

BRIEFING DE PRODUÇÃO

O que o time de design *precisa produzir*.

Pedido de material derivado do plano de mídia da Aurelo. Cada peça aqui existe porque uma campanha do plano precisa dela, e a quantidade acompanha a verba de cada etapa do funil. Quem produz não precisa ler o plano inteiro para começar.

PEÇAS DISTINTAS	ARQUIVOS FINAIS
9	18
VEICULAÇÃO	VERBA DO PLANO
90 dias	R\$ 180 mil

01 Onde cada peça entra

A distribuição de peças acompanha a distribuição de verba. Topo concentra volume de impressão e precisa de material que funcione com público frio; fundo tem menos verba e menos peças, porque fala com quem já conhece a marca.

TOPO · DESCOBERTA	MEIO · CONSIDERAÇÃO
3 peças · 6 arquivos	3 peças · 7 arquivos
R\$ 72.000 · 40% da verba	R\$ 68.400 · 38% da verba
FUNDO · CONVERSÃO	
3 peças · 5 arquivos	
R\$ 39.600 · 22% da verba	

CÓDIGO	ETAPA	FORMATO	ONDE RODA	ARQUIVOS	BRIEFING
P01	TOPO	Vídeo vertical 9:16 · 15s	Meta · Vídeo Views e App Install frio	3	ver briefing

CÓDIGO	ETAPA	FORMATO	ONDE RODA	ARQUIVOS	BRIEFING
P02	TOPO	Estático 4:5 e 1:1	Meta · Alcance e PageViews	2	ver briefing
P03	TOPO	Conjunto Google App Campaign	Google · App Campaign	1	ver briefing
P04	MEIO	Carrossel 4:5 · 5 cards	Meta · Engajamento e PageViews	2	ver briefing
P05	MEIO	Vídeo vertical 9:16 · 20s	Meta · App Install semelhantes	2	ver briefing
P06	MEIO	Estático 4:5 · Stories 9:16	Meta · Engajamento	3	ver briefing
P07	FUNDO	Vídeo vertical 9:16 · 20s	Meta · App Install retargeting	2	ver briefing
P08	FUNDO	Estático 4:5 e 1:1	Meta · retargeting	2	ver briefing
P09	FUNDO	Conjunto Display responsivo	Google · Display retargeting	1	ver briefing

P10 · Texto para Search. Search de marca e Search não-marca não têm peça gráfica. Entram como copy no anexo: 15 títulos de 30 caracteres e 4 descrições de 90 por grupo de anúncios, produzidos pela mídia e revisados pelo cliente.

02 Briefing peça a peça

Cada bloco traz o que a peça precisa resolver, para quem ela fala, a copy aprovada e o critério que decide se ela entra no ar.

P01

TOPO · DESCOBERTA

FORMATO Vídeo vertical 9:16 · 15s VARIAÇÕES 3

ONDE RODA Meta · Vídeo Views e App Install frio · Reels e Stories

OBJETIVO

Fazer alguém que nunca investiu parar o scroll e entender, sem som, que existe uma alternativa à poupança que começa com pouco dinheiro.

PÚBLICO

Frio, amplo. Interesses em finanças pessoais, primeiro emprego, organização financeira. Nunca ouviu falar da marca.

MENSAGEM-CHAVE

Seu dinheiro parado rende quase nada. Existe um caminho simples e barato de sair disso hoje.

COPY

TÍTULO	Seu dinheiro parado rende quase nada.
APOIO	Comece com R\$ 25 numa carteira montada para o seu objetivo.
CTA	Baixar o app

O QUE PRECISA APARECER

- Nos 3 primeiros segundos, o contraste entre o saldo parado e o saldo rendendo
- Uma pessoa real segurando o celular, sem cenário de escritório corporativo
- O valor de entrada em texto grande, porque é ele que quebra a objeção

Critério de aprovação. Passa se, no mudo e em 3 segundos, a pessoa entende do que se trata. Reprova se precisar de áudio ou de ler mais de sete palavras.

P02

TOPO · DESCOBERTA

FORMATO Estático 4:5 e 1:1 VARIAÇÕES 2

ONDE RODA Meta · Alcance e PageViews · Feed e Explorar

OBJETIVO

Sustentar alcance barato e levar tráfego ao site com uma peça que funciona parada, sem depender de retenção.

PÚBLICO

Frio, amplo. Mesma base do P01, em posicionamento de feed.

MENSAGEM-CHAVE

Investir começou a caber no seu orçamento.

COPY

TÍTULO	Investir cabe no seu orçamento.
APOIO	Carteiras a partir de R\$ 25, montadas pelo seu perfil.
CTA	Conhecer a Aurelo

O QUE PRECISA APARECER

- Um único número em destaque, sem competição visual
- Espaço negativo generoso: a peça precisa ler em miniatura
- Logo discreto, no canto, sem moldura

Critério de aprovação. Passa se o título for legível na miniatura do feed. Reprova se tiver mais de um elemento disputando o olho.

P03

TOPO · DESCOBERTA

FORMATO Conjunto Google App Campaign VARIAÇÕES 1

ONDE RODA Google · App Campaign · Play Store, YouTube, Display e Descoberta

OBJETIVO

Alimentar o algoritmo com variedade suficiente de recurso para ele montar as combinações. O conjunto inteiro conta como uma peça.

PÚBLICO

Definido pelo Google a partir do evento de conversão. Sem segmentação manual.

MENSAGEM-CHAVE

Mesma mensagem do topo, adaptada a cada proporção.

COPY

TÍTULO	Até 5 títulos de 30 caracteres
APOIO	Até 5 descrições de 90 caracteres
CTA	Instalar

O QUE PRECISA APARECER

- Vídeo nas três proporções: 16:9, 9:16 e 1:1, com no mínimo 10 segundos
- Imagens em 1.91:1, 1:1 e 4:5
- Logo quadrado e horizontal em fundo transparente

Critério de aprovação. Passa quando o conjunto cobre as três proporções de vídeo e as três de imagem. Recurso faltando limita a entrega, e o Google avisa isso no diagnóstico.

P04

MEIO · CONSIDERAÇÃO

FORMATO Carrossel 4:5 · 5 cards VARIAÇÕES 2

ONDE RODA Meta · Engajamento e PageViews · Feed

OBJETIVO

Explicar a mecânica de carteira por objetivo para quem já reagiu à marca e ainda não instalou.

PÚBLICO

Engajou com a marca nos últimos 30 dias, ou semelhante à base de instalação.

MENSAGEM-CHAVE

Escolha o objetivo. O resto é nosso.

COPY

TÍTULO	Escolha o objetivo. O resto é nosso.
APOIO	Reserva, viagem ou aposentadoria: cada meta tem uma carteira pronta.
CTA	Conhecer a Aurelo

O QUE PRECISA APARECER

- Card 1 abre com a pergunta, os cards 2 a 4 mostram um objetivo cada
- Card 5 fecha com o passo seguinte e o valor de entrada
- Mesma família visual do P02, para a pessoa reconhecer a marca

Critério de aprovação. Passa se cada card sobreviver sozinho fora da sequência. Reprova se o card 3 depender de ter lido o card 2.

P05

MEIO · CONSIDERAÇÃO

FORMATO Vídeo vertical 9:16 · 20s VARIAÇÕES 2

ONDE RODA Meta · App Install semelhantes · Reels e Stories

OBJETIVO

Mostrar o produto funcionando. Quem chega aqui já sabe o que é, e quer ver como é na prática.

PÚBLICO

Semelhantes à base de instalação e engajadores dos últimos 30 dias.

MENSAGEM-CHAVE

Da abertura de conta ao primeiro aporte, em minutos.

COPY

TÍTULO	Do Pix ao primeiro rendimento.
APOIO	Abra a conta pelo celular e escolha a carteira. Leva alguns minutos.
CTA	Abrir minha conta

O QUE PRECISA APARECER

- Captura de tela real do fluxo, com o dedo navegando
- Legenda queimada no vídeo, porque a maioria assiste sem som
- O tempo do fluxo aparece na tela, porque é a prova da promessa

Critério de aprovação. Passa se o fluxo mostrado for o fluxo real do app. Reprova se a interface exibida não existir no produto.

P06

MEIO · CONSIDERAÇÃO

FORMATO Estático 4:5 · Stories 9:16 VARIÇÕES 3

ONDE RODA Meta · Engajamento · Feed e Stories

OBJETIVO

Manter presença e alimentar público de engajamento com peça leve de produzir.

PÚBLICO

Base engajada. Rotação semanal.

MENSAGEM-CHAVE

Dúvidas comuns de quem está saindo da poupança, uma por peça.

COPY

TÍTULO	Uma dúvida por peça, em pergunta direta
APOIO	Resposta em até duas linhas, sem jargão de mercado.
CTA	Tirar minha dúvida

O QUE PRECISA APARECER

- Formato de pergunta e resposta, alto contraste
- Sem imagem de banco de imagens: tipografia e cor resolvem
- Três variações prontas para rodar em rodízio semanal

Critério de aprovação. Passa se um leigo entender a resposta na primeira leitura. Reprova com termo de mercado sem tradução.

P07

FUNDO · CONVERSÃO

FORMATO Vídeo vertical 9:16 · 20s VARIAÇÕES 2

ONDE RODA Meta · App Install retargeting · Reels e Stories

OBJETIVO

Converter quem instalou, abriu a conta e parou antes do primeiro aporte.

PÚBLICO

Instalou o app nos últimos 30 dias e ainda não aportou.

MENSAGEM-CHAVE

Dois anos parado. Veja a diferença.

COPY

TÍTULO	Dois anos parado. Veja a diferença.
APOIO	A comparação lado a lado entre deixar na conta e deixar rendendo.
CTA	Fazer meu primeiro aporte

O QUE PRECISA APARECER

- Comparação em tela dividida, com os dois valores crescendo em tempos diferentes
- Número grande, sem promessa de retorno garantido
- CTA na tela nos últimos 4 segundos, além do botão do anúncio

Critério de aprovação. Passa se a comparação for compreensível sem narração. Reprova qualquer promessa de rentabilidade, por política de plataforma e por risco regulatório.

P08

FUNDO · CONVERSÃO

FORMATO Estático 4:5 e 1:1 VARIAÇÕES 2 ONDE RODA Meta · retargeting · Feed

OBJETIVO

Fechar a conversão com incentivo direto, para quem já viu vídeo e não agiu.

PÚBLICO

Retargeting de 7 e 14 dias.

MENSAGEM-CHAVE

Falta o primeiro aporte.

COPY

TÍTULO	Falta só o primeiro aporte.
APOIO	A partir de R\$ 25, na carteira que você já escolheu.
CTA	Aportar agora

O QUE PRECISA APARECER

- Peça direta, uma frase e um botão
- Sem elemento decorativo competindo com o CTA
- Versão 1:1 obrigatória, porque o retargeting entrega muito em Explorar

Critério de aprovação. Passa se o CTA for a segunda coisa que o olho encontra, logo depois do título.

P09

FUNDO · CONVERSÃO

FORMATO Conjunto Display responsivo VARIAÇÕES 1

ONDE RODA Google · Display retargeting · Rede de Display

OBJETIVO

Recuperar quem visitou o site e não instalou, no menor custo por instalação da campanha.

PÚBLICO

Visitantes do site nos últimos 30 dias.

MENSAGEM-CHAVE

Retomada curta, com a marca em primeiro plano.

COPY

TÍTULO	Até 5 títulos de 30 caracteres e 1 título longo de 90
APOIO	Até 5 descrições de 90 caracteres
CTA	Instalar o app

O QUE PRECISA APARECER

- Imagem 1.91:1 e 1:1, ambas obrigatórias
- Logo em 1:1 e 4:1, fundo transparente
- A imagem precisa funcionar recortada: o Google corta em dezenas de tamanhos

Critério de aprovação. Passa se o texto principal estiver fora da imagem. Texto embutido some no recorte.

03 Especificações por posicionamento

Referência de produção. Especificação de plataforma muda com frequência, então confirme na documentação vigente da Meta e do Google antes de fechar o arquivo final.

POSICIONAMENTO	DIMENSÃO	PROPORÇÃO	DURAÇÃO	ARQUIVO	ATENÇÃO
Meta · Reels e Stories	1080 x 1920	9:16	até 15s no topo, até 20s no meio e fundo	MP4 ou MOV, H.264, até 4 GB	Área segura: 14% do topo e 20% da base livres de texto

POSICIONAMENTO	DIMENSÃO	PROPORÇÃO	DURAÇÃO	ARQUIVO	ATENÇÃO
Meta · Feed vertical	1080 x 1350	4:5	estático ou até 30s	JPG, PNG ou MP4	Texto na imagem ocupando o menor espaço possível
Meta · Feed quadrado	1080 x 1080	1:1	estático ou até 30s	JPG, PNG ou MP4	Obrigatório nas peças de retargeting
Google App · vídeo	1920x1080 · 1080x1920 · 1080x1080	16:9, 9:16 e 1:1	mínimo 10s	Enviado ao YouTube, público ou não listado	As três proporções, sempre
Google App · imagem	1200x628 · 1200x1200 · 1200x1500	1.91:1, 1:1 e 4:5	estático	JPG ou PNG, até 5 MB	Até 20 imagens por campanha
Google Display · imagem	1200x628 e 1200x1200	1.91:1 e 1:1	estático	JPG ou PNG, até 5 MB	Sem texto embutido: o recorte é automático
Google Display · logo	1200x1200 e 1200x300	1:1 e 4:1	estático	PNG com fundo transparente	As duas proporções são obrigatórias

04 Nomenclatura e entrega

Nome de arquivo é o que permite cruzar o relatório de mídia com a peça que gerou o resultado. Sem padrão, a análise de criativo para de existir.

01

Padrão de nome

02

Uma pasta por peça

Todas as proporções da mesma peça juntas, com o arquivo aberto do lado do exportado.

aurelo_P01_topo_meta_reels-15s_v1 —
código da peça, etapa, canal, formato e
versão.

03

Versão nova, número novo

Ajuste vira v2. Sobrescrever arquivo quebra o histórico de performance.

04

Exportação final

Vídeo em MP4 H.264 e imagem em JPG de alta qualidade, sem marca d'água de ferramenta.

05 Referências de concorrentes

Antes de desenhar, vale ver o que a categoria já está rodando. Os links abrem a Biblioteca de Anúncios da Meta com a busca pronta, mostrando o que está ativo agora no Brasil.

Apps de investimento no Brasil

Renda fixa e primeira aplicação

Sair da poupança

Carteira e objetivo financeiro

O painel completo já existe. O benchmark competitivo deste caso mapeia seis anunciantes reais da categoria, com contagem de anúncios ativos e link ao vivo para cada um. [Abrir o benchmark](#) antes de desenhar: ele mostra o que a categoria já está gritando, e os dois territórios que ninguém ocupa.

06 O que reprova uma peça

Critérios que valem para todas, além do critério específico de cada bloco.

01

Promessa de retorno

Nenhuma peça promete rentabilidade, ganho garantido ou comparação com resultado futuro.

02

Texto ilegível em miniatura

Se o título some no feed reduzido, a peça não vai ao ar.

03

Dependência de som

Vídeo sem legenda queimada reprova: a maioria assiste no mudo.

04

Interface que não existe

Tela de app mostrada precisa ser a real, sem recurso inventado.

