

01 O arroz com feijão bem feito

Muitas vezes o criativo não precisa ser atronômico em questão de design. Apenas domine o básico, como:

Contraste

Garanta que o texto tenha contraste com o fundo ficando legível.

Alinhamento

Use apenas um tipo de alinhamento. Recomendo que no começo, uso tudo centralizado: textos, fotos e cta.

Proximidade

Aproxime elementos que tenham ligação, como título e subtítulo.

Hierarquia

Deixe sempre o título maior que o subtítulo; o subtítulo maior que a cta; e cta destacada e legível.

04 Positivo e negativo

Independente da teoria das cores, mescle entre criativos com fundos claros e escuros. Isso servirá, também, como teste A/B

02 Congruência entre anúncio e página

Mantenha um padrão nas duas partes. Inclusive, não será um problema você transformar a primeira dobra da página em um criativo.

05 Quebra de padrão necessária

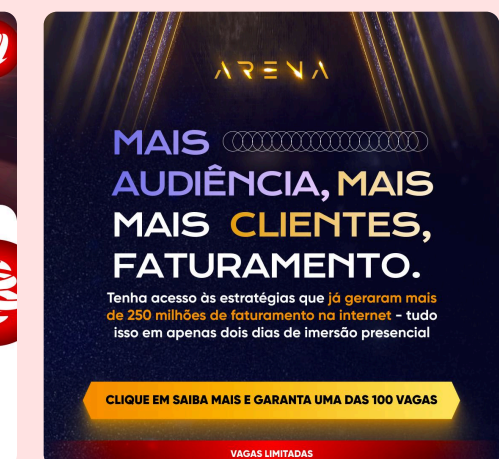
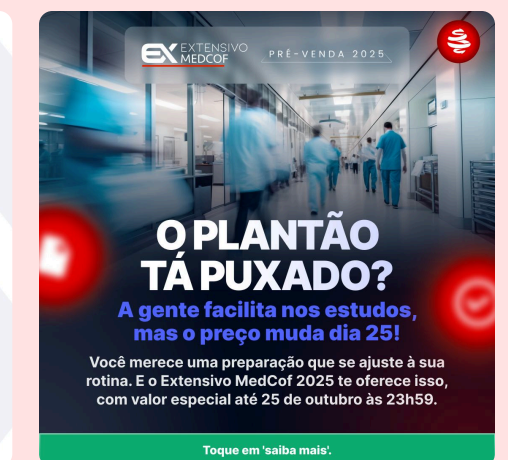
Manter a identidade visual consistente é importantíssima para qualquer campanha de marketing, mas não tenha medo de quebrá-la de vez em quando.



Aprenda a regra, aplique e quebre ela conscientemente.

03 Não dependa da Imagem do Expert

Mescle os criativos entre mockups, bônus que ela receberá, imagens de bancos de imagem, imagens de IA e criativos sem imagem nenhuma, apenas textos.



06 Design vai além da estética, é função

Antes da beleza, busque primeiro a estratégia. Se for pra quebrar a identidade visual pra gerar urgência, usando o vermelho, faça isso.