



Estrutura para Criar Criativos

1. Chamar a atenção

1.1. Seu cliente vê mais de 5 mil anúncios por dia, então você precisa fazer com que ele se interesse pelo seu.

1.1.1. Para seu anúncio não passar despercebido, você precisa de dois fatores:

1.1.1.1. Uma imagem estratégica

1.1.1.1.1. No quesito imagem, é importante que você utilize uma foto com uma cor diferente, uma saturação mais alta, ou qualquer outra coisa que chame atenção do seu cliente.

1.1.1.2. Uma headline chamativa.

2. Headline forte

2.1. A headline é a primeira frase do seu anúncio. Ela tem o papel de um título: precisa ser forte e sintetizar toda a ideia do anúncio em poucas palavras.

2.1.1. Essa é a hora ideal para você pensar em qual dor ou desejo você quer despertar? Você quer falar de um erro que a pessoa comete? Quer entregar algum benefício? Quer fazer uma promessa? Escolha um único objetivo e centralize sua escrita nele.

2.1.1.1. É importante que sua headline seja única, específica e tenha um benefício claro. Além disso, ela precisa instigar a curiosidade do seu cliente para que ele continue lendo o que você tem a dizer.

3. Problema e Solução

3.1. Antes de escrever qualquer anúncio, tenha em mente que você precisa impactar seu cliente pela emoção e persuadi-lo pela razão.

3.1.1. Ou seja: sua primeira missão é despertar uma emoção forte. Você pode fazer isso mostrando um problema que sua audiência tem. Fale sobre os custos de ter o problema, lembre do sentimento ruim que ele gera, de todas as consequências ruins...

3.1.1.1. Depois, mostre que existe uma maneira de resolvê-lo: com a sua solução. Estimule a esperança e a vontade de mudar.

4. Promessa

4.1. Depois de apresentar sua solução, mostre o principal benefício dela. Lembre-se, novamente, da Grande Ideia: você precisa ter um único foco.

4.1.1. Escolha qual é o melhor benefício que seu produto oferece e descreva a principal transformação que ele trará para a vida do seu cliente. Quanto mais específico você for, mais credibilidade você vai gerar.

4.1.1.1. Mas fique atento: promessas grandes demais são difíceis de acreditar. Por isso, faça promessas que você consegue cumprir

5. CTA

5.1. Por fim, você precisa pedir seu cliente para fazer alguma ação

5.1.1. No caso dos anúncios, ele precisará clicar em um botão para ser direcionado para a página de vendas - então peça para que ele faça isso.

5.1.1.1. É extremamente comum vermos anúncios muito bem escritos por aí... Mas que não chamam o cliente para nenhuma ação. Você precisa se certificar que isso não aconteça com o seu.