

REVERIA • MANUAL GERAL DA MARCA E DA TRANSIÇÃO

REVERIA

Manual completo de marca, narrativa, rollout, copy, website e conteúdo

Uma transição para parecer evolução real, não rename cosmético.

ORIGEM

Camila Prado Beauty

DESTINO

REVERIA

REGRA-MÃE

**Camila carrega a
confiança. REVERIA
carrega a expansão.**

Índice

Manual Geral da Marca e da Transição

Versão 1.0

1. O que é este documento

2. Resumo executivo

Marca atual

Marca futura

Objetivo da transição

O que precisa acontecer

O maior risco

A maior oportunidade

3. Fundamento estratégico da marca

Tese central

Ideia central da marca

Frases-mãe da marca

O inimigo da marca

O que a REVERIA passa a vender

4. Arquitetura da marca

Modelo recomendado

Estrutura correta

Regra de ouro

Frase que resume isso

O que evitar

5. O que permanece e o que evolui

Permanece

Evolui

6. Definição objetiva da marca

Definição curta

Definição comercial

Definição aspiracional

7. Posicionamento, promessa e prova

Promessa central

Provas da promessa

Resultado emocional

Resultado funcional

8. Guardrails, o que a marca nunca pode fazer

Pergunta de pressão permanente

9. Direção visual da marca, nível estratégico

Sensação visual desejada

Referência de linguagem visual

O que evitar visualmente

Direção de foto e vídeo

Direção tipográfica, nível de marca

Direção cromática, sugestão de apresentação

10. Naming na transição

Janela recomendada

Fase 1

Fase 2

Fase 3

Regra de consistência

11. Bio, profile e headlines prontas

Nome do perfil, fase transitória	Palavras a usar com cuidado
Bio opção 1	15. Message house resumida
Bio opção 2	Core message
Bio opção 3	O que a audiência deve entender
Versão em português	Provas prioritárias para comunicação
Nota curta para destaque fixo / post pinado	16. Estrutura do site
12. Manifesto curto da mudança	Navegação recomendada
Versão curta	Objetivo do site durante a transição
Versão média	17. Copy da homepage
13. FAQ público da transição	Hero title
Por que Camila Prado Beauty está virando REVERIA?	Hero subtitle
A Camila continua sendo a especialista?	Linha de apoio
É uma nova empresa ou uma nova dona?	CTA principal
Os serviços mudaram?	CTA secundário
Meus agendamentos, touch-ups e histórico continuam válidos?	Bloco de transição
Por que não manter o nome antigo?	Bloco de posicionamento
O que permanece igual?	Bloco "por que isso importa"
O que melhora?	Bloco de serviços
Mudou o preço?	Bloco da fundadora
14. Manual de voz e tom	Bloco de prova
A marca deve soar como	CTA final
A marca não deve soar como	18. Copy da página About / Founder
Estrutura de frase recomendada	H1
Fórmula de mensagem ideal	Texto base
Exemplos de boa linguagem	Bloco adicional
Palavras a favorecer	19. Copy da página Assessment
	H1

Subheadline	Redirects
Copy principal	Checklist de consistência
O que é analisado	Conteúdos-ponte de SEO
O que a cliente recebe	24. Rollout, visão geral de 6 semanas
CTA	Semana 1, preparação silenciosa
20. Copy da página Brows	Semana 2, anúncio oficial
H1	Semana 3, continuidade e significado
Subheadline	Semana 4, ativação de posicionamento
Copy principal	Semana 5, consolidação
Mensagens-chave	Semana 6, estabilização
CTA	25. 3 posts fixados, prontos
21. Copy da página Lips	Post fixado 1, anúncio
H1	Post fixado 2, por que a marca mudou
Subheadline	Post fixado 3, o que REVERIA significa
Copy principal	26. Calendário de conteúdo, 4 semanas iniciais
CTA	Semana 1
22. Página pública da transição	Post 1, reel teaser
Slug sugerido	Post 2, carrossel
H1	Stories
Estrutura sugerida	Semana 2
Objetivo dessa página	Post 1, reel anúncio
23. SEO, redirects e consistência	Post 2, carrossel explicativo
Objetivo de SEO	Post 3, story FAQ + caixinha
Regra de naming para SEO	Semana 3
Title tag sugerida da home	Post 1, reel método
Meta description sugerida	Post 2, carrossel
Regras técnicas	Post 3, reel founder vision

Semana 4

Post 1, case breakdown reel

Post 2, carrossel educativo

Post 3, myth-busting reel

27. 12 ideias de posts prontas

1. Not every beautiful brow was designed for your face.

2. Camila Prado Beauty is becoming REVERIA.

3. Why the brand changed.

4. What REVERIA means in practice.

5. I do not start PMU with a needle. I start with a project.

6. The most premium thing in PMU is not the technique. It is the diagnosis.

7. Procedure vs aesthetic project.

8. What I analyze before designing your brows.

9. Natural means different things on different faces.

10. Why I said no.

11. What stays the same after REVERIA.

12. The face comes first.

28. Roteiro do vídeo principal de anúncio

Duração ideal

Estrutura

Fechamento em tela

29. Roteiro de stories para o dia do anúncio

Story 1

Story 2

Story 3

Story 4

Story 5

Story 6

30. Roteiro de reel sobre método

Hook

Desenvolvimento

Fechamento

31. Scripts curtos de atendimento

Resposta curta para DM sobre mudança de nome

Resposta curta para cliente insegura

Resposta para "mudou o preço?"

32. Highlight covers e destaques sugeridos

Destaques fixos

Destaque NEW NAME

33. Conteúdos educativos prioritários

Conteúdo 1

Conteúdo 2

Conteúdo 3

Conteúdo 4

Conteúdo 5

34. O que precisa ser provado na prática

Provas visuais recomendadas

35. Checklist operacional geral

Marca e mensagem

Social

Site	Depois
SEO	Depois
Prova e conteúdo	37. Regra final de decisão
Operação	38. Fechamento
36. Ordem recomendada de execução	Frase final do manual
Primeiro	Linha-mãe de encerramento

REVERIA

Manual Geral da Marca e da Transição

Versão 1.0

1. O que é este documento

Este é o manual central da transição de **Camila Prado Beauty** para **REVERIA**.

Ele foi criado para servir como:

- manual da marca
- guia da narrativa da mudança
- plano de rollout das próximas semanas
- playbook de copy, conteúdo, site e social
- documento prático para execução diária

A regra principal é simples:

REVERIA não substitui a Camila. REVERIA é a evolução da visão da Camila.

2. Resumo executivo

Marca atual

Camila Prado Beauty

Marca futura

REVERIA

Objetivo da transição

Transformar a marca de uma identidade centrada no nome pessoal para uma marca mais forte, mais premium, mais memorável e mais escalável, sem perder:

- confiança
- calor humano
- autoridade da Camila
- continuidade comercial

O que precisa acontecer

A audiência deve sentir que:

- a Camila continua
- a qualidade continua
- o método ficou mais claro
- a marca ficou maior
- a experiência ficou mais forte

O maior risco

A mudança parecer só:

- nome bonito

- estética mais chique
- branding sem prova

A maior oportunidade

Fazer REVERIA virar:

- uma marca mais distintiva
 - uma casa maior para o método
 - uma plataforma de crescimento
 - um ativo real de autoridade e desejo
-

3. Fundamento estratégico da marca

Tese central

A Camila não deve ser percebida apenas como uma profissional que executa PMU. Ela deve ser percebida como uma especialista que **projeta harmonia facial antes de executar.**

Ideia central da marca

Projeto estético antes da execução.

Frases-mãe da marca

- **We do not start with the procedure. We start with your face.**
- **Seu rosto não é um template. Seu PMU também não deveria ser.**
- **Design before procedure.**
- **Personalized beauty guided by facial harmony.**

O inimigo da marca

A lógica commodity do mercado:

- template brows
- shape repetido
- before/after genérico
- técnica vendida como headline
- procedimento antes de análise
- trend acima de harmonia

O que a REVERIA passa a vender

- julgamento estético
- critério

- harmonia facial
 - naturalidade com intenção
 - personalização real
 - diagnóstico antes da execução
-

4. Arquitetura da marca

Modelo recomendado

Endorsed founder brand

Estrutura correta

- **Marca principal:** REVERIA
- **Assinatura transitória:** REVERIA by Camila Prado
- **Fundadora / autoridade:** Camila Prado
- **Método:** design before procedure / facial harmony / aesthetic assessment
- **Serviços:** Brows, Lips, Assessment

Regra de ouro

A confiança continua ancorada em **Camila Prado**. A expansão, sofisticação e memorabilidade passam a morar em **REVERIA**.

Frase que resume isso

Camila carrega a confiança. REVERIA carrega a expansão.

O que evitar

- lançar só como REVERIA de forma abrupta
 - fazer parecer outra empresa
 - deixar o perfil, site e booking com nomes diferentes
 - sumir com "Camila" cedo demais
-

5. O que permanece e o que evolui

Permanece

- Camila como fundadora e especialista
- cuidado autoral
- foco em naturalidade
- análise facial antes da execução
- sobrancelhas e lábios como ofertas principais
- atendimento premium e personalizado

Evolui

- nome da marca
 - clareza do método
 - percepção premium
 - universo visual e verbal
 - capacidade de crescer além do nome pessoal
 - experiência de marca como sistema
-

6. Definição objetiva da marca

Definição curta

REVERIA é uma marca de beleza personalizada fundada por Camila Prado, construída sobre análise facial, harmonia e design antes do procedimento.

Definição comercial

REVERIA by Camila Prado oferece brows, lips e aesthetic assessment com foco em harmonia facial, naturalidade e decisões estéticas personalizadas.

Definição aspiracional

REVERIA é a casa do método da Camila, onde beleza não começa no procedimento, começa na leitura do rosto.

7. Posicionamento, promessa e prova

Promessa central

PMU planejado ao redor da estrutura facial, traços e objetivos estéticos da cliente, para que o resultado fique harmonioso, intencional e certo para ela, não copiado de um padrão.

Provas da promessa

- análise facial antes da indicação
- visagismo em vez de template
- decisão guiada por adequação, não por impulso da cliente
- raciocínio estético explicado
- before/after com lógica e contexto
- assessment como etapa real de decisão

Resultado emocional

- segurança
- confiança
- sensação de ser vista de verdade
- tranquilidade de estar sendo guiada

Resultado funcional

- melhor decisão de procedimento
 - menor risco de resultado genérico
 - mais coerência facial
 - melhor alinhamento entre expectativa e resultado
-

8. Guardrails, o que a marca nunca pode fazer

1. Não deixar a Camila desaparecer atrás da estética.
2. Não parecer vaidade ou rename vazio.
3. Não falar mais sofisticado do que a prova sustenta.
4. Não usar "arquitetura", "visagismo" e "harmonia" como fumaça.
5. Não premiumizar de forma fria ou elitista.
6. Não confundir a audiência sobre dona, atendimento, preços ou continuidade.
7. Não substituir prova por manifesto.

Pergunta de pressão permanente

Por que isso não é só PMU com branding melhor?

Toda peça de comunicação relevante precisa ajudar a responder isso.

9. Direção visual da marca, nível estratégico

Sensação visual desejada

A REVERIA deve parecer:

- refinada
- calma
- inteligente
- feminina sem clichê
- premium sem ostentação
- técnica sem frieza

Referência de linguagem visual

- quiet luxury
- editorial beauty
- close-ups elegantes
- luz limpa e sofisticada
- composição minimalista com detalhe forte
- textura de pele, naturalidade, sutileza, precisão

O que evitar visualmente

- estética gritante demais
- excesso de dourado "luxo fake"
- feed com cara genérica de clínica
- excesso de texto rebuscado em arte
- antes/depois sem contexto algum

Direção de foto e vídeo

- rosto e expressão importam mais que layout chamativo
- mostrar processo, não só resultado
- mãos, desenho, observação, consulta, marcações e escolha
- foco em intenção, não em espetáculo

Direção tipográfica, nível de marca

- títulos elegantes, limpos e seguros
- apoio legível, sem rebuscamento desnecessário
- contraste entre sofisticação e clareza

Direção cromática, sugestão de apresentação

Como ponto de partida visual para materiais da transição:

- off-white / marfim
- taupe / areia sofisticada
- espresso / marrom profundo
- rose muted / nude rosado fechado
- acento ameixa ou vinho profundo, se fizer sentido

Observação: essas cores servem como **direção visual de apresentação**, não como identidade definitiva obrigatória.

10. Naming na transição

Janela recomendada

30 a 45 dias de naming transitório.

Fase 1

Camila Prado Beauty | becoming REVERIA

Uso:

- stories
- teasers
- posts iniciais
- destaque fixo

Fase 2

REVERIA by Camila Prado

Uso:

- Instagram name
- bio
- hero do site
- pinned posts
- landing pages
- assinatura institucional

Fase 3

REVERIA Com apoio secundário:

- Founded by Camila Prado

- by Camila Prado

Uso:

- homepage consolidada
- rodapé
- materiais institucionais
- parcerias

Regra de consistência

Durante a transição, o nome precisa ser consistente em:

- Instagram
 - site
 - booking
 - Google Business Profile
 - link-in-bio
 - Facebook
 - TikTok / Pinterest, se ativos
 - assinatura de email
 - WhatsApp, se usado
-

11. Bio, profile e headlines prontas

Nome do perfil, fase transitória

REVERIA by Camila Prado

Bio opção 1

REVERIA by Camila Prado Personalized brows, lips, and facial harmony Design before procedure Founder: Camila Prado [booking link]

Bio opção 2

From Camila Prado Beauty to REVERIA A more refined home for personalized PMU Brows, lips, and aesthetic assessment [booking link]

Bio opção 3

A new phase is beginning: REVERIA by Camila Prado Same specialist, same care, clearer method Personalized brows, lips, and facial harmony [booking link]

Versão em português

REVERIA by Camila Prado Brows, lips e harmonia facial personalizada Design antes do procedimento Fundadora: Camila Prado [booking link]

Nota curta para destaque fixo / post pinado

Camila Prado Beauty is evolving into REVERIA. Same founder, same specialist, same commitment to natural and personalized results. The new name gives a bigger home to the method: design, harmony, and analysis before procedure.

12. Manifesto curto da mudança

Versão curta

Camila Prado Beauty está evoluindo para REVERIA.

O trabalho continua com a mesma especialista, o mesmo cuidado e a mesma busca por resultados naturais e personalizados.

O que muda é a casa da marca.

REVERIA representa melhor a filosofia por trás do trabalho: análise antes do procedimento, harmonia antes do padrão e decisões estéticas guiadas pelo rosto da cliente, não por templates.

Versão média

Camila Prado Beauty nasceu de uma relação direta de confiança com o trabalho da Camila. Com o amadurecimento do método, da visão e da forma de conduzir cada caso, a marca precisava de um nome que representasse algo maior do que um serviço.

REVERIA nasce como a evolução natural dessa trajetória.

A Camila continua à frente, como fundadora, especialista e rosto da assinatura técnica. O cuidado continua o mesmo. A diferença é que agora a marca passa a expressar com mais clareza o que sempre sustentou o trabalho: personalização real, análise facial, harmonia e design antes da execução.

13. FAQ público da transição

Por que Camila Prado Beauty está virando REVERIA?

Porque a marca evoluiu além de um negócio guiado pelo nome pessoal e por serviços isolados. REVERIA representa melhor o método por trás do trabalho: análise personalizada, harmonia facial e design antes da execução.

A Camila continua sendo a especialista?

Sim. Camila Prado continua como fundadora, especialista e rosto da marca.

É uma nova empresa ou uma nova dona?

Não. É o mesmo negócio evoluindo para uma estrutura de marca mais forte e mais intencional.

Os serviços mudaram?

Os serviços principais continuam: brows, lips e assessment. O que fica mais claro é o método e a filosofia por trás de cada recomendação.

Meus agendamentos, touch-ups e histórico continuam válidos?

Sim. Clientes atuais, agendamentos, histórico e acompanhamento seguem normalmente.

Por que não manter o nome antigo?

Porque Camila Prado Beauty estava muito amarrada ao nome pessoal. REVERIA cria uma casa mais forte, premium e expansível para o método, sem apagar a Camila da história.

O que permanece igual?

- Camila Prado
- cuidado personalizado
- foco em naturalidade

- orientação premium
- análise antes da decisão

O que melhora?

- clareza de posicionamento
- força do método
- educação sobre serviços
- consistência visual e verbal
- autoridade de longo prazo

Mudou o preço?

A mudança principal é de marca e clareza de posicionamento. Qualquer decisão comercial deve ser comunicada por valor real, não escondida atrás do rebrand.

14. Manual de voz e tom

A marca deve soar como

- calma
- segura
- precisa
- sofisticada
- humana
- observadora
- firme sem arrogância

A marca não deve soar como

- clínica fria
- beauty brand genérica
- manifesto vazio
- luxo exagerado
- técnica inacessível
- guru de estética

Estrutura de frase recomendada

- curta a média
- clara
- elegante
- sem excesso de jargão
- sempre conectando conceito com benefício real

Fórmula de mensagem ideal

1. observação
2. contraste
3. explicação simples
4. benefício concreto
5. CTA suave ou firme, conforme contexto

Exemplos de boa linguagem

- Nem toda sobancelha bonita faz sentido para o seu rosto.
- A técnica importa, mas a decisão certa importa ainda mais.
- Aqui, o procedimento não vem antes da análise.
- Naturalidade não é copiar um shape discreto. É criar algo coerente com você.

Palavras a favorecer

- harmonia
- estrutura
- proporção
- leitura facial
- design
- assessment
- direcionamento estético
- personalizado
- natural e intencional

Palavras a usar com cuidado

- arquitetura
- visagismo
- projeto estético

Elas só funcionam quando acompanhadas por explicação clara e prova prática.

15. Message house resumida

Core message

Beleza personalizada guiada por análise facial, harmonia e design antes do procedimento.

O que a audiência deve entender

- Camila continua
- REVERIA é uma evolução, não ruptura
- a marca ficou maior porque o método amadureceu
- o diferencial está na decisão, não só na execução

Provas prioritárias para comunicação

- consulta e assessment
 - before/after com raciocínio
 - conteúdo “why I said no”
 - explicação de por que um rosto recebe X e outro Y
 - lógica por trás de brows e lips
-

16. Estrutura do site

Navegação recomendada

- Home
- Assessment
- Brows
- Lips
- About Camila
- Results
- Book
- Transition / Brand Story

Objetivo do site durante a transição

1. explicar sem confundir
 2. converter sem perder confiança
 3. proteger busca de marca antiga e nova
 4. sustentar a percepção premium com prova real
-

17. Copy da homepage

Hero title

REVERIA by Camila Prado

Hero subtitle

Personalized permanent makeup guided by facial harmony, not templates.

Linha de apoio

We do not start with the procedure. We start with your face, your structure, and the result that makes sense for you.

CTA principal

Book your Assessment

CTA secundário

Explore Brows and Lips

Bloco de transição

Camila Prado Beauty is becoming REVERIA A more refined brand for the same specialist-led, personalized process.

Bloco de posicionamento

Design before procedure Every recommendation begins with analysis, proportion, and aesthetic direction, not a one-size-fits-all shape.

Bloco “por que isso importa”

- more natural results

- better decisions before PMU
- less risk of generic outcomes
- a process built around your face

Bloco de serviços

Assessment

A primeira etapa para quem quer clareza, direcionamento e uma recomendação certa para o próprio rosto.

Brows

Sobancelhas guiadas por estrutura, expressão e proporção, não por shapes padronizados.

Lips

Lábios pensados com estratégia de forma, cor e presença facial, para um resultado refinado e coerente.

Bloco da fundadora

Meet Camila Prado Founder of REVERIA and specialist in personalized facial harmony for brows and lips.

Bloco de prova

Use:

- healed results
- before/after with reasoning
- testimonials
- method/process explanation

CTA final

Start with the right aesthetic direction

18. Copy da página About / Founder

H1

Meet Camila Prado, founder of REVERIA

Texto base

Camila Prado founded REVERIA as the natural evolution of a practice built on trust, personalization, and facial harmony.

What began as Camila Prado Beauty grew into something that needed a clearer and stronger brand home, one that could better represent the method behind the work: analysis before procedure, design before execution, and beauty guided by what truly suits each face.

Camila remains the founder, specialist, and visible force behind REVERIA.

Bloco adicional

What REVERIA stands for A more intentional beauty experience, where brows and lips are not chosen by trend or template, but through aesthetic direction, observation, and individualized design.

19. Copy da página Assessment

H1

Assessment comes before the right procedure

Subheadline

Not every face needs the same design, and not every client needs the procedure they initially ask for.

Copy principal

The REVERIA Assessment is the first step for clients who want clarity before commitment.

This is where facial structure, proportions, asymmetries, goals, natural features, and aesthetic direction are analyzed before deciding what should be done and how.

O que é analisado

- facial structure
- symmetry and visual balance
- current brow or lip condition
- desired outcome
- lifestyle and maintenance expectations

O que a cliente recebe

- clearer direction
- better procedure recommendation
- more confidence in the decision
- a more personalized path

CTA

Book your Assessment

20. Copy da página Brows

H1

Brows designed for your face, not for a template

Subheadline

Brow work should frame the face with balance, softness, and coherence, not repeat a standard shape.

Copy principal

At REVERIA, brow design starts with structure, expression, spacing, proportion, and how the brow interacts with the rest of the face.

Technique matters, but suitability comes first.

Mensagens-chave

- brow shape influences expression
- personalized mapping creates better harmony
- natural-looking results require restraint and judgment

CTA

Explore your best brow direction

21. Copy da página Lips

H1

Lip design guided by balance, tone, and facial harmony

Subheadline

Elegant lip work should enhance presence and definition without overpowering the face.

Copy principal

At REVERIA, lip decisions are based on anatomy, natural pigmentation, undertone, contour balance, and the kind of result that makes sense for each client.

The goal is not exaggerated change. It is refined enhancement.

CTA

Find the right lip approach for your features

22. Página pública da transição

Slug sugerido

/camila-prado-beauty-to-reveria

H1

Camila Prado Beauty is becoming REVERIA

Estrutura sugerida

1. por que a marca mudou
2. o que permanece igual
3. o que fica melhor
4. quem é a REVERIA
5. FAQ da mudança
6. CTA para seguir a nova fase

Objetivo dessa página

- responder dúvidas públicas
 - sustentar branded search antiga + nova
 - centralizar explicação da mudança
 - evitar confusão no tráfego
-

23. SEO, redirects e consistência

Objetivo de SEO

Transferir autoridade de Camila Prado Beauty para REVERIA sem perder equity de busca de marca nem confundir Google e usuários.

Regra de naming para SEO

Durante 4 a 6 semanas usar: **REVERIA by Camila Prado**

Quando útil, usar apoio: **formerly Camila Prado Beauty**

Title tag sugerida da home

REVERIA by Camila Prado | Personalized PMU, Brows, Lips & Facial Harmony

Meta description sugerida

REVERIA by Camila Prado offers personalized brows, lips, and facial harmony guided by analysis before procedure. Formerly Camila Prado Beauty.

Regras técnicas

- uma grafia canônica: REVERIA
- manter Camila Prado indexada na About, Founder e página de transição
- atualizar titles, metas, OG tags, schema, image alts
- não alternar grafias diferentes da marca

Redirects

Se o domínio mudar, usar 301 page-to-page para:

- home
- about

- brows
- lips
- booking
- assessment
- blog posts

Nunca redirecionar tudo para a home.

Checklist de consistência

- Instagram
- site header/footer
- booking platform
- GBP
- link-in-bio
- email signature
- WhatsApp greeting
- Facebook/TikTok/Pinterest, se ativos

Conteúdos-ponte de SEO

1. Why Camila Prado Beauty Is Becoming REVERIA
 2. What REVERIA Means and What Stays the Same
 3. Why Personalized PMU Starts With Facial Analysis
 4. Design Before Procedure: The Method Behind REVERIA
 5. What Changes When Beauty Starts With Assessment, Not Impulse
-

24. Rollout, visão geral de 6 semanas

Semana 1, preparação silenciosa

Objetivo: alinhar tudo antes do anúncio.

Fazer

- fechar naming
- ajustar bio
- preparar FAQ
- alinhar scripts de atendimento
- preparar posts e stories
- alinhar site mínimo
- preparar highlight da mudança

Semana 2, anúncio oficial

Objetivo: explicar antes de vender.

Fazer

- reel da Camila
- carrossel "por que mudou"
- stories FAQ
- 3 posts fixados
- atualizar bio para fase 2

Semana 3, continuidade e significado

Objetivo: reforçar confiança.

Fazer

- o que permanece igual
- o que evoluiu
- método e visão
- bastidores e presença da Camila

Semana 4, ativação de posicionamento

Objetivo: usar a nova marca para atrair.

Fazer

- reels de autoridade
- carrosséis educativos
- contraste com a categoria
- CTA para assessment

Semana 5, consolidação

Objetivo: REVERIA começar a dominar visualmente.

Fazer

- site mais REVERIA-led
- prova de método
- depoimentos
- conteúdo evergreen

Semana 6, estabilização

Objetivo: parar de parecer “mudança de nome” e virar “marca estabelecida”.

Fazer

- menos explicação institucional
 - mais autoridade prática
 - mais raciocínio, mais prova, mais resultado comentado
-

25. 3 posts fixados, prontos

Post fixado 1, anúncio

Headline

Camila Prado Beauty is becoming REVERIA

Caption

A new phase begins.

Camila Prado Beauty is evolving into REVERIA, a stronger brand home for the same specialist-led work you already know and trust.

Camila remains the founder, specialist, and face behind every result.

What changes is the structure around the work: a clearer method, stronger positioning, and a brand that better represents analysis, harmony, and design before procedure.

This is not a break. It is an evolution.

Save the new name: **REVERIA**.

CTA

Save this post and stay with us for the next chapter.

Post fixado 2, por que a marca mudou

Headline

Why the brand changed

Caption

The work evolved, and the brand needed to evolve with it.

Camila Prado Beauty was built on trust in Camila's work. REVERIA is the next step, a name that better represents the philosophy behind that work: personalized beauty guided by facial harmony, not templates.

Same founder. Same care. Clearer method.

CTA

Share this with someone who has followed this work for a while.

Post fixado 3, o que REVERIA significa

Headline

What REVERIA means in practice

Caption

REVERIA means beauty that starts with observation, analysis, and direction.

It means the procedure does not come first. The face does.

It means brows and lips are not treated like presets, but like decisions that should suit the person wearing them.

CTA

Follow REVERIA for personalized beauty guided by facial harmony.

26. Calendário de conteúdo, 4 semanas iniciais

Semana 1

Post 1, reel teaser

Hook: **Something is evolving.** Ângulo: curiosidade, mudança com significado. CTA: Stay close.

Post 2, carrossel

Tema: **Why some brands outgrow their name** CTA: Save this.

Stories

- bastidores sutis
- enquete: what matters more, technique or judgment?
- caixa: what do you value most in a beauty specialist?

Semana 2

Post 1, reel anúncio

Tema: Camila anuncia a mudança. CTA: Save the new name.

Post 2, carrossel explicativo

Slides:

1. We're evolving
2. Why the change
3. What stays the same
4. What gets better
5. Camila remains the founder
6. Welcome to REVERIA

Post 3, story FAQ + caixinha

Perguntas:

- is Camila still here?
- are services changing?
- why REVERIA?

Semana 3

Post 1, reel método

Hook: **I do not start with the procedure. I start with your face.** CTA: Follow for personalized beauty.

Post 2, carrossel

Tema: **Procedure vs aesthetic project** CTA: Save for later.

Post 3, reel founder vision

Tema: why REVERIA is a bigger home for the method. CTA: Stay for the new phase.

Semana 4

Post 1, case breakdown reel

Tema: resultado + raciocínio. CTA: Book with intention.

Post 2, carrossel educativo

Tema: what I analyze before designing brows or lips. CTA: Save if you value personalized beauty.

Post 3, myth-busting reel

Tema: natural does not mean the same thing for every face. CTA: Share with someone who still thinks PMU starts with the procedure.

27. 12 ideias de posts prontas

1. Not every beautiful brow was designed for your face.

Formato: reel CTA: Follow for facial harmony, not templates.

2. Camila Prado Beauty is becoming REVERIA.

Formato: reel CTA: Save the new name.

3. Why the brand changed.

Formato: carrossel CTA: Share with someone who has followed this journey.

4. What REVERIA means in practice.

Formato: carrossel CTA: Save this.

5. I do not start PMU with a needle. I start with a project.

Formato: reel CTA: Follow for a more intentional approach to beauty.

6. The most premium thing in PMU is not the technique. It is the diagnosis.

Formato: reel CTA: Share with someone tired of generic PMU.

7. Procedure vs aesthetic project.

Formato: carrossel CTA: Save for your next beauty decision.

8. What I analyze before designing your brows.

Formato: carrossel CTA: Save if you value personalized results.

9. Natural means different things on different faces.

Formato: reel CTA: Share this with someone who wants subtle beauty done right.

10. Why I said no.

Formato: reel CTA: Follow for honest guidance before procedure.

11. What stays the same after REVERIA.

Formato: carrossel CTA: Stay with us for the next chapter.

12. The face comes first.

Formato: reel manifesto CTA: Book your assessment.

28. Roteiro do vídeo principal de anúncio

Duração ideal

45 a 75 segundos

Estrutura

Cena 1, abertura

“Camila Prado Beauty está evoluindo para REVERIA.”

Cena 2, por que a mudança

“Com o tempo, meu trabalho deixou de ser apenas sobre executar um procedimento. Ele passou a ser cada vez mais sobre analisar, orientar e criar algo realmente certo para cada rosto.”

Cena 3, o que REVERIA representa

“REVERIA nasce como uma marca que representa melhor essa filosofia: harmonia facial, design antes do procedimento e uma beleza muito mais personalizada.”

Cena 4, o que permanece

“A especialista continua a mesma. O cuidado continua o mesmo. Eu continuo aqui, à frente de tudo.”

Cena 5, o que melhora

“O que muda é a clareza da marca, da experiência e do método.”

Cena 6, fechamento

“Então, se você conhecia Camila Prado Beauty, bem-vinda à nova fase: REVERIA.”

Fechamento em tela

Same founder. Same care. Clearer method.

29. Roteiro de stories para o dia do anúncio

Story 1

Texto: **A new phase begins.** Vídeo da Camila olhando para a câmera.

Story 2

Texto: **Camila Prado Beauty is becoming REVERIA**

Story 3

Falado: "Isso não significa que eu estou saindo ou que o trabalho mudou de essência."

Story 4

Falado: "Significa que a marca evoluiu para representar melhor o método por trás do que eu faço."

Story 5

Texto: **Same founder. Same specialist. Same care.**

Story 6

Caixinha Pergunta: **What would you like to know about this new phase?**

30. Roteiro de reel sobre método

Hook

I do not start with the procedure. I start with your face.

Desenvolvimento

- "Nem toda cliente precisa do procedimento que acha que precisa."
- "Nem toda sobrancelha bonita faz sentido para todo rosto."
- "Nem toda decisão estética deveria começar na técnica."
- "Na REVERIA, a análise vem antes."

Fechamento

That is the difference between procedure-led beauty and personalized beauty.

CTA: Follow REVERIA for a more intentional approach to brows and lips.

31. Scripts curtos de atendimento

Resposta curta para DM sobre mudança de nome

Oi! A Camila continua à frente normalmente. 😊 A marca está evoluindo de Camila Prado Beauty para **REVERIA**, que representa melhor o método, a análise e a proposta de beleza personalizada por trás do trabalho. Os serviços seguem, o cuidado segue, e essa é a nova fase da mesma especialista em quem vocês já confiam.

Resposta curta para cliente insegura

Entendo totalmente a dúvida. A mudança é de marca e posicionamento, não de especialista. A Camila continua sendo a fundadora e a profissional responsável pelo trabalho. REVERIA é a nova casa da mesma expertise, agora com uma proposta mais clara sobre análise, harmonia e design antes do procedimento.

Resposta para “mudou o preço?”

A principal mudança aqui é de marca e clareza do método. Qualquer decisão comercial é comunicada com transparência e sempre conectada à experiência e ao valor real entregue, não apenas ao nome.

32. Highlight covers e destaques sugeridos

Destaques fixos

- NEW NAME
- ABOUT
- BROWS
- LIPS
- ASSESSMENT
- RESULTS
- FAQ

Destaque NEW NAME

Deve conter:

- anúncio da mudança
 - por que REVERIA
 - o que permanece
 - perguntas frequentes
 - vídeo curto da Camila
-

33. Conteúdos educativos prioritários

Conteúdo 1

Why Camila Prado Beauty Is Evolving Into REVERIA Objetivo: explicar a mudança.

Conteúdo 2

What REVERIA Means in Practice Objetivo: transformar nome em método.

Conteúdo 3

Why Personalized PMU Starts With Facial Analysis Objetivo: reforçar o diferencial verdadeiro.

Conteúdo 4

Design Before Procedure: The Method Behind REVERIA Objetivo: provar que existe um processo.

Conteúdo 5

What Changes When Beauty Starts With Assessment, Not Impulse Objetivo: vender a lógica da assessment.

34. O que precisa ser provado na prática

Para a REVERIA ter legitimidade, a marca precisa mostrar:

1. que existe um processo realmente diferente
2. que a Camila decide melhor, não só executa bem
3. que a personalização é visível e explicável
4. que a assessment muda decisões de verdade
5. que a marca melhora a experiência, não só a embalagem

Provas visuais recomendadas

- consulta e análise
 - antes/depois comentado
 - caso em que a recomendação mudou
 - conteúdo "why I said no"
 - healed results com contexto
-

35. Checklist operacional geral

Marca e mensagem

- aprovar definição oficial da REVERIA
- aprovar a frase curta da transição
- aprovar naming por fase
- aprovar FAQ público

Social

- atualizar nome e bio
- preparar 3 posts fixados
- subir highlight NEW NAME
- organizar 4 a 6 semanas de calendário
- gravar vídeo principal da Camila

Site

- atualizar homepage
- criar página da transição
- ajustar About / Founder
- revisar pages de Brows, Lips e Assessment
- alinhar CTAs

SEO

- revisar titles e metas
- preparar 301 redirects, se houver mudança de domínio
- manter menção à marca antiga durante a janela de ponte
- alinhar schema, OG e alts

Prova e conteúdo

- registrar método em etapas claras
- separar casos para breakdown
- criar peça "why I said no"
- produzir conteúdos de análise facial

Operação

- alinhar booking display name
 - alinhar Google Business Profile
 - alinhar assinatura de email
 - alinhar mensagem de WhatsApp
 - garantir que agendamentos e histórico não gerem confusão
-

36. Ordem recomendada de execução

Primeiro

- naming
- bio
- FAQ
- vídeo de anúncio
- página da transição

Depois

- pinned posts
- homepage
- stories FAQ
- conteúdo do método
- conteúdo de prova

Depois

- SEO bridge content
 - collabs
 - consolidar REVERIA dominante
-

37. Regra final de decisão

Se qualquer peça da transição fizer a audiência sentir que:

- a Camila sumiu
- a marca ficou fria
- o nome mudou mais do que o valor
- o branding subiu mais do que a prova

então a peça está errada.

Se a peça fizer a audiência sentir que:

- a Camila continua
- a experiência ficou mais clara
- a marca ficou maior
- o método ficou mais visível
- a beleza ficou mais intencional

então ela está certa.

38. Fechamento

A REVERIA não deve nascer como “uma nova marca bonita”. Ela deve nascer como:

- a nova estrutura de uma expertise já comprovada
- a expressão mais madura da visão da Camila
- uma marca que torna o método mais claro
- uma marca que usa sofisticação com prova

Frase final do manual

A especialista continua. O método fica mais claro. A marca fica maior.

Linha-mãe de encerramento

Camila carrega a confiança. REVERIA carrega a expansão.

Documento gerado para orientar a transição Camila Prado Beauty → REVERIA com foco em clareza, prova, consistência e execução.