

SAV 2026 · PALESTRA

Como identificar gargalos e escalar sua agência de tráfego pago

Guilherme (Gui), Blueberry · SAV 2026

Apresentação didática a partir da gravação · ~49 min · uso interno William. Reconstruída da transcrição (IA); conteúdo fiel.

01

Cortar o cordão umbilical

Não dá pra dissociar o CPF do CNPJ.

A pessoa e a empresa crescem, ou travam, juntas. Quem tenta criar um personagem pra empreender, um que não é ele, não vai pra frente.

O primeiro gargalo: o cordão umbilical que ninguém corta

X PRESO

- X Segurança de um salário de R\$ 2.500 a R\$ 5.000
- X Ótimo gestor de tráfego que segue a vida inteira trabalhando pros outros
- X Junta desculpas irrefutáveis (pensão, filhos, contas) pra não se expor

✓ DONO VIAJANTE

- ✓ Arrebenta o cordão e assume o risco
- ✓ Ele mesmo prospecta, vende, entrega e gere com lucro
- ✓ Não sobra tempo pra dar desculpa

O mercado de agências é dominado por gente mediana que se expõe, não pela mais disruptiva. Sempre há alguém com menos recursos crescendo do seu lado.

02

Semear, não comer as sementes

Suas 3 sementes

Tempo

Seu ativo principal quando ainda não tem dinheiro nem gente

Semear, não comer

Toda semente é pra plantar

Conhecimento

Compra-se com tempo. É o que você faz aqui, comprando o Subido

Dinheiro

O caixa da agência tem destino: mais cliente e mais resultado

| Prosperar é trocar a saciedade de agora pela saciedade de longo prazo.

Comer a semente vs. semear

✗ COMER (curto prazo)

- ✗ Dinheiro de 2 ou 3 contratos na parcela de um carro que não precisava
- ✗ Horas sabendo tudo de futebol, política, guerra e notícia
- ✗ Saciedade imediata, agência parada no mesmo lugar

✓ SEMEAR (longo prazo)

- ✓ Verba de tráfego pra subir campanha e gerar cliente
- ✓ Tempo entregando resultado e buscando cliente novo
- ✓ Conhecimento e mentoria que levam ao próximo nível

Não seja um caçador de "Bitcoin ao real".

Parar de caçar a próxima revolução (IA, nicho, o agente do agente do agente). Em 99% dos casos, o que paga a conta é uma empresa de serviço: a sua operação e o seu tempo bem empregado.

03

O gargalo muda a cada faixa de faturamento

Cada estágio tem um problema diferente

Faixa (recorrente/mês)	O problema real	O que resolve
Até R\$ 10 mil	A agência ainda nem começou	UMA oferta: empacotar de forma atrativa e fechar os 1os clientes
R\$ 10 a 30 mil	Crise de tempo	1os funcionários pra tarefas simples (ex: arte de criativo) e liberar seu tempo
R\$ 30 a 70 mil	Crise de qualidade	Aceitar que quem assume vai fazer pior por um tempo
R\$ 70 a 150 mil	O dono é o único diferencial competitivo	Formar mão de obra tática e documentar TUDO: prospecção, venda, onboarding, playbook
R\$ 250 a 500 mil	O dono já mudou de vida	Escolher: consolidar por margem ou virar ecossistema

Delegar é assumir que alguém vai fazer pior, por algum tempo.

04

Comercial é uma linha de montagem

Não trabalhe pra vender mais, trabalhe pra corrigir a máquina

32%

Meta de CR (proposta para venda). Em julho fechou 23%

R\$ 23 mil

LTV: ticket ~R\$ 2.200 × ~10 meses até o churn

1,5% do NMRR

Teto de CAC. R\$ 4 mil de nova receita libera R\$ 6 mil pra vender

Ele já vendeu 1.400 contratos sozinho. Faturamento sem lucratividade é sinal de alerta.

Cada canal de aquisição cumpre um papel

1

Tráfego pago

Gera demanda. Ex do Márcio:
R\$ 1.500/mês trouxe 1 cliente
de R\$ 2.000

2

Indicação estruturada

Dilui o CAC. Plugada em cima
do canal que já funciona

3

Prospecção ativa

Acaba com a ociosidade do
comercial. Custo = tempo, R\$
0

4

Embaixadores

Tira do oceano vermelho. 1
aluno: 25% dos 600 clientes
vieram de UM embaixador

Qualquer canal sem indicação estruturada plugada deixa potencial na mesa.

Transforme o cliente antigo que paga pouco em embaixador

1 Identifique

O cliente que paga R\$ 500 e ainda consome seu tempo (ex: o tarólogo)

2 Reposicione

"A partir do mês que vem você não me paga mais nada"

3 Combine a troca

Em troca: 5 nomes de empresários por mês, ou gravar um criativo com você

4 Ganhe a alavanca

5 reuniões valem muito mais que R\$ 500, e a moeda é barata pra ele

A oferta se adequa ao **bolso do cliente**, não o contrário.

Lucratividade não é quanto você cobra, é quanto sobra. A Blueberry cresceu com ticket de R\$ 1.000 a 2.000. Posicione-se como especialista: agência nichada cresce mais rápido, com embaixadores e o próprio dono como canal.

Gente e operação: onde a lucratividade vaza

1

Dinheiro no indicador certo

Um amigo gasta 60% do que arrecada com gente. Gestor pago por LTV; vendedor comissionado pra prospectar e coletar indicação

2

Cuidado com quem entra

Não bote o lobo pra cuidar das ovelhas. Já levaram 40 a 50 clientes da agência de uma vez

3

Sociedade não é de qualquer jeito

Você casa com qualquer um? A operação é um altar. Nunca dê sociedade só por não poder pagar bom salário

Se a agência cresce, a despesa pode subir; se estagna, a despesa desce junto.

Nunca vai existir um CNPJ maior que o CPF.

Mas um caixa forte dá tranquilidade e poder de decisão: agência com caixa não quebra. Um aluno de 23 anos mostrou R\$ 100 mil no caixa e R\$ 800 mil guardados. Cuide do negócio, é dele que vem tudo.

MATERIAIS

O que o palestrante liberou (QR)

Materiais de prospecção liberados (QR)

- ◆ **Como fechar clientes brasileiros nos EUA** —
drive.google.com/file/d/1BhP6uDWeZcPfkKecoNOURJf5L4QJpq_N
- ◆ **Prospecção "banco imobiliário"** — drive.google.com/file/d/1UOVQ9WmCJlf2FIURF-HTdNGz7FMbAeP3

| QR codes dos slides de prospecção. Links completos em LINKS-QR-SAV2026.md (o gdown não baixou esses 2 arquivos direto; abrir pelo link).