



# A Máquina de Vendas do Corretor de Consórcio

Do Clique à Contemplação: Como usar o Marketing Digital para Construir sua Carteira de Clientes.

**COMEÇAR** →

# Adriano Matos

CEO AK Digital Marketing, head de marketing com mais de 18 anos de experiência, formado em Administração de Empresas (FAAP/SP), Técnico de Marketing (SENAC/SP) e Digital Marketing Nanodegree (UDACITY/NY-EUA) com bagagem prática em diagnósticos e técnicas que já aceleram os resultados de mais de 200 empresas e empreendedores no Brasil e no Mundo.



# Sem blá-blá-blá!

Tempo é dinheiro, poucas teorias, muitas ações.

01. O Combustível (A Estratégia por Trás da Ferramenta)
02. A Copy (A Mensagem que Converte com IA)
03. O Visual (Criando o Post no Canva)
04. O Vídeo (Gravando e editando com CapCut)
05. A Campanha (Subindo no Meta Ads via Instagram)



# Etapa 1: O Combustível (A Estratégia por Trás da Ferramenta)

- Esta é a etapa mais importante. Nenhuma ferramenta funciona sem o combustível certo. O combustível é a definição clara do seu posicionamento e do seu cliente.
- **Objetivo da Etapa:**
  - Fazer o corretor parar de falar com "todo mundo" e focar em quem realmente compra.



# Etapa 1: O Combustível (A Estratégia por Trás da Ferramenta)

## ● Business Concept

Defina seu "Nicho": O mercado de consórcio é um mercado vasto (commodity). Você não pode ser "genérico". Você é especialista em quê?

## ● Exemplos:

- Especialista em Pesados: Foco em frotistas e autônomos (caminhões, tratores).
- Especialista em Imóveis: Foco em quem quer sair do aluguel ou investir.
- Especialista em Primeiro Carro: Foco em jovens (18-25 anos) e universitários.

Adaptação da Comunicação (Insight-Chave): A forma como você fala com o frotista (foco: ROI, alavancagem) é diferente de como você fala com o jovem (foco: sonho, liberdade, "sem juros abusivos").



# Etapa 1: O Combustível (A Estratégia por Trás da Ferramenta)

- Mão na massa (veja depois o vídeo na prática).



## Etapa 2: A Copy (A Mensagem que Converte com IA)

- O combustível (Etapa 1) é o que você alimenta a IA. Se você der informações genéricas, receberá copys genéricas.
- Objetivo da Etapa:
  - Ensinar o corretor a usar o Gemini (ou ChatGPT) como um assistente de copywriting estratégico.

Web ou Aplicativos



## Etapa 2: A Copy (A Mensagem que Converte com IA)

- Esse é o "Prompt Mestre" para Corretores:
  - Quem você quer atender? (Demografia, Dores, Desejos).

"Aja como [Seu Sabor/Especialista]. Meu público-alvo é [Seu ICP], que tem a dor de [Dor Específica] e o desejo de [Desejo Específico].

Crie 3 opções de texto (copy) para um anúncio no Instagram usando o framework AIDA (Atenção, Interesse, Desejo, Ação).

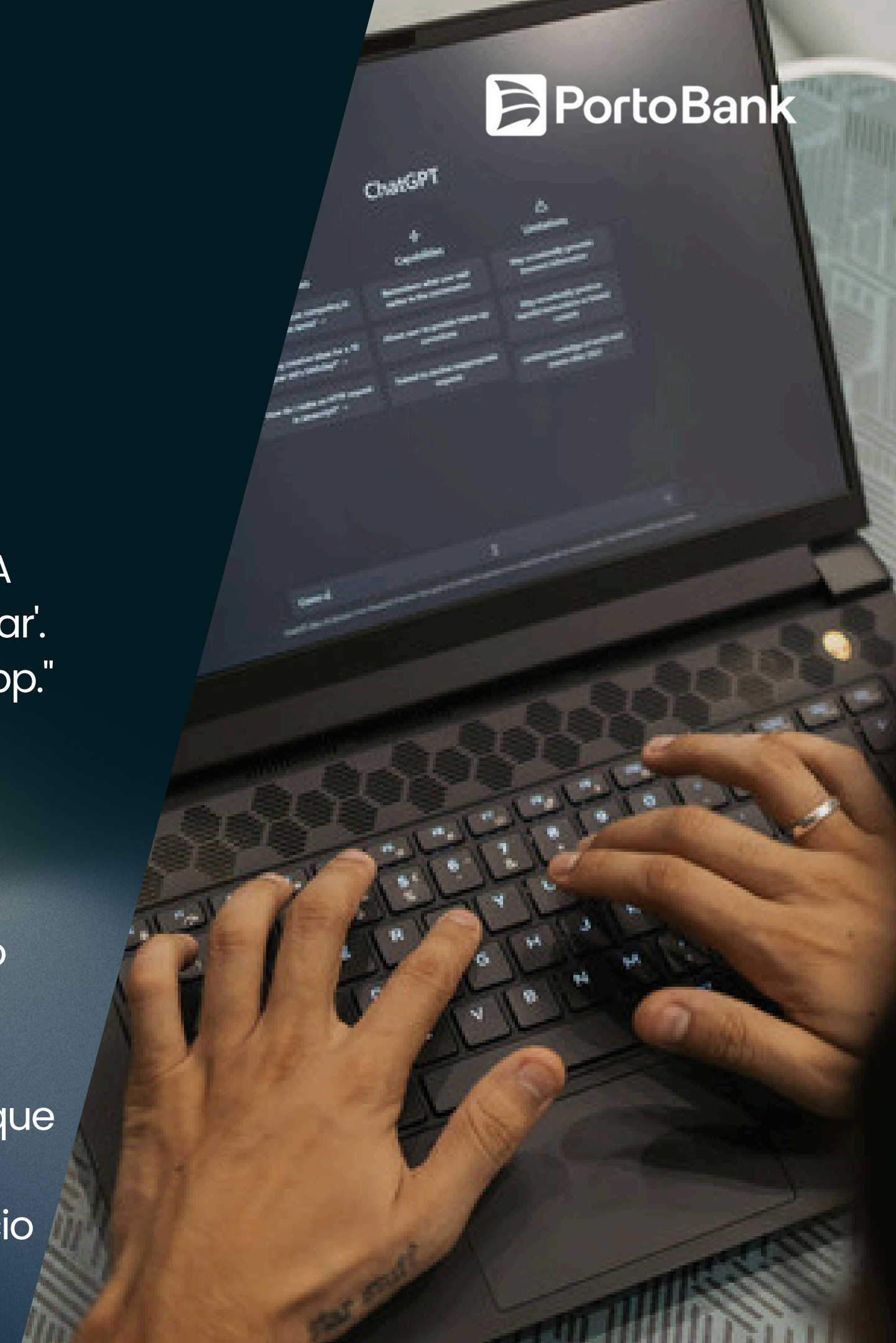
O objetivo é fazer a pessoa clicar no link e me chamar no WhatsApp para uma simulação gratuita."



## Etapa 2: A Copy (A Mensagem que Converte com IA)

### ● Exemplo de Simulação:

- Prompt: "Aja como um especialista em consórcio imobiliário. Meu público-alvo são jovens casais (25-35 anos) que moram de aluguel. A dor deles é 'jogar dinheiro fora' com aluguel e o desejo é 'ter o próprio lar'. Crie 3 copys AIDA para um anúncio no Instagram focado em WhatsApp."
- Resultado da IA (Exemplo):
  - (Atenção): Cansado de pagar o aluguel do que nunca vai ser seu?
  - (Interesse): Existe uma forma inteligente de investir R\$ 1.500 por mês (o valor do seu aluguel) na sua casa própria, sem os juros absurdos do financiamento.
  - (Desejo): Imagine-se decorando seu próprio apartamento, sabendo que cada centavo pago é para o seu futuro.
  - (Ação): Me chame no WhatsApp. Vou fazer sua simulação de consórcio imobiliário em 5 minutos. Clique em "Saiba Mais".



## Etapa 2: A Copy (A Mensagem que Converte com IA)

- Mão na massa (veja depois o vídeo na prática).



## Etapa 3: O Visual (Criando o Post no Canva)

- O design deve ser limpo, profissional e focar em um único objetivo: fazer o cliente ler a copy e clicar no CTA
- Objetivo da Etapa:
  - Provar que qualquer corretor pode criar um anúncio profissional em 5 minutos, sem ser designer.

Baixar App no Computador

## Etapa 3: O Visual (Criando o Post no Canva)

- 1 – Plataforma: Canva (Versão Gratuita).
- 2 – Formato: Post Quadrado (1080x1080) ou Reels/Stories (1080x1920).
- 3 – O Guia (passo-passo):
  - Acesse "Modelos" (Templates) e busque por termos-chave: "Consórcio imóvel", "Consórcio Carro", "Consórcio".
  - Atenção: Escolha templates limpos (clean). Menos é mais. Evite poluição visual.



## Etapa 3: O Visual (Criando o Post no Canva)

### ● 4 – O Design de Conversão:

- Imagem de Fundo: Uma imagem de alta qualidade que represente o desejo (a casa, o carro, a chave). Sites: Unsplash, Pexels (integrados no Canva).
- Headline (Título): Pegue a "Atenção" (da Etapa 2) e coloque em destaque. Use uma fonte legível e forte (Ex: Montserrat, Anton).
- Identidade: Mantenha sempre as mesmas 2 ou 3 cores (ex: as cores da sua logo ou da administradora que representa).
- CTA (Call to Action): Um botão ou texto visível: "Simule Agora" ou "Fale Comigo".

Ponto de Virada: "Seu post não é uma obra de arte. É uma ISCA. O usuário tem 3 segundos para entendê-lo antes de continuar rolando. Seja direto."



## Etapa 3: O Visual (Criando o Post no Canva)

- Mão na massa (veja depois o vídeo na prática).



## Etapa 4: O Vídeo (Gravando e Editando com CapCut)

- Consórcio é uma venda de confiança. Vídeo gera confiança mais rápido que qualquer texto.
- Objetivo da Etapa:
  - Desmistificar a gravação de vídeos. Foco em autenticidade, não em superprodução.

Baixar App no Smartphone

The image shows a stylized logo for CapCut, featuring a large, bold, black letter 'C' with a white outline, followed by the word 'CapCut' in a bold, black, sans-serif font. The logo is positioned on a white background that is part of a larger graphic design.

## Etapa 4: O Vídeo (Gravando e Editando com CapCut)

### ● A Gravação (Smartphone, abrir App CapCut):

- 1. Abrir App e procurar no menu inferior “Editar”.
- 2. Procurar por Teleprompter
- 3.. Clicar em Lapis para colocar seu texto.
- 4. Ir no texto criado para IA e pedir “Gerar copy para video reels”.
- 5. Copiar o texto da sua IA e colar no CapCut
- 6. Selecionar Shot único e botão central CIRCULO com camera para gravar.

### ● Dicas Extras:

- Luz: Grave em lugar iluminado e com fundo elegante e atraente.
- Áudio: Grave em um lugar silencioso. Use o microfone do fone de ouvido (Mercado Livre: Microfone de lapela).
- Estabilidade: Apoie o celular em algo ou compre um ringlight (Mercado Livre)
- Roteiro: Use a copy da Etapa 2. Peça para adaptar para um roteiro para vídeos 30-45 segundos. Olhe para a câmera.



## Etapa 4: O Vídeo (Gravando e Editando com CapCut)

- A Edição (CapCut – O Essencial):
  - Importar: Jogue o vídeo no CapCut.
  - Aparar (Cortar): Use a ferramenta "Dividir" para cortar os erros e o início (quando você liga a câmera).
  - Legendas (Obrigatório): 80% das pessoas assistem sem som.
  - Ferramenta: Texto > Legendas Automáticas.
  - Ação: Revisar as legendas (a IA erra) e aumentar levemente o tamanho.
  - Cortes Dinâmicos (Opcional): Dê zoom leve em algumas frases para criar dinamismo.
  - Exportar: Em 1080p.

Ponto de Virada: "Feito é melhor que perfeito. Um vídeo autêntico com áudio limpo e legendas visíveis vende 10x mais que um vídeo 'bonito' que ninguém entende."



# Etapa 4: O Vídeo (Gravando e Editando com CapCut)

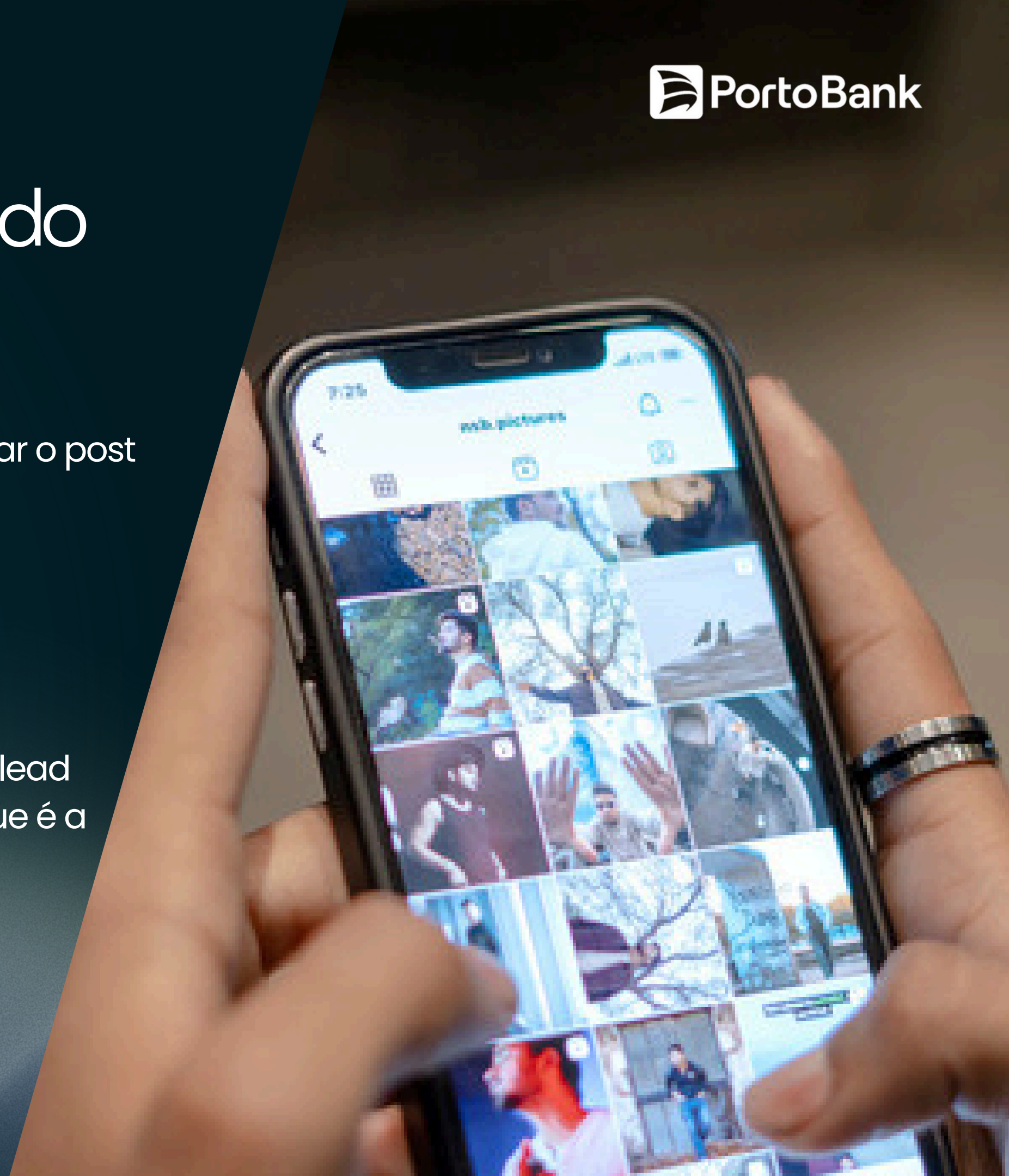
- Mão na massa (veja depois o vídeo na prática).



## Etapa 5: A Campanha (Subindo no Meta Ads via Instagram)

- Aqui o combustível encontra o motor. Vamos transformar o post (Etapa 3) ou o vídeo (Etapa 4) em um ímã de leads.
- **Objetivo da Etapa:**
  - Ensinar o caminho mais rápido para gerar o primeiro lead qualificado (focando no botão "Turbinar" otimizado, que é a porta de entrada).

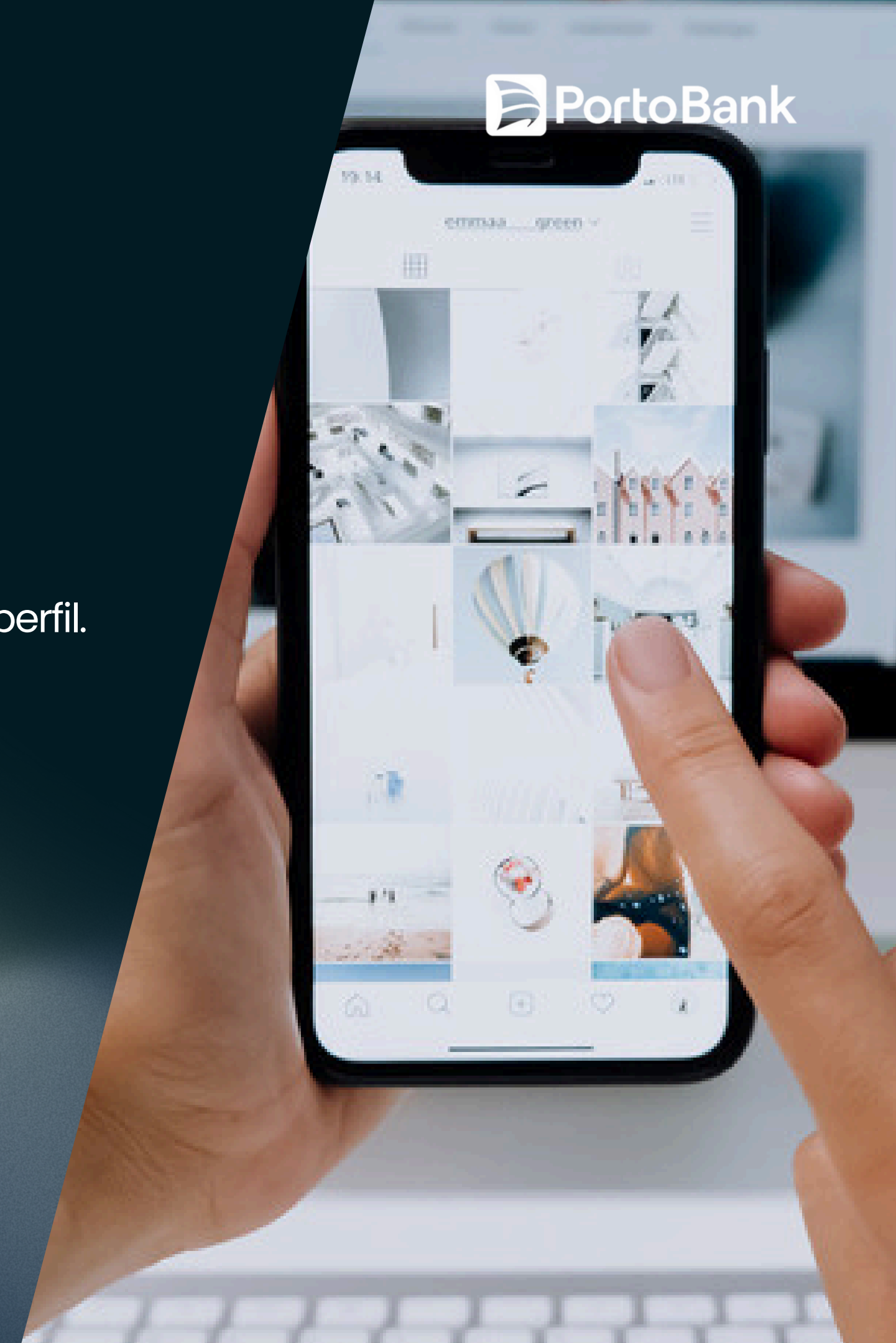
Atenção: Embora o "Gerenciador de Anúncios" seja mais profissional, o corretor iniciante deve começar pelo "Turbinar" para ganhar tração rápida.



## Etapa 5: A Campanha (Subindo no Meta Ads via Instagram)

### ● O Passo a Passo:

- 1. Poste o Criativo: Publique o post (Etapa 3) ou o vídeo (Etapa 4) no seu perfil.
- 2. Clique em "Turbinar Publicação".
- 3. Defina a Meta (O mais importante):
  - NÃO use "Mais visitas ao perfil".
  - NÃO use "Mais curtidas".
  - USE: "Mais mensagens". (Conecte seu WhatsApp Business).
  - Queremos leads, não fãs.



## Etapa 5: A Campanha (Subindo no Meta Ads via Instagram)

### ● O Passo a Passo:

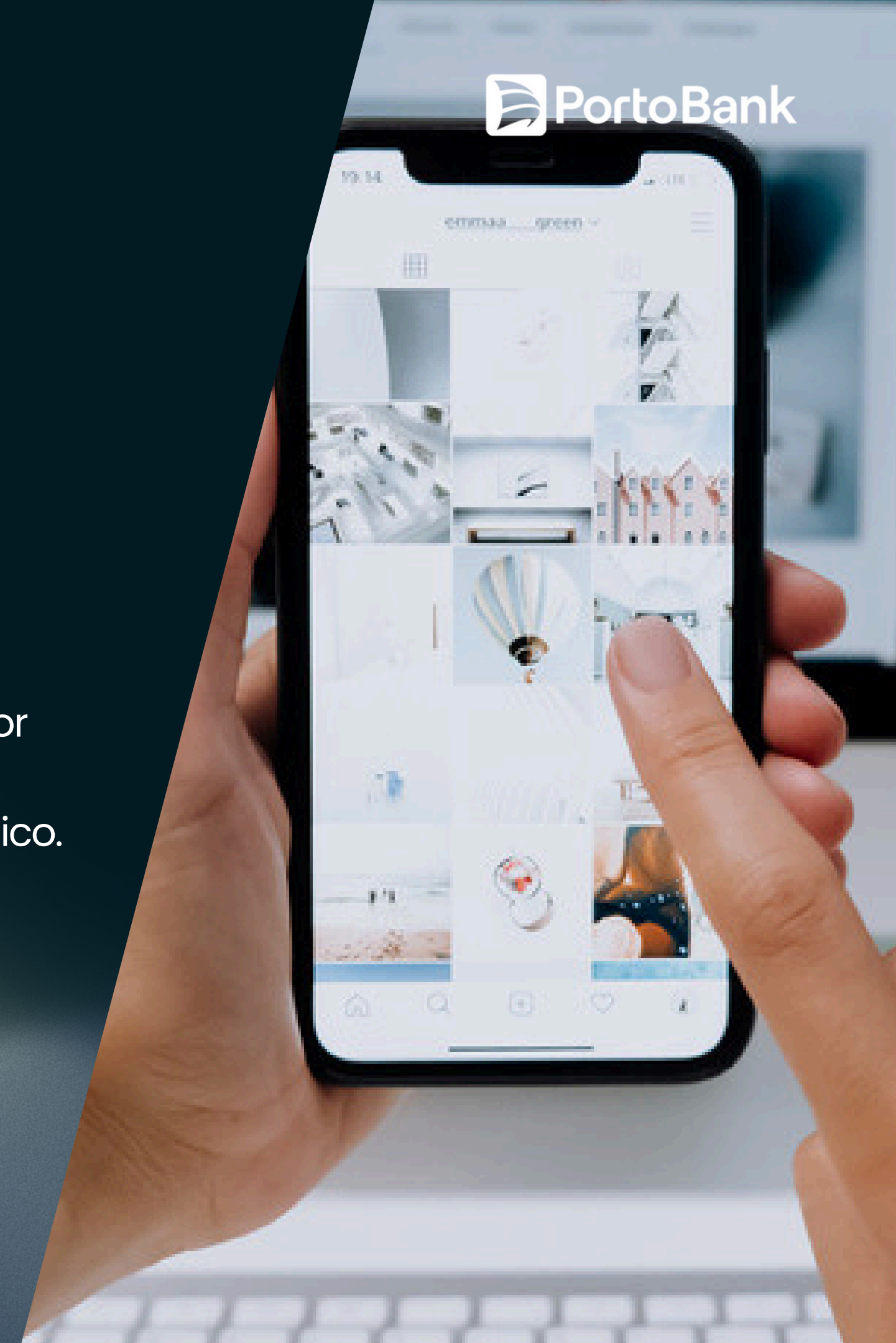
- 4. Defina o Público (A Etapa 1 na prática):
  - NÃO use "Automático".
  - Selecione: "Criar o seu".
  - Localização: Sua cidade + Raio (ex: 40km).
  - Interesses (O Ouro): Digite os interesses do seu ICP.
  - Ex. Imóveis: "Consórcio", "Financiamento Imobiliário", "Mercado Imobiliário", "Apartamento".
  - Ex. Carros: "Consórcio", "Financiamento de Veículos", "Webmotors", "iCarros".
  - Idade e Gênero: Alinhe com seu ICP da Etapa 1.



## Etapa 5: A Campanha (Subindo no Meta Ads via Instagram)

- O Passo a Passo:

- 5. Defina Orçamento e Duração:
- Teste: Comece com R\$ 20 por dia, durante 3 dias. (Total: R\$ 60).
- Análise: Quantas pessoas chamaram? Se 1 pessoa chamou, o "Custo por Lead" (CPL) foi R\$ 60. Vale a pena? (Para consórcio, sim!)
- Se funcionou, aumente o orçamento. Se não, troque o criativo ou o público.



## Etapa 5: A Campanha (Subindo no Meta Ads via Instagram)

- Mão na massa (veja depois o vídeo na prática).



# Conclusão

- "O marketing digital não faz milagre. Ele potencializa o bom corretor. A máquina que vocês aprenderam hoje (Combustível > Copy > Criativo > Vídeo > Tráfego) existe para colocar vocês na frente do cliente certo, na hora certa.
- O digital faz a prospecção. Mas é a sua negociação e seu atendimento que fecham o contrato. A partir de hoje, vocês têm o controle da sua própria geração de leads."



QR CODE: Baixe agora mesmo o material!



QR CODE: Call 1 Hora + Eu configuro sua Máquina!



Obrigado!



ak digital marketing