



10 HORAS DE IMERSÃO
PRESENCIAL
EM TRÁFEGO PAGO

**PARA QUEM NUNCA ANUNCIOU
OU NÃO OBTVE RESULTADOS**

**ANUNCIANDO NA PRÁTICA COM
INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL**

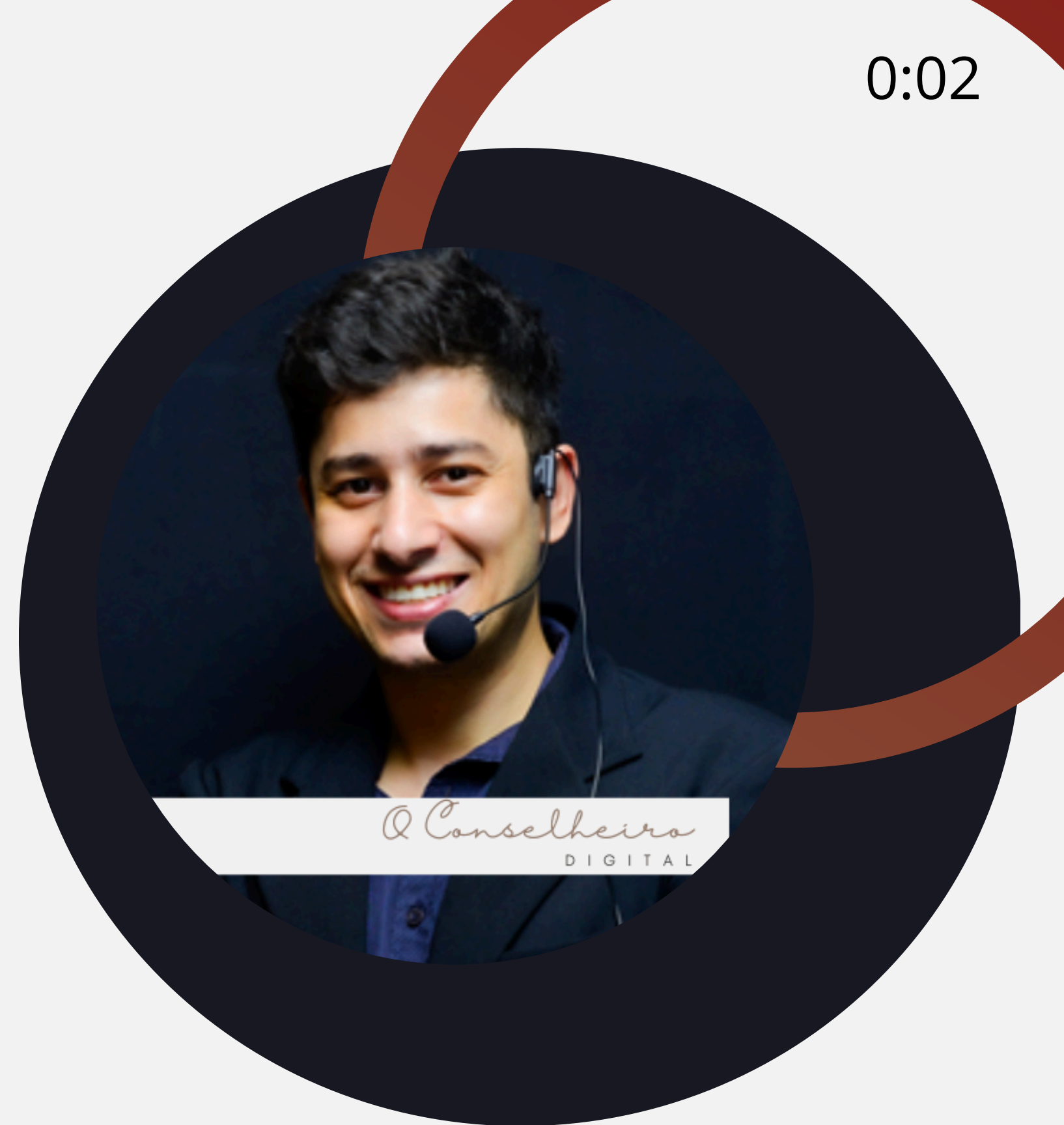
Quem sou eu?

0:02

Filipe Bicalho

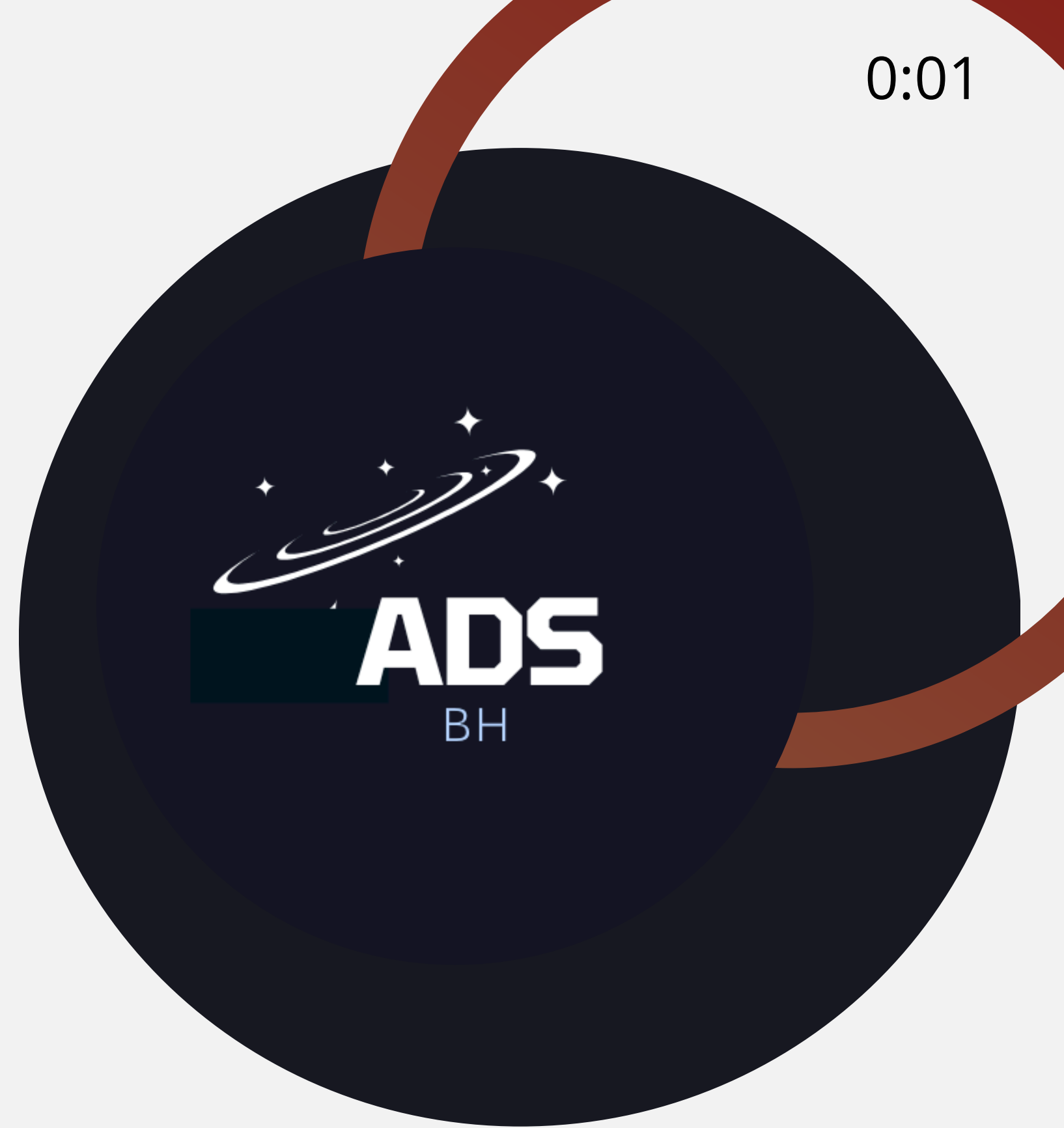
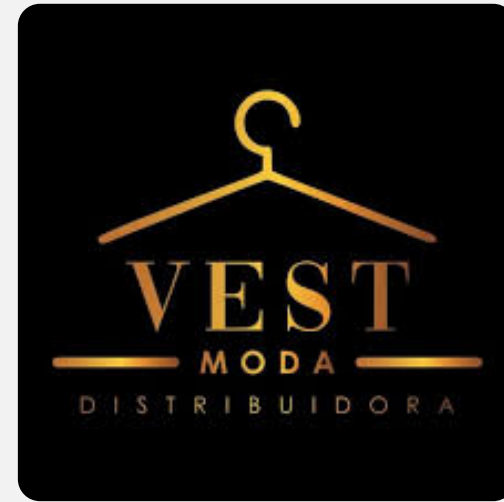
ESPECIALISTA EM TRÁFEGO PAGO
PARA NEGÓCIOS LOCAIS.

- Formado em Administração na FUMEC
- Curso Técnico de Administração em Sydney.
- 8 Anos Como Proprietário de uma Rede de Restaurantes.
- Já Gerenciei mais de R\$ 400.000,00 em anúncios .
- Diplomado Pelo Meta Ads, Google Ads e Pedro Sobral.
- Coordeno Campanha de Mais de 12 Empresas Atualmente.



Empresas Clientes

0:01



Empresas Clientes



Certificados



**APENAS 2% DE 45 MIL ALUNOS
PASSARAM NA PROVA DE
CERTIFICAÇÃO DA SOBRAL
ENSINO LTDA**



Ex Empresário Ramo Alimentício

0:03



Quem sou eu?

0:03

Sueli Braga

ESPECIALISTA EM TRÁFEGO PAGO PARA NEGÓCIOS LOCAIS.

ESPECIALISTA EM CURSO DE TRÁFEGO PAGO PARA NEGÓCIOS LOCAIS E REDES SOCIAIS



Quem sou eu?

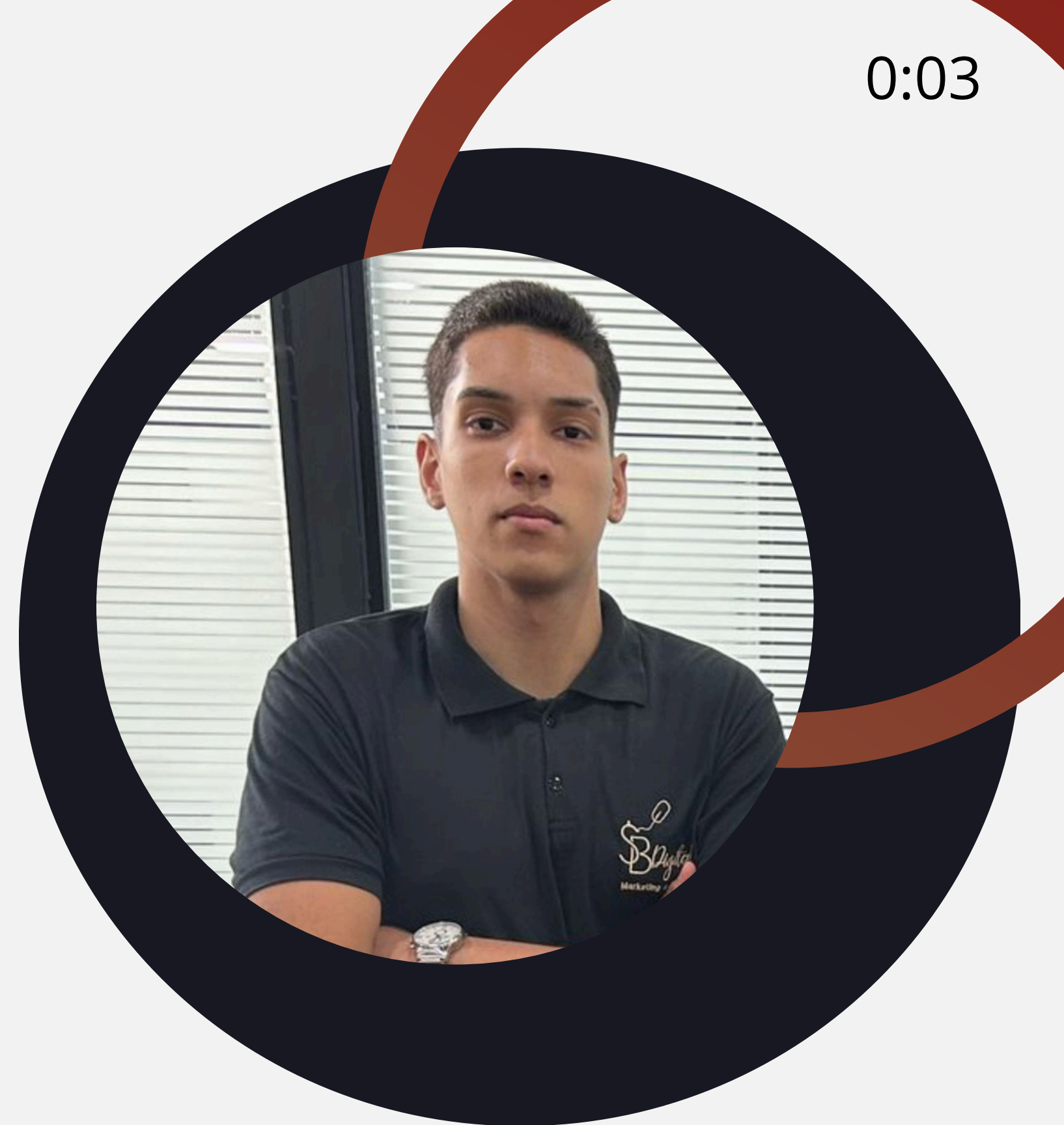
0:03

Arthur Braga

ESPECIALISTA EM TRÁFEGO PAGO PARA NEGÓCIOS LOCAIS.

ESPECIALISTA EM CONFECÇÃO DE LANDING PAGES

ESPECIALISTA EM CURSO DE TRÁFEGO PAGO PARA NEGÓCIOS LOCAIS.



Quem são vocês?

00:20



O QUE VOCÊ VAI APRENDER COMIGO HOJE ?

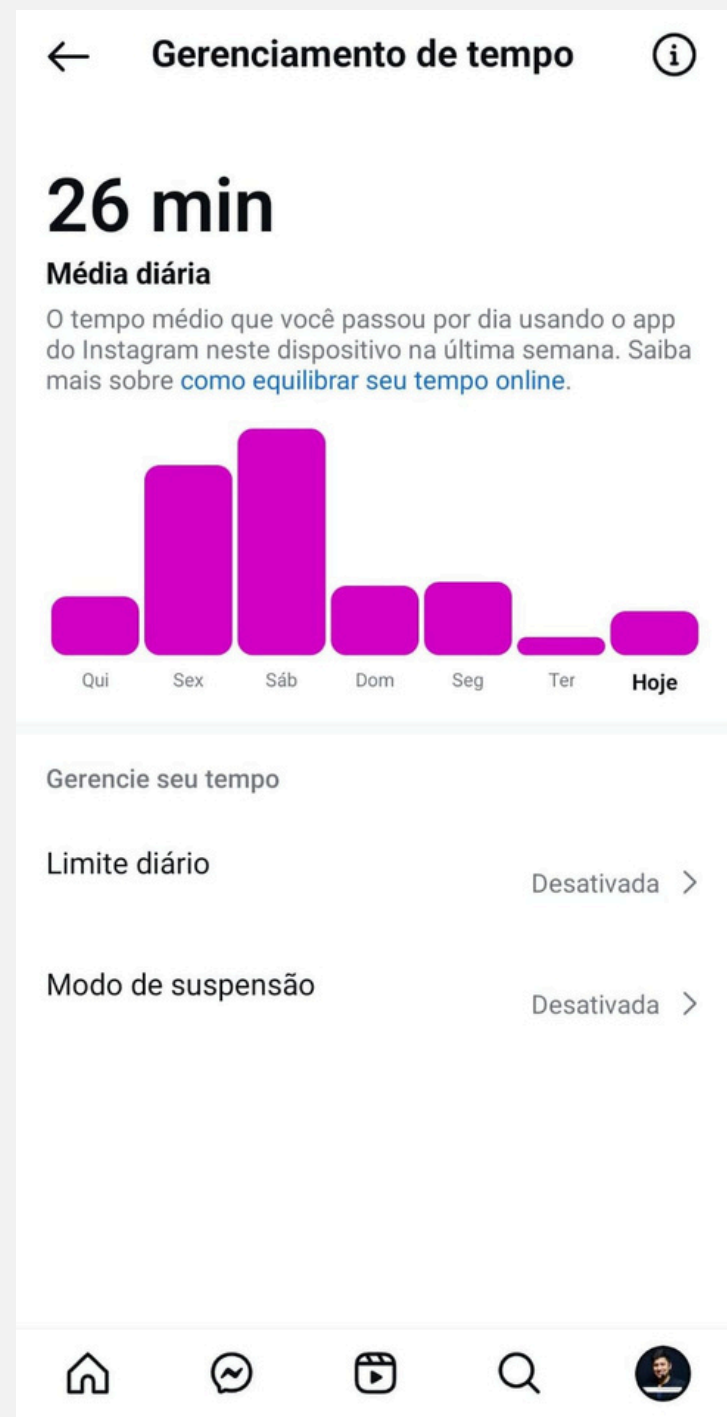
A JORNADA DE APRENDIZADO É A CHAVE DO SUCESSO



Quem desses é você ?



Quantas Horas Você Passa Por Dia Nas Redes Sociais ? Você Sabe ?



SIGA OS PASSOS

ABAIXO:

- Entre no seu Instagram
- Clique nas 3 Barrinhas Superior da Tela.
- Gerenciamento de Tempo.
- Confira o Gráfico a Seguir.
- Você Pode Colocar um Limite Diário você sabia?

O Que é Tráfego Pago ?



O Que é Tráfego Pago ?

"Tráfego pago é pagar para aparecer para pessoas certas em seus momentos de compras certos.
E existe vários locais que podemos anunciar.



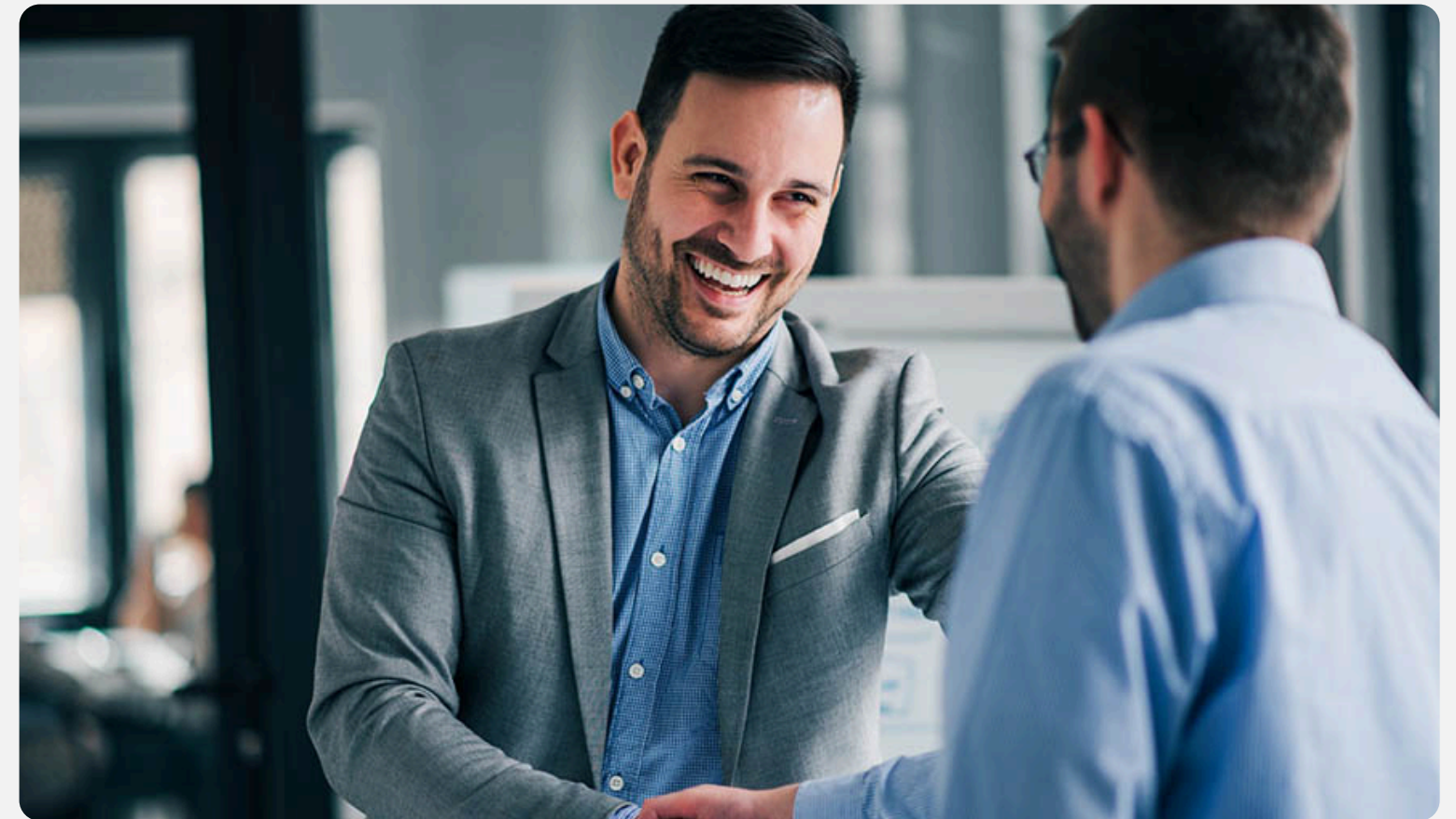
Como o Comportamento Das Pessoas Nas Rede Sociais Se Relaciona com O Tráfego Pago ?

- **Ele Sabe Tudo Sobre Você:** quando um cliente procura seu serviço ou produto, **é a hora que entramos no jogo.**



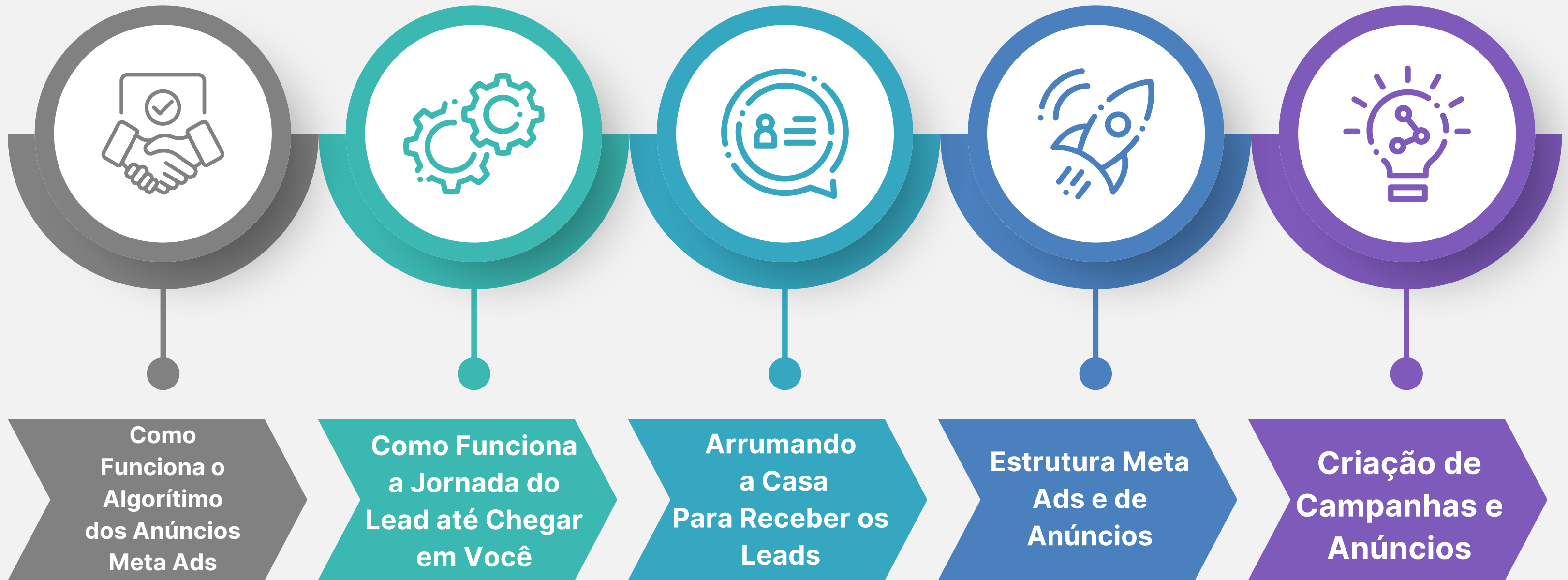
Conclusão

Somente negocia e vende quem aparece. Ficar escondido não trás cliente.



O QUE VOCÊ VAI APRENDER COMIGO HOJE ?

A JORNADA DE APRENDIZADO É A CHAVE DO SUCESSO



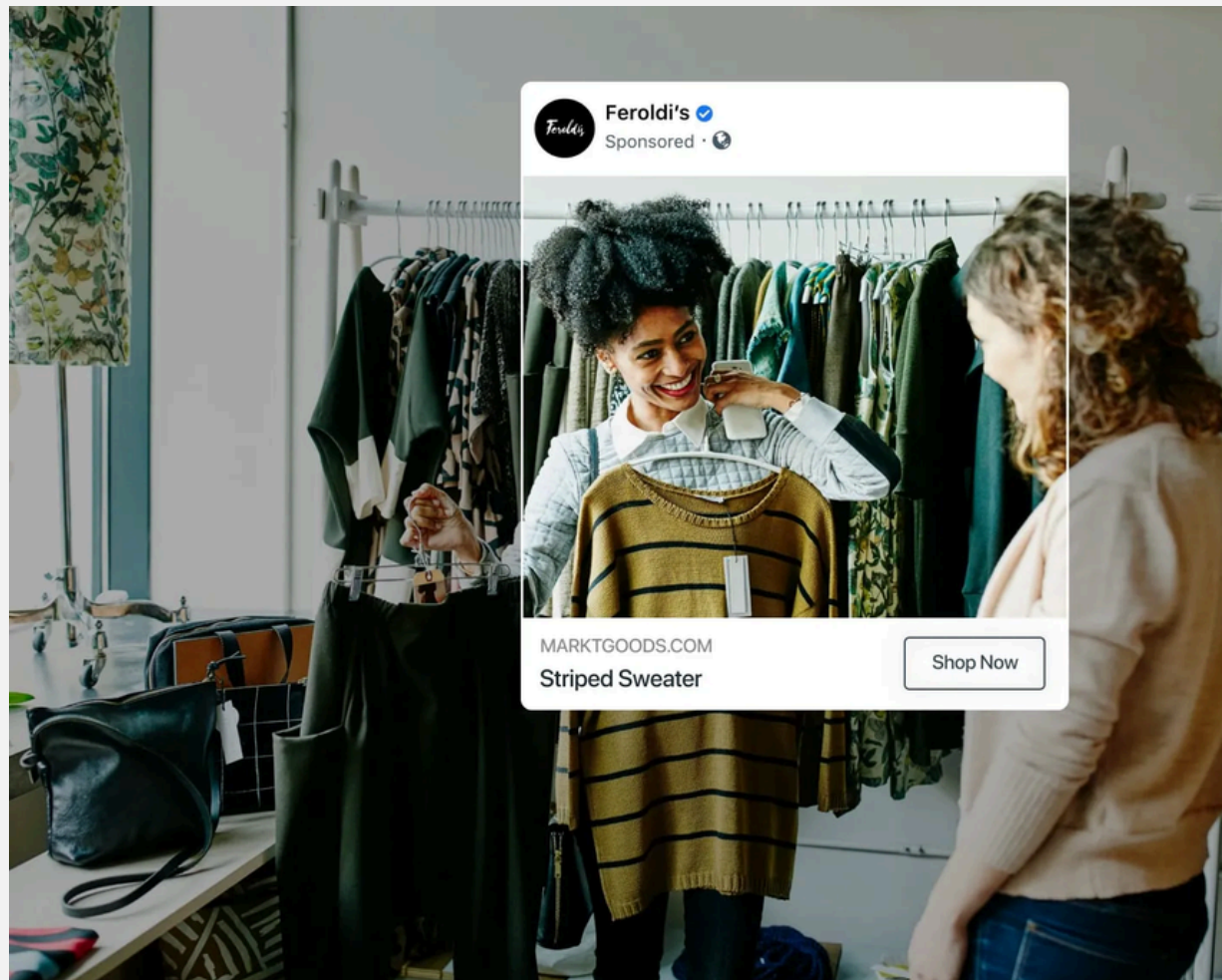
O que é um LEAD?

Lead é uma pessoa ou empresa que entra em contato através dos seus anúncios e entrega uma fonte de diálogo para fazer negócios.



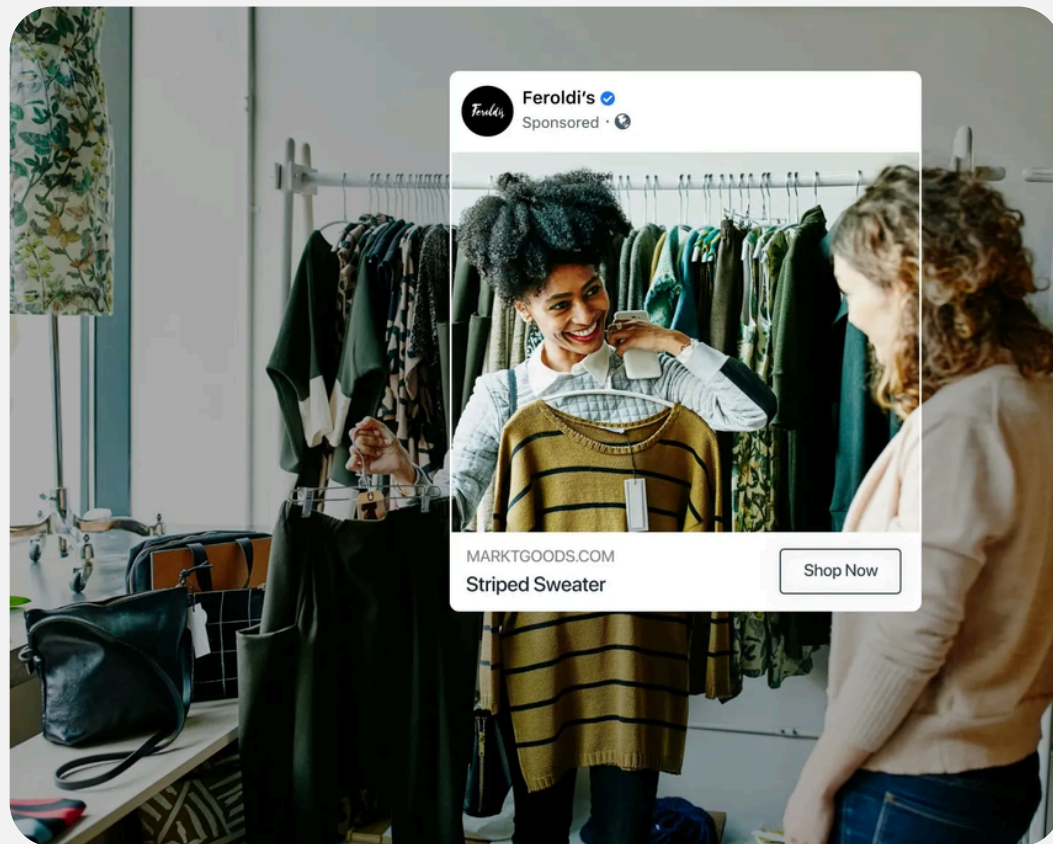
Como ele chega até você pelo Tráfego Pago ?

1 - Visita Direto ao Local



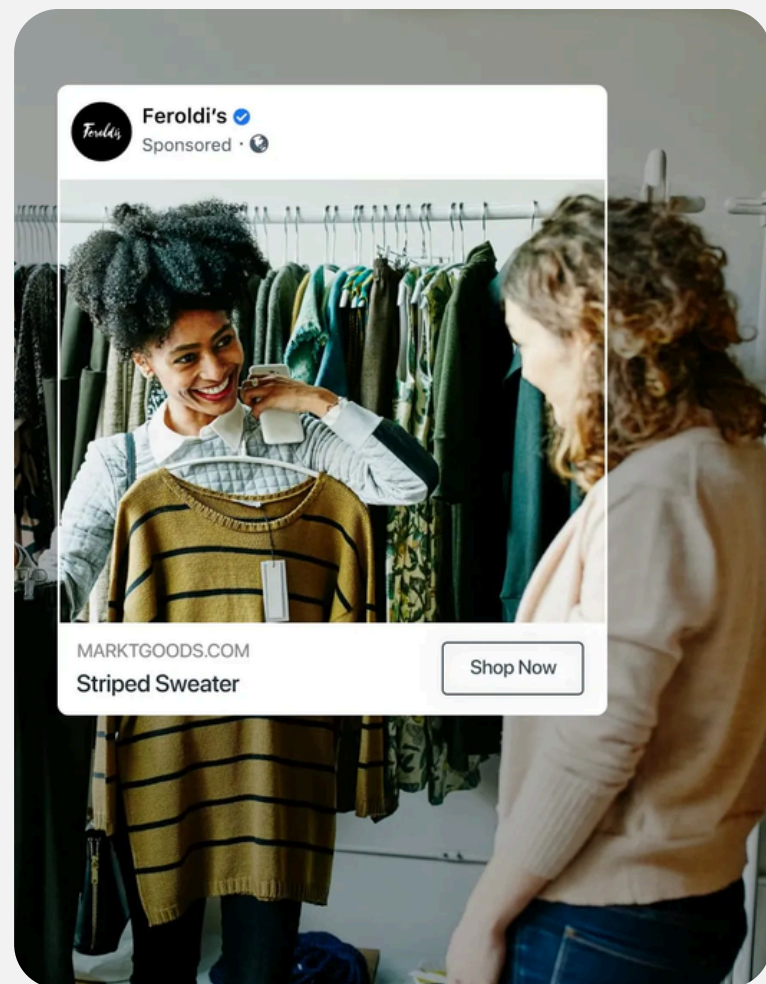
Como ele chega até você ?

2 - Do Anúncio ele vai direto para um Formulário e você entra em contato.



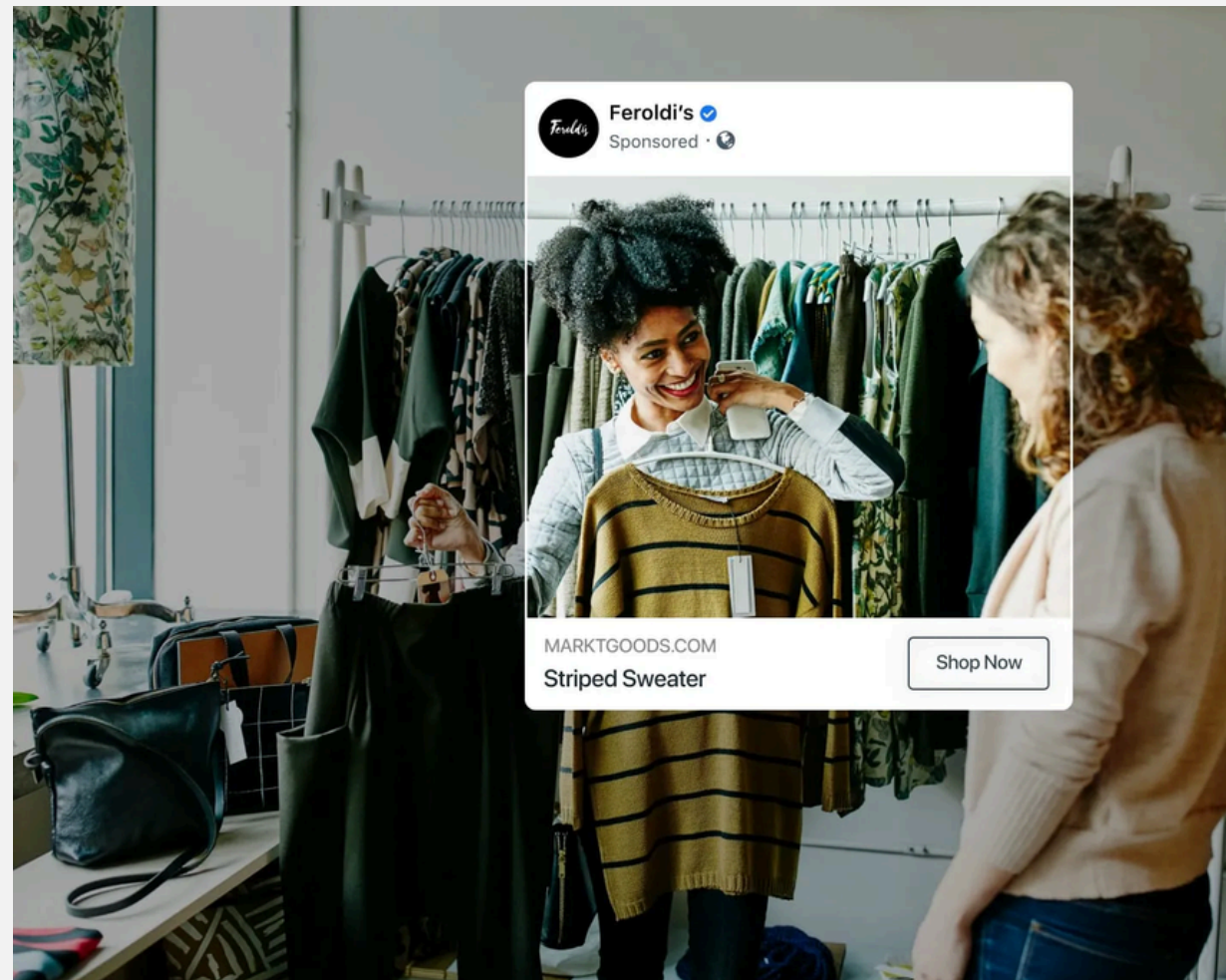
Como ele chega até você ?

3 - Do Anúncio ele vai direto para uma landing Page e Decide Entrar em Contato ou não.



Como ele chega até você ?

1 - Do Anúncio ele vai direto ao seu whatsapp



O QUE VOCÊ VAI APRENDER COMIGO HOJE ?

A JORNADA DE APRENDIZADO É A CHAVE DO SUCESSO



Como Está Sua Recepção Online ?



Nome + Nome Loja

Foto Com Fundo Neutro

Nome + Palavras Chave

- O que você faz
- Como Resolvo Seu Problema
- Prova Social
- Chamada Para Ação

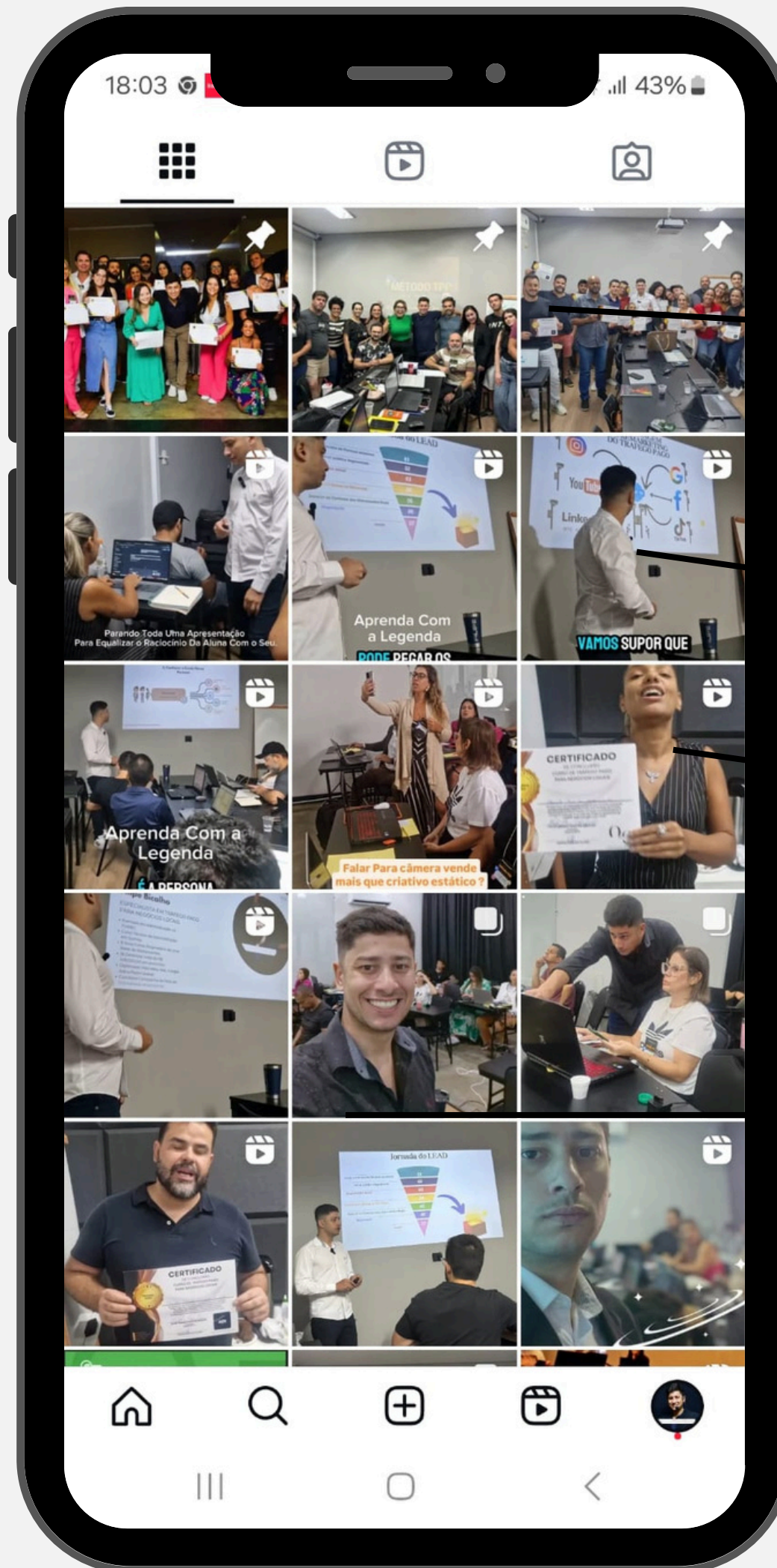
Link Direcionador

Botão Whatsapp

Quem é Você, Parcerias,
Provas Sociais,

Resultados dos seus produtos,
depoimentos, negócios fechados
e, principalmente, posts que
entregam informações
relevantes e que conectam com
o seu público-alvo

Como Está Sua Recepção Online ?



Fixa as Publicações Mais
Importantes

Entregando Conhecimento

Provas Sociais

Fotos do Seu Produto

Como Está a Recepção No Seu Whatsapp?



Logo Marca

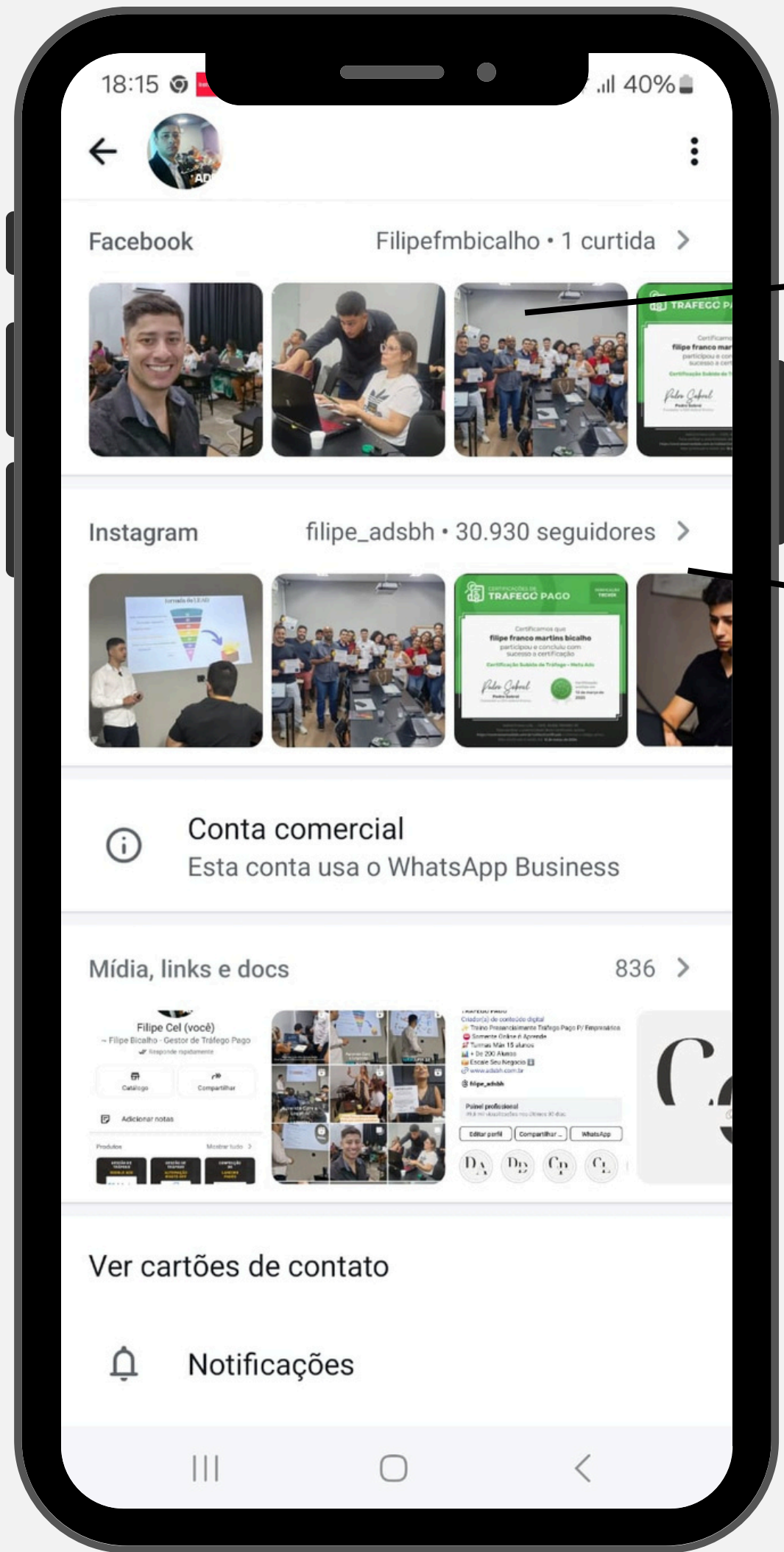
Foto Com Fundo Neutro

Foto Pessoal Com Logo Marca

Nome + Cargo

Principais Produtos Catalogados

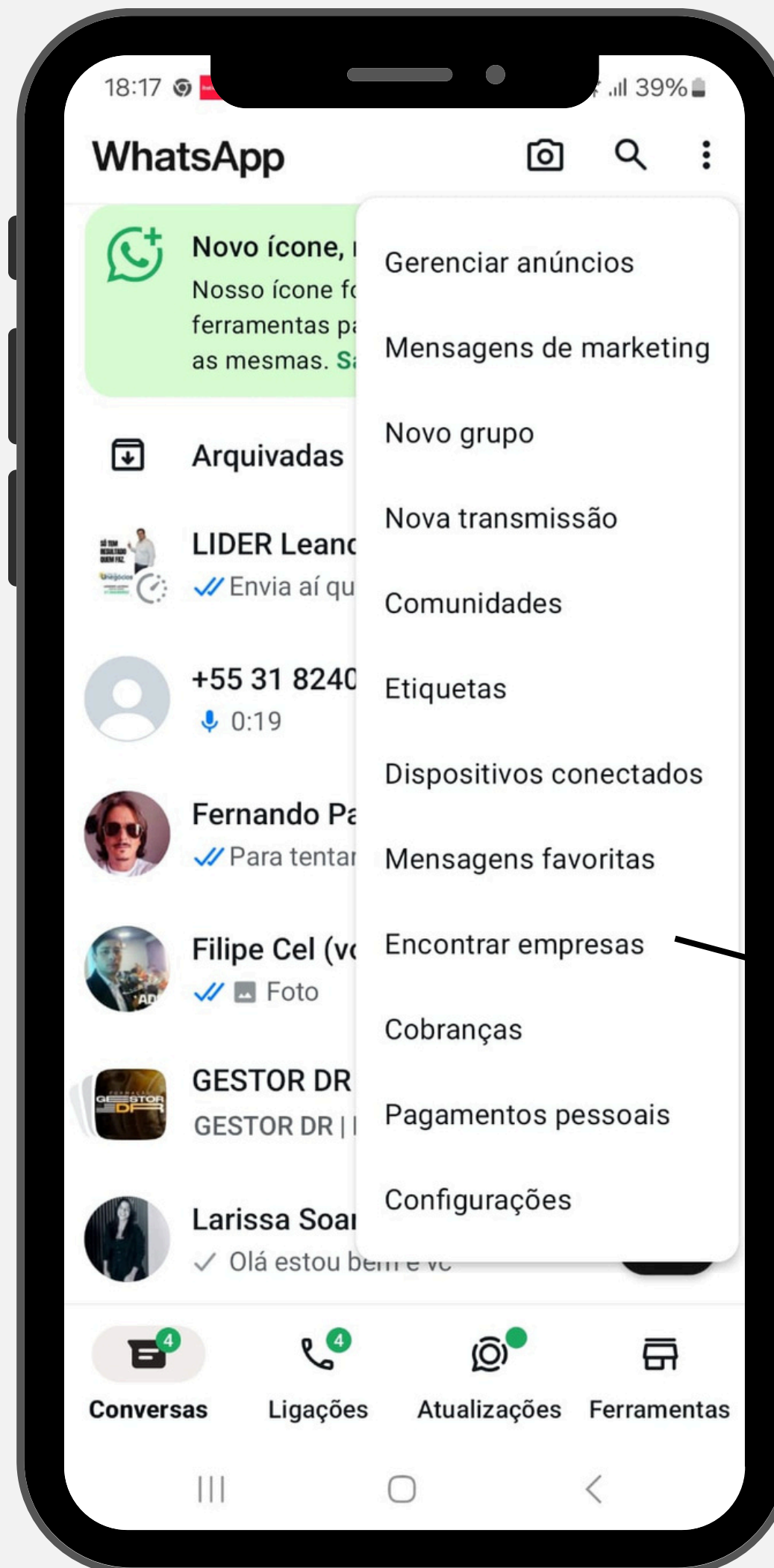
Como Está a Recepção No Seu Whatsapp?



→ Face Book Vinculado

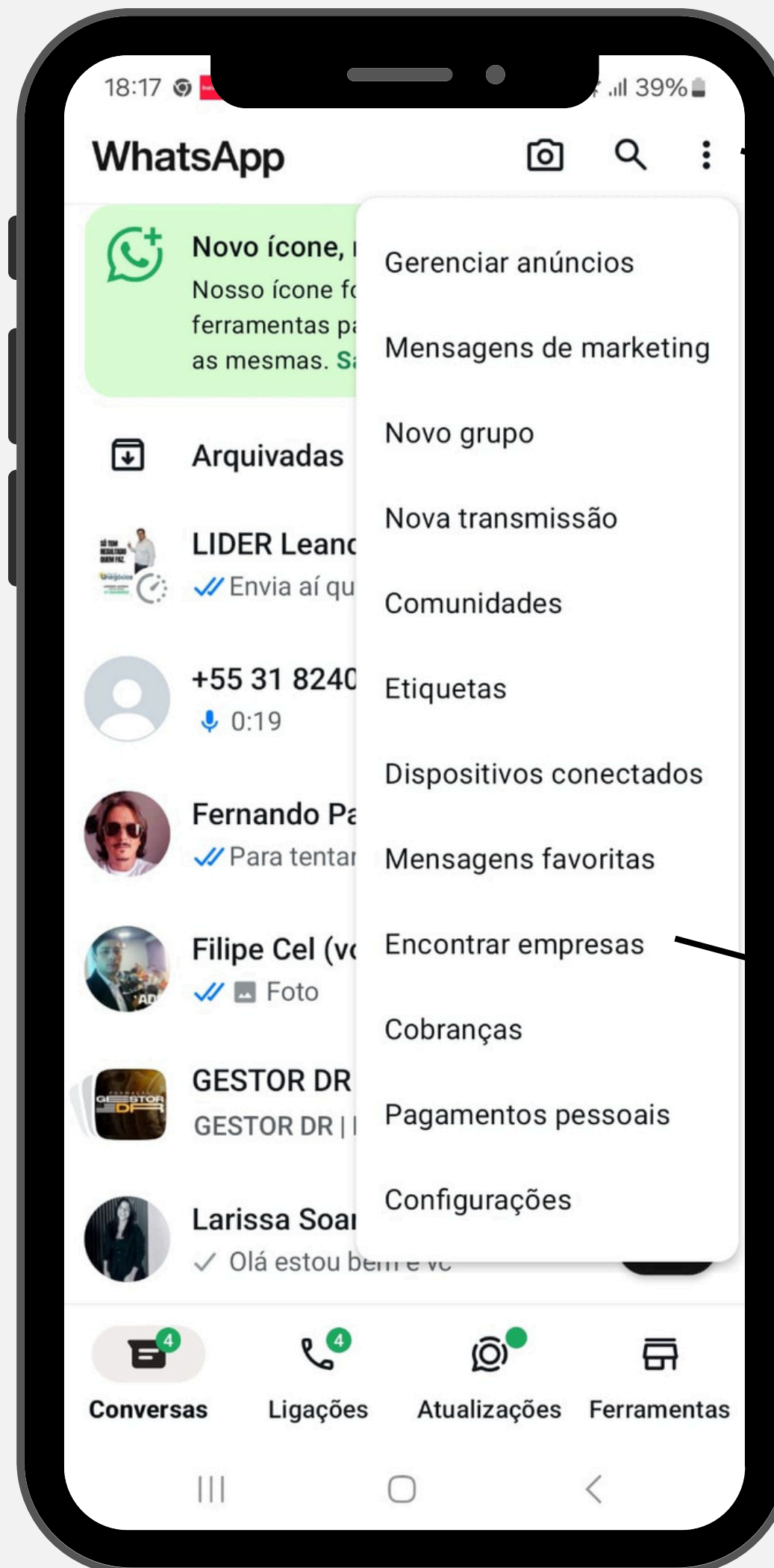
→ Instagram Vinculado

Como Está a Recepção No Seu Whatsapp?



**Campo de
Busca Por
Empresas que
pode
facilmente
substituir o
google ads.**

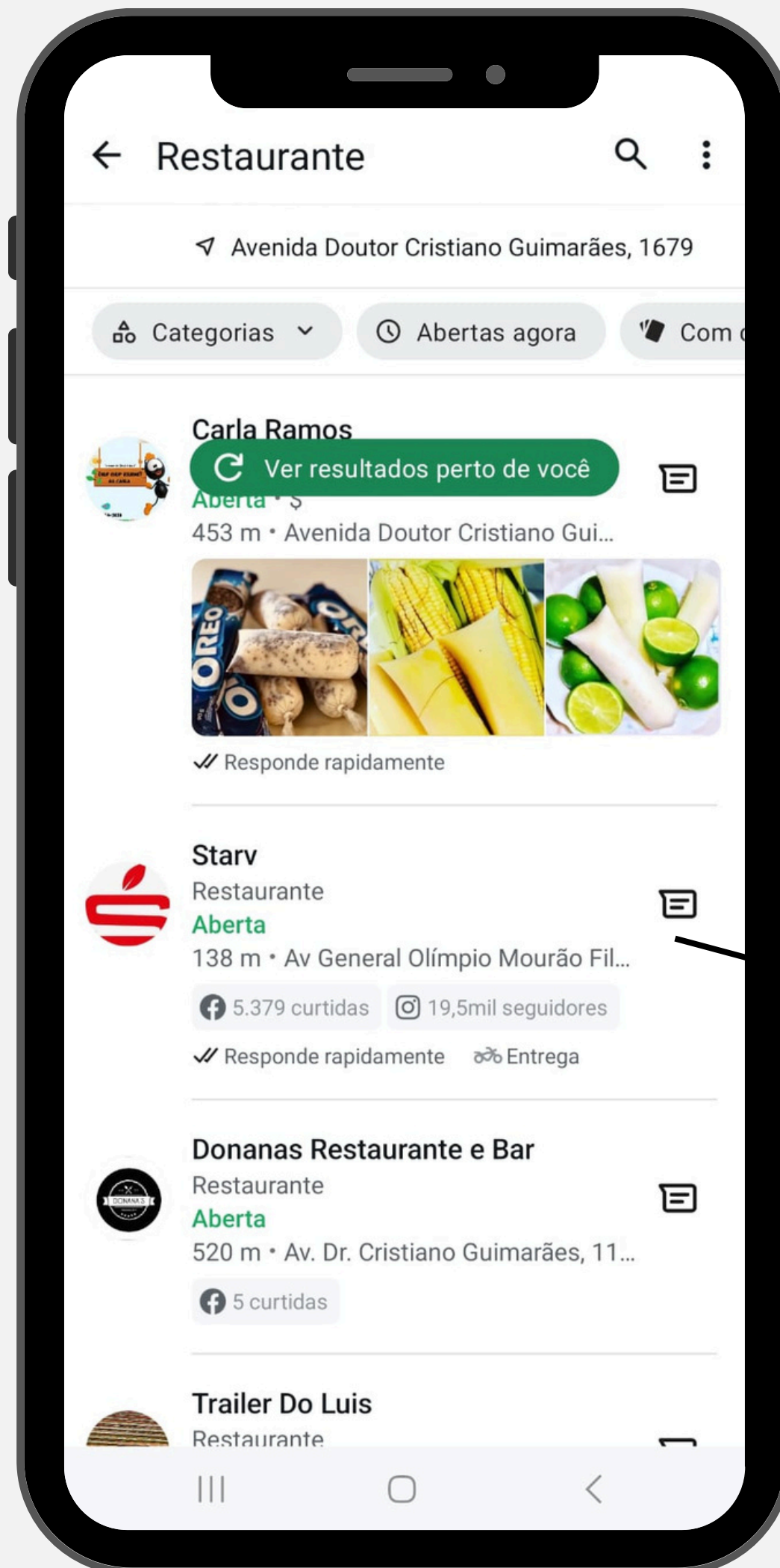
Como Está a Recepção No Seu Whatsapp?



3 Pontinhos Superior

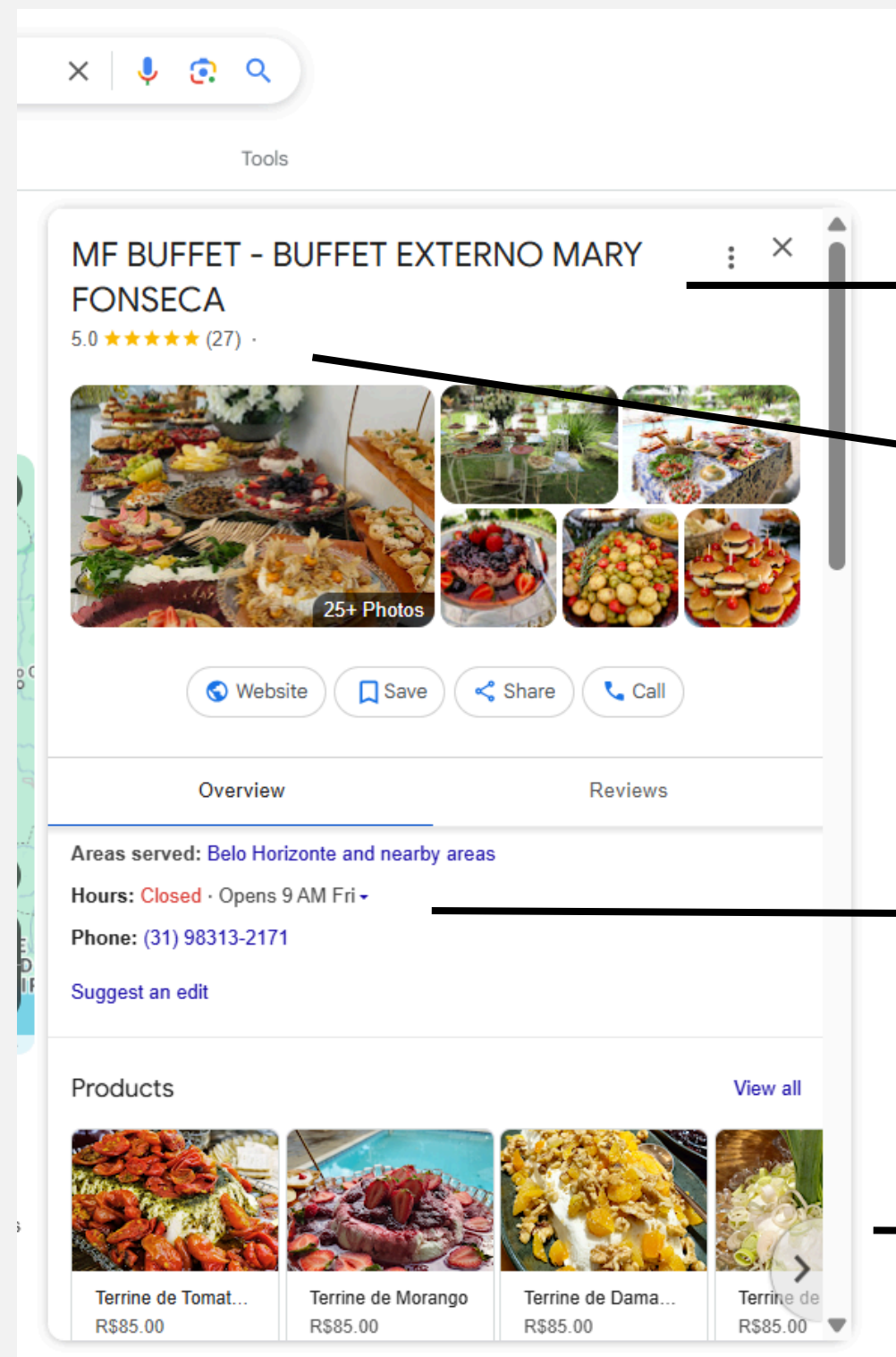
Campo de Busca Por Empresas que pode facilmente substituir o google ads.

Como Está a Recepção No Seu Whatsapp?



**Todas as
Empresas
Perto de Você
No Nicho que
Você escolher**

Como Está a Recepção No GMN?



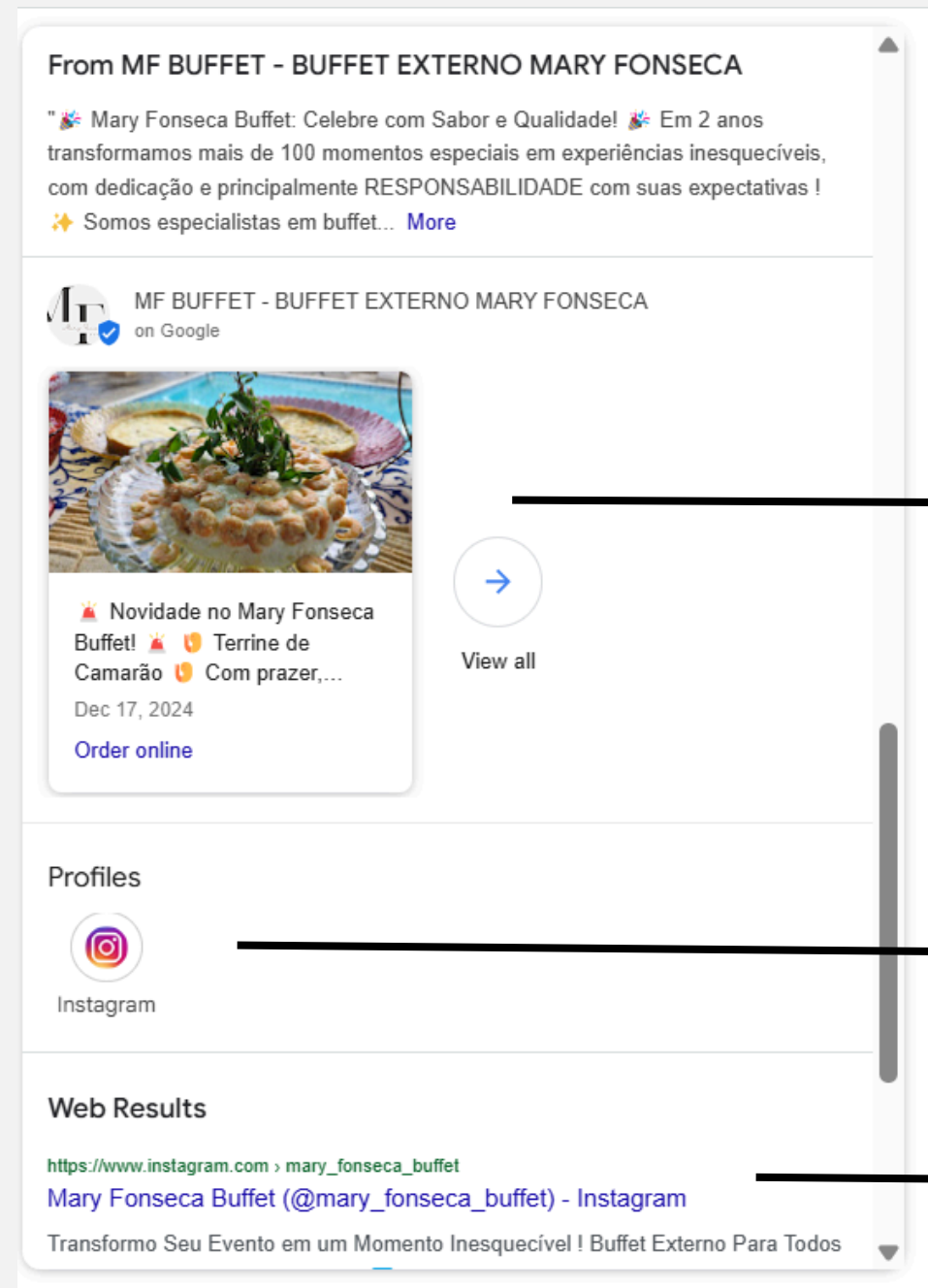
Nome + O que
você faz

Máximo de Avaliação
Que Puder e
Respondidas

Preencher Todas
Configurações

Adicionar Seus
Produtos e Serviços

Como Está a Recepção No GMN?



Descrição do
Seu Negócio

Existe um Feed no GMN,
Quanto Mais Postar
Mais Você Aparece Nas
Pesquisas

Vincular Instagram
no GMN

Se você não tiver
sites ele rankeia
seu instagram.

**Cliente Decidiu Comprar,
e agora?**



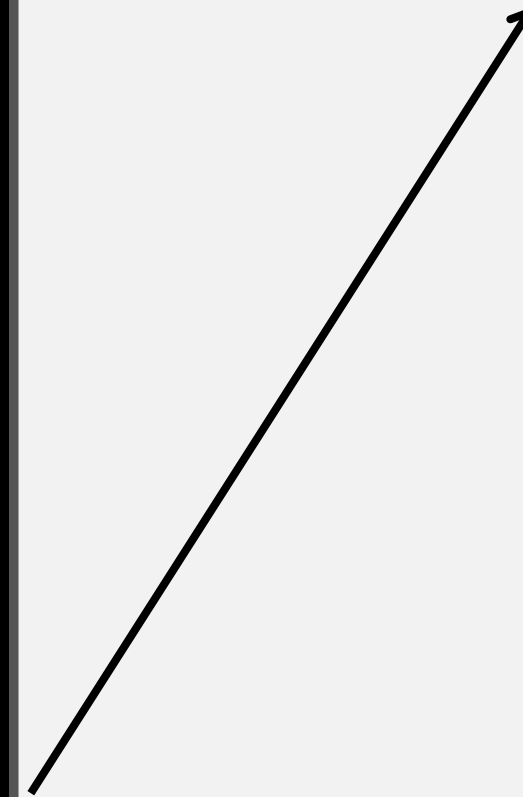
**Quem Ainda Envia Pix
Para o Clientes Deste
Jeito ??**

SIGA OS PASSOS ABAIXO:

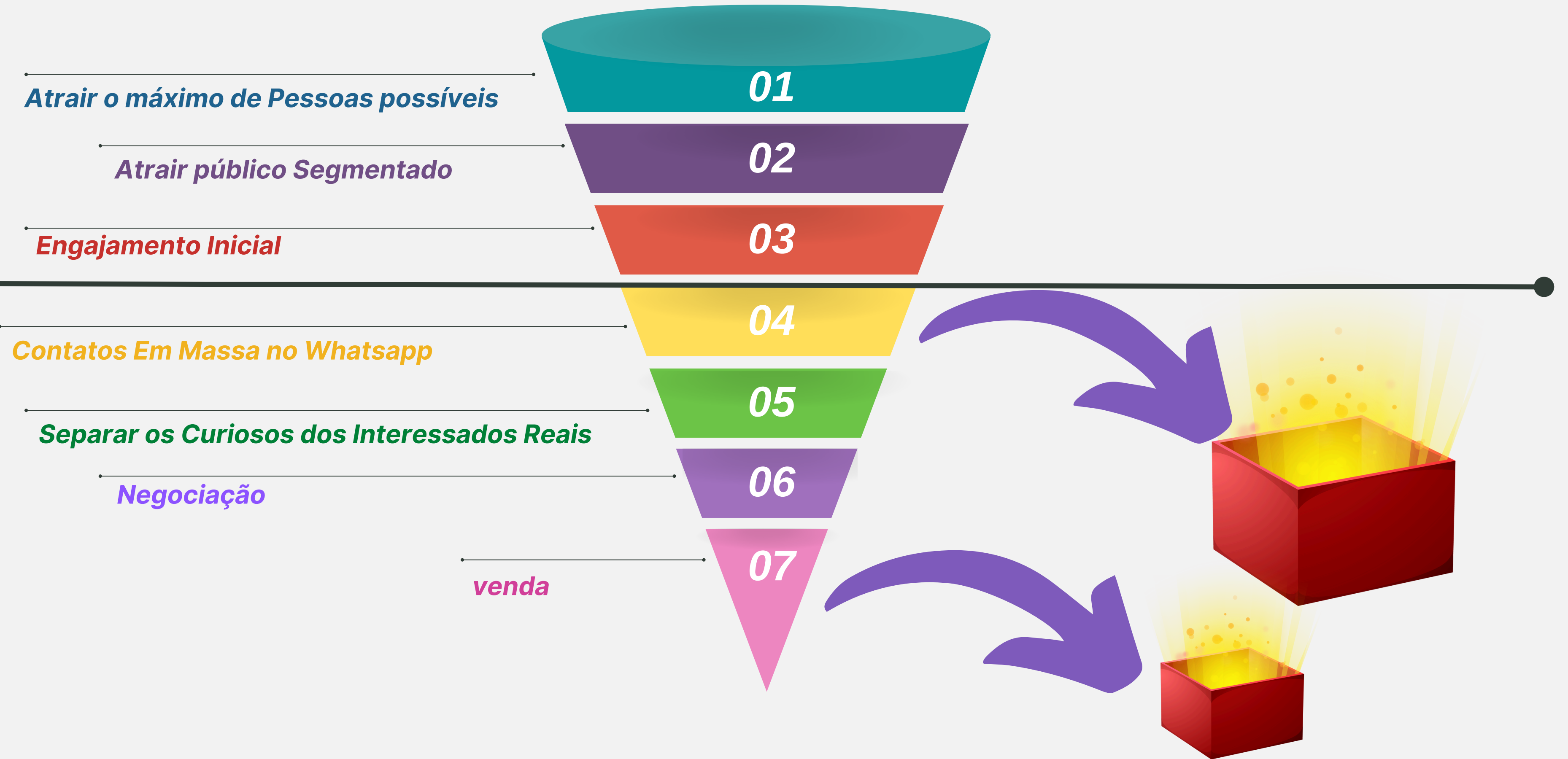
- Entre no seu Whatsapp
- Ferramentas
- Cobranças
- Adicionar Pix
- Na Conversa digite /pix



**Jeito Profissional
De Enviar Pix Para Seu
Cliente.**



Jornada do LEAD



O QUE VOCÊ VAI APRENDER COMIGO HOJE ?

A JORNADA DE APRENDIZADO É A CHAVE DO SUCESSO



Método Mais Simples de Campanha da Meta Ads

0:01



Porque Não Usar o Botão Turbinar

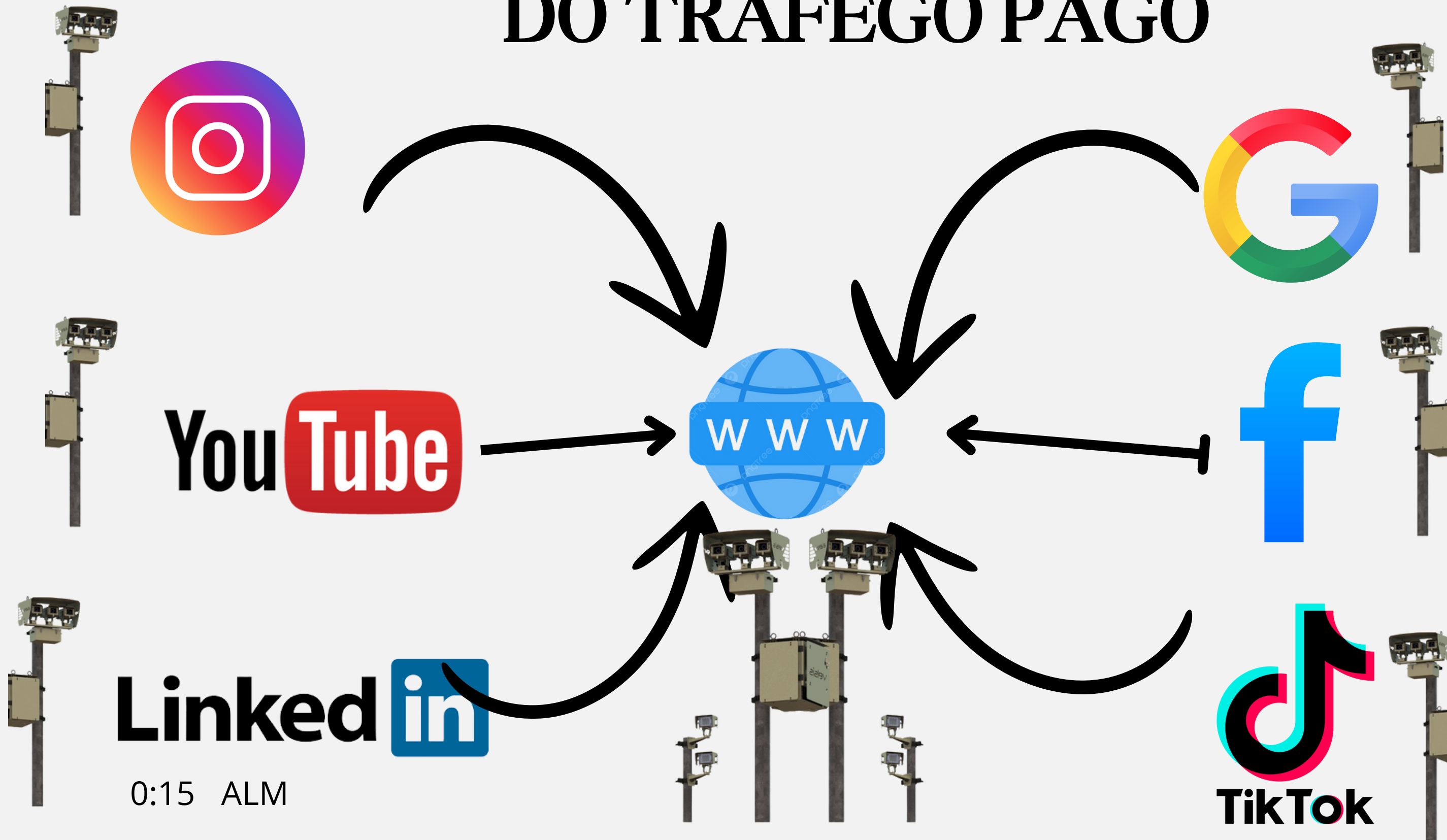
- **O botão "Turbinar" é feito para facilitar, não para ser eficiente:**
- **Não Tem Foco em Vendas e sim em engajamento.**
- **Mensagem Final:** Se você quer resultados profissionais, precisa usar ferramentas profissionais. Se existe um veículo disponível não precisa ir a pé.



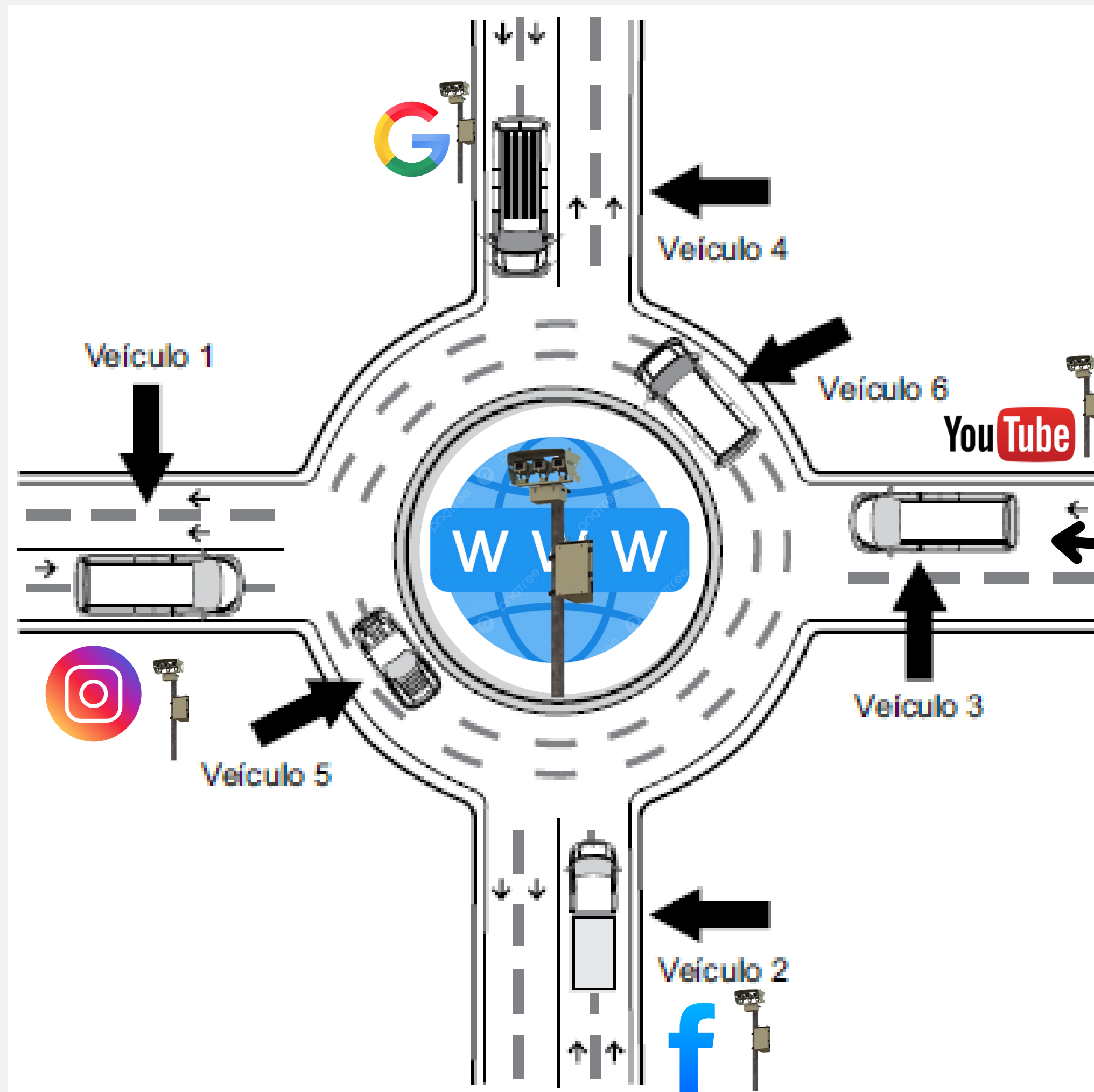
O QUE É REMARKETING

- **Remarketing** - Retornar o anúncio em quem envolveu com seu negócio.
- **Pixel** - é a ferramenta de rastreamento de usuários que envolveram com seu negócio.

ENGRENAGEM DE REMARKETING DO TRAFEGO PAGO



0:15 ALM



O QUE VOCÊ VAI APRENDER COMIGO HOJE ?

A JORNADA DE APRENDIZADO É A CHAVE DO SUCESSO



BOLO DE CENOURA FOFINHO



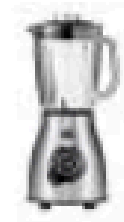
PASSO 1: COLOCAR TODOS OS UTENSÍLIOS E MAQUINÁRIOS NA MESA !!!

Utensílios



Batedeira

[Comprar](#)



Liquidificador

[Comprar](#)



Formo de bolo

[Comprar](#)



Prato de
sobremesa

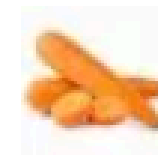
[Comprar](#)

PASSO 2 : COLOCAR OS INGREDIENTES DO BOLO DE CENOURA FOFINHO NA MESA !!

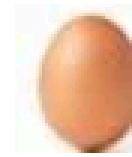
Massa



1/2 xícara (chá) de óleo



3 cenouras médias raladas



4 ovos



2 xícaras (chá) de açúcar



2 e 1/2 xícaras (chá) de farinha de trigo



1 colher (sopa) de fermento em pó

Cobertura



1 colher (sopa) de manteiga



3 colheres (sopa) de chocolate em pó



1 xícara (chá) de açúcar



1 xícara (chá) de leite

PASSO 1: TER TODOS OS APLICATIVOS NECESSÁRIOS PARA PROCESSAR OS INGREDIENTES DO ANÚNCIO !!!

00:25



INCIANDO A MONTAGEM DE UMA CAMPANHA

VAMOS COMEÇAR A FAZER O BOLO DE CENOURA FOFINHO



2. Ver o Que Seu Concorrente Esta Fazendo



Face Book
Library

Modelo Jornalístico

**Criativos Que Mais
Convertem em 2025**



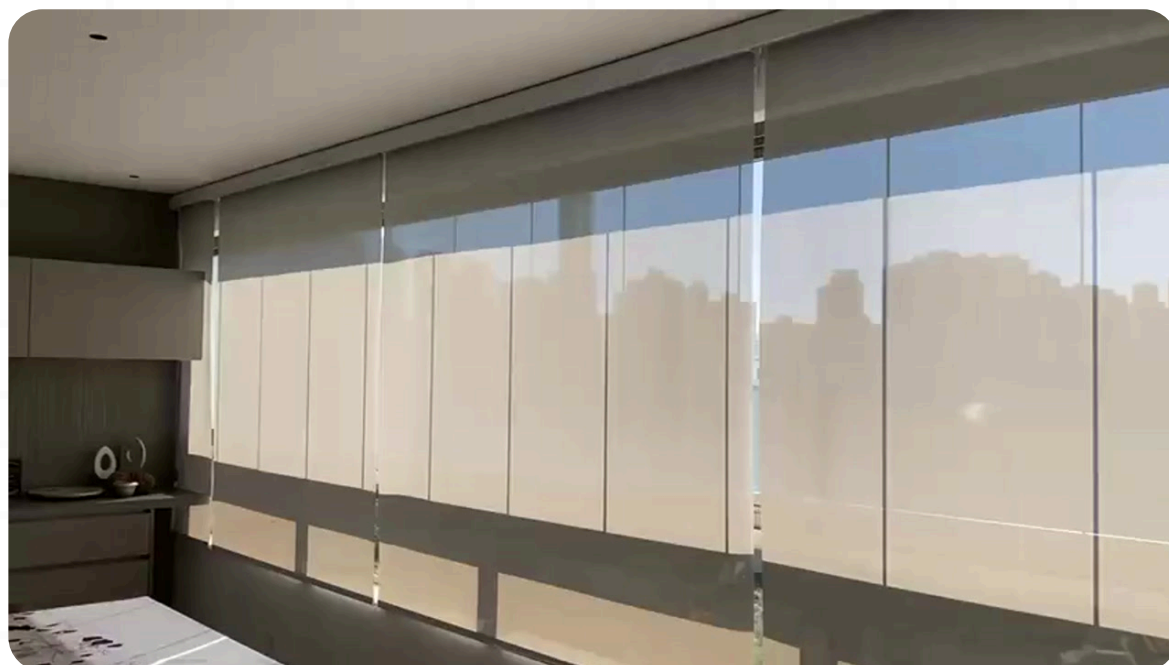
**Modelo
Título Estático +
Vídeo +
Sub Título**

Está Quenteeee ???

Ad Library

facebook.com

**Teia Solar
Resolve**



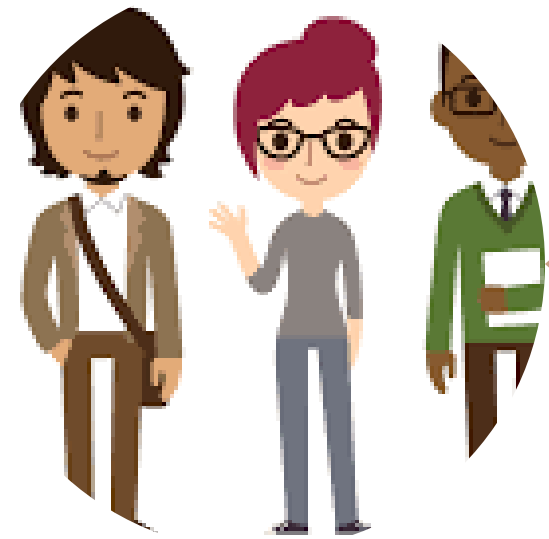
**Sob Medida, Automatizada,
Térmica, Sofisticada, da
Privacidade e Direto da Fábrica.**

INCIANDO A MONTAGEM DE UMA CAMPANHA

VAMOS COMEÇAR A FAZER O BOLO DE CENOURA FOFINHO



3. Conhecer a Fundo Nossa Persona



Persona
Conhecimento



Descobrimo
PERSONA
NA PRÁTICA

INCIANDO A MONTAGEM DE UMA CAMPANHA

VAMOS COMEÇAR A FAZER O BOLO DE CENOURA FOFINHO



Chat Gpt
Copy/ Persona



Fazendo Copies

PERSUASIVAS

NA PRÁTICA

INCIANDO A MONTAGEM DE UMA CAMPANHA

VAMOS COMEÇAR A FAZER O BOLO DE CENOURA FOFINHO



Confingurando
SUA CONTA
NA PRÁTICA

Hora de
ALMOÇO

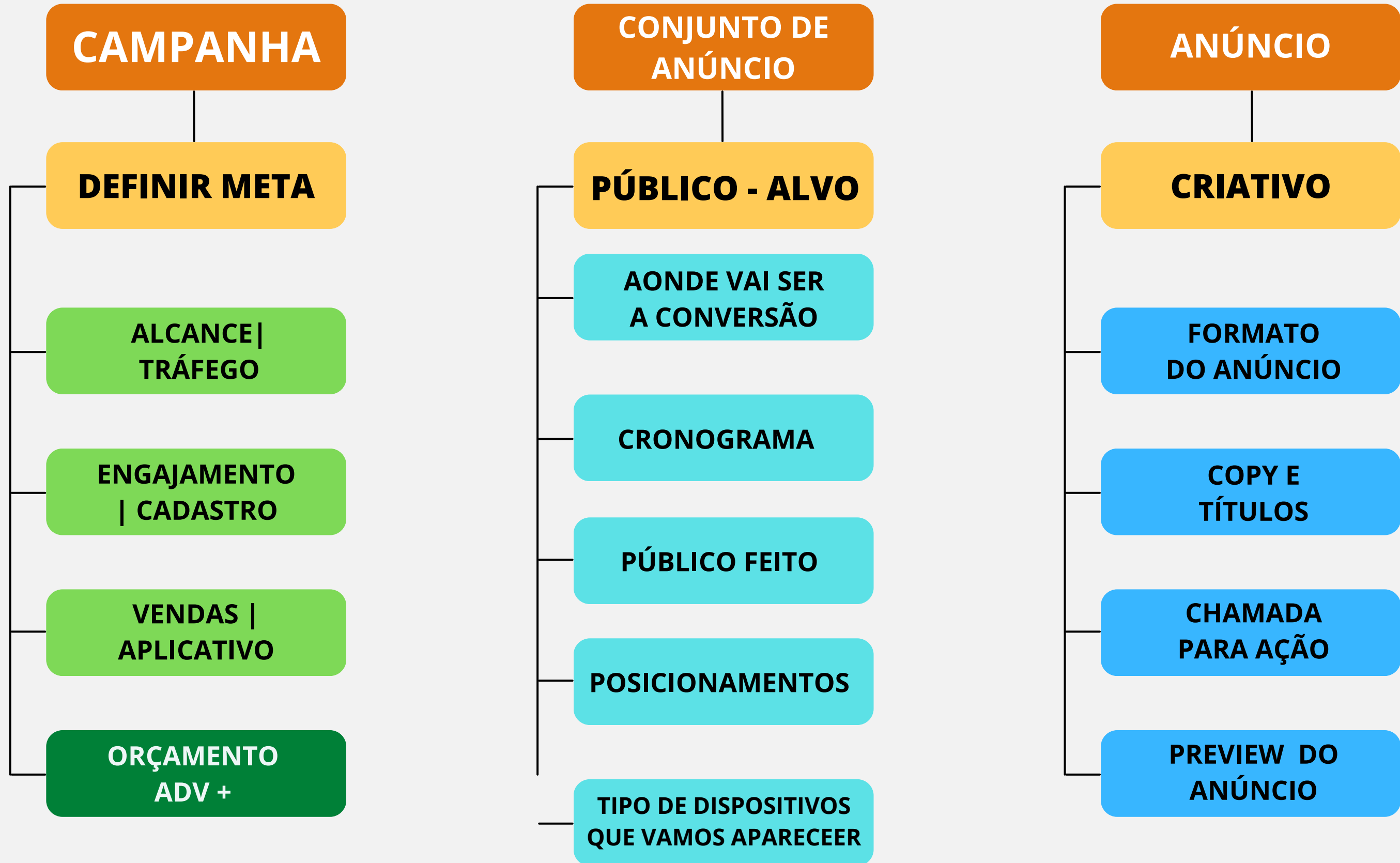
Praticando PÚBLICOS NA PRÁTICA

INCIANDO A MONTAGEM DE UMA CAMPANHA

VAMOS COMEÇAR A FAZER O BOLO DE CENOURA FOFINHO



Como Fazer Uma Campanha



OBJETIVOS DE CAMPANHA

0:05

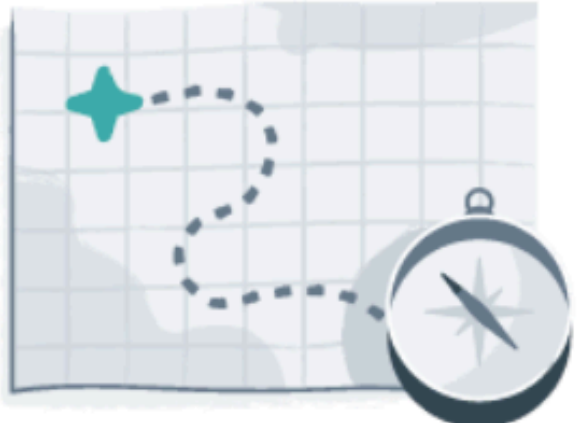
Criar nova campanha Novo conjunto de anúncios ou anúncio

Tipo de compra

Leilão

Escolha um objetivo da campanha

- Reconhecimento
- Tráfego
- Engajamento
- Leads
- Promoção do app
- Vendas



O objetivo da campanha é a meta de negócios que você espera atingir veiculando seus anúncios. Passe o ponteiro do mouse sobre cada um para obter mais informações.

[Sobre os objetivos da campanha](#) Cancelar Continuar

Como Fazer Uma Campanha



ORÇAMENTO DE CAMPANHA ADVANTAGE - DESLIGADO

VOCE DEFINI O ORÇAMENTO PARA
CADA PÚBLICO

CAMPANHA

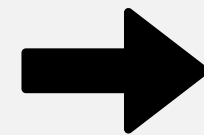
CONJUNTO DE AN.

ANÚNCIO



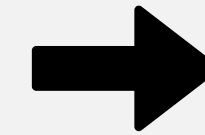
IMÓVEIS MÉDIO PADRÃO

1 CAMPANHA

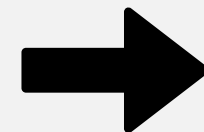


PÚBLICO 1

R\$ 10,00

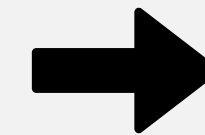


CRIATIVO

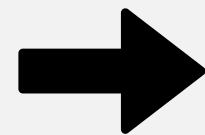


REMARKETING
ENVOLVENTES

R\$ 10,00

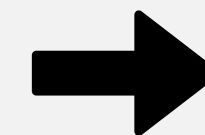


CRIATIVO



PÚBLICO 2

R\$ 10,00



CRIATIVO

ORÇAMENTO DE CAMPANHA ADVANTAGE - LIGADO

O FACEBOOK REDISTRIBUI PARA O QUE ELE ACHAR QUE MELHOR DAR RESULTADO

CAMPANHA

R\$ 30,00



IMÓVEIS MÉDIO PADRÃO

1 CAMPANHA

CONJUNTO DE AN.



PÚBLICO 1



REMARKETING ENVOLVENTES



PÚBLICO 2

ANÚNCIO



CRIATIVO

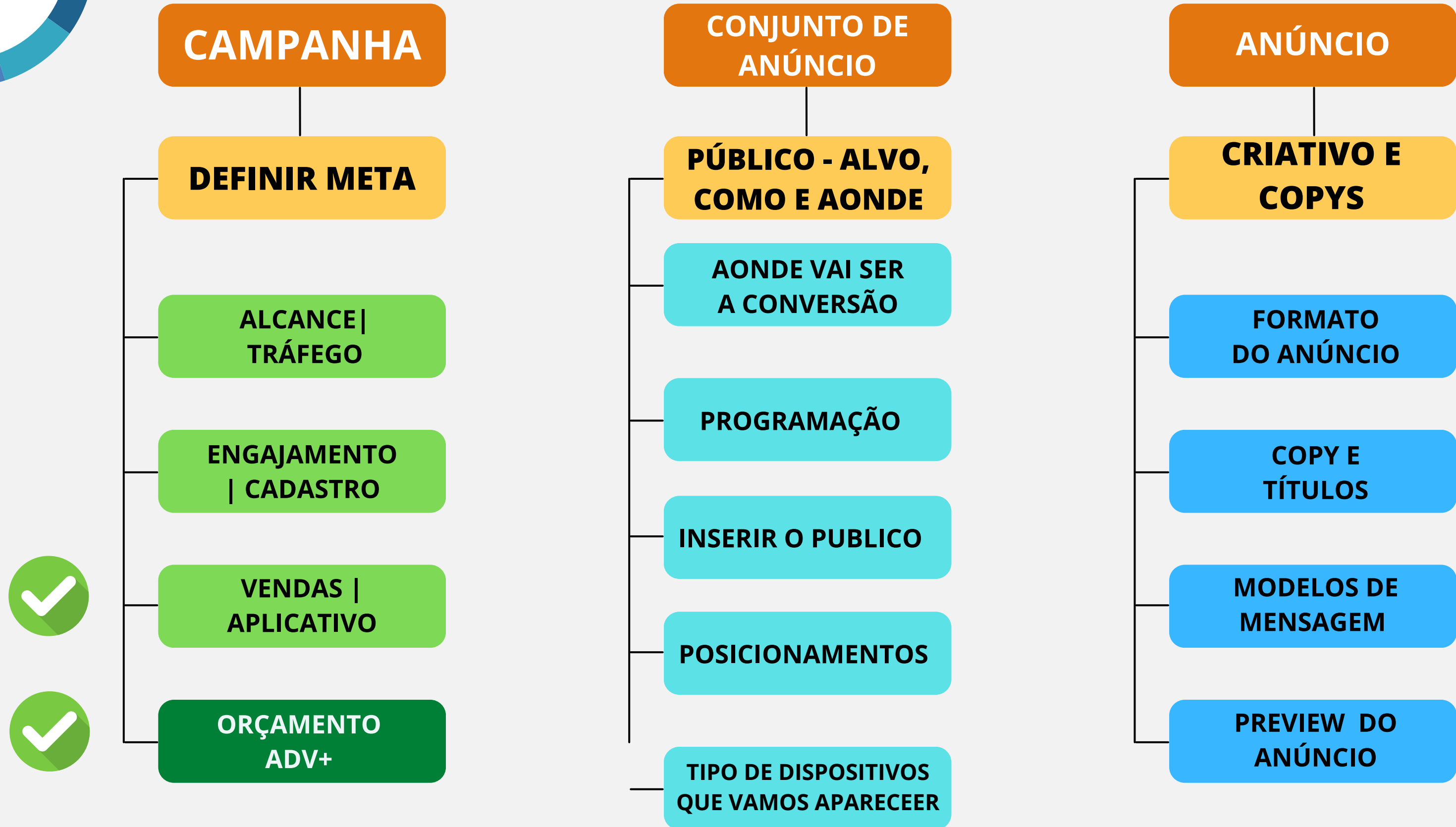


CRIATIVO



CRIATIVO

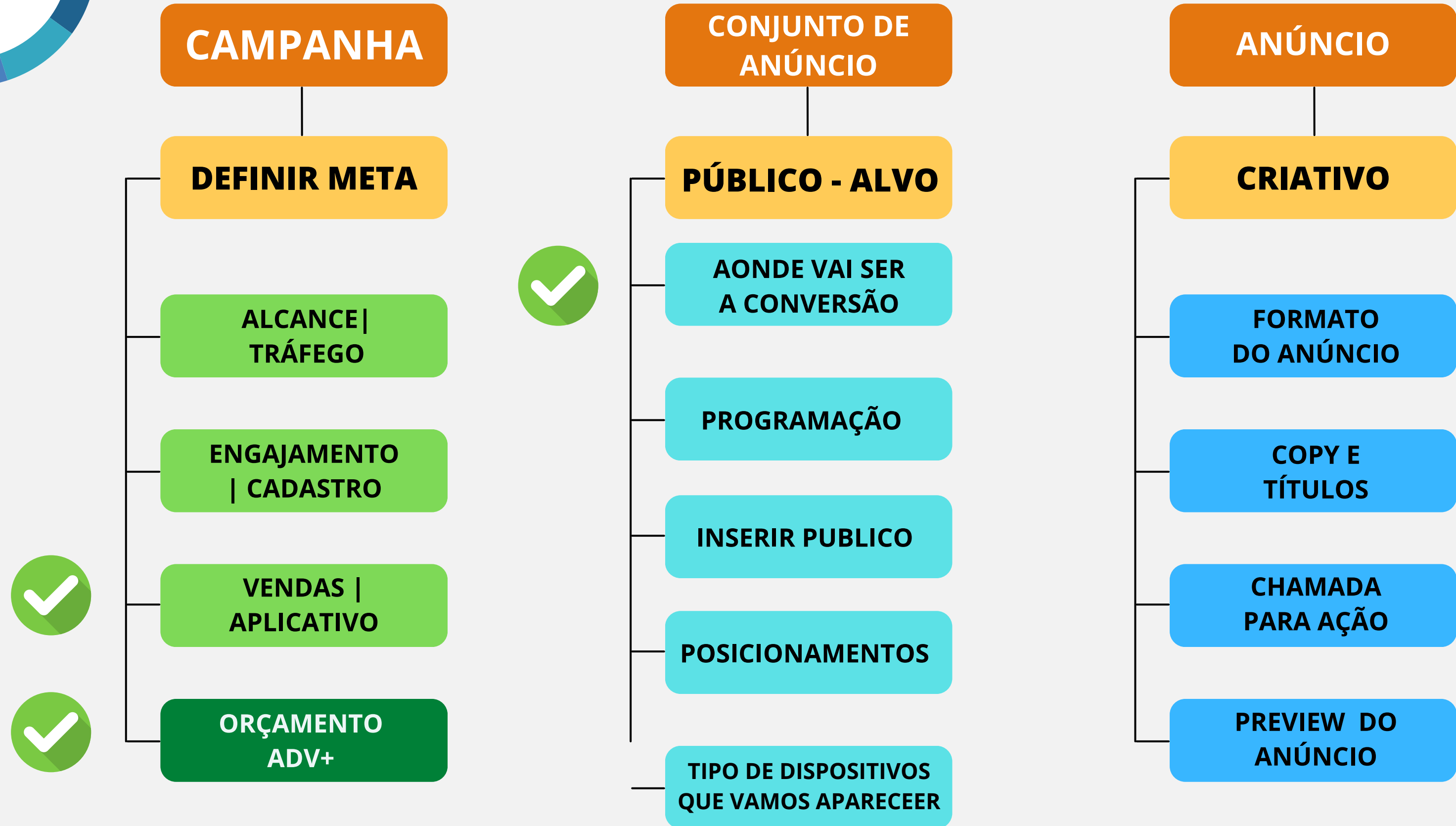
Como Fazer Uma Campanha



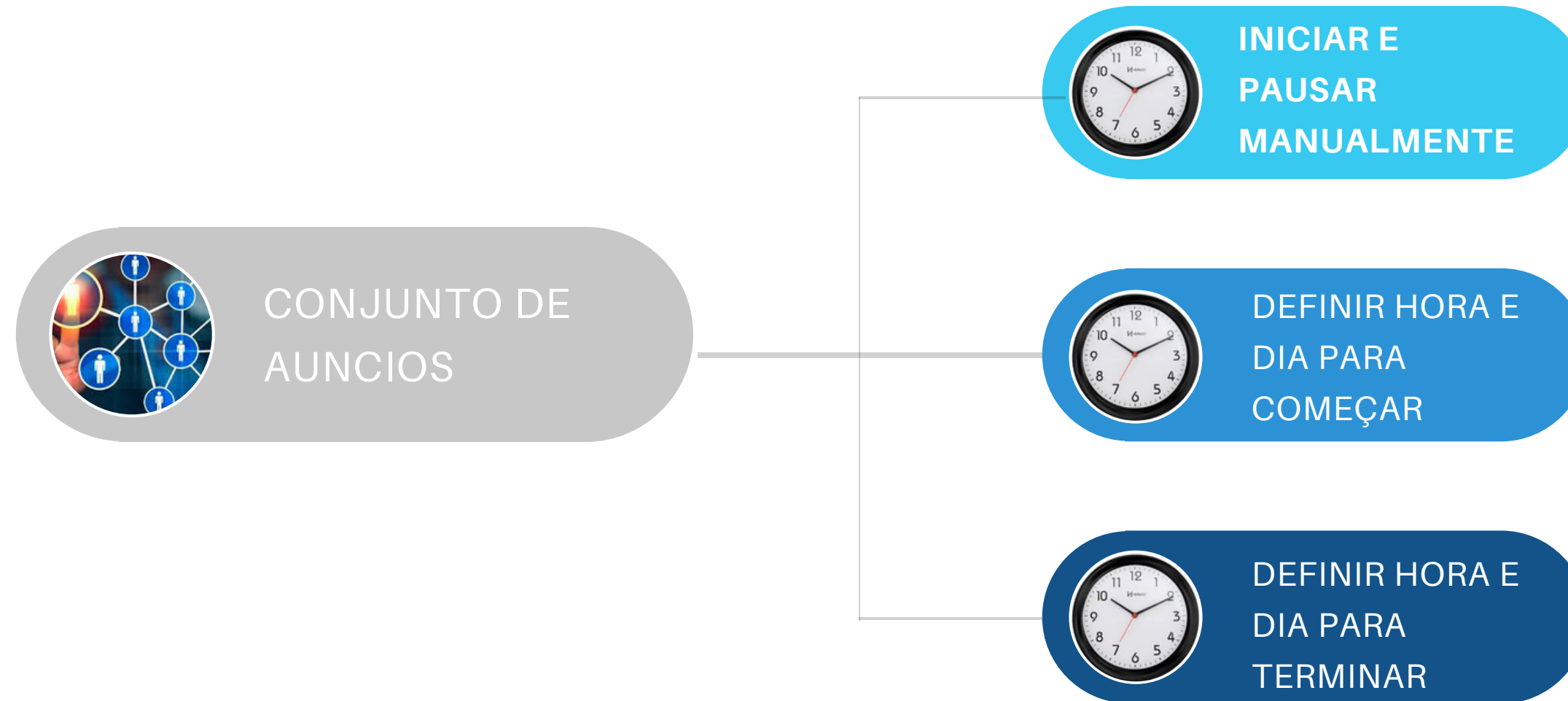
LOCAL DA CONVERSÃO



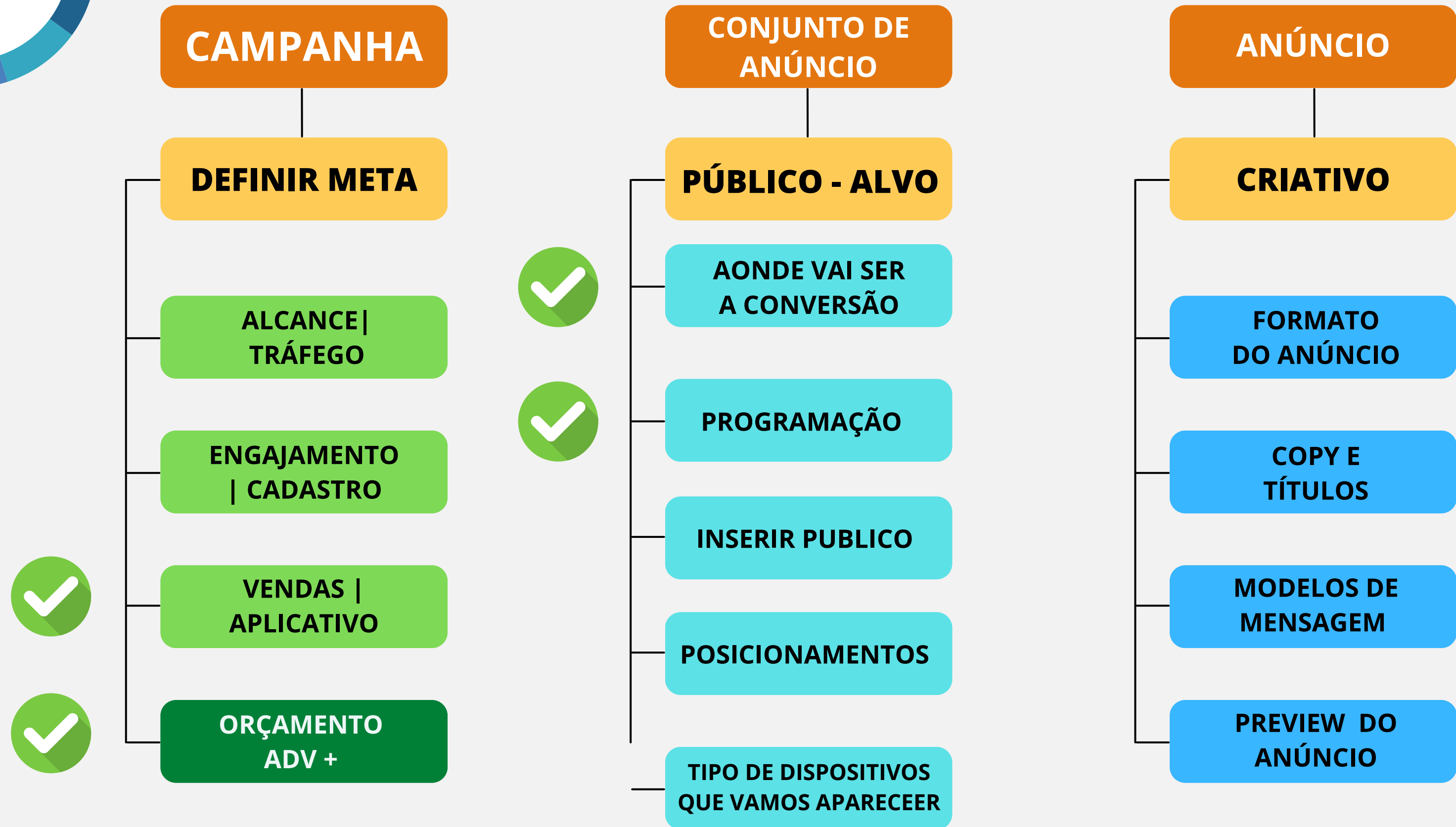
Como Fazer Uma Campanha



DEFINIÇÃO DE PROGRAMAÇÃO



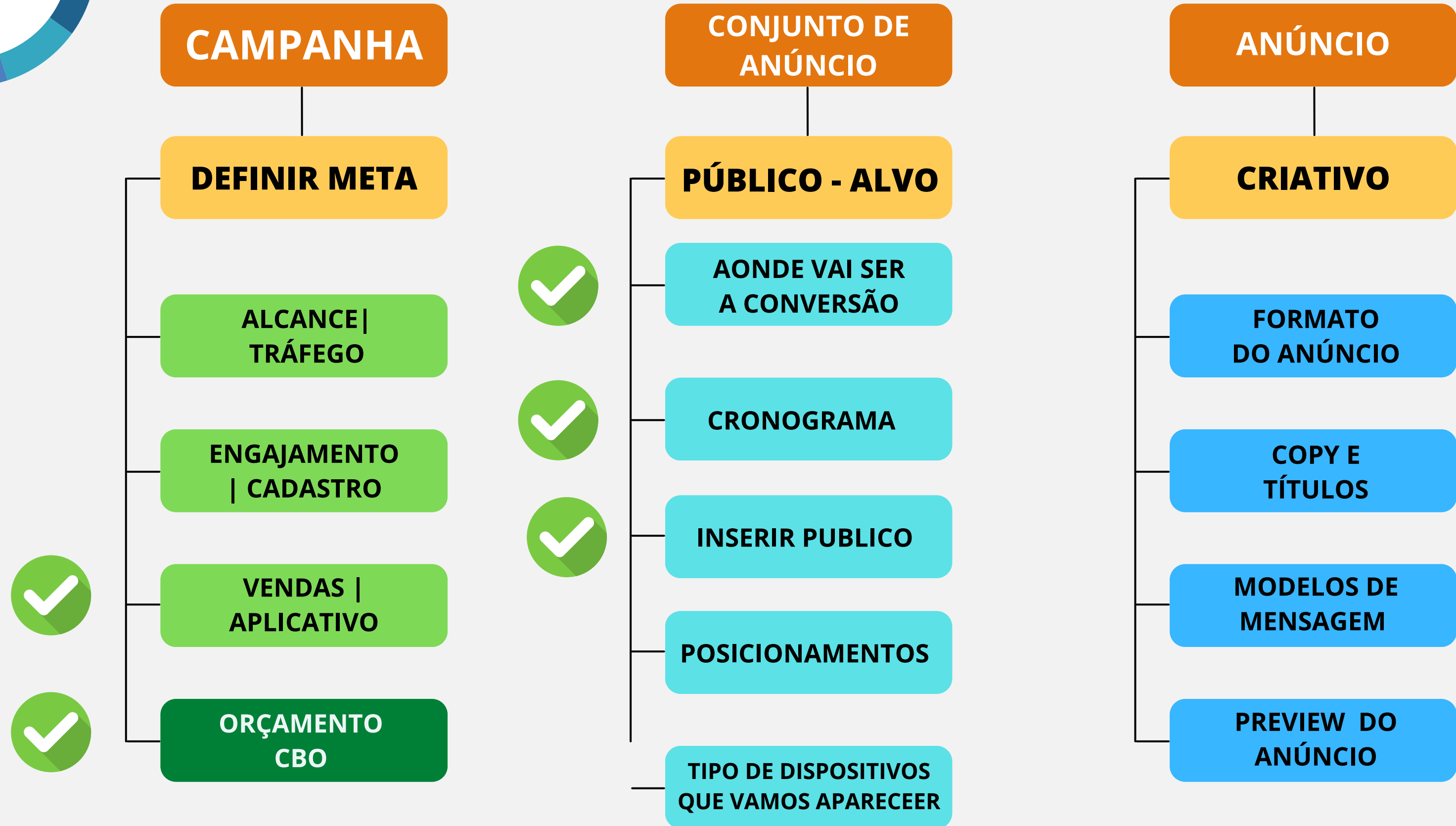
Como Fazer Uma Campanha



INSERIR O PÚBLICO



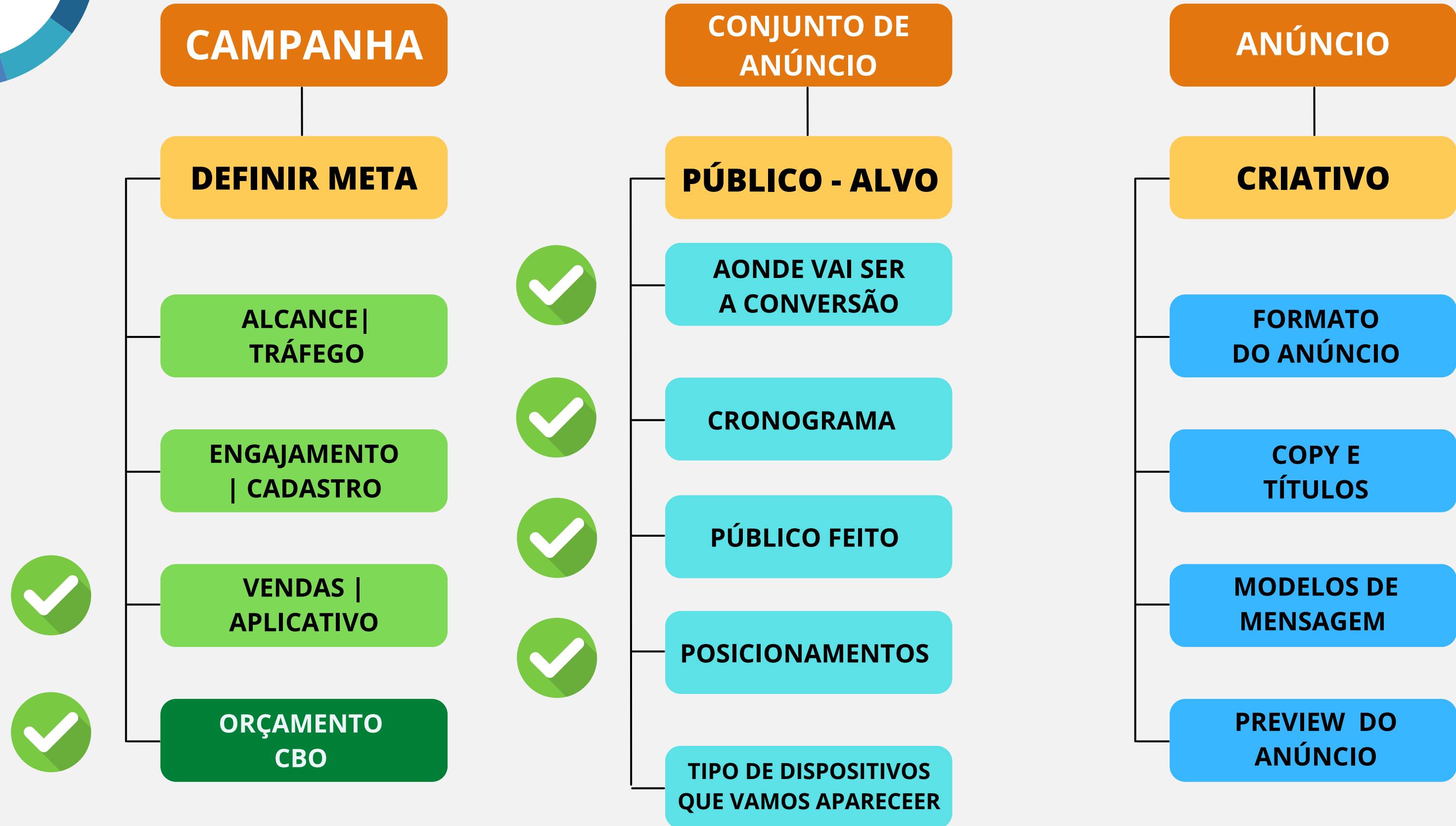
Como Fazer Uma Campanha



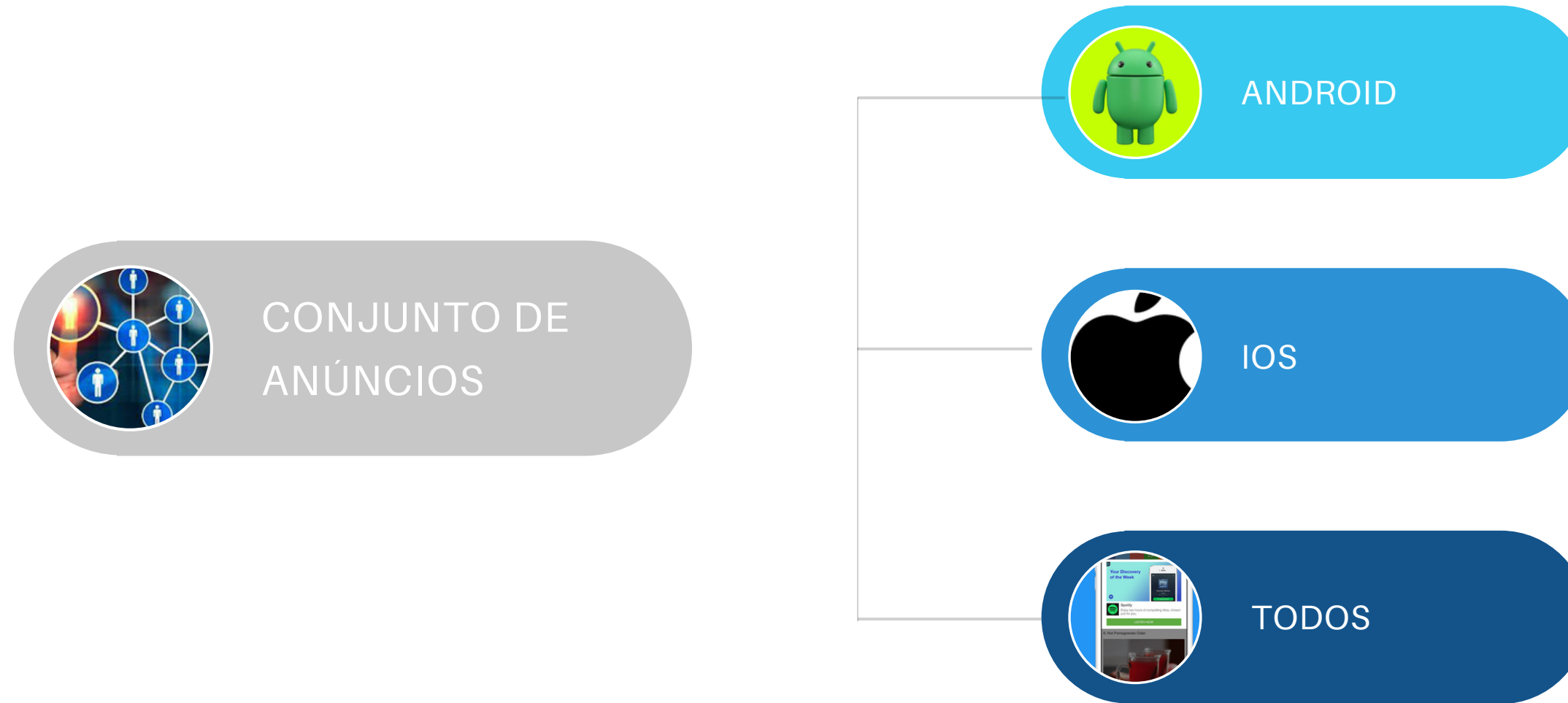
TIPO DE DISPOSITIVO



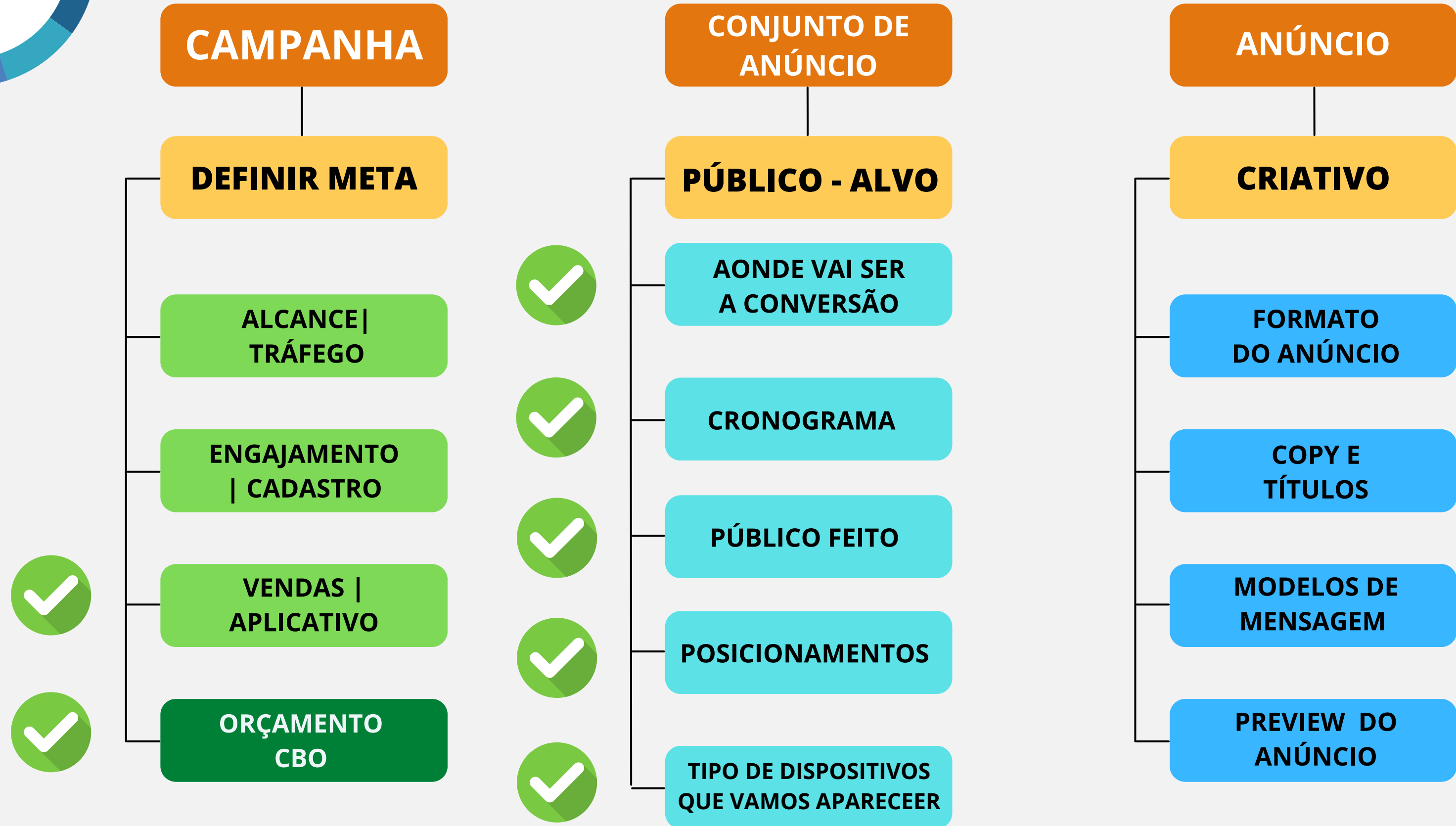
Como Fazer Uma Campanha



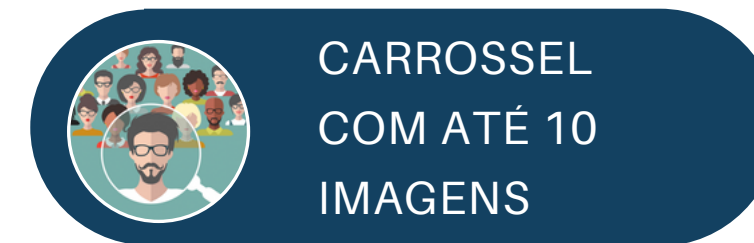
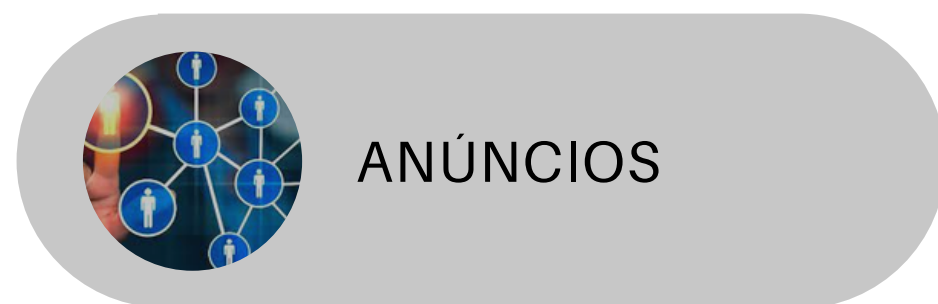
TIPO DE DISPOSITIVO



Como Fazer Uma Campanha



FORMATOS DE ANÚNCIOS



Como Fazer Uma Campanha



Como Fazer Uma Campanha

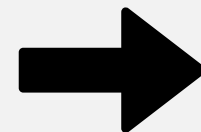


ESTRUTURA DE ANÚNCIOS SIMPLES



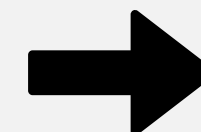
1 CAMPANHA

1 CAMPANHA



PÚBLICO 1

1 CONJUNTO DE AN.



CRIATIVO 1

1 ANÚNCIO

ESTRUTURA DE ANÚNCIOS DUPLICANDO ANÚNCIO

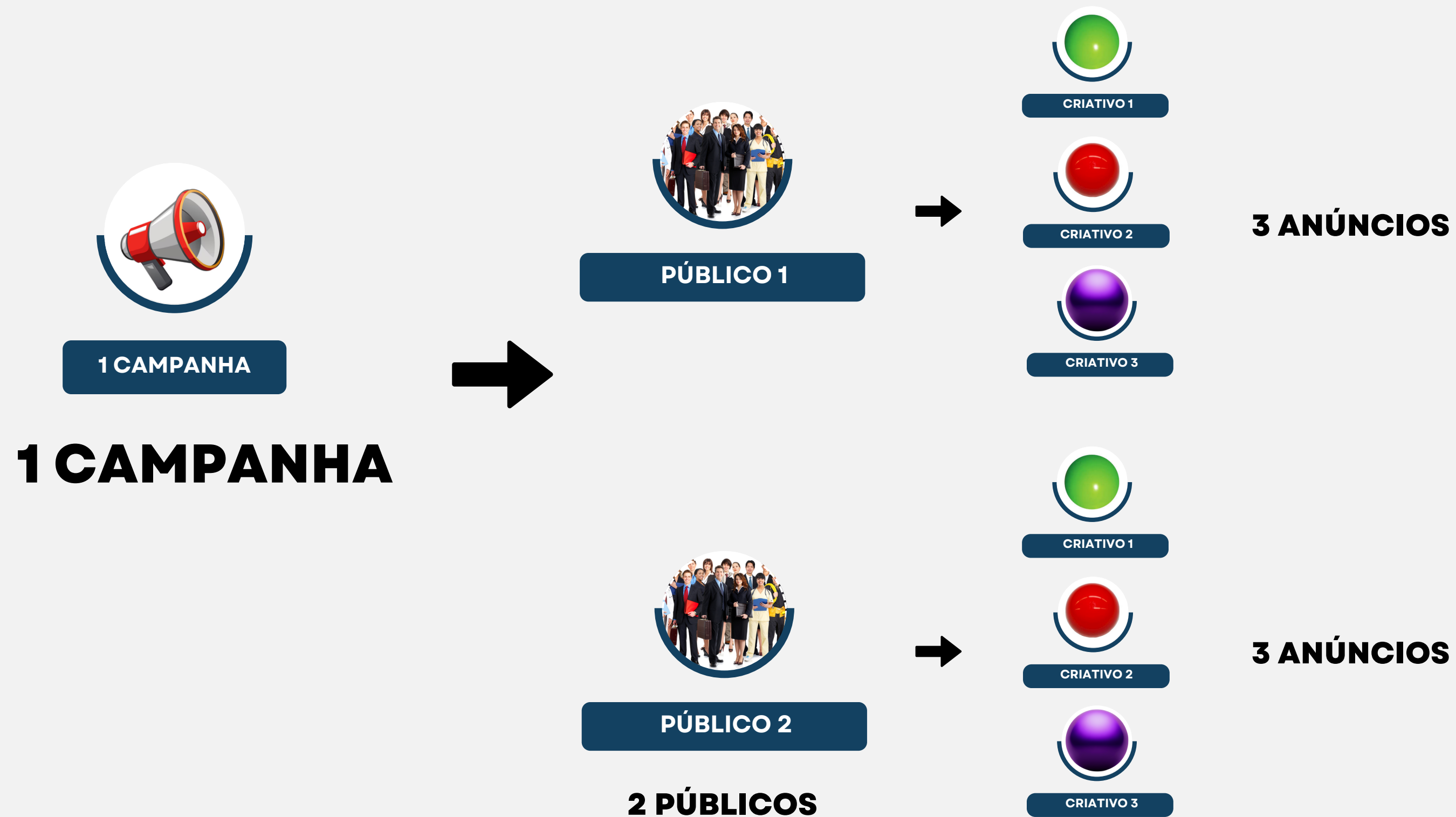


ESTRUTURA DE ANÚNCIOS TRIPLICANDO ANÚNCIO



ESTRUTURA DE ANÚNCIOS

DUPPLICANDO CONJUNTO DE ANÚNCIOS

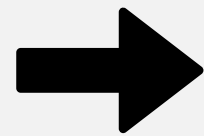


ESTRUTURA DE ANÚNCIOS TRIPLICANDO CONJUNTO DE ANÚNCIOS



1 CAMPANHA

1 CAMPANHA



PÚBLICO 1



REMARKETING



PÚBLICO 2

2 PÚBLICOS



CRIATIVO 1



CRIATIVO 2



CRIATIVO 3

3 ANÚNCIOS



CRIATIVO 1



CRIATIVO 2



CRIATIVO 3

3 ANÚNCIOS



CRIATIVO 1



CRIATIVO 2



CRIATIVO 3

3 ANÚNCIOS



Como Fazer Uma Campanha

Criando

ANÚNCIOS

NA PRÁTICA

Estudando Métricas

00:10



Estudando Métricas

00:30

**REPRODUÇÕES
VIDEOS POR 3
SEGUNDOS**

Quantidade de
Pessoas Que
Passaram 3 Segundos

**REPRODUÇÃO
25% e 75%**

Quantidade de Pessoas
Que Passaram % do
Vídeo Geral.

**Vis. 25%, 75% em
Relação a 3
Segundos**

Porcentagem de
Pessoas Que Passaram
% do Vídeo Após Assistir
3seg

**Custo por
Thru Play**

Custo Por Pessoas
Que Assistiram Pelo
Menos 15 Segundos.

**SALVAMENTO
DO POST**

Números de
Salvamentos no
Pelos Usuários

**CUSTO POR
ENGAJAMENTO
COM A PÁGINA**

Taxa de
Envolvimento
Com Anúncio



Como Fazer Uma Campanha

Estudando

MÉTRICAS

NA PRÁTICA