

PREPARADO PARA CURRENTWEAR WEARABLES

Escopo de Trabalho

Uma campanha de crowdfunding de funil completo e execução da semana de lançamento para o anel inteligente de estreia da Currentwear.

Sumário

01	Resumo geral	2
02	Escopo, cronograma & honorários	2
03	Visão geral e objetivos	4
04	Contexto e metas	4
05	Entregas	5
06	Frentes de trabalho	5
07	Especificação da frente de trabalho	6
08	Cronograma	7
09	Critérios de aceitação	7
10	Detalhamento de honorários	8
11	Resumo de custos	9
12	Cronograma de pagamento	9
13	Aceite	10



SCROLL THE JOURNEY

RESUMO GERAL

SOW

RASCUNHO

SOW-2026-0344

PREPARADO PARA

Currentwear
Wearables —
Jordan Ames,
Cofundador
e CEO

PREPARADO POR

Liftoff Launch
Partners, São
Francisco

NÚMERO DO SOW

SOW-2026-
0344

DATA DE INÍCIO

2 de março de
2026

DURAÇÃO

Campanha de
Crowdfunding
e Lançamento

STATUS

Rascunho —
para revisão

Escopo, cronograma e honorários

01 FRENTE DE TRABALHO

Campanha de Crowdfunding e Lançamento

Uma campanha de crowdfunding de funil completo e execução da semana de lançamento para o anel inteligente de estreia da Currentwear.

02 INÍCIO

2 de março de 2026

Mediante contra-assinatura

03 DURAÇÃO

12 meses

Faseado conforme cronograma abaixo

04 HONORÁRIOS

\$96,000

\$96,000 mais imposto sobre vendas (ca — serviços isentos)

05 ACEITO POR

Jordan Ames

Cofundadora e CEO

01

01

Visão geral e objetivos

Uma campanha de crowdfunding de doze semanas e lançamento ao mercado para o primeiro produto da Currentwear Wearables, o anel inteligente Currentwear — desde a lista de espera pré-lançamento até a campanha financiada e a transição para o cumprimento de pedidos.

Contexto e metas

A Currentwear Wearables passou dezoito meses desenvolvendo seu produto de estreia — um anel inteligente de monitoramento de saúde — e conta com um protótipo funcional, uma pequena lista de espera de acesso antecipado com 2.400 e-mails e nenhuma experiência prévia da equipe fundadora com crowdfunding ou lançamentos. O produto está pronto; o go-to-market não está.

A Liftoff Launch Partners propõe um contrato de doze semanas: uma campanha de pré-lançamento que amplia a lista de espera e gera interesse da imprensa, uma campanha de crowdfunding totalmente produzida com vídeo, design de página e suporte de mídia paga, e execução prática da semana de lançamento durante as primeiras 72 horas, quando a maioria das campanhas define seu sucesso ou fracasso. As seções a seguir apresentam a abordagem, o escopo, o cronograma e o investimento.

Entregas

01

ESTRATÉGIA

Estratégia de campanha e meta de financiamento

Estrutura de níveis de recompensa, meta de financiamento e cronograma da campanha, referenciados em lançamentos comparáveis de wearables.

02

PRODUÇÃO

Vídeo da campanha

Um vídeo de campanha produzido de 90 segundos, abrangendo o produto, a história e o pitch conduzido pelo fundador.

03

PRODUÇÃO

Design e texto da página de campanha

Design completo da página de crowdfunding, textos dos níveis de recompensa e FAQ construídos para conversão.

04

PRÉ-LANÇAMENTO

Crescimento da lista de espera e divulgação para a imprensa

Quatro semanas de mídia paga e divulgação para a imprensa a fim de aumentar a lista de espera antes do dia de lançamento.

05

LANÇAMENTO

Execução da semana de lançamento

Comunicações diárias com apoiadores, otimização de mídia paga e acompanhamento com a imprensa nas primeiras 72 horas.

FORA DO ESCOPO



- Fabricação de produtos e logística de fulfillment de hardware
- Conformidade de importação/exportação e desembaraço alfandegário
- O próprio investimento em mídia paga (verba de anúncios faturada separadamente, diretamente à plataforma)
- Suporte ao cliente pós-campanha além dos primeiros 30 dias

01

Impulso desde o primeiro dia

Crescimento da lista de espera pré-lançamento e assessoria de imprensa para que a campanha se financie rapidamente nas primeiras 72 horas.

02

Feito para converter

Vídeo, página e níveis de recompensa desenhados com base no que realmente funcionou em campanhas comparáveis de hardware.

03

Presença ativa até o lançamento

Comunicação diária com apoiadores e otimização de mídia paga conduzidas junto com sua equipe, não repassadas.

SPECIFICATION

ESPECIFICAÇÃO

Especificação da frente de trabalho

REF.	ITEM	ESPECIFICAÇÃO	ESFORÇO	PRAZO	PREÇO UNITÁRIO
SPC-01	Estratégia de campanha e design das camadas de recompensa	Meta de financiamento, camadas de recompensa e cronograma	1	17 de abril de 2026	\$9,500
SPC-02	Produção do vídeo de campanha	Vídeo de campanha produzido de 90 segundos	1	17 de abril de 2026	\$22,000
SPC-03	Design e texto da página de campanha	Design de página, texto das camadas de recompensa, FAQ	1	17 de abril de 2026	\$14,500
SPC-04	Crescimento da lista de espera pré-lançamento	Mídia paga e assessoria de imprensa, 4 semanas	4	4 sem.	\$4,250 / wk

SPC-05	Execução da semana de lançamento	Comunicação com apoiadores, acompanhamento de imprensa, primeiras 72 horas	2	2 sem.	\$11,000 / wk
--------	----------------------------------	--	---	--------	---------------

As especificações são fixadas no momento da aceitação; qualquer alteração é tratada por meio do processo de controle de mudanças definido neste documento.

01 SEMANAS 1-4 · CRESCIMENTO DA LISTA DE ESPERA PRÉ-LANÇAMENTO

Mídia paga e assessoria de imprensa preparando o caminho até o dia do lançamento.

02 SEMANAS 5-6 · PRODUÇÃO DA CAMPANHA

Vídeo, design de página e texto das camadas de recompensa produzidos e revisados.

03 SEMANA 7 · REVISÃO FINAL E PREPARAÇÃO PARA O LANÇAMENTO

Materiais da campanha finalizados e embargo de imprensa suspenso.

04 SEMANAS 8-9 · SEMANA DE LANÇAMENTO

Lançamento público e o impulso crítico das primeiras 72 horas.

05 SEMANAS 10-12 · ENCERRAMENTO E TRANSIÇÃO

Encerramento da campanha, exportação de apoiadores e entrega do plano de varejo pós-campanha.

○ Critérios de aceitação

● REQUIREMENTS

REF.	REQUISITO	PRIORIDADE
------	-----------	------------

R - 01	Vídeo e página da campanha no ar e revisados pela Currentwear antes do lançamento público	OBRIGATÓRIO
R - 02	Meta de financiamento definida para cobrir os mínimos de fabricação confirmados pelo parceiro de fábrica da Currentwear	OBRIGATÓRIO
R - 03	Comunicações com apoiadores respondidas em até 24 horas durante a semana de lançamento	OBRIGATÓRIO
R - 04	Investimento em mídia paga aprovado pela Currentwear antes de cada aumento semanal de orçamento	OBRIGATÓRIO
R - 05	Divulgação para a imprensa começa com pelo menos três semanas de antecedência em relação ao lançamento público	DESEJÁVEL

LEDGER

FRENTE DE TRABALHO	SEMANAS	TAXA	VALOR
Estratégia de campanha e design das camadas de recompensa Meta de financiamento, camadas de recompensa e cronograma	1	\$9,500	\$9,500
Produção do vídeo de campanha Vídeo de campanha produzido de 90 segundos	1	\$22,000	\$22,000
Design e texto da página de campanha Design de página, texto das camadas de recompensa, FAQ	1	\$14,500	\$14,500
Crescimento da lista de espera pré-lançamento Mídia paga e assessoria de imprensa, 4 semanas	4	\$4,250 / wk	\$17,000

Subtotal de honorários

\$96,000

Honorários \$96,000

Imposto sobre vendas (CA — serviços isentos) \$0

Total \$96,000

TOTAL

\$96,000

Todos os valores estão em USD e não incluem impostos aplicáveis. Os honorários são cobrados em três marcos: 40% na assinatura, 30% no início da construção, 30% na entrada em operação.

LEDGER

CRONOGRAMA DE PAGAMENTO

Quando cada parcela vence

N.º	MARCO	GATILHO	PARCELA	VALOR
01	Semanas 1–4 · Crescimento da lista de espera pré-lançamento	2 de março de 2026	40%	\$38,400
02	Semanas 5–6 · Produção da campanha	No início da entrega	30%	\$28,800
03	Semana 7 · Revisão final e preparação para o lançamento	Na aceitação do marco	30%	\$28,800
Total (sem impostos)			100%	\$96,000

As parcelas são faturadas com base nos marcos acima e devem ser pagas em até 30 dias após cada fatura. Todos os valores estão em USD e excluem imposto sobre vendas (ca — serviços isentos).

A contra-assinatura abaixo aceita o escopo, o cronograma, os critérios de aceitação e os honorários estabelecidos neste Escopo de Trabalho e autoriza o início dos trabalhos na data de início indicada.

01

PELA CURRENTWEAR WEARABLES

Jordan Ames

Cofundadora e CEO

Data

02

PELA LIFTOFF LAUNCH PARTNERS

Liftoff Launch Partners

Signatário autorizado

Data

Liftoff Launch Partners

600 Townsend St, São Francisco, CA 94103, Estados Unidos

launch@liftofflaunch.com · +1 415 555 0166

· liftofflaunch.com

Liftoff Launch Partners LLC · EIN 47-2910384