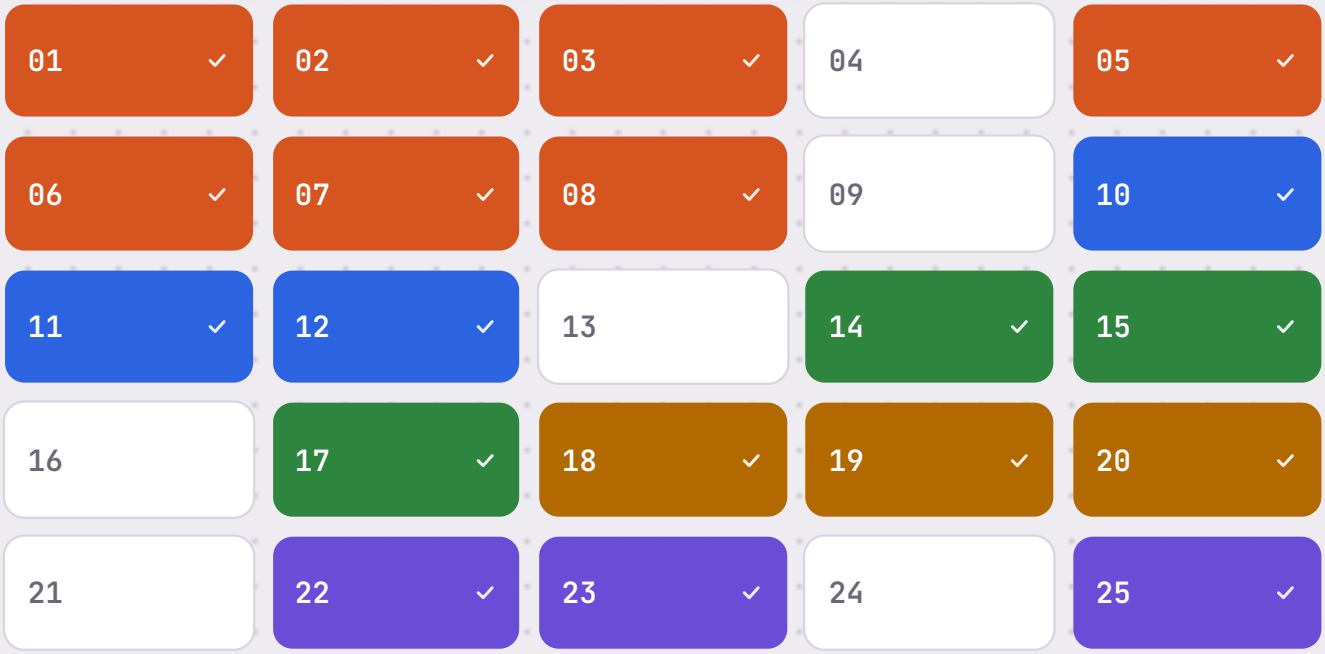
WISEBOT

25 tarefas de Marketing que a IA já pode fazer por si

Um guia prático para libertar a equipa de tarefas repetitivas e aumentar a capacidade do departamento.



Guia gratuito Edição 2026 wisebot.pt

A IA no Marketing é muito mais do que escrever textos

A discussão sobre IA no Marketing está muitas vezes centrada no ChatGPT. Mas escrever textos é apenas uma pequena parte do potencial.

A verdadeira transformação acontece quando a IA passa a fazer parte dos processos: recebe os dados, faz o trabalho repetitivo e entrega o resultado à pessoa certa.

nível 1

Pedir à IA

Alguém abre o ChatGPT, copia informação e cola o resultado. Poupa minutos.

nível 2

Ligar a IA às ferramentas

A IA lê o CRM, as campanhas e os documentos. Poupa horas.

nível 3

IA nos processos

A tarefa acontece sozinha, todos os dias, com uma pessoa a aprovar o que importa.

A IDEIA DESTE GUIA

A IA não substitui a estratégia. Elimina trabalho que não precisa de consumir pessoas.

25 TAREFAS, EM CINCO ÁREAS

- A — Leads e vendas
- B — Campanhas e reporting
- C — Conteúdo e SEO
- D — Concorrência e personalização
- E — Clientes e operação

A

área A · tarefas 1 a 8

Leads e vendas

O momento em que um contacto chega é onde se perde mais tempo e mais dinheiro. A IA analisa, ordena e prepara; a equipa comercial conversa e decide.

01

Qualificar automaticamente novos leads

Analisar empresa, cargo, dimensão e origem.

Cada pedido é cruzado com dados públicos da empresa e com o histórico do CRM, e chega à equipa já com contexto.

FICA COM A PESSOA

Decidir se e como avançar.

☐ ainda é manual

02

Priorizar leads

Criar um score automático de probabilidade comercial.

A IA compara cada lead com os clientes que já fecharam e atribui uma prioridade, que se ajusta com o tempo.

FICA COM A PESSOA

Definir o que é um bom cliente.

☐ ainda é manual

03

Criar respostas personalizadas

Adaptadas ao perfil e interesse do contacto.

Em segundos, prepara uma primeira resposta que refere o pedido, o setor e o próximo passo certo.

FICA COM A PESSOA

Rever e assinar o que é enviado.

☐ ainda é manual

04

Atualizar automaticamente o CRM

Eliminar a introdução manual de informação.

Emails, formulários, chamadas e reuniões atualizam contactos, fases e notas sem ninguém copiar dados.

FICA COM A PESSOA

Usar a informação para vender.

☐ ainda é manual

05

Resumir reuniões comerciais

E guardar automaticamente decisões e próximos passos.

A partir da gravação ou das notas, a IA regista o que foi dito, o que ficou decidido e quem faz o quê.

FICA COM A PESSOA

Estar presente na conversa.

☐ ainda é manual

06

Criar tarefas de follow-up

Sem depender da memória do comercial.

Cada reunião, proposta ou silêncio gera uma tarefa com data e mensagem sugerida.

FICA COM A PESSOA

Escolher o tom e o momento.

☐ ainda é manual

07

Reativar leads antigas

Identificar contactos que podem voltar a ter potencial.

A IA procura sinais nos contactos parados: mudança de cargo, nova visita ao site, crescimento da empresa.

FICA COM A PESSOA

Retomar a relação.

☐ ainda é manual

08

Criar sequências de email

Personalizadas por segmento.

Sequências diferentes por setor, cargo e fase, que param sozinhas quando a pessoa responde.

FICA COM A PESSOA

Definir a mensagem e a oferta.

☐ ainda é manual

EXEMPLO: UM PEDIDO DE ORÇAMENTO, DO FORMULÁRIO AO COMERCIAL

Formulário	IA analisa	Prioridade	CRM	Resposta	Comercial
10h12 · nome, email e empresa	setor, dimensão, cargo, site	score alto: cliente ideal	contacto criado com contexto	email personalizado em 1 minuto	alerta com resumo e próximo passo

Tarefas 1 a 4 a trabalhar em conjunto. A pessoa entra no fim, com tudo preparado.

B

área B · tarefas 9 a 12

Campanhas e reporting

Os dados das campanhas estão espalhados por várias plataformas. A IA junta, compara e assinala; a equipa decide onde investir.

09

Analisar campanhas

Identificar padrões sem consultar dezenas de dashboards.

A IA cruza Google Ads, Meta, LinkedIn e Analytics e aponta o que mudou e porquê, em linguagem simples.

FICA COM A PESSOA

Interpretar e decidir o orçamento.

☐ ainda é manual

10

Criar relatórios automáticos

Sem perder horas todos os meses.

O relatório semanal ou mensal monta-se sozinho, com números, comparação e comentários.

FICA COM A PESSOA

Discutir o que fazer a seguir.

☐ ainda é manual

11

Identificar anúncios com baixo desempenho

E sinalizá-los automaticamente.

Alertas quando um anúncio gasta acima do normal, perde conversões ou cansa o público.

FICA COM A PESSOA

Pausar, ajustar ou manter.

☐ ainda é manual

12

Sugerir novos anúncios

Com base nos melhores resultados anteriores.

A IA estuda os anúncios que melhor converteram e propõe variações de títulos, textos e ângulos para testar.

FICA COM A PESSOA

Aprovar o que representa a marca.

☐ ainda é manual

C

área C · tarefas 13 a 17

Conteúdo e SEO

Produzir conteúdo consome horas em tarefas de preparação e adaptação. A IA trata da base; a equipa dá a ideia, a opinião e a voz.

13

Criar conteúdos para redes sociais

A partir de uma base editorial definida.

Com o tom, os temas e os exemplos da marca, a IA propõe publicações prontas a rever.

FICA COM A PESSOA

Dar opinião e experiência real.

☐ ainda é manual

14

Transformar um conteúdo em vários formatos

Artigo → LinkedIn → Newsletter → Vídeo → Carrossel.

Um artigo dá origem a várias peças adaptadas a cada canal, sem começar do zero.

FICA COM A PESSOA

Escolher a ideia que vale a pena.

☐ ainda é manual

15

Criar calendários editoriais

Com temas adaptados aos objetivos comerciais.

A IA cruza pesquisas, perguntas de clientes e serviços a promover e propõe um plano mensal.

FICA COM A PESSOA

Alinhar com a estratégia.

☐ ainda é manual

16

Fazer análise SEO

Identificar páginas e oportunidades de melhoria.

Search Console, Analytics e o próprio site são analisados para encontrar páginas a melhorar e temas em falta.

FICA COM A PESSOA

Priorizar o que tem impacto.

☐ ainda é manual

17

Criar briefs de conteúdo

Com estrutura e intenção de pesquisa.

Para cada tema: a pergunta que o leitor faz, a estrutura, os pontos obrigatórios e as fontes.

FICA COM A PESSOA

Escrever com conhecimento.

☐ ainda é manual

área D · tarefas 18 a 20

D Concorrência e personalização

Acompanhar o mercado à mão é impossível de manter. A IA vigia e resume; a equipa decide como responder.

18 Analisar concorrentes

Mensagens, campanhas, posicionamento e conteúdos.

Sites, anúncios ativos e publicações dos concorrentes são lidos e comparados com os seus.

FICA COM A PESSOA

Definir o posicionamento.

☐ ainda é manual

19 Monitorizar alterações dos concorrentes

Novos produtos, páginas ou campanhas.

Um resumo semanal do que mudou no mercado, com o que merece atenção.

FICA COM A PESSOA

Responder com estratégia.

☐ ainda é manual

20 Personalizar páginas

Mostrar mensagens diferentes a diferentes segmentos.

Títulos, exemplos e provas adaptam-se ao setor ou à origem de quem visita.

FICA COM A PESSOA

Definir as mensagens-base.

☐ ainda é manual

EXEMPLO: O RESUMO SEMANAL DA CONCORRÊNCIA

Concorrente A	Lançou uma página nova de preços, com um plano de entrada abaixo do seu.
Concorrente B	Começou a anunciar no LinkedIn para diretores financeiros, com um guia gratuito.
Concorrente C	Publicou três artigos sobre o tema onde o seu site aparece em 2.º lugar no Google.
Sugestão	Rever a página de preços e responder ao tema do concorrente C com um conteúdo mais completo.

Exemplo ilustrativo. A IA recolhe e resume; a equipa decide como responder.

E

área E · tarefas 21 a 25

Clientes e operação

Muitas tarefas do dia a dia dependem de procurar informação, classificar e preparar documentos. A IA faz a parte mecânica; a equipa trata da relação.

21

Criar propostas comerciais

A partir de dados introduzidos no CRM.

A proposta monta-se com o modelo da empresa, os serviços escolhidos e o contexto do cliente.

FICA COM A PESSOA

Ajustar preço e condições.

☐ ainda é manual

22

Responder a perguntas frequentes

Com agentes ligados à base de conhecimento da empresa.

Um agente responde no site, no WhatsApp ou por email com base nos documentos da empresa, e passa a uma pessoa quando é preciso.

FICA COM A PESSOA

Tratar os casos que exigem atenção.

☐ ainda é manual

23

Classificar pedidos recebidos

Vendas, suporte, financeiro, parceria ou reclamação.

Cada pedido é lido, classificado e encaminhado para a pessoa certa, com prioridade.

FICA COM A PESSOA

Resolver o pedido.

☐ ainda é manual

24

Identificar oportunidades de cross-sell

A partir do histórico do cliente.

A IA cruza o que cada cliente comprou com o que clientes parecidos compraram e sugere a próxima oferta.

FICA COM A PESSOA

Propor no momento certo.

☐ ainda é manual

25

Criar um assistente interno de Marketing

Que conhece branding, serviços, campanhas, clientes, documentação e processos.

Um assistente onde qualquer pessoa da equipa pergunta e recebe respostas com base no conhecimento da empresa.

FICA COM A PESSOA

Manter o conhecimento atualizado.

☐ ainda é manual

IA não significa automatizar tudo

As empresas que tiram mais partido da IA não são as que automatizam mais. São as que escolhem bem o que automatizar, e devolvem esse tempo às pessoas para o trabalho que só as pessoas fazem bem.

A PERGUNTA ERRADA

~~“O que podemos substituir?”~~

→

A PERGUNTA CERTA

“Onde estamos a gastar tempo humano sem acrescentar valor humano?”

Manter pessoas em

- Estratégia
- Criatividade
- Negociação
- Relação
- Decisão

Automatizar

- Repetição
- Pesquisa
- Organização
- Classificação
- Reporting
- Follow-up operacional

Em todas as 25 tarefas deste guia há uma coluna “Fica com a pessoa”. É a parte que não deve ser automatizada: a IA prepara, a pessoa decide.

Por onde começar

Não comece pela tarefa mais impressionante. Comece pela que mais se repete e que menos custa se correr mal. Antes de automatizar, confirme quatro coisas:

Repete-se
Acontece todas as semanas, ou todos os dias.

Tem regras
Duas pessoas fariam a tarefa de forma parecida.

Os dados existem
Estão no CRM, nas campanhas ou em documentos.

O erro corrige-se
Um engano é fácil de detetar e desfazer.



Quantas destas 25 tarefas ainda são feitas manualmente?

Assinale cada tarefa que, na sua empresa, ainda depende de alguém a copiar, procurar, resumir, classificar ou lembrar-se de fazer.

- [ ] 01 Qualificar automaticamente novos leads
- [ ] 02 Priorizar leads
- [ ] 03 Criar respostas personalizadas
- [ ] 04 Atualizar automaticamente o CRM
- [ ] 05 Resumir reuniões comerciais
- [ ] 06 Criar tarefas de follow-up
- [ ] 07 Reativar leads antigas
- [ ] 08 Criar sequências de email
- [ ] 09 Analisar campanhas
- [ ] 10 Criar relatórios automáticos
- [ ] 11 Identificar anúncios com baixo desempenho
- [ ] 12 Sugerir novos anúncios
- [ ] 13 Criar conteúdos para redes sociais
- [ ] 14 Transformar um conteúdo em vários formatos
- [ ] 15 Criar calendários editoriais
- [ ] 16 Fazer análise SEO
- [ ] 17 Criar briefs de conteúdo
- [ ] 18 Analisar concorrentes
- [ ] 19 Monitorizar alterações dos concorrentes
- [ ] 20 Personalizar páginas
- [ ] 21 Criar propostas comerciais
- [ ] 22 Responder a perguntas frequentes
- [ ] 23 Classificar pedidos recebidos
- [ ] 24 Identificar oportunidades de cross-sell
- [ ] 25 Criar um assistente interno de Marketing

tarefas ainda manuais ____ / 25

Até 5

Existe oportunidade. Há ganhos rápidos à espera.

Cerca de 15

Existe um problema. A equipa gasta demasiado tempo em trabalho mecânico.

Todas as 25

Existe uma transformação por fazer, e uma vantagem para quem começar primeiro.

WISEBOT

Que tarefas deve a sua equipa deixar de fazer?

A Wisebot identifica as automações com maior impacto para a sua empresa, e implementa-as ligadas às ferramentas que já usa.

DIAGNÓSTICO DE AUTOMAÇÃO

As tarefas certas, pela ordem certa

- Mapa das tarefas repetitivas do Marketing e das Vendas
- Horas por semana que cada automação liberta
- Plano por fases, começando pelo ganho mais rápido

Peça um diagnóstico de automação

Aponte a câmara do telemóvel ao código ou visite tidycal.com/wisebotportugal

+351 926 941 137 · wisebot.pt