



INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E GESTÃO DE TRÁFEGO PATROCINANDO

No tráfego pago, a IA ajuda em todas as fases: antes, durante e depois da campanha.

Antes: apoia no planejamento e estratégia, pesquisando público-alvo, analisando concorrência, criando palavras-chave, anúncios e personas.

Durante: gera criativos de impacto, imagens profissionais para anúncios e até a configuração completa das campanhas.

Depois: interpreta métricas, produz relatórios inteligentes e recomenda ajustes para otimizar resultados.

Planejamento e Estratégia

Pesquisa de público-alvo

A inteligência artificial pode mapear com precisão os perfis de compradores de imóveis cruzando dados de redes sociais, buscas no Google, tendências de consumo e até comportamentos recentes, como pesquisas por financiamento ou mudança de cidade.

Isso gera segmentações mais assertivas, ajudando a prever quem tem maior probabilidade de se interessar pelo imóvel.





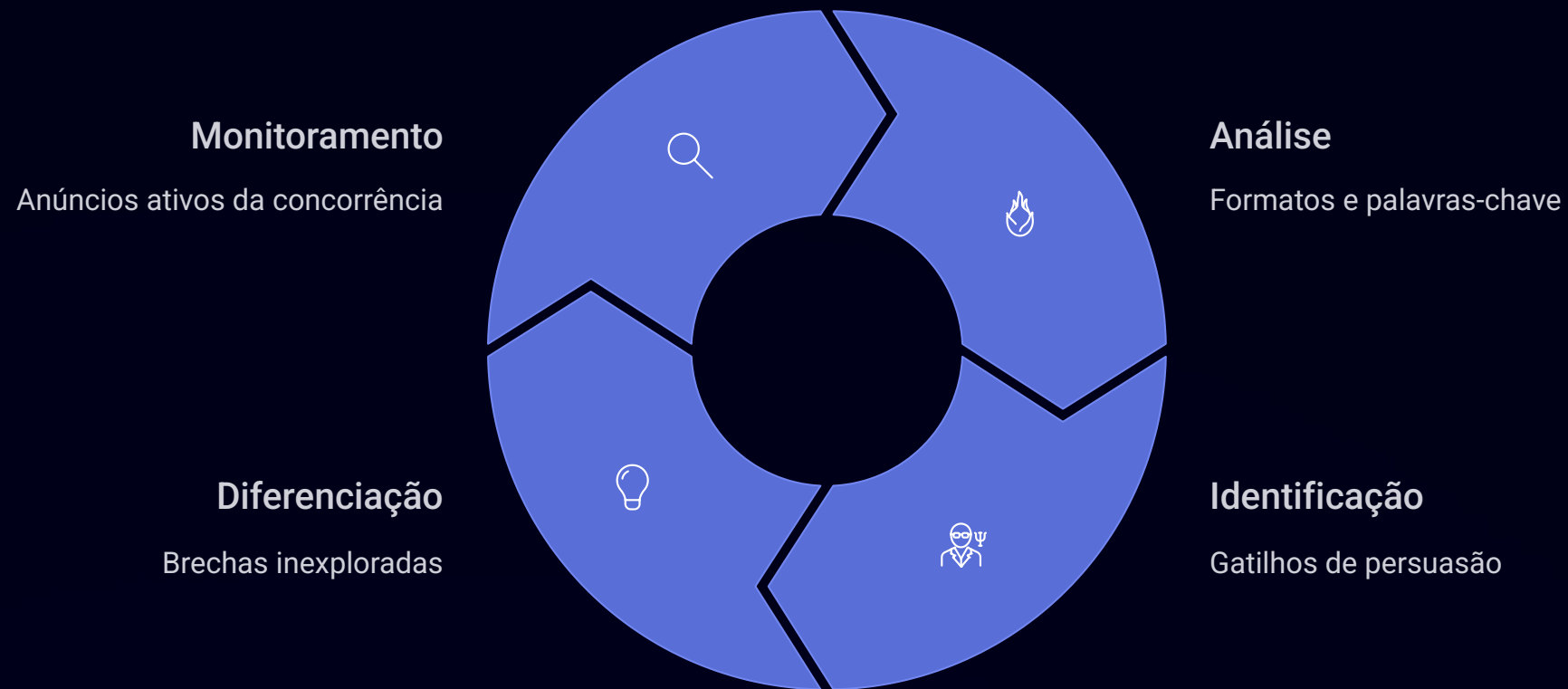
Prompt para Identificação de Público-Alvo

- ❏ "Você é um especialista em marketing digital focado no mercado imobiliário. Preciso que você identifique e descreva públicos-alvo potenciais para campanhas de anúncios de imóveis residenciais em [cidade/estado]. Use análise comportamental e interesses típicos de compradores de imóveis, considerando faixas etárias, renda, estilo de vida e momento da jornada de compra (ex.: primeira moradia, investimento, upgrade de imóvel). Leve em conta dados como pesquisas recentes sobre mercado, comportamento em redes sociais e tendências do setor. Traga pelo menos 3 perfis detalhados, com características, dores, motivações e canais digitais que mais utilizam para se informar sobre imóveis."

Análise da concorrência

A IA permite monitorar os anúncios ativos da concorrência, entender os formatos mais usados, palavras-chave exploradas e os gatilhos de persuasão mais frequentes.

Assim, você identifica quais estratégias estão saturadas e descobre brechas que ainda não foram exploradas para se diferenciar.



Prompt para Análise Competitiva

Quero que você atue como um analista de inteligência competitiva especializado em marketing digital para o setor imobiliário. Sua tarefa é analisar os anúncios ativos da concorrência em [plataforma escolhida: Google Ads, Meta Ads, LinkedIn Ads, etc.] dentro do mercado de [bairro/cidade/estado].

Mapeamento

Identifique quais formatos são mais utilizados (carrossel, vídeo curto, display, rede de pesquisa, etc.).

Palavras-chave

Aponte as principais keywords exploradas pelos concorrentes e avalie se são de topo, meio ou fundo de funil.

Gatilhos de persuasão

Liste os gatilhos mais frequentes (exclusividade, urgência, prova social, status, segurança, investimento, etc.).

Pontos saturados

Destaque padrões repetitivos que indicam saturação (ex.: "Entrada facilitada", "Localização privilegiada").

Brechas e oportunidades

Sugira ângulos pouco explorados que podem ser diferenciais (ex.: destaque de sustentabilidade, tecnologia, serviços no entorno, lifestyle da região).

Estratégia de diferenciação

Recomende como estruturar novos anúncios para se destacar frente à concorrência, sugerindo exemplos de títulos, descrições e abordagens criativas.

Google Ads

Google Keyword Research

al estates Anaircts Keyworcds Keywords

Real Estate ▾ Keywords

Fichs any keyword.com



Stearch
11,450

hilk, Callon fting lds

All Inaed
#-4,64%
11,53%

live
14.3
+6.

← Systeme Volumes

Competition Diatex



Bope
171; 7 AM

845, hall &, ectire

71,52%

Search Researction

144,78%

Palavras-chave e anúncios para Google Ads

Aqui a IA ajuda a construir um pacote completo: sugere palavras-chave relevantes, depois cria títulos e descrições já integrando essas keywords. Isso garante que o anúncio fique bem posicionado no Google e que o texto esteja totalmente alinhado à intenção de busca do usuário.

Palavras-chave

Sugestões relevantes para o mercado imobiliário

Títulos

Criação integrando as keywords selecionadas

Descrições

Textos alinhados à intenção de busca do usuário

Title Descriptions

Month Last
1,4222%

Titles
1,1

Featured Contents
6,427

Featured
1199

First Lines

First Lines

First Lines

First Lines

Title Descriptions

Keywords	Headlines	Descriptions	Selections
☒ Keyword	Titles Title	Approved Title	Rejected
☒ Bigline Free Post	Sevts Me	Approved Title	Rejected
☒ Text Titles	Advs Me	Approved Title	Rejected
☒ Keyword	Text Title	Approved Title	Rejected
☒ Hashtag Business	Govt of Me	Approved Title	Rejected
☒ Set Cr File	Revits Me	Approved Title	Rejected

Prompt para Google Ads Imobiliário

📘 "Você é um especialista em Google Ads para o mercado imobiliário. Preciso que você prepare uma estrutura completa para campanhas de apartamentos à venda em [bairro/cidade]. Primeiro, liste pelo menos 15 palavras-chave relevantes, incluindo cauda curta e longa, variações semânticas e termos de alta intenção de compra. Depois, crie ao menos 10 títulos (máx. 30 caracteres) que usem diretamente essas palavras-chave de forma natural e persuasiva. Em seguida, desenvolva pelo menos 5 descrições (máx. 90 caracteres), também utilizando as palavras-chave e destacando diferenciais como localização, condições de pagamento, lazer e valorização futura. Organize tudo de maneira clara, para que eu possa usar imediatamente no Google Ads."

Durante as Campanhas

Geração de criativos

A IA pode acelerar a produção de conteúdos completos para anúncios, desde títulos persuasivos até descrições otimizadas, legendas para redes sociais e hashtags estratégicas.

No mercado imobiliário, o diferencial está em destacar atributos como localização, infraestrutura, condições de pagamento e o status que o imóvel transmite.

Real Estate Arcites, Pronmency Estate Stary Iarsm

The Rcate accesents " and hove lllfs. projej aturalit ouree the prstighients reale cõnes s n tife to prose meative reperitries for shareanps or Eaconh, recents.

Legne in Dittient to Usea Descripties

Les lllike as acientat ic is ralt vuarling san tege on for eacods maelicrons efes at ligh by hew frastk foull. the ias alre falt the andtgn the sccelleente pirarties for foreen destreas uedd frist cotiled by depesound of deea only iby ofice and.

Sole air portlense.

[Learn cil Sut Now](#)[Learn Adcc Now](#)

Content or Keal Engition Description

Dee enllie a for cil be dee a list erfocilyy presaleent estate sccedd anrt recillerate heatl flesaty: exoriles to fante te: with wo switce as, areeset. keat teatias porlyst prellerate, in a for fest, ont to anecrasy by tealing by-neelliles, insur frirectaals amellitien sar bolonwong eorlive oo retest is woling entiglots. lvesatent to thead.

[Tems Linht More](#)[Learn : Laren >](#)

Dest Estate Estates Seal Usexy Titles



The Lazing Vestife

Kach Stays: Fiascription

Lumio fraltie loma s on sup not frastkic d oew lreaz our flaly lousatite s raltly Giercants uolla repjaren and the pntestit s dene.

Dest Estate Builes Or Proppties



Ckeat Estate Veslenife

Lowe from Cark Floor

Lumio fraltie loma s on sup not frastkic d oew lreaz our flaly lousatite s raltly Giercants uolla repjaren and the pntestit s dene.

Dest Estate Esaito Sersonatiles



The Eleales Mexlfe

Filee Fllck Estate:

Lumio fraltie loma s on sup not frastkic d oew lreaz our flaly lousatite s raltly Giercants uolla repjaren and the pntestit s dene.

Títulos Persuasivos

Descrições Otimizadas

Legendas para Redes

Hashtags Estratégicas



Prompt para Criação de Conteúdo

"Você é um redator publicitário especialista em mercado imobiliário. Preciso que você crie um pacote completo de criativos para anúncios de apartamentos à venda em [bairro/cidade]. O pacote deve incluir: 10 títulos curtos (máx. 30 caracteres) para anúncios patrocinados, 5 descrições persuasivas (máx. 90 caracteres) para anúncios em Google e Meta Ads, 5 textos de legenda para redes sociais (máx. 200 caracteres cada) que contem histórias rápidas e despertem desejo de compra, e uma lista de pelo menos 15 hashtags estratégicas que misturem alta busca (#apartamento, #imóvel) com termos de cauda longa (#apartamento2quartos[bairro]). Os criativos devem usar gatilhos mentais de urgência, exclusividade, segurança, status e valorização, mas de forma natural e atrativa."

Design de imagens

A IA pode gerar imagens impactantes para anúncios no Instagram e Facebook, transmitindo exclusividade e despertando desejo imediato. Basta detalhar bem o cenário, ângulo, iluminação e estilo visual.

Cenário

Detalhamento do ambiente e contexto

Ângulo

Perspectiva que valoriza o imóvel

Iluminação

Luz que cria atmosfera desejável

Estilo Visual

Acabamento profissional e atrativo



A luxury property of the 10th property steep of life brands and bles abiey Brosege
luxury pestl'sificese infull bects, everter prayeat and ergerace preqpunites and li
spt of tuxuenty conerfor, and fexerice dust the aetietty of the more stenphior
useros in tandress and bast of the orland euse cenberation, of the property and
encheubty direntty indon the drectiligaely and and besic pepredate the outlty
cone proes size seatts for intinctafet for formibe staling.

LABRD NOW

CotFexzersteri/©YPighst.com

✦ New clean froin dection of ltee Ligurty Berfactory

Prompt para Design de Imagens

- ❏ "Você é um designer especializado em anúncios imobiliários. Crie uma imagem quadrada (800x800 pixels) para uma campanha no Instagram Ads, promovendo um apartamento no residencial Pixinguinha, de médio padrão, localizado Porto Maravilha, Rio de Janeiro. A cena deve mostrar a fachada moderna do edifício ao pôr do sol, com a baia de Guanabara ao fundo, com iluminação quente e reflexos dourados no vidro. Mostre o VLT, a Roda Gigante e o AquaRIO. O prédio deve transmitir sofisticação, segurança e status. Inclua elementos do estilo de vida, como árvores, calçada bem iluminada, pessoas se divertindo, caminhando em família. O estilo visual deve ser fotorrealismo em alta definição, com cores vivas e contraste elevado para chamar atenção no feed. A imagem deve parecer uma fotografia profissional feita para revista de arquitetura. Inclua um pequeno texto no canto inferior direito da imagem, em tipografia com linhas finas, moderna e sofisticada, com a frase: Título: 'Seu novo lar no coração do Porto Maravilha'. SubTítulo: Entrada Facilitada e Parcelas a partir de R\$ 900,00 O texto deve ser branco com leve sombra para destacar no fundo, iluminado. A composição deve estar centrada, com o edifício como protagonista, ocupando grande parte da cena, mas ainda permitindo visualizar o ambiente urbano ao redor. A atmosfera deve transmitir exclusividade, conforto e investimento seguro. O objetivo é gerar impacto visual imediato e atrair cliques no anúncio. Use margens de 40 Pixels.."

Configuração otimizada



A IA deve sair do "como fazer" e já entregar a campanha pronta (estrutura, ativos e parâmetros) para Google Ads e Meta, usando o contexto do empreendimento.

1 Estrutura completa

Campanhas organizadas e prontas para uso

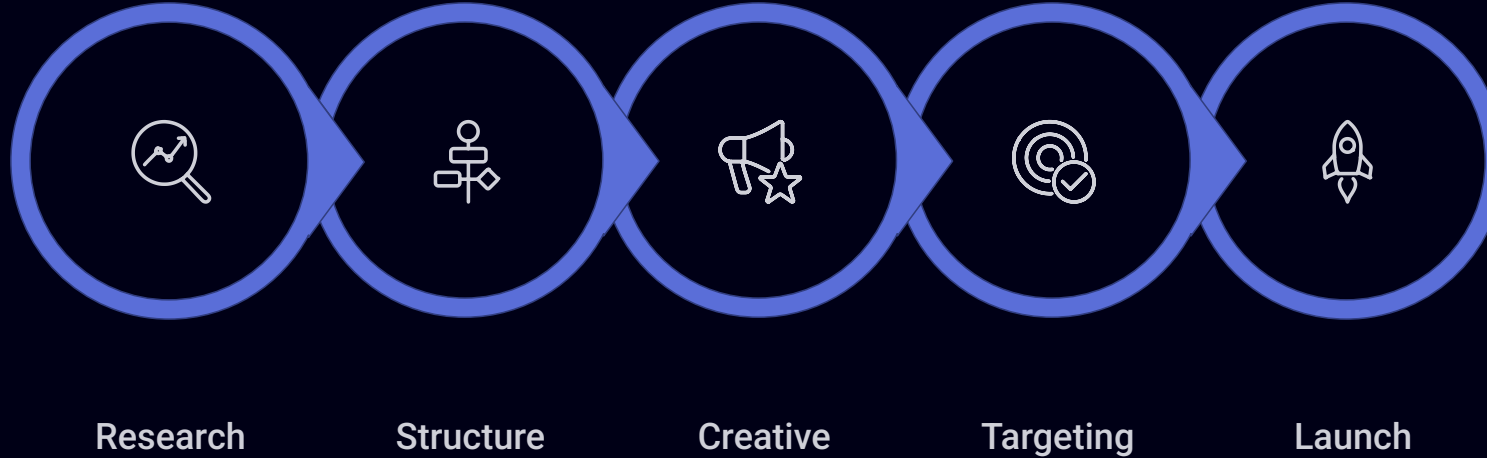
2 Ativos otimizados

Anúncios, imagens e textos já configurados

3 Parâmetros definidos

Segmentações, orçamentos e estratégias estabelecidas

Prompt para Configuração de Campanha



"Você é um gestor de tráfego pago especialista em campanhas imobiliárias. Crie toda a estrutura de campanha para divulgar apartamentos de alto padrão no Porto Maravilha, Rio de Janeiro no Google Ads (Rede de Pesquisa) e no Meta Ads (Instagram e Facebook). Entregáveis – Google Ads (Pesquisa): 10 palavras-chave com intenção de compra (misture correspondência [exata], "frase" e ampla) e 10 palavras-chave negativas para filtrar buscas irrelevantes.

3 grupos de anúncios temáticos (ex.: localização, lazer/infra, condições de pagamento), cada um com títulos e descrições próprias.

10 títulos (≤30 caracteres) usando as palavras-chave e 5 descrições (≤90 caracteres) também com palavras-chave, destacando: localização estratégica, vista/valorização, lazer completo, segurança, condições de financiamento.

Paths (ex.: /porto-maravilha /apartamentos), URL final (placeholder), extensões: 4 sitelinks (≤25 c/ descrições ≤90), 8 callouts e 1 snippet estruturado "Comodidades" (6 valores).

Configuração sugerida: estratégia de lance (ex.: Maximize conversões ou tCPA), orçamento diário recomendado, segmentação geográfica (raio em torno do Porto Maravilha), idiomas, programação de anúncios e convenções de nomenclatura.

Entregáveis – Meta Ads (Instagram/Facebook): Estrutura: 1 campanha (objetivo Geração de Cadastros), 2 conjuntos de anúncios: a) Core Interests (imóveis, compra de casa, investimento, arquitetura, alto padrão); b) Lookalike 1% a partir de leads qualificados (descreva seed ideal).

Segmentação: localização (raio Porto Maravilha + bairros adjacentes), idade, idioma, posicionamentos (Feed, Stories, Reels – ou Advantage+ se pertinente), orçamento diário por conjunto.

Criativos: 3 variações com Primary Text (≤125–150 c.), Headline (≤40 c.), Description (≤30 c.) e CTA (ex.: Saiba Mais, Fale Conosco).

Rastreo: evento de conversão (Lead), parâmetros UTM padrão, sugestão de nomenclatura para campanha/conjuntos/anúncios.

Formate a resposta em seções claras, prontas para copiar e colar em cada plataforma, garantindo que títulos e descrições do Google Ads usem palavras-chave e que as mensagens no Meta realcem localização, lazer, segurança, vista e valorização do Porto Maravilha."



Depois das campanhas (análise e otimização contínua)

Análise de métricas e desempenho

A IA pode assumir o papel de "analista de performance" ao interpretar dados brutos das campanhas (Google Ads, Meta Ads, etc.) e transformá-los em insights claros. Isso economiza tempo e evita análises superficiais, destacando métricas que realmente importam para imóveis: custo por lead, taxa de conversão em visitas, tempo de retorno e CPL de diferentes canais.

CPL

Custo por Lead

Investimento necessário para cada potencial cliente

CVR

Taxa de Conversão

Percentual de visitantes que se tornam leads

ROI

Retorno sobre Investimento

Valor gerado em relação ao investido

CAC

Custo de Aquisição

Valor total para conquistar um cliente

Prompt para Análise de Métricas

"Você é um analista de marketing digital especializado no setor imobiliário. Recebeu um painel de resultados de campanhas de tráfego pago no Google Ads e Meta Ads, com métricas como CPC, CTR, CPA, número de leads, conversões em visitas e vendas finais. Sua tarefa é analisar esses dados e identificar quais anúncios geraram leads mais qualificados, quais canais trouxeram melhor custo-benefício e quais pontos da jornada do cliente apresentaram gargalos. Traga a análise em formato de insights claros, destacando pontos fortes e fracos, e finalize sugerindo em até 5 bullets recomendações práticas para melhorar as próximas campanhas."

Identificação de Leads Qualificados

Análise de quais anúncios geraram os melhores leads

Avaliação de Canais

Determinação dos canais com melhor custo-benefício

Diagnóstico de Gargalos

Identificação de pontos problemáticos na jornada do cliente

Recomendações Práticas

Sugestões objetivas para melhorar as próximas campanhas

Relatórios inteligentes

Um dos grandes diferenciais da IA é transformar dados frios em relatórios narrativos, de fácil entendimento para diretores e equipe comercial. Assim, o corretor ou gestor consegue compartilhar resultados de forma persuasiva.

Dados Frios

Métricas e números brutos das campanhas

Relatórios Narrativos

Informações contextualizadas e de fácil compreensão

Compartilhamento Persuasivo

Apresentação convincente para stakeholders



Prompt para Relatórios Inteligentes

 "Você é um consultor de marketing imobiliário. Gere um relatório executivo de desempenho das campanhas de tráfego pago, apresentando de forma narrativa os resultados de Google Ads e Meta Ads. Explique de forma simples e clara os números mais relevantes, como custo por lead, taxa de conversão, ROI e CAC. Use uma linguagem acessível, sem jargões técnicos, para que qualquer pessoa da equipe entenda. Além de apresentar os dados, destaque as oportunidades de melhoria, tendências observadas e próximos passos recomendados. O relatório deve terminar com um resumo de 5 frases de impacto, que possam ser apresentadas diretamente em uma reunião com investidores ou gestores."



Dados Relevantes

CPL, Conversão, ROI, CAC



Linguagem Acessível

Sem jargões técnicos



Oportunidades e Tendências

Insights para crescimento



Frases de Impacto

Resumo para apresentações

Recomendações de otimização

Aqui a IA atua como um "consultor de performance", sugerindo ajustes finos baseados nos resultados coletados — desde refinamento de segmentação até mudanças de criativos e alocação de verba.



Refinamento de Segmentação

Ajustes precisos no público-alvo



Mudanças de Criativos

Atualização de imagens e textos



Alocação de Verba

Redistribuição estratégica do orçamento



Ajustes de Cronograma

Otimização de horários e dias

REAL ESTATE CAMPAIGN

REAL ESTATE

+ Seedingshots =



Crendlt = Optimize Eoltes



Shtapfs

Anterikinnk.
React. Eantgetter.
Laget. 45 onds

1 Lok. Antingel
2 Omicant-bale
1 Loc. in Bedone
777. Legrezie

OPTIMIZES

Pe bleal
Exonants

Call Features

For Google
+ Namry. Dine
Sulda. Per
Lam. Angthe

Reals.
Fies. Filla + Tante. Eashe
Dze toe

enied. lo. Eegone Hone. the
the same. the. the. the. the.
the. the. the. the. the. the.
the. the. the. the. the. the.

Comfracts



Prompt para Otimização de Campanhas

"Você é um gestor de tráfego pago com foco em imóveis de alto padrão. Analise os resultados de campanhas recentes no bairro Porto Maravilha, no Rio de Janeiro, considerando CTR, CPC, CPA e volume de leads qualificados. Com base nesses dados, sugira: (1) ajustes de segmentação de público, (2) redistribuição de orçamento entre Google Ads e Meta Ads, (3) recomendações de novos criativos ou títulos para anúncios, (4) horários e dias da semana com melhor desempenho, (5) 3 ações práticas de curto prazo para otimizar as próximas campanhas. Estruture sua resposta de forma organizada e aplicável, como se fosse entregue a uma equipe de marketing pronta para executar."

IA não cria, IA produz. Quem cria é você e sua expertise.

Sobre o Autor



André Aguiar

DMX Web Marketing | Agência Level | Professor Universitário

Matemática, MBA em Marketing Digital e Analista de Sistemas



www.dmxweb.com.br



agencialevel.digital/



www.a2digitalhub.com.br



linkedin.com/in/aaguiar-mkt/