

# Criativos

PRINCÍPIOS DO TRÁFEGO





# **Criativos**

#### PRINCÍPIOS DO TRÁFEGO

Os criativos são um dos grandes pilares do tráfego. Na aula de testes eu falei que eles são a alma do tráfego, só que planejando essa aula eu pensei: "Mas os criativos também são a alma do tráfego..."

Então eu comecei a pensar que se eu tivesse que escolher cinco coisas para serem os pilares do tráfego, eu escolheria o seguinte:

# Os Pilares do Tráfego: (00'40'')

- **1 Parte técnica da criação das campanhas:** Basicamente apertar botão e saber quais são os recursos que a ferramenta te oferece.
- **2 Testes:** É estar sempre testando, ver cada centavo investido como um teste, é estar a todo momento estar testando uma coisa diferente na tua conta e aprendendo através desse teste.
- **3 Estratégia:** Tráfego não é algo simplesmente operacional, tem que existir uma visão estratégica. Normalmente no começo do trabalho de tráfego, o carinha que faz o tráfego não vai ser um bom estrategista, mas isso é uma habilidade que com o tempo se desenvolve. Estando no campo de batalha e testando sempre, você vai ver o que funciona ou não para a sua conta e vai saber elaborar formas melhores de atingir teus objetivos.

A questão é que isso aqui pode não ser o trabalho do Gestor de Tráfego, eu por muito tempo apenas dei pitacos nas estratégias porque não era o responsável por ela. Mas essa é uma habilidade que sem a qual, o teu tráfego não vai atingir o nível que poderia.

- 4 Conteúdo gratuito/conteúdo pago: Eu fiquei na dúvida sobre colocar "produto" aqui, mas eu preferi englobar tudo como "conteúdo" tanto o gratuito quanto o pago, pois ambos têm o mesmo grau de importância, ambos têm que ser MUITO BONS.
- **5 Criativos:** São basicamente os anúncios, aquilo que a gente coloca na frente das pessoas para explicar o nosso trabalho. A maior parte do sucesso da tua campanha está em fazer um criativo bem feito.



E eu já dei algumas aulas sobre criativos, portanto, eu aconselho fortemente vocês a assistirem as seguintes lives para se aprofundarem no tema: **Live 063** – Como fazer criativos que convertem, **Live 073** – Como descobrir os melhores criativos para E-commerce (mas que com certeza serve pra todo tipo de negócio) e o **Tutorial Secreto 04** – Como fazer os melhores criativos/anúncios da Semana dos Anúncios no Instagram.

Então nessa aula eu vou passar uma visão geral, apresentar pra vocês conceitos e mostrar o que bons criativos tem em comum e depois vocês podem assistir as lives para aprofundar esse conteúdo.

### Criativos, uma visão geral: (03'45")

Eu diria que é impossível fazer um tráfego bem feito se os teus criativos forem uma bosta. Tu pode até fazer um tráfego que dá resultado, mas para ter um tráfego bem feito tu tem que ter bons criativos.

E durante um tempão como criador de conteúdo, como pessoa que bota a cara nos vídeos, eu achava que meus criativos eram uma bosta... Até eu ver os criativos da concorrência, o que me fez ver que eu era muito bom nesse negócio de criativo. A minha régua, a minha barra, estava muito alta para eu achar que meus criativos eram uma bosta, porque vendo os criativos de outras pessoas me dá vontade de chorar.

Então depois de muito tempo analisando e vendo criativos de outras pessoas, criativos que convertiam, criativos que não convertiam, eu tenho aqui meu Swipe File. Que aliás, é uma grande recomendação que eu te dou: Fazer um documento do word e chamar ele de SWIPE FILE.

Os copywriters geralmente tem um SWIPE FILE, que é um arquivo com várias copys para ele se inspirar. Então tu vai fazer a mesma coisa nos anúncios da internet.

Se tu ver um anúncio na internet e gostar, salva ele, grava a tua tela... Mas presta atenção, é pra usar isso como inspiração e não para copiar!

Mas porque eu falei do swipe file? Porque depois de muito tempo nesse jogo de internet fazendo e buscando encontrar criativos que convertessem mais para as minhas campanhas, eu cheguei em 4 padrões de criativos que dão bons resultados.



Se vocês seguirem esses 4 padrões e assistirem as lives que eu falo sobre criativos e me aprofundo mais sobre esses padrões, vocês vão ser acima da média!

# Os 4 passos para fazer um bom criativo: (7'00")

# 1 - Não seja um robô preso numa tela: (07'30")

Quando as pessoas começam a gravar, geralmente são muito ruins no vídeo, eu tenho até hoje os primeiros stories que eu gravei e eu era muito ruim, não consigo nem descrever.

O problema que a gente não consegue ser natural falando com uma câmera, mas tu não pode também ser um robô na frente da câmera.

"Mas Pedro, eu sou muito ruim nos vídeos, como eu vou fazer? Eu não tenho mais chances?"

Sim seu bosta, tu tem chance. A Chance que tu tem é ser um bosta por um tempo e trabalhar para deixar de ser um robô.

Eu só consigo falar com mais naturalidade com a câmera hoje porque eu passei muito, muito tempo gravando vídeo, gravando stories e falando com as pessoas na frente de uma câmera.

Então para tu não ser um robô preso numa tela, tu tem que fazer:

**Exercitar:** Tu vai ter que gravar 300 vídeos até ficar bom. No começo é uma bosta, mas praticando tu vai melhorar.

E pra isso tu vai ter que exercitar duas coisas:

A - A exposição: A gente exercita a exposição MINIMIZANDO a exposição.

Grava uma mensagem respondendo apenas uma pessoa por direct, não precisa ser para todos os teus seguidores logo de cara.

Se quiser exercitar a tua exposição comigo, vai lá e grava durante 30 dias um vídeo falando comigo e manda por direct.



E foda-se o que o Pedro Sobral vai pensar! Isso não importa!

Você minimiza a exposição respondendo 1 a 1. Isso é o PODER!

Eu mesmo faço isso a muito tempo, eu já respondi umas 15 mil pessoas por direct, eu abro o vídeo e vou falando, as vezes me atrapalho mas eu sigo assim mesmo, não precisa ser perfeito, o importante é fazer!

**B - A habilidade de gravar vídeos:** Você exercita a tua habilidade de gravar vídeos gravando vídeos, não tem segredo.

Então quando você está exercitando a exposição você automaticamente está exercitando a tua habilidade de gravar vídeos. Então grave vídeos! Abra a câmera e faça criativos mesmo que eles não vão para o ar.

Uma hora ou outra tu vai ter que encarar essa parada, então para de miguézinho. Não importa o que os outros vão pensar de ti, o que eles vão pensar de ti está só na cabeça deles. Tu nunca vai saber!

No começo eu não gravava vídeo por medo do que os outros iriam pensar de mim. Mas ai eu descobri que o problema não era esse, o problema era o que eu achava que os outros iriam pensar de mim.

Mas eu não tenho controle sobre o que os outros podem pensar de mim, então eu não posso resolver isso. Se eu não posso resolver, não é um problema.

Foca no que tu tem controle. Tu tem controle sobre o teu pensamento, no que tu vai pensar de si mesmo e no que tu ACHA que os outros vão pensar de mim.

E qual que é um dos mantras da Comunidade Sobral de Tráfego? QUEM ACHA NÃO SABE!

E por que tu não tem que ter medo de fazer feio na frente dos outros? **Porque fazer feio é uma** maneira de fazer a tua história ficar mais bonita lá no final!

Pensa comigo: Todas as histórias legais começam com alguém que começa fazendo tudo errado, e era muito difícil apesar de se esforçar muito, aí ela foi treinando e foi melhorando, até que um dia ela foi lá e dominou o mundo.



Isso é muito mais legal que aquele papo de "eu sempre fui uma pessoa extrovertida, sempre falei bem em público e fiz aulas de teatro com os meus amigos da escola".

Errar é mais legal, errar é uma forma de tu tornar a tua história mais legal lá pra frente. É o começo da tua jornada!

Do mesmo modo que a confusão é o primeiro passo para o entendimento, fazer feio é o primeiro passo pra fazer bonito!

Então tu já tá fazendo bonito, porque tu começou. No final das contas essa parte que tu acha que fez feio, só é feia porque tu está olhando só pra um pedaço da tua história.

# 2 - Antes um amador Jedi do que um profissional babybosta: (16'28")

Já viram aqueles anúncios de um cara que chega num carro que não é dele, aí ele sai de terno e finge que tem um carrão e tem uma mulher bonita do lado dele? Só que ele não é daquele jeito, ele é um profissional muito babybosta.

Então antes um amador Jedi de camiseta do subido toda preta, com o tripé improvisado com o enquadramento meio errado, gravado com a câmera do celular do que um anúncio de profissional babybosta.

A maioria dos anúncios que eu vi dar certo são aqueles que são gravadas com a câmera do celular mesmo. Tu não precisa de uma grande produção pra fazer o negocio bonito.

#### "Ai Pedro, mas essa é a minha marca."

Não é, gravar um vídeo desse jeito é mostrar tu mesmo, na maioria das vezes a tua marca é tu e não a qualidade dos teus vídeos. É tu, a pessoa, o que tu expressa, o que tu coloca pra fora ali naquele vídeo.

Não se importe se você não tem um cenário super complexo, uma câmera super profissional. Eu mesmo sempre gravo vídeos com meu celular. Eu não tenho nem microfone, nem lapela, nem nada.



Na medida que tu for evoluindo você pode investir mais nesses negócios mais técnicos, mas não é isso que vai impedir o teu sucesso, vai por mim. Se tu acha que o que tá impedindo o teu sucesso é tu não ter um equipamento avançado, meu amigo eu tenho uma verdade dura pra te jogar na cara: Não é esse o teu problema.

# **3 - Ative o gatilho do "aaah, ele tá falando comigo":** (18'50'')

Essa foi a minha última grande descoberta. O ponto número 3 tem revolucionado o marketing digital no Brasil. As pessoas não sabem, mas isso surgiu da minha cabecinha.

O que é esse gatilho? Muitos copywritters chama isso de gatilho da conexão, mas não é bem isso. Quando falavam sobre "gatilho da conexão" eu não conseguia entender como fazer a pessoa se sentir conectada comigo. A minha cabeça não concebia isso.

E depois de muito ver muitos criativos eu entendi que o sentimento de "aaah, ele tá falando comigo" é a conexão. Esse sentimento é a tangibilização do gatilho da conexão, é esse sentimento que tu tem quando o anúncio cai pra ti no momento certo. Todo mundo já abriu um livro e caiu numa página que tinha um negócio que faz tu pensar "eu precisava ler isso hoje, isso é pra mim". A gente adora esse sentimento.

E a gente tem o poder de fazer isso através dos criativos, e existem 4 maneiras de se fazer isso:

#### **⊘** 1ª Pergunta:

Imagina que vocês estão vendo esse vídeo agora e aparece um anúncio de um concorrente meu aqui na frente e fala: "Opa, você aí, está vendo o Curso Subido de Tráfego nesse momento? Eu tenho uma notícia pra te dar, você poderia estar num curso bem melhor." – Esse cara iria me foder, ele invadiu meu curso (o que nunca vai acontecer), e veio falar com a minha audiência.

A moral da pergunta é: Muitas vezes tu consegue saber com quem tu está falando, onde essa pessoa está, o que essa pessoa quer, o que essa pessoa não quer. E só de tu perguntar isso pra ela, tu consegue ativar nela essa sensação de "aaah, ele tá falando comigo".

Por exemplo, segmenta teu anúncio para São Paulo e faz um criativo perguntando: "Deixa eu te fazer uma perguntinha, por acaso você mora em São Paulo?"



Outro exemplo: Eu estou divulgando um serviço de faxina de casa, e o criativo vai ser: "Você mora em São Paulo e está cansado de ter a sua casa sempre bagunçada? Você acha que uma faxineira é muito cara para ir à sua casa duas vezes por semana? Pois é, deixa eu te contar que nem sempre isso pode ser dessa maneira." Aí pronto, Call To Action (chamada para ação).

Esse "roteiro" de vídeo desperta o sentimento na fulana que estava falando com a amiga dela naquela mesma semana sobre precisar de uma faxineira nova.

O criativo da pergunta serve para segmentar. A pessoa que está vendo o anúncio tem que responder à pergunta do jeito que tu quer que ela responda, ou ela responde sim ou ela responde não, mas tu tem que saber o que tu quer que ela responda para tu ir segmentando com as tuas perguntas.

Então fazer um criativo com uma, duas, três perguntas que faça a tua audiência se identificar com aquilo, perguntando de uma dor, do lugar que ela está, o que ela gostaria, o que ela não gostaria. Falando com a tua audiência, entendendo o que ela precisa. E isso só nasce do exercício de fazer criativos, tu não vai ter a sacada de mestre de um criativo ultra foda no banho, não romantiza a parada, senta e começa a gravar que a ideia vem.

#### 

É quando tu ensina alguma coisa contra intuitiva para a pessoa. O que é ensinar uma coisa contra intuitiva? É algo como: "você sabia que apertar o botão impulsionar pode estar matando o resultado dos teus anúncios?" ou "você sabia que fazer cursos na internet pode estar mais piorando os teus resultados do que melhorando eles? Deixa eu te explicar o porquê".

Aí tu explica pra ele esse porque, mostra o motivo dele estar errado, o motivo daquilo que ele tá fazendo está errado. Fala pra ele: "você sabia que você tem feito errado por causa disso e disso e disso. Eu também não sabia disso antes, mas eu descobri um dia e eu vou te ensinar técnicas como essa na semana do descagando a sua vida." E então faz a chamada pra ação.

#### **⊘** 3ª História:

É quando tu conta uma história que a pessoa que está do outro lado consiga se identificar. Nesse daqui uma coisa muito poderosa é falar: "imagina você no meu lugar, o que você faria nessa situação?"



Um ótimo exemplo é um criativo do José Andrade, eu sempre dou esse exemplo. O José Andrade é um cara incrível, um dos caras mais inteligentes que eu conheço. E ele tinha um criativo que falava o seguinte:

"Em um tribunal estavam o advogado de defesa e a advogada de acusação. O advogado de acusação estava lá falando e então a advogada de defesa interrompeu ele e falou: - "Blábláblá". E então o advogado de acusação respondeu: - "Você cala sua boca que que você não foi chamada". Diante disso ninguém no ambiente sabia mais o que dizer, nem o juiz, nem a advogada de defesa. Então o advogado de acusação seguiu com seu discurso."

Depois de contar essa história, o José Andrade vira e pergunta pra câmera: "O que você faria no lugar dela?"

O que ele acabou de fazer? Te transportar pro lugar daquela advogada naquele tribunal da história.

Outro exemplo:

"Um dia eu joguei 30 mil reais de um cliente meu fora! Eu quero que você se imagine no meu lugar. Com que cara que eu contei pra ele isso?"

Aí eu explico como que eu contei, digo que descobri uma cagada e que esse tipo de cagada a gente só descobre no campo de batalha e que eu ia ensinar esse tipo de coisa no meu evento: A Semana do YouTube, e então fazia a chamada pra Semana do YouTube.

#### **⊘** 4<sup>a</sup> Segmentado:

Esse aqui é o mais idiota, o mais eficaz, mas ninguém faz. Vai dar 5 semanas e vai estar todo mundo fazendo, então faça antes dos outros pra ser a vanguarda e não ser a cópia.

Um dia desses eu estava olhando para os meus criativos e tentando pensar em algo novo, ter alguma ideia. Não saía nada, estava tudo ruim, eu gravava e não dava bom.

Eu estava tentando gravar os criativos pra chegar nas pessoas. Aí eu parei e pensei "hmm, e se eu fizer o contrário? E se eu olhar para as pessoas e criar o criativo pra elas e não fazer o criativo e tentar achar as pessoas que se identificam com ele?"



O que eu fiz foi olhar e fuçar as segmentações do Facebook, e eu vi lá que tinha a **segmentação:** "aniversariantes de janeiro". Então eu fiz um criativo mais ou menos assim:

"A melhor maneira de fazer criativos que convertem é saber com quem que você está falando. Eu por exemplo sei que você é mulher, tem entre 20 e 25 anos e faz aniversário em... janeiro, certeza que é janeiro! E você deve estar pensando 'esse cara está me espionando', mas não, eu só sei fazer anúncios que convertem e vou te ensinar isso semana que vem, quer saber mais sobre isso é só arrastar pra cima e se cadastrar" Pronto!

Eu ensinei isso em uma aula e recebi muitas reclamações, como eu falei que iria acontecer na aula, porque o pessoal foi lá e copiou e ficou uma merda. A maioria não entendeu a lógica do anúncio. A questão não é stalkear a vida da pessoa e dizer tudo que você sabe sobre ela precisamente.

Tem que ter um tom de "estou adivinhando as informações", mostrar que sabe mas não sabe tudo. E o final é a parte imprescindível pra pessosa não se sentir invadida, deixar claro que não é uma perseguição e que você não está espionando a vida dela. Ainda que fique parecendo isso, você tem que deixar claro que aquilo é pro bem dela e não é algo ruim.

Só que isso é muito difícil de fazer e se tu não te garante, nem tenta, se não tu vai tomar um block bem no meio da tua testa. E não vem com aquele papo de "ah o Facebook beneficia certas pessoas". Sim, o Facebook beneficia quem sabe fazer os criativos e não quem faz criativo tosco que vai contra as políticas.

E tem outra **segmentação que é de "quem mandou mensagem no Instagram"** – então eu fui lá e fiz o que?

"Se você me mandou uma mensagem no Instagram nos últimos dias, veja esse vídeo!"

Não tem como o cara que mandou a mensagem não parar e me olhar. O que ele vai pensar? "aaah, ele tá falando comigo, o que ele tem pra me dizer?"

**Segmentação "salvou minha publicação" –** Peguei todo mundo que salvou minhas publicações e fiz um anúncio pra eles.



**Segmentação "Viu Vídeo" –** Cara a gente faz a segmentação de quem viu vídeo, de quem se envolveu, dos inscritos no canal do YouTube, de quem compartilhou vídeo, a gente faz todas essas segmentações e põe um anúncio genérico para todo mundo: não faz sentido.

Essa foi a minha ideia genial, que não tem nada de genial, que é uma coisa simples: Gerar a conexão que falaram pra mim durante anos e eu não entendia, até que eu me liguei que era o "aaah, ele tá falando comigo".

Então quando tu for anunciar pro público que é inscrito no teu canal o que tu vai fazer?

"Opa, tu é inscrito no meu canal? Então não pula esse anúncio que eu tenho um recado pra te dar."

É diferente do:

"Você quer anunciar na internet? Então não pula esse anúncio que eu tenho um recado pra te dar."

E o cara vai lá e pula o anúncio, porque ele não se identificou. É diferente porque por mais que tenha a pergunta na frente, a conexão do primeiro exemplo é muito mais próxima, é mais específica. A identificação tem diferentes níveis. Então tu vai olhar para as tuas segmentações e vai fazer os criativos a partir delas.

Eu me divirto fazendo os meus anúncios de check out. Teve um que eu fiz que era assim:

"O segredo para fazer um bom anúncio para quem caiu no seu check out é dar 5 giradinhas na cadeira", e eu girava na cadeira e falava "não deu certo, vou gravar outro... Não não não, eu vou fazer assim mesmo..."

Eu ia lá e dava o recado e esse criativo vendeu muito! Por que foi idiota? Não, porque tinha o gatilho do "aaah, ele tá falando comigo".

Então esses foram os 4 tipos clássicos de fazer os criativos do "aaah, ele tá falando comigo".

#### **EXTRA**, provocativo:



É aquele criativo que tu chega dando um tapa na cara da pessoa, é aquele criativo que você chega dia primeiro de janeiro e fala "eu aposto que você não ganhou na mega sena da virada, aposto que não" ou tu chega e diz "resoluções de 2020? Tu vai te enganar de novo esse ano?" – esse é mais tenso, mais pesado, não é todo mundo que está disposto a fazer porque é um criativo que provoca, ele da a sensação de que a pessoa que está falando do outro lado da tela está realmente falando contigo por que ele joga na tua cara.

Quem faz esse tipo de anúncio muito bem é uma empresa chamada Em... Não sei se eu posso falar, melhor não falar nada, certo Bettina?

É um criativo que incomoda, que pode ser ruim. É muito difícil de fazer e exige muita copy, eu particularmente não gosto de fazer e por isso eu botei ele como um extra.

# **4 - Quanto mais melhor:** (35'20")

Tem que produzir criativo pra caralho moçada, quanto mais tu fizer melhor! 30 é melhor do que 20, 50 é melhor do que 30, 80 é melhor do que 50 e assim por diante. Quanto mais melhor. Assiste as aulas de criativos, faz um caminhão de criativos, **testa** eles. O segredo aqui é não sair do campo de batalha!

Não fica fazendo aqueles criativos de coach. Vamos fazer um trato aqui agora, se tu tem um daqueles criativos que tu está em pé, meio de lado, sorrindo e com braços cruzados...



Tu vai pausar agora! Eu não admito na Comunidade Sobral quem tem criativo de bracinho cruzado.



Tira uma foto, dá um sorriso, tira com o celular, pede pro teu designer cortar, mas sem bracinho cruzadinho.

Primeira aula do curso que tem uma hashtag, é porque realmente merece.

#### #sembracinho

# Time Stamps:

- **Os Pilares do Tráfego:** (00'40")
- ✓ Criativos, uma visão geral: (03'45")
- **Os 4 passos para fazer um bom criativo:** (7'00")
- ✓ 1 Não seja um robô preso numa tela: (07'30")
- **2 Antes um amador Jedi do que um profissional babybosta:** (16'28")
- **⊘** 3 Ative o gatilho do "aaah, ele tá falando comigo": (18′50″)
- **⊘ 4 Quanto mais melhor:** (35′20″)

# Material Complementar de Aprofundamento:

- Tutorial Secreto 04 Semana dos Anúncios no Instagram Como fazer os melhores criativos/anúncios