GUIA GRATUITO · A ROTA DO TRÁFEGO

ANUNCIAR COM *rota*

As 4 paradas para fazer tráfego pago do jeito correto,
e como criar vídeos que prendem a atenção.



com C. Eduardo
Gestor de tráfego

@c_eduardo.costa

COMECE AQUI

Anúncio no ar. Clique entrando. *Nenhum cliente.*

Quando isso acontece, nem sempre o anúncio é o culpado. Muitas vezes falta o caminho inteiro: quem deve comprar, o que a pessoa encontra depois do clique e como você mede o resultado.



- **Estratégia:** decidir para quem vender e quanto pode custar um cliente.
- **Conteúdo:** preparar o que convence a pessoa depois do clique.
- **Tráfego pago:** testar anúncios e ler os números certos.
- **Escala:** aumentar a verba só no que já funciona.
- **Bônus:** como criar vídeos animados com ajuda de IA.

COMO USAR ESTE GUIA

Siga na ordem. Cada parada termina com uma tarefa: faça a tarefa antes de seguir para a próxima.

PARADA 1 DE 4 · ESTRATÉGIA

Decida antes de *gastar*

Quatro respostas evitam boa parte da verba desperdiçada. Escreva cada uma em uma frase.

1. **Quem compra de você?**
   Pense em uma pessoa real: onde mora, em que momento procura você e o que faz a pessoa decidir.

2. **Que problema você resolve?**
   Use as palavras do cliente. Olhe mensagens e dúvidas que você já recebeu.

3. **Por que comprar com você?**
   Cite algo concreto: prazo, atendimento, localização, garantia ou experiência.

4. **Qual é o próximo passo?**
   Escolha uma ação só: chamar no WhatsApp, pedir orçamento ou comprar.

JUNTE TUDO EM UMA FRASE

Ajudo [quem] a [resultado que você entrega] com [sua oferta]. Para começar, [próximo passo].

Exemplo fictício: ajudo quem mora no bairro a receber pizza quente em casa, com entrega própria. Para pedir, chame no WhatsApp.

ERRO COMUM

Tentar falar com todo mundo. Quanto mais clara a pessoa que você quer alcançar, mais fácil fica escrever o anúncio.

Faça a conta antes do *anúncio*

Sem um limite de custo, você não sabe se a campanha vai bem. Curtidas e cliques não respondem a isso.

CONTA	EXEMPLO
Preço da venda	**R$ 300**
Custos da venda (produto, taxas, entrega, comissão)	**– R$ 180**
Sobra por venda, antes do anúncio	**R$ 120**
Quanto você aceita pagar em anúncio por venda	**R$ 60**
De cada 5 conversas, quantas viram venda	**1**
Custo máximo por conversa	**R$ 12**

Números fictícios, só para mostrar a conta. Use os do seu negócio: R$ 60 divididos por 5 conversas dão R$ 12.

Como usar esse número

- Se a conversa custa até R$ 12, a campanha está dentro do limite.
- Se passa disso, procure onde a rota quebra antes de aumentar a verba.
- Se ainda não sabe quantas conversas viram venda, anote as próximas 20.

TAREFA DA PARADA 1

Escreva sua frase e descubra seu custo máximo por venda.

Arrume a casa antes de chamar *visita*

O anúncio leva a pessoa até você. O que ela encontra lá ajuda a decidir se vale confiar.

Perfil

- A bio diz quem você ajuda, como ajuda e qual é o próximo passo.
- O link funciona e leva direto ao contato ou à compra.
- Os destaques mostram serviços, como funciona e depoimentos reais.

Página de destino

- Abre rápido no celular e repete a promessa do anúncio.
- Tem preço ou próximo passo claro e um botão fácil de achar.

Atendimento

- Alguém responde rápido, e há uma mensagem pronta para fora do horário.

O que postar

Conexão
Quem você é e como trabalha.

Autoridade
Dúvidas, erros comuns e bastidores.

Venda
Oferta, depoimentos e convite.

TAREFA DA PARADA 2

Abra seu perfil no celular como se fosse cliente e clique em tudo. Corrija o que travar.

Prepare a *base*

Para vender, comece pelo Gerenciador de Anúncios. Ele dá mais controle sobre objetivo, público e medição do que o botão Impulsionar.

Escolha o objetivo pelo que você quer

O QUE VOCÊ QUER	OBJETIVO PARA COMEÇAR
Vendas no site	Vendas
Conversas no WhatsApp	Engajamento ou Vendas, com destino em mensagens
Contatos por formulário	Cadastros

Os nomes e as opções mudam com o tempo. Confira no seu Gerenciador antes de publicar.

Meça o que acontece depois do clique

- **Site:** instale o Pixel da Meta e, se puder, a API de Conversões.
- **Eventos:** teste no Gerenciador de Eventos se contato e compra aparecem.
- **WhatsApp:** anote em uma planilha as conversas e as vendas de cada campanha.

REGRA DE OURO

Se você não consegue medir o resultado, ainda não está pronto para aumentar a verba.

Monte o primeiro *teste*

No começo, o objetivo é aprender o que funciona. Mantenha a campanha simples.

1 campanha
Com um objetivo só.

1 ou 2 públicos
Região e perfil de quem compra.

3 criativos
Dor, prova e oferta.

Três públicos para testar

- **Amplo:** sua região, com poucos filtros.
- **Interesses:** temas ligados ao que você vende.
- **Sua base:** visitantes do site, seguidores ou clientes, se você tiver direito de usar esses dados.

Quanto colocar

Use um valor que não aperte o caixa. Depois, veja se ele compra conversas suficientes para aprender: no exemplo da página 4, 20 conversas a R$ 12 somam R$ 240.

Enquanto o teste roda

- Mude uma coisa por vez, para saber o que fez diferença.
- Evite editar todo dia: a entrega precisa de tempo para estabilizar.
- Siga as Normas de Publicidade da Meta: nada de promessa de ganho nem de antes e depois.

Leia os números como um *mapa*

Cada número mostra em que parte do caminho as pessoas estão parando.

O QUE APARECE	ONDE OLHAR	O QUE TESTAR
Muita gente vê, pouca clica	Criativo	Novo gancho, imagem ou promessa
Muito clique, pouco contato	Página ou link	Velocidade, botão e mesma promessa do anúncio
Muita conversa, pouca venda	Oferta e atendimento	Tempo de resposta, preço e público
Custo sobe e frequência também	Cansaço do criativo	Peças novas, com outro ângulo
Custo de mil impressões muito alto	Público e época	Público maior e outro criativo

Os números que decidem

- **Custo por resultado:** quanto custa cada conversa, cadastro ou venda.
- **Taxa de conversão:** quantas pessoas avançam para a etapa seguinte.
- **Lucro por venda:** quanto sobra depois do anúncio.

TAREFA DA PARADA 3

Rode um teste e compare o custo por resultado com o limite que você calculou.

PARADA 4 DE 4 · ESCALA

Acelere só o que já *funciona*

Aumentar a verba de uma campanha ruim só faz você perder dinheiro mais rápido.

Sinal verde para escalar

- O custo por venda ficou dentro do limite por algumas semanas.
- O atendimento e a entrega aguentam mais pedidos.
- O caixa suporta o aumento até o dinheiro das vendas entrar.

Como aumentar

1. **Suba a verba aos poucos.**
   Um aumento de cerca de 20% é uma regra prática de mercado, não uma regra da Meta.

2. **Crie versões do que venceu.**
   Mantenha a ideia e mude o gancho, o formato ou a abertura.

3. **Fale com quem já demonstrou interesse.**
   Use remarketing para visitantes e pessoas que interagiram.

4. **Abra novos públicos ou regiões.**
   Teste um por vez e compare com o limite de custo.

TAREFA DA PARADA 4

Confira os três sinais verdes. Faltou algum? Resolva antes de aumentar a verba.

BÔNUS · VÍDEOS QUE PRENDEM

Como um vídeo *segura* a atenção

Esta é a estrutura do vídeo de A Rota do Tráfego. Você pode usar a mesma ordem no seu tema.

TEMPO	FUNÇÃO	NO VÍDEO
0 a 4 s	Gancho	Anunciar sem rota é queimar verba
4 a 9 s	Problema	Anúncio no ar, clique, nenhum cliente
9 a 14 s	Virada	Todo negócio precisa de uma rota
14 a 20 s	Quem fala	Apresentação da marca
20 a 30 s	Caminho	As 4 paradas
30 a 37 s	Prova	Um número real e os segmentos
37 a 47 s	Convite	Link na bio e comentário

Cinco regras simples

- **Um fio visual:** no vídeo, um ponto laranja liga todas as cenas.
- **Texto curto:** uma ideia por tela, em letra grande.
- **Um foco:** só um elemento principal se move por vez.
- **Área segura:** nada importante nas bordas do vídeo vertical.
- **Direitos:** use só imagem, música e fonte que você pode usar.

BÔNUS · VÍDEOS COM IA

Do roteiro ao *vídeo pronto*

Um agente de IA, como o Claude Code ou o Codex, pode escrever a animação em código e gerar o MP4. Você dirige e aprova cada etapa.

1. **Roteiro.**
   Escreva o texto de cada cena, com o tempo de cada uma.

2. **Estilo.**
   Defina cores, fontes e a ideia visual.

3. **Quadro parado.**
   Aprove uma imagem antes de animar.

4. **Storyboard.**
   Veja as cenas principais lado a lado.

5. **Animação.**
   Peça o movimento e revise.

6. **Som e exportação.**
   Adicione música com direito de uso e exporte em 1080 × 1920.

PROMPT PARA COMEÇAR

Crie um vídeo vertical de 30 segundos, em 1080 × 1920, sobre [tema] para [público]. Use a estrutura: gancho, problema, virada, prova e convite. Antes de animar, mostre o roteiro e um quadro parado para eu aprovar. Use fontes e músicas livres e mantenha o texto na área segura.

CHECKLIST FINAL

Antes de ligar a *campanha*

- [ ] Sei quem quero alcançar e o que vou oferecer.
- [ ] Calculei o custo máximo por venda e por conversa.
- [ ] Meu perfil explica o que faço e tem um próximo passo.
- [ ] O link e o WhatsApp funcionam no celular.
- [ ] A página repete a promessa do anúncio.
- [ ] O Pixel e os eventos foram testados, ou tenho uma planilha.
- [ ] Escolhi o objetivo certo no Gerenciador de Anúncios.
- [ ] Tenho 3 criativos com ângulos diferentes.
- [ ] O anúncio segue as Normas de Publicidade da Meta.
- [ ] Alguém está pronto para responder quem chamar.

Seus próximos 7 dias

Dias 1 e 2	Escreva sua frase e faça a conta.
Dias 3 e 4	Arrume perfil, link e atendimento.
Dias 5 e 6	Configure a medição e crie 3 criativos.
Dia 7	Revise este checklist e publique o teste.

SEU NEGÓCIO JÁ TEM ROTA?

Quer ajuda para *seguir o caminho?*



Eu sou C. Eduardo, gestor de tráfego, com mais de 10 anos em marketing digital. Faço consultoria e gestão de tráfego para negócios.

+10 anos
em marketing digital

50,6 mi
de impressões pagas (3 perfis, campanha 2026)

Experiência em e-commerce, educação, eventos, fitness, alimentação e política.

Falar no WhatsApp

@c_eduardo.costa

Este guia é educativo. Os exemplos com valores são fictícios, e os resultados variam conforme o negócio, a oferta e o mercado. Nenhum método garante vendas. Meta e Instagram são marcas de seus respectivos donos, e este material não tem vínculo com eles.