Quero que você atue como uma equipe completa de criação, produto, copywriting, design e marketing para criar UM PRODUTO LOW TICKET COMPLETO do zero, pronto para ser cadastrado e vendido.

IMPORTANTE:

Este não é um exercício de planejamento.

NÃO quero apenas ideias, sugestões, prompts ou um plano do que deveria ser feito.

Quero que você EXECUTE o projeto até o final e produza os arquivos, textos, imagens e materiais reais.

Você deve trabalhar de forma autônoma e sequencial.

Não pare para pedir minha aprovação entre as etapas.

Quando terminar uma etapa, avance automaticamente para a próxima.

Use o ChatGPT Work para pesquisa, planejamento, escrita, criação de arquivos e organização.

Para toda geração visual necessária ao projeto, USE O HIGGSFIELD MCP conectado a este ambiente.

Não apenas escreva prompts para eu usar depois.

Envie as solicitações para o Higgsfield MCP e gere os assets reais.

Se o Higgsfield MCP não estiver conectado ou disponível, informe isso claramente antes de iniciar a etapa visual. Não finja que uma imagem foi gerada.

OBJETIVO FINAL

Partir de absolutamente zero e terminar com uma oferta Low Ticket completa contendo:

- produto definido;
- público-alvo;
- promessa;
- nome;
- identidade visual;
- produto principal criado;
- materiais complementares;
- bônus, caso façam sentido;
- capa;
- mockups;

- banner de checkout;
- página de vendas completa;
- textos para checkout;
- criativos para anúncios;
- estrutura pronta para eu cadastrar manualmente na Cakto;
- pasta final organizada com todos os arquivos.

O produto será vendido no Brasil e todo o conteúdo deve estar em português do Brasil.

ETAPA 1 — ENCONTRAR A OPORTUNIDADE

Pesquise oportunidades atuais para produtos digitais Low Ticket no mercado brasileiro.

Procure problemas:

- específicos;
- fáceis de compreender;
- com desejo claro de solução;
- que possam ser resolvidos através de um produto digital simples;
- que permitam demonstrar visualmente o resultado;
- que tenham potencial para anúncios em Meta Ads;
- que não dependam de autoridade extrema para vender;
- que possam ser vendidos entre aproximadamente R$19 e R$47.

Crie 5 possibilidades de produtos.

Para cada uma, avalie:

- público;
- problema;
- desejo;
- facilidade de produção;
- potencial comercial;
- apelo visual para criativos;
- facilidade de explicar em poucos segundos;
- nível de concorrência.

Escolha automaticamente a oportunidade que considerar mais promissora.

Não peça minha aprovação.

Explique brevemente por que ela venceu e prossiga.

ETAPA 2 — CRIAR A OFERTA

Para a oportunidade escolhida, defina:

- nome do produto;
- subtítulo;
- público-alvo específico;
- problema principal;
- transformação desejada;
- promessa central;
- mecanismo da solução;
- grande ideia da oferta;
- diferenciais;
- objeções;
- benefícios;
- preço ideal;
- ancoragem de preço;
- garantia;
- estrutura da oferta.

A oferta precisa ser simples de entender.

Uma pessoa deve compreender em poucos segundos:

“Eu tenho este problema → este produto me ajuda a chegar neste resultado.”

Evite nomes genéricos.

ETAPA 3 — CRIAR O PRODUTO DE VERDADE

Agora PRODUZA o produto.

Não entregue apenas um índice.

Crie os arquivos reais.

O produto principal deve resolver o problema prometido de forma prática e objetiva.

Escolha o formato mais adequado entre:

- PDF;
- workbook;
- checklist;

- planilha;
- templates;
- biblioteca de recursos;
- guia;
- combinação dos formatos acima.

Priorize UTILIDADE.

Não aumente artificialmente o número de páginas.

Crie apenas o que realmente ajuda o comprador a atingir o resultado.

Produza:

1. PRODUTO PRINCIPAL
2. GUIA RÁPIDO / COMEÇAR AQUI, caso necessário
3. materiais auxiliares necessários
4. checklists
5. templates ou planilhas, caso façam sentido.

Os arquivos devem ter títulos claros e aparência profissional.

ETAPA 4 — BÔNUS

Avalie se bônus realmente aumentam a utilidade da oferta.

Se fizer sentido, crie no máximo 3 bônus que complementem diretamente o produto principal.

Cada bônus deve:

- resolver uma objeção;
- acelerar o resultado;
- facilitar a execução;
- ou aumentar o valor percebido.

Não crie bônus apenas para aumentar a quantidade de arquivos.

Caso não sejam necessários, prossiga sem bônus.

Se forem criados, produza os arquivos reais.

ETAPA 5 — IDENTIDADE VISUAL

Defina uma identidade visual simples e consistente:

- cores;
- tipografia;
- estilo;
- direção visual;
- estética dos materiais.

Ela deve combinar com o público e com a transformação prometida.

ETAPA 6 — GERAR ASSETS COM HIGGSFIELD MCP

Agora use o HIGGSFIELD MCP para produzir os assets visuais reais.

IMPORTANTE:

Não apenas descreva como eles deveriam ser.

GERE OS ARQUIVOS.

Crie:

1. Capa principal do produto — 500x500
2. Mockup profissional do produto
3. Banner de checkout — proporção 960x288
4. Imagens necessárias para a página de vendas
5. Elementos visuais adicionais que aumentem a percepção de valor

Mantenha a mesma identidade visual em todos os assets.

Não coloque textos ilegíveis ou informações inventadas nas imagens.

Revise os resultados visualmente.

Se algum asset apresentar texto quebrado, composição ruim ou inconsistências, gere novamente.

ETAPA 7 — ESTRUTURA COMERCIAL

Agora organize a oferta final do produto.

Defina:

- preço;
- preço de ancoragem;
- descrição curta;
- descrição para checkout;
- headline;
- subheadline;
- benefícios principais;
- CTA;
- garantia;
- argumentos para reduzir objeções;
- resumo do que o comprador recebe.

O foco é vender UM ÚNICO PRODUTO PRINCIPAL.

Não crie Order Bumps.

Não crie Upsells.

ETAPA 8 — PÁGINA DE VENDAS

Escreva a página de vendas completa.

Estrutura:

1. headline;
2. subheadline;
3. problema;
4. identificação;
5. apresentação da solução;
6. transformação;
7. o que o cliente recebe;
8. demonstração visual do produto;
9. benefícios;
10. para quem é;
11. para quem não é;
12. bônus, caso existam;
13. ancoragem;
14. preço;
15. CTA;
16. garantia;
17. FAQ;
18. CTA final.

A copy deve ser simples, direta e específica.

Evite linguagem excessivamente agressiva ou promessas impossíveis.

Quando fizer sentido, use os assets gerados pelo Higgsfield na estrutura da página.

Além do texto, crie uma versão funcional da página de vendas em HTML/CSS/JS ou no formato mais adequado disponível neste ambiente.

A página deve ser responsiva para desktop e mobile.

Use placeholders claros somente para o link do checkout que eu cadastrarei manualmente depois.

ETAPA 9 — MATERIAL PARA CADASTRAR NA CAKTO

Eu farei o cadastro manualmente.

Portanto, crie um arquivo chamado:

“CONFIGURAÇÃO CAKTO”

Nesse arquivo coloque exatamente o que eu preciso copiar e colar:

PRODUTO PRINCIPAL

- Nome
- Preço
- Preço de ancoragem
- Descrição
- Texto do checkout
- CTA
- Garantia
- Arquivo que deve ser entregue
- Imagem 500x500
- Banner 960x288
- Link/pasta onde estão os arquivos
- Instruções de entrega

Organize tudo de forma prática para eu conseguir abrir a Cakto e cadastrar o produto rapidamente.

Não crie Order Bumps.

Não crie Upsells.

ETAPA 10 — CRIATIVOS

Crie uma pequena bateria inicial de anúncios.

Quero:

3 criativos em imagem.

Cada criativo deve utilizar um ângulo diferente:

CRIATIVO 1 — Problema/Dor

CRIATIVO 2 — Resultado/Transformação

CRIATIVO 3 — Curiosidade/Demonstração

Para cada um:

- conceito;
- hook;
- headline;
- texto principal;
- CTA;
- direção visual.

Depois USE O HIGGSFIELD MCP e gere os 3 criativos reais.

Formatos:

- 1080x1350 ou equivalente 4:5;
- legibilidade para Meta Ads;
- pouco texto;
- foco visual claro;
- sem informações inventadas;
- coerência com a página e com a identidade do produto.

Se considerar útil, crie também 1 conceito de vídeo UGC de 15–30 segundos e gere o material através do Higgsfield MCP.

ETAPA 11 — ORGANIZAÇÃO FINAL

Ao terminar, organize tudo em uma estrutura semelhante a:

/01_PRODUTO
/02_BONUS
/03_IDENTIDADE_VISUAL
/04_ASSETS_CHECKOUT
/05_PAGINA_DE_VENDAS
/06_CRIATIVOS
/07_CONFIGURACAO_CAKTO

Dentro das pastas, coloque os arquivos correspondentes.

Crie também um arquivo:

“LEIA-ME — OFERTA COMPLETA”

com:

- nome da oferta;
- público;
- promessa;
- preço;
- resumo do produto;
- conteúdo do produto;
- bônus, caso existam;
- estratégia da página;
- estratégia dos criativos;
- localização de cada arquivo.

CONTROLE DE QUALIDADE

Antes de finalizar, revise todo o projeto.

Verifique:

- se todos os arquivos realmente existem;
- se os PDFs abrem;
- se as imagens foram realmente geradas;
- se os nomes do produto são consistentes;
- se o preço está igual em todos os materiais;
- se a copy não promete algo que o produto não entrega;
- se os assets utilizam identidade visual consistente;
- se a página funciona em desktop e mobile;
- se os criativos estão legíveis;
- se os links e placeholders estão identificados;
- se nenhum arquivo importante está faltando.

Se encontrar algum problema, corrija antes de concluir.

REGRA FINAL

NÃO termine me dizendo apenas o que foi feito.

Trabalhe até que os materiais estejam realmente produzidos.

Não diga que criou um arquivo se esse arquivo não existir.

Não substitua execução por recomendações.

Não pare entre etapas para pedir confirmação.

Não crie Order Bumps.

Não crie Upsells.

Quando tudo estiver concluído, entregue:

1. resumo executivo da oferta;
2. estrutura do produto;
3. lista dos arquivos produzidos;
4. localização dos arquivos;
5. qualquer ponto que eu precise configurar manualmente na Cakto.

COMECE AGORA PELA ETAPA 1 E CONTINUE AUTOMATICAMENTE ATÉ A CONCLUSÃO DO PROJETO.