

ACADEMIA DO CHOQUE · F2A

O PODER DOS KPIS

Handout da Aula · Tropa do Choque

F2A · R\$ 197 A VISTA (OU 12X R\$ 20,38)

VERSAO 1.1 · ABRIL 2026

1. A IDEIA CENTRAL DA AULA

A diferença entre um funil que fatura **R\$3.546/mês** e um funil que fatura **R\$21.054/mês** não é o tamanho do tráfego. É o trabalho em **4 números**.

Esses 4 números são os KPIs (Key Performance Indicators) do seu funil de venda direta. Quem controla os 4 controla o resultado. Quem ignora, entrega dinheiro para a plataforma de anúncios todo mês.

***Regra #1 da Tropa:** a questão nunca foi competência. Sempre foi estrutura. E estrutura sem KPI é caminhar no escuro.*

2. O FUNIL DO F2A (CAMINHADA DIGITAL)

IMPRESSÕES → CLIQUES → VIEW PAGE → CHECKOUT → VENDAS
(100%) (CTR) (View Rate) (CR) (CR Final)

ETAPA	O QUE MEDE	QUEM CONTROLA
Impressões	Quem vê seu anúncio	Orçamento, segmentação
Cliques	Quem acha interessante	Criativo + hook + copy do ad
View Page	Quem aguenta carregar a LP	Velocidade, pixel, mobile
Checkout	Quem decide comprar	Copy da LP, oferta, prova social
Vendas	Quem paga de fato	Método de pagamento, follow-up, objeção final

3. OS 4 KPIS QUE DECIDEM SEU FATURAMENTO

#	KPI	FÓRMULA	BENCHMARK F2A
1	CTR	cliques / impressões	≥ 2,5%
2	View Rate	view_page / cliques	≥ 95%
3	Checkout Rate	checkout / view_page	≥ 30%
4	Conversion Rate	vendas / checkout	≥ 15%

Métricas compostas (consequência dos 4 acima): - CPA = investido / vendas → Meta: < R\$ 66 (1/3 do ticket de R\$197) - ROAS = faturamento / investido → Meta: > 2,0 antes de plugar upsell - Payback → < 2 meses

4. O CASE @OPEDRO — NÚMEROS REAIS

Mesmas 100.000 impressões. Mesmo ticket R\$197. Sem aumentar 1 centavo de verba.

LINHA	CENÁRIO A (INÍCIO)	CENÁRIO B (OTIMIZADO)	DELTA
CTR	1,50%	2,50%	+67%
View Rate	80,00%	95,00%	+19%
Checkout Rate	15,00%	30,00%	+100%
Conversion Rate	10,00%	15,00%	+50%
# Cliques	1.500	2.500	+1.000
# Checkout	180	712,5	+296%
# Vendas	18	107	+494%
FATURAMENTO	R\$ 3.546	R\$ 21.054	+R\$17.508

SIMULAÇÕES ISOLADAS (DESCOBRINDO O GARGALO)

SIMULAÇÃO	AÇÃO	FATURAMENTO	GANHO
Só CTR ↑	Novo hook / criativo	R\$ 5.910	+R\$ 2.364 (+66%)
Só View ↑	LP mais rápida / pixel ok	R\$ 4.211	+R\$ 665 (+19%)
Só Checkout ↑	Copy da LP / oferta / prova	R\$ 7.092	+R\$ 3.546 (+100%) ← maior alavanca
Só Venda ↑	Recuperação de carrinho / pagamento	R\$ 5.319	+R\$ 1.773 (+50%)

Conclusão: no F2A, o KPI de maior alavanca histórica é **Checkout Rate** (copy da LP + oferta). Por isso, é sempre a primeira frente de ataque.

5. A MATEMÁTICA DA ESCADA DE VALOR

O mesmo tráfego que gera R\$21.054 no Low Ticket pode gerar **R\$54.506** se você tiver a escada ativada:

DECPAU	TICKET	% SOBE	CLIENTES	RECEITA
F2A · Low	R\$ 197	100%	107	R\$ 21.054
Workshop · Mid	R\$ 997	15%	16	R\$ 15.952
Destruindo Metas · High	R\$ 3.500	5%	5	R\$ 17.500
TOTAL				R\$ 54.506

Regra: não plugue upsell/bump enquanto não atingir ROI 2 no Low Ticket. Primeiro valide a oferta, depois multiplique a receita.

6. TESTE A/B - AS 4 REGRAS INEGOCIÁVEIS

1. **Isole 1 variável.** Mudar preço + copy + design ao mesmo tempo = teste inválido.
2. **Mesma fonte de tráfego** para todas as variantes.
3. **Massa crítica** antes de decidir (mín. 100 conversões por variante).
4. **Janela de 7 dias** mínimo (para neutralizar dia da semana).

O QUE TESTAR PRIMEIRO (ORDEM DE PRIORIDADE)

1. **Hook do anúncio** (impacto direto no CTR)
2. **Headline da LP** (impacto direto no Checkout Rate)
3. **Oferta / bônus / garantia** (impacto direto no Conversion Rate)
4. **Método de pagamento em destaque** (impacto na taxa final)

7. O MULTIPLICADOR COMPOSTO (FÓRMULA)

$$\text{Faturamento_novo} = \text{Faturamento_antigo} \times (\text{CTR_mult} \times \text{View_mult} \times \text{Checkout_mult} \times \text{Venda_mult})$$

No case @opedro:

CTR	× 1,67
View	× 1,19
Checkout	× 2,00
Venda	× 1,50
<hr/>	
=	× 5,96

Não existe "um ajuste genial". Existem **pequenas otimizações em cadeia**, todas rodando em paralelo.

8. CLAUDE CODE COMO ALAVANCA - DE 45 DIAS PARA 72 HORAS

CICLO ANTIGO

Diagnóstico (3d) → Pesquisa (7d) → Produção (10d) → Teste A/B (25d) → Decisão
Total: 45 dias

CICLO NOVO (CLAUDE CODE)

Diag IA (1h) → Pesquisa agente (3h) → Produção em lote (8h) → Teste A/B (3d) → Decisão
Total: 72 horas

Significa: o funil inteiro otimizado em **12 dias** em vez de 1 ano.

9. MISSÃO DA SEMANA 1

DIA	AÇÃO	ENTREGÁVEL
D1	Abrir planilha e preencher 4 KPIs da última campanha	Número base documentado
D2	Identificar o gargalo #1 (maior delta vs benchmark)	KPI-alvo da semana definido
D3	Rodar o prompt Claude Code correspondente (Demo 1-4)	3-10 variantes geradas
D4-5	Subir teste A/B isolado (1 variável)	Variante B no ar
D6-7	Analisar resultado	Decisão de vencedor + próximo alvo

10. CHECKLIST DO CHOQUE (ANTES DE DORMIR HOJE)

- Baixei a planilha e os materiais da aula
- Puxei os 4 KPIs da minha última campanha F2A
- Defini o gargalo-alvo da semana (apenas 1, maior alavanca)
- Escolhi qual prompt do Claude Code rodar primeiro
- Postei no grupo da Tropa meu gargalo-alvo (compromisso público)
- Bloqueei 2 horas na agenda para rodar o ciclo inteiro

11. GLOSSÁRIO RÁPIDO

TERMO	SIGNIFICADO
KPI	Key Performance Indicator · número que dirige decisão
CTR	Click-through rate · cliques ÷ impressões
CPA	Custo por aquisição · investido ÷ vendas
ROAS	Return on ad spend · faturamento ÷ investido
LTV	Lifetime value · quanto 1 cliente gera ao longo do tempo
Gargalo	O KPI com maior delta negativo vs benchmark
Alavanca	Quanto um KPI movimenta o faturamento total
Gap de extração	Dinheiro que estava na mesa e não entrou na conta
Escada de valor	Sequência de produtos que aumenta LTV
ROI 2	Dobro do valor investido · gate para plugar upsell

12. RECURSOS COMPLEMENTARES

- `slides.html` — apresentação completa com simulador
- `playbook_claude_code.md` — 10 prompts validados para cada KPI
- `planiilha_kpi_f2a.html` — simulador interativo de KPI (abre no navegador)
- `matriz_testes_ab.md` — template de estruturação de teste A/B

Lembrete final: Competência sem estrutura morre invisível. Estrutura sem KPI caminha no escuro. KPI sem otimização é só decoração. A partir de hoje, você não é mais executor. Você é engenheiro de aquisição previsível. **Choque.**