

DOCUMENTO INTERNO DE MARCA

ELEMENTS

StoryBrand

— Resumen · V1 · SET 2026 · Soulstory para Elements

Quem constrói é o herói. A marca é quem arma o caminho.

O roteiro de mensagem da Elements pelo método StoryBrand. Ele responde quem é o herói, o que ele quer, o que o impede e qual o papel da marca no caminho dele. Nenhuma peça inventa mensagem: toda peça executa este roteiro.

O DESEJO

O cliente quer terminar o que começou.

A REGRA DO MÉTODO

Um desejo por roteiro. Cadeira, mesa e acessório são três provas do mesmo desejo.

O PAPEL DA MARCA

Guia, no registro do Mago. Fala pouco, sabe muito e sai de cena para o herói realizar.

Um vilão, três níveis de problema, e um guia.

O VILÃO

A cultura que aplaude o esforço e esconde a conta.

EXTERNO	O lugar onde eu trabalho interrompe o meu dia. O corpo pede pausa, e a criação fica pela metade.
INTERNO	Termino o dia esgotado e com a sensação de não ter avançado.
FILOSÓFICO	Ninguém deveria escolher entre realizar o que sonha e chegar inteiro no fim do dia.

O interno é o que vende. Quem escreve só o externo vende cadeira. Quem escreve o interno vende a decisão.

A EMPATIA

A gente conhece o dia em que o corpo cobra a conta antes de a criação ficar pronta.

A COMPETÊNCIA, SEM SE GABAR

- 01 A ciência do estado, com Csikszentmihalyi citado pelo nome
- 02 Mais flow no trabalho do que no lazer
- 03 Designed by Elements in Florianópolis
- 04 Cadeira, mesa e acessórios sob a mesma marca
- 05 Elements equipa, Legacy forma, Instituto devolve

Fora da lista: o review pago.

O plano tira a dúvida do caminho.

01

Diga como é o seu dia.

Quantas horas sentado, que altura, que trabalho.

02

Confira a medida, não o adjetivo.

O que cabe no seu corpo e na sua mesa, publicado antes da compra.

03

Sente antes de decidir.

E monte o espaço em volta do que você está construindo. Se não servir, o caminho de volta é nosso.

AS CHAMADAS

Direta. Monte o seu espaço.

Transicional. Baixe o guia da medida certa.

Toda peça de fundo carrega as duas. Pergunta de sim ou não, sempre.

OS QUATRO COMPROMISSOS

A garantia é um número só. A data avisada antes de o cliente perguntar. O problema é trabalho nosso. A medida publicada antes de pagar.

A mensagem mais valiosa do roteiro. Cada compromisso vai à rua quando a operação o sustentar.

Três perdas, quatro ganhos, uma transformação.

FRACASSO · TRÊS STAKES, NENHUM ALÉM

- 01 Mais um ano na cadeira que você já sabe que não serve.
- 02 O corpo cobrando a conta antes de a criação ficar pronta.
- 03 O projeto que você adiou porque o dia não rendeu.

Urgência fabricada não é stake: é o oposto.

SUCESSO

- 01 Oito horas dentro do projeto, sem parar para ajeitar a lombar.
- 02 A hora que passa sem passar, de novo, e de novo.
- 03 A criação pronta, e energia sobrando para o que vem depois dela.
- 04 Um espaço que você tem orgulho de mostrar na chamada de vídeo.

A IDENTIDADE

De quem sobrevive ao próprio dia, para quem realiza dentro dele.

A FRASE MAIS IMPORTANTE DO ROTEIRO

**Você não está cansado do trabalho.
Está cansado do lugar
onde ele acontece.**

A Ideia de Controle é o que fica na cabeça de quem leu, repetida sempre com as mesmas palavras. A assinatura continua sendo Realize no seu flow.

0 ONE-LINER

Muita gente passa o dia inteiro sentada construindo alguma coisa, e o próprio lugar onde trabalha interrompe o corpo e a atenção antes de a criação ficar pronta. Por isso a Elements equipa o espaço de quem cria. Para o dia inteiro trabalhar a favor do que você está construindo.

Teste em pessoas reais até elas perguntarem como comprar.

A mensagem é uma. A porta de entrada muda.

Perfil	O medo por baixo da objeção	Ideia de Controle	Chamada direta
Alex · home office	Tenho medo de errar e não saber justificar o que paguei.	A gente publica a medida, não o adjetivo	Monte o seu espaço.
Dani · pequena empresa	Tenho medo de gastar de novo e errar de novo, na frente de todo mundo.	Cadeira barata se compra duas vezes	Peça a proposta para a sua equipe.
Val · média empresa	É o meu nome embaixo dessa assinatura.	A proposta que sobrevive ao comitê	Peça a proposta técnica.
Sonhador · ticket alto	Hipótese, não roteiro. A porta é o espaço que ele está compondo.	Sem roteiro até o campo rodar	Nunca custo-benefício nem promoção

O que muda. A porta de entrada, a objeção que morre primeiro e a palavra que fecha.

O que nunca muda. O vilão, a mensagem central, as assinaturas e o registro do Mago.

Nada novo é dito. A campanha executa o roteiro.

01

O one-liner

Problema, solução e resultado em três frases.
O time inteiro decora.

02

O site em oito blocos

Oferta acima da dobra, stakes sem terror,
guia, plano e o gerador de leads repetido
no corpo.

03

O gerador de leads

A medida antes da compra: como saber se a
cadeira cabe no seu corpo antes de pagar.

04

Os e-mails

Três de nutrição, um de venda. PS sempre.
Escassez só quando for verdade.

05

Os depoimentos

Cinco perguntas, na ordem do arco. O mais
valioso é o da recuperação.

06

A indicação

Escrever para quem indica e para quem
recebe, ao mesmo tempo.

Obrigado.

Realize no seu flow.