais somam os valores do plano e os valores informados.

Ferramentas e serviços: modelo e valor

Escolha o modelo de cada item e informe o valor quando definido. Os mesmos campos aparecem na seção Ferramentas.

FERRAMENTA / SERVIÇO	ETAPA	MODELO	VALOR (R\$)
CRM de vendas	Semanas 1–2	A definir	A preencher
Prospecção e enriquecimento de dados	Semanas 3–4	A definir	A preencher
WhatsApp com CRM e multiatendimento	Semanas 3–4	A definir	A preencher
Atendente virtual com IA	Semanas 3–4	A definir	A preencher
Telefonia VoIP (SIP)	Semanas 5–6	A definir	A preencher
SMS bidirecional	Semanas 5–6	A definir	A preencher
E-mail e gestão de contatos	Semanas 3–4	A definir	A preencher
ERP de pedidos, notas e estoque (padrão Bling)	Semanas 5–6	A definir	A preencher
Painel de dados	Semanas 5–6	A definir	A preencher

FERRAMENTA / SERVIÇO	ETAPA	MODELO	VALOR (R\$)
Novo site e SEO	Semanas 1-2	A definir	A preencher
Conteúdo: 30 vídeos por mês	Semanas 1-2	A definir	A preencher
Vídeo institucional de 1 minuto	Semanas 3-4	A definir	A preencher
Academia TFP (curso e treinamentos)	Semanas 5-6	A definir	A preencher
Marketplaces e reputação no Mercado Livre	Semanas 3-4	A definir	A preencher
Mídia paga e créditos promocionais	Semanas 3-4	A definir	A preencher
Avaliações e reputação on-line	Semanas 5-6	A definir	A preencher
Afiliados e criadores	Semanas 5-6	A definir	A preencher
Programa para estéticas automotivas	Semanas 5-6	A definir	A preencher
Treinamento da equipe TFP	Semanas 5-6	A definir	A preencher

Ferramentas e custos atuais da TFP

Liste as ferramentas que a TFP usa hoje e quanto paga por elas. Algumas foram identificadas no site atual: confirme ou corrija.

CATEGORIA	FERRAMENTA	FORNECEDOR / PLANO	VALOR MENSAL (R\$)	OBSERVAÇÕES
ERP / emissão de	Nome da ferrame	Fornecedor ou pl	R\$	Opcional
CRM	Nome da ferrame	Fornecedor ou pl	R\$	Opcional
E-mail	Servidor próprio	Fornecedor ou pl	R\$	Opcional
Hospedagem e d	tfpbrasil.com.br	Fornecedor ou pl	R\$	Opcional
Plataforma do sit	WordPress + Wo	Fornecedor ou pl	R\$	Opcional
Pagamento on-lii	Mercado Pago	Fornecedor ou pl	R\$	Opcional
Frete	Melhor Envio	Fornecedor ou pl	R\$	Opcional
WhatsApp (API /	Nome da ferrame	Fornecedor ou pl	R\$	Opcional
Telefonia	Nome da ferrame	Fornecedor ou pl	R\$	Opcional
Mídia paga — M€	Nome da ferrame	Fornecedor ou pl	R\$	Opcional

CATEGORIA	FERRAMENTA	FORNECEDOR / PLANO	VALOR MENSAL (R\$)	OBSERVAÇÕES
Mídia paga — Go	Nome da ferrame	Fornecedor ou pl	R\$	Opcional
Hotmart (curso)	Curso estética al	Fornecedor ou pl	R\$	Opcional
Taxas de marketi	Nome da ferrame	Fornecedor ou pl	R\$	Opcional
Design (Canva ou	Nome da ferrame	Fornecedor ou pl	R\$	Opcional
Armazenamento	Nome da ferrame	Fornecedor ou pl	R\$	Opcional
Agência / manu	Nome da ferrame	Fornecedor ou pl	R\$	Opcional
Outros	Nome da ferrame	Fornecedor ou pl	R\$	Opcional

HONORÁRIOS OCTACORE R\$ 4.000,00 por mês nas 10 primeiras parcelas	SERVIÇOS COM MENSALIDADE — 0 item(ns) · por mês	SERVIÇOS DE VALOR ÚNICO — 0 item(ns)	CUSTOS ATUAIS DA TFP — por mês, conforme a lista acima	MÍDIA INICIAL R\$ 1.536,45 por mês, cenário de mídia
--	--	---	---	---

Ferramentas e serviços: 0 por mensalidade, 0 de valor único, 0 em parceria (permuta) e 19 a definir.

Formulário do projeto

Todas as informações solicitadas no plano, em um só lugar. Preencha, corrija os dados pré-preenchidos e marque como confirmado. O salvamento é automático.

0 de 42 informações confirmadas

Os campos com o selo **"Dado público pré-preenchido"** trazem informações encontradas em fontes públicas (passe o mouse ou toque no **i** para ver a origem e a data da consulta). Revise e ajuste conforme a realidade da TFP.

04 Novo site TFP Brasil

INFORMAÇÃO
SOLICITADA

Plataforma do site, gateway, frete e responsável

Descreva as decisões, nomes, prazos ou valores

☐ Confirmado

Site atual: <https://tfpbrasil.com.br/> | plataforma, gateway e frete: definir na implantação
Plataforma atual: WordPress + WooCommerce (tema WoodMart, Elementor). Pagamento: Mercado

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

05 CRM para estética automotiva

INFORMAÇÃO
SOLICITADA

Funis, usuários e níveis de acesso prioritários

Quais etapas de venda e quem precisa de acesso

☐ Confirmado

Ex.: funil B2B (revenda) e B2C; 3 vendedores; gerente com acesso total

INFORMAÇÃO
SOLICITADA

CRM, licenças, usuários e responsável de implantação

Descreva as decisões, nomes, prazos ou valores

☐ Confirmado

Digite aqui...

06 Central de atendimento

INFORMAÇÃO
SOLICITAÇÃO

**Vendedores,
horários, filas e
SLA de resposta**

Equipe de
atendimento e
prazos de
resposta

☐ **Confirmado**

Horário de atendimento publicado: segunda a sexta, das 8h00 às 17h30; sábado e domingo fechado.

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

INFORMAÇÃO
SOLICITAÇÃO

**Finalidade das linhas
comerciais e
responsável de cada
uma**

Descreva as
decisões, nomes,
prazos ou
valores

☐ **Confirmado**

Linhas publicadas hoje: (19) 3832-1685 — WhatsApp para compras; (19) 99909-5627 — WhatsApp para fornecedores; (19) 98409-5500 — contato para distribuidores.

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

07 Atendente virtual com IA

INFORMAÇÃO
SOLICITAÇÃO

**Responsável
técnico, base inicial
e rotina de revisão**

Descreva as
decisões, nomes,
prazos ou valores

☐ **Confirmado**

Digite aqui...

08 Comunicação, e-mail e relacionamento

INFORMAÇÃO
SOLICITAÇÃO

**Domínio de e-mail,
listas, automações
e responsável**

Descreva as
decisões, nomes,
prazos ou valores

☐ **Confirmado**

Domínio: tfpbrasil.com.br. E-mail comercial: contato@tfpbrasil.com.br, em servidor próprio (mail.tfpbrasil.com.br), com SPF e DMARC configurados. E-mail no cadastro do CNPJ:

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

09 Dados e inteligência de operação

INFORMA
ÇÃO
SOLICITA
DA

**Integrações
prioritárias, dados
disponíveis e
responsáveis**

Descreva as
decisões, nomes,
prazos ou valores

☐ **Confirmado**

Dados disponíveis hoje: pedidos e catálogo da loja WooCommerce (70 produtos), Google Analytics 4 e pixel da Meta instalados no site, Google Search Console verificado.

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

10 Estoque e reposição inteligente

INFORMA
ÇÃO
SOLICITA
DA

**SKUs prioritários,
cobertura-alvo e
rotina de reposição**

Descreva as
decisões, nomes,
prazos ou valores

☐ **Confirmado**

Na loja on-line, 12 dos 70 produtos aparecem esgotados: Black Box 5 L, Mult Jet 5 L, Ativado 5 L, Jatão 5 L, Racing 5 L e 500 ml, Inove 500 ml, Q.10 550 g, Polimés #2 1 kg, Proteplast 120 g, Carro

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

11 Conteúdo que gera confiança

INFORMA
ÇÃO
SOLICITA
DA

**Captação,
aprovações,
calendário e
porta-voz**

Descreva as
decisões, nomes,
prazos ou valores

☐ **Confirmado**

Curso existente na Hotmart ("Curso estética automotiva – para iniciantes – TFP Brasil", publicado em 20/07/2023), com 4 módulos que podem servir de base para a regravação.

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

12 Canais, parceiros e afiliados

INFORMA
ÇÃO
SOLICITA
DA

**Comissões, regras
de atribuição e
produtos elegíveis**

Descreva as
decisões, nomes,
prazos ou valores

☐ **Confirmado**

Digite aqui...

13 Programa para estéticas automotivas

INFORMAÇÃO
SOLICITA
DA

Responsável pelas indicações e condições específicas

Descreva as decisões, nomes, prazos ou valores

☐ **Confirmado**

Digite aqui...

14 Expansão internacional

INFORMAÇÃO
SOLICITA
DA

SKUs, lote, prazo, parceiro logístico e orçamento piloto

Descreva as decisões, nomes, prazos ou valores

☐ **Confirmado**

Digite aqui...

15 Roadmap de implantação

INFORMAÇÃO
SOLICITADA

Data de início, reunião semanal e responsáveis

Quando começamos e quando nos reunimos

☐ **Confirmado**

Ex.: início 03/11, reuniões às terças, 10h

16 Métricas que importam

INFORMAÇÃO
SOLICITADA

Metas comerciais e operacionais prioritárias

Descreva as decisões, nomes, prazos ou valores

☐ **Confirmado**

Digite aqui...

17 Dados para fechamento do plano

INFORMAÇÃO
SOLICITADA

Representante TFP / cargo / e-mail / telefone

Pessoa responsável pelo projeto na TFP

☐ **Confirmado**

Sócios-administradores no cadastro do CNPJ: Anderson Fernandes e Mauricio Taboga. Informe quem será o representante, com cargo, e-mail e telefone.

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

INFORMAÇÃO
SOLICITADA

Representante
Octacore / cargo / e-mail / telefone

Preenchido
pela
Octacore

☐ **Confirmado**

Nome, cargo, e-mail e telefone

INFORMAÇÃO
SOLICITADA

CRM e central de atendimento selecionados

Descreva as decisões, nomes, prazos ou valores

☐ **Confirmado**

Digite aqui...

INFORMAÇÃO
SOLICITADA

Plataforma do site, hospedagem, pagamento e frete

Descreva as decisões, nomes, prazos ou valores

☐ **Confirmado**

WordPress + WooCommerce; pagamento Mercado Pago; frete Melhor Envio; domínio tfpbrasil.com.br com DNS da agência responsável pelo site.

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

INFORMAÇÃO
SOLICITADA

Celulares, chips, operadora, fornecedores e custos

Descreva as decisões, nomes, prazos ou valores

☐ **Confirmado**

Digite aqui...

INFORMAÇÃO
SOLICITADA

Produtos-piloto, estoque, orçamento de mídia e cronograma

Descreva as decisões, nomes, prazos ou valores

☐ **Confirmado**

Digite aqui...

INFORMAÇÃO
SOLICITADA

Documentos e acessos a disponibilizar

Descreva as decisões, nomes, prazos ou valores

☐ **Confirmado**

Dados cadastrais já identificados: TFP Indústria e Comércio de Saneantes Ltda · CNPJ 10.665.221/0001-32 · IE 671.240.116.110 · Rua das Emas, 221, Anexo 211, Jardim São Gerônimo (Nova

✓ Dado público pré-preenchido · confirme ou corrija

19 Planejamento financeiro

INFORMAÇÃO
SOLICITADA

**Orçamento
mensal
completo
aprovado**

Total mensal aprovado
para mídia, licenças e
fornecedores

☐ **Confirmado**

Ex.: R\$ 0.000,00 por mês

INFORMAÇÃO
SOLICITADA

**Vencimento, forma
de pagamento e
responsável
financeiro**

Descreva as
decisões, nomes,
prazos ou
valores

☐ **Confirmado**

Digite aqui...

20 Início da implantação

INFORMAÇÃO
SOLICITADA

**Data de início e
reunião
semanal**

Quando começamos
e quando nos
reunimos

☐ **Confirmado**

Ex.: início 03/11, reuniões às terças, 10h

INFORMAÇÃO
SOLICITADA

**Responsáveis
TFP e
Octacore**

Descreva as decisões,
nomes, prazos ou
valores

☐ **Confirmado**

Digite aqui...

INFORMAÇÃO
SOLICITADA

**Condições
comerciais e
orçamento de
operação aprovados**

Descreva as
decisões, nomes,
prazos ou
valores

☐ **Confirmado**

Digite aqui...

INFORMAÇÃO
SOLICITADA

**Observações e
decisões da
reunião**

Descreva as
decisões, nomes,
prazos ou valores

☐ **Confirmado**

Digite aqui...

INFORMAÇÃO
SOLICITADA

**Nome e
confirmação -
TFP**

Nome de quem
confirma pela TFP

☐ **Confirmado**

Nome completo e data

INFORMAÇÃO
SOLICITADA

**Nome e
confirmação -
Octacore**

Preenchido
pela Octacore

☐ **Confirmado**

Nome completo e data

C01 Busca de dados e funil comercial

INFORMAÇÃO
SOLICITADA

**Regiões e
cidades
prioritárias**

Informe o que já existe
ou a preferência da
TFP

☐ **Confirmado**

Digite aqui...

INFORMAÇÃO
SOLICITADA

**Perfis de cliente
e metas de
prospecção**

Informe o que já
existe ou a
preferência da TFP

☐ **Confirmado**

Digite aqui...

C02 Ligações e mensagens integradas ao CRM

INFORMAÇÃO
SOLICITADA

**Provedor SIP,
números e
quantidade de
ramais**

Informe o que já
existe ou a
preferência da TFP

☐ **Confirmado**

Digite aqui...

INFORMAÇÃO
SOLICITAÇÃO

Uso do SMS: avisos, campanhas e volume mensal estimado

Informe o que já existe ou a preferência da TFP

☐ **Confirmado**

Digite aqui...

C03 Pedidos, notas fiscais e estoque

INFORMAÇÃO
SOLICITAÇÃO

ERP atual, regime tributário e contador responsável

Informe o que já existe ou a preferência da TFP

☐ **Confirmado**

Digite aqui...

C04 Vendas e confiança nos canais

INFORMAÇÃO
SOLICITAÇÃO

Contas de marketplace existentes e acessos

Informe o que já existe ou a preferência da TFP

☐ **Confirmado**

Digite aqui...

C05 Visibilidade orgânica e conteúdo

INFORMAÇÃO
SOLICITAÇÃO

Palavras-chave e produtos prioritários para o Google

Informe o que já existe ou a preferência da TFP

☐ **Confirmado**

Digite aqui...

C06 Curso e treinamentos

INFORMAÇÃO
SOLICITAÇÃO

Datas de gravação, local e porta-voz

Smith (TFP) é o porta-voz técnico previsto. Informe datas e local preferidos.

☐ **Confirmado**

Digite aqui...

C07 Demanda com investimento acompanhado

INFORMAÇÃO
SOLICITADA

**Orçamento mensal
de mídia e produtos
prioritários**

Informe o que já
existe ou a
preferência da
TFP

☐ **Confirmado**

Digite aqui...

INFORMAÇÃO
SOLICITADA

**Contas
de
anúncio
que a
TFP já
possui**

Indique se já anunciou no Google
Ads, Meta, TikTok, Mercado Livre
ou outras. Isso define quais
créditos de boas-vindas estão
disponíveis.

☐ **Confirmado**

Ex.: Meta Ads ativo desde 2022; Google Ads nunca usado...

INFORMAÇÃO
SOLICITADA

**Forma de
pagamento e
faturamento da
mídia**

Cartão, boleto ou
Pix, em nome do
CNPJ da TFP.

☐ **Confirmado**

Ex.: cartão corporativo, faturamento no CNPJ...

C08 Onde buscar novos clientes

INFORMAÇÃO
SOLICITADA

**Frentes
prioritárias e
responsáveis**

Informe o que já
existe ou a
preferência da TFP

☐ **Confirmado**

Digite aqui...



TFP BRASIL × OCTACORE | PLANO DE IMPLANTAÇÃO | OUTUBRO 2026

Portal do projeto · as informações são salvas automaticamente