

VSL, O VÍDEO DE VENDAS

Explicar a oferta todo dia cansa. O vídeo explica por você.

Uma VSL é um vídeo que conta o problema, mostra a solução e faz a oferta, no ritmo certo. Ela trabalha na página de venda, no anúncio e no WhatsApp, e conta a mesma história bem contada para cada cliente.

99% dos usuários de internet acessam pelo celular (Cetic.br, 2025)	**63%** preferem conhecer um produto por vídeo curto (Wyzowl, 2026, internacional)	**85%** já foram convencidos a comprar por um vídeo (Wyzowl, 2026, internacional)	**53%** de participação do YouTube na TV conectada no Brasil (Kantar IBOPE, 2025)

NESTE DOCUMENTO

Tudo o que você precisa para decidir

Clique na linha para ir à página. Os links para o WhatsApp e para as fontes também funcionam.

03 **Teste de 1 minuto** — pág. 03 →
Seis perguntas sobre como você apresenta a oferta

04 **Cinco certezas sobre vídeo que custam venda** — pág. 04 →
Vídeo longo, infoproduto, câmera, peso e "um vídeo só"

05 **Seis meses de oferta, com e sem VSL** — pág. 05 →
Seis meses lado a lado

06 **Quanto vale converter mais?** — pág. 06 →
Uma conta para fazer com os seus números

07 **Um vídeo de US$ 4.500 lançou uma empresa** — pág. 07 →
O vídeo que lançou a Dollar Shave Club

08 **Riscos e benefícios** — pág. 08 →
O que acontece sem VSL e o que muda com ela

09 **Como funciona** — pág. 09 →
Da conversa à entrega, em quatro passos

10 **Próximo passo e fontes** — pág. 10 →
Contato e de onde vêm os números

Material informativo da Info4RT Design Criativo. O teste e a conta dão estimativas, não garantias.

TESTE DE 1 MINUTO

A sua oferta se explica sozinha?

Marque o quadrado de cada frase verdadeira para o seu negócio. Depois conte quantos marcou.

- [ ] Explico a mesma oferta **várias vezes por dia**.
- [ ] Minha página de venda tem **só texto e foto**.
- [ ] O cliente pergunta o que **já está escrito**.
- [ ] **Não tenho** um vídeo que explique a oferta.
- [ ] Meus anúncios **não usam vídeo** com chamada.
- [ ] Vendo algo que **precisa de explicação**.

Quantos você marcou?

0–1 **Risco baixo.** Sua oferta parece clara. Vale testar um vídeo curto no anúncio e na página.

2–3 **Risco médio.** Há brechas. O cliente que não entende em poucos minutos adia a decisão, e adiar costuma ser não.

4–6 **Risco alto.** A oferta depende de você explicar um por um. Uma VSL conta a história do mesmo jeito para todos, a qualquer hora.

Quero uma VSL →

O QUE MUITA GENTE ACHA

Cinco certezas sobre vídeo que custam venda

À esquerda, o que se ouve todo dia. À direita, na prática.

MITO

Ninguém assiste vídeo longo.

NA PRÁTICA

Assiste quando o começo prende. 63% preferem conhecer um produto por vídeo curto (Wyzowl, 2026): a VSL boa tem o tamanho que precisa, e não mais.

MITO

VSL é coisa de infoproduto.

NA PRÁTICA

Serve para qualquer oferta que precisa de explicação: serviço, tratamento, produto novo. Num estudo internacional, 85% disseram já ter comprado convencidos por um vídeo (Wyzowl, 2026).

MITO

Basta ligar a câmera e falar.

NA PRÁTICA

O que vende é o roteiro: problema, prova, oferta e chamada, na ordem certa. Câmera sem roteiro vira conversa que não chega ao ponto.

MITO

Vídeo pesa e o cliente desiste.

NA PRÁTICA

Com capa leve, o vídeo só carrega no play. 99% dos usuários de internet acessam pelo celular (Cetic.br, 2025): a VSL é feita para ele.

MITO

Um vídeo só não muda nada.

NA PRÁTICA

O vídeo de 2012 da Dollar Shave Club custou US$ 4.500 e trouxe cerca de 12 mil pedidos em 48 horas (NBC News). Não é sempre assim, mas mostra o peso de uma história bem contada.

A MESMA HISTÓRIA, DOIS FINAIS

Seis meses de oferta, com e sem VSL

A mesma oferta, a mesma audiência, duas formas de explicar. Troque o botão e veja o que muda.

	Sem VSL	Com VSL
Mês 1	**A oferta é explicada no áudio** Cada cliente ouve uma versão diferente, quando dá tempo.	**O roteiro vem primeiro** Problema, prova, oferta e chamada escritos antes de gravar.
Mês 2	**A página só tem texto** Quem chega lê pouco e chama para perguntar.	**A VSL entra na página** Quem chega assiste e já chama com a decisão encaminhada.
Mês 3	**O anúncio mostra uma foto** Gente para no anúncio, mas não entende a oferta.	**Os cortes viram anúncio** Trechos de 15 a 30 segundos levam ao vídeo completo.
Mês 4	**O dono vira gargalo** Vender mais depende de explicar mais vezes.	**O vídeo explica por você** A mesma história, bem contada, para cada cliente, a qualquer hora.
Mês 6	**A venda depende do dia** Semana corrida é semana de pouca venda.	**Há um ativo que vende** O vídeo segue trabalhando enquanto você atende quem já decidiu.

FAÇA A CONTA

Quanto vale converter mais?

Faça a conta com os seus números: quantas pessoas veem a sua oferta por mês, quanto vale uma venda e quantos pontos a mais de conversão você espera com o vídeo.

A CONTA	OS SEUS NÚMEROS
Pessoas que veem a oferta por mês visitantes da página ou do anúncio	
Valor de uma venda em reais	R$
Conversão a mais com o vídeo pontos percentuais	%
Em 12 meses, vendas a mais	**R$**

ONDE A OFERTA É VISTA

99% no celular

É por onde quase todo brasileiro acessa a internet (Cetic.br, 2025). A VSL é feita para a tela do celular.

FORA DA SUA CONTA

o tempo que volta

As horas que você passava explicando a oferta voltam para atender quem já decidiu.

ACONTECEU NOS ESTADOS UNIDOS

Um vídeo de US$ 4.500 lançou uma empresa

Em 2012, a Dollar Shave Club pôs no ar um vídeo curto, com o fundador explicando a oferta com humor. Não era uma VSL clássica e a empresa já tinha investidores, mas o caso mostra o peso de uma oferta bem contada.

12 mil

Mar/12	O vídeo vai ao ar; custou **US$ 4.500**.
48 h	Cerca de **12 mil pedidos** nos dois primeiros dias (NBC News).
3 meses	**4,75 milhões de visualizações**.
2015	A empresa fatura **US$ 152 milhões**.
Jul/16	A **Unilever compra** a Dollar Shave Club, em negócio noticiado como de US$ 1 bilhão.

> O vídeo não fez tudo sozinho: havia produto, preço e investimento por trás. Mas foi ele que fez milhões de pessoas entenderem a oferta em pouco mais de um minuto.

E SE EU CONTINUAR SEM VÍDEO?

Seis coisas que podem acontecer

01

A oferta depende de você

Cada cliente ouve uma versão diferente.

02

O cliente sai sem entender

Página só com texto perde quem não lê até o fim.

03

O anúncio não tem o que mostrar

Foto parada disputa atenção com vídeo.

04

A objeção fica sem resposta

A dúvida vira conversa, e muita conversa não volta.

05

Gravar sem roteiro

Vídeo improvisado não chega à chamada.

06

Vender mais pede mais horas suas

Crescer depende de você falar mais.

COM UMA VSL, O SEU NEGÓCIO PASSA A TER

A história bem contada
Problema, prova, oferta, chamada.
85% já compraram por vídeo · Wyzowl

Na página de venda
Quem chega assiste e chama.
página e vídeo juntos

Cortes para anúncio
Trechos que levam ao vídeo.
vertical para Reels e story

Explica a qualquer hora
O vídeo conta enquanto você atende.
no ar 24 horas

Para o WhatsApp
Um link que responde antes.
99% no celular · Cetic.br 2025

Medição de quem assistiu
Onde as pessoas desistem.
retenção por minuto

COMO FUNCIONA

Do roteiro ao vídeo no ar

Você conta o que vende e para quem. O resto é com a Info4RT, do roteiro à edição.

01

Conversa

Oferta, público, objeções e as provas que você já tem.

02

Roteiro

Problema, prova, oferta e chamada, escritos e aprovados antes de gravar.

03

Gravação e edição

Narração, imagens, legenda e ritmo, no padrão da marca.

04

No ar

Na página de venda, em cortes para anúncio e num link para o WhatsApp.

99%
acessam a internet pelo celular (Cetic.br, 2025)

63%
preferem conhecer produto por vídeo curto (Wyzowl, 2026)

53%
participação do YouTube na TV conectada (Kantar IBOPE, 2025)

VSL DA INFO4RT

Vamos contar a sua oferta em vídeo?

Na primeira conversa você já sai com o esqueleto do roteiro da sua VSL.

WhatsApp (11) 97382-0485 **info@info4rt.com**

www.info4rt.com/vantagens-vsl

Fontes (consultadas em 16/11/2026)

1. Cetic.br, TIC Domicílios 2025, resumo executivo: 99% acessam pelo celular. cetic.br
2. YouTube Brasil, Brandcast 2025, com dados da Kantar IBOPE Media (outubro de 2025). blog.youtube
3. Wyzowl, State of Video Marketing 2026 (internacional; a empresa produz vídeos). wyzowl.com
4. NBC News, o vídeo da Dollar Shave Club (2012). nbcnews.com
5. Built In, a história do vídeo e da empresa. builtin.com
6. Forbes, a compra pela Unilever (20/07/2016). forbes.com

Material informativo. O teste e a conta dão estimativas, não garantias.