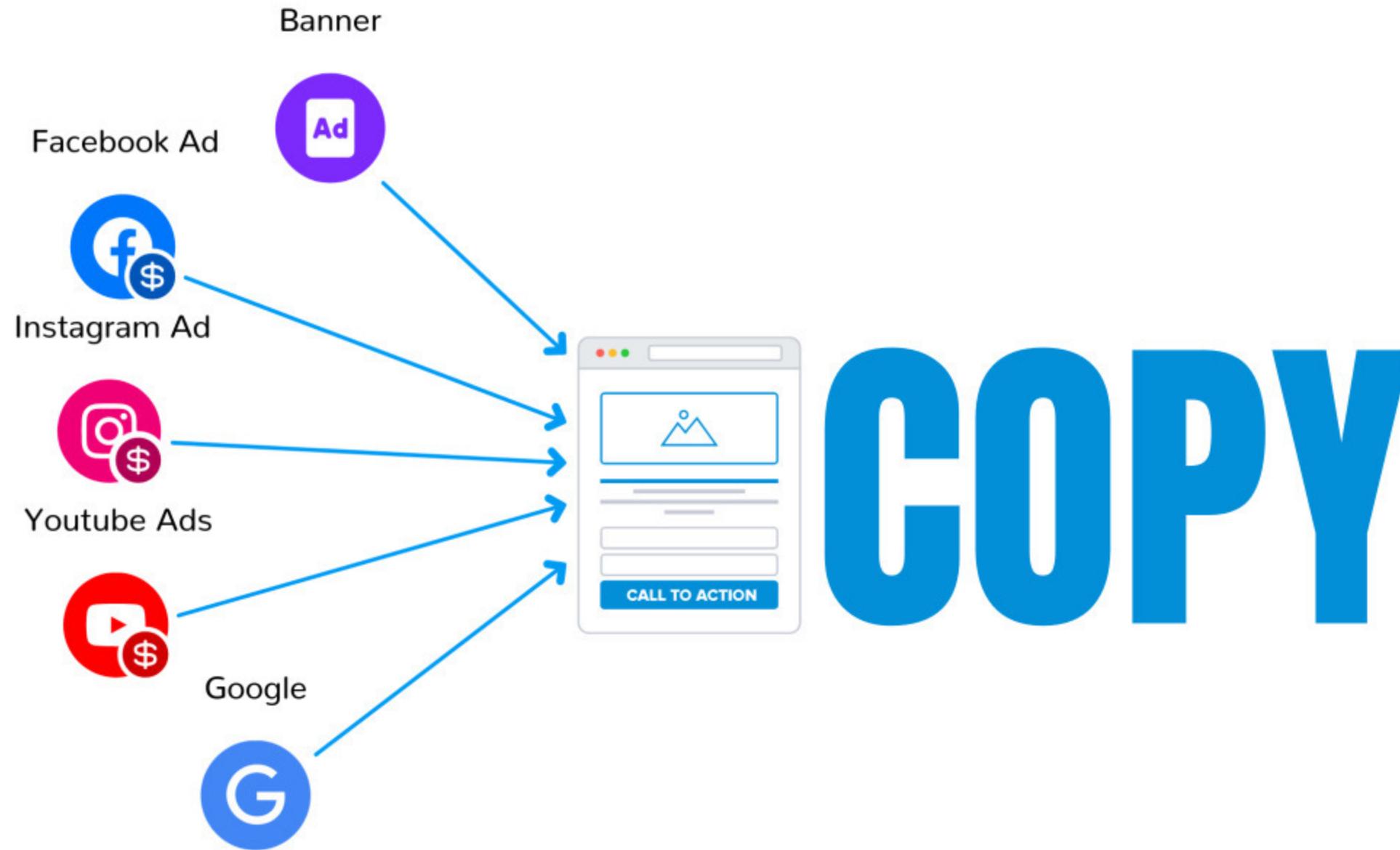


FÓRMULA DE CRIATIVOS



**QUAL O
OBJETIVO
DE UM ANÚNCIO?**





Levar o público alvo ao meu **site**, onde está minha Copy. Levar o público alvo para **ler** minha Copy.

ATENCAO
EMOCIONAL
PROMESSA
SIMPLES
NATIVO



Conversão = Atenção x (Emocional + Promessa) + Simples + Nativo

Atenção: puxar os olhos, mudar o mindset e gerar curiosidade

Emocional: gerar emoções no leitor com uma história parecida com a dele

Promessa: o que a pessoa vai ganhar lendo sua copy (benefício, ou, o benefício do benefício), LOOPS que fecharão na Copy

Simples: palavras, frases e conceitos conhecidos pelo público alvo

Nativo: se adequa ao ambiente onde o anúncio aparece

$$\text{Conversão} = \frac{\text{At} \times (\text{Em} + \text{Pr})}{\text{Exponencial}} + \text{Si} + \text{Na}$$

Mudar esses fatores na Copy tem mudanças mais intensas. Por exemplo, veja a diferença dos anúncios abaixo:



11 Coisas Que As Meninas do BBB
Comem Para Manter A Forma



11 Coisas Legais de Comer

$$\text{Conversão} = \text{At} \times (\text{Em} + \text{Pr}) + \text{Si} + \text{Na}$$

Adicional



Mudar esses fatores na Copy tem mudanças menos intensas. Por exemplo, veja a diferença dos anúncios:



O Segredo do Dinheiro Que Os Bancos
Não Querem Que Você Descubra



O Segredo do Dinheiro Que Os
Bancos Escondem de VOCÊ