

CAMPANHA 5 — FACEBOOK (ORGÂNICO + ANÚNCIOS)

Objetivo: capturar **pais, responsáveis, clubes, empresários e público 25+**, onde o Facebook ainda é a rede social dominante no Brasil.

Foco: **cadastro massivo de atletas menores e maiores**, validação via pais e escalabilidade por compartilhamento.

Meta real:

120.000 a 250.000 novos usuários/mês com a combinação Facebook Orgânico + Facebook Ads.

1. ESTRUTURA GERAL DA CAMPANHA

Divide-se em três frentes simultâneas:

1. **Facebook Ads (pago)**
2. **Facebook Páginas e Grupos (orgânico)**
3. **Facebook Reels (vídeo curto)**

Essa combinação atinge público amplo e gera cadastros constantes.

2. FACEBOOK ADS (PAGO) – ESTRATÉGIA COMPLETA

2.1. Objetivos de campanha

Use APENAS estes 3 objetivos (os que mais convertem):

1. **Conversões** (cadastro no site)
2. **Tráfego** (para testes iniciais)
3. **Engajamento** (para conteúdo com Tico)

NÃO usar alcance ou reconhecimento — eles queimam dinheiro.

2.2. Segmentação precisa (a mais eficiente para Vitrine de Craques)

Público 1 – Atletas (13–24 anos)

- Interesses: futebol, clubes, jogadores, escolinhas
- País: Brasil inteiro
- Comportamento: “engajados com vídeos”, “interesse em esportes”

Público 2 – Pais e responsáveis (30–55 anos)

- Interesses: filhos, educação, escolas, esporte juvenil
- Comportamento: pais de adolescentes
- Muito poderoso para atletas menores

Público 3 – Profissionais do futebol

- Empresários
- Olheiros
- Profissionais esportivos
- Treinadores
- Jornalistas esportivos

Público 4 – Dados semelhantes (Lookalike)

Criar lookalike de:

- Atletas já cadastrados
- Pais validados
- Usuários ativos na plataforma

2.3. Tipos de anúncios recomendados

A) Anúncios em Vídeo (melhor custo por aquisição)

Usar vídeos de 6–15 segundos:

- Tico mostrando contrato
- Prova social (cadastros subindo)
- Selo verificado

Custo médio por cadastro (estimado):

R\$ 0,70 a R\$ 2,50

B) Anúncios no Feed com imagem estática

Usar:

- Tico com selo
- Tico mostrando o celular
- Prints do gov.br
- Tela da plataforma

Legendas curtas com CTA forte.

C) Anúncios em Carrossel

Perfeitos para explicar:

1. Atleta cria perfil
2. Pai valida com gov.br
3. Ganha selo verificado
4. Olheiros podem ver o atleta

Carrosséis geram 30–60% mais conversão para pais.

2.4. Orçamento inicial recomendado

Teste (dias 1 a 7):

- 3 campanhas x R\$ 30/dia = **R\$ 90/dia**
- Investimento: **R\$ 630 na primeira semana**

Escala (dias 8 a 30):

- Aumentar para **R\$ 150 a R\$ 300/dia**
- Investimento: **R\$ 4.500 a R\$ 9.000/mês**

ALCANCE:

2,5 a 8 milhões de pessoas/mês

3. FACEBOOK ORGÂNICO (SEM CUSTO)

3.1. Postagens estratégicas (mínimo 1 por dia)

Tipos:

- Print dos selos
- Prova social
- Highlights de atletas
- Vídeos do Tico
- Stories com CTA

Conteúdos que viralizam em Facebook:

- Histórias emocionais
 - Antes e Depois
 - Pais relatando validação
 - Lives rápidas explicativas
-

3.2. Grupos do Facebook (ponto decisivo)

Existem milhares de grupos com **50.000 a 300.000 membros** em temas como:

- “Futebol Base Brasil”
- “Oportunidades no Futebol”
- “Pais de Atletas”
- “Escolinhas de Futebol”
- “Futebol Sub-17/Sub-20”

Ação semanal:

- Publicar em **50 a 200 grupos**
- Usar texto curto + vídeo do Tico
- CTA para criação de perfil

Impacto mensal:

40.000 a 100.000 usuários só via grupos

4. FACEBOOK REELS (VIRALIZAÇÃO)

Produzir 2 Reels por dia:

- Tico explicando
- Prova social
- Contrato gov.br

- Comemoração do atleta

Reels no Facebook são ENTREGUES para quem não te segue — altíssimo alcance.

Média:

1 Reel = 5.000 a 80.000 visualizações

Alguns chegam a 1 milhão+

5. CRONOGRAMA DE EXECUÇÃO – 30 DIAS

Semana 1 – Teste e alinhamento

- Criar 3 campanhas
- 20 posts orgânicos
- 7 Reels

Meta: 8.000 a 20.000 cadastros

Semana 2 – Escala moderada

- Aumentar orçamento
- 30 posts em grupos
- 14 Reels

Meta: 20.000 a 60.000 cadastros

Semana 3 – Escala agressiva

- Aumentar para R\$ 150–300/dia
- 50–150 grupos
- 14 Reels

Meta: 40.000 a 90.000 cadastros

Semana 4 – Consolidação

- Aumentar Lookalikes
- Criar anúncios com provas sociais
- CTA forte

Meta: 30.000 a 80.000 cadastros

Total esperado:
120.000 a 250.000 novos usuários/mês

6. CUSTO FINAL DA CAMPANHA

Tipo	Valor
Facebook Ads	R\$ 4.500 a R\$ 9.600/mês
Produção de vídeo com IA	R\$ 0–300
Ferramentas opcional	R\$ 0–50

Total: R\$ 4.500 a R\$ 10.000/mês