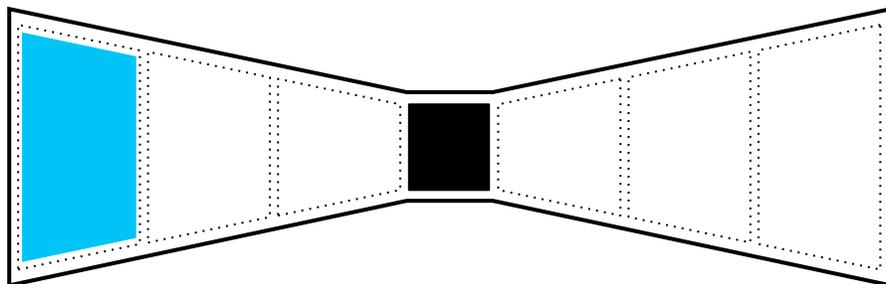




## RELATÓRIO DE PESQUISA

# MARKETING ASSISTIDO POR IA: MENSAGEM E CONTEÚDO

*Por Jim Hopkins, Arquiteto de Receita na Winning by Design*



# Marketing Assistido por IA: Mensagem e Conteúdo

Por Jim Hopkins, Arquiteto de Receita na Winning by Design

## *Pesquisa conduzida no segundo trimestre de 2025*

### **Resumo da pesquisa**

Esta pesquisa explora o estado atual e futuro do marketing assistido por IA, com foco específico na criação de mensagens e conteúdo. Apresentamos as capacidades da IA nesse campo, sua relevância para o crescimento, como implementá-la na estratégia de marketing e quais fornecedores considerar como parceiros nessa jornada.

*Para quem deseja implementar essas abordagens, a versão completa inclui uma comparação entre fornecedores e um modelo de RFP pronto para uso, disponível para assinantes do Winning by Design Advisory Access.*

### **Visão do CEO**

O manual de geração de pipeline utilizado pelas equipes de marketing desde os anos 2010 tornou-se obsoleto, ineficaz e caro demais para se manter. Isso se reflete no aumento constante dos custos por lead e por ARR desde 2022.

A IA pode reduzir o tempo e o custo de execução dos programas existentes. Mas o verdadeiro potencial está na ampliação de alcance e volume por meio de iniciativas lideradas por IA. Já observamos implementações orquestradas e automatizadas que demonstram esse potencial revolucionário.

Com o fim da era do crescimento a qualquer custo e considerando que marketing é historicamente um dos maiores orçamentos da estratégia de entrada no mercado (GTM), empresas que não utilizarem IA continuarão gastando mais e crescendo menos que suas concorrentes. À medida que as soluções de marketing assistido por IA se aproximam da automação verdadeira — entregar a mensagem certa, na hora certa, no canal certo, para a pessoa certa — aquelas que não se prepararem ficarão irremediavelmente para trás.

## Insights estratégicos

Dada a ampla gama de responsabilidades do marketing, é sensato focar os investimentos iniciais em IA nas tarefas e programas que geram maior impacto tangível e prioritário: construção de consciência de marca e pipeline. De forma geral, os esforços de marketing nessas áreas se concentram em:

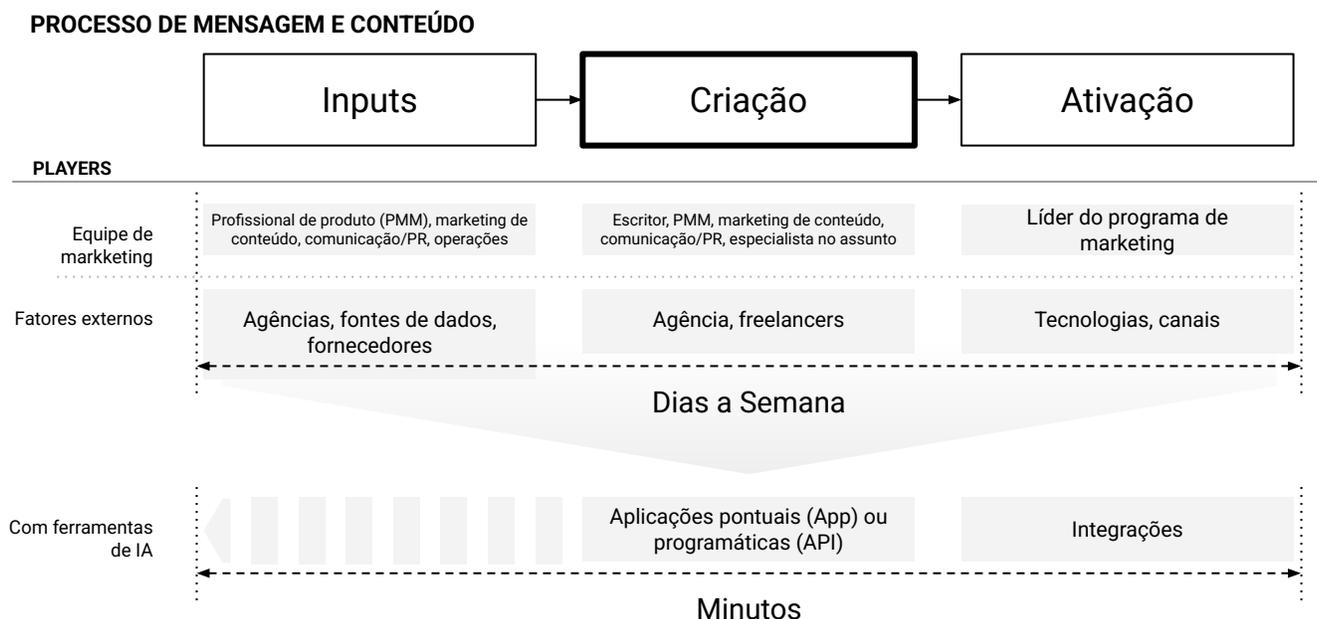
1. **Canais pagos** - publicidades, eventos, patrocínios etc.
2. **Canais próprios** - sites, redes sociais orgânicas, e-mails, etc.
3. **Canais conquistados** - assessoria de imprensa, SEO, analistas, sites de avaliação, comunidades etc..

O elemento central em todos esses canais é **mensagem e conteúdo**. As plataformas de IA para marketing já reconhecem essa importância e priorizaram esse aspecto em suas ofertas iniciais. Por isso, este relatório foca no uso da IA para apoiar equipes de marketing na criação e entrega de mensagens e conteúdo entre canais.

Criação de mensagens e conteúdo envolve profissionais de produto, marca, comunicação e conteúdo. Eles traduzem os valores, a visão e a estratégia da empresa em formatos que chamam a atenção dos perfis ideais de cliente (ICPs). Uma mensagem eficaz sinaliza que

1. A empresa compreende as dores do cliente; e
2. empresa tem soluções que ajudam a resolvê-las e gerar o impacto desejado.

Tradicionalmente, esse trabalho exigia tempo e recursos em processos como o da Figura 1:



*Figura 1. Processos legados de desenvolvimento de mensagem e conteúdo levam dias ou semanas. A IA promete reduzir partes desse processo para minutos.*

A maioria das soluções de marketing com IA disponíveis atualmente começou focando na etapa de “Criação” do processo. A IA assume o papel que normalmente seria desempenhado por um redator, freelancer ou agência. Ela consegue gerar um rascunho de mensagem ou conteúdo em questão de segundos – algo que levaria dias ou até semanas para ser produzido por humanos.

Os fornecedores desse setor desenvolveram aplicativos, fluxos de trabalho e assistentes que facilitam a solicitação de tarefas específicas de escrita, organizadas por formato – como blogs, white papers, postagens em redes sociais, descrições de produtos, entre outros.

***A IA é capaz de gerar um rascunho de mensagem e conteúdo em questão de segundos – em contraste com os dias ou semanas que esse trabalho levaria com intervenção humana.***

Avaliar a qualidade de mensagens e conteúdo pode ser algo subjetivo. Ainda assim, há consenso de que os insumos e instruções fornecidos têm papel decisivo na qualidade do resultado — tanto para humanos quanto para a IA. Por isso, as plataformas de marketing com IA incluem recursos para definir esses elementos desde o início, acelerando o processo criativo e, ao mesmo tempo, garantindo qualidade:

- **Parâmetros de voz da marca** – incluindo estilo, formato, palavras-chave ou expressões específicas
- **Modelos de persona** – formato e processo para desenvolver descrições de ICPs (perfis ideais de cliente) e personas que servem de base para a criação de mensagens
- **Processo de pesquisa** – procedimento padronizado para realizar pesquisas independentes sobre o mercado-alvo e incorporá-las ao conteúdo
- **Modelos de conteúdo** – abordagens padronizadas para criação de diferentes tipos de materiais, incluindo documentos internos (ex.: cartões de conversa, documentos de posicionamento, briefings criativos) e materiais voltados ao público externo (ex.: postagens de blog, histórias de clientes, descrições de produtos)

Nesse contexto, existem **três níveis de execução** nos quais equipes de marketing podem adotar soluções de mensagens e conteúdo com IA:

1. **Assistiva** – Torna profissionais como PMMs e redatores mais produtivos, ao assumir a tarefa de escrita com base nos insumos fornecidos por eles. O conteúdo gerado pode então ser refinado e ativado em canais específicos. Estima-se um ganho de 3 a 5 vezes em produtividade, com redução de custos.
2. **Orquestrada** – Potencializa programas ou canais inteiros ao criar um fluxo integrado de produção de mensagens e conteúdo em escala.
  - Um caso comum é o de programas de nutrição por e-mail, que utilizam grandes conjuntos de dados para gerar mensagens personalizadas e relevantes, entregues ao público-alvo.
  - Outro exemplo envolve a análise e recomendação de estratégias de SEO, com um cronograma contínuo de criação de conteúdo, seguido da produção e publicação automatizadas via integração.  
Essa abordagem permite ganhos exponenciais, com estudos apontando aumento de 5 a 10 vezes na produtividade/pipeline, além de redução significativa de custos.

3. **Autônoma (Automação de Marketing Real):** As soluções de IA passam a assumir todo o processo de criação e entrega de mensagens e conteúdo, com ferramentas mais avançadas para desenvolver insumos e ativar/distribuir automaticamente os materiais gerados. Essa abordagem representa a concretização da antiga visão de automação de marketing. Diferente das ferramentas tradicionais — limitadas a bancos de dados de leads e campanhas de e-mail — a automação com IA é capaz de organizar sinais, analisá-los e decidir de forma autônoma quais mensagens enviar, quando e por quais canais, com mínima intervenção humana. Embora esse tipo de uso ainda esteja em estágio de visão ou roteiro de desenvolvimento, ele promete transformar radicalmente o marketing, entregando ganhos logarítmicos de produtividade e economia.

A maioria dos fornecedores analisados nesta pesquisa oferece aplicativos ou plataformas — e até testes gratuitos — com benefícios no modelo assistivo. Esses apps permitem que os profissionais de marketing usem fluxos de trabalho para fornecer insumos e instruções, levando a IA a gerar conteúdos com base em um formato ou canal específico. Embora vários fornecedores tenham relatado casos em que clientes exploraram os benefícios da automação orquestrada, isso ainda exige um grau significativo de configuração manual, integração com outras soluções e acompanhamento humano. Na maioria dos casos, a IA atua apenas como o mecanismo de escrita dentro do fluxo, com insumos vindos de fontes de dados ou sistemas, e ativação realizada por meio de plataformas de e-mail, ferramentas de automação de marketing ou sistemas de gerenciamento de conteúdo. Média de mercado: o marketing de conteúdo representa cerca de 25% do orçamento total de marketing, com custos de redação ou agências variando de US\$ 5 mil a US\$ 50 mil por mês, dependendo do porte e da demanda. Com uma solução de IA nas mãos de um grupo estratégico de profissionais, estima-se uma economia imediata de 90 a 95%. E quando se calcula o tempo economizado, é importante considerar não apenas o tempo de criação, mas também o tempo de espera. Com ciclos mais rápidos de produção e revisão, a pesquisa aponta que programas assistidos por IA podem facilmente dobrar a quantidade de conteúdos e campanhas executadas (2x). Outras pesquisas e relatos de clientes destacam melhorias na qualidade do engajamento e nas taxas de conversão, graças à maior capacidade de personalização e direcionamento em escala. Considerando isso, estima-se que as taxas de conversão possam aumentar em média 40% ao se utilizar mensagens e conteúdos assistidos por IA com maior precisão.

À medida que o marketing assistido por IA amadurece, outras áreas da função de marketing também tendem a ser impactadas. Embora este relatório foque especificamente em mensagem e conteúdo, diversos fornecedores oferecem soluções que exploram outras tarefas do marketing. A IA tem potencial para apoiar diversos casos de uso, incluindo:

- **Estratégia** – priorização, segmentação, definição de metas, orçamento e medição de desempenho
- **Geração de demanda** – planejamento de campanhas, planejamento de mídia, otimização criativa, interações e engajamentos automatizados
- **Captação de demanda** – substituição de formulários, gestão de base de leads, pontuação e roteamento
- **Habilitação** – treinamento, certificação, feedback, voz do cliente, gestão de recursos/documentos

Algumas equipes de marketing B2B também são responsáveis pela prospecção, o que pode envolver o uso de agentes de IA para geração de leads inbound e outbound (ver “AI SDR Agents Research”). Isso pode exigir a adaptação dos mecanismos de captação, a configuração da presença digital e o redirecionamento do fluxo de leads para acomodar o uso desses agentes.

O futuro pode incluir presenças digitais mais autônomas, com agentes de IA substituindo o antigo modelo de sites tipo “brochura” ou repositórios estáticos de conteúdo – agindo como concierges digitais em canais controlados pelo marketing.

Atualmente, a maturidade da IA no marketing está no estágio 2 (ver figura), substituindo principalmente funções antes realizadas por agências, consultores ou freelancers.

## Insights práticos: implementação

### Identificando oportunidades

Dentro do foco inicial na subdisciplina de mensagem e conteúdo, há diversas possibilidades para testar e implementar a IA. Comece trabalhando com as lideranças dessas áreas para avaliar o estado atual de programas e ativos:

- Existem lacunas – mensagens desatualizadas ou ausentes, canais ou formatos sem conteúdo?
- Há áreas de desempenho fraco – como um canal com baixa taxa de engajamento ou um ICP que não converte bem?

Existem métodos ou níveis de personalização desejados que a equipe ainda não conseguiu testar por limitações de tempo ou orçamento? Considere testar uma ou mais funcionalidades de análise e recomendação de conteúdo das soluções de IA para verificar se elas conseguem identificar oportunidades com base em concorrentes, palavras-chave, padrões de tráfego, SEO, estilo etc. Também é possível realizar uma pesquisa interna, com questionários ou entrevistas com membros da equipe, para descobrir lacunas ou oportunidades de mensagens e conteúdo que ainda não tenham sido mapeadas. A seguir, apresentamos exemplos de atividades específicas de mensagem e conteúdo nas quais a IA pode gerar impacto real:

<b>Categoria</b>	<b>Antes da IA</b>	<b>Depois da IA</b>
<b>Mensagem institucional (pontual)</b>	Workshops de marca, entrevistas com stakeholders e revisões iterativas para definir posicionamento, tom e voz. Limitado por tempo e alcance.	Síntese automatizada de insumos, modelagem instantânea de tom/voz e geração dinâmica de guias de marca. Várias opções produzidas e iteradas rapidamente.
<b>Mensagens de Produto e Documentação</b>	Redatores e gerentes de produto elaboram textos com revisão de especialistas (SMEs), muitas vezes com atraso ou lacunas.	IA treinada com materiais do produto gera mensagens e documentos voltados ao usuário com base em prompts dos especialistas. Mais áreas cobertas com menos esforço.
<b>Conteúdo para Geração de Demanda</b>	Redatores e estrategistas criam blogs, eBooks e webinars manualmente, limitados por orçamento, prazos e equipe.	Ideias, esboços e rascunhos gerados rapidamente e a baixo custo. Diversas versões por segmento, setor, persona, região etc.
<b>Criativos de Campanha</b>	Sessões de brainstorming, briefs criativos enviados a agências e longos ciclos de revisão.	A IA sugere temas, manchetes, elementos visuais e variações em minutos, viabilizando testes rápidos – sem necessidade de agência.

<b>Categoria</b>	<b>Antes da IA</b>	<b>Depois da IA</b>
<b>Conteúdo para SEO e Website</b>	Pesquisa de palavras-chave, redação lenta de conteúdo otimizado e testes A/B manuais. Difícil manter o calendário de produção para obter resultados.	IA gera automaticamente conteúdo otimizado com base em palavras-chave e intenção do público. Testa variações e se adapta dinamicamente.
<b>Programas de E-mail</b>	Ciclos longos de redação, aprovação e testes. Personalização limitada, baseada em segmentos amplos e tokens.	IA redige e-mails de nutrição, promoções e gatilhos com base em padrões de comportamento e dados de desempenho. Personalização 1:1 em escala.
<b>Mídias Sociais (orgânico)</b>	Calendários criados manualmente; equipe limitada para posts oportunos ou reativos.	IA agenda e redige postagens sociais com variações por plataforma e público, ajustando tom automaticamente.
<b>Relações Públicas e Liderança de Pensamento</b>	Executivos ou ghostwriters gastam horas escrevendo artigos e entrevistas. Dificuldade em escalar. Redações de última hora sob pressão.	IA gera esboços e conteúdos em voz autêntica com base em tópicos ou escritos anteriores. Permite organizar e agendar conteúdos com antecedência.
<b>Mensagens de Prospecção (Outreach)</b>	Equipes SDR ou de marketing criam scripts e acompanhamentos manualmente, com ciclos de teste A/B limitados.	IA personaliza mensagens por segmento ou indivíduo com base em dados firmográficos e comportamentais, e testa variações automaticamente.
<b>Conteúdo de vendas/habilitação</b>	Representantes dependem de slides e folhetos criados pelo marketing, com atualizações lentas.	IA gera materiais atualizados e específicos por segmento ou persona com base em necessidades e dados de entrada.

*Tabela 1. Tarefas de mensagem e conteúdo antes e depois da IA*

Depois de identificar uma oportunidade, é possível começar a planejar como aplicar uma solução de IA para resolvê-la.

## Pessoas

As áreas de Marketing de Produto e/ou Marketing de Conteúdo são geralmente as principais responsáveis por mensagens e conteúdo, com alguma participação das equipes de Marca, Comunicação e Relações Públicas.

Os líderes dessas equipes devem conduzir os testes com soluções de IA, em colaboração com a liderança de marketing, operações e outras áreas, para configurar fluxos de trabalho mais orquestrados ou automatizados, medir o desempenho e explorar casos de uso com maior potencial de transformação.

Nos casos de uso assistivos, a IA funciona como uma assistente ou copiloto. A equipe precisa reunir e conectar os insumos, atuando como estrategistas, editores ou diretores criativos. A IA ajuda a sintetizar e organizar esses insumos, oferece recomendações ou orientações e executa a escrita e criação do conteúdo. Essas soluções geralmente vêm com fluxos ou aplicativos adaptados a formatos e canais específicos, sugerindo as informações ideais que o usuário deve fornecer para obter um bom resultado.

Se sua equipe já conta com redatores internos, esses profissionais podem migrar para funções de edição e direção criativa. Com a IA, os membros da equipe com habilidades em mensagem e conteúdo poderão atuar de forma mais estratégica e produtiva, focando em tarefas de maior valor agregado.

Nos casos de uso orquestrados, a IA atua como elo de ligação entre ferramentas e sistemas, compondo um programa completo. Nesses casos, é recomendável formar um grupo enxuto com integrantes das áreas de Operações, Marketing de Produto/Conteúdo e Geração de Demanda para configurar, monitorar e otimizar o programa continuamente.

À medida que as soluções de IA se tornam mais presentes no marketing, as equipes tendem a ser mais produtivas e mais enxutas. As habilidades tradicionais de escrita deixarão de ser pré-requisito. A profissional que domina a condução estratégica de programas poderá executá-los sozinha, sem depender de uma equipe extensa de especialistas. Isso pode significar menos oportunidades para quem atua em funções que se sobrepõem às capacidades da IA. Já quem abraça essas ferramentas — e enxerga seu potencial de transformação em vez de se apegar a velhos modelos — estará mais bem preparado para prosperar no futuro do marketing com IA.

## Processos

Utilizar a IA como escritora/criadora nas tarefas de mensagem e conteúdo listadas acima é o uso mais óbvio e imediato. No entanto, ao considerar o processo completo de desenvolvimento de mensagens e conteúdo (ver Figura 1), muitas soluções de IA oferecem funcionalidades adicionais, como:

- Reunir, filtrar e resumir insumos, como grandes volumes de dados, pesquisas ou conteúdos anteriores – especialmente úteis em cenários orquestrados
- Criar e refinar briefings, instruções, esboços ou prompts – inclusive para uso com outras soluções criativas ou de IA
- Revisar e ajustar para aderência ao estilo da marca, com sugestões de edição
- Preparar o conteúdo para publicação, adicionando elementos prontos para produção ou aproveitando integrações e fluxos para ativação automática

Algumas soluções são capazes de otimizar-se automaticamente ao longo do tempo, exigindo mais intervenção humana apenas na configuração inicial, e cada vez menos conforme amadurecem. Chegar ao ponto ideal – em que se pode confiar que a IA entregará mensagens e conteúdos “no ponto certo” – exige testes, ajustes e revisão humana ativa.

Equipes bem-sucedidas começam com um projeto-piloto ou campanha de teste, com forte supervisão humana, para avaliar o desempenho da solução selecionada com base nos seguintes aspectos:

- Quanto esforço de entrada a solução exige – tanto na configuração inicial quanto na manutenção contínua
- A qualidade dos resultados é satisfatória? A IA melhora com instruções adicionais? Quanto esforço humano é necessário para aprovar o conteúdo gerado?

Compare os resultados da campanha de teste com seu processo tradicional de criação de conteúdo (sem IA). Um sinal positivo seria atingir um resultado comparável (em engajamento ou conversão) com menos esforço humano, tempo reduzido e menor custo na etapa de criação. A expectativa é que, com otimização e escala, os ganhos sejam ainda maiores.

Um teste pode ser estruturado conforme o exemplo abaixo, usando a criação de um único post de blog:

<b>Métrica</b>	<b>Legado/Sem IA</b>	<b>Com IA</b>
Tempo de criação de conteúdo	4 hours (2 days wait/edit)	30 minutos
Engajamento	100 visualizações/mês	100 visualizações/mês
Conversões	5	10
Tempo de marketing por lead convertido	48 minutos (mais tempo de espera)	3 minutos
→ 93% de economia		

*Tabela 2. Cálculo comparativo entre métodos tradicionais de criação de conteúdo e uma solução com IA*

### **Sistemas**

É fundamental estruturar programas-piloto e avaliar as soluções com base em respostas para algumas das seguintes perguntas, que tratam das capacidades e recursos da ferramenta:

#### **Fundação / Configuração**

- Como incorporar ou desenvolver diretrizes que garantam conformidade com os guias de marca (voz, tom, estilo etc.), estratégia e objetivos?
- Quais são os insumos necessários para gerar mensagens e conteúdos? Como são coletados?
- O sistema usa assistente guiado, fluxos, modelos de prompts, entrada livre em texto ou outro mecanismo?
- Que ferramentas de avaliação, auditoria, análise ou recomendação estão disponíveis?
- Quais LLMs (Modelos de Linguagem de Grande Escala) a solução utiliza? Quais são os pontos fortes e fracos desses modelos?
- Como garantir e medir a qualidade? Quais recursos de edição, aprovação e colaboração são necessários?
- A solução oferece quais capacidades de orquestração — como produção automatizada de conteúdo?
- Quais integrações são possíveis (de entrada e saída)?
- Quanto envolvimento humano será necessário para publicar ou colocar o conteúdo em produção?

## Formatos

Os formatos que você precisa estão cobertos? Exemplos incluem:

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Mensagens de Produto                                     | <input type="checkbox"/> Conteúdo Longo (eBooks, whitepapers, artigos de liderança de pensamento) |
| <input type="checkbox"/> Apresentações e slides                                   | <input type="checkbox"/> Releases de Imprensa   |
| <input type="checkbox"/> Conceitos de Campanha Publicitária                       | <input type="checkbox"/> E-mails avulsos ou promocionais (blasts)                                 |
| <input type="checkbox"/> Textos Publicitários (Copy)                              | <input type="checkbox"/> Sequências Multicanal (prospecção / geração de leads)                    |
| <input type="checkbox"/> Criativos Publicitários (texto, imagem, vídeo)           | <input type="checkbox"/> Sequências de e-mail / Programas de nutrição                             |
| <input type="checkbox"/> Postagens para Mídias Sociais                            | <input type="checkbox"/> Páginas de Website / Landing Pages (conceito, texto, design)             |
| <input type="checkbox"/> Conteúdo para SEO (baseado em palavras-chave)            | <input type="checkbox"/> Roteiros de Vídeo / Conceitos  |
| <input type="checkbox"/> Posts de Blog (ex.: listas, tutoriais, problema-solução) | <input type="checkbox"/> Produção e Edição de Vídeo   |
|   | <input type="checkbox"/> Outros?  |

## Seleção de fornecedores

Ao avaliar fornecedores de soluções com IA para marketing, considere:

- Quais recursos estarão disponíveis para você como cliente?
- As capacidades previstas no roadmap da ferramenta estão alinhadas com sua estratégia de marketing?
- O roadmap prevê funcionalidades de programas orquestrados ou automatizados de conteúdo?
- A solução está evoluindo em direção à automação de marketing com IA – com campanhas mais autônomas?
- Outros clientes ou empresas semelhantes à sua já alcançaram resultados relevantes com essa solução? Esses resultados seriam significativos também para o seu negócio?

## Palavra Final: A Revolução do Marketing com IA Já Não É Opcional

O entusiasmo em torno da IA é intenso — mas as equipes de marketing não podem esperar até 2026 para agir. Nesse ponto, muitas concorrentes já terão embarcado na próxima onda de evolução. As empresas que adotam a IA para aprimorar a criação de mensagens e conteúdo estão colhendo ganhos sem precedentes: Redução drástica no tempo de produção (de semanas para horas) Aumento da qualidade Níveis inéditos de personalização Expansão do alcance a novos públicos Com os orçamentos de marketing sob crescente escrutínio na era pós-crescimento a qualquer custo, os ganhos de produtividade e economia proporcionados pela IA deixarão de ser diferencial e passarão a ser necessidade. Partindo das soluções já maduras em mensagem e conteúdo como núcleo, as equipes que aprendem, testam e evoluem com essas tecnologias — em parceria com os fornecedores certos — estarão mais preparadas para expandir o uso da IA em outras funções de marketing, reescrever seus manuais de atuação e explorar métodos que ainda nem imaginamos.

Want to make this happen?

[\*\*Book Time with an Advisor\*\*](#)

## MATERIAIS COMPLEMENTARES

Os materiais complementares a seguir estão disponíveis na versão completa deste relatório, acessível para assinantes na [biblioteca de referência](#). Para mais informações sobre como assinar, acesse: [winningbydesign.com/access-pass](https://winningbydesign.com/access-pass).

- 01** Descrição dos Fornecedores
- 02** Comparativo entre Fornecedores
- 03** Modelo de RFP (Solicitação de Proposta)
- 04** Projeção de Crescimento
- 05** O Modelo de Crescimento

# EXPLORE NOSSOS OUTROS RELATÓRIOS SOBRE AGENTES DE IA



Gostou do que leu?

[Mande para um colega](#)