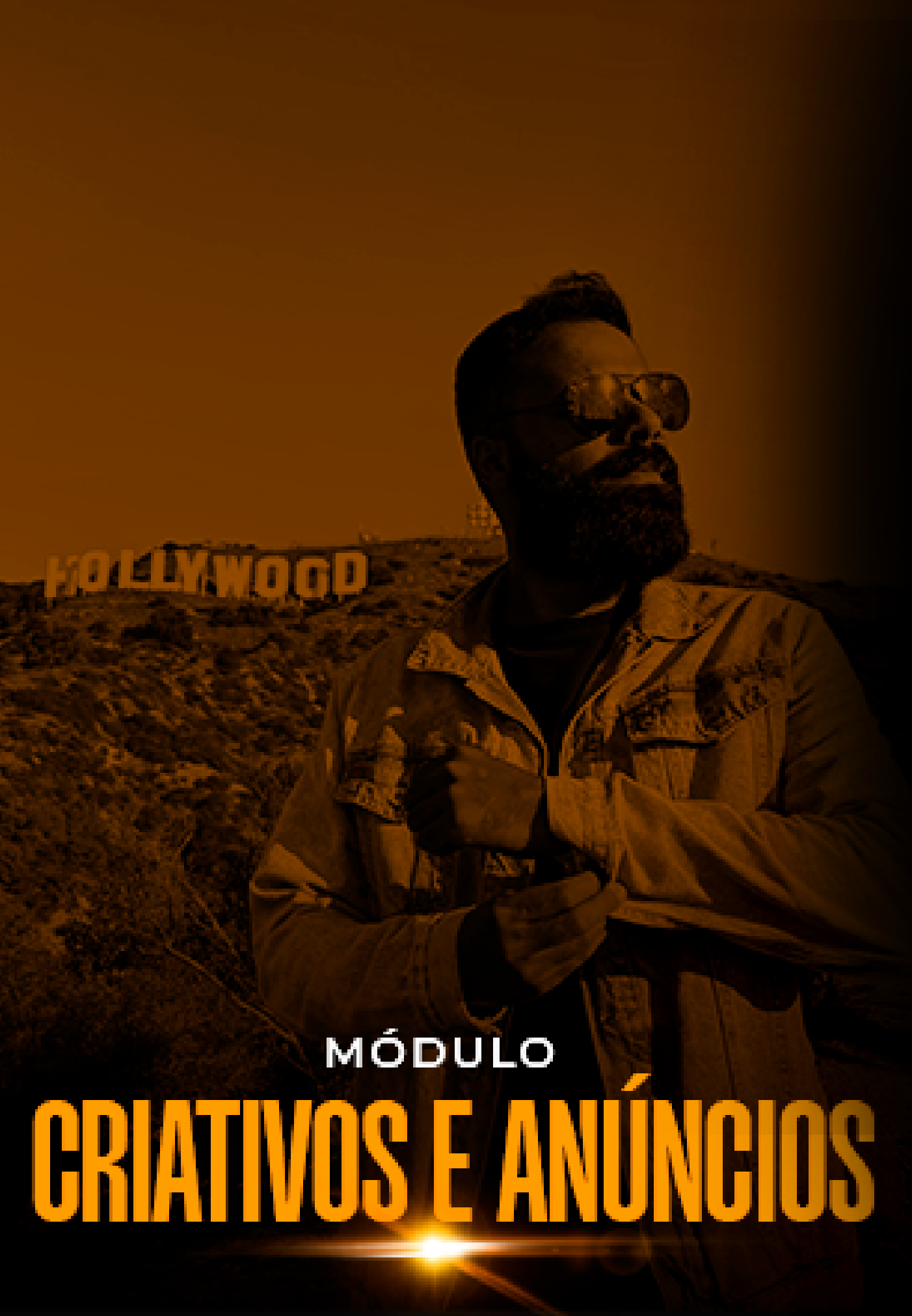




MENTORIA  
**LIBERDADE  
MILIONÁRIA**





MÓDULO

**CRIATIVOS E ANÚNCIOS**



MENTORIA  
**LIBERDADE  
MILIONÁRIA**

**CRIATIVOS**

# **TUDO SOBRE CRIATIVOS DO FACEBOOK**

**Como descobrir, Criar e Utilizar os Melhores Criativos  
para escalar ainda mais seus resultados no Facebook Ads**

## IMPORTANTE:

- **UM TRÁFEGO TOP NÃO SALVA UMA COPY MEIA BOCA**
- **UMA COPY FODA SALVA UM TRAFEGO MEIA BOCA**

# CRIATIVOS DOS ANÚNCIOS

**Não pode ter "CARA DE ANÚNCIO".**

**Quem vê o anúncio, a princípio, não sabe que terá uma venda!**

**Quem vende é a Página de Vendas, o Anúncio é apenas a ponte!**

# CRIATIVOS DOS ANÚNCIOS

## CARACTERÍSTICAS DE CRIATIVOS CAMPEÕES

- Devem conter **Muita Curiosidade**
- **Estar coerente com a página de vendas**  
(Maior causador de baixo PLAYRATE na VSL)
- **Fazem o prospecto querer clicar!**
- **Criativos White**  
(Não prometa nada específico e nem agressivo!)



# TEM CARA DE ANÚNCIO

**RECEITA  
PREMIADA**

ÓTICAS|CAROL

TRAGA SUA RECEITA  
PARA A CAROL E

**GANHE  
R\$100** 

DE DESCONTO  
NA COMPRA DOS  
SEUS ÓCULOS NOVOS

**TUDO EM  
ATÉ 10X**  
NOS CARTÕES

75 99879.6856  
NA RUA DA EMBASA

ENXERGAR SEM MUDA TUDO

# TIPOS DE CRIATIVOS

## IMAGEM **E** VÍDEO

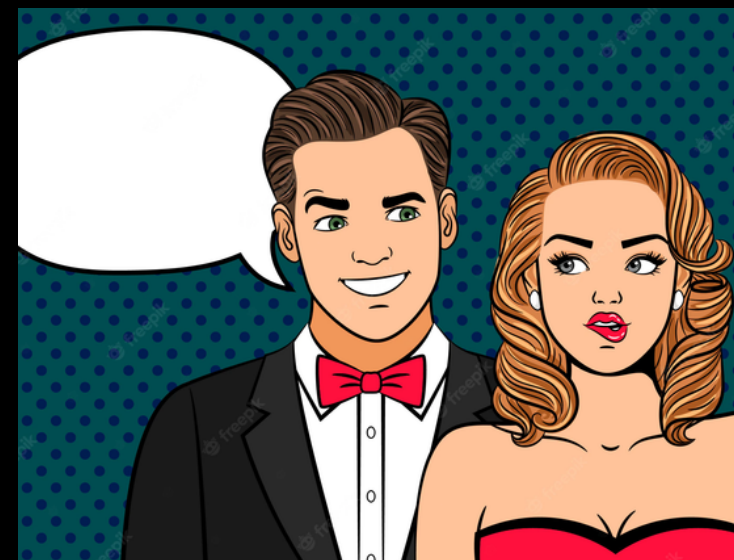


# IMAGEM:

WIKIHOW



POPART



ESSES CRIATIVOS AINDA FUNCIONAM, PORÉM **JÁ FORAM MUITO USADOS.**  
COM O AUMENTO DO **NÍVEL DE SOFISTICAÇÃO** DO MERCADO,  
**É PRECISO INOVAR** E TER CRIATIVOS MELHORES, COMO POR EXEMPLO:

- Montagem - (Padrão russo)
  - Vetores
- (Entre outros estilos de imagens mais chamativas)

# VÍDEO:

- **MODELO VSL** - Pode passar mais credibilidade e profissionalismo, além de conseguir qualificar bem o lead antes de tirá-lo da rede social.
- **REVIEW** - Mostrar ou ilustrar o Mecanismo único da sua oferta ou o resultado final do seu produto de forma INFORMAL (dia a dia).
- **RECOMENDAÇÃO** - Alguma pessoa agradecer/ilustrar (algo ou alguém) sobre o MUV ou o resultado final adquirido.

Criativos em vídeo tendem a bloquear muito menos, e possuir um clique “mais qualificado, por a pessoa ter visto um vídeo entre 15 segundos a 2 minutos”

# IDEIAS PARA COPY DE CRIATIVO EM VÍDEO:

## OPÇÃO 1

- PROMESSA
- FALAR DO PROBLEMA
- FALAR DA SOLUÇÃO
- CTA

# IDEIAS PARA COPY DE CRIATIVO EM VÍDEO:

## OPÇÃO 2

- HISTÓRIA
- FALAR DO PROBLEMA
- FALAR DA SOLUÇÃO
- CTA

# IDEIAS PARA COPY DE CRIATIVO EM VÍDEO:

## OPÇÃO 3

- DOR
- TENTEI DE TUDO ATÉ QUE ENCONTREI...[MUV]
- TRANSFORMAÇÃO
- CTA

# IDEIAS PARA COPY DE CRIATIVO EM VÍDEO:

## OPÇÃO 4

- FALAR MAL DO INIMIGO COMUM
- NOVA SOLUÇÃO
- RESULTADO FINAL
- CTA

**Use a criatividade!**

**Para anúncios não existe regra.**

**Cada oferta vai ter um ângulo diferente de abordagem,  
Basta criar um bom e curioso motivo para a pessoa assistir o VSL**

**QUAL TIPO DE CRIATIVO USAR?**

**IMAGEM OU VÍDEO?**

**E QUAL ESTILO?**



# Ângulos de Criativos

- **Direto ao ponto**

- Descubra agora como **[avatar]** estão finalmente conseguindo **[resultado]** utilizando **[Mecanismo único]**.

- **Dor**

- Eu sempre **[dor]** até que descobri **[Mecanismo Único]** e hoje **[transformação]**.

- Essa é a única coisa que **[dor]** e você está fazendo todos os dias.

- **Desejo/benefício**

- Quanto mais rápido você usar **[Mecanismo único]**, mais cedo terá **[resultado final]**.

- **Incongruência**

- Descubra porque **[algo lógico]** não fará você alcançar **[Resultado]**

**Teste Ângulos e Estilos de Criativos diferentes.  
Cada oferta vai responder de um jeito.**

# Modelagem e Espionagem de Criativos

- **Adspy de Criativos:** Adheart: <https://adheart.me/>
- **Biblioteca de Anúncios:** <https://pt-br.facebook.com/ads/library>.
- **Site Russo de Banco de Dados:** <https://hope.nppr.team/>
- **Canal Russo do Telegram:** [https://t.me/s/the\\_creative\\_off](https://t.me/s/the_creative_off)

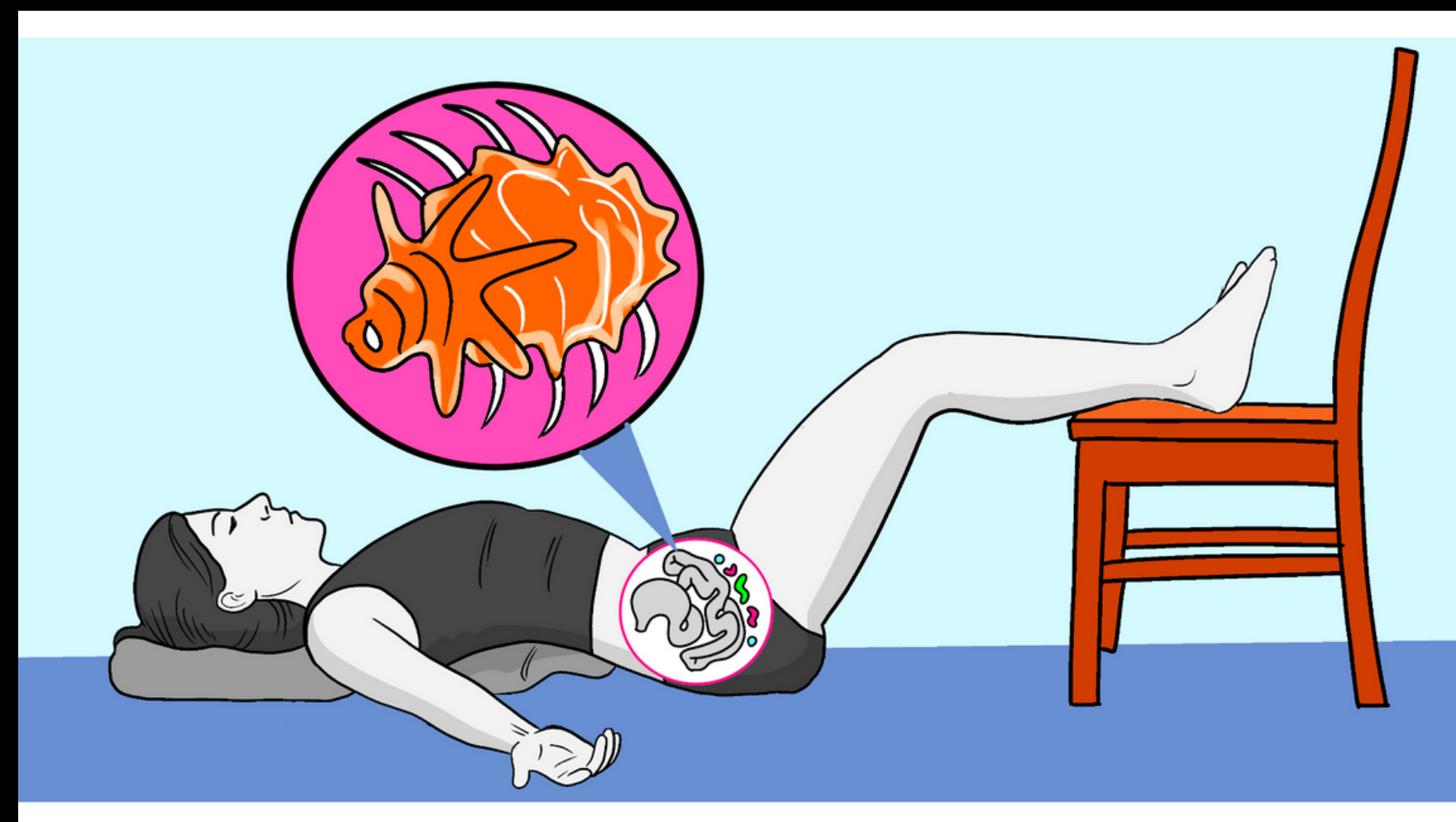
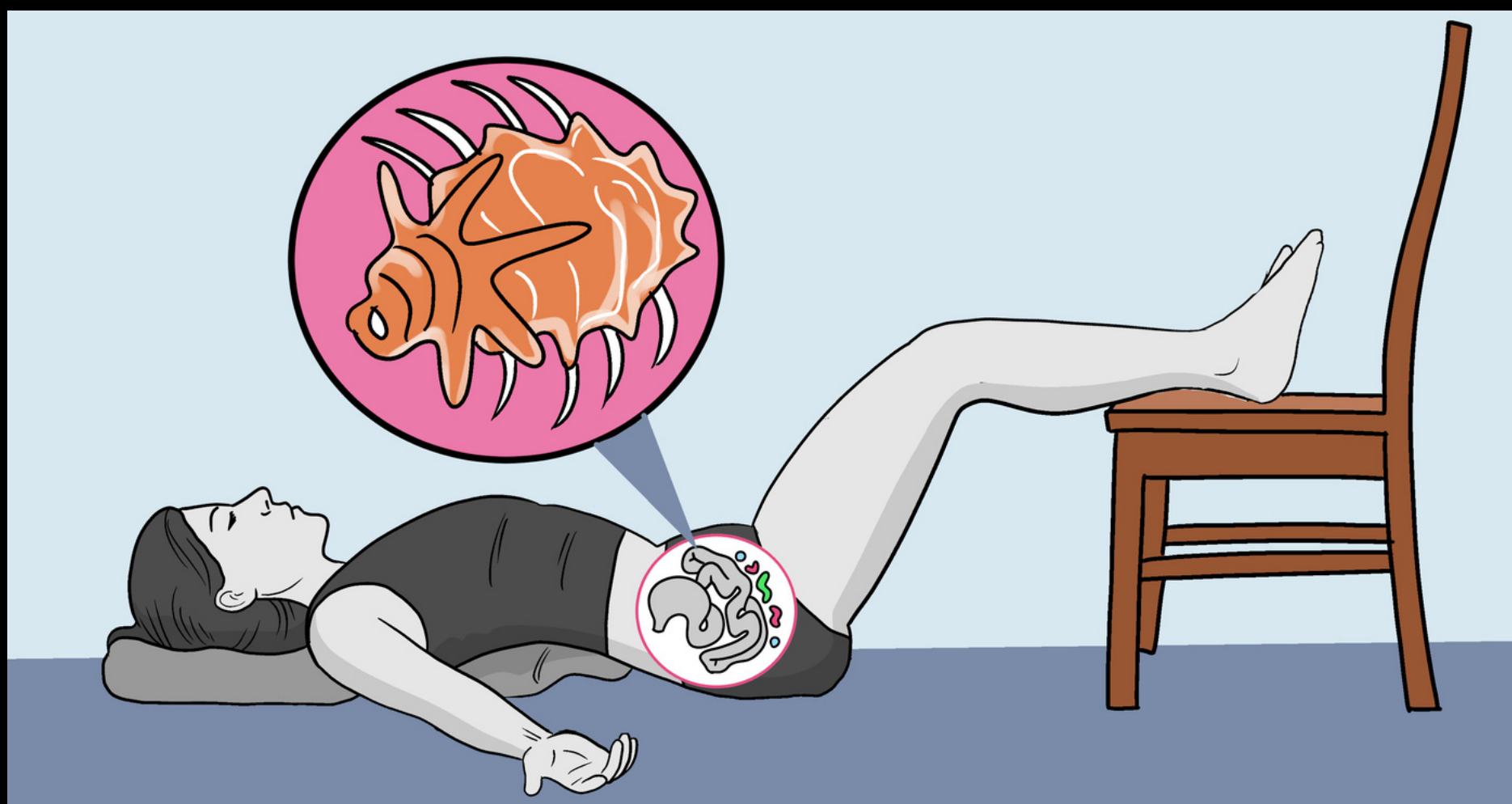
# COMO ESCALAR USANDO CRIATIVOS MELHORES

- Anúncios marcado como **baixa qualidade** pelo Facebook
- Teste diferentes estilos de criativos para buscar maior distribuição pelo FB (CPM menor) e assim escalar mais

# **INSIGHTS IMPORTANTES PARA AUMENTAR CTR DE CRIATIVOS**

# ALTO CONTRASTE E SATURAÇÃO

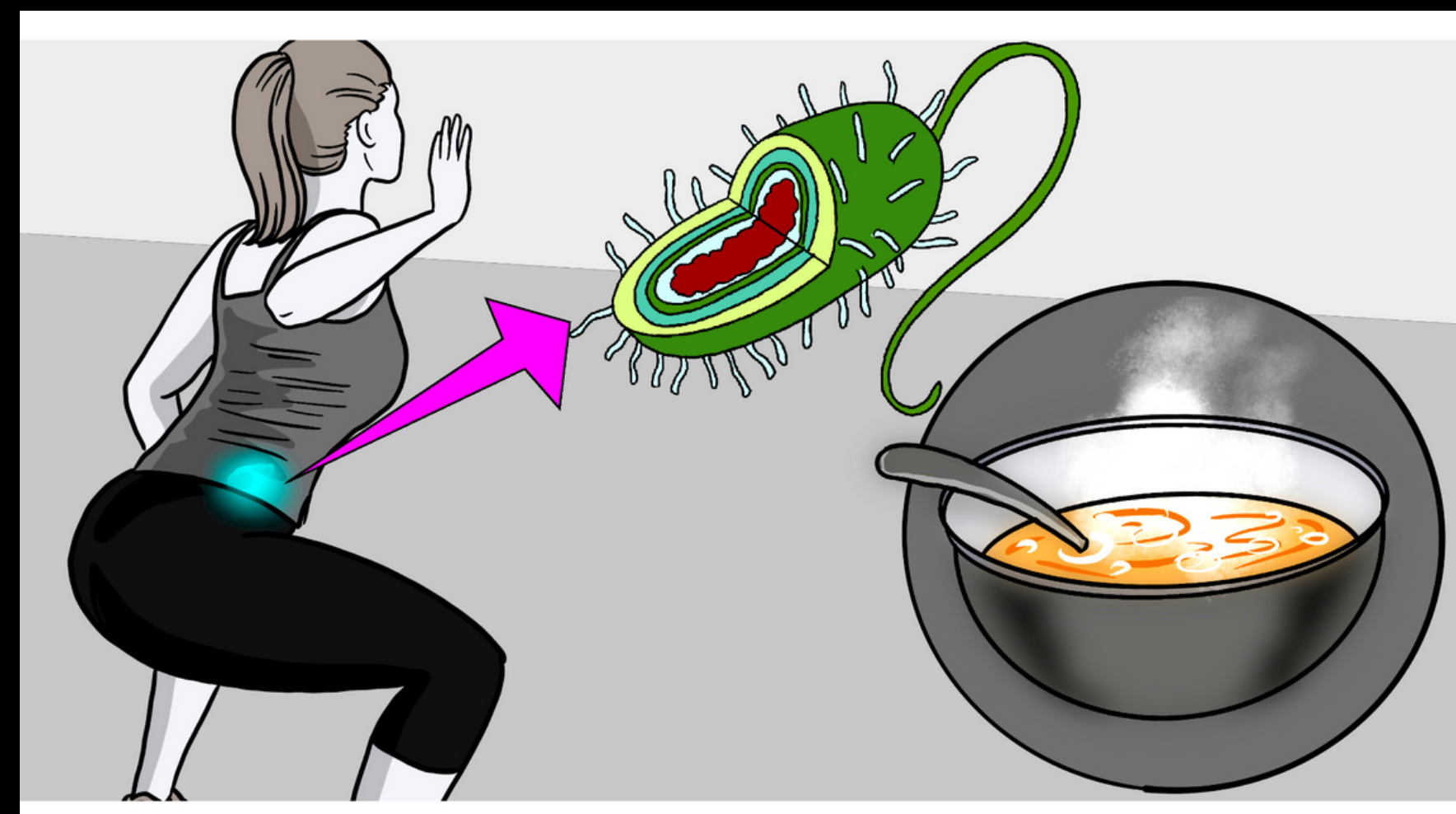
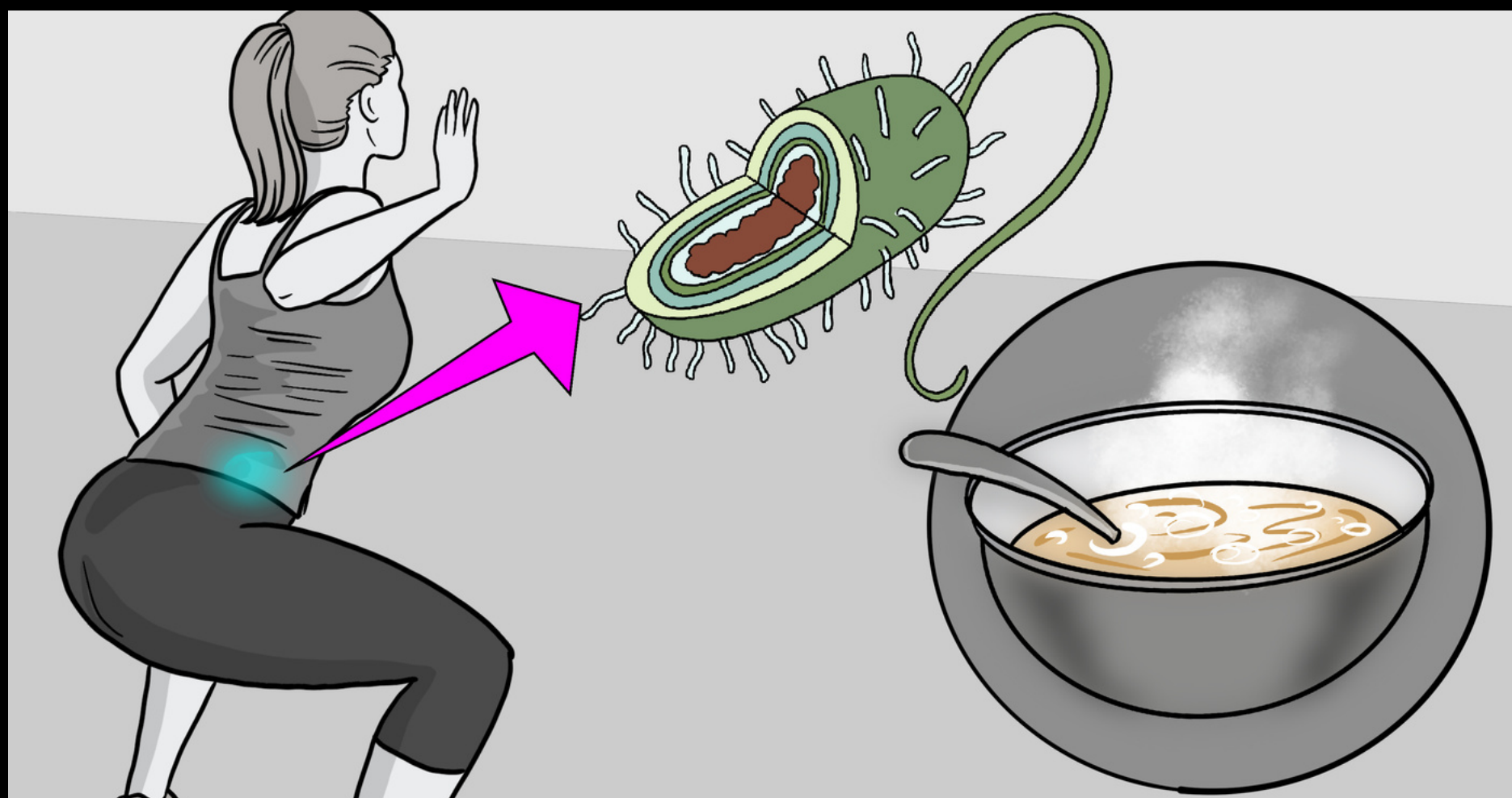
(Você pode aumentar isso no Canva, por exemplo)





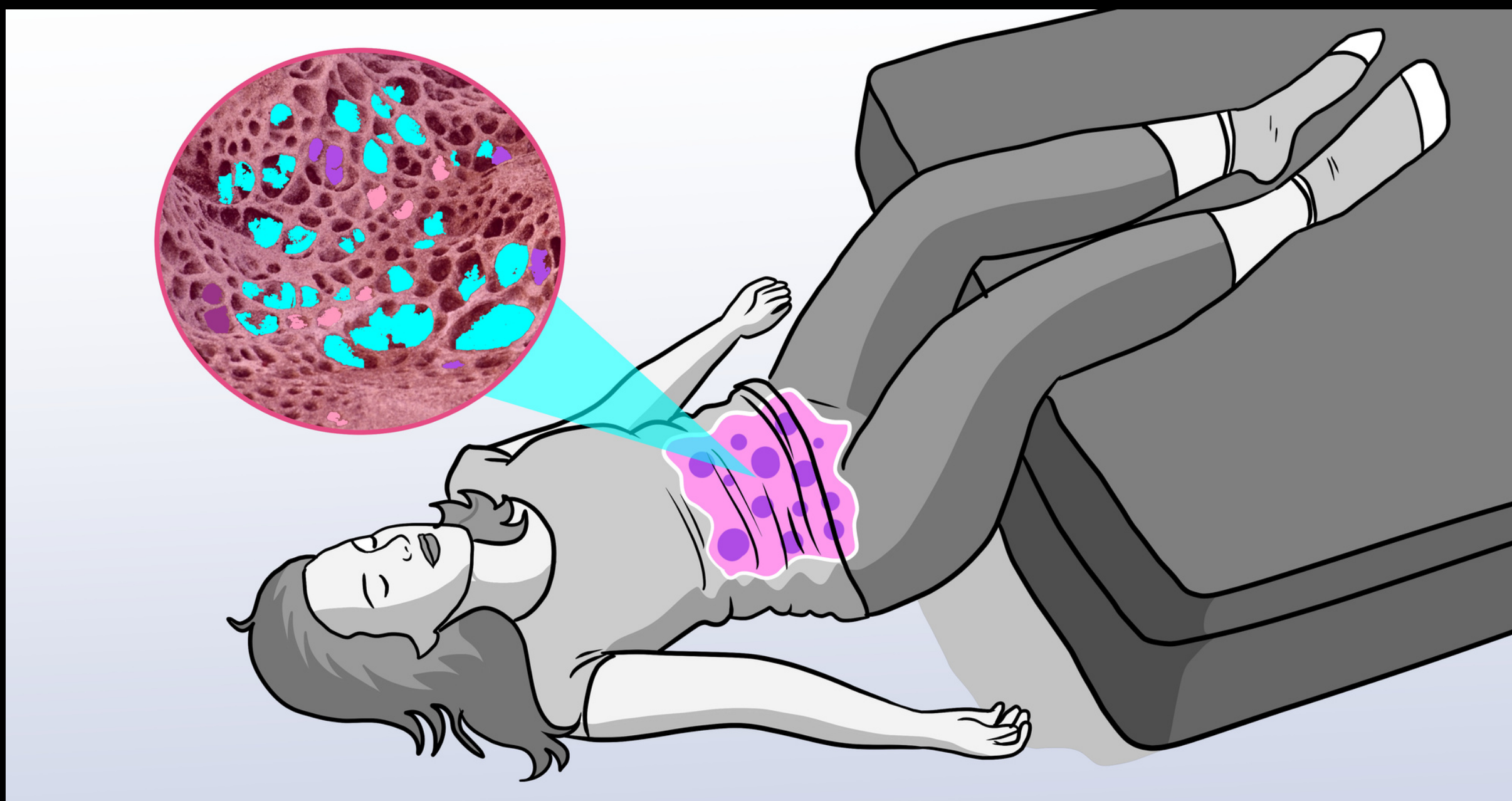
# ALTO CONTRASTE E SATURAÇÃO

(Você pode aumentar isso no Canva, por exemplo)



## FOCO EM 1 COISA:

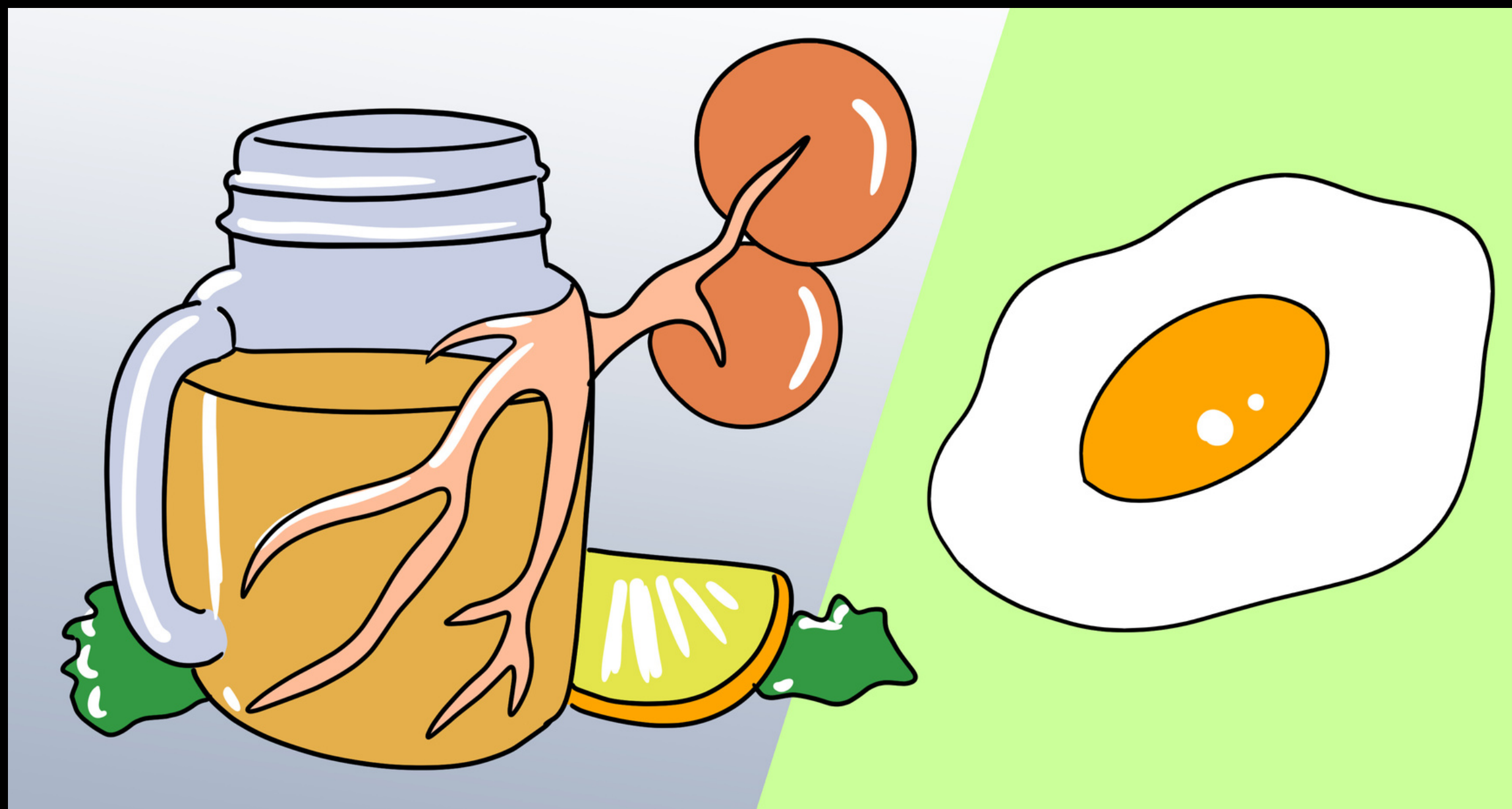
(Normalmente fotos preto e branco com 1 elemento colorido)





# INCONGRUÊNCIA:

(Insira elementos aleatórios e aparentemente sem sentido quando combinados...a pessoa vai querer saber a ligação entre eles)



# **SITE PARA VER SE O CRIATIVO TEM ELEMENTOS BLACK**

<https://cloud.google.com/vision>

# elementos de um criativo black

**Adult** - Elementos que remetam a conteúdo **adulto**

**Spoof** - Elementos que remetam a conteúdo **enganoso**

**Medical** - Elementos que remetam a conteúdo relacionado a  
**saúde/medicina**

**Violence** - Elementos que remetam a conteúdo **violento**

**Racy** - Elementos que remetam a conteúdo **picante**

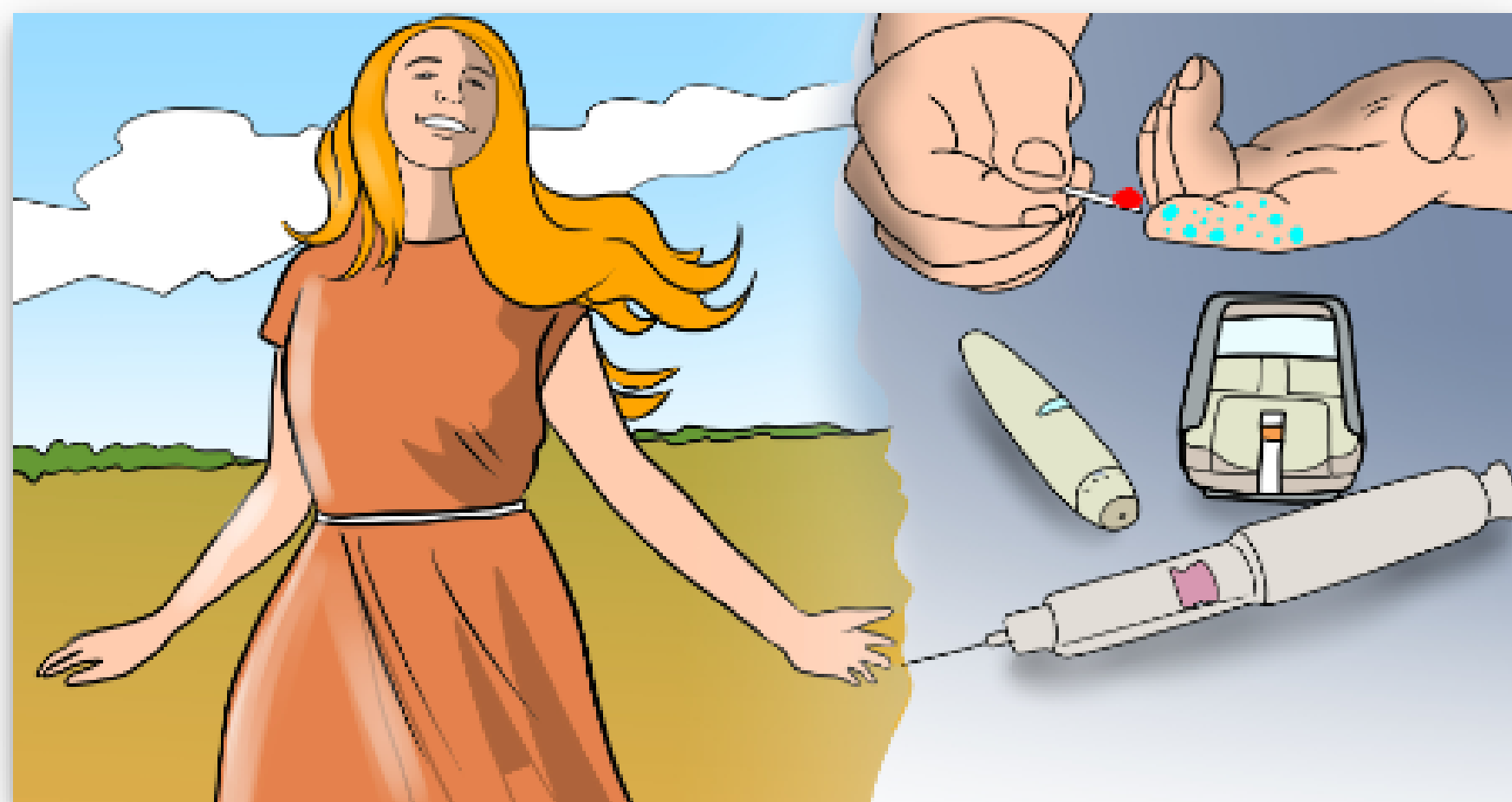
Uma boa prática é ter a maioria desses elementos abaixo de  
**LIKELY** (provável)

Objects

Labels

Properties

Safe Search



Adult ☒ ☒ ☐ ☐ ☐ Unlikely

Spoof ☒ ☐ ☐ ☐ ☐ Very Unlikely

Medical ☒ ☐ ☐ ☐ ☐ Very Unlikely

Violence ☒ ☒ ☐ ☐ ☐ Unlikely

Racy ☒ ☒ ☒ ☐ ☐ Likely

Likelihood values are Unknown,

OBS: Essa ferramenta é uma bússula, ou seja, não é garantia que seu criativo seja white aos olhos do Facebook, porém, se ela mostrar todos os elementos muito elevados, certamente vai ser bloqueada. Trata-se de uma ferramenta para te ajudar a entender como um robô vê os atributos da sua imagem

## EXEMPLO DE HEADLINES

[https://docs.google.com/document/d/18-ofjkO6HQLDsOSmfmRwLQmxxh7\\_6XW6-JeqJFVgLf0/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/document/d/18-ofjkO6HQLDsOSmfmRwLQmxxh7_6XW6-JeqJFVgLf0/edit?usp=sharing)

# SWIPE FILE DE CRIATIVOS VETOR

[https://drive.google.com/drive/folders/18VWkWXtBMzFYTCRQ3eUrFCI4Q2IgmscR?  
usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/18VWkWXtBMzFYTCRQ3eUrFCI4Q2IgmscR?usp=sharing)

