

# Guia dos Anúncios no Instagram

# A importância de fazer bons anúncios

A verdade é que não adianta fazer as melhores estruturas de campanha e atingir os públicos certos, se os seus anúncios são ruins.

As pessoas simplesmente não vão parar para ler o anúncio ou assistir o vídeo e, portanto, não vão clicar e executar a ação desejada.

Os anúncios precisam chamar a atenção das pessoas certas e conduzi-las para a próxima etapa. Veicular bons anúncios nas suas campanhas é fundamental para ter bons resultados investindo em tráfego pago.

É importante fazer com que a pessoa leia ou assista o anúncio e em seguida cumpra a ação que você deseja (clicar e enviar mensagem, engajar, clicar e visitar o site).

A primeira métrica que olhamos quando os resultados estão ruins é a taxa de cliques e o custo por clique, que indicam se estamos veiculando bons anúncios para as pessoas certas.

# Elementos fundamentais de bons anúncios que convertem e geram valor

- 01. Imagens e vídeos produzidos com boa qualidade (resolução, áudio, cores, fundo, posicionamento dos elementos)**
- 02. Títulos chamativos (que faça a pessoa querer ler a legenda, clicar, assistir ou vídeo e/ou deslizar os cartões do carrossel)**
- 03. Comunicação alinhada com o público-alvo (colocar o anúncio certo na frente da pessoa certa)**
- 04. Presença de elementos que compõem a identidade da marca (modo de falar e/ou escrever, cores, tipografia e/ou logo, por exemplo)**
- 05. Respeito ao formato e dinâmica da mídia (story, reels e feed são consumidos de forma diferente pelos usuários e comportam formatos diferentes)**

# Dicas do próprio Facebook para fazer bons anúncios de stories

**01. Faça valer a pena: os stories duram somente 15 segundos, o que significa que você precisa expressar seu ponto de vista rapidamente.**

**Recomendamos mostrar a sua marca ou empresa em três segundos ou menos. Você pode usar texto nos anúncios de stories, mas será melhor usar uma imagem ou vídeo vertical para se destacar e capturar a atenção do seu público.**

**02. Saiba a sua meta: a sua meta é divulgar o seu produto? Experimente compartilhar os bastidores de uma remessa que você acabou de receber. Mantenha o foco no centro do criativo do anúncio.**

<https://www.facebook.com/business/help/304846896685564?id=2331035843782460>



# Dicas do próprio Facebook para fazer bons anúncios de stories

**03. Seja original:** ao turbinar um story no Instagram, use conteúdo original. Você pode usar até cinco dos seguintes elementos interativos: figurinha de localização, figurinha de hashtag, texto tocável e figurinhas de @menção. Ou pode usar uma figurinha de contagem regressiva. Só é possível usar a figurinha de enquete e a chamada para ação Deslize para cima nos anúncios criados sem uma publicação pré-existente.

Contudo, é necessário evitar o uso de emojis, GIFs, figurinhas de música, figurinhas de link, mais de uma figurinha e ferramentas de criativo mais complexas.

**04. Mostre, não conte:** use um story para mostrar como usar o seu produto. Tutoriais ou vídeos que mostram pessoas usando seu produto de maneira divertida e criativa demonstraram atrair a atenção das pessoas.

[Clique aqui  
para acessar  
as dicas do  
Facebook](https://www.facebook.com/business/help/304846896685564?id=2331035843782460)

<https://www.facebook.com/business/help/304846896685564?id=2331035843782460>

# 05 tipos de copy que geram a sensação de "ahhh, tá falando comigo!"

**Estrutura básica de um bom anúncio: título chamativo + texto ou vídeo e/ou imagem envolventes + CTA claro (chamada para ação)**

**01. Direto ao ponto**

**02. Pergunta**

**03. Sacada contraintuitiva**

**04. História**

**05. Segmentado**

**Importante!** Aprendi essa organização com meu professor Pedro Sobral, sempre testo essas estruturas com meus clientes e realmente funcionam :)

# Dicas conforme objetivo

**Descoberta:** coleção nova, carrossel com vários produtos ou variações do mesmo produto, vídeos mostrando detalhes dos produtos e modo de usar.

**Remarketing:** cupom de desconto, elementos da sua oferta (parcelamento sem juros, frete grátis), quebra de objeções (condições de pagamento, depoimentos de clientes)

**Captação de leads:** todas as chamadas que geram a sensação de "ahh, tá falando comigo"

**Visitar perfil no Instagram:** respostas na caixinha de pergunta dos stories; carrosseis de conteúdo, vídeos de conteúdo com título chamativo; imagens que geram desejo; tutoriais.

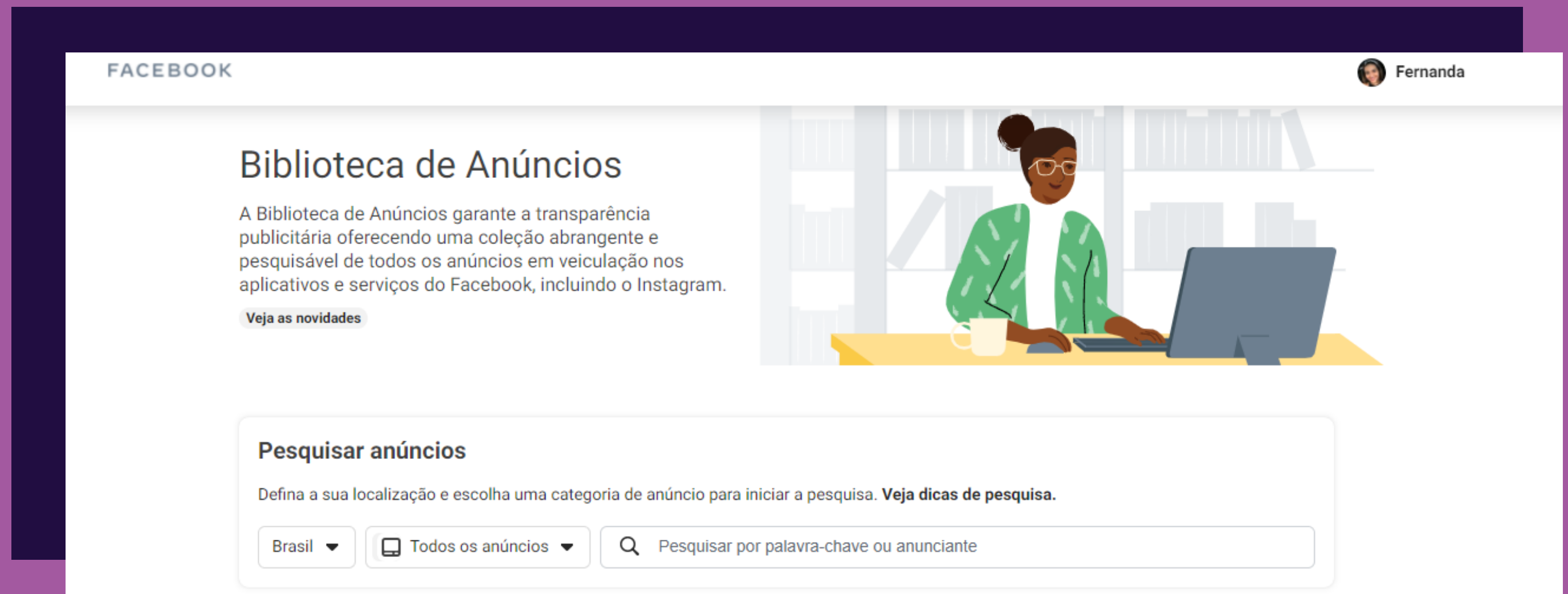
@nandacora





# Biblioteca de Anúncios do Facebook

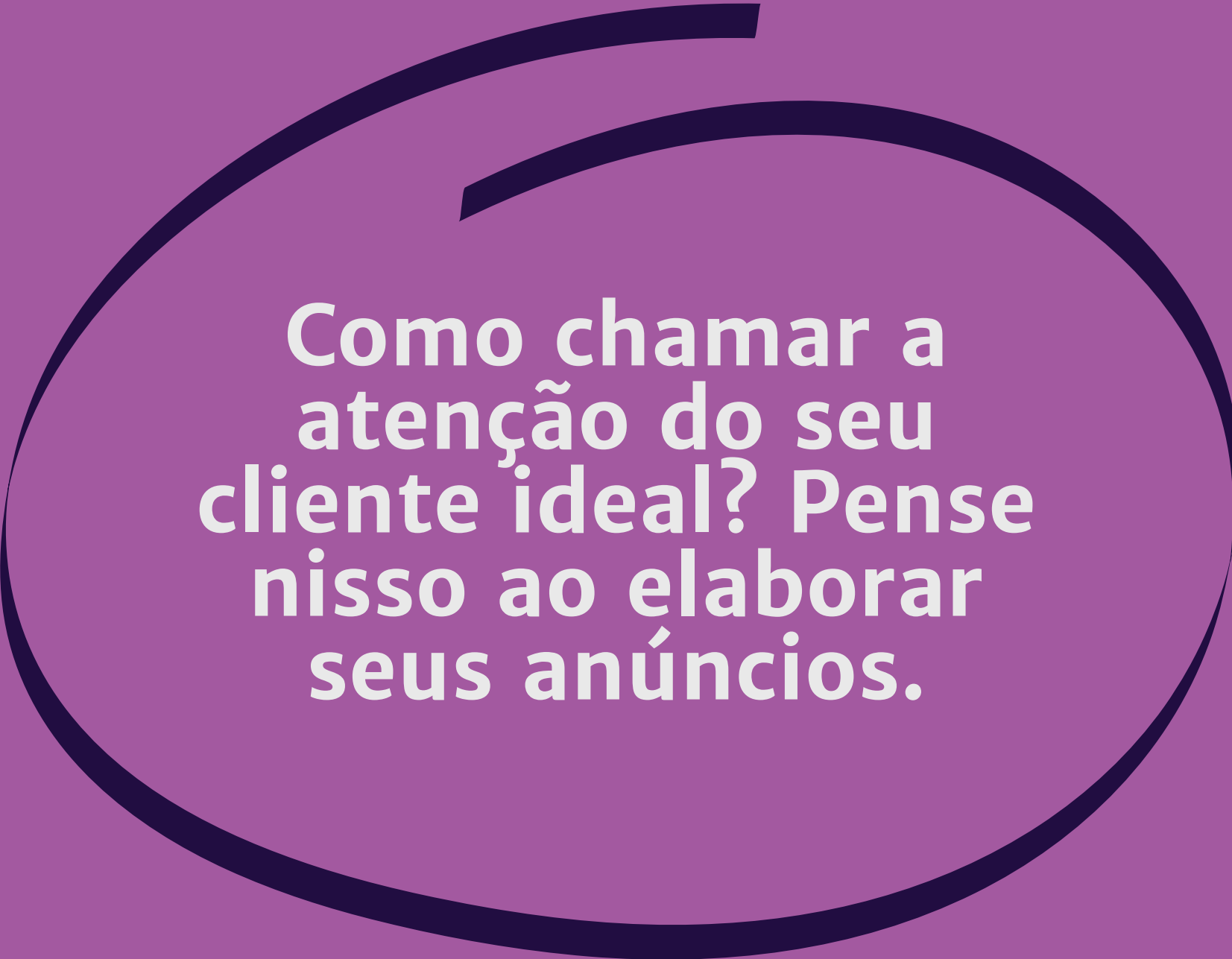
Lá você vai encontrar os anúncios ativos de todos os os anunciantes do Facebook e pode fazer pesquisas por palavra-chave também. Use e abuse dela no processo de benchmarking e planejamento dos criativos.





Lembre-se da importância de ter clareza sobre quem é seu **cliente ideal** e por quais etapas ele passa até tomar a decisão de comprar.

Estude sobre persona, jornada do consumidor e funil de vendas. E planeje os anúncios conforme o **estágio de consciência** do público alvo e o **objetivo** da sua campanha.



**Como chamar a  
atenção do seu  
cliente ideal? Pense  
nisso ao elaborar  
seus anúncios.**