

# Procedimentos Operacionais Padrão (POP) • Espaço Fitness

Passo a passo de cada etapa da operação — quem faz, quando, como, o padrão de qualidade, o que NÃO fazer e o indicador. Base para treinamento e cobrança de execução.

## P1 • ATRAIR — MARKETING & DEMANDA

### P1.1 Planejar campanha & oferta

**Responsável:** Marketing · **Gatilho:** início do mês/ciclo · **Frequência:** mensal

1. Pegar a meta de matrículas por unidade (definida com o Financeiro/conselho).
2. Definir a oferta por unidade: Prime/Nações = matrícula grátis + aula experimental; Pelé = 1º mês R\$ 39,90.
3. Montar o calendário sazonal (datas-chave, volume esperado).
4. Definir a verba dentro do teto (R\$ 370/dia) e o split por unidade.
5. Registrar campanha planejada e metas no painel/cockpit.

**PADRÃO** oferta validada com o Financeiro; CAC alvo  $\leq$  R\$ 200.

**NÃO FAÇA** subir campanha sem oferta definida nem acima do teto.

**INDICADOR** meta  $\times$  realizado  $\cdot$  CAC.

### P1.2 Produzir criativo

**Responsável:** Marketing/Design · **Gatilho:** campanha planejada · **Frequência:** semanal

1. Briefar o ângulo (campeões: "segunda eu começo", comunidade, estrutura, oferta, FitDance).
2. Gerar a pessoa do criativo por IA — **nunca** foto de aluno real (direito de imagem).
3. Escrever copy de resposta direta + aplicar o logo oficial.
4. Nomear no padrão `OBJ_UNIDADE_MM-AAAA_vN`.
5. Revisar identidade visual (cores, tom de voz, 🍷) antes de publicar.

**PADRÃO** sem aluno real; logo presente; copy clara.

**NÃO FAÇA** usar imagem de aluno; copy genérica/sem CTA.

**INDICADOR** CTR  $\cdot$  CPL por criativo.

### P1.3 Veicular & otimizar tráfego

**Responsável:** Tráfego · **Gatilho:** criativo aprovado · **Frequência:** diária

1. Subir como CTWA **nativo** (`api.whatsapp.com/send`) — **nunca** `wa.me`.
2. Incluir o texto-padrão com o código (`ref:UNIDADE`) da campanha.
3. Deixar rodar 24h (sem pausa noturna).
4. Acompanhar o CAC diário no painel de CAC.
5. Guardrail: CAC > R\$ 200 por 3 dias = pausar o anúncio; > R\$ 300 = alarme imediato pro CEO.
6. Realocar verba dos anúncios que queimam para os que convertem barato.

**NÃO FAÇA** usar wa.me; mexer em campeão sem dado; estourar o teto.

**INDICADOR** CAC · gasto/dia · matrículas atribuídas.

### P1.4 Conteúdo orgânico & social selling

**Responsável:** Marketing/Conteúdo · **Frequência:** diária

1. Seguir a grade de conteúdo (ângulos campeões; tom coloquial, 🤍).
2. Publicar reels/stories e responder DMs/comentários.
3. Social selling: seguir aluno/ex-aluno, mandar DM de relacionamento.
4. CTA sempre "chama no WhatsApp".

**INDICADOR** alcance · DMs iniciadas · seguidores.

### P1.5 Capturar & atribuir o lead

**Responsável:** Sistema (CRM) + Tráfego · **Gatilho:** lead chega no WhatsApp

1. Lead entra com referral CTWA ou com o texto (`ref:`) na 1ª mensagem.
2. O CRM grava a origem no card automaticamente (sem ação manual).
3. Conferir a cobertura de atribuição no painel de CAC toda semana.

**NÃO FAÇA** rodar campanha sem (ref:)/CTWA — o lead vira "sem rastro".

**INDICADOR** % de leads com origem identificada.

## P2 · CONVERTER — VENDAS & MATRÍCULA

### P2.1 Atendimento inicial do lead (Mari + consultora)

**Responsável:** Mari (IA) com apoio da consultora · **Gatilho:** 1ª mensagem do lead · **SLA:** resposta ≤ 1 min

1. Responder em segundos, cumprimentando pelo nome.
2. **Antes de ofertar**, verificar no EVO se já é aluno (não oferecer experimental a aluno ativo).
3. Descobrir objetivo, unidade de interesse e disponibilidade de horário.
4. Apresentar a oferta da unidade (matrícula grátis / R\$ 39,90 Pelé).
5. Conduzir para o agendamento da aula experimental já no 1º contato.
6. Pedido fora do script (preço/PIX/CNPJ) → encaminhar ao financeiro; nunca inventar valor/chave.
7. Sem resposta → follow-up automático; lead quente ou pedido humano → handoff pra consultora (/nome).

---

**NÃO FAÇA** ofertar a quem já é aluno; mandar data no passado; cravar PIX/CNPJ no chat.

**INDICADOR** % respondidos · taxa de agendamento.

### P2.2 Agendar a aula experimental

**Responsável:** Mari/Consultora · **Gatilho:** lead qualificado

1. Oferecer 2–3 horários reais da grade da unidade.
2. Confirmar unidade + data **futura** (conferir o dia/data corretos).
3. Registrar o agendamento (mover o card para "Agendamento").
4. Enviar confirmação com endereço, horário e o que levar (roupa/toalha/garrafa).
5. Disparo automático de lembrete D-1h.

---

**PADRÃO** agendar no 1º contato sempre que possível.

**INDICADOR** taxa de agendamento · no-show.

### P2.3 Aula experimental / visita

**Responsável:** Recepção + Professor + Consultora · **Gatilho:** dia do agendamento

1. Recepção recebe pelo nome (confere a agenda do dia) em  $\leq 5$  min.
2. Tour rápido pela unidade + apresentação ao professor responsável.
3. Aluno faz a aula/treino guiado.
4. Pós-aula: consultora faz a abordagem de fechamento na hora (ferro quente).
5. Registrar comparecimento; no-show → follow-up D+2h para reagendar.

---

**PADRÃO** receber em  $\leq 5$  min; professor designado; abordagem no mesmo dia.

**INDICADOR** comparecimento · conversão pós-experimental.

### P2.4 Negociar & fechar

**Responsável:** Consultora · **Gatilho:** pós-experimental

1. Confirmar objetivo e identificar a objeção principal.
2. Apresentar o plano que cabe no aluno (depois de ele testar).
3. Aplicar a condição/oferta da turma atual.
4. Fechar a forma de pagamento (PIX/cartão) com os valores do EVO.

---

**NÃO FAÇA** cravar PIX/CNPJ de cabeça; dar desconto fora da alçada.

**INDICADOR** taxa de fechamento · ticket médio.

### P2.5 Efetivar a matrícula no EVO

**Responsável:** Consultora/Recepção · **Gatilho:** venda fechada

1. Cadastrar o aluno no EVO com dados **completos** (telefone e CPF corretos).
2. Selecionar o plano certo + a forma de pagamento.
3. Confirmar o contrato.
4. O CRM sincroniza (move o card para "Ganho/Matriculado") e dispara as boas-vindas D0.

---

**PADRÃO** cadastro completo — telefone/CPF certos garantem atribuição e cobrança.

**INDICADOR** matrículas/dia (novas + retorno).

## P3 · INTEGRAR — ONBOARDING (D0–D30)

---

### P3.1 Boas-vindas D0

**Responsável:** Recepção · **Gatilho:** matrícula efetivada · **Prazo:** no mesmo dia

1. Enviar mensagem de boas-vindas pelo WhatsApp no dia da matrícula.
2. Agendar a avaliação física.
3. Explicar como funciona: acesso/catraca, app, grade de aulas, horários.

---

**INDICADOR** % com avaliação agendada em D0.

### P3.2 Avaliação física & anamnese

**Responsável:** Professor/Avaliador · **Gatilho:** primeiros dias

1. Fazer a anamnese (Par-Q, histórico de saúde, objetivo).
2. Classificar risco cardiovascular; encaminhar ao médico quando necessário.
3. Medir composição corporal/circunferências.
4. Registrar a avaliação no sistema.

---

**NÃO FAÇA** liberar treino de risco sem triagem.

**INDICADOR** % de alunos novos avaliados.

### P3.3 Montar o treino inicial

**Responsável:** Professor · **Gatilho:** após avaliação

1. Montar a ficha conforme objetivo e nível (nada de treino genérico).
2. Ensinar a execução correta já no 1º dia.
3. Registrar a ficha no sistema com o instrutor responsável.

---

**INDICADOR** % de alunos com ficha ativa.

### P3.4 Acompanhamento das 4 primeiras semanas

**Responsável:** Professor + Recepção · **Gatilho:** pipeline ESF Onboarding (D0–D30)

1. Checar a frequência semana 1 a 4 pelo pipeline de Onboarding.
2. Faltou? Contato proativo no mesmo padrão da régua de sumidos.
3. Celebrar as primeiras conquistas (reforço positivo).

---

**PADRÃO** ninguém some na 2ª semana sem contato — é onde mais se perde aluno.

**INDICADOR** frequência nas 4 semanas · retenção em D30.

### P4.1 Acesso & recepção

**Responsável:** Recepção · **Frequência:** contínua

1. Controle de acesso pela catraca; tratar bloqueio (saldo/contrato) com discrição.
  2. Receber e responder dúvidas com cordialidade.
  3. Manter o balcão organizado e a fila ágil em horário de pico.
- 

**INDICADOR** tempo de fila · satisfação na recepção.

### P4.2 Aulas coletivas

**Responsável:** Professor de aula · **Gatilho:** grade

1. Iniciar e terminar no horário da grade.
  2. Conduzir a aula com segurança e energia (FitDance, spinning, etc.).
  3. Registrar presença/ocupação.
- 

**INDICADOR** ocupação média das aulas.

### P4.3 Acompanhamento de sala

**Responsável:** Professor de sala · **Frequência:** contínua

1. Estar presente na sala — abordar quem treina sozinho/perdido.
  2. Corrigir execução e ajustar carga.
  3. Atualizar a ficha conforme evolução.
- 

**PADRÃO** aluno nunca fica perdido no aparelho.

**INDICADOR** frequência média · NPS.

### P4.4 Reavaliação periódica

**Responsável:** Professor · **Frequência:** a cada ciclo (ex.: 60–90 dias)

1. Refazer medidas/avaliação e comparar com a anterior.
  2. Mostrar a evolução ao aluno (resultado = retenção).
  3. Ajustar treino e metas.
- 

**INDICADOR** % de alunos reavaliados no prazo.

#### P4.5 Relacionamento no balcão

**Responsável:** Recepção/Consultora · **Frequência:** contínua

1. Chamar o aluno pelo nome; criar vínculo.
2. Resolver reclamações na hora ou encaminhar e dar retorno.
3. Promotor satisfeito → pedir indicação (gatilho do P5 → P7).

---

**INDICADOR** reclamações resolvidas · indicações geradas.

### P5 · RETER — SUCESSO & RENOVAÇÃO (PRIORIDADE Nº 1)

---

#### P5.1 Monitor de engajamento

**Responsável:** Retenção/CS · **Gatilho:** classificação diária do CRM

1. O CRM classifica todo aluno: Em dia / Sumido (7–14d) / Risco (14–30d) / Crítico (30–60d).
2. Gerar a lista priorizada por unidade todo dia.
3. Distribuir os contatos entre as consultoras.

---

**INDICADOR** distribuição de saúde da base · nº de sumidos.

#### P5.2 Régua de reativação dos "sumidos"

**Responsável:** Consultora · **Gatilho:** aluno sem acesso há 30 dias

1. **D0:** WhatsApp acolhedor — "Opa, sumiu! Tá tudo bem?".
2. **D7:** convite pra voltar / aula especial.
3. **D14:** oferta/benefício de retorno.
4. Registrar a resposta; voltou a treinar → encerrar o caso.

---

**PADRÃO** todo "sumido" recebe a régua — segurar 30% preserva ~R\$ 32k/mês.

**INDICADOR** % de sumidos reativados.

### P5.3 Antecipação de renovação

**Responsável:** Consultora · **Gatilho:** contrato vencendo em 30 dias

1. O CRM lista os contratos que vencem em 30 dias.
2. Consultora contata o aluno 30 dias antes (liga/WhatsApp).
3. Oferecer a renovação antecipada com condição (plano anual / cross-unidade).
4. Registrar o resultado.

---

**PADRÃO** nunca deixar vencer sem contato prévio — 619 contratos em risco hoje.

**INDICADOR** taxa de renovação.

### P5.4 NPS & satisfação

**Responsável:** CS · **Frequência:** periódica

1. Disparar a pesquisa de NPS.
2. Detrator → acionar recuperação imediata.
3. Promotor → pedir indicação (P7).

---

**INDICADOR** NPS · taxa de resposta.

## P6 · RECUPERAR — REATIVAÇÃO DE INATIVOS

---

### P6.1 Segmentar a base inativa

**Responsável:** Marketing/CS · **Frequência:** mensal

1. Segmentar os inativos por recência e unidade (saída recente vs dormente).
2. Priorizar quem saiu há menos tempo (mais fácil de voltar).

---

**INDICADOR** tamanho/recência da base.

## P6.2 Campanha de win-back

**Responsável:** Marketing + Consultora · **Gatilho:** base segmentada

1. Criar oferta de retorno (sem gritar desconto no anúncio).
2. Disparar por WhatsApp + públicos no Meta (ESF Inativos).
3. Quem responder → fluxo de fechamento (P2.4/P2.5).

---

**INDICADOR** reativações/mês · custo de reativação × CAC novo.

## P6.3 Recuperação via indicação

**Responsável:** CS · **Gatilho:** aluno ativo indica ex-aluno

1. Usar o programa Indica Espaço para puxar ex-alunos por indicação.
2. Acompanhar o indicado no funil próprio (P7).

---

**INDICADOR** reativações via indicação.

## 🔄 P7 · INDICAR (INDICA ESPAÇO) — O FLYWHEEL

---

### P7.1 Cadastro do indicador & link

**Responsável:** Marketing/CS · **Gatilho:** aluno satisfeito quer indicar

1. Cadastrar o aluno indicador e gerar o link próprio (/indica).
2. Explicar a recompensa (mês grátis para aluno / R\$ para embaixador).

---

**INDICADOR** nº de indicadores ativos · % da base que indica.

### P7.2 Acompanhar o indicado

**Responsável:** Consultora · **Gatilho:** indicado chega

1. O indicado entra no funil próprio (Indicado chegou → qualificação → aula → matrícula).
2. Tratar como lead quente — já vem com recomendação e converte bem acima de um lead frio.

---

**INDICADOR** conversão de indicados · matrículas por indicação.

### P7.3 Liberar a recompensa

**Responsável:** CS/Financeiro · **Gatilho:** indicado matriculou

1. Confirmar a matrícula do indicado no EVO (match por telefone).
2. Liberar a recompensa do indicador (mês grátis / R\$).
3. Avisar o indicador — fecha o ciclo (aluno satisfeito vira canal de aquisição).

---

**INDICADOR** recompensas liberadas · CAC indicação (o mais barato da casa).

## S3 · COBRANÇA & INADIMPLÊNCIA

---

### S3.1 Identificar saldo/pagamento recusado

**Responsável:** Financeiro · **Gatilho:** cartão recusado / saldo em aberto

1. O CRM lista diariamente quem tem saldo devedor ou cartão cancelado.
2. Classificar por atraso: 1–15d / 16–30d / 31–60d / inadimplente 60d+.

---

**INDICADOR** saldo a recuperar · nº de inadimplentes.

### S3.2 Régua de cobrança

**Responsável:** Financeiro · **Gatilho:** entrada no atraso

1. Mensagem cordial no WhatsApp com o **link de pagamento** (sem expor o aluno).
2. Sequência por faixa de atraso (lembrete → cobrança → negociação).
3. Encaminhar dúvida de valor/chave ao financeiro — não improvisar PIX.

---

**NÃO FAÇA** expor o aluno; mandar CNPJ/PIX errado.

**INDICADOR** % de saldo recuperado.

### S3.3 Reemissão de PIX / renegociação

**Responsável:** Financeiro · **Gatilho:** aluno quer regularizar

1. Reemitir o PIX/cobrança pelo EVO (filial/CNPJ corretos).
2. Negociar parcelamento quando necessário.
3. Confirmar a baixa e liberar o acesso.

---

**INDICADOR** taxa de regularização.

### S1 **Pessoas & Cultura**

**Responsável:** Gestão de Pessoas

1. Recrutar e selecionar com perfil alinhado à cultura.
  2. Onboarding, PDI e treinamento (Universidade interna) para todo novo colaborador.
  3. Feedback contínuo; advertência/desligamento com processo e sigilo.
- 

**INDICADOR** turnover · clima · ramp-up do novato.

### S2 **Tecnologia & Dados**

**Responsável:** Tecnologia

1. Manter EVO, CRM, automações e a Mari no ar (monitoramento + backups).
  2. Garantir a atribuição (CTWA/texto) e a sincronização EVO↔CRM.
  3. Tratar incidentes (ex.: crédito de IA, webhook) com alerta e prazo.
- 

**INDICADOR** uptime · acurácia dos dados.

### S4 **Estrutura & Manutenção**

**Responsável:** Operações/Unidade

1. Manutenção preventiva dos equipamentos (checklist periódico).
  2. Padrão de limpeza e ambiente em todos os turnos.
  3. Reserva de quadra do Beach Club com o aviso interno ao time.
- 

**INDICADOR** equipamentos parados · padrão de limpeza.

## G1-G4 Direção, Caixa, Performance e Marca

**Responsável:** CEO + conselho · **Frequência:** semanal/mensal

1. **G1 Estratégia:** revisar metas por unidade e o pipeline de expansão.
2. **G2 Caixa:** acompanhar fluxo de caixa, margem (meta 25–35%) e decisões de investir/cortar.
3. **G3 Performance:** rodar a rotina do Cockpit + painéis (CAC, atribuição, funil, retenção) e o conselho.
4. **G4 Marca:** revisar identidade, grade de conteúdo e reputação.

---

**INDICADOR** atingimento de metas · lucro líquido % · NPS.