Plano individual · 2026

EDUCAÇÃO E CURSOS

# Black Friday até o Natal

EMRB Educação Médica: pesquisa, aprendizado, estratégia e calendário de 20 de outubro a 25 de dezembro.

Novembro inteiro · Semana Black · 27/11 · Cyber Monday · Natal

27

Fonte: calendário Google 2026; plano Miner · Período: 20/10 a 25/12/2026 · Coleta: 19/10/2026, 23h40 (Fortaleza)

01 · MERCADO

# A decisão começa antes da sexta-feira

**84%**

dos entrevistados procuram confirmar se o desconto vale a pena antes de comprar.

Google/Offerwise, Brasil, pesquisa out/2025, 2.000 entrevistados.

## Implicação para EMRB Educação Médica

Provar valor e condições com antecedência. Criar trilhas por especialidade, com matrícula e evento em funis separados.

02 · DIAGNÓSTICO

# A oportunidade específica desta operação

## Educação médica e eventos

Criar trilhas por especialidade, com matrícula e evento em funis separados.

Leitura estratégica Miner, 19/10/2026.

## Tese da campanha

Transformar a intenção de estudar em inscrição com clareza de resultado, currículo e suporte.

Proposta, depende de preço, estoque e capacidade reais.

03 · HISTÓRICO

# O histórico próprio precisa ser medido antes de fixar a meta

## O que já é possível decidir

A campanha deve partir do produto, do ciclo de compra e dos canais desta operação. A recomendação desta apresentação é uma hipótese de trabalho.

Leitura estratégica Miner, 19/10/2026.

## O que não está validado

Vendas, margem, investimento, criativos e desempenho das Black Fridays anteriores ainda não foram conciliados em uma série verificável nesta entrega. Nenhum ganho foi atribuído à marca sem essa conferência.

Períodos a conferir: nov/2024 e nov/2025.

Fonte: cadastro Miner; histórico de BF sem conciliação · Período: nov/2024 e nov/2025 · Coleta: 19/10/2026, 23h40 (Fortaleza)

04 · CONCORRÊNCIA

# Uma referência pública de 2025 mostra a mecânica do setor

A Udemy mantém uma vitrine pública de Black Friday e Cyber Monday para cursos. A referência é a oferta organizada por trilha e prazo, não uma previsão de resultado.

Udemy, Black Friday e Cyber Monday

Referência de categoria, não resultado do cliente. Anúncios comerciais antigos podem deixar de aparecer na Biblioteca da Meta; as ações dos concorrentes diretos serão capturadas em rodadas datadas durante novembro.

Fonte: Udemy, Black Friday e Cyber Monday · Período: página de campanha · Coleta: 19/10/2026, 23h40 (Fortaleza)

05 · OFERTA

# Uma mecânica comercial que combina valor e margem

## Oferta proposta

Trilha com bônus útil, acesso anual, turma com data ou condição especial validada, sem promessa de carreira garantida.

Hipótese. Validar preço, estoque, custo e operação antes de divulgar.

## Prova da oferta

Mostrar preço anterior verificável, regra de uso, prazo, disponibilidade e benefício concreto. O cliente precisa conseguir comparar.

Google/Offerwise, out/2025: 84% verificam se o desconto vale a pena.

06 · CANAIS

# Orgânico, mídia e relacionamento têm funções diferentes

## Orgânico

Aula aberta, trecho de conteúdo, resposta a objeções, histórias de alunos verificadas e calendário de turmas.

Plano Miner, 2026.

## Mídia paga

Google Search por tema e intenção, Meta/YouTube para demonstração e remarketing, lead magnet para quem ainda não decide.

Plano Miner, 2026. Ativar só após conferir mensuração.

## CRM e WhatsApp

Sequência por curso, estágio de decisão e prazo da turma; pós-compra com onboarding e indicação.

Plano Miner, 2026. Mensagens para base com consentimento.

07 · PRODUÇÃO

# Seis conceitos dão cobertura ao mês inteiro

**01**

**aula amostra**

**02**

**resultado de aprendizagem**

**03**

**professor**

**04**

**objeção**

**05**

**bônus**

**06**

**encerramento de turma**

Plano inicial: 6 conceitos × 4 variações de formato ou mensagem = 24 peças por operação. Recomenda-se validar as primeiras 6 e expandir as vencedoras; a quantidade é proposta, não benchmark de mercado.

08 · CALENDÁRIO

# A Black Friday ocupa novembro e prepara o Natal

### 20 a 31/10
## Preparar
Conciliar 2024/25, definir oferta, estoque, margem, pixel e páginas. Captar foto e vídeo.

### 01 a 08/11
## Aquecer
Abrir lista e conteúdos de intenção. Testar públicos, peças e rotas de conversão.

### 09 a 22/11
## Acelerar
Publicar ondas por categoria, retargeting e CRM. Trocar criativos conforme resposta.

### 23 a 30/11
## Converter
Semana Black, sexta 27/11 e Cyber Monday 30/11 com acompanhamento diário.

### 01 a 25/12
## Reter
Cumprir entregas, recuperar indecisos e transformar compradores em clientes de Natal.

Fonte: calendário 2026 do Google; plano Miner · Período: 20/10 a 25/12/2026 · Coleta: 19/10/2026, 23h40 (Fortaleza)

09 · SEMANA BLACK

# Operar por sinal diário, com plano de contingência

## 23 a 26/11

Elevar intenção: oferta por segmento, recuperação de carrinho/cotação, revisão de estoque e atendimento.

Plano Miner, 2026.

## 27/11, sexta

Acompanhar vendas, margem, disponibilidade, custo por aquisição e qualidade do atendimento. Corrigir rota no mesmo dia.

Black Friday 2026, calendário Google.

## 28 a 30/11

Manter apenas mecânicas que fecham com margem; Cyber Monday em 30/11 para uma oferta distinta.

Cyber Monday 2026, calendário Google.

## 01 a 25/12

Pós-venda e Natal: recompra, presente, reativação de indecisos e apuração por coorte.

Plano Miner, 2026.

10 · INVESTIMENTO

# Distribuir a verba conforme intenção e retorno marginal

## Cenário de partida

| | |
|---|---|
| Aquisição | 45% |
| Busca e intenção | 30% |
| Retargeting | 20% |
| Testes | 5% |

Distribuição inicial, ajustar após leitura de CPA, margem e capacidade. Fonte: proposta Miner, 19/10/2026.

## Regra para subir orçamento

Aumentar quando a receita incremental e a margem suportarem o custo adicional. Sem base de conversão validada, valores em reais seriam arbitrários.

Não é orçamento aprovado nem previsão de resultado.

11 · MEDIÇÃO

# A meta deve seguir o resultado de negócio

## Indicadores prioritários

matrículas, margem, CAC, conclusão e satisfação

Definir baseline de 2024 e 2025, na mesma janela de dias.

## Leitura diária

Confrontar receita ou leads qualificados com gasto, margem, estoque e atendimento. Comparar janelas do mesmo tamanho.

Sem dado confiável: escrever “sem dado”, nunca zero.

Fonte | Período | Hora da coleta | Régua do próprio cliente

12 · DECISÕES

# Três definições destravam a campanha

**01** Aprovar a proposta de valor e os limites de margem por produto, serviço ou unidade.

**02** Conciliar dados de 2024 e 2025 para fixar metas e investimento em reais.

**03** Confirmar estoque, capacidade, atendimento e páginas antes da primeira onda.

A apresentação é um plano de decisão. Nenhuma condição comercial ou gasto de mídia foi ativado por este material.

13 · COPY

# Mensagens de partida para os primeiros testes

## Aquecimento

EMRB Educação Médica: prepare sua escolha para novembro. Criar trilhas por especialidade, com matrícula e evento em funis separados. Veja as novidades e entre na lista para receber as condições quando abrirem.

Proposta de texto, sem desconto anunciado.

## Semana Black

EMRB Educação Médica: seleções e condições de novembro já disponíveis. Confira os itens participantes, as regras e a disponibilidade antes de decidir.

Proposta de texto, depende da oferta aprovada.

## Última chamada

A campanha de novembro da EMRB Educação Médica termina em breve. Confira os detalhes, compare as condições e fale com a equipe para concluir sua escolha.

Proposta de texto, usar apenas com prazo real.

## Natal

Depois da Black Friday, a EMRB Educação Médica segue com opções para dezembro. Encontre a escolha certa e conte com nosso atendimento.

Proposta de texto, adaptar a sortimento e serviço.

14 · PEÇAS

# Quatro peças de partida para adaptar à oferta aprovada

## Aquecimento

Feed 1080 × 1350. Arte editorial com mensagem da marca, sem preço ou desconto não validado.

Baixar SVG

## Novembro

Feed 1080 × 1350. Arte editorial com mensagem da marca, sem preço ou desconto não validado.

Baixar SVG

## Semana Black

Story 1080 × 1920. Arte editorial com mensagem da marca, sem preço ou desconto não validado.

Baixar SVG

## Pós-Black e Natal

Feed 1080 × 1350. Arte editorial com mensagem da marca, sem preço ou desconto não validado.

Baixar SVG

15 · CONCORRÊNCIA

# Monitorar o que estiver no ar, sem confundir anúncio com venda

## Rodadas de captura

03/11, 17/11, 24/11, 27/11 e 30/11: oferta, preço, criativo, canal, CTA, destino e data de início.

Plano Miner, 2026.

## Como ler

Separar concorrente direto de referência de setor. Registrar print e URL. Um anúncio ativo prova comunicação, não faturamento nem retorno.

Biblioteca de Anúncios da Meta, consulta 19/10/2026.

Biblioteca de Anúncios da Meta

Fonte: Biblioteca de Anúncios Meta; plano Miner · Período: nov/2026 · Coleta: 19/10/2026, 23h40 (Fortaleza)

16 · OPERAÇÃO

# Antes de publicar, conferir o caminho inteiro do cliente

## Oferta

Preço e margem, regra da promoção, estoque, prazo e logística.

Checklist Miner, 2026.

## Conversão

Link, velocidade, pixel/eventos, UTMs, formulário, checkout e teste em celular.

Checklist Miner, 2026.

## Atendimento

Resposta no WhatsApp, roteiro de objeções, agendamento, SLA e recuperação de abandonos.

Checklist Miner, 2026.

Fonte: checklist operacional Miner · Período: antes de nov/2026 · Coleta: 19/10/2026, 23h40 (Fortaleza)

17 · FONTES

# Pesquisas e casos usados neste plano

Google/Offerwise, retrato do consumidor da Black Friday 2025

Publicado: nov/2025 · Período: pesquisa de out/2025, Brasil, 2.000 pessoas · Consultado: 19/10/2026, 23h40 (Fortaleza)

NielsenIQ, Black Friday 2025

Publicado: 30/09/2025 · Período: intenção de compra de 2025 · Consultado: 19/10/2026, 23h40 (Fortaleza)

Think with Google, calendário de marketing 2026

Publicado: 2026 · Período: calendário de 2026 · Consultado: 19/10/2026, 23h40 (Fortaleza)

Sebrae RJ, como se preparar para a Black Friday

Publicado: 24/10/2025 · Período: recomendações de 2025 · Consultado: 19/10/2026, 23h40 (Fortaleza)

Meta, Biblioteca de Anúncios

Publicado: consulta 19/10/2026 · Período: anúncios comerciais ativos · Consultado: 19/10/2026, 23h40 (Fortaleza)

Udemy, Black Friday e Cyber Monday

Publicado: consulta 19/10/2026 · Período: página de campanha · Consultado: 19/10/2026, 23h40 (Fortaleza)

Fonte: fontes originais indicadas nos links · Período: 2025 e 2026 · Coleta: 19/10/2026, 23h40 (Fortaleza)