

ACEPI WEBINAR · 16 SET 2026

Tips & Tricks for Peak Season

Aquisição de Tráfego: Preparação e Ação para os grandes momentos de consumo online

Worten Portugal · Acquisition

Ricardo Avelino – Area Manager Worten

Reconhece isto?

A realidade de muitas equipes de marketing sem preparação para a Peak Season.

SITE EM BAIXO?!

STOCK ESGOTADO

O CPC DISPAROU

**ONDE ESTÁ O
BUDGET EXTRA?**

**CLIENTE A LIGAR
AGORA**

**PRECISO DISTO
ONTEM**

FEED COM ERROS

**QUEM APROVA
ISTO?!**

Nesta apresentação, mostramos como evitar isto — em 10 tips práticos.

1

Páginas SEO Peak Season - Ready

DESCRIÇÃO

Criar e atualizar páginas dedicadas ao evento com antecedência, para dar tempo de indexação e ganho de autoridade antes do pico de pesquisas.

IMPACTO

Tráfego orgânico já posicionado quando a procura dispara — sem depender só de Paid no dia.

TOOLS UTILIZADAS

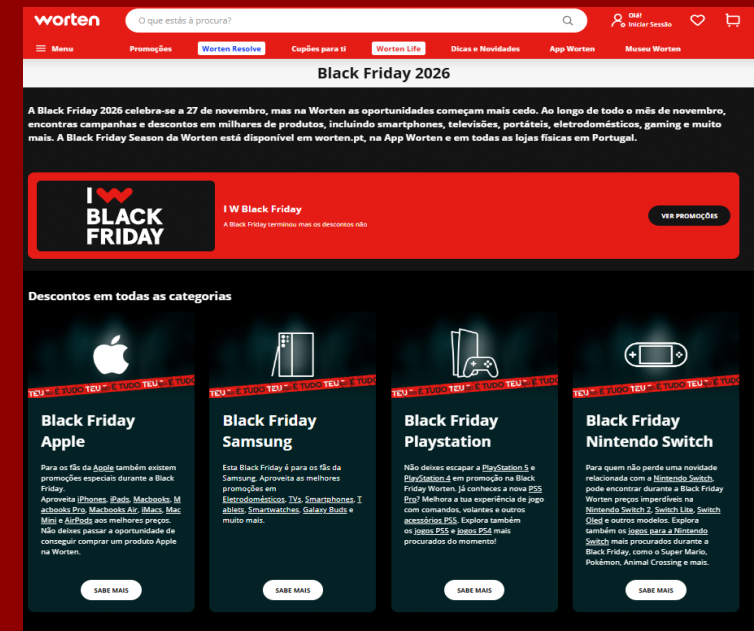
Semrush

Search Console

Claude

EXEMPLO ILUSTRATIVO

Página de campanha Worten.pt — Black Friday



2

Checklist de Higienização das Contas de Ads

DESCRIÇÃO

Validar pixels/eventos, nomenclatura de campanhas, audiências e integrações em todas as plataformas antes do arranque do pico. Um LLM como o Claude pode acelerar este processo — auditar naming em massa, cruzar exports de várias plataformas e sinalizar inconsistências.

IMPACTO

Zero tempo perdido a corrigir tracking ou naming já com o tráfego a subir — dados fiáveis desde o dia 1.

TOOLS UTILIZADAS

Meta Ads

Google Ads

TikTok Ads

Claude

EXEMPLO ILUSTRATIVO

Checklist de higienização pré-pico (exemplo genérico)

- ✓ Pixel Meta a disparar eventos corretos
- ✓ Conversões Google Ads sem discrepâncias
- ✓ Naming de campanhas consistente
- ✓ Audiências atualizadas e sem sobreposição
- ✓ Feed/catálogo sincronizado nas plataformas
- ✓ Tags de tracking validadas (GTM)

3 Higienização do Feed (GMC)

DESCRIÇÃO

Validar atributos críticos do feed — preço, sale_price, disponibilidade, imagens, badges de desconto — antes do arranque das promoções. Um LLM como o Claude pode ajudar a gerar e validar campos em massa a partir dos URLs das PDPs.

IMPACTO

Evita suspensão de produtos em Google Shopping logo no arranque do pico.

TOOLS UTILIZADAS

Google Merchant Center

Claude

EXEMPLO ILUSTRATIVO

Painel de correções do feed (exemplo genérico, dados fictícios)

! Atributo obrigatório em falta

Alto +120k cliques

! Preço desatualizado vs. site

Médio +18k cliques

! Imagem com resolução baixa

Baixo +2k cliques

! Disponibilidade não sincronizada

Médio +9k cliques

4

Arquitetura de Dados Ligada a LLMs

DESCRIÇÃO

Ter as fontes de dados (Google Ads, Meta Ads, Funnel, Awin, GSC) já ligadas ao Claude via conectores/MCP, combinadas com automações e agentes já construídos (auditoria de QS, negatificação de search terms, saturação de budget, brand bidding monitor, projeção mensal, feed updater, entre outros), para que qualquer análise ou ação possa ser pedida em segundos.

IMPACTO

Decisões e ações tomadas em minutos em vez de horas, precisamente quando a velocidade de reação vale mais dinheiro.

TOOLS UTILIZADAS

Claude (MCP)

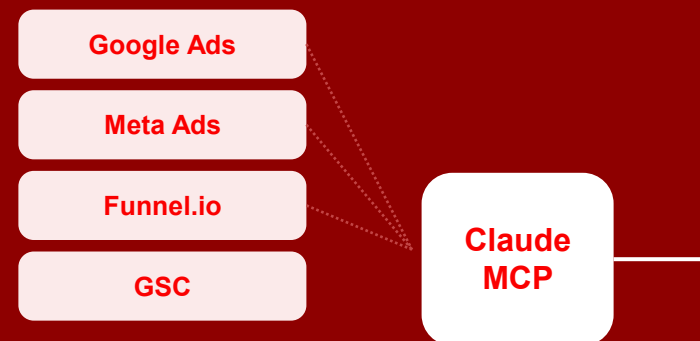
Funnel.io

Google Ads

Meta Ads

EXEMPLO ILUSTRATIVO

Arquitetura de dados → LLM (esquema genérico)



Skills & automações

Auditoria QS · Negatificação · Saturação · Reports · Projeções

→ Ação em segundos

5

Demand-Led Budget (Search & Shopping)

DESCRIÇÃO

Preparar campanhas de Search e Shopping para seguir a procura em vez de um budget fixo diário — assegurando bids, orçamentos e IS Lost Budget monitorizados para não perder impressões nos picos de procura horária. O Claude pode apoiar com projeções de EoD/EoM não-lineares baseadas em curvas de spend, para antecipar necessidades de budget em tempo real.

IMPACTO

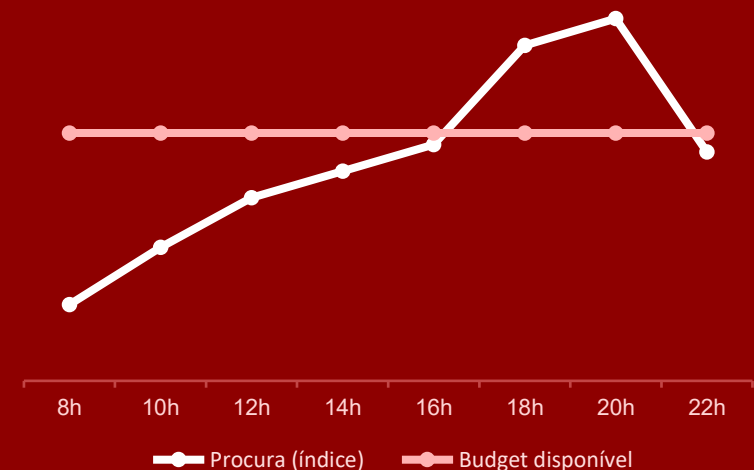
Captura o pico de procura real em vez de ficar limitado por um teto de budget desenhado para um dia normal.

TOOLS UTILIZADAS

[Google Ads \(Search & Shopping/PMax\)](#)[Claude](#)

EXEMPLO ILUSTRATIVO

Procura horária vs. budget fixo (dados fictícios)



Levantamento de Tendências de Procura

6

EXEMPLO ILUSTRATIVO

Tendências de pesquisa por categoria (exemplo genérico)

categoria X — modelo novo ▲ +340%

marca Y — edição limitada ▲ +210%

acessório Z compatível ▲ +165%

categoria W — outlet ▲ +98%

produto V — comparativo ▲ +72%

DESCRIÇÃO

Identificar por categoria o que está em alta nas pesquisas (produtos, marcas, termos emergentes) durante a peak season, para ajustar campanhas, feed e conteúdo em tempo real à procura real. O Claude pode cruzar dados de tendências com o catálogo para sinalizar oportunidades rapidamente.

IMPACTO

Campanhas e stock em destaque alinhados com o que os consumidores procuram naquele momento, não com previsões estáticas.

TOOLS UTILIZADAS

Semrush

Claude

Implementação Acelerada via MCPs / Templates CSV

7

EXEMPLO ILUSTRATIVO

Manual vs. implementação acelerada (exemplo genérico)

PROCESSO MANUAL

~30min por alteração

MCP / TEMPLATE CSV

~5 min por alteração

Ferramentas

Google Ads Editor

Meta Ads MCP

DESCRIÇÃO

Ter fluxos de implementação prontos — via MCP (ex: Zapier, Google Ads, Meta Ads) ou templates CSV pré-formatados (naming, negativas, campanhas) — para executar alterações em massa sem trabalho manual repetido, mesmo sob pressão de tempo.

IMPACTO

Alterações que normalmente demorariam horas em modo manual passam a minutos, mesmo em pleno caos operacional do pico.

TOOLS UTILIZADAS

Claude (MCP)

Zapier

Google Ads Editor

Meta Ads MCP

Acompanhamento de Vendas em Tempo Real

8

EXEMPLO ILUSTRATIVO

Top produtos em tempo real (dados fictícios)

- 1 Smartphone modelo A
- 2 Televisor 55" modelo B
- 3 Aspirador robô modelo C
- 4 Auscultadores modelo D
- 5 Consola modelo E

DESCRIÇÃO

Monitorizar sessions, revenue e ROAS por canal ao longo do dia (não apenas EoD) para redirecionar budget e esforço para onde a procura está a converter melhor, ainda a tempo de fazer diferença.

IMPACTO

Realocação de budget intra-dia captura upside que uma análise só ao fim do dia perderia.

TOOLS UTILIZADAS

Funnel.io

Google Ads

GA4

Claude

Espionagem de Concorrência (Meta Ad Library)

9

EXEMPLO ILUSTRATIVO

Criativos ativos na Meta Ad Library (marcas fictícias)

Concorrente A

Cupão -15% em eletrônica

24 anúncios ativos

Concorrente B

Portes grátis sem mínimo

17 anúncios ativos

Concorrente C

Bundle gaming com desconto

12 anúncios ativos

DESCRIÇÃO

Monitorizar criativos, mensagens e ofertas que a concorrência está a correr durante a peak season através da Meta Ad Library, para identificar movimentos e ajustar posicionamento em tempo real.

IMPACTO

Deteção rápida de promoções ou ângulos de comunicação da concorrência, permitindo resposta ágil em vez de reativa dias depois.

TOOLS UTILIZADAS

Meta Ad Library

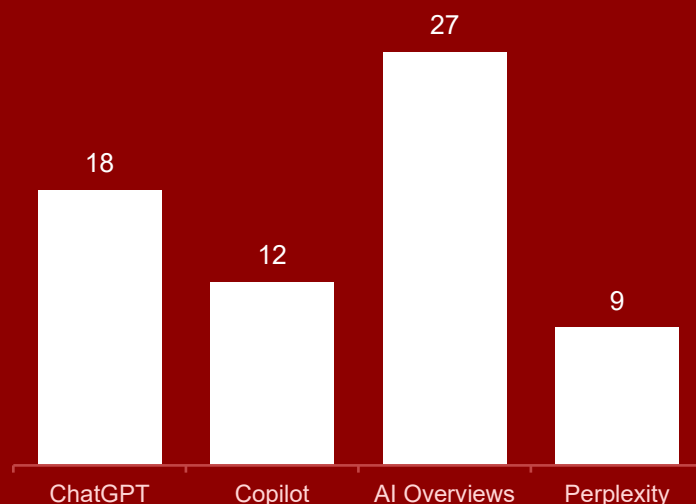
Claude

Monitorização de Visibilidade em AI Search (GEO)

10

EXEMPLO ILUSTRATIVO

Taxa de citação por plataforma AI (dados fictícios)



DESCRIÇÃO

Acompanhar se a nossa Marca está a ser citada em ChatGPT, Copilot e AI Overviews para pesquisas de produtos em promoção — um canal de descoberta que ganha peso e que a maioria do retalho ainda não monitoriza ativamente.

IMPACTO

Antecipa a próxima fronteira de aquisição de tráfego, garantindo presença de marca onde a procura já está a começar a migrar.

TOOLS UTILIZADAS

[Bing Webmaster Tools](#)[Similarweb](#)[Claude](#)