

Plano de Trafego Pago — Protocolo M3-Longevidade

Plataforma Principal: Meta Ads (Facebook + Instagram)

Budget Inicial: R\$2.000/mes (Fase de Validacao)

Estrutura de Campanhas

Campanha 1: FRIO (Prospeccao)

| Parametro | Valor |
|------------|------------------------------|
| Objetivo | Conversoes (Compra) |
| Budget | 60% do total (R\$1.200/mes) |
| Publicos | 5 ad sets (ver abaixo) |
| Criativos | 40 copies (10 por categoria) |
| Formato | Feed + Stories + Reels |
| Otimizacao | Conversao (Purchase event) |

Ad Sets (Publicos Frio):

| # | Nome | Targeting | Tamanho est. |
|---|----------------------------------|---|--------------|
| 1 | Ed Fisica + Gerontologia | Interesses: Educacao Fisica + Gerontologia + Envelhecimento | 800K-1.2M |
| 2 | Personal Trainer + Idosos | Interesses: Personal Trainer + Saude do idoso + Treinamento funcional | 1.5M-2M |
| 3 | Academico | Interesses: PubMed + CONFEF + CREF + Fisioterapia + Ciencias do exercicio | 400K-600K |
| 4 | Longevidade | Interesses: Longevidade + Saude preventiva + Geriatria + Reabilitacao | 1M-1.5M |
| 5 | Broad (sem interesses) | Apenas demografico: 25-50 anos, Brasil | 5M+ |

Campanha 2: REMARKETING

| Parametro | Valor |
|-----------|---------------------------|
| Objetivo | Conversoes (Compra) |
| Budget | 25% do total (R\$500/mes) |
| Publicos | 3 ad sets |

| | |
|-----------|-------------------------|
| Criativos | 6 copies de remarketing |
|-----------|-------------------------|

Ad Sets Remarketing:

| # | Nome | Publico |
|---|--------------------------|---|
| 1 | Visitantes LP 7d | Custom: visitou LP nos ultimos 7 dias, nao comprou |
| 2 | Visitantes LP 30d | Custom: visitou LP nos ultimos 30 dias, nao comprou |
| 3 | Engajamento 90d | Custom: interagiu com perfil Instagram/Facebook nos ultimos 90 dias |

Campanha 3: ABANDONO DE CHECKOUT

| Parametro | Valor |
|-----------|---------------------------|
| Objetivo | Conversoes (Purchase) |
| Budget | 15% do total (R\$300/mes) |
| Publicos | 1 ad set |
| Criativos | 4 copies de abandono |

Ad Set: Custom audience: iniciou checkout mas nao completou compra (Ticto pixel event)

Plano de Testes A/B (4 semanas)

Semana 1-2: Validacao de Criativos

| Teste | Variavel | Metrica |
|-------------------|---|-----------|
| Categoria de copy | Direto vs Dor vs Autoridade vs Contraste | CTR + CPC |
| Formato | Long vs Medium vs Short | CTR + CPM |
| Hook visual | Imagem livro vs Imagem idoso vs Texto overlay | CTR |

Regra: Pausar criativos com CTR < 1.0% apos 1000 impressoes.

Semana 2-3: Validacao de Publicos

| Teste | Variavel | Metrica |
|---------|------------------|------------|
| Ad Set | 5 publicos frios | CPA + ROAS |
| Tamanho | Nicho vs Broad | CPA |

Regra: Pausar publicos com CPA > R\$40 apos 3 dias.

Semana 3-4: Validacao de LPs

| Teste | Variavel | Metrica |
|-------|----------|---------|
|-------|----------|---------|

| | | |
|----------|--|------------------------------|
| LP | Long (TSL) vs Short | Conv. Rate |
| LP + VSL | LP Long + VSL embeddado vs LP Long sem VSL | Conv. Rate + Tempo na pagina |

Regra: LP vencedora recebe 70% do budget. Perdedora desligada em 7 dias.

Semana 5+: Escala

Se ROAS > 2.0x por 7 dias consecutivos:

- Aumentar budget 20% a cada 3 dias
- Criar Lookalike de compradores (1%, 2%, 5%)
- Expandir para publicos similares em GDN (opcional)

KPIs e Alarmes

| KPI | Alarme (pausar) | Saudavel | Escalar |
|---------------|-----------------|--------------|-----------|
| CTR | < 0.8% | 1.5-2.5% | > 3.0% |
| CPC | > R\$3.50 | R\$1.50-2.50 | < R\$1.00 |
| Conv. Rate LP | < 1.5% | 2.5-4.0% | > 5.0% |
| CPA | > R\$45 | R\$20-35 | < R\$15 |
| ROAS | < 1.0x | 1.5-2.5x | > 3.0x |
| Frequencia | > 3.0 | 1.5-2.5 | < 1.5 |

Budget por Fase de Escala

| Fase | Budget/mes | Duracao | Objetivo |
|---------------------|------------------|-----------|---|
| Validacao | R\$2.000 | 4 semanas | Encontrar criativos e publicos vencedores |
| Otimizacao | R\$3.000-5.000 | 4 semanas | Otimizar CPA e ROAS |
| Escala Conservadora | R\$5.000-10.000 | Ongoing | ROAS estavel > 2.0x |
| Escala Agressiva | R\$10.000-20.000 | Ongoing | ROAS estavel > 2.5x |

3 campanhas + 5 publicos + plano A/B de 4 semanas + KPIs