

ACADEMIA DO CHOQUE · F2A

# PLAYBOOK CLAUDE CODE

10 Prompts · Ciclo de 72h por KPI

---

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

VERSAO 1.1 · ABRIL 2026

## COMO USAR ESTE PLAYBOOK

1. Identifique qual KPI é seu gargalo (veja handout).
2. Vá até a seção correspondente.
3. Copie o prompt, substitua as variáveis entre `[COLCHETES]`.
4. Cole no Claude Code (ou Claude.ai, ChatGPT, Gemini — o prompt funciona em qualquer LLM de qualidade).
5. Itere: refine a saída pedindo ajustes específicos.

**Regra de ouro:** nunca aceite a primeira saída. Sempre peça 3 variantes. Sempre peça crítica da própria IA sobre o que ela entregou.

## PROMPT 1.1 - HOOK MASTER F2A

Você é o Hook Master do F2A. Contexto:

- Produto: Academia do Choque (R\$197, acesso anual)
- Avatar: gestor de tráfego ou dono de agência que fatura R\$5-30k/mês
- Dor central: depende de indicação, não tem previsibilidade
- Desejo central: receber pedidos de reunião no WhatsApp sem correr atrás
- Palavra proprietária: PREVISIBILIDADE
- Inimigo comum: roda de hamster da indicação

Gere 10 HOOKS de 3 segundos para reels/anúncios.

Distribua em 5 tipos (2 de cada):

1. Contrarian (quebra crença popular do mercado)
2. Dor latente (nomeia o que ninguém fala)
3. Paradoxo (contradiz senso comum)
4. Revelação (a verdade que ninguém te contou)
5. Ameaça (custo de não agir)

REGRAS:

- Linguagem simples. Nada de jargão de marketing.
- Sem travessões. Sem clichê de guru.
- Cite profissão liberal quando fizer sentido (advogado, nutri, médico).
- Primeira linha precisa parar o polegar em <1 segundo.
- NÃO use: "Você já..." | "Imagina se..." | "3 motivos..."

Saída: tabela com colunas [#, Tipo, Hook, Por que funciona (1 linha)].

Ao final, escolha os 3 MELHORES e justifique em 2 frases cada.

## PROMPT 1.2 · COPY DE ANÚNCIO COMPLETO

Com base nos 3 melhores hooks gerados acima, escreva 3 COPIES completas de anúncio para Facebook/Instagram Reels no estilo Pedro Zampieri.

Estrutura por anúncio:

- Hook (0-3s)
- Ponte (3-6s · conecta o hook à dor real)
- Pílula de verdade (6-15s · insight que nenhum concorrente fala)
- Proof point (15-22s · dado ou caso concreto)
- CTA (22-30s · "Comenta F2A" ou "Manda QUERO no direct")

REGRAS:

- Máximo 30 segundos de roteiro por peça (~80 palavras).
- Tom direto, humano, sem marketês.
- Nunca usar travessão.
- Sempre fechar com 1 CTA só, curto.

Saída: cada anúncio em bloco separado, numerado.

## PROMPT 1.3 · BRIEF DE CRIATIVO

Para cada um dos 3 anúncios acima, gere o BRIEF visual para o editor:

- Formato: 9:16 (reels), máx 30s
- Tipo de imagem/cena para cada 3 segundos (storyboard de 10 quadros)
- Texto na tela (palavras-chave de cada bloco)
- Estilo: clean, aspiracional, cor primária verde #22c55e
- Sugestão de B-roll ou stock que reforce a mensagem

Saída: tabela por anúncio com colunas [Tempo, Cena visual, Texto na tela, B-roll].

## PROMPT 2.1 - DIAGNÓSTICO DE LP

Analise a LP em anexo [colar URL ou texto da LP].

Diagnóstico em 5 pontos:

1. Tempo de carregamento percebido (aponte se há blocos pesados)
2. Pixels de rastreamento (identifique se Meta Pixel + GTM + CAPI estão presentes)
3. Responsividade mobile (o que pode travar em iPhone/Android)
4. UX de primeira dobra (o que o usuário vê antes de rolar)
5. Fontes e imagens externas (quantas requisições externas a página faz)

Saída:

- Lista numerada dos 5 pontos
- Severidade de cada (alta, média, baixa)
- Ação prática para corrigir (quem executa: dev, designer, gestor)
- Expectativa de impacto no View Rate se corrigido

## PROMPT 2.2 - HERO SECTION RESCUE

A primeira dobra da LP é o que define se o usuário continua rolando ou sai.

Com base na LP atual [colar primeira dobra], reescreva a HERO SECTION otimizada.

Elementos obrigatórios:

- Headline (max 10 palavras, promessa específica e mensurável)
- Subheadline (max 20 palavras, quebra a objeção principal)
- Social proof number (algum número que gere confiança imediata)
- CTA primário (texto + hierarquia visual)
- Imagem/vídeo sugerido

Regras:

- Headline tem que responder "o que eu ganho?" em 2 segundos
- Subheadline responde "por que confio?" em 4 segundos
- Zero adjetivo de marketing ("incrível", "exclusivo", "transformador")
- Sem travessão, sem clichê.

Saída: 3 variantes diferentes de hero, cada uma com hipótese de teste A/B.

## **PROMPT 3.1 · LP SURGERY (O PROMPT MAIS IMPORTANTE DO PLAYBOOK)**

Você é copy chief sênior com 10 anos de conversion rate optimization.  
Especialidade: infoprodutos low-ticket no Brasil, ticket de R\$97 a R\$497.

Analise a LP em [colar URL ou texto completo].

### **FASE 1 · DIAGNÓSTICO**

- Liste os 5 pontos da LP onde o leitor provavelmente abandona (heatmap estimado)
- Identifique as 3 principais objeções que a LP NÃO está respondendo hoje
- Aponte onde a prova social está fraca, ausente ou mal posicionada
- Identifique o CTA: está único e claro? Ou tem competição de botões?

### **FASE 2 · REESCRITA**

Reescreva a LP aplicando:

1. Dominante emocional (previsibilidade vs. roda de hamster)
2. Stack de valor EXPLÍCITO antes do preço (o que está incluso, com valor atribuído)
3. Garantia invertendo risco (no topo do bloco de preço, não no final)
4. CTA único (mesmo texto, repetido em múltiplos blocos)
5. Micro-compromissos (cada seção tem um mini-CTA de rolagem)
6. Prova social em 3 formatos (números, print de cliente, vídeo-depoimento)

### **REGRAS:**

- Sem travessão.
- Zero emoji.
- Nada de "descubra", "garanta já", "oferta limitada".
- Frases curtas (média de 15 palavras).
- Parágrafos de no máximo 3 linhas.

### **FASE 3 · HIPÓTESES DE TESTE**

Devolva 3 hipóteses de teste A/B isoladas (mudar só 1 variável cada).

Cada hipótese deve ter:

- Variável isolada
- Hipótese (se eu mudar X, então Y acontece porque Z)
- Como medir (qual KPI move)
- Massa crítica necessária (n mínimo de conversões)

### **SAÍDA FINAL:**

- Diagnóstico em bullets
- LP v2 em markdown completo
- Tabela "Antes x Depois" dos 5 pontos mais críticos
- 3 hipóteses de teste estruturadas

## PROMPT 3.2 · STACK DE VALOR EXPLÍCITO

Monte o STACK DE VALOR do F2A no formato "preço pago vs valor real".

Produto: Academia do Choque R\$197 à vista (ou 12x R\$20,38).

Entregáveis (6):

1. Trilha F2A completa (implementação em 19 dias)
2. Mapeamento F.R.E.D. (ICP + templates)
3. Construção de oferta e mecanismo único
4. Templates de copy validados (ads, páginas, WhatsApp)
5. Comunidade Academia do Choque (Tropa)
6. Atualizações mensais + lives semanais

Bônus (5):

1. Encontros semanais ao vivo com Pedro
2. Funis prontos para clonar
3. Treinamento de vendas e negociação
4. Biblioteca de prompts validados (15+)
5. Swipe file de anúncios

Tarefas:

- Para cada item, escreva 1 frase de benefício (não feature)
- Atribua um valor ancorado (R\$) realista que um concorrente cobraria separado
- Calcule o valor total
- Escreva 2 linhas finais comparando o preço (R\$197) ao valor total

REGRAS:

- Sem exagero (valor ancorado precisa ser crível)
- Benefício em linguagem direta ("o que isso resolve pra mim")
- Sem travessões, sem emoji

Saída: tabela [Item, Benefício em 1 linha, Valor ancorado] + valor total + comparação final.

## PROMPT 4.1 - RECUPERAÇÃO DE CARRINHO PREMIUM

Crie uma sequência de 5 mensagens de recuperação de carrinho F2A.

Contexto:

- Canal: WhatsApp (principal) + E-mail (secundário)
- Lead chegou no checkout mas não concluiu
- Produto: Academia do Choque R\$197 à vista (ou 12x R\$20,38)
- Garantia: 30 dias incondicional

Timing:

- MSG 1: 15 minutos após abandono (assistência genuína, sem vender)
- MSG 2: 2 horas (prova social real do grupo da Tropa)
- MSG 3: 24 horas (quebra da objeção #1: "falta de tempo")
- MSG 4: 48 horas (quebra da objeção #2: "preço / já investi em outros cursos")
- MSG 5: 72 horas (janela final + convite pra live da semana)

REGRAS:

- Cada mensagem  $\leq$  600 caracteres (WhatsApp-friendly)
- Tom humano, pessoal, como se fosse Pedro escrevendo
- Sem emoji, sem marketês
- Nunca usar travessão
- 1 CTA único por mensagem
- Integrar vocabulário proprietário quando natural: "Tropa", "F2A", "CHOQUE", "previsibilidade"

SAÍDA:

Tabela pronta pra colar no CRM com colunas:

[#, Timing, Canal, Assunto (e-mail), Corpo da mensagem, CTA].

## PROMPT 4.2 · FAQ ANTI-OBJEÇÃO

Crie uma seção de FAQ para adicionar na LP do F2A.

Identifique as 10 objeções mais comuns para o produto (R\$197, público gestor de tráfego).

Para cada, escreva:

- Pergunta formulada na voz do prospect (como se ele mesmo estivesse pensando)
- Resposta curta (2-3 frases máximo)
- Pivô final que reforça a compra

Objeções obrigatórias:

1. "Já tentei outros cursos e não funcionou"
2. "Não tenho tempo para assistir / implementar"
3. "R\$197 não vai resolver meu problema"
4. "Já sei como rodar tráfego, para que mais um curso?"
5. "E se eu não conseguir aplicar?"
6. "Funciona para quem não tem seguidores?"
7. "Preciso investir quanto em ads?"
8. "Quanto tempo leva pra ver resultado?"
9. "Funciona fora do nicho de agência?"
10. "E se eu travar no meio da implementação?"

REGRAS:

- Respostas curtas, diretas, sem defensividade
- Quebrar objeção sem desmerecer quem perguntou
- Sem travessão, sem emoji
- Tom Pedro Zampieri (direto, com skin in the game)

Saída: 10 pares pergunta-resposta em markdown.

## PROMPT 5.1 · KPI SCANNER SEMANAL

Você é o analista sênior de performance do F2A.

Input: planilha `kpi\_semana.csv` com colunas:

[data, impressoes, cliques, view\_page, checkout, vendas, investimento]

Produza um RELATÓRIO SEMANAL com:

### 1. CÁLCULOS DIÁRIOS

- CTR diário (%)
- View Rate diário (%)
- Checkout Rate diário (%)
- Conversion Rate diário (%)
- CPA diário
- ROAS diário

### 2. BENCHMARKS F2A

- Compare cada KPI com o benchmark (CTR  $\geq$  2,5% · View  $\geq$  95% · Check  $\geq$  30% · CR  $\geq$  15%)
- Flag verde/amarelo/vermelho por KPI

### 3. GARGALO DA SEMANA

- Identifique o KPI com MAIOR delta negativo vs benchmark
- Esse é o alvo da próxima semana

### 4. PLANO DE ATAQUE (7 dias)

- 3 ações específicas para subir o gargalo
- Cada ação com: entregável, prazo, dono

### 5. PROJEÇÃO

- Se o gargalo subir para o benchmark, quanto de faturamento extra em 30 dias?
- Cálculo transparente, passo a passo

FORMATO DE SAÍDA:

[ SUMARIO ] Sumário executivo (3 frases)

[ ALVO ] Gargalo da semana (com número do delta)

[ ACAO ] Plano de ataque (3 ações)

[ RECEITA ] Projeção (valor em R\$ + memória de cálculo)

Fale direto, sem rodeios. Estilo Pedro Zampieri.

## PROMPT 5.2 · ANÁLISE COMPARATIVA DE ANÚNCIOS

Você é analista de criativos do F2A.

Input: CSV de performance dos últimos 30 dias com colunas:

[nome\_criativo, hook\_tipo, impressoes, cliques, view\_3s, view\_15s, cliques\_link, custo]

Produza:

### 1. RANKING DE CRIATIVOS

- Top 5 por CTR
- Top 5 por retenção (view\_15s / impressoes)
- Top 5 por CPA (se houver tracking)

### 2. PADRÕES VENCEDORES

- Qual tipo de hook (contrarian, dor, paradoxo, revelação, ameaça) está performando mais?
- Algum padrão de duração (15s, 30s, 60s)?
- Algum padrão de primeira imagem/cena?

### 3. PADRÕES PERDEDORES

- O que NÃO está funcionando?
- Há sinais de saturação (CTR caindo ao longo dos dias)?

### 4. PLANO DE PRÓXIMA RODADA

- 3 criativos para fazer MAIS (modelo vencedor + variantes)
- 3 tipos de hook para TESTAR na semana

### 5. AVISO DE CREATIVE FATIGUE

- Algum criativo mostrando queda de CTR > 20% nos últimos 7 dias?
- Se sim, sugestão de substituto

SAÍDA: relatório executivo em markdown, pronto para reunião de 30 minutos com a equipe.

## DICAS PARA NÃO ACEITAR IA MEDÍOCRE

1. **Sempre peça 3 variantes.** Nunca aceite a primeira.
2. **Peça crítica da própria IA.** "O que está fraco nessa resposta?" → ela mesma aponta.
3. **Use o contexto específico sempre.** Copy genérica não converte; copy com a linguagem do seu avatar converte.
4. **Refine em micro-iterações.** "Reescreva o bloco 3 com tom mais direto, cortando 20% das palavras."
5. **Teste na LP real.** IA é alavanca, não é oráculo. O mercado decide.

## CHECKLIST DE USO (PARA CADA CICLO)

- Defini o KPI-alvo da semana (1 só)
- Escolhi o prompt correspondente do playbook
- Substituí as variáveis entre [COLCHETES]
- Rodei o prompt e gerei 3+ variantes
- Escolhi 2 variantes para teste A/B
- Isolei a variável (só muda 1 coisa)
- Subi no ar e configurei massa crítica mínima (100+ conversões)
- Aguardei 7 dias sem mexer
- Decidi vencedor e documentei aprendizado
- Próxima semana: novo gargalo, novo prompt

*"IA não substitui estrategista. IA acelera estrategista. Quem usa IA sem entender de KPI produz lixo mais rápido. Quem entende de KPI e usa IA — esse corta 10 anos de curva." — Pedro Zampieri*