

Seu curso não vende pelo anúncio? Veja em qual etapa ele trava.

Do anúncio até o aluno pagar são 7 etapas. Aqui está o número de referência de cada uma, de onde ele veio, o que é ruim, ok e bom, e o que fazer quando a etapa está ruim.

- 7 etapas
- Cada número com fonte
- Ruim · ok · bom
- O que fazer em cada uma
- Caso real

O erro mais comum: trocar o anúncio quando o problema está na página, ou mexer na página quando o problema está no anúncio. Olhe etapa por etapa, de cima para baixo, e conserte a primeira que estiver ruim.

O caminho do aluno

- Vê o anúncio
- Clica
- Página
- Pagamento
- Compra
- Leva um extra
- Fica (não pede reembolso)

Vende com aula grátis ou grupo antes? Entre a página e a compra existe um cadastro. Ele aparece na etapa 3 e na 4.

Um caso real, etapa por etapa

Funil de um produto de entrada, acompanhado por mim · publicado no meu Instagram em 13/10/2026

O custo por venda mais que dobrou em 3 meses. O primeiro impulso era trocar o anúncio.

Custo por venda em junho	Custo por venda em setembro
R\$ 39,91	R\$ 100,47

Olhando etapa por etapa, o anúncio estava normal. Quem travava era a **página**: de cada 100 pessoas que chegavam nela, só 8,18 iam para o pagamento. A referência que eu uso é 15.

Página nova no ar. No 1º dia, a passagem para o pagamento foi de 8,18% para 33,33% e o custo por venda caiu de R\$ 125,18 para R\$ 79,21. É 1 dia de dado: a regra é reavaliar em 7 e em 30 dias.

Moral: sem olhar as etapas, o dinheiro teria ido para anúncio novo, e o problema continuaria na página.

As 7 etapas

Os números de anúncio valem para Instagram e Facebook. Os de fora do Brasil estão marcados.

1

Taxa de clique

De cada 100 pessoas que veem o anúncio, quantas clicam. No Gerenciador: "CTR (taxa de cliques no link)".

MEU NÚMERO

3,4%

Anúncio em vídeo que traz professores para um cadastro, 16 a 21/10/2026, 3.923 exibições.

REFERÊNCIA PÚBLICA

1,74% a 2,70%

Média de anúncios de educação (1,74%) e de todos os anúncios de cadastro (2,70%), Estados Unidos, LocaliQ/WordStream 2026 [1].

● RUIM

abaixo de 1,7%

● OK

1,7% a 2,7%

● BOM

acima de 2,7%

Faixas tiradas das duas médias da referência pública [1].

Se estiver ruim: o problema é o anúncio. Troque a primeira frase e a imagem, fale da dor do seu aluno com as palavras dele e teste formatos diferentes (vídeo, imagem, story). Suba mais de um anúncio novo por vez [3].

2

Custo por clique

Quanto você paga por cada pessoa que clica. No Gerenciador: "CPC (custo por clique no link)".

MEU NÚMERO

R\$ 2,05

Mesmo anúncio da etapa 1: R\$ 205,46 por 100 cliques.

REFERÊNCIA PÚBLICA

R\$ 1,00 a R\$ 2,00

Média de infoprodutos e cursos online no Brasil em 2026; a faixa comum vai de R\$ 0,60 a R\$ 3,50 (Trafius [2]). O curso Shark Crew usa teto de R\$ 4 para público aberto [4].

● RUIM

acima de R\$ 4

● OK

R\$ 2 a R\$ 4

● BOM

até R\$ 2

Bom = dentro da média brasileira [2]; ruim = acima do teto do Shark Crew [4].

Se estiver ruim: clique caro vem de pouca gente clicando (volte à etapa 1) ou de público pequeno demais. Abra o público (idade, região, interesses) e confira se o anúncio está no formato certo para feed, story e reels [3].

3

Conversão da página

De cada 100 pessoas que chegam na página, quantas vão para o pagamento (página de vendas) ou se cadastram (página de aula grátis).

MEUS NÚMEROS · PÁGINA DE VENDAS → PAGAMENTO

15%

A referência que eu uso. No caso real acima: 8,18% na página antiga, 31,85% em outro projeto meu com 30 dias no ar, 33,33% no 1º dia da página nova (post de 13/10/2026).

PÁGINA DE CADASTRO

8,4%

Metade das páginas de educação converte mais que 8,4% (Unbounce, relatório 2024, fora do Brasil [5]). No meu formulário para professores: 30% (27 cadastros em 90 visitas, outubro de 2026).

● RUIM

vendas < 15% · cadastro < 8,4%

● OK

15% a 30% · 8,4% a 30%

● BOM

vendas > 30% · cadastro > 30%

Ruim = abaixo da minha referência (vendas) e da mediana da Unbounce (cadastro) [5]. Bom = o que o meu melhor projeto e o meu formulário fizeram.

Se estiver ruim: o anúncio trouxe a pessoa e a página não convenceu. Confira se a promessa da página é a mesma do anúncio, se o botão de compra aparece logo e mais de uma vez, se tem prova (aluno, resultado, você ensinando) e se a página abre rápido no celular. Isso vem antes de qualquer troca de anúncio [3].

4

Do cadastro à compra

Só para quem vende depois de uma aula grátis, grupo ou material. De cada 100 cadastros, quantos compram.

REFERÊNCIA

Não há número público confiável

Procurei e não achei uma pesquisa séria com essa taxa. Muda demais com o valor do curso e com o que acontece entre o cadastro e a oferta. Por isso, aqui a régua é a sua conta, não a média.

A CONTA

% mínimo = custo do cadastro ÷ o que sobra da venda

Exemplo: cadastro a R\$ 8 e curso de R\$ 97 que deixa R\$ 85,79 depois da taxa da Kiwify. Precisa comprar pelo menos 9,3 de cada 100. A calculadora de preço e custo faz essa conta.

● RUIM

abaixo do mínimo

● OK

no mínimo

● BOM

acima do mínimo

Se estiver ruim: o cadastro está vindo, mas a venda não. Olhe o caminho até a oferta: quanto tempo passa, quantos assistem à aula, se a oferta aparece com clareza. Mande lembrete por WhatsApp e e-mail para quem se cadastrou e não comprou [3].

5

Custo por venda

Quanto de anúncio você gasta, em média, para sair 1 venda. No Gerenciador: "custo por compra".

MEU NÚMERO

R\$ 39,91 → R\$ 100,47

O mesmo funil do caso real, de junho a setembro de 2026. Com a página nova: R\$ 79,21 no 1º dia (post de 13/10/2026).

A RÉGUA

O que sobra da venda depois da taxa

Não existe custo por venda bom para todo mundo: R\$ 80 é ótimo para um curso de R\$ 297 e prejuízo para um de R\$ 47. O teto é o que fica com você depois da taxa da plataforma, contando os produtos extras [6].

● RUIM

acima do teto

● OK

perto do teto

● BOM

bem abaixo do teto

Se estiver ruim: o custo por venda é a soma das etapas 1 a 4. Ache qual delas está ruim e conserte essa. Se todas estão ok e mesmo assim não fecha, o problema é o valor: suba o preço ou junte um produto extra (etapa 6). E não julgue cedo: só tire conclusão depois de gastar 3 vezes o custo por venda e ter 5 vendas no mesmo período [6].

6

Produtos extras

De cada 100 compradores, quantos levam o extra no carrinho (order bump) e quantos levam o extra oferecido logo depois da compra (upsell).

REFERÊNCIA PÚBLICA

15% a 30% no carrinho · 5% a 15% depois

Metas para produto de entrada: um bom extra no carrinho aumenta de 20% a 40% o valor médio de cada compra (Panda Video, 2026 [7]).

● RUIM

carrinho < 15% · depois < 5%

● OK

15% a 30% · 5% a 15%

● BOM

carrinho > 30% · depois > 15%

Faixas = as metas da Panda Video [7].

Se estiver ruim: o extra precisa completar o curso (um modelo pronto, uma aula a mais, um material de apoio), não ser outro assunto. Use um extra só no carrinho: mais de um confunde quem tem mais de 35 anos. A referência do método que eu uso é um extra de até 20% do valor do curso [3].

7

Reembolso

De cada 100 vendas, quantas pedem o dinheiro de volta.

A REGRA

7 dias, por lei

Quem compra pela internet pode desistir em até 7 dias e receber tudo de volta (Código de Defesa do Consumidor, art. 49 [8]). As plataformas seguem essa garantia mínima.

REFERÊNCIA PÚBLICA (FRACA)

até 2% forte · 2% a 5% média

Guia para produtos digitais e apps, fora do Brasil, sem a pesquisa por trás (Adapty [9]). Não achei número brasileiro confiável para curso.

● RUIM

acima de 5%

● OK

2% a 5%

● BOM

até 2%

Faixas do guia [9]; use como alerta, não como meta.

Se estiver ruim: ou o curso não entregou o que a página prometeu, ou a página atraiu o aluno errado. Deixe claro para quem é e para quem não é, melhor o suporte nos primeiros dias e, se o curso inteiro é liberado de uma vez, segure os bônus para depois dos 7 dias [3].

Tudo numa tabela

Etapa	Ruim	Ok	Bom	Fonte
1. Taxa de clique	< 1,7%	1,7–2,7%	> 2,7%	[1]; meu: 3,4%
2. Custo por clique	> R\$ 4	R\$ 2–4	≤ R\$ 2	[2] [4]; meu: R\$ 2,05
3. Página de vendas → pagamento	< 15%	15–30%	> 30%	meu (13/10)
3. Página de cadastro	< 8,4%	8,4–30%	> 30%	[5]; meu: 30%
4. Cadastro → compra	mínimo = custo do cadastro ÷ sobra da venda			conta [6]
5. Custo por venda	teto = o que fica depois da taxa, com os extras			conta [6]
6. Extra no carrinho	< 15%	15–30%	> 30%	[7]
6. Extra depois da compra	< 5%	5–15%	> 15%	[7]
7. Reembolso	> 5%	2–5%	≤ 2%	[9], fraca

Como usar

- Abra o Gerenciador de Anúncios e o painel da plataforma no mesmo período (7 dias, no mínimo).
- Anote o seu número em cada etapa e marque ruim, ok ou bom.
- Conserte só a primeira etapa ruim, de cima para baixo. Mexer em duas ao mesmo tempo esconde o que funcionou.
- Espere a amostra: com menos de 5 vendas, ainda é sorte ou azar [6].
- O produto de entrada não precisa dar lucro sozinho. Um produto de R\$ 47 foi a porta de entrada de um projeto de mais de R\$ 500 mil (post de 20/10/2026). O que fecha a conta são os extras e o curso seguinte.

Fontes

- LocaliQ / WordStream, Facebook Advertising Benchmarks 2026 (EUA), atualizado em 23/09/2026: localiq.com/blog/facebook-advertising-benchmarks
- Trafius, CPC médio no Meta Ads Brasil 2026: trafius.com.br/blog/cpc-medio-meta-ads-brasil-2026
- Grimório dos Perpétuos, matriz de diagnóstico de funil de curso vendido direto, que eu uso nas análises.
- Curso Shark Crew (Victor Costa), aula de diagnóstico de campanha: teto de custo por clique.
- Unbounce, Conversion Benchmark Report 2024, educação: unbounce.com/conversion-benchmark-report/education-conversion-rate
- Conta que eu uso com clientes: ponto de equilíbrio = o que sobra depois da taxa; amostra mínima de 3 vezes o custo por venda e 5 vendas. Faça a sua na [calculadora de preço e custo](#).
- Panda Video, Low Ticket Funnel (18/03/2026): pandavideo.com/blog/low-ticket-funnel
- Código de Defesa do Consumidor, art. 49: planalto.gov.br/ccivil_03/leis/l8078compilado.htm
- Adapty, Refund rate metrics and benchmarking: adapty.io/blog/refund-rate-metrics-and-benchmarking

"Meu número" = medido por mim em campanhas e funis que eu acompanho, já publicado no meu Instagram ou medido na minha própria campanha. Números consultados em 22/10/2026.

Achou a etapa que trava?

Página, anúncio, extras: isso eu monto e acompanho; você só grava. Se quiser olhar os números do seu curso comigo, marque um diagnóstico de 20 minutos.

Marcar o diagnóstico de 20 min

raiox.oefeitodomino.com.br/professor