

CAMPANHA 1 — TIKTOK VIRAL

Objetivo: Explodir alcance orgânico no TikTok e gerar **cadastro massivo diário** na Vitrine de Craques usando vídeos curtos, séries narrativas e tendências.

Meta real:

Entre **150.000 e 400.000 novos usuários/mês sem investimento direto** (somente produção de conteúdo).

1. ESTRUTURA BASE DA CAMPANHA

1.1. Frequência obrigatória

- **3 a 5 vídeos por dia**
- Postar nos horários de maior tração:
 1. **11h – 13h**
 2. **18h – 20h**
 3. **22h – 23h**

Motivo: Algoritmo do TikTok privilegia consistência + volume.

2. TIPOS DE CONTEÚDO DE ALTO IMPACTO

Todos os conteúdos utilizam **Tico** como protagonista, pois personagem = fortíssimo fator viral.

2.1. Série “Tico Explica” (Educação + Autoridade)

Vídeos de 20–30 segundos.

Temas:

- “Como ser descoberto por um olheiro usando apenas o celular”
- “Como validar seu perfil no gov.br igual um jogador profissional”
- “Por que a Vitrine de Craques dá selo verificado real”
- “Como montar seu vídeo de highlights do jeito certo”
- “Três erros que fazem um jogador perder contrato”

CTA no final:

“Crie seu perfil agora na Vitrine de Craques. Link no perfil.”

Produção: IA de vídeo (Kling, Sora, VEO3).
Custo: zero a mínimo.

2.2. Conteúdo emocional (Alta viralização orgânica)

Usa storytelling com música.

Exemplos:

- “O garoto que nunca tinha chance até uma plataforma mudar tudo...”
- “O pai que acreditou no filho e assinou o contrato que mudou seu futuro.”
- “Tico mostrou seu talento para o Brasil inteiro.”

Formato: 15–25 segundos.

Taxa de viralização típica: 50k – 2M views por vídeo.

2.3. Conteúdo de transformação imediata

Formato: “Antes e Depois”.

Exemplos:

- “Antes: ninguém via meus vídeos. Depois: fui descoberto na Vitrine de Craques.”
- “Antes: perdido. Depois: com contrato validado e perfil verificado.”

Sempre com CTA:

“Crie seu perfil grátis.”

2.4. Conteúdo de tendência (usando músicas virais)

Objetivo: pegar carona no algoritmo.

Formatos:

- Dublagens do Tico
- Reações de Tico a jogadas virais
- Tico lendo comentários engraçados
- Tico mostrando mensagens de “olheiro viu seu vídeo”

Impacto médio: **rápida explosão de alcance.**

2.5. Conteúdo com provas sociais

Formato:

- Print do número de novos atletas cadastrados
- Vídeo de “ranking do dia”
- Repost de vídeos reais de atletas usando a plataforma
- Fala dos pais: “Assinei o contrato digital pelo gov.br e funcionou perfeito.”

Prova social aumenta conversão em 200%+.

3. SCRIPT PADRÃO PARA TODO VÍDEO (estrutura exata)

1. **1º segundo:** Gancho forte
Ex: “Se você quer ser jogador, pare e escuta isso...”
2. **2º ao 5º segundo:** Problema
Ex: “A maioria dos garotos nunca é vista por um olheiro.”
3. **5º ao 12º segundo:** Solução
Ex: “Na Vitrine de Craques, seu perfil fica disponível para clubes e empresários.”
4. **12º ao 18º segundo:** Benefício direto
Ex: “Seu pai assina o contrato pelo gov.br e você ganha selo verificado.”
5. **18º ao 25º segundo:** CTA
Ex: “Crie seu perfil agora. Link no perfil.”

Esse formato é dominante no TikTok hoje.

4. CALENDÁRIO DE PUBLICAÇÕES (30 DIAS)

Semana 1 – Aquecimento

- 25 vídeos
- Foco: explicação, autoridade, “Tico Explica”

Meta: 10k – 40k usuários

Semana 2 – Viralização

- 30 vídeos
- Foco: histórias emocionais e tendências

Meta: 40k – 120k usuários

Semana 3 – Explosão Social

- 30 vídeos
- Foco: provas sociais, prints, reações, depoimentos

Meta: 50k – 150k usuários

Semana 4 – Consolidação

- 20 vídeos
- Foco: CTA agressivo e storytelling

Meta: 30k – 90k usuários

Estimativa total realista:

150.000 a 400.000 novos usuários/mês só com TikTok.

5. FERRAMENTAS UTILIZADAS

Produção de vídeo com IA

- **Kling AI**
- **Sora**
- **VEO3**
- **Runway Gen-3 Alpha**

Custo: R\$ 0 a R\$ 300/mês

Edição e postagem automatizada

- CapCut
- Metricool (automação)
- TokCounter (monitoramento)

Custo:

- CapCut grátis
- Metricool Pro: R\$ 60/mês

CTA e conversão

- Linktree Pro (link do perfil) – R\$ 20/mês
 - Landing page otimizada – R\$ 0 a 50/mês
-

6. CUSTO TOTAL DA CAMPANHA TIKTOK VIRAL (30 DIAS)

Total estimado: **R\$ 0 a R\$ 450**, dependendo da ferramenta usada.

Retorno esperado: **150 mil a 400 mil novos usuários**.