



PLAYBOOK

do Avatar

Como criar o seu avatar e escolher as ferramentas que geram 20 criativos campeões por semana sem você gravar.

Você não precisa gravar mais. Precisa de **mais criativos**.

Este material é para o empresário que anuncia, sabe que precisa de criativo novo toda semana e trava na hora de ligar a câmera.

A ideia é simples: você grava uma única vez (ou nem isso, se usar um avatar pronto), e a partir daí o roteiro vira vídeo no mesmo dia. A produção deixa de depender da sua agenda, do seu humor e da luz do escritório.

Leia na ordem. Cada capítulo termina com uma ação. No fim há uma autoavaliação e um plano de 30 dias para colocar a primeira leva no ar.

01	Por que o gargalo do tráfego virou criativo	3
02	Criando o seu avatar	5
03	As ferramentas, comparadas	7
04	A fábrica de 20 criativos por semana	10
05	Como achar o campeão	14
06	Autoavaliação e plano de 30 dias	16

Um aviso honesto sobre ferramentas

O mercado de avatar e voz com IA muda de preço, de plano e de líder a cada poucos meses. Por isso o capítulo 3 ensina **como escolher e testar**, e cita ferramentas como exemplos. Confira sempre o plano atual no site de cada uma antes de assinar.

01

Por que o gargalo do tráfego **virou criativo.**

Segmentação ficou com o algoritmo. O que sobrou de alavanca na sua mão é o anúncio em si, e ele cansa rápido.

O anúncio campeão **tem prazo de validade.**

Nas plataformas de anúncio de hoje, a segmentação fina deixou de ser o diferencial. O Meta escolhe para quem mostrar com base no próprio anúncio: quem para no vídeo, quem clica, quem converte. Na prática, **o criativo virou a segmentação.**

Isso traz dois problemas para quem anuncia com poucos criativos:

PROBLEMA 1

Fadiga

O mesmo público vê o mesmo anúncio várias vezes. A frequência sobe, a taxa de clique cai e o custo por resultado sobe. Em contas com verba diária relevante, isso costuma aparecer em uma ou duas semanas.

PROBLEMA 2

Pouca variedade

Com dois ou três anúncios, o algoritmo tem pouca coisa para testar. Ele não acha os bolsões de público que responderiam a outro ângulo, outra dor, outro rosto ou outro formato.

A conta que ninguém faz

Pergunte quantos criativos novos a empresa subiu no último mês. Na maioria das contas pequenas e médias a resposta fica entre zero e quatro. E o motivo quase nunca é falta de ideia: é a produção. Gravar exige agenda, cenário, roteiro decorado, regravação e edição. Uma tarde por vídeo.

A virada

Se cada vídeo custa uma tarde sua, você vai produzir pouco. Se cada vídeo custa um roteiro de uma página, você produz vinte. **O avatar troca a tarde pelo roteiro.**

Ação do capítulo

- ☐ Abra o gerenciador de anúncios e conte quantos criativos novos entraram nos últimos 30 dias.
- ☐ Veja a frequência e o custo por resultado dos 3 anúncios que mais gastaram. Eles estão subindo?

02

Criando o seu avatar.

Uma gravação bem feita hoje rende meses de vídeos. Uma gravação ruim rende meses de vídeos ruins.

Clonado ou de banco: qual usar.

	AVATAR CLONADO (VOCÊ)	AVATAR DE BANCO (PRONTO)
O que é	Uma réplica digital do seu rosto e da sua voz, feita a partir de uma gravação curta.	Um apresentador digital já disponível na ferramenta, com rosto e voz de terceiros licenciados.
Melhor para	Marca pessoal, especialista, fundador que já é o rosto da empresa.	Testar ângulos rápido, marcas sem rosto, produtos e e-commerce.
O que você grava	De 2 a 3 minutos de vídeo falando, mais uma amostra de voz, uma única vez.	Nada.
Cuidado	A qualidade da gravação define a qualidade de todos os vídeos.	O mesmo avatar aparece em anúncios de outras empresas.

Checklist da gravação base (avatar clonado)

- ☐ Luz de frente, suave, sem sombra forte no rosto. Janela na sua frente vale mais que luminária em cima.
- ☐ Câmera na altura dos olhos, enquadramento do peito para cima, fundo simples.
- ☐ Celular recente na horizontal ou vertical, conforme o formato que mais vai usar.
- ☐ Microfone de lapela ou ambiente silencioso. Áudio ruim estraga o clone de voz.
- ☐ Fale como fala com cliente, com pausas naturais. Mãos visíveis e paradas na maior parte do tempo.
- ☐ Mesma roupa e cabelo que você usaria num anúncio. É assim que o avatar vai ficar.

Uso de imagem e transparência

Só clone o rosto e a voz de quem autorizou por escrito, inclusive sócios e funcionários. Algumas plataformas pedem que conteúdo gerado ou alterado com IA seja sinalizado: siga a regra de cada uma. Avatar bem usado comunica a sua oferta; não deve fingir depoimento de cliente que não existe.

Ação do capítulo

- ☐ Decida: clonado, de banco ou os dois. Se for clonado, agende 30 minutos para a gravação base seguindo o checklist.

03

As ferramentas, comparadas.

Você não precisa de dez assinaturas. Precisa de uma ferramenta por função, testada em português.

Uma ferramenta por função.

A fábrica tem cinco funções. Para cada uma existem várias ferramentas boas; os nomes abaixo são exemplos conhecidos do mercado, não indicação de compra.

FUNÇÃO	EXEMPLOS	O QUE AVALIAR
Avatar em vídeo	HeyGen, Synthesia, Captions, Higgsfield	Sincronia labial em português, naturalidade das mãos e do olhar, formatos 9:16 e 1:1, limite de minutos por mês.
Voz	ElevenLabs e as vozes nativas das próprias ferramentas de avatar	Sotaque brasileiro, entonação de venda, pronúncia de termos do seu nicho, clone de voz.
Roteiro	Claude, ChatGPT, Gemini	Capacidade de seguir a sua matriz de ângulos e manter o seu tom. Qualquer um serve com um bom modelo de pedido.
Edição e legenda	CapCut, Captions, editor da própria ferramenta de avatar	Legenda automática em português, cortes rápidos, inserção de tela, música e marca.
Imagem e B-roll	Geradores de imagem e vídeo com IA, banco de imagens	Cenas de apoio para quebrar o vídeo falado e variar o começo do anúncio.

Como as ferramentas cobram

Quase todas cobram assinatura mensal com um limite de minutos ou créditos. Para 20 criativos de 30 segundos por semana você precisa de cerca de **40 minutos de vídeo por mês**, mais folga para refazer. Compare os planos por esse número, não pelo preço de entrada.

Regra de bolso

Comece com **uma** ferramenta de avatar e o editor que você já usa. Só acrescente outra quando o gargalo for claramente dela.

0 teste de uma tarde para escolher.

Antes de assinar plano anual, use o período grátis ou o plano mensal de duas ferramentas de avatar e rode exatamente o mesmo teste nas duas.

1. **Mesmo roteiro.** Escreva um roteiro de 30 segundos com um termo difícil do seu nicho e um número.
2. **Mesmo avatar.** Use o seu clone ou o avatar de banco mais parecido nas duas.
3. **Mesmo formato.** Gere em 9:16 com legenda.
4. **Teste cego.** Mostre os dois vídeos para três pessoas da equipe sem dizer qual é qual e pergunte qual parece mais natural.
5. **Teste real.** Suba os dois como anúncio com a mesma verba pequena por três dias e compare a taxa de gancho (capítulo 5).

Pontuação

CRITÉRIO	PESO	FERRAMENTA A	FERRAMENTA B
Sincronia labial e naturalidade em português	3		
Voz e pronúncia	3		
Tempo do roteiro até o vídeo pronto	2		
Minutos por mês no plano que cabe no bolso	2		
Edição, legenda e formatos	1		
Total (nota de 1 a 5 vezes o peso)			

Ação do capítulo

- ☐ Escolha duas ferramentas de avatar, rode o teste de uma tarde e fique com a que fizer mais pontos.

04

A fábrica de 20 criativos por semana.

Vinte criativos não saem de vinte ideias geniais. Saem de uma matriz simples, preenchida toda segunda-feira.

A matriz 5 ângulos x 4 ganchos.

Ângulo é o motivo pelo qual alguém compraria. Gancho é a frase dos primeiros 3 segundos. Cruzando cinco ângulos com quatro ganchos você tem 20 criativos diferentes sobre a mesma oferta, cada um falando com uma parte do público.

Ângulo \ Gancho	Pergunta	Afirmação forte	Erro comum	Resultado
Dor	"Você também...?"	"Isso está te custando cliente."	"O erro que trava..."	"Saí de X para Y quando..."
Desejo	"E se você pudesse...?"	"Dá para ter X sem Y."	"Quem quer X costuma errar em..."	"Como chegamos em X."
Objeção	"Acha que é caro?"	"Não precisa de X para começar."	"O mito de que..."	"Mesmo sem X, conseguimos Y."
Prova	"Sabe o que aconteceu com...?"	"Esse cliente fez X."	"Ele quase desistiu porque..."	"Antes e depois de..."
Mecanismo	"Por que X funciona?"	"O segredo está em X."	"Todo mundo faz X, o certo é Y."	"O passo que mudou tudo."

Como preencher em 30 minutos

1. Liste 5 dores, 5 desejos, 5 objeções e 5 provas reais da sua oferta. Use o que os clientes falam no WhatsApp e nas calls.
2. Escolha um item de cada ângulo para a semana.
3. Para cada célula, escreva só o gancho. O corpo do roteiro vem do modelo da próxima página.

Prova sempre real

O ângulo de prova só funciona com caso verdadeiro: número do cliente, print, depoimento autorizado. Avatar falando de resultado inventado queima a conta e a marca.

Três modelos prontos para o avatar falar.

Avatar fala melhor frase curta. Escreva como se fosse uma mensagem de áudio para um cliente, não como texto de site.

Modelo de 15 segundos **teste de gancho**

1. **Gancho (0 a 3 s):** a frase da matriz.
2. **Virada (3 a 10 s):** uma frase que explica por que isso importa.
3. **Chamada (10 a 15 s):** o que fazer agora. "Clica no botão e..."

Modelo de 30 segundos **o cavalo de batalha**

1. **Gancho (0 a 3 s).**
2. **Problema (3 a 10 s):** a situação do cliente em uma cena concreta.
3. **Solução (10 a 20 s):** o que você oferece e o mecanismo em uma frase.
4. **Prova (20 a 25 s):** um caso, um número ou um print.
5. **Chamada (25 a 30 s).**

Modelo de 45 segundos **para público morno**

1. **Gancho (0 a 3 s).**
2. **História (3 a 18 s):** antes, a virada, depois.
3. **O que mudou (18 a 30 s):** o passo a passo em três itens.
4. **Objeção (30 a 38 s):** "Você deve estar pensando que..."
5. **Chamada (38 a 45 s).**

Pedido pronto para a IA de roteiro

"Você é redator de anúncios para [negócio]. Público: [quem]. Oferta: [o quê]. Escreva um roteiro de [15/30/45] segundos para um avatar falar, em português do Brasil, frases curtas, tom de conversa. Ângulo: [ângulo]. Gancho: [frase da matriz]. Prova real disponível: [caso]. **Não invente números nem depoimentos.**"

A semana da fábrica, **dia a dia.**

O segredo da constância é ter o mesmo dia para a mesma tarefa. Uma pessoa, poucas horas por semana.

Segunda

Ler os números da semana anterior e preencher a matriz com 20 ganchos.

Terça

Escrever os 20 roteiros com o pedido pronto e revisar em voz alta.

Quarta

Gerar os vídeos no avatar, em lote.

Quinta

Editar: legenda, cortes, tela de apoio, música e marca.

Sexta

Subir no gerenciador e marcar cada anúncio com ângulo e gancho no nome.

Nome do anúncio que conta a história

Padronize o nome de todo criativo. É ele que vai dizer, daqui a um mês, qual ângulo e qual gancho vendem mais.

SEMANA-41 · DOR · PERGUNTA · AVATAR-CLONE · 30S · V1

Onde as fábricas quebram

- **Revisão infinita.** Defina antes quem aprova e em quanto tempo. Criativo parado na aprovação é criativo que não testou.
- **Tudo igual.** Vinte vídeos com o mesmo começo são um vídeo só para o algoritmo. Varie os 3 primeiros segundos.
- **Sem prova.** Ângulo de prova sem caso real vira ângulo de promessa. Guarde prints e números de clientes numa pasta.
- **Sem leitura.** Subir sem olhar o resultado na segunda seguinte é produzir no escuro.

05

Como achar o campeão.

A fábrica produz volume. A leitura semanal transforma volume em resultado.

Quatro números, **nesta ordem.**

MÉTRICA	COMO CALCULAR	O QUE ELA DIZ
Taxa de gancho	Visualizações de 3 segundos dividido por impressões	Se o começo do vídeo para o dedo. Baixa: troque os 3 primeiros segundos.
Retenção	Visualizações completas (ou de 15 s) dividido por visualizações de 3 s	Se o meio do vídeo segura. Baixa: roteiro longo ou sem virada.
CTR	Cliques no link dividido por impressões	Se a chamada convence. Baixo com boa retenção: a oferta ou o botão não estão claros.
Custo por resultado	Valor gasto dividido por leads ou vendas	A métrica que decide. As outras três explicam por que ela está alta ou baixa.

Regras de corte da segunda-feira

1. Defina o custo por resultado que você aceita pagar (o seu custo-alvo).
2. Criativo que gastou **duas vezes o custo-alvo sem nenhum resultado** sai.
3. Criativo com custo por resultado abaixo do alvo é campeão: ganha mais verba e **quatro variações** do gancho na semana seguinte.
4. Criativo no meio do caminho fica mais uma semana, se a taxa de gancho estiver boa.

Leia por ângulo, não só por anúncio

Some os resultados pelo nome padronizado. Se o ângulo de objeção vende mais que o de dor em três semanas seguidas, a matriz da próxima semana ganha mais objeção. É assim que a fábrica aprende.

Valores de referência de taxa de gancho e CTR variam muito por nicho, formato e público. Compare cada criativo com a média da sua própria conta, não com números de outras empresas.

Autoavaliação: onde você está.

Marque 1 ponto para cada "sim". O total mostra por qual capítulo recomeçar.

01	Subi pelo menos 8 criativos novos no último mês.	SIM · NÃO
02	Sei qual é o meu anúncio campeão hoje e por quê.	SIM · NÃO
03	Tenho um avatar (clonado ou de banco) pronto para usar.	SIM · NÃO
04	Testei a ferramenta de avatar em português antes de assinar.	SIM · NÃO
05	Tenho a lista de dores, desejos, objeções e provas da minha oferta.	SIM · NÃO
06	Uso um modelo de roteiro em vez de escrever do zero toda vez.	SIM · NÃO
07	Tenho dia fixo na semana para produzir criativos.	SIM · NÃO
08	Meus anúncios seguem um padrão de nome com ângulo e gancho.	SIM · NÃO
09	Olho taxa de gancho e retenção, não só custo por lead.	SIM · NÃO
10	Tenho uma regra escrita para pausar e escalar criativos.	SIM · NÃO

0 A 3 PONTOS

Comece pelo 01 e 02

O primeiro passo é ter o avatar e a primeira leva de 5 criativos no ar.

4 A 7 PONTOS

Vá direto ao 04

Você já produz; falta método para chegar em volume com variedade.

8 A 10 PONTOS

Foque no 05

A fábrica existe. O ganho agora está na leitura e no corte semanal.

Os próximos 30 dias.

SEMANA	META	O QUE FAZER
Semana 1	Avatar pronto e 5 criativos no ar	Decidir clonado ou de banco, fazer a gravação base, rodar o teste de uma tarde entre duas ferramentas, gerar 5 vídeos de 15 segundos com ganchos diferentes.
Semana 2	Primeira matriz completa: 10 criativos	Montar a lista de dores, desejos, objeções e provas. Preencher meia matriz, usar os modelos de 30 segundos, padronizar os nomes.
Semana 3	Rotina da fábrica: 15 a 20 criativos	Seguir a semana de segunda a sexta. Primeira leitura com as regras de corte. Criar 4 variações do melhor gancho.
Semana 4	Primeiro campeão escalado	Leitura por ângulo. Aumentar verba do campeão, reforçar o ângulo vencedor na matriz, decidir se entra o modelo de 45 segundos para público morno.

Checklist final

- | | |
|---|---|
| ☐ Avatar escolhido e testado em português | ☐ Dia fixo para cada etapa da fábrica |
| ☐ Uma ferramenta por função, sem assinatura sobrando | ☐ Padrão de nome em todos os anúncios |
| ☐ Lista de ângulos com provas reais | ☐ Regra de corte escrita e lida toda segunda |



PRÓXIMO PASSO

Prefere que a fábrica rode sem você?

Tudo o que está neste playbook dá para fazer sozinho. Se você prefere que um time cuide do avatar, dos roteiros, da edição e da entrega semanal dos criativos, a Dubline faz isso.

Numa conversa de 30 minutos você vê uma amostra de um avatar falando sobre o seu negócio e sai com a pauta dos seus primeiros 20 criativos. Responda o e-mail em que recebeu este material para agendar.