

GUIA PRÁTICO · 15 LIÇÕES

TikTok em 15 lições

Um plano de estudo curto para o marketing da Leadlovers dominar a rede em 2026



O que você sabe fazer ao terminar

Ao terminar, você monta um calendário de TikTok com formato, duração, texto, métrica de decisão e checagem de regras, tudo pronto para rodar em 30 dias.

15

lições curtas

5

unidades

15

exercícios

8

termos

A sua trilha

Cinco unidades, três lições cada. Cada lição traz um fato com fonte e data, a ação da semana e um exercício de fixação com gabarito.

1

O novo TikTok em 2026

Dimensione o público adulto brasileiro · Compare o engajamento entre as três redes · Separe contas pequenas das grandes

2

Fórmula de conteúdo que engaja

Escolha a duração pelo objetivo · Ajuste a frequência de publicação · Programe nos horários de pico

3

TikTok Shop e o funil de vendas

Leia a expansão de vendas e lives · Calcule as novas tarifas da rede · Apareça e interaja nas lives

4

Armadilhas jurídicas e regras

Sinalize publicidade no primeiro segundo · Prepare-se para o ECA Digital · Evite pagamento a influenciador em eleição

5

Estratégia Leadlovers e uso de IA

Adote IA como ferramenta criativa · Estabeleça uma política de uso de IA · Limite as hashtags a cinco



1

O novo TikTok em 2026



Dimensione o público adulto brasileiro

Você justifica o investimento no TikTok com o tamanho da base adulta no Brasil.



Compare o engajamento entre as três redes

Você visualiza a vantagem em comentários do TikTok mesmo com a queda de engajamento.



Separe contas pequenas das grandes

Você ajusta as metas de visualização baseando a expectativa no tamanho do perfil.

1

Dimensione o público adulto brasileiro

Você justifica o investimento no TikTok com o tamanho da base adulta no Brasil.

O TikTok concentra a atenção dos consumidores adultos no país e serve como canal de aquisição B2B. O DataReportal Digital 2026: Brazil, em oito de novembro de 2025, registrou 131 milhões de usuários com 18 anos ou mais na rede no Brasil, o equivalente a 80,3% dos adultos.

Você justifica o orçamento de marketing com facilidade ao apresentar este volume de potenciais clientes. A equipe da Leadlovers usa a rede para atrair donos de pequenas empresas em busca de automação para vendas.

Você redige um documento interno com este dado e a fonte exata para aprovar a verba de mídia do trimestre. O texto convence a diretoria ao provar a maturidade da base de usuários na plataforma.

A audiência madura consome conteúdo técnico e toma decisões financeiras de negócios dentro do aplicativo. A plataforma entrega o alcance necessário para bater as metas de aquisição da semana.

FAÇA ESTA SEMANA

- Escreva o parágrafo de defesa de verba.
- Cole o dado de 131 milhões no texto.
- Envie o documento para a diretoria.

FRASE DE BOLSO

O TikTok tem 131 milhões de adultos no Brasil e serve para vender automação de marketing.

MISSÃO DA LIÇÃO

Dimensione o público adulto brasileiro no TikTok com 131 milhões segundo a DataReportal em oito de novembro de 2025.

+20 XP

EXERCÍCIO DE FIXAÇÃO

Como você prova para a diretoria que o TikTok atinge o público-alvo da Leadlovers?

- A** Mostrando que os jovens dominam o horário comercial no Brasil.
- B** Apresentando o número de 131 milhões de adultos na plataforma.
- C** Comprando seguidores para validar a popularidade do nosso perfil corporativo.

2

Compare o engajamento entre as três redes

Você visualiza a vantagem em comentários do TikTok mesmo com a queda de engajamento.

O TikTok lidera a interação direta com o público por meio das respostas orgânicas. A Socialinsider, em cinco de agosto de 2026, viu o engajamento por seguidor da rede cair para 2,60%, mas o aplicativo manteve 50 comentários por vídeo contra 20 dos Reels.

Você visualiza a vantagem da plataforma mesmo com a redução geral das métricas. A equipe da Leadlovers aproveita essas interações para qualificar contatos e explicar as funções da ferramenta.

Você monta um slide de comparação com as taxas e a fonte na legenda para a reunião de resultados. O gráfico justifica o investimento de tempo da equipe na plataforma durante a semana.

Os comentários geram oportunidades comerciais rápidas para os vendedores. A presença ativa nas respostas converte os usuários em clientes, e a comparação com outras redes guia as tarefas semanais.

FAÇA ESTA SEMANA

- ☐ Crie um slide de resultados semanais.
- ☐ Insira os dados de engajamento no gráfico.
- ☐ Coloque a fonte direta na legenda.

FRASE DE BOLSO

O TikTok entrega 50 comentários por vídeo e supera os Reels em conversas reais com clientes.

MISSÃO DA LIÇÃO

Compare o engajamento das três redes: TikTok 2,60%, Reels 0,45% e Shorts 0,30%, segundo a Socialinsider em cinco de agosto de 2026.

+30 XP

EXERCÍCIO DE FIXAÇÃO

Qual métrica do TikTok justifica o foco da equipe nas interações semanais?

- ☐ A rede atinge 20 comentários por vídeo em média mensal.
- ☐ O aplicativo mantém a liderança isolada em número de curtidas.
- ☐ A plataforma assegura 50 comentários por vídeo publicado.

3

Separe contas pequenas das grandes

Você ajusta as metas de visualização baseando a expectativa no tamanho do perfil.

O algoritmo privilegia a distribuição de vídeos de perfis com bases estabelecidas. A Socialinsider, em 22 de abril de 2026, mediu que as visualizações por vídeo em contas de mil a cinco mil seguidores caíram 59,3%, enquanto as contas maiores subiram 38,5%.

Você alinha as expectativas de visualização ao tamanho exato do perfil. A conta da Leadlovers exige objetivos compatíveis com sua quantidade de seguidores no momento.

Você atualiza a meta de alcance na planilha de acompanhamento semanal. O time de marketing evita frustrações ao compreender a realidade atual da entrega de conteúdo no aplicativo.

A estratégia de crescimento orgânico pede consistência na publicação para mudar de patamar. A análise correta dos dados direciona os esforços de gravação e edição da equipe ao longo da semana.

FAÇA ESTA SEMANA

- ☐ Verifique a quantidade de seguidores do perfil.
- ☐ Ajuste a meta de visualizações na planilha.
- ☐ Compartilhe os novos números com a equipe.

FRASE DE BOLSO

Ajuste a meta de alcance do perfil de acordo com a sua faixa atual de seguidores.

MISSÃO DA LIÇÃO

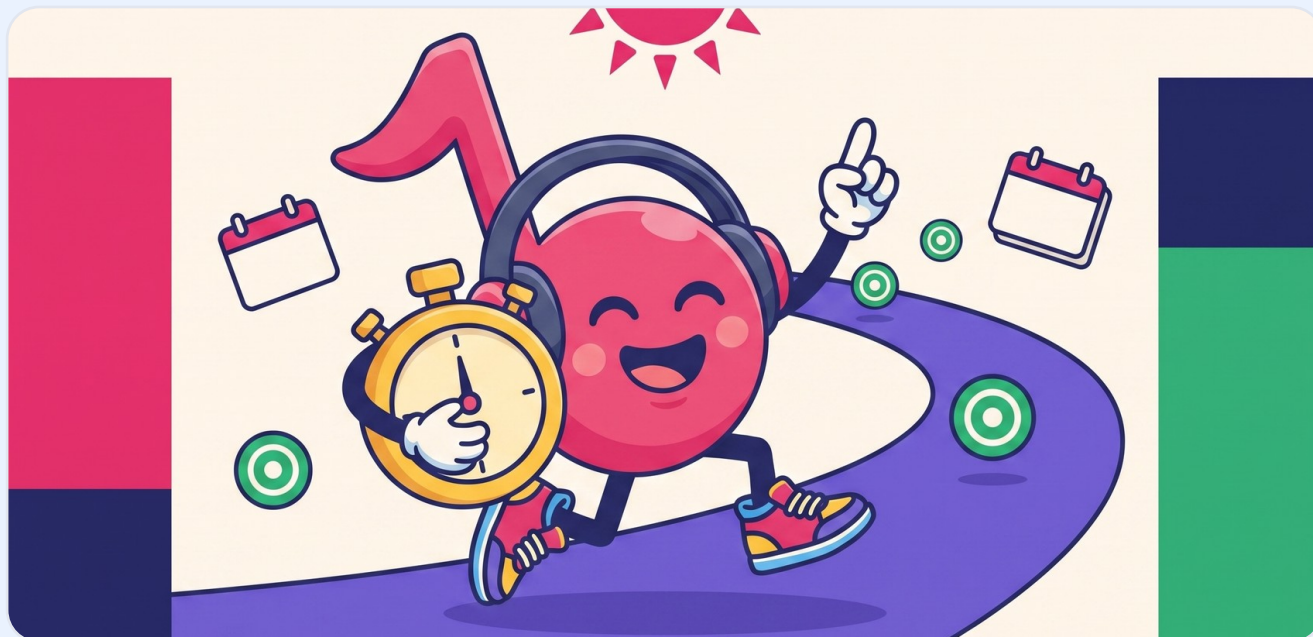
Separe contas pequenas das grandes pelo engajamento 4,40% e 3,95% segundo a Socialinsider em 22 de abril de 2026.

+25 XP

EXERCÍCIO DE FIXAÇÃO

O que a equipe de marketing deve ajustar na planilha de acompanhamento dos vídeos?

- (A) A expectativa de visualização conforme a quantidade exata de seguidores.
- (B) O investimento para aquisição de seguidores falsos de concorrentes diretos.
- (C) A duração final da gravação para garantir curtidas imediatas na rede.



2

Fórmula de conteúdo que engaja



Escolha a duração pelo objetivo

Você define a duração do vídeo priorizando engajamento ou visualizações absolutas.



Ajuste a frequência de publicação

Você define quantos vídeos publicar por mês conforme o tamanho da sua conta.



Programe nos horários de pico

Você distribui os posts nos horários com melhor desempenho registrado mundialmente.

1

Escolha a duração pelo objetivo

Você define a duração do vídeo priorizando engajamento ou visualizações absolutas.

Você define a duração do vídeo para focar em engajamento ou em alcance total. A escolha do formato direciona o comportamento do público na plataforma. A Socialinsider apontou em dez de julho de 2026 que vídeos de 15 a 30 segundos alcançam 6,00% de engajamento e vídeos longos geram a maior mediana de views.

O time da Leadlovers aplica essa regra no planejamento semanal da automação de marketing. Um conteúdo rápido prende a atenção do pequeno empreendedor e gera comentários. Um tutorial longo sobre fluxos de e-mail atrai quem busca explicações detalhadas e aumenta as visualizações absolutas da marca.

Vocês dividem a pauta entre pílulas de dicas de vendas e guias de uso da ferramenta. O funil de conteúdo exige clareza no propósito de cada publicação. A meta de hoje dita o corte do material bruto final.

FAÇA ESTA SEMANA

- ✏ Corte um vídeo antigo para 15 segundos para gerar engajamento e re programe a publicação.
- ✏ Crie um roteiro de três minutos sobre um recurso novo da Leadlovers.
- ✏ Publique os dois formatos e compare as métricas na sua conta comercial.

FRASE DE BOLSO

Vídeos curtos geram engajamento imediato e vídeos longos entregam a maior mediana de visualizações no TikTok.

MISSÃO DA LIÇÃO

Escolha vídeos de 15 a 30 segundos para maior engajamento de 6,00% segundo Socialinsider em dez de julho de 2026.

+20 XP

EXERCÍCIO DE FIXAÇÃO

Como a Leadlovers define a duração ideal de um vídeo no planejamento de rotina?

- A** O tempo acompanha as pausas do roteiro sugerido.
- B** O corte varia de acordo com o objetivo da publicação.
- C** O tamanho padronizado facilita o upload na rede corporativa.

2

Ajuste a frequência de publicação

Você define quantos vídeos publicar por mês conforme o tamanho da sua conta.

O tamanho da conta orienta o volume exato de publicações mensais no TikTok. O time da Leadlovers ajusta o calendário para acompanhar o mercado. A Socialinsider identificou em 22 de abril de 2026 que a frequência mensal subiu de seis para oito vídeos em contas pequenas e de 15 para 23 nas maiores.

Vocês precisam avaliar o número de seguidores antes de dobrar a produção. Uma conta em fase inicial exige consistência leve com duas postagens semanais. Uma base grande demanda presença diária para sustentar o algoritmo. O público de pequeno negócio consome dicas sobre automação nos intervalos do trabalho.

A sobrecarga de vídeos afasta a audiência em perfis recentes. O crescimento depende da entrega cadenciada de valor. O time anota os dias exatos de postagem e garante a execução das ideias aprovadas. O planejamento realista protege o orçamento de marketing.

FAÇA ESTA SEMANA

- ▣ Avalie o tamanho atual da sua conta para definir a meta de publicações.
- ▣ Escreva no calendário as datas de oito vídeos para o próximo ciclo mensal.
- ▣ Defina os temas das postagens direcionadas aos pequenos negócios e aprove os roteiros.

FRASE DE BOLSO

O volume mensal de publicações aumenta de forma proporcional ao tamanho da conta comercial no TikTok.

MISSÃO DA LIÇÃO

Ajuste a frequência de publicação de seis para oito vídeos por mês segundo Socialinsider em 22 de abril de 2026.

+25 XP

EXERCÍCIO DE FIXAÇÃO

Qual critério norteia o volume de publicações mensais no calendário do time?

- A** O número exato de seguidores da conta corporativa no momento.
- B** O volume de ideias geradas pelos analistas em reuniões internas.
- C** A capacidade de armazenamento dos servidores de vídeo originais.

3

Programe nos horários de pico

Você distribuiu os posts nos horários com melhor desempenho registrado mundialmente.

Você distribuiu os posts nos horários com alto desempenho registrado mundialmente para garantir o alcance inicial. A automação das publicações elimina as falhas manuais aos finais de semana. O Buffer apontou em 20 de julho de 2026 o domingo às nove horas como melhor horário global, o sábado como melhor dia e o pico entre 18h e 23h.

A equipe da Leadlovers configura a plataforma para cobrir essas janelas exatas. O dono de uma pequena empresa acessa o TikTok fora do expediente em busca de inspiração e ferramentas digitais. O agendamento prévio coloca o conteúdo de automação no momento de lazer do cliente.

Vocês ganham tração com curtidas rápidas nesses períodos de alta atividade. A análise dos dados de entrega direciona os ajustes futuros no calendário comercial. O trabalho da semana termina com os vídeos configurados na conta corporativa.

FAÇA ESTA SEMANA

- Agende os vídeos da semana cobrindo o domingo às nove horas da manhã.
- Programe os conteúdos para as noites de sábado no intervalo de maior acesso.
- Revise as configurações de publicação automática para evitar erros no final de semana.

FRASE DE BOLSO

O alcance inicial dispara com o agendamento dos vídeos nos finais de semana e noites de pico.

MISSÃO DA LIÇÃO

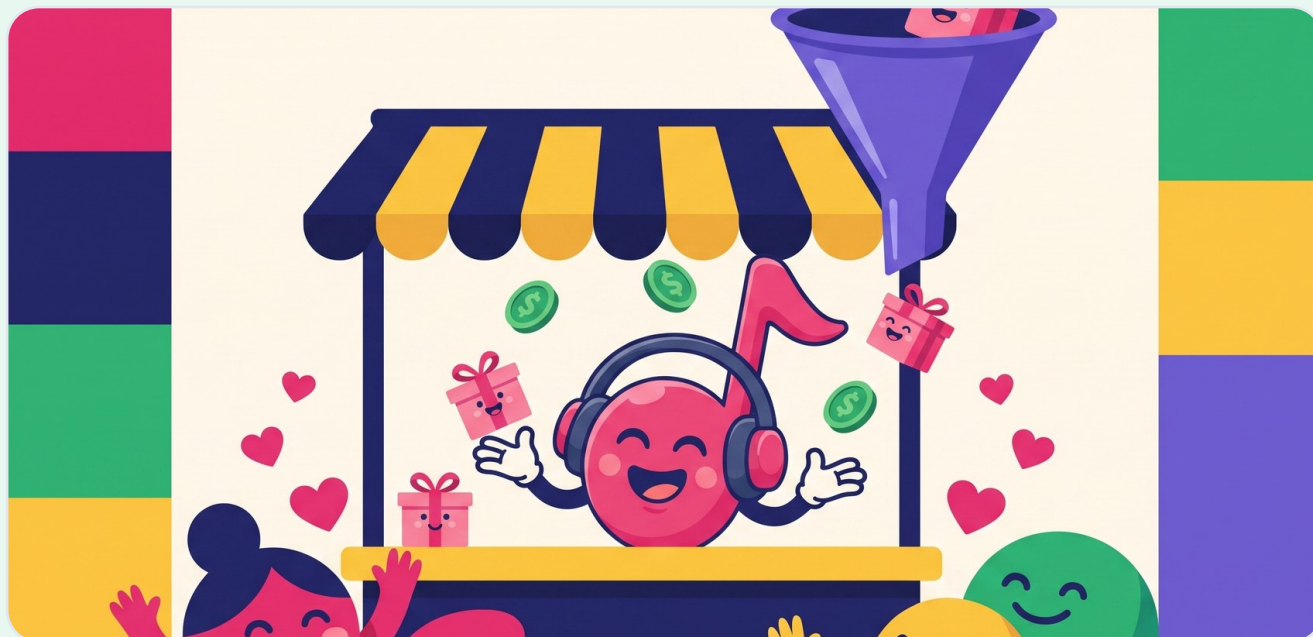
Programe nos horários de pico domingo às nove horas segundo o Buffer em 20 de julho de 2026.

+15 XP

EXERCÍCIO DE FIXAÇÃO

Qual é a principal vantagem de usar a automação para publicar no final de semana?

- (A) Garantir que a plataforma oculte o vídeo no horário comercial.
- (B) Evitar falhas na entrega durante as janelas de alto desempenho.
- (C) Permitir edições complexas nos arquivos após o acesso dos clientes.



3

TikTok Shop e o funil de vendas



Leia a expansão de vendas e lives

Você entende o volume de comércio gerado dentro da plataforma no último ano.



Calcule as novas tarifas da rede

Você projeta os custos de venda direta pelo TikTok Shop para novos projetos.



Apareça e interaja nas lives

Você previne o bloqueio de conta cumprindo as regras de autenticidade da loja.

1

Leia a expansão de vendas e lives

Você entende o volume de comércio gerado dentro da plataforma no último ano.

O volume de comércio dentro do aplicativo cresce rapidamente e abre novas frentes de receita para nossos clientes. O TikTok Newsroom, em quatro de junho de 2026, informou que o GMV diário do TikTok Shop Brasil cresceu 102 vezes, com 20 vezes mais lives por dia. Você orienta os lojistas a integrarem suas campanhas de automação com as vendas diretas na plataforma.

A equipe mapeia contas ativas de comércio eletrônico na base de usuários da Leadlovers. O time de marketing envia materiais de apoio por e-mail para ensinar esses clientes a faturarem com transmissões ao vivo.

Essa iniciativa de comunicação transforma o interesse gerado pelos vídeos curtos em resultados financeiros visíveis para os assinantes do nosso software. O suporte fortalece a retenção das lojas virtuais que utilizam a nossa ferramenta de automação diária.

FAÇA ESTA SEMANA

- ▣ Liste três clientes de e-commerce da Leadlovers aptos para vender no aplicativo.
- ▣ Crie um modelo de e-mail sobre transmissões ao vivo para esses clientes.
- ▣ Agende o envio do conteúdo educativo para a base de lojistas nesta sexta.

FRASE DE BOLSO

O crescimento do comércio no aplicativo exige campanhas de automação focadas em transmissões ao vivo.

MISSÃO DA LIÇÃO

Leia a expansão com GMV médio diário 102 vezes segundo TikTok Newsroom em quatro de junho de 2026.

+20 XP

EXERCÍCIO DE FIXAÇÃO

Por que a Leadlovers envia tutoriais de transmissões ao vivo para os clientes?

- (A) Para testar funções experimentais em dispositivos de terceiros com segurança.
- (B) Para incentivar os clientes a migrarem para plataformas de textos longos.
- (C) Para integrar campanhas de automação com o comércio direto no aplicativo.

2

Calcule as novas tarifas da rede

Você projeta os custos de venda direta pelo TikTok Shop para novos projetos.

A precificação precisa dos produtos garante o lucro nas campanhas de venda direta. O TikTok Shop Seller Center Brasil, em 12 de junho de 2026, publicou a nova tarifa com vigência a partir de 15 de julho de 2026, fixando comissão de 10% para itens abaixo de 50 reais e taxa fixa de seis reais por item a partir de 50 reais, conforme a ficha de tarifas atualizadas do TikTok Shop Seller Center Brasil de 12/06/2026. O time de marketing calcula esses custos antes de lançar campanhas de atração de novos lojistas.

Você cria planilhas de simulação de margem de lucro para os usuários do nosso software de automação. A equipe desenvolve conteúdos práticos para ensinar o pequeno empreendedor a embutir as novas tarifas no preço final da mercadoria.

O envio constante desses materiais de educação financeira previne surpresas para quem inicia a operação comercial no aplicativo. Os assinantes percebem o suporte técnico da Leadlovers e mantêm os planos de assinatura ativos. O cálculo preventivo sustenta a operação dos nossos melhores clientes.

FAÇA ESTA SEMANA

- ▣ Faça uma simulação de lucro para um produto físico de 40 reais vendido.
- ▣ Crie uma planilha simples de custos para os novos projetos da equipe.
- ▣ Compartilhe o arquivo de precificação com os analistas de campanha nesta quarta.

FRASE DE BOLSO

Simular as tarifas da plataforma protege a margem de lucro das campanhas dos nossos clientes.

MISSÃO DA LIÇÃO

Calcule as novas tarifas com comissão de 10% segundo TikTok Shop em 12 de junho de 2026.

+35 XP

EXERCÍCIO DE FIXAÇÃO

O que o material educativo da Leadlovers orienta sobre os custos do comércio eletrônico?

- (A) O cálculo exato das novas tarifas para compor o preço final.
- (B) A sonegação legal de impostos sobre vendas em redes sociais.
- (C) O acúmulo de tráfego pago sem calcular os custos operacionais.

3

Apareça e interaja nas lives

Você previne o bloqueio de conta cumprindo as regras de autenticidade da loja.

A interação autêntica valida as ofertas e previne punições contra as contas comerciais. O TikTok Shop Seller Center Brasil, em primeiro de julho de 2026, vetou vídeos e transmissões em que o criador não fala, não interage e não demonstra o produto. O time de marketing da Leadlovers aplica essa norma na hora de orientar as marcas a gravarem anúncios de conversão.

Você cria guias rápidos de exibição de mercadorias físicas para os assinantes da nossa automação. A equipe ensina os pequenos empreendedores a mostrarem o funcionamento dos itens na frente da câmera.

Os influenciadores das nossas campanhas internas também adotam a fala ativa e a demonstração imediata do software. O respeito às regras de autenticidade afasta o risco de bloqueio e assegura a entrega dos nossos anúncios. A comunicação direta constrói confiança rápida para vendas.

FAÇA ESTA SEMANA

- ▣ Crie um roteiro de transmissão focado na demonstração física da mercadoria ofertada.
- ▣ Grave um vídeo curto com fala ativa para divulgar o software da Leadlovers.
- ▣ Envie o roteiro de boas práticas de câmera para os clientes na sexta.

FRASE DE BOLSO

A demonstração real do produto na câmera garante a entrega dos anúncios e evita bloqueios.

MISSÃO DA LIÇÃO

Apareça e interaja nas lives para evitar veto segundo a política do TikTok Shop em primeiro de julho de 2026.

+20 XP

EXERCÍCIO DE FIXAÇÃO

Qual instrução de gravação a Leadlovers repassa aos clientes e parceiros de conteúdo?

- (A) Omitir o rosto para gerar curiosidade visual nos espectadores novatos.
- (B) Falar e interagir ativamente na câmera ao apresentar as ofertas diárias.
- (C) Filmar o cenário em silêncio com um fundo musical aprovado previamente.



4

Armadilhas jurídicas e regras



Sinalize publicidade no primeiro segundo

Você identifica conteúdo patrocinado exatamente como o órgão regulador exige.



Prepare-se para o ECA Digital

Você adequa as campanhas ao novo prazo legal contra perfilamento infantil.



Evite pagamento a influenciador em eleição

Você filtra contratações de criadores durante o período eleitoral brasileiro.

1

Sinalize publicidade no primeiro segundo

Você identifica conteúdo patrocinado exatamente como o órgão regulador exige.

A sua publicidade precisa avisar que é patrocinada logo no instante em que o vídeo começa. O CONAR exige identificação publicitária ostensiva no início do vídeo, sem clique adicional, na segunda edição do seu guia com efeitos desde primeiro de junho de 2026. A regra muda a forma como contratamos criadores para as campanhas da Leadlovers.

A marcação de parceria aparece visível em primeiro plano e com bastante contraste. As contrapartidas sem dinheiro contam na mesma regra de transparência. O time altera os contratos de hoje para refletir essa exigência exata.

O revisor reprova vídeos que deixam o aviso escondido no final ou na legenda. A empresa responde de forma solidária pelos erros do criador. O seu processo de aprovação ganha uma etapa para conferir os primeiros segundos. Você treina a equipe para identificar essas falhas antes da publicação oficial. A Leadlovers garante total conformidade legal.

FAÇA ESTA SEMANA

- ▣ Revise o briefing de influenciadores para incluir o aviso no primeiro segundo.
- ▣ Crie uma lista de checagem para aprovar vídeos com marcação ostensiva inicial.
- ▣ Ajuste os contratos ativos para exigir conformidade com o guia atualizado do CONAR.

FRASE DE BOLSO

A transparência imediata no início do vídeo protege a marca de multas e falhas legais.

MISSÃO DA LIÇÃO

Sinalize publicidade no primeiro segundo conforme o CONAR com efeitos desde um de junho de 2026.

+15 XP

EXERCÍCIO DE FIXAÇÃO

O que o revisor do nosso time de marketing busca e exige nos vídeos dos criadores?

- A** A identificação publicitária ostensiva no começo exato do arquivo recebido.
- B** O aviso escrito escondido nas linhas secundárias da legenda inserida.
- C** A aparição rápida do logotipo da marca no último quadro disponível.

2

Prepare-se para o ECA Digital

Você adequa as campanhas ao novo prazo legal contra perfilamento infantil.

O seu gerenciador de anúncios passa por uma limpeza imediata nos públicos salvos. O boletim da ANPD, em dez de agosto de 2026, definiu adaptação até novembro de 2026 e fiscalização a partir de janeiro de 2027 contra o perfilamento de menores. O novo marco legal proíbe direcionar publicidade baseada em comportamento para pessoas com menos de 18 anos.

A equipe da Leadlovers bloqueia qualquer segmentação que inclua jovens nas suas campanhas. O analista revisa as bases de dados para excluir idades inadequadas da mídia paga. O decreto também proíbe o uso de análise emocional nessas peças.

Você altera as configurações das contas para alinhar a automação às regras oficiais. A empresa previne multas graves que podem chegar a 50 milhões de reais por infração. O trabalho desta semana afasta o risco de bloqueios e sanções da autoridade competente. A nossa automação de marketing atinge o alvo certo dentro da lei.

FAÇA ESTA SEMANA

- ☐ Audite todos os públicos salvos para excluir usuários com menos de 18 anos.
- ☐ Remova filtros de comportamento e interesse que mirem em adolescentes nos anúncios ativos.
- ☐ Atualize o documento de conformidade do time de tráfego pago nesta tarde.

FRASE DE BOLSO

A remoção do público infantil das nossas campanhas garante conformidade total com o ECA Digital.

MISSÃO DA LIÇÃO

Prepare-se para o ECA Digital com multa de até 10% segundo a Lei 15.211 em 17 de março de 2026.

+40 XP

EXERCÍCIO DE FIXAÇÃO

Qual ação o analista de mídia executa de imediato no gerenciador de anúncios?

- ☐ A Copia todos os dados sensíveis dos usuários cadastrados no último ano.
- ☐ B Direciona a maior verba mensal para atingir alunos de escolas públicas.
- ☐ C Exclui jovens menores de 18 anos das segmentações baseadas em comportamento.

3

Evite pagamento a influenciador em eleição

Você filtra contratações de criadores durante o período eleitoral brasileiro.

O processo de contratação de criadores adota regras estritas durante o período das eleições. A Agência Senado lembrou que influenciadores não podem receber pagamento para propaganda eleitoral, limitando o impulsionamento a candidatos e partidos, em 24 de julho de 2026. A Leadlovers pausa qualquer ação que misture a marca com temas de política.

O time analisa o histórico recente dos parceiros de conteúdo em campanhas partidárias. Você cria um alerta no fluxo de trabalho que barra pagamentos nestes casos. A Justiça pune as infrações de forma severa com multas de valores altos. O uso de inteligência artificial também exige declaração destacada nas plataformas digitais.

O nosso setor de mídia foca na automação para o pequeno e médio negócio. O cuidado redobrado impede crises de imagem e protege o orçamento da empresa. A equipe revisa todos os contratos ativos para manter a neutralidade comercial exigida.

FAÇA ESTA SEMANA

- ❑ Crie um alerta no fluxo do time proibindo associação paga com tema político.
- ❑ Revise o histórico recente dos influenciadores antes de aprovar novos pagamentos nesta semana.
- ❑ Adicione uma cláusula de neutralidade política aos próximos contratos de parceria da marca.

FRASE DE BOLSO

A neutralidade política nas contratações protege a nossa imagem e afasta multas eleitorais.

MISSÃO DA LIÇÃO

Evite pagamento a influenciador em eleição segundo a Agência Senado em 24 de julho de 2026.

+25 XP

EXERCÍCIO DE FIXAÇÃO

Por que a liderança insere um alerta para bloquear o pagamento a criadores em ano eleitoral?

- A** Porque as opiniões políticas aumentam as comissões orgânicas nas vendas diretas.
- B** Porque a legislação impede o pagamento a influenciadores por propaganda eleitoral.
- C** Porque o uso de algoritmos diminui o valor das campanhas nos meses finais.



5

Estratégia Leadlovers e uso de IA



Adote IA como ferramenta criativa

Você acelera a produção de roteiros e ideias usando inteligência artificial.



Estabeleça uma política de uso de IA

Você cria diretrizes claras de IA para proteger a marca e orientar a equipe.



Limite as hashtags a cinco

Você formata as legendas dentro do limite oficial estipulado pela plataforma.

1

Adote IA como ferramenta criativa

Você acelera a produção de roteiros e ideias usando inteligência artificial.

O time da Leadlovers ganha velocidade na criação de conteúdo ao adotar inteligência artificial. A WARC e o TikTok, em 14 de julho de 2026, revelaram que 90% dos líderes de marketing usam a tecnologia como ferramenta criativa central para produzir mais peças.

Vocês aplicam essa prática para multiplicar as ideias de vídeos curtos sobre automação de e-mail e atração de clientes. A equipe alimenta o ChatGPT com os recursos do nosso software direcionado ao pequeno negócio.

Depois, vocês pedem dez variações de ganchos iniciais baseados em dores reais dos empreendedores. Essa tática gera opções rápidas para os roteiros da semana. A revisão humana garante o tom amigável e direto da marca em todas as frases.

O esforço inicial no comando poupa horas de bloqueio criativo na mesa. O foco recai sobre a agilidade na hora de montar o calendário de publicações para atrair novos assinantes. A inteligência artificial vira um assistente de redação incansável.

FAÇA ESTA SEMANA

- ▣ Abra o ChatGPT no navegador de internet.
- ▣ Peça três roteiros curtos sobre automação de e-mail.
- ▣ Copie os textos para o documento do time.

FRASE DE BOLSO

A inteligência artificial multiplica nossas opções de roteiros para vender automação de marketing.

MISSÃO DA LIÇÃO

Adote IA como ferramenta criativa com 90% de uso segundo o WARC com TikTok em 14 de julho de 2026.

+20 XP

EXERCÍCIO DE FIXAÇÃO

Qual processo na produção de vídeos ganha agilidade direta com o uso da inteligência artificial?

- (A) A substituição da equipe administrativa nos dias de feriado.
- (B) A publicação forçada de conteúdos em horários comerciais indesejados.
- (C) A criação das opções de ganchos iniciais nos roteiros semanais.

2

Estabeleça uma política de uso de IA

Você cria diretrizes claras de IA para proteger a marca e orientar a equipe.

A equipe da Leadlovers protege a imagem da marca ao definir regras precisas para as novas ferramentas digitais. A Metricool, no estudo AI in Social Media 2026 de 19 de agosto de 2026, apontou que três em cada quatro profissionais usam IA, mas apenas 12% possuem política de uso de IA clara.

Vocês resolvem esse vácuo com um guia interno de uma página para orientar o marketing. O documento informa quais dados dos clientes podem entrar nos comandos das plataformas e quais informações são confidenciais.

A página detalha a necessidade de revisar todas as legendas geradas pelos sistemas antes de apertar o botão de publicar. A regra também estabelece a proibição de criar casos de sucesso irreais que enganem o pequeno empreendedor brasileiro.

A clareza nas orientações evita dores de cabeça legais e assegura a confiança do nosso público diário. Os criadores de conteúdo mantêm esse manual fixado no painel da equipe.

FAÇA ESTA SEMANA

- ☐ Abra um documento de texto em branco.
- ☐ Liste as regras de confidencialidade de dados.
- ☐ Compartilhe o arquivo com a equipe de marketing.

FRASE DE BOLSO

O guia interno de tecnologia garante o uso seguro das ferramentas em nosso time.

MISSÃO DA LIÇÃO

Estabeleça uma política de uso de IA com apenas 12% das empresas segundo Metricool em 19 de agosto de 2026.

+45 XP

EXERCÍCIO DE FIXAÇÃO

Qual é a principal função do guia interno da Leadlovers sobre o uso das novas ferramentas?

- ☐ A Reduzir o quadro de analistas no departamento de mídias pagas anualmente.
- ☐ B Determinar quais informações confidenciais permanecem de fora dos comandos digitais.
- ☐ C Incentivar a publicação automática sem supervisão técnica nos feriados prolongados.

3

Limite as hashtags a cinco

Você formata as legendas dentro do limite oficial estipulado pela plataforma.

O planejamento rigoroso dos textos melhora o alcance orgânico dos nossos vídeos sobre automação. O TikTok, em agosto de 2025, estabeleceu o limite máximo de cinco hashtags por vídeo.

Vocês adequam a produção de conteúdo da Leadlovers para respeitar essa regra exata do aplicativo. A equipe seleciona termos focados no pequeno e médio negócio brasileiro em cada publicação da semana.

A legenda curta ganha espaço livre para um parágrafo descritivo e cativante logo nas primeiras linhas. Os criadores aplicam um gancho de legenda forte para capturar a atenção do usuário nos primeiros segundos.

O excesso de etiquetas azuis dá lugar a palavras muito precisas sobre vendas e relacionamento com o cliente. A restrição ajuda o algoritmo da rede a classificar o tema do material com alta exatidão.

O redator padroniza a entrega de todos os roteiros já com a contagem certa na base do texto. Essa disciplina simples mantém nosso perfil profissional.

FAÇA ESTA SEMANA

- Defina as cinco palavras mais relevantes da marca.
- Crie um modelo padrão de texto curto.
- Aplique o limite nos vídeos desta semana.

FRASE DE BOLSO

O foco em cinco termos exatos ajuda o aplicativo a distribuir nossos vídeos.

MISSÃO DA LIÇÃO

Limite as hashtags a cinco por vídeo segundo o TikTok em agosto de 2025.

+10 XP

EXERCÍCIO DE FIXAÇÃO

Como a equipe formata o texto de acompanhamento nos vídeos de pequenas empresas?

- A** Inserindo a quantidade máxima de cinco marcações no final do roteiro.
- B** Deixando a legenda em branco para acelerar a leitura nas pequenas telas.
- C** Aplicando 20 palavras com cerquilha para testar os resultados no sistema.

Gabarito comentado

Cada resposta traz a explicação com a fonte e a data que sustentam o item.

B**U1L1**

O DataReportal Digital 2026: Brasil registrou 131 milhões de usuários com 18 anos ou mais no TikTok no Brasil em oito de novembro de 2025.

C**U1L2**

A Socialinsider observou em cinco de agosto de 2026 que o TikTok manteve a média de 50 comentários por vídeo contra 20 dos Reels.

A**U1L3**

A Socialinsider mediu em 22 de abril de 2026 que visualizações em contas de mil a cinco mil seguidores caíram 59,3%, enquanto as maiores subiram.

B**U2L1**

A Socialinsider apontou em dez de julho de 2026 que vídeos de 15 a 30 segundos alcançam 6,00% de engajamento e publicações longas geram mais visualizações.

A**U2L2**

A Socialinsider identificou em 22 de abril de 2026 que a frequência de publicações subiu de seis para oito vídeos em contas pequenas.

B**U2L3**

O Buffer apontou em 20 de julho de 2026 o domingo às nove horas como melhor horário global de publicações e o pico entre 18h e 23h.

C**U3L1**

O TikTok Newsroom informou em quatro de junho de 2026 que o volume bruto diário do TikTok Shop Brasil cresceu 102 vezes, com 20 vezes mais lives.

A**U3L2**

O TikTok Shop Seller Center Brasil fixou em 12 de junho de 2026 comissão de 10% em itens até 50 reais e taxa de seis reais a partir disso.

B**U3L3**

O TikTok Shop Seller Center Brasil vetou os vídeos comerciais em que o criador não fala e não demonstra o produto no dia primeiro de julho de 2026.

A**U4L1**

O Conselho Nacional de Autorregulamentação Publicitária exige identificação ostensiva de publicidade no início do vídeo na segunda edição do seu guia com validade desde primeiro de junho de 2026.

C**U4L2**

O boletim da Autoridade Nacional de Proteção de Dados definiu em dez de agosto de 2026 a fiscalização contra o perfilamento de menores a partir de janeiro de 2027.

B**U4L3**

A Agência Senado publicou em 24 de julho de 2026 que a contratação e o pagamento a influenciadores digitais para fins de propaganda eleitoral configura conduta proibida.

C**U5L1**

A WARC e o TikTok divulgaram em 14 de julho de 2026 que 90% dos líderes de marketing adotaram a inteligência artificial como ferramenta criativa central.

B**U5L2**

A Metricool informou no estudo AI in Social Media 2026 de 19 de agosto de 2026 que três em cada quatro profissionais usam a tecnologia sem uma política clara.

A**U5L3**

O aplicativo oficial do TikTok estabeleceu em agosto de 2025 o limite máximo de cinco hashtags em cada vídeo publicado.

Glossário de bolso

Oito termos que aparecem nas lições, em linguagem de trabalho.

Automação de marketing

Software que executa tarefas de comunicação de forma programada para atrair e qualificar clientes em escala.

Engajamento

Métrica que consolida interações como curtidas e comentários e indica o nível de atenção do usuário.

Alcance orgânico

Volume de pessoas que encontram publicações de modo gratuito sem a compra de tráfego pago na rede.

GMV

Volume bruto de mercadorias vendidas e contabilizadas em um período nas lojas virtuais de um sistema.

Perfilamento

Ação de mapear dados pessoais na internet para exibir anúncios orientados pelo comportamento comercial do indivíduo.

ECA Digital

Norma recente do país que protege os usuários adolescentes contra o direcionamento abusivo e rastreamento publicitário.

Inteligência artificial

Tecnologia alimentada por comandos de texto que acelera a geração de rascunhos para os redatores atuarem.

Hashtag

Termo precedido pelo símbolo de cerquilha para ajudar o algoritmo a classificar o conteúdo nas buscas.

Plano de 30 dias

Uma unidade por semana, com a ação de cada lição virando tarefa da agenda.

1

Semana 1 · O novo TikTok em 2026

Escreva um parágrafo interno com esse dado e a fonte para aprovar a verba. • Monte um slide de comparação com as taxas e a fonte na legenda. • Atualize a meta de visualizações da Leadlovers considerando o tamanho atual do perfil.

2

Semana 2 · Fórmula de conteúdo que engaja

Corte um vídeo antigo para 15 segundos visando engajamento e programe a republicação. • Escreva no calendário as datas de oito vídeos do próximo mês. • Agende os vídeos da semana cobrindo o domingo às 9h e as noites de sábado.

3

Semana 3 · TikTok Shop e o funil de vendas

Liste três clientes de e-commerce da Leadlovers que podem lucrar com o TikTok Shop. • Faça uma simulação de lucro para um produto físico de R\$ 40 vendido no app. • Crie um roteiro de live garantindo a demonstração física do produto em frente à câmera.

4

Semana 4 · Armadilhas jurídicas e regras

Reescreva o briefing de influenciadores exigindo a marcação ostensiva no primeiro segundo. • Audite os públicos salvos no gerenciador de anúncios para excluir segmentações de menores. • Crie um alerta no fluxo do time proibindo associação paga de marca com tema político.

5

Semana 5 · Estratégia Leadlovers e uso de IA

Gere três variações de roteiros curtos sobre automação de marketing usando o ChatGPT. • Escreva um documento simples de uma página dizendo o que a IA pode fazer no time. • Crie um modelo padrão de legenda curta contendo gancho inicial e cinco hashtags da marca.

Continue no portal

O guia completo desta rede, com as tabelas e os diagramas atualizados, está em brasilgeo.ai/leadlovers2026/redes-sociais/tiktok/ e o mapa do portal reúne as outras trilhas.

De onde vem cada número

Todo dado deste guia carrega a fonte e a data na própria frase da lição. As fontes consultadas, com data de acesso em 21 de agosto de 2026:

Metricool (10/12/2025 e 16/06/2026), Socialinsider (20/02, 16/03, 22/04, 10/07, 14/07 e 05/08/2026), Buffer (14, 20 e 22/07/2026), DataReportal Digital 2026: Brazil (08/11/2025), Instagram Creators (30/07/2026), Adam Mosseri (01/2025 e 14/07/2026), Meta for Business (19/08/2026), Meta (call do 2º trimestre, 29/07/2026), Google Search Central (29/07/2026), Google Ads (09/07/2026), LinkedIn Pressroom (23/07/2026), LinkedIn Marketing Solutions (01/07/2026), LinkedIn Engineering (06/2020), arXiv 2501.16450 (27/01/2025), TechCrunch (30/07/2026), Social Media Today (02, 09, 19 e 20/08/2026), HR Executive (14/08/2026), Pangram Labs (09/07/2026), Microsoft (29/07/2026), TikTok Newsroom (14/01, 04/06 e 23/07/2026), TikTok Shop Seller Center Brasil (12/06 e 01/07/2026), TikTok for Business (28/07 e 03/08/2026), WARC com TikTok (14/07/2026), Mercado & Consumo (15/07/2026), CONAR (guia de 2026, efeitos desde 01/06/2026), Lei 15.211/2025, Decreto 12.880/2026, ANPD (20/03/2026) e Resolução TSE 23.755/2026.

COMO LER OS NÚMEROS

Benchmarks de mercado medem contas diferentes das suas e servem de referência, com a régua final saindo do painel da própria conta. Estudos encomendados por uma plataforma sobre ela mesma aparecem identificados assim nas lições. Números de audiência vêm das ferramentas de anúncio e podem contar a mesma pessoa mais de uma vez.

Produção: as lições nasceram de cinco waves multi-LLM do geo-orchestrator da Brasil GEO (arquitetura, escrita, didática, ilustração e revisão), sobre fichas de procedência verificadas, com revisão editorial humana antes da publicação. As ilustrações foram geradas por IA para este material.