

Meta

GAIA

Video Amplifier

powered by CR.IA

Uma solução para escalar diversidade criativa
e maximizar seus resultados de negócio.

O Leilão da Meta: O Criativo é Seu Maior Alavancador

O criativo influencia dois componentes fundamentais do Leilão da Meta.

$$\begin{array}{ccccc} \text{RESULTADO} & & & & \text{RELEVÂNCIA} & & & & \text{QUALIDADE} \\ \text{Valor Total} & = & \text{INVESTIMENTO} & \times & \text{Taxa de Ação Estimada} & + & \text{Valor para o Usuário} \\ \text{Lance do Anunciante} & & & & & & \end{array}$$



Taxa de Ação Estimada

Qual a probabilidade de que a impressão exibida a essa pessoa leve ao resultado desejado? O criativo define essa probabilidade.



Valor para o Usuário

Quão interessante essa pessoa vai achar este anúncio? É um anúncio de alta qualidade? O criativo é o fator determinante.

O criativo impacta massivamente a performance no leilão.

Na verdade...



56%

de todos os resultados do leilão podem ser atribuídos
ao criativo

**Então, onde um anunciante deve focar
para melhorar a performance criativa?**

CONCEITO

O que é Creative Diversification?

É a estratégia de variar formatos, mensagens e direções visuais para maximizar a entrega e a relevância em todo o inventário disponível da Meta. Quanto mais diversificado o enxoval criativo, mais o algoritmo aprende quem responde ao quê — e entrega para as pessoas certas, no momento certo.

PARA O ALGORITMO

MAIS VARIAÇÕES = MAIS

SINAIS = ENTREGA MAIS

EFICIENTE

PARA O NEGÓCIO

MAIS RELEVÂNCIA = MENOR

CUSTO POR RESULTADO

PARA A MARCA

MAIS ALCANCE = NOVAS

AUDIÊNCIAS DESCOBERTAS

O criativo é o novo targeting

Ao diversificar seu criativo, você facilita para o algoritmo conectar as pessoas certas aos anúncios mais relevantes.

Fonte: Dados internos da Meta. Teste de backend comparando performance de criativos idênticos vs diversos em 2703 conjuntos de anúncios (Abril 2021). Similaridade visual definida por mapeamento ML.

A Diversificação Criativa gera:



Usando diferentes formatos de anúncio e criativos

O CRIATIVO COMO TARGETING

Gere demanda além da intenção existente

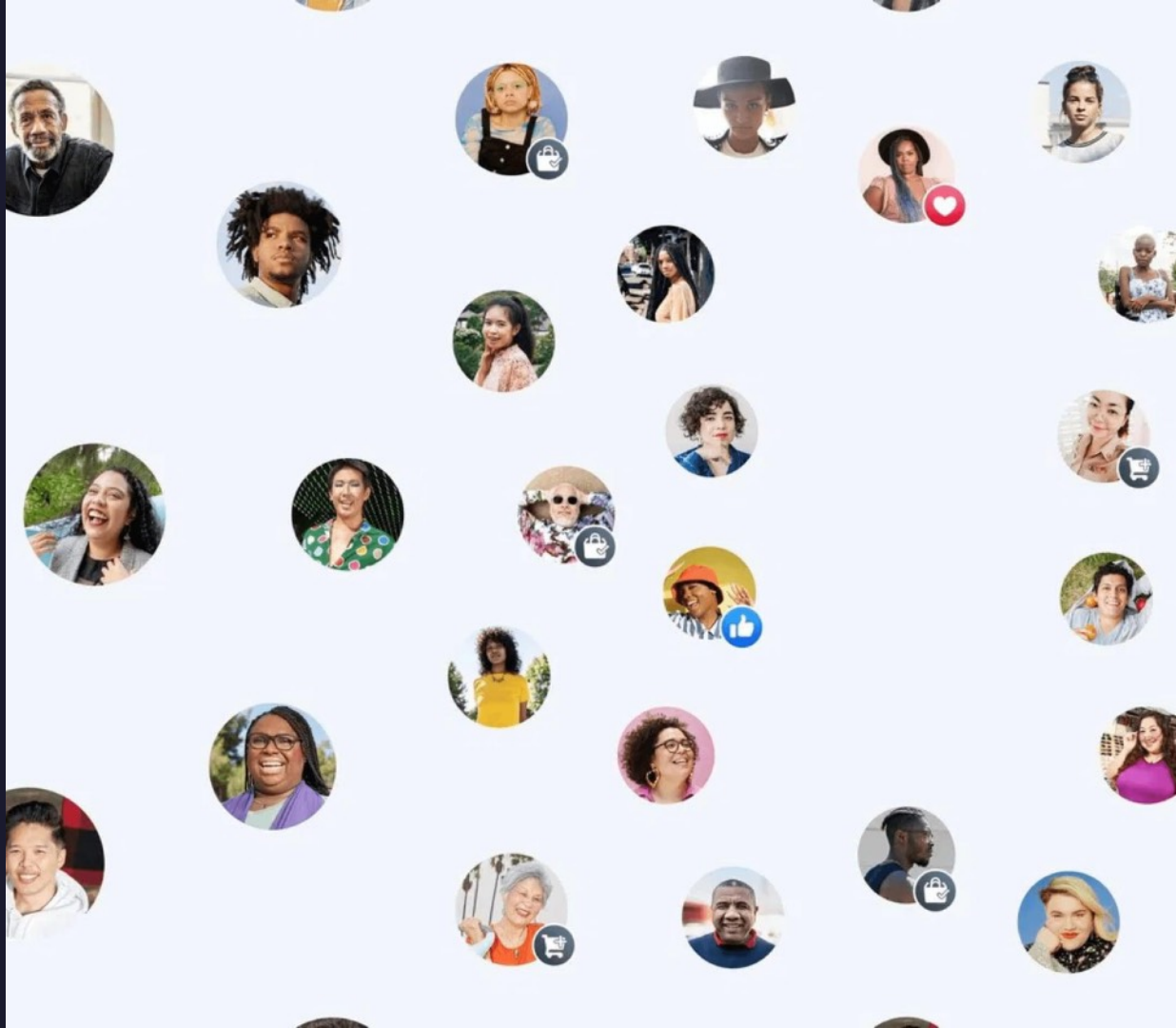
O criativo é o sinal mais poderoso que você envia ao algoritmo. Ele define quem vai ver o seu anúncio.

ANTES

Alcançar pessoas que já querem comprar de você

AGORA

Alcançar consumidores novos ou existentes que querem o que você oferece



Três componentes principais para alcançar a diversificação criativa

1

Diversificando a Direção Visual

2

Diversificando a Mensagem

3

Diversificando Formatos e Placements

O espectro da diversificação criativa

Quanto mais você avança no espectro, maior o alcance e a eficiência da campanha.

Baixa diversificação

Diversificação moderada

Alta diversificação

NÍVEL 1

Mesmo visual, mesma mensagem

Variações mínimas: apenas mudança de cor ou texto. O algoritmo aprende pouco e a entrega fica restrita.

NÍVEL 2

Visual diferente, mesma mensagem

Diferentes estilos visuais com o mesmo conceito.
Mais sinal para o algoritmo, maior alcance.

NÍVEL 3

Visual e mensagem diferentes

Múltiplos conceitos criativos e motivadores distintos. Máxima eficiência e descoberta de novas audiências.

Visual

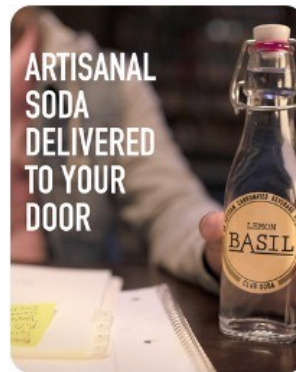
Quando se trata de chamar a atenção do público, uma experiência criativa diversificada pode oferecer variedade visual e múltiplas oportunidades de atração.

Considerations for building visually distinct and different creative assets

- Apresentar pessoas e fotos de produtos diversos
- Experimentar com conteúdo gerado pelo usuário (UGC) e criativos de baixa fidelidade (lo-fi), juntamente com recursos de marca sofisticados
- Utilizar cores vibrantes, gráficos de movimento e sobreposições de texto animado para diferenciar o criativo



KEY VISUAL:
PRESENÇA HUMANA



KEY VISUAL:
FOCO NO PRODUTO

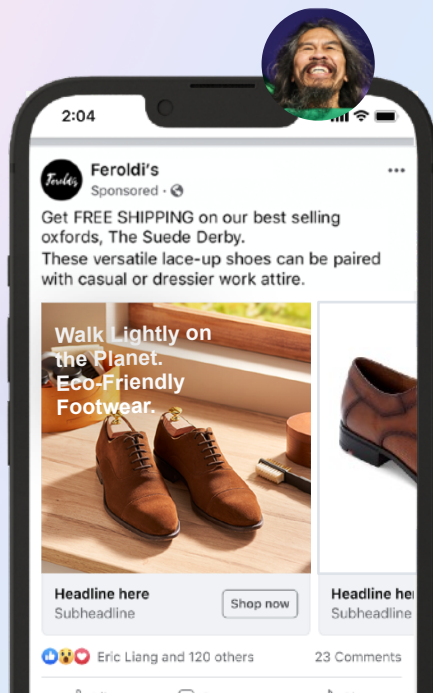


KEY VISUAL:
TRATAMENTO GRAFICO

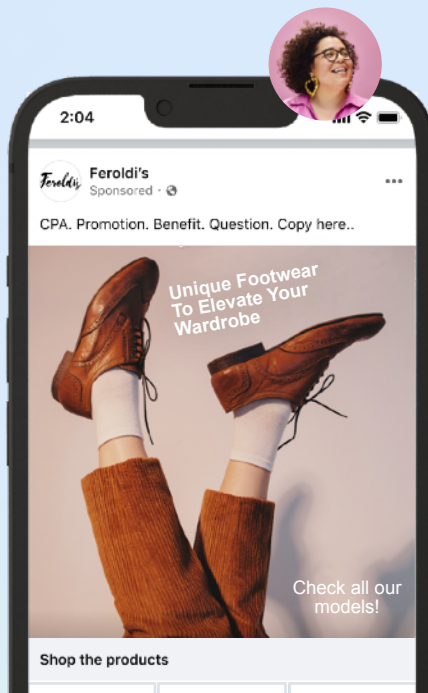
Mensagem

As pessoas são diversas no que as motiva a comprar um produto. Sua estratégia de mensagens deve destacar os diferentes motivadores que levam as pessoas a fazer uma compra da sua marca.

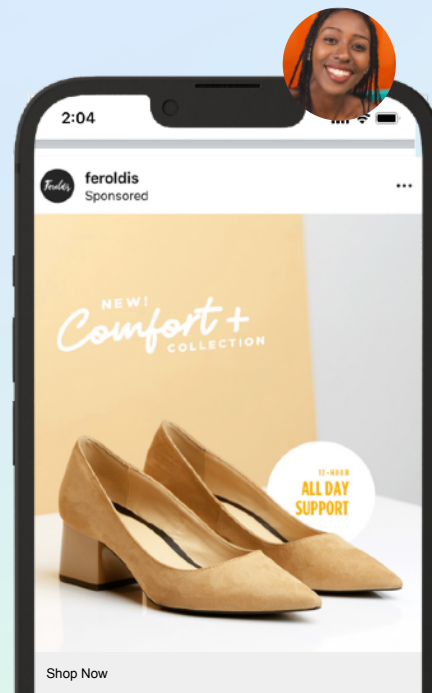
KEY MESSAGE:
SUSTAINABILITY



KEY MESSAGE:
UNIQUENESS



KEY MESSAGE:
COMFORT



Placements

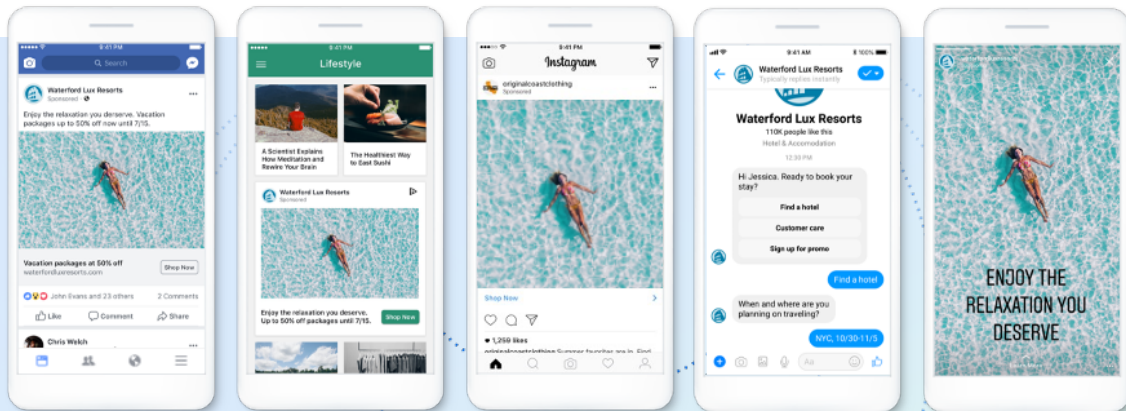
Aproveitar diversos formatos e posicionamentos para alcançar novos públicos e atingir a diversificação criativa.

Utilize a plataforma totalmente através de posicionamentos automáticos.

Testar novos formatos como Reels através de personalização de posicionamento.

74%

dos 3,6 bilhões de pessoas na Meta descobrem novas marcas através de nossas plataforma.



Sabemos que a diversificação funciona.

Mas por que é tão difícil escalar?

Entender o valor é fácil. Executar em escala traz barreiras reais.



Custo

Produzir centenas de variações criativas exige orçamentos que muitas vezes não são compatíveis com a realidade.



Tempo

Prazos curtos de campanha deixam pouco espaço para desenvolvimento estratégico e aprovações.

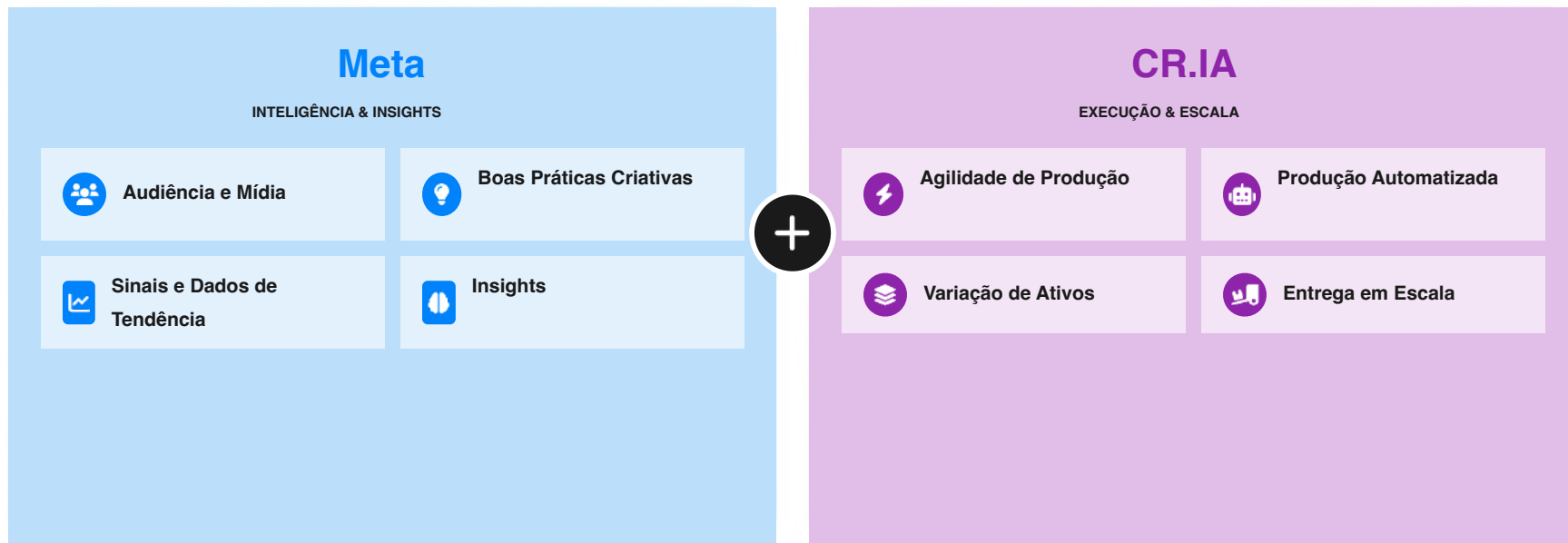


Insights

Sem dados claros, é difícil saber quais caminhos criativos realmente vão performar.

É para resolver isso que a Meta se uniu à GAIA para trazer a CR.IA.

Unimos expertises para resolver a equação de escala criativa



O resultado: Um enxoval completo, **otimizado para o algoritmo** e conectado com o consumidor.

APRESENTANDO A CR.IA BY GAIA

A plataforma construída para resolver a diversificação criativa em escala

[CR.IA](#) combina inteligência artificial, dados e criatividade para resolver desafios reais de marketing.



Criatividade

Produção criativa sistematizada e automatizada para manter a consistência da marca.



Inteligência

Aprendizado impulsionado por IA e refinamento contínuo baseado em dados.



Escala

Volume e agilidade na velocidade da máquina para atender à demanda do algoritmo.

Um único briefing gera uma estratégia criativa completa para a Meta

A CR.IA guia o anunciante por 5 decisões estratégicas para garantir que o output seja relevante.



Output: Briefing Estruturado pronto para produção



Objetivo

Qual a meta principal da campanha?



Público

Quem queremos alcançar?



Campanha Fevereiro 2026

Stories_Carrito_Separado

Configurações

Fontes (0)

Asset

+ Formato

+ Output

Renderizar

Baixar

Clique em "Formatar" para começar

Configurações da Campanha

Nome da Campanha

Campanha Fevereiro 2026

Paleta de Cores

Primária

Secundária

Destaque

Motivadores

Motivador

+

Pos Bloquinho

Carnaval de rua Acabou

Briefing da Campanha

O objetivo central desta campanha é impulsionar o fluxo para o drive-thru e aumentar as conversões via delivery durante os dias de folia. O conceito "O bloco passa, a fome fica" deve guiar a narrativa, posicionando a marca como a escolha ideal para o after ou para aquela pausa estratégica entre um bloco e outro. O texto deve ser descontraído, pop e direto, utilizando linguagem próxima do público e mensagens como "A fantasia pode ser qualquer uma, mas a fome é sempre real", finalizando sempre com um CTA claro para o app ou para o site oficial.

Na parte de direção de arte e estética, espera-se uma entrega vibrante e de alto impacto visual. O ritmo visual deve ser dinâmico, com transições fluidas e cortes sincronizados, otimizado para o consumo em formatos verticais curtos como Reels e Stories.

Cancelar

Próximo



Objetivo

Qual a meta principal da campanha?



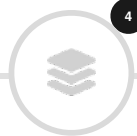
Público

Quem queremos alcançar?



Mensagens

Quais os Storytellings?



Campanha Fevereiro 2026

Configurações Fontes (0) Asset + Formato + Output Renderizar

Selecione o formato da campanha

Storytelling

Gerar com IA

Gancho	Argumento	CTA
O bloquinho passou, mas a fome acabou de começar.	Depois de horas de música, calor e caminhada, tudo que o corpo quer é uma pausa com um lanche da verdade.	Faça a parada oficial do pós-bloquinho e garanta seu lanche agora.
O carnaval de rua acabou... e agora?	Depois da folia, nada melhor do que fechar o dia com um lanche caprichado para recarregar as energias	Termine a folia do jeito certo: passe aqui e peça seu lanche.
+ Gancho	+ Argumento	+ CTA

← Voltar Salvar



Objetivo

Qual a meta principal da campanha?



Público

Quem queremos alcançar?



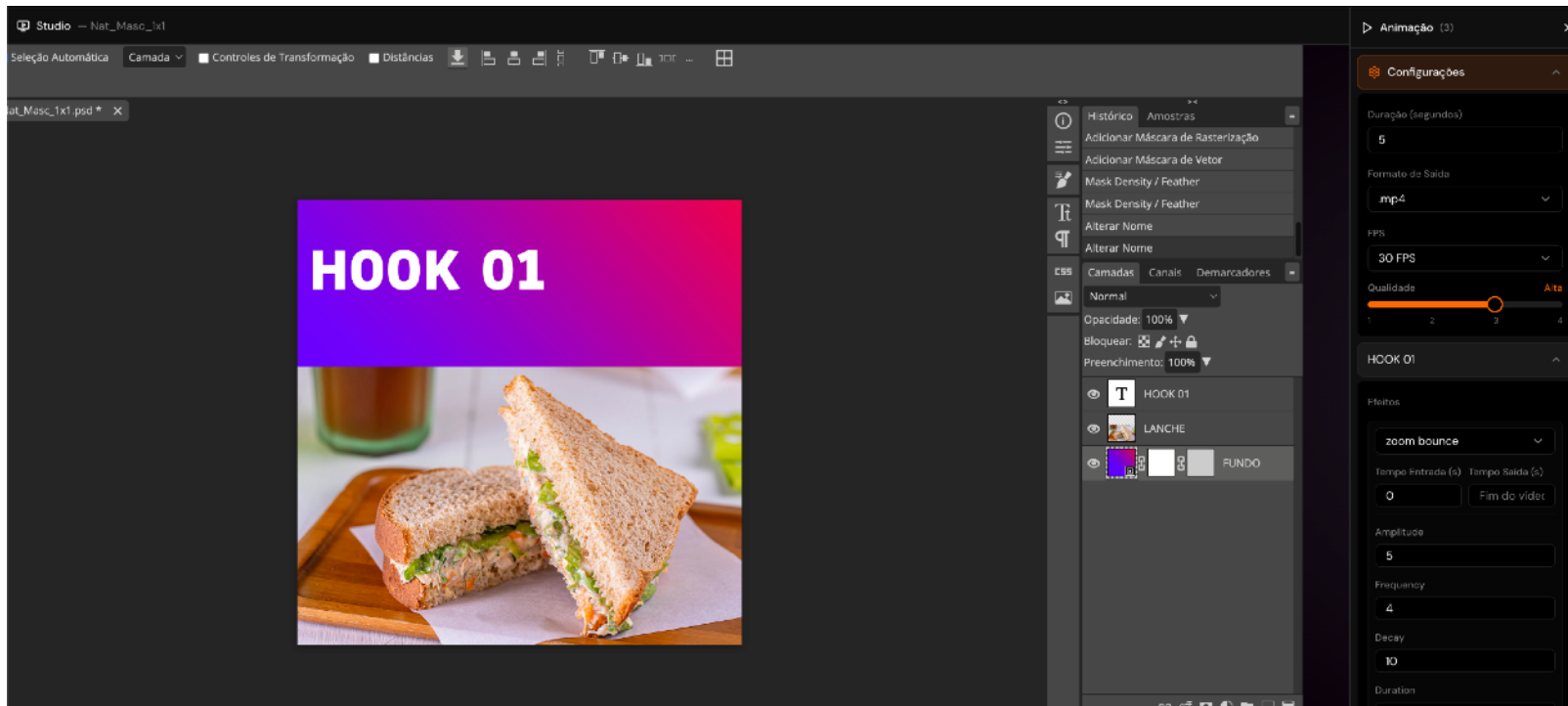
Mensagens

Quais os ganchos e motivadores?



Formatos

Quais placements vamos ativar?





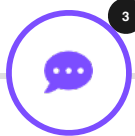
Objetivo

Qual a meta principal da campanha?



Público

Quem queremos alcançar?



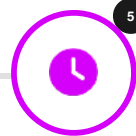
Mensagens

Quais os ganchos e formatos vamos usar?



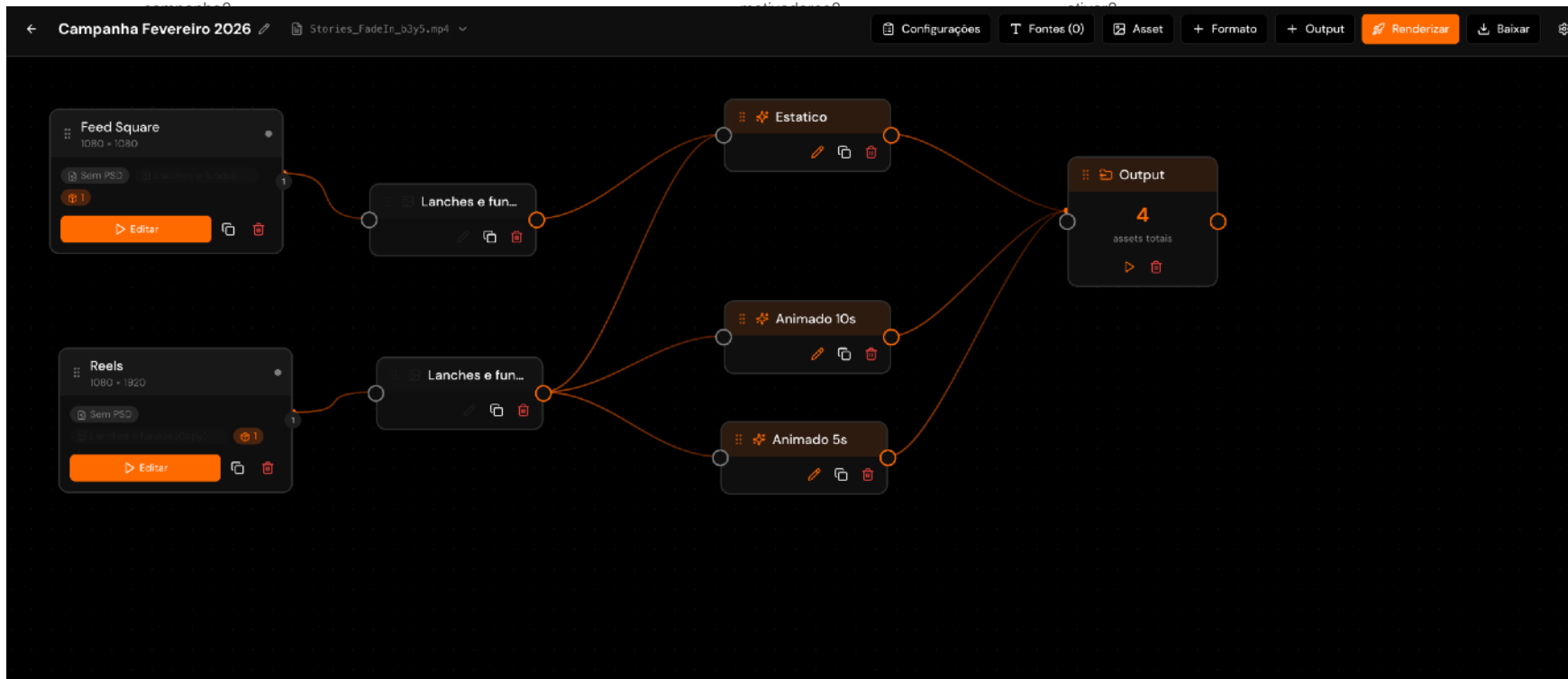
Formatos

Quais placements vamos usar?



Durações

Curto, médio ou longo?



O Framework: Creative Diversification at Scale

Uma metodologia conjunta Meta + GAIA para maximizar o potencial de cada história.

1



Uma história gera múltiplas edições

Não desperdice produção. Um único conceito narrativo deve ser desdobrado em diversos formatos e durações para cobrir todo o inventário.

2



Toda cena tem um gancho

A atenção é curta. Cada frame inicial deve ser projetado para capturar o interesse imediatamente, visualmente ou através de texto.

3



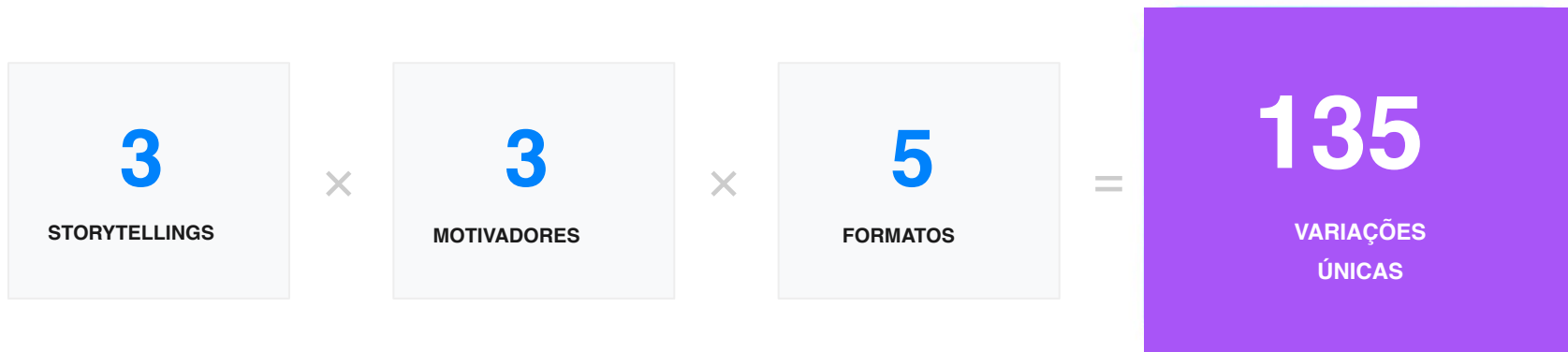
Cada gancho tem um propósito

Diferentes ganchos ativam diferentes motivações (curiosidade, benefício, medo de perder, novidade) para atingir diferentes audiências.

O poder da multiplicação criativa

Como a CR.IA transforma poucos inputs em um enxoval massivo.

Exemplo do poder de escalar exponencialmente sua criatividade:



Cobertura total de inventário e audiência com um único esforço de produção.

Como a CR.IA transforma poucos inputs em um enxoval massivo.

Como a CR.IA transforma poucos inputs em um enxoval massivo.

Exemplo do poder de escalar exponencialmente sua criatividade:

[illegible][illegible][illegible]

**PASSAR VONTADE? PASSA NO APP E
PEGA SUA OFERTA FAVORITA**




R\$ **58⁹⁰**

● 5.890 pontos

- 2 Big Mac
- + Mc Fritas Grande
- + 2 Refri Refil

*Oferta disponível apenas no aplicativo McDonald's e limitada por região. Para saber mais detalhes sobre esta oferta, visite o link: [https://www.mcdonalds.com.br/ofertas](#). A validade da oferta é de 30 dias a partir da publicação desta campanha. O valor total da compra deve ser igual ou superior a R\$ 58,90 para a oferta ser liberada. A oferta não pode ser combinada com outras promoções ou descontos. A oferta não se aplica a pedidos feitos em restaurantes que não tenham o aplicativo instalado. A oferta não se aplica a pedidos feitos em restaurantes que não tenham o aplicativo instalado. A oferta não se aplica a pedidos feitos em restaurantes que não tenham o aplicativo instalado.



O poder da multiplicação criativa

VO^N



PAU^S



TEM^C



OF^E



O poder da multiplicação criativa

PRECINHO E SABOR NA PALMA DA MÃO? BAIXE O APP E VEM PRO MÉQUI 

Compre **McOferta Clássica** e leve **Casquinha** por apenas **R\$ 2^{,50}**

R\$1 = 100 pontos



McOferta Clássica é composta por 1 Big Mac, 1 Coca-Cola (200ml) e 1 Casquinha de Chocolate. Disponível apenas no aplicativo McDonald's. Preço promocional de R\$ 2,50. Cada R\$1 no aplicativo equivale a 100 pontos. Os pontos são válidos por 12 meses. Não acumulam com outras promoções. Disponível apenas no Brasil. © 2023 McDonald's de Portugal, Lda. Todos os direitos reservados.

OL, SUMIDO DO MÉQUI VOLTA PRO APP 

Tasty Turbo 1 Carne + Refri Refil **R\$ 32^{,90}**

3.290 pontos



Tasty Turbo 1 Carne + Refri Refil é composto por 1 Tasty Turbo 1 Carne e 1 Refri Refil. Disponível apenas no aplicativo McDonald's. Preço promocional de R\$ 32,90. Cada R\$1 no aplicativo equivale a 100 pontos. Os pontos são válidos por 12 meses. Não acumulam com outras promoções. Disponível apenas no Brasil. © 2023 McDonald's de Portugal, Lda. Todos os direitos reservados.

SUMIU DO APP DO MÉQUI? VOLTA PRA PEDIR DE NOVO 

McFritas Grande **R\$ 12^{,90}**

1.290 pontos



McFritas Grande é composto por 1 porção de fritas grandes. Disponível apenas no aplicativo McDonald's. Preço promocional de R\$ 12,90. Cada R\$1 no aplicativo equivale a 100 pontos. Os pontos são válidos por 12 meses. Não acumulam com outras promoções. Disponível apenas no Brasil. © 2023 McDonald's de Portugal, Lda. Todos os direitos reservados.

VOCÊ JÁ É TIME MÉQUI RAIZ? SEQUE FARMANDO NO APP 

2 Big Mac + McFritas Grande + 2 Refri Refil **R\$ 58^{,90}**

5.890 pontos



2 Big Mac + McFritas Grande + 2 Refri Refil é composto por 2 Big Macs, 1 McFritas Grande e 2 Refri Refil. Disponível apenas no aplicativo McDonald's. Preço promocional de R\$ 58,90. Cada R\$1 no aplicativo equivale a 100 pontos. Os pontos são válidos por 12 meses. Não acumulam com outras promoções. Disponível apenas no Brasil. © 2023 McDonald's de Portugal, Lda. Todos os direitos reservados.

A CR.IA foi construída para produção em alto volume e consistência

Para garantir eficiência máxima, é importante alinhar o escopo de atuação da plataforma.



O que a CR.IA FAZ



Produção em Escala

Geração massiva de variações a partir de assets existentes.



Adaptação de Formatos

Redimensionamento inteligente para Feed, Stories e Reels (9:16, 1:1, 4:5).



Refinamento de Performance

Ajustes baseados em dados para melhorar CTR e conversão.



Motion Graphics

Animação de elementos estáticos para criar vídeos dinâmicos.



O que a CR.IA NÃO FAZ



Criação de "Big Idea"

Conceituação criativa do zero ou campanhas de branding complexas.



Captação Original

Filmagens, sessões de fotos ou produção de conteúdo físico.



Gestão de Comunidade

Respostas a comentários ou interação social.

Um fluxo de trabalho estruturado de 2 semanas

Da concepção à entrega final, nosso processo é desenhado para velocidade e qualidade.

SEMANA 1



Onboarding

Kick-off, alinhamento de objetivos e coleta de assets da marca.



Produção de Conteúdo

Criação de roteiros, seleção de cenas e edição inicial dos vídeos.

SEMANA 2



Produção de Masters

Refinamento, aplicação de efeitos e geração das variações em escala.

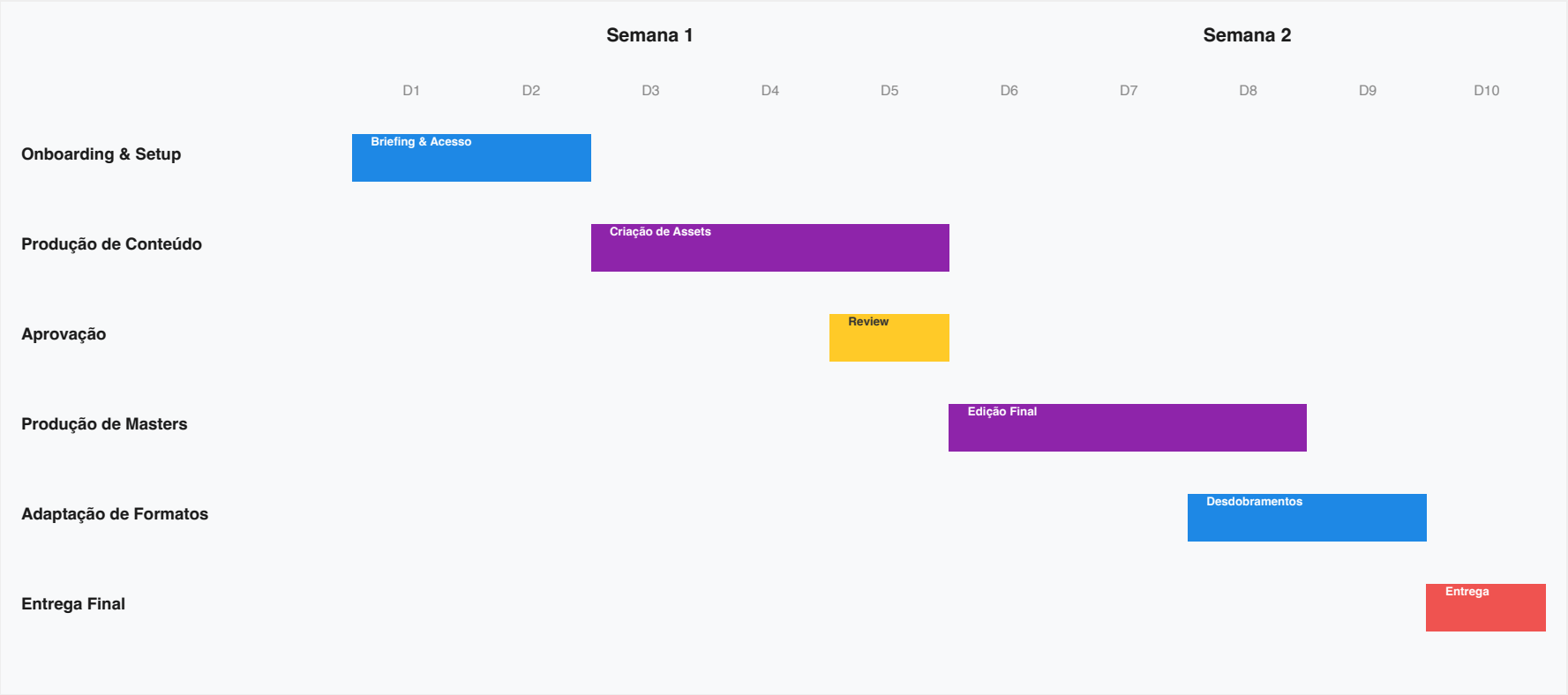


Entrega e Mensuração

Upload final, configuração de campanha e início da mensuração.

Etapas do Projeto

Cronograma detalhado de execução em 2 semanas.



Para começar, precisamos apenas dos essenciais da sua marca

Nosso processo de onboarding é leve e focado em coletar o que já existe.



Obrigatório



Brand Book / Guia de Estilo

REQ



Logo em Vetor (AI, EPS, SVG)

REQ



Arquivos de Fonte

REQ



Imagens de Produto (High-Res)

REQ



Opcional (Recomendado)



Vídeos de Campanhas Anteriores



Relatórios de Performance



Personas Detalhadas



Mockups de Produto 3D

Próximos Passos

1



Escolha seu pacote

Defina o volume de ativos ideal para o seu momento de campanha (S, M, L ou Enterprise).

2



Envie seus ativos

Compartilhe seu manual de marca, logo, fontes e banco de imagens/vídeos existentes.

3



Receba sua estratégia

Em 2 semanas, receba seu enxoval completo de criativos prontos para rodar.

Vamos começar?