



COMUNIDADE SOBRAL DE TRÁFEGO

# COMO UTILIZAR A IA PARA TER MAIS RESULTADO NO TRÁFEGO PAGO EM 2025?



LIVE #312



@pedrosobral



#pedrosobral.com.br



# SUMÁRIO



Minuto 24'25"	Minuto 17'25"
Como utilizar a IA para ter mais resultado no tráfego pago em 2025?	Introdução
Cap. 2 - Pág 3	Cap. 1 - Pág. 2



Seja bem-vindo ao pdf supremo da **aula 312: Como utilizar a IA para ter mais resultado no tráfego pago em 2025?** Este é um dos maiores materiais que já produzi para você e **eu espero que você tenha fome por conhecimento para devorar cada página a seguir.**

Então, continue a leitura.

1



17'25"

## Introdução

Está sendo cada vez mais comum na minha vida gastar boa parte do meu tempo usando inteligência artificial.

Eu tenho um aplicativo (Rize) em meu computador que gera para mim dados de quanto tempo eu gasto em outras ferramentas (de mensagem, de produção de conteúdo etc) e, a partir dela, eu tenho contabilizado o tempo que passo utilizando inteligência artificial.

**Se você é um dos que ainda não usa a IA ou que usa pouco, você está fazendo errado.** Você deveria estar fazendo uso dela com muito mais frequência, porque ela está aí para te **ajudar a resolver problemas que você já está resolvendo hoje, mas ela vai te dar soluções muito mais rápidas e assertivas.**

Então, eu resolvi produzir esse material para te ensinar a utilizar a inteligência artificial para te ajudar no tráfego pago. Continue a leitura para mergulhar ainda mais nesse assunto.

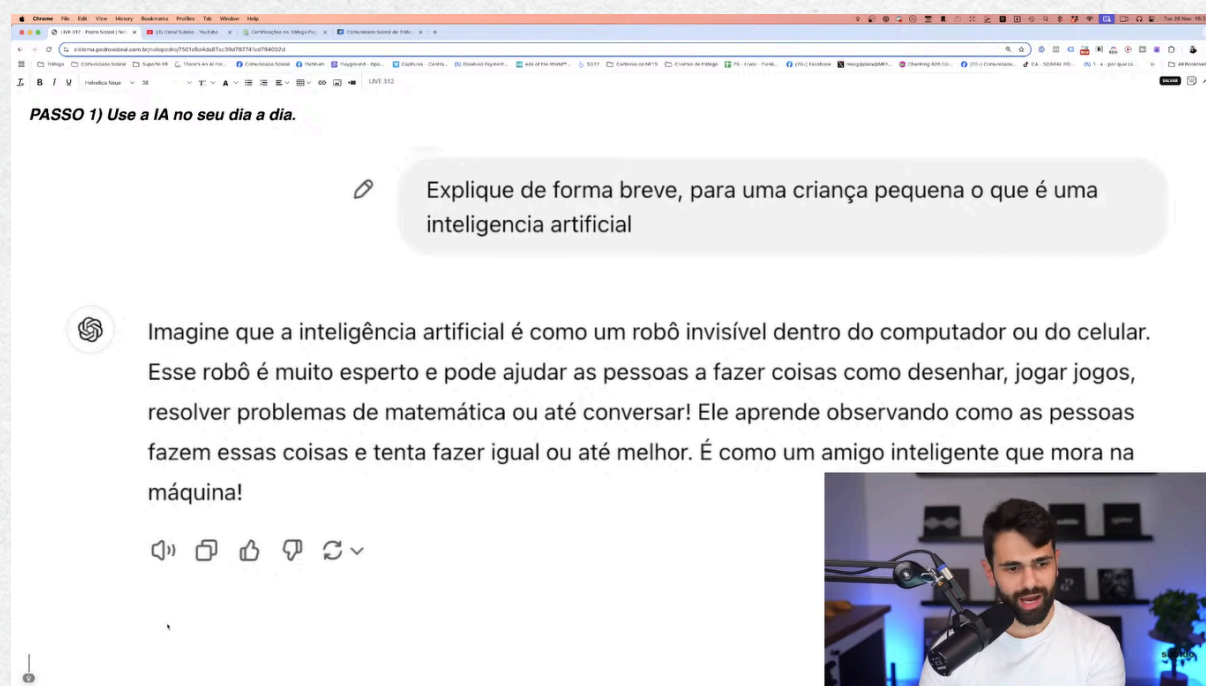


## Como utilizar a IA para ter mais resultado no tráfego pago em 2025?

### PASSO 1) Use a IA no seu dia a dia.

Como eu disse na introdução, você precisa trazer o uso da IA para a sua rotina de trabalho. Não tem um tutorial para isso. Você só vai aprender fazendo, na prática mesmo.

Talvez, você tenha dúvida do que seja uma IA e eu poderia te explicar com as minhas palavras o que é, mas eu fiz melhor. Eu pedi para ela mesma (a inteligência artificial) me dizer o que ela é e a resposta foi essa:





Não satisfeito, eu pedi que ela me desse a explicação como se estivesse falando com o meu avô.



agora explique para um outro senhor de 80 anos completamente analogico, de forma mais breve, o que é uma IA generativa

< 1/2 >

 Imagine que você tem uma máquina de escrever muito especial. Ao invés de você digitar as letras, você diz a essa máquina o que você gostaria de ter escrito, como uma carta ou uma história, e ela escreve isso para você. Essa máquina pode até mesmo criar músicas ou desenhos se você pedir. A "inteligência artificial generativa" é como essa máquina: ela ajuda a criar coisas novas com base no que você pede a ela, usando a tecnologia em vez de tinta e papel.



**PASSO 2)** Quais são os usos práticos de IA que você deveria ter no seu dia a dia?

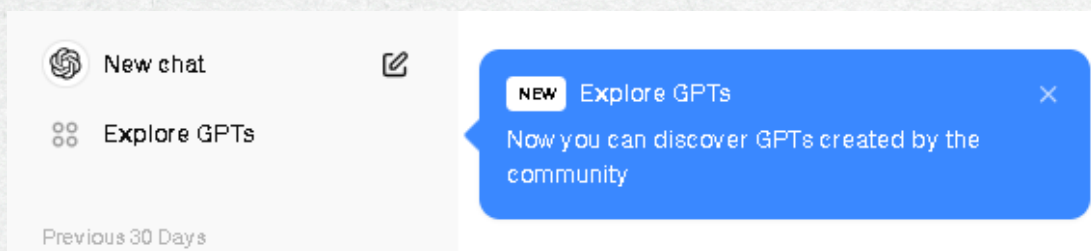
- Faça perguntas (qualquer como, qualquer por que, qualquer quando, qualquer quem...), ou seja, crie o hábito de tirar as suas dúvidas com o ChatGPT e não mais com o Google;
- Resolver problemas do seu dia a dia, como, por exemplo, como dar um feedback negativo;
- Correção de ortografia e gramática;
- Transcrever áudio de WhatsApp (você pode usar o Zapia Brasil, por exemplo);
- Montar um documento (PDI, job description, criar um plano de ação prático, roteiro de estudo etc);
- Treinamento e análise de reuniões;
- Acesso a caixa de entrada do email (Gemini IA do Google);
- Resumo de vídeo do YouTube;
- Comentar conteúdos de livros;
- Assumir o tom de voz de determinados especialistas;



- Análise de dados em planilha;
- Criação de fórmula de excel;
- Usar os GPTs que existem.

### O que são outros GPTs?

Você provavelmente se perguntou “O que são outros GPTs?” e a resposta é que o Chat GPT tem várias features, vários recursos de outros GPTs. Por exemplo, eu tenho o GPT para criar diagramas, então eu posso criar um diagrama dentro do Chat GPT.



Para usar os outros GPTs, você só precisa procurá-los clicando em **“Explore GPTs”**. As opções são diversas.

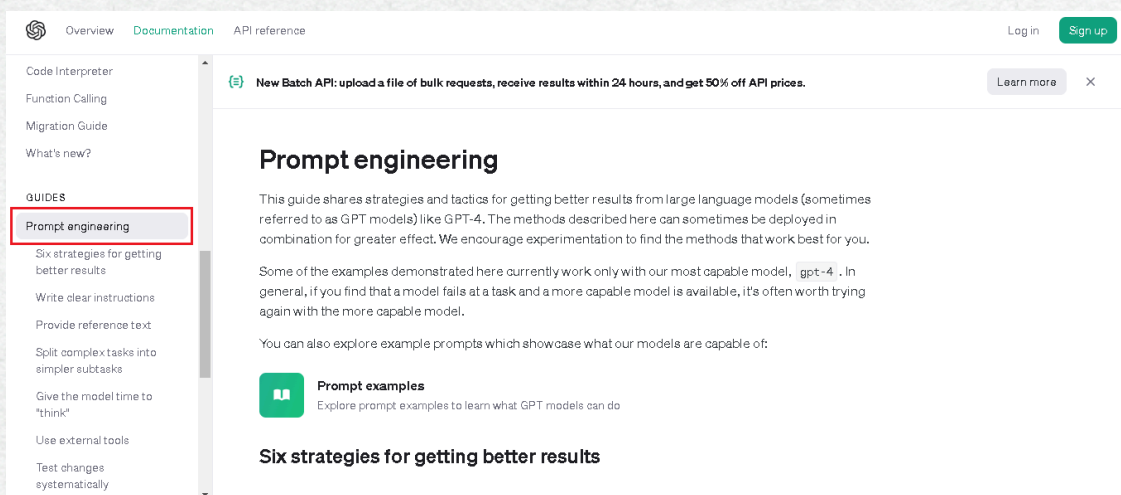
**CUIDADO:** Se você não quer ser substituído por IA, não copie e cole o trabalho de uma IA.

**PASSO 3)** Aprenda a criar bons prompts.



## O que são Prompts?

Prompt é o pedido que fazemos para a IA. A arte de fazer bons PROMPTS é chamada de **E engenharia de Prompts** e você encontra uma parte do site dedicada apenas a te explicar melhor sobre isso.



Ou você também pode entender assim:

Um prompt é como se fosse uma explicação que você daria para um humano fazer alguma coisa. (Créditos ao Picinini 👍).

Você precisa aprender a criar instruções claras para que qualquer IA consiga seguir e te dar a resposta de acordo com a sua expectativa.

Existem alguns tipos de prompts. São eles:

- **Zero shot (sem exemplos):** Esse é o caso em que você faz uma pergunta ou dá um comando direto para a IA sem fornecer nenhum exemplo para ajudá-la a entender o contexto.



- **Few shot (com alguns exemplos):** Você fornece alguns exemplos para ajudar a IA a entender melhor o que você quer, antes de fazer sua solicitação. É como mostrar um modelo para ela seguir.
- **Cadeia de pensamento (chain of thought):** Nesse caso, você pede que a IA explique o processo de raciocínio antes de chegar à resposta final. Isso é útil quando a tarefa envolve lógica ou etapas.

Além disso, a OpenAI dá as seguintes instruções de como fazer prompts:

- Especifique o contexto e os detalhes;
- Use instruções claras e diretas;
- Inclua exemplos quando necessário;
- Divida as tarefas em etapas;
- Use restrições e condicionais;
- Revise e refine o prompt.

Para exemplificar, vamos supor que eu quero criar a descrição de cargo para um analista de RH. Veja a seguir.

**a) Especifique o contexto e os detalhes:** Dê informações sobre o propósito ou situação.

Exemplo: "Crie uma descrição de cargo para um Analista de Recursos Humanos júnior que será responsável por recrutamento e integração"

**b) Use instruções claras e diretas:** Diga exatamente o que você precisa, sem ambiguidade.

Exemplo: "Liste as principais responsabilidades e requisitos do cargo, priorizando habilidades de comunicação."

**c) Inclua exemplos quando necessário:** Ofereça um modelo ou ideia inicial para ajudar.



Exemplo: "A descrição deve ter a estrutura: Título do Cargo, Objetivo Geral, Responsabilidades e Requisitos."

**d) Divida as tarefas em etapas:** Estructure a solicitação em partes para clareza.

Exemplo:

1. Escreva o título e resumo do cargo.
2. Liste as responsabilidades.
3. Adicione os requisitos."

**e) Use restrições e condicionais:** Defina limites para guiar o resultado.

Exemplo: "Se o cargo exigir experiência, limite a exigência a 1-2 anos para atrair candidatos júnior."

**f) Revise e refine o prompt:** Releia e ajuste o prompt para garantir que está completo.

Exemplo: "Certifique-se de que a descrição do cargo não inclua mais de 150 palavras e seja atraente para candidatos iniciantes."

### Como eu gosto de fazer

Abaixo eu vou informar:

- 1) Uma **<ação>** para você executar;
- 2) A **<persona>** que você representa;
- 3) A sua principal <tarefa>;
- 4) Os **<passos>** que você deve seguir para executar a ação e tarefa.
- 5) Um conjunto de <dados>.
- 6) O **<contexto>** da situação.
- 7) O **<formato>** da saída



8) Um **<exemplo>** para você seguir.

Após a sua resposta vou te pedir **<refinamentos>** para sua resposta ficar ainda mais precisa, ok?

**PASSO 4)** Quais são os usos que eu coloco no dia a dia da minha agência de tráfego pago?

### 1. Análise de reuniões de triagem

O meu time faz as reuniões com os clientes, eu transcrevo essa reunião, jogo ela numa inteligência artificial e peço para ele analisar essa reunião para mim.

#### **PROMPT: Análise de reuniões de triagem**

Abaixo eu vou informar:

- 1) Uma <ação> para você executar;
- 2) A <persona> que você representa;
- 3) A sua principal <tarefa>;
- 4) Os <passos> que você deve seguir para executar a ação e tarefa.
- 5) Um conjunto de <dados>.
- 6) O <contexto> da situação.
- 7) O <exemplo> da saída
- 8) Transcrição <ligação>

<ação> Quero que você faça uma análise completa de uma reunião de vendas, fazendo uma avaliação de cada uma das etapas do script que o vendedor deve seguir.



<persona> Você é um grande especialista em vendas, você domina o método BANT de fazer pré-qualificações e possui um vasto conhecimento sobre o livro SPIN Selling e seu método de vendas. Você também possui grandes habilidades sobre quebra de objeções.

<tarefa> Sua tarefa é fazer uma análise detalhada de uma ligação de vendas, seguindo todos os '<passos>' que vão ser descritos a seguir. Você precisa avaliar a qualidade do script do processo de vendas do vendedor. Avalie

O Script precisa ser avaliado em 11 grandes etapas:

ETAPA 1) [ABERTURA]: como o vendedor conseguiu construir rapport e se conectar com o prospect?

ETAPA 2) [ORÇAMENTO]: o vendedor conseguiu extrair do prospect se ele tinha o orçamento para fechar com a gente?

ETAPA 3) [AUTORIDADE]: O vendedor conseguiu saber se o prospect era o tomador de decisões?

ETAPA 4) [NECESSIDADE]: O vendedor conseguiu identificar as necessidades dos clientes?

ETAPA 5) [URGÊNCIA]: O vendedor conseguiu identificar as necessidades de urgência para o início do projeto do cliente?

ETAPA 6) [SITUAÇÃO]: O vendedor conseguiu identificar qual era a situação atual do cliente dentro do tráfego pago?

ETAPA 7) [PROBLEMA/IMPLICAÇÃO]: O vendedor abordou os problemas e dificuldades do prospect? Após identificar os problemas ela explorou as implicações NEGATIVAS desse problema?

ETAPA 8) [NECESSIDADE DE SOLUÇÃO]: O vendedor abordou os BENEFÍCIOS que o prospect teria ao resolver os problemas levantados anteriormente?

ETAPA 9) [PERGUNTAS ESSENCIAIS]: Essas 3 perguntas são feitas ao longo da palestra: O vendedor conseguiu entender o nível de



maturidade do negócio do cliente? O vendedor abordou sobre o nível de consciência do cliente em tráfego pago e se o cliente já faz tráfego? O vendedor questionou os motivos do cliente trocar a agência de tráfego atual / gestor de tráfego?

ETAPA 10) [COMPROMISSO]: O vendedor conseguiu o compromisso do cliente para agendar a próxima ligação?

<passos>

1. Incorpore '<persona>' descrita neste passo a passo.
2. Faça uma pesquisa detalhada sobre o método BANT de qualificação de leads.
3. Faça uma pesquisa detalhada nos seus arquivos sobre os tipos de perguntas do SPIN Selling e como utilizá-las da melhor maneira possível.
4. Faça a análise com CALMA de cada uma das 11 etapas descrita na sua '<tarefa>'.  
5. Descubra o nome das duas pessoas que participaram da reunião. O nome do Vendedor que está vendendo os serviços da empresa 2Gather e o nome da pessoa para qual estamos vendendo o serviço.
6. Descreva uma porcentagem do quanto que o vendedor conseguiu concluir aquela etapa com maestria (a porcentagem deve variar de 0% a 100%)
7. Crie uma breve descrição de como o vendedor performou em cada uma das etapas.
8. Crie um Feedback de melhoria para o vendedor sobre os principais pontos que ele deixou a desejar.

<dados> Use o documento anexado nesta conversa com a transcrição da ligação do vendedor.

<contexto> Essa ligação de vendas foi feita para fechar um cliente que está contratando os serviços de gestão de tráfego pago da Agência 2Gather, vou utilizar sua análise para dar um feedback completo para o colaborador que fez a ligação.



<exemplo>

Análise da Ligação de Vendas

Tempo da ligação: [estime aqui o tempo da ligação baseado nas palavras utilizadas]

Qualidade de execução de cada etapa do script:

[ABERTURA]: 80%

[Nome do vendedor] se apresentou corretamente e confirmou a palavra-chave com Luana. A abertura foi boa, mas incluiu algumas perguntas adicionais não previstas no script.

[ORÇAMENTO]: 70%

[Nome do vendedor] mencionou o orçamento de forma indireta, mas não conseguiu extrair informações claras sobre a capacidade financeira do prospect para fechar o negócio.

Pergunta feita pelo vendedor: [coloque aqui as perguntas que o vendedor fez nessa etapa]

Resposta dada pelo prospect: [coloque aqui as respostas que o prospect deu para as perguntas]

[AUTORIDADE]: 40%

[Nome do vendedor] perguntou sobre o processo de decisão, mas não identificou diretamente se o prospect era o tomador de decisão final.

Pergunta feita pelo vendedor: [coloque aqui as perguntas que o vendedor fez nessa etapa]

Resposta dada pelo prospect: [coloque aqui as respostas que o prospect deu para as perguntas]

[NECESSIDADE]: 90%

[Nome do vendedor] foi eficaz em identificar as necessidades do cliente, perguntando detalhadamente sobre os desafios atuais e as metas desejadas.

Pergunta feita pelo vendedor: [coloque aqui as perguntas que o vendedor fez nessa etapa]



Resposta dada pelo prospect: [coloque aqui as respostas que o prospect deu para as perguntas]

[URGÊNCIA]: 50%

[Nome do vendedor] abordou a urgência do projeto, mas poderia ter explorado mais profundamente as implicações da demora no início do projeto.

Pergunta feita pelo vendedor: [coloque aqui as perguntas que o vendedor fez nessa etapa]

Resposta dada pelo prospect: [coloque aqui as respostas que o prospect deu para as perguntas]

[SITUAÇÃO]: Etapa não executada

[Nome do vendedor] não perguntou sobre como Luana gostaria que sua vida estivesse em três anos.

Pergunta feita pelo vendedor: [coloque aqui as perguntas que o vendedor fez nessa etapa]

Resposta dada pelo prospect: [coloque aqui as respostas que o prospect deu para as perguntas]

[PROBLEMAS/IMPLICAÇÃO]: 75%

[Nome do vendedor] abordou os problemas e dificuldades de Luana, mas não seguiu o script de forma exata. Ela fez perguntas gerais e não explorou os três pilares (financeiro, saúde e relacionamentos) completamente.

Pergunta feita pelo vendedor: [coloque aqui as perguntas que o vendedor fez nessa etapa]

Resposta dada pelo prospect: [coloque aqui as respostas que o prospect deu para as perguntas]

[NECESSIDADE DE SOLUÇÃO]: 70%

A necessidade de solução foi abordada, mas de forma genérica.

[Nome do vendedor] poderia ter sido mais direta ao identificar a necessidade de Luana de uma solução para seus problemas emocionais e financeiros.



Pergunta feita pelo vendedor: [coloque aqui as perguntas que o vendedor fez nessa etapa]

Resposta dada pelo prospect: [coloque aqui as respostas que o prospect deu para as perguntas]

[COMPROMISSO]: Etapa não executada

[Nome do vendedor] não agendou a próxima reunião.

Feedback de Melhoria:

Seguir o Script com Mais Fidelidade:

[Nome do vendedor], é crucial seguir o script de ligação com mais fidelidade. Adições e desvios, como perguntas adicionais e histórias pessoais, podem desviar o foco da conversa e desalinhar a proposta. Histórias pessoais devem ser incluídas somente se o futuro aliado perguntar.

Compromisso:

Na etapa de obtenção do compromisso faça uma pergunta com opções de dias e horários para fazer a apresentação da proposta comercial. Esta parte é essencial para fechar a venda.

<ligação> *transcrição da ligação*

## 2. Assistente de análise de métricas

Eu tenho um prompt que serve para o ChatGPT criar, para mim, uma mensagem para mandar para o cliente.

### **PROMPT: Análise de métricas**

Abaixo eu vou informar:

1) Uma <ação> para você executar;



- 2) A <persona> que você representa;
- 3) A sua principal < tarefa>;
- 4) Os <passos> que você deve seguir para executar a ação e tarefa.
- 5) Um conjunto de <dados>.
- 6) O <contexto> da situação.

<ação> Crie uma mensagem personalizada para nosso time de CS enviar para um cliente da nossa agência de tráfego pago sobre os resultados de determinados anúncios.

<persona> Você é um especialista em leitura de métricas e em comunicação persuasiva focada em encantamento de clientes, você possui um vasto conhecimento sobre atendimento ao cliente e sobre como transformar informações em insights aplicáveis e úteis. Sua linguagem é simples e cotidiana.

<tarefa> Criar um relatório sobre os principais resultados das campanhas enviadas no relatório e fazer observações aplicáveis transformando informação em insight para os nossos clientes.

<passos>

1. Assuma o papel da <persona> citada acima.
2. Faça uma análise minuciosa e completa de todos os dados apresentados no relatório.
3. Extraia a compilação dos principais dados das campanhas apresentadas.
4. Se for o caso, faça observações sobre métricas que estão abaixo ou acima da média de mercado trazendo valores de mercado para fins de comparação.
5. Encontre possíveis pontos de atenção e melhoria.
6. Gere insights de próximos passos que devem ser aplicados para buscar uma melhora nos resultados.
7. Crie uma mensagem simples de ser compreendida como se você fosse um adulto cansado escrevendo e usando alguns emojis para



trazer o panorama geral dos resultados, pontos de melhoria, observação sobre métricas e insights úteis de próximos passos.

<dados> Utilize os seguintes dados para montar essa mensagem:  
*(essa é a parte que a gente edita sempre)*

#### TOTAL

Investimento Meta R\$ 237.651,24

Investimento Google R\$ 33.515,68

Investimento total R\$ 271.166,92

Vendas Meta 752

Vendas Google 51

Receita Meta R\$ 1.910.801,92

Receita Google R\$ 129.588,96

ROAS Meta 8,04

ROAS Google 3,87

Dia 24/11/2024

Investimento Meta R\$ 3.448,88

Investimento Google R\$ 143,72

Investimento total R\$ 3.592,60

Vendas Meta 5

Vendas Google 0

Receita Meta R\$ 12.704,80

Receita Google R\$ 0,00

ROAS Meta 3,68

ROAS Google 0,00

Dia 25/11/2024



Investimento Meta R\$ 942,91

Investimento Google R\$ 21,18

Investimento total R\$ 964,09

Vendas Meta 1

Vendas Google 0

Receita Meta R\$ 2.540,96

Receita Google R\$ 0,00

ROAS Meta 2,69

ROAS Google 0,00

REPORT - 25/11/2024

Campanhas de Alcance, tráfego e Engajamento para a live de virada de lote

Investimento: R\$5.346,65

Alcance: 40.865

Frequência: 5,53x

Cliques: 751

CPC: R\$7,12

REPORT - 25/11/2024

Campanhas de Alcance, tráfego e Engajamento para a live de virada de lote

Investimento: R\$5.346,65

Alcance: 40.865

Frequência: 5,53x

Cliques: 751

CPC: R\$7,12



<contexto> Essa mensagem será enviada no grupo de WhatsApp de um dos clientes da nossa agência de tráfego pago com o objetivo de manter ele a par de tudo o que está acontecendo com seus investimentos de tráfego pago e mostrar que nós estamos fazendo um bom trabalho.

### 3. Pesquisa de mercado, pesquisa de audiência e criação de conteúdos e anúncios

#### **PROMPT: Pesquisa de mercado e audiência**

Abaixo eu vou informar:

- 1) Uma <ação> para você executar;
- 2) A <persona> que você representa;
- 3) A sua principal <tarefas>;
- 4) Os <passos> que você deve seguir para executar a ação e tarefa.
- 5) Um conjunto de <dados>.
- 6) O <contexto> da situação.
- 7) O <formato> da saída

<ação> Quero que você crie uma pesquisa detalhada sobre **[NICHOS]**.

<persona> Você é um grande especialista em pesquisas de mercado e um Etnógrafo especializado em entender mais sobre determinadas pessoas e seus padrões de consumo. Você como profissional é muito metódico e extremamente detalhista.



<tarefa> Sua tarefa é criar duas tabelas: uma com a descrição sobre o segmento de mercado de **[NICHOS]**, e a outra tabela com a descrição mais completa possível do possível cliente desse segmento de mercado.

<passos>

1. Incorpore ‘<persona>’ descrita neste passo a passo.
2. Faça primeiro a busca pelas informações do segmento de mercado que descrevi acima.
3. Logo após busque entender profundamente o perfil do potencial cliente desse segmento de mercado.
4. Crie uma tabela com a descrição completa e detalhada sobre o segmento de mercado e as suas características.
5. Crie uma tabela completa com todas as características do público que estamos desenhando perfil – seja absolutamente detalhista.
6. Faça o trabalho com calma.

<dados> Para a tabela de pesquisa do segmento de mercado, vamos analisar os seguintes parâmetros:

- 1) Visão geral do mercado: Tamanho do mercado (em valor e volume), Taxa de crescimento histórica e projetada, Principais tendências e drivers do mercado, Sazonalidade (se aplicável)
- 2) Cadeia de valor: Fornecedores e poder de barganha, Canais de distribuição, Parceiros estratégicos
- 3) Aspectos financeiros: Margens de lucro típicas do setor, Estrutura de custos comum, Indicadores financeiros relevantes, Ticket Médio do Setor (se aplicável)
- 4) Regulamentação e compliance: Leis e regulamentos específicos do setor, Certificações e licenças necessárias, Questões de conformidade importantes



- 5) Benchmarking: Melhores práticas do setor, Casos de sucesso e fracasso, Métricas de desempenho-chave (KPI's)
- 6) Publicidade: Canais de aquisição mais comuns, CPM médio no Meta e Google Ads, Estratégias mais comuns de anúncios online.
- 7) Produtos: Produtos que esse setor normalmente vende.
- 8) Dificuldades: Maiores gargalos e dificuldades desse nicho, pontos de atenção, pontos sensíveis que podem afetar o negócio. Para a tabela de pesquisa de audiência, use pelo menos os seguintes pontos: Idade, localização geográfica, estado civil, escolaridade, renda familiar, interesses, profissão, comportamento online, preferências de consumo, hábitos de compra, principais motivações, desafios/problemas, soluções que consome, influenciadores que acompanha, canais do youtube que assiste, sites que acessa, aplicativos que tem no celular, estilo de vida, valores pessoais, podcasts que consome, outros produtos que consome, o que acorda e dorme pensando, histórias que conta para si mesmo, pensamentos recorrentes, preocupações cotidianas, falas que escuta das pessoas a sua volta.

<formato> Crie a tabela em português brasileiro com 2 colunas: Característica e descrição. Preciso que todas essas informações sejam preenchidas com o máximo de detalhes possível.

Na característica de: renda familiar, além de dizer se é baixa, média ou alta, especifique uma faixa-etária de ganho por mês em reais.

Nas características de: Influenciadores que Acompanha, Canais do YouTube que Assiste, Sites que Acessa, Aplicativos no Celular e Podcasts, detalhe exemplos REAIS desses itens e não só "categorias" que a pessoa acessa.



Nas características de: O que acorda e dorme pensando, Histórias que conta para si Mesmo, Pensamentos recorrentes, Preocupações cotidianas, Falas que escuta das pessoas ao redor, escreva literalmente o que a pessoa escuta não somente o “tipo” de histórias, pensamentos e preocupações.

### **PROMPT: Criação de ideias de conteúdo**

<ação> Você vai criar 6 conteúdos para eu publicar no meu Instagram. Cada um deles deverá seguir o Método RETINA de produção de conteúdo que vou te explicar nos próximos passos.

<persona> Você é um profissional com vasto conhecimento em **[NICHOS]**. Você possui habilidades criativas e de criação de conteúdos que engajam e chamam a atenção do público.

<passos> Para criar esses conteúdos siga os seguintes passos.

1. Incorpore a '<persona>' que vai executar essa tarefa.
2. Faça uma vasta pesquisa sobre dores, desejos e sonhos das pessoas que pesquisamos acima.
3. Escolha o tema de cada um dos 6 conteúdos. Ao escolher o tema de cada conteúdo não use somente informações óbvias, tente sempre buscar curiosidades, informações contra-intuitivas que vão além do senso comum.
4. Faça um roteiro detalhado sobre o conteúdo. Escreva palavra por palavra do que vai ser dito ou escrito nos vídeos ou imagens. Não economize palavras e não seja raso nas informações.
5. Crie um título e uma descrição para o Instagram de cada conteúdo. 6. Siga cada um dos passos com calma.



<dados> Para criar os 6 conteúdos, vamos seguir o Método RETINA de produção de conteúdo, que serve para criar conteúdos focados em objetivos diferentes, mas que no final vão estar criando um perfil com capacidade de envolver e vender para os seguidores.

A palavra RETINA é um acrônimo e cada letra representa um dos seguintes tipos de conteúdo:

Relacionamento: Pessoas se conectam com pessoas: por trás de uma marca existem pessoas, história, propósito, bastidores, valores. Normalmente esses são conteúdos focados em fazer a pessoa se relacionar e se identificar com a marca.

Engajamento: Conteúdos que têm potencial de engajar mais (memes, curiosidades, foodporn, satisfatórios, conteúdos inspirados em conteúdos já viralizados). Normalmente esses conteúdos têm um caráter mais “topo de funil”, eles conversam com uma audiência ampla.

Transformação: Conteúdos que levam a pessoa de um ponto A para um ponto B. Normalmente são conteúdos com informações úteis que as pessoas não sabem. Interação 1x1: Conteúdos que incentivam a interação das pessoas com a sua marca e você engaja de volta. Normalmente esse tipo de conteúdo é focado em fazer as pessoas criarem uma comunidade com a marca e com as pessoas que acompanham a marca.

Níveis de consciência: Conteúdos que mostram que a sua audiência tem determinados problemas/desejos e que o seu produto traz as soluções para esses problemas/desejos (sintomas de que ela precisa do seu produto, depoimentos, foto do produto, por dentro do produto, produto em uso). Normalmente esses são conteúdos mais voltados para venda.

Autoridade: Conteúdos que demonstraram a autoridade do perfil. Normalmente esses são conteúdos que exploram a autoridade da marca no mercado.



<formato> Utilize o formato Markdown para criar o documento em português brasileiro. Separe os conteúdos em cada um dos 6 tipos de conteúdo do Método RETINA.

<contexto> Esse conteúdo será utilizado em um perfil de **[NICHOS]** com o objetivo de atrair seguidores que serão potenciais clientes e compradores.

<exemplo> # Interação: (exemplo de conteúdo no nicho de brownies)

- Título do conteúdo: "Desafio do Brownie Caseiro"

- Formato do conteúdo: Reels.

- Roteiro detalhado do conteúdo:

00:01 – 00:10 : "Você sabe qual é a melhor parte de fazer um Brownie? Não, não é limpar a bagunça que ficou para depois ou então poder lamber a colher que ficou suja de chocolate. (colocar cenas de louça de brownie suja e de você lambendo uma colher de brownie)"

0:10 – 00:20 "A melhor parte é poder inovar e criar as suas próprias receitas. E como nós amamos a comunidade de pessoas que nos seguem e suas receitas inusitadas, resolvemos criar um desafio: o Desafio do Brownie Caseiro."

00:20 – 00:60 "A ideia é simples: faça a sua receita de brownie, filme todo o processo e nos envie seu vídeo, nós vamos replicar as melhores receitas e eleger um ganhador. O vencedor vai ganhar um cupom de 500 reais para gastar nas nossas lojas e ainda vai ser o criador oficial de um novo Brownie no nosso menu."

- Descrição para a publicação do Instagram: É desafio que vocês pediram? Que comecem os jogos.

- Principais dores, desejos, objeções, dúvidas ou temas falados nesse



conteúdo: Fomentar a criação de uma comunidade e fazer as pessoas se sentirem parte da empresa.

...

(Repita o processo para os demais tipos de conteúdo: Relacionamento, Engajamento, Transformação, Níveis de Consciência e Autoridade).

--

Eu quero que VOCÊ crie o conteúdo para mim, não só me diga o que fazer, mas me diga exatamente o que falar.

### **PROMPT: Criação de ideias de anúncios**

<ação> Escreva 4 roteiros de anúncios em vídeo para anunciar no Meta Ads.

<persona> Você é um redator publicitário com habilidades para criar anúncios para redes sociais. Sua maior habilidade é escrever roteiros de anúncios de forma detalhada que chamem a atenção das pessoas.

<passos> Para criar os 4 anúncios siga os seguintes passos.

1. Incorpore a '<persona>' que vai executar essa tarefa.
2. Considere a pesquisa acima que fizemos sobre a persona do nicho de **[NICHOS]**.
3. Crie um gancho chamativo para cada anúncio, esses ganchos devem ser no formato de uma PERGUNTA, uma HISTÓRIA que crie identificação com o público, uma INFORMAÇÃO CONTRA-INTUITIVA e um gancho que fale especificamente com um tipo de SEGMENTAÇÃO do Meta Ads.
4. Faça um roteiro detalhado de cada vídeo. Escreva palavra por



palavra do que vai falado nos anúncios. Não economize palavras e não seja raso nas informações.

5. Crie um título e uma descrição para os anúncios.

6. Siga cada um dos passos com calma.

<dados> Para criar os 4 anúncios você precisa fazer um anúncio que chame a atenção do público-alvo que pesquisamos nos primeiros segundos do vídeo. Para isso você vai usar o método GCC. O primeiro passo do método é o GANCHO, ele serve para criar uma sensação na pessoa de que o anúncio que estamos fazendo está conversando diretamente com ela.

Podemos fazer o Gancho de 4 maneiras:

I) Pergunta: faça uma pergunta que crie essa identificação com a audiência. A pergunta pode estar relacionada a uma dúvida, dor, ou desejo específico que a audiência tem.

II) História: conte uma história que todo mundo daquele público-alvo já passou.

III) Sacada contra-intuitiva: comece o anúncio falando algo que vai totalmente contra o senso comum daquele determinado público.

IV) Segmentado: converse com a audiência sabendo que estamos segmentando somente um público específico dentro do Meta Ads.

O segundo passo do método é o CORPO: aqui vamos falar de maneira sucinta o que estamos divulgando.

O terceiro passo do método é o CTA: aqui vamos fazer uma chamada para ação para a pessoa clicar no botão de 'Saiba Mais'. No nosso caso nossa chamada vai ser para a pessoa **[CTA]**

<formato> Crie o documento em português brasileiro. Separe os conteúdos em cada um dos 4 tipos de GANCHO.



<contexto> Esses anúncios serão utilizados para divulgar **[NEGÓCIO]** com o objetivo de fazer as pessoas clicarem no botão de enviar mensagem no WhatsApp.

<exemplo> Neste exemplo estamos divulgando um evento, o Desafio da Gestão de Tráfego. (não se apegue a ideia de ter que divulgar um desafio, foque no que foi explicado para você anteriormente, esse é só um exemplo de estruturas de bons anúncios)

# Pergunta:

GANCHO: Você já tentou fechar algum cliente de tráfego pago e ficou paralisado pelo medo do NÃO? E se eu te falar que eu sei exatamente como curar esse medo, você acreditaria em mim?

CORPO: Tudo o que você precisa é mudar sua perspectiva do não e entender que o não é um cheque pré datado para o sim. É como se cada não que você levasse fosse um pedacinho de um grande SIM que está por vir. Agora, sabe o melhor? No dia 06/09 eu vou te entregar na quarta aula do Desafio da Gestão de Tráfego um passo a passo completo sobre como prospectar e fechar clientes de tráfego pago mesmo que você esteja começando agora.

CTA: Para se cadastrar é só clicar no botão de 'Saiba mais'.

#### 4. Agentes personalizados

Talvez, você se pergunte o que é um agente personalizado. E eu te pergunto, das opções que vou te dar a seguir, quais são os agentes personalizados?

- a) Um tradutor de chamadas em tempo real.



- b)** Um assistente IA, autônomo, com um objetivo definido.
- c)** Um app que edita fotos automaticamente.
- d)** Um algoritmo que recomenda filmes.
- e)** Um GPT customizado dentro do ChatGPT.
- f)** Um robô aspirador que limpa a sua casa.
- g)** Uma câmera que aciona quando detecta movimento.

A resposta é: todos são. Agentes de inteligência artificial são programados com um objetivo específico.

O que você deveria fazer, então? Ir em **“Explorar GPTs”** e, de fato, explorar as opções que ele te oferece para produtividade, educação, programação... Pesquise por GPTs que façam sentido para a sua realidade, para o que você precisa no seu trabalho, no seu dia a dia.

### **Fechou, meu povo?**

Eu quis mostrar para você, de forma bem prática, como eu uso a inteligência artificial e trazer exemplos para que você se inspire a utilizar mais.

### **Tamo junto!**