

MENTORIA AO VIVO · IMAGEM, REDES E PATROCÍNIO

O ATLETA QUE ATRAI PATROCINADORES

NÃO BASTA GANHAR. PRECISA SER VISTO

Ayrton Senna morreu em 1994. O Banco Nacional, que estampava o boné dele, sofreu intervenção do Banco Central no ano seguinte e deixou de existir. Mais de trinta anos depois, o boné azul continua à venda, em miniatura, em réplica e em homenagem.

Senna tinha a maior televisão do país a favor, mas não ficava nos holofotes por acaso. Trabalhava para estar neles e escolhia a imagem que queria passar. Na época dele, um atleta amador, com pouca gente em volta e sem rede social, quase não tinha como atrair uma marca. Hoje a mídia saiu da televisão e foi para a palma da sua mão. Quem controla o crescimento do seu canal é você.

Este material nasceu de uma mentoria ao vivo da Atleta Pro Academy com Diogo Moraes, especialista em marketing e inteligência artificial, e Nicholas Pasqualetto, treinador mental de atletas. Não é fácil. Mas as ferramentas estão com você.

COMO USAR

CELULAR DO LADO

Vários exercícios pedem que você abra o seu perfil e olhe com os olhos de quem não te conhece. Faça com o perfil aberto, não de memória.

UM PILAR POR DIA

São cinco pilares. Dá para fazer em uma semana e começar o plano de 30 dias da página 17 na seguinte.

SINCERIDADE

Ninguém vai ler as suas respostas. A marca vai ler o seu perfil. Melhor o diagnóstico duro vir de você.

REFAÇA EM 90 DIAS

O diagnóstico da página 16 tem coluna de revisão. Compare as notas e veja o que mudou de verdade.

VOCÊ É VISTO OU É INVISÍVEL?

Quase todo atleta tem rede social. A maioria é invisível. Ter perfil não é a mesma coisa que ter um perfil que atrai.

Neste manual, rede social é o Instagram. TikTok e YouTube contam, mas é no Instagram que as marcas mais procuram atleta para patrocinar. E é nele que a diferença entre os dois caminhos abaixo aparece em poucos segundos.

ATLETA INVISÍVEL

1. Posta só quando ganha
2. Bio que não explica quem ele é
3. Mostra só o resultado
4. Ninguém acha no Google

Existe para quem já conhece. Para a marca, não existe.

ATLETA QUE ATRAI

1. Posta toda semana, às vezes todo dia
2. Bio clara sobre o que faz
3. Mostra a rotina e conta a história
4. Aparece no Google e na imprensa

É encontrado por quem ainda não conhece.

A PERGUNTA PARA RESPONDER AGORA

Abra o seu perfil e role os últimos 12 posts. Quantos mostram resultado e quantos mostram rotina, treino, história ou algo que você sabe ensinar? Escreva os dois números e o que eles dizem sobre você.

CINCO PILARES PARA ATRAIR MARCAS E FÃS

A ordem importa. Cada pilar se apoia no anterior, e o patrocínio é o último da fila, não o primeiro.

01

IMAGEM FORTE

Um perfil que mostra quem você é em três segundos.

02

POSICIONAMENTO

Como as pessoas vão lembrar de você. Sua história, o que o fã quer ver e o que a marca procura.

03

CRESCER NAS REDES

Constância com números fixos, a rotina acima do resultado e um vídeo que vira dez conteúdos.

04

RELEVÂNCIA

Ser conhecido além do seu perfil: a sua turma, o seu esporte, o Google, a imprensa e a inteligência artificial.

05

MARCAS E FÃS

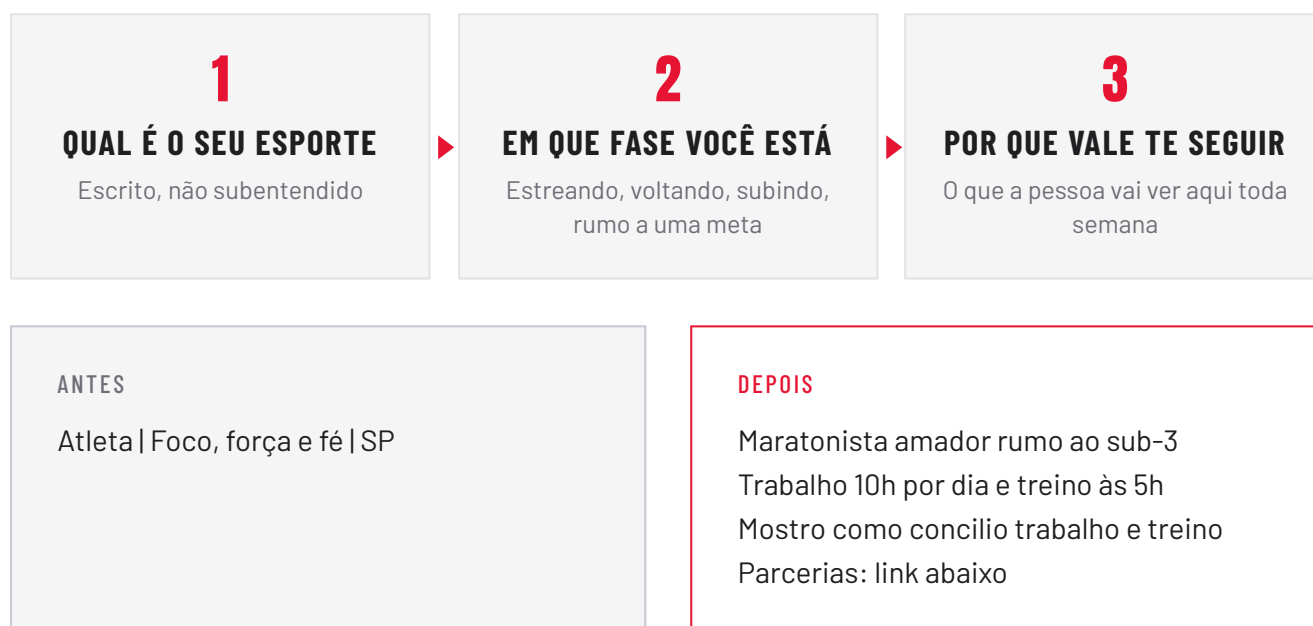
O resultado de tudo isso. O que a marca procura em você e como chamar a atenção dela antes de pedir.

PILAR 01

IMAGEM FORTE: O TESTE DOS TRÊS SEGUNDOS

Quem abre o seu perfil decide em três segundos, talvez menos, se vai seguir. O gerente de marketing que está avaliando atletas decide no mesmo tempo.

Nesses três segundos, a pessoa precisa entender três coisas. Se precisar decifrar, ela sai.



A bio da direita responde as três perguntas: o esporte (maratona), a fase (amador, rumo ao sub-3) e o motivo para seguir (ver alguém que trabalha o dia inteiro e ainda assim treina como atleta). O link leva para um lugar só, de preferência o seu site, com WhatsApp e contato.

OS TRÊS POSTS FIXADOS SÃO A SUA VITRINE

Um atleta da Academy trocou os fixados de foto solta por carrossel e passou a escolher os três com estratégia: um com a sua história, um com o que você faz de diferente e um com o que você já conquistou. Cada um com uma chamada que faça a pessoa querer ler.

PILAR 01 - EXERCÍCIO

A SUA BIO EM TRÊS SEGUNDOS

Copie a sua bio de hoje, sem retoque. Depois escreva a nova, uma linha para cada pergunta do teste.

A BIO DE HOJE

A BIO NOVA

Meu esporte

Minha fase

Por que me seguir

Para onde o link leva

O TESTE DE VERDADE

Mostre o perfil novo por três segundos para três pessoas que não acompanham o seu esporte. Tire o celular da mão delas e pergunte o que entenderam.

PESSOA	O QUE ELA ENTENDEU
1	
2	
3	

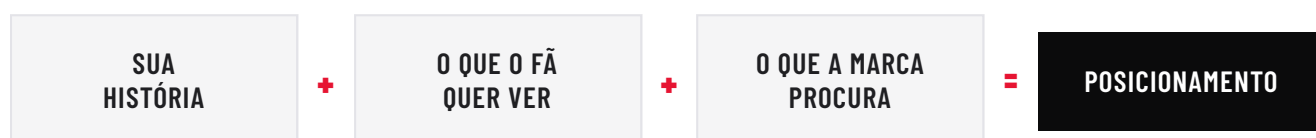
OS TRÊS POSTS QUE VÃO FICAR FIXADOS, E A CHAMADA DE CADA UM

PILAR 02

SEJA LEMBRADO POR UMA COISA

Posicionamento é como as pessoas lembram de você. Não é "corredor amador". É "o corredor que trabalha 10 horas por dia e melhora o tempo na maratona".

Ele nasce da soma de três coisas. Olhar só para a sua história vira diário. Olhar só para o fã vira trend. Olhar só para a marca vira anúncio. O posicionamento é o ponto onde as três se encontram.



Você não muda a sua história. Você escolhe como contá-la. E olha para as marcas do seu esporte: não para virar cópia delas, mas para não se posicionar no sentido contrário do que elas defendem. Quem avalia patrocínio procura atleta com perfil parecido com o da marca.

O SEU NORMAL É RARO PARA OS OUTROS

Um atleta da Academy é policial e compete no lançamento de martelo. Existem muitos arremessadores e muitos policiais. Quantos são as duas coisas? Um vídeo sobre a rotina de quem vive as duas furaria a bolha do esporte dele. Para você, a sua rotina é normal porque você a vive todo dia. Quem não vive acha interessante justamente porque não conhece.

MAIS DO MESMO NÃO FURA A BOLHA. O QUE AS PESSOAS VÃO ADMIRAR EM VOCÊ?

NICHOLAS PASQUALETTO, NA MENTORIA

PILAR 02 · EXERCÍCIO

A SOMA DO SEU POSICIONAMENTO

Preencha cada coluna com três itens. Depois circule o que aparece, de algum jeito, nas três.

MINHA HISTÓRIA	O QUE O MEU FÃ QUER VER	O QUE AS MARCAS DO MEU ESPORTE PROCURAM

--

O QUE NA SUA ROTINA É NORMAL PARA VOCÊ E RARO PARA QUEM ESTÁ DE FORA? PROFISSÃO, HORÁRIO, CIDADE, FAMÍLIA, RECOMEÇO

A FRASE PELA QUAL VOCÊ QUER SER LEMBRADO

EU SOU QUEM _____

TESTE A FRASE NA BIO

Se ela não cabe na bio da página 06, ainda está comprida demais. Posicionamento que precisa de parágrafo para ser explicado não é lembrado por ninguém.

PILAR 03

POSTAR SEMPRE VALE MAIS QUE POSTAR MUITO

O algoritmo, o fã e a marca gostam de quem aparece sempre. Quem some, recomeça do zero toda vez que volta.

ATLETA A: ENCHE O PERFIL NA SEMANA DA PROVA E SOME



ATLETA B: TRÊS POSTS POR SEMANA, O ANO INTEIRO

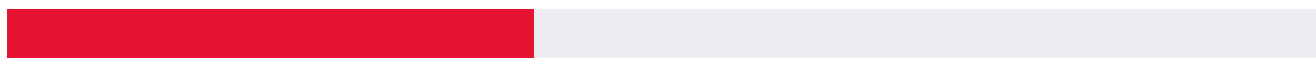


A saída é uma linha editorial com números fixos: quatro posts por semana, dois Reels e dois carrosséis, para sempre. Na semana da prova aumenta um pouco, não triplica.

FÃ NÃO SEQUE RESULTADO. SEQUE HISTÓRIA

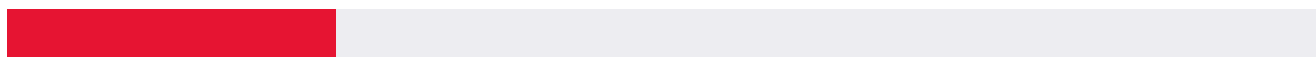
BASTIDOR E ROTINA

40%



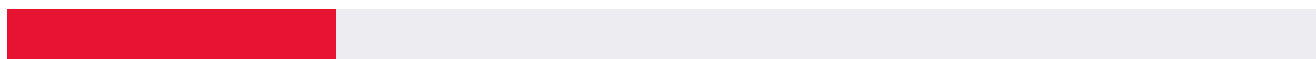
EVOLUÇÃO E METAS, INCLUSIVE AS DERROTAS

25%



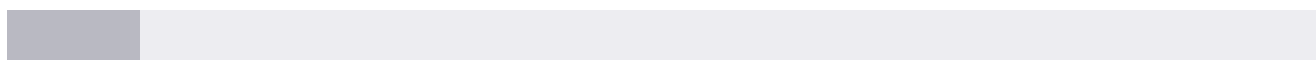
DICAS DO QUE VOCÊ SABE

25%



RESULTADOS

10%



Na maioria dos perfis de atleta a divisão está invertida, com o resultado perto de 80%. O resultado acontece poucas vezes por ano. A rotina, toda semana.

POSTE QUANDO DÁ ERRADO

O TK, dono de um canal de mais de 600 mil inscritos, correu de carro por uma temporada e postava também quando o carro quebrava e ele largava lá atrás. Os outros pilotos sumiam. Quem esconde a derrota está protegendo o ego, e o ego não traz patrocínio. Conte a derrota com verdade e sem culpar árbitro, federação ou pista.

PILAR 03 - EXERCÍCIO

OS SEUS NÚMEROS E A SUA ÁRVORE

Defina os números que você não vai negociar, nem na semana da prova, nem na semana ruim.

POSTS POR SEMANA	REELS	CARROSSÉIS	STORIES POR DIA

A ÁRVORE DE CONTEÚDO

Um vídeo longo de 20 ou 30 minutos, gravado no celular sobre um treino, uma viagem, uma prova ou uma história, é o tronco. Dele saem os galhos. A inteligência artificial lê a transcrição e sugere cortes, legendas e textos. Escolha o seu primeiro tronco e planeje os galhos.

REELS E SHORTS 3 a 5 cortes de 30 segundos	CARROSSEL As lições do vídeo, com frames	STORIES O bastidor da gravação
FOTO O melhor momento do vídeo	RELEASE A história enviada à imprensa	PATROCINADOR Um conteúdo para a marca repostar

O TRONCO: O MEU PRIMEIRO VÍDEO LONGO VAI SER SOBRE

USE O REELS DE TESTE

O Instagram permite publicar um Reels como teste, mostrado primeiro para quem não te segue. Uma mãe que administra o perfil do filho bailarino passou a publicar um por dia. Um trecho de aula na barra trouxe, segundo ela, mais de 10 mil seguidores. Pegue o Reels que foi bem, mude um detalhe e teste de novo, ou transforme em carrossel com os frames do próprio vídeo.

PILAR 04

SEJA CONHECIDO ALÉM DO SEU PERFIL

Tudo começa no perfil. Sem ele bem montado, nenhuma das outras camadas funciona. Mas quem fica só nele depende de um terreno que é alugado.

1

SEU PERFIL

Postar sempre e contar a sua história

2

SUA TURMA

Vídeos em collab com outros atletas, treinador e equipe

3

SEU ESPORTE

Eventos marcados, entrevistas, a comunidade da modalidade

4

FORA DAS REDES

Google, site próprio, imprensa e inteligência artificial

Na semana do Olympia, o treinador de Lucas Garcia, vice-campeão da categoria 212 em 2026 e membro da Atleta Pro Academy, publicava conteúdo em collab com ele. Uma audiência somava na outra. Olhe quem treina com você e quem pode criar junto.

A MARCA PESQUISA COM IA

Empresas já usam agentes de inteligência artificial para rastrear dezenas de atletas antes de decidir. Se você só existe no Instagram, aparece pouco para esse agente. Site bem construído e matérias publicadas são o que ele encontra.

O GOOGLE NÃO SE EDITA

Uma atleta perguntou como corrigir os títulos desatualizados que aparecem quando buscam o nome dela. Não existe botão. O Google monta a resposta com o que acha publicado. Para mudar a resposta, publique mais: matérias, portais locais, o seu site.

PILAR 04 - EXERCÍCIO

O MAPA DAS SUAS CAMADAS

Antes de tudo, pesquise o seu nome completo no Google e pergunte a uma inteligência artificial quem é você. Anote o que aparece, inclusive o que está errado.

ONDE BUSQUEI	O QUE APARECEU SOBRE MIM
Google	
Inteligência artificial	

TRÊS PESSOAS PARA UM CONTEÚDO EM COLLAB

QUEM	A IDEIA DO CONTEÚDO JUNTOS

FORA DAS REDES

Veículo pequeno gosta de receber a história pronta. Uma matéria sobre você num portal pode ser republicada pelo jornal da sua cidade, e cada republicação é mais um lugar onde o Google e a IA te encontram.

ONDE	O PRÓXIMO PASSO E A DATA
Jornal, portal ou rádio da minha cidade	
Evento ou entrevista do meu esporte	
Meu site próprio	

PILAR 05

O QUE A MARCA PROCURA EM VOCÊ

Entender por que uma empresa patrocina um atleta muda o conteúdo que você cria e a conversa que você tem com ela.

01 PÚBLICO CERTO

Seguidores parecidos com o cliente dela. Uma marca de ciclismo procura quem fala com ciclista.

02 VALORES

Você representa o que ela acredita. A superação que só o atleta passa, a marca quer emprestada.

03 CONTEÚDO

Fotos e vídeos que ela possa usar e repostar. Você cria para você e para ela ao mesmo tempo.

04 CONSTÂNCIA

Quem não foi constante até hoje dificilmente vai ser depois do contrato. A marca sabe disso.

A MARCA NÃO COMPRA SEGUIDOR. COMPRA O PÚBLICO CERTO.

DIOGO MORAES, NA MENTORIA

Um milhão de views em dancinha e trend atrai um público que não compra dela, e a marca percebe na primeira olhada. Comprar seguidor é pior ainda: o algoritmo se perde e o engajamento morre. Mil seguidores reais valem mais que dez mil falsos. Perfis pequenos com comunidade de verdade já entregam mais resultado para marcas do que perfis grandes.

O TRABALHO VEM ANTES DO CONTRATO

Muito atleta pensa: quando fechar, eu faço acontecer. Depois descobre que não consegue manter a constância e entrega mal. Chegue embalado. E quando fechar, crie para cada patrocinador um conteúdo exclusivo, tão bom que ele queira publicar no perfil dele. Marcar dez empresas num post só faz a marca olhar e seguir em frente.

PILAR 05 - EXERCÍCIO

ENTREGUE ANTES DE PEDIR

O pai de um atleta de jiu-jitsu de 10 anos contou na mentoria a estratégia da família. Antes de qualquer contato, eles gravam um vídeo bem feito com o produto da marca que querem e publicam marcando a empresa. Com uma rede de hamburguerias, o vídeo do filho falando do cashback do aplicativo teve resposta nos stories em menos de duas horas. Virou reunião e um contrato que já dura quase um ano. Uma marca de energético com linha infantil e outra de snack sem açúcar vieram do mesmo jeito.

PRIMEIRO ENTREGA. A CONSEQUÊNCIA VEM.

UM ATLETA DA ACADEMY, RESUMINDO O CASO

MARCA QUE EU QUERO	O QUE ELA PROCURA, PELOS ATLETAS QUE JÁ PATROCINA	O VÍDEO QUE EU ENTREGO ANTES DE PEDIR

CONTE OS POSTS DOS SEUS ÚLTIMOS 90 DIAS. SE UMA MARCA OLHASSE SÓ PARA ESSE NÚMERO, ELA CONFIARIA NA SUA CONSTÂNCIA?

O CALENDÁRIO DAS MARCAS

Muitas empresas fecham as cotas de patrocínio do ano seguinte até novembro. Quem procura depois ouve que o orçamento já foi. O perfil arrumado, o media kit pronto e o primeiro contato feito precisam acontecer antes disso.

CINCO FRASES PARA LEVAR ATÉ O PRÓXIMO POST

O manual inteiro cabe numa ideia: a marca patrocina quem já trabalha como mídia antes de ser patrocinado.

01

NÃO BASTA GANHAR. PRECISA SER VISTO.

Esporte, fase e motivo para seguir, em três segundos.

02

SEJA LEMBRADO POR UMA COISA.

Sua história, contada para o fã, perto do que a marca procura.

03

FÃ NÃO SEGUE RESULTADO. SEGUE HISTÓRIA.

Números fixos, rotina acima do pódio e a derrota contada com verdade.

04

REDE SOCIAL É ALUGUEL. SITE É CASA PRÓPRIA.

Quem existe só no Instagram some para o Google e para a IA.

05

A MARCA COMPRA O PÚBLICO CERTO.

E chega mais rápido em quem entregou antes de pedir.

QUEM NÃO É CONSTANTE COM MIL SEGUIDORES NÃO CHEGA A DEZ MIL.

NICHOLAS PASQUALETTO

DIAGNÓSTICO

COMO ESTÁ O SEU PERFIL DE ATLETA

Circule a nota de hoje em cada linha, com o perfil aberto na sua frente. Marque a data no rodapé e refaça daqui a 90 dias na coluna da direita. A diferença entre as duas colunas é a evolução medida, não sentida.

	NOTA DE HOJE, DE 0 A 10											EM 90 DIAS
IMAGEM E BIO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
POSICIONAMENTO	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
CONSTÂNCIA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
PRESENÇA FORA DO PERFIL	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
PRONTO PARA A MARCA	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

DATA DE HOJE: ____ / ____ / _____ · DATA DA REVISÃO: ____ / ____ / _____

SIGA A ORDEM DOS PILARES

A tentação é pular direto para o pilar 5 e mandar e-mail para marca. Não funciona se o pilar 1 está abaixo de 7: a marca abre o perfil, não entende em três segundos e fecha. Ataque a menor nota na ordem em que ela aparece, de cima para baixo.

A MENOR NOTA E A PRIMEIRA AÇÃO DE AMANHÃ

PLANO

OS PRÓXIMOS 30 DIAS

Uma frente por semana, na ordem dos pilares. Marque cada tarefa quando estiver feita de verdade, publicada e no ar, não quando estiver começada.

SEMANA	TAREFA	FEITO
1 • Imagem	Bio nova no ar, testada com três pessoas	☐
	Três posts fixados escolhidos, com chamada	☐
2 • Redes	Números fixos da semana cumpridos	☐
	Primeiro vídeo longo gravado e os galhos publicados	☐
3 • Relevância	Um conteúdo em collab com atleta ou treinador	☐
	Uma história enviada para um veículo da cidade	☐
4 • Site	Site no ar, com o link na bio	☐
	Um vídeo entregue a uma marca antes de pedir	☐

E O MEDIA KIT?

Ficou fora do plano porque deveria estar pronto antes dele. Se ainda não está, é o primeiro passo: sem ele, não dá para prospectar. E funciona melhor direcionado, montado para aquela marca e enviado durante a conversa.

NINGUÉM VAI BATER NA PORTA

Um atleta da Academy fechou a primeira parceria depois de trabalhar em silêncio no media kit, no Instagram e no portfólio de conquistas. O resumo dele: quem não dispara os e-mails não fica sabendo o que acontece.

A CASA PRÓPRIA

REDE SOCIAL É ALUGUEL. SITE É CASA PRÓPRIA

O Instagram pode mudar as regras ou sair do ar amanhã. O site é seu, aparece quando pesquisam o seu nome e é o link único para mandar para marca e imprensa.

Ele mostra, antes de qualquer conversa, que você leva a carreira a sério. Não precisa de milhares de visitas. Basta a visita certa.

SITE

A apresentação do atleta. História, números, frases, parceiros e contato. Público, fica no ar e no Google.

MEDIA KIT

Uma proposta de negócio. Cotas e contrapartidas, feito para uma marca e enviado durante a conversa. Cota não vai para o site.

O QUE O SEU SITE PRECISA TER

☐	Endereço próprio	<i>seunome.com.br, sem a marca da ferramenta</i>
☐	Linha do tempo	<i>Um degrau por ano, da estreia até hoje</i>
☐	Números e títulos	<i>Poucos e verificáveis, sem poluir</i>
☐	Suas frases	<i>As que você já disse em entrevista ou podcast</i>
☐	Mídia	<i>Podcasts, entrevistas e matérias, com link</i>
☐	Parceiros	<i>Espaço para os patrocinadores atuais</i>
☐	Contato	<i>WhatsApp, Instagram e YouTube num só lugar</i>

DÁ PARA FAZER SOZINHO. MAS TEM CUSTO

Ferramentas de inteligência artificial como o Lovable montam um site de graça, com o endereço e a marca da ferramenta. Para ter endereço próprio e sem marca de terceiro, entram um plano mensal e o domínio anual. Comece de graça se precisar, mas saiba que a versão profissional não sai sem investimento.

SE UMA MARCA ABRISSE O SEU PERFIL HOJE, ELA INVESTIRIA EM VOCÊ?

Uma mãe que cuida das redes de jovens bailarinos usa uma régua simples com cada um deles. Qual é o seu sonho? Dançar na Ópera de Paris? Então, se a Ópera de Paris estiver olhando a sua página, ela vai gostar do que está vendo?

Troque a Ópera pela marca que você quer e pelo lugar onde quer chegar. Se ela gostaria, publique. Se não, qual é o sentido de postar? Ser profissional é se posicionar como profissional antes de chegar lá.

A MARCA QUE EU QUERO E O QUE ELA PRECISA VER NO MEU PERFIL



VOCÊ NÃO PRECISA FAZER ESSE CAMINHO SOZINHO

A Atleta Pro Academy já acompanhou mais de 5.000 atletas, em mais de 100 modalidades e mais de 17 países, desde 2021. Mentoria ao vivo toda semana, cursos, treinamento mental e um ambiente com gente que compete de verdade.

Toda semana, uma mentoria ao vivo vira um Manual do Atleta novo. Este é um dos poucos liberados fora da plataforma. A coleção completa fica com quem faz parte da Atleta Pro Academy.

CONHEÇA A ATLETA PRO ACADEMY

lp.atletapro.com.br