Curso de ChatGPT Ads e OpenAI Ads

Gravado (EAD) · 6 horas · Curso gravado (EAD)

Objetivo geral

Formar o profissional capaz de planejar, criar e otimizar campanhas de anúncios dentro do ChatGPT (OpenAI Ads): ao final o aluno domina o Gerenciador de Anúncios da OpenAI de ponta a ponta — da configuração da conta e da análise de marca até a criação de campanhas com dicas de contexto, públicos personalizados, feed de produtos e rastreamento de conversões com o Pixel GPT.

Público-alvo

- Gestores de tráfego que querem entrar cedo em um canal novo, antes da concorrência
- Agências e freelancers que precisam oferecer o serviço aos clientes
- Empreendedores e donos de e-commerce que já anunciam no Google e no Meta
- Profissionais de marketing que acompanham a mudança da busca para as IAs

Pré-requisitos

- Noções básicas de marketing digital e de anúncios pagos ajudam, mas não são obrigatórias
- Conta na OpenAI e cartão de crédito para configurar o faturamento da plataforma
- Computador com acesso à internet

Competências desenvolvidas

Ao final do curso, o aluno será capaz de:

- Explicar como os anúncios aparecem dentro do ChatGPT e em que eles diferem de Google Ads e Meta Ads
- Configurar a conta de anunciante: análise de marca, faturamento, fuso, logotipo e usuários
- Estruturar campanhas na hierarquia campanha ? grupo de anúncios ? anúncio
- Escolher o objetivo certo entre alcance, cliques e conversões
- Segmentar por dicas de contexto e definir lances de CPC que garantem entrega
- Escrever anúncios dentro dos limites de título e descrição, com imagem no padrão exigido
- Criar públicos personalizados a partir de listas e aplicar multiplicadores de lance
- Implementar o Pixel GPT, criar eventos de conversão e vinculá-los às campanhas
- Conectar um feed de produtos para campanhas de catálogo
- Ler as métricas do painel e otimizar campanhas com base em dados
- Dimensionar o público alcançável do ChatGPT Ads e explicar quem fica de fora
- Justificar a alocação de verba no canal com dados de mercado e fontes

Conteúdo programático

Módulo 1 — Como funciona o ChatGPT Ads (1h)

Entender o que é a plataforma, o tamanho real do canal, quem vê os anúncios e por que a audiência está migrando da busca para a conversa.

- O que é o OpenAI Ads e por que ele muda o jogo do tráfego pago
- Como o anúncio aparece dentro do ChatGPT: formato nativo e conversacional
- ChatGPT Ads x Google Ads x Meta Ads: contexto em vez de palavra-chave exata
- Os três objetivos de campanha: alcance, cliques e conversões
- Termos da ferramenta de publicidade: o que você aceita ao publicar
- Quem deve entrar agora nesse canal (e quem deve esperar)
- O tamanho do canal: 900 milhões de usuários por semana no mundo e o Brasil como 3º maior mercado
- Quem vê o anúncio: planos Free e Go exibem publicidade; Plus, Pro, Business, Enterprise e Education não
- O que isso significa na prática: ~95% da base é alcançável, mas o público premium fica fora do seu alcance
- Exclusões que travam entrega: temas sensíveis, contas de menores e usuários deslogados
- Por que a busca tradicional encolhe: zero-click, resumos de IA e a projeção da Gartner
- Como as pessoas perguntam à IA: o tamanho da intenção em imóveis, serviços locais, produtos e comparações
- Como levar esses dados para uma proposta comercial e defender verba com o cliente

Módulo 2 — Conta, faturamento e análise de marca (1h)

Deixar a conta pronta para anunciar — é aqui que a maioria trava.

- Onboarding da conta de anunciante, passo a passo
- Análise de marca (brand review): por que os anúncios ficam fora do ar até concluir
- Perfil de cobrança: a configuração obrigatória antes de qualquer campanha rodar
- Configurações gerais: nome da conta, fuso horário e logotipo do anunciante
- Chaves de API e integrações
- Gestão de usuários: convite de membros e papéis de administrador e convidado

Módulo 3 — Estrutura de campanhas (1h)

Montar a primeira campanha do zero, na hierarquia campanha ? grupo de anúncios ? anúncio.

- Criando a primeira campanha pelo botão Criar
- Tipo de campanha: padrão x feed de produtos, e quando usar cada um
- Escolhendo o objetivo e vinculando um evento de conversão
- Segmentação geográfica: locais incluídos e excluídos
- Parâmetros de consulta (UTM) na página de destino
- Orçamento diário, limites de gasto (diário e em 7 dias) e programação de início e término

Módulo 4 — Dicas de contexto e lances de CPC (1h)

Dominar a segmentação que substitui as palavras-chave e o lance que garante entrega.

- O que são dicas de contexto: temas, conversas e palavras que orientam a exibição
- Por que a dica orienta e não obriga — e como isso muda a estratégia
- Lance máximo de CPC: como o leilão funciona nessa plataforma
- O alerta "pode não entregar" e como ajustar o lance para sair dele
- Multiplicadores de lance por público

- URL de destino padrão e parâmetros no nível do grupo de anúncios

Módulo 5 — Anúncios, públicos e feed de produtos (1h)

Criar o anúncio dentro dos padrões da plataforma e usar públicos e catálogo.

- Anatomia do anúncio: nome interno, título (até 50 caracteres) e descrição (até 100)
- Imagem do anúncio: PNG ou JPG, quadrada, mínimo de 256x256 pixels
- Copy para um formato conversacional: como escrever para quem está no meio de um chat
- Duplicação de anúncios, histórico de alterações e insights por anúncio
- Upload em massa para quem gerencia muitos anúncios
- Públicos personalizados a partir de listas de e-mail e telefone (com ou sem hash)
- Públicos como inclusão ou exclusão nas campanhas
- Feed de produtos para e-commerce: conexão do feed e histórico de uploads

Módulo 6 — Pixel GPT, métricas e otimização (1h)

Medir conversões, ler os números e otimizar — fechando com uma campanha publicada.

- O que é o Pixel GPT: a fonte de dados equivalente ao Pixel do Meta e à tag do Google
- Criando a fonte de dados e o evento de conversão
- Implementando e registrando o evento no site
- Vinculando o evento à campanha para habilitar o objetivo de conversões
- Visão geral do painel: tarefas pendentes e tendência de desempenho
- As métricas centrais: gasto, impressões, cliques e CPC
- Filtros por período e por campanha; histórico de alterações como log de auditoria
- Projeto final: checklist completo até publicar, e os erros mais comuns da plataforma

Carga horária total: 6 horas

Metodologia

Curso 100% gravado, gravado dentro da plataforma real: cada aula mostra a tela do Gerenciador de Anúncios da OpenAI enquanto a operação acontece. O aluno assiste no seu ritmo, com acesso vitalício, e acompanha um projeto prático que termina com uma campanha publicada do zero.

Recursos necessários

- Aulas gravadas em vídeo com navegação pela plataforma real
- Checklist de publicação de campanha
- Glossário de termos do OpenAI Ads (Pixel GPT, dicas de contexto, brand review)
- Modelos de estrutura de campanha e de anúncio

Certificação

Certificado de conclusão da Escola Ótima Ideia, com carga horária de 6 horas, emitido ao final do curso.