

O que esse agente faz: Cria 10 StoryAds (anúncios camuflados como conteúdo orgânico) personalizados para atrair seu cliente ideal no Instagram

StoryAds geram curiosidade silenciosa que faz seu público-alvo te achar. Parecem vida pessoal, funcionam como ímã de clientes.

[clique aqui para acessar o agente]

Process Overview

1. Acesse o Agente StoryAds

- Abra o agente no Arsenal DOUG.EXE
- Você verá a mensagem de inicialização
- Prepare-se para responder 4 perguntas estratégicas

2. Responda as 4 Perguntas

O agente pergunta **uma de cada vez**:

Pergunta 1: Quem é seu público-alvo ESPECÍFICO?

Exemplo: "donos de agência", "psicólogos iniciantes", "advogados tributaristas"

Pergunta 2: Qual problema PRINCIPAL você resolve?

Exemplo: "sair da operação", "dobrar faturamento", "atrair pacientes premium"

Pergunta 3: Você é persona transformada ou prestador de serviço?

- **Persona transformada:** Você já passou pelo problema e vive a solução
- **Prestador:** Você resolve sem ter passado pelo problema

Responda: "persona" ou "prestador"

Pergunta 4: Descreva seu lifestyle ATUAL em detalhes:

- Onde mora (casa/apto, bairro/cidade)
- O que dirige
- Rotina típica (horários, locais)

- Família (casado, filhos)
- Hobbies e lazeres frequentes

3. Receba os 10 StoryAds Prontos

O agente entrega 10 StoryAds formatados assim:

1. [Descrição visual da cena real]
"Texto reflexivo em primeira pessoa que menciona o público naturalmente"
 2. [Descrição visual da cena real]
"Texto reflexivo em primeira pessoa que menciona o público naturalmente"
- [... até 10]

4. Use Imediatamente

- Salve todos em suas notas
- Poste 2-3 por dia intercalando com stories normais
- Impulsiona os que gerarem mais visualizações (R\$20-30/dia)

5. Refine Se Necessário

Após receber os 10 StoryAds:

- A) Ajustar um StoryAd específico
- B) Gerar mais 10 com ângulos diferentes
- C) Receber estratégia detalhada de impulsionamento

Exemplos de StoryAds

Exemplo 1 - Persona Transformada (Dono de Agência):

[Foto saindo do escritório às 14h]

"Antigamente eu virava noite ajustando campanha. Hoje só aceito donos de agência que querem sair da operação antes de quebrar."

Exemplo 2 - Prestador de Serviço (Gestor para Advogados):

[Print de resultado de cliente - números borrados]

"Terceiro advogado tributarista essa semana que dobrou a carteira. Eles descobriram que Instagram não é só pra coach."

Bons resultados:

Público-alvo específico (não genérico) Problema claro e visceral Lifestyle detalhado com locais e horários Contexto sobre tipo (persona ou prestador) Informações sobre rotina e família

Resultados ruins:

Público vago tipo "empreendedores" Problema superficial tipo "ganhar mais" Lifestyle genérico sem detalhes Falta de contexto sobre rotina atual Não especificar se é persona ou prestador

Problemas & Soluções

Os StoryAds ficaram muito "vendedores"

- Você provavelmente não deu detalhes suficientes do lifestyle
- Quanto mais específico o contexto, mais natural fica o StoryAd
- Peça ajuste (opção A) e forneça mais detalhes de rotina

Não sei se sou "persona" ou "prestashop"

- Você passou pelo problema do seu cliente? = Persona
- Você resolve sem ter vivido o problema? = Prestador
- Exemplo: Personal que era obeso = Persona / Gestor de tráfego = Prestador

Quero mais variedade de ângulos

- Peça mais 10 (opção B)
- O agente vai variar horários, locais e gatilhos
- Sempre mantendo o público-alvo em foco

Como saber qual StoryAd impulsionar?

- Poste todos organicamente primeiro
- Veja qual teve mais visualizações/respostas
- Impulsione apenas os vencedores

- Ou peça estratégia completa (opção C)

Os textos não parecem "meu jeito de falar"

- Indique o StoryAd específico (opção A)
- Explique como você falaria
- O agente ajusta mantendo a estrutura

Preciso de estratégia de impulsionamento

- Escolha opção C após receber os 10 StoryAds
- Você receberá passo a passo completo
- Configurações, métricas, orçamentos e escala

Regras dos StoryAds

O que NUNCA aparece:

- ✗ Perguntas ao leitor
- ✗ Convites ou CTAs diretos
- ✗ Promessas de resultado
- ✗ Linguagem de vendedor
- ✗ Imagens genéricas ou produzidas

O que SEMPRE aparece:

- ✓ Menção natural ao público-alvo
- ✓ Cenas reais do dia a dia
- ✓ Texto reflexivo em primeira pessoa
- ✓ Subtexto (nunca menciona produto)
- ✓ Valores monetários quando relevante

Quick tip: A diferença entre story normal e StoryAd está no subtexto. Story fala sobre você. StoryAd fala sobre você mas o público-alvo se vê na história. Quanto mais natural parecer, melhor funciona.

Lembre-se: StoryAds não são propaganda. São conteúdo orgânico estratégico que gera curiosidade silenciosa. Seu público-alvo vê, se identifica, e te procura. Use 2-3 por dia intercalados com stories normais para manter naturalidade.