

Mentoria Facebook ADS

(Elton Átila)

Tema

Funil de Campanha

TIPOS DE CAMPANHAS
ESTRUTURA DE CAMPANHA
ESCALA DE CAMPANHAS

Co-Produção João Paulo Barroso

01 TIPOS DE CAMPANHAS

Campanha de Tráfego

(Para aquecer pixel e conta)

Aqui podemos começar a criar o nosso funil (FRIO)

DEFINIÇÃO DO FACEBOOK:

Envie as pessoas para um destino, como um site, aplicativo, evento do Facebook ou conversa do Messenger, OBS.: Também para WhatsApp através de link direcionado.

IMPORTANTE

Deixar rodar pelo menos 7 dias...

Campanha de início de finalização de compra

(Para completar a fase de 50 eventos no pixel mais rápido)

Segunda fase para a criação do nosso funil de campanhas (MORNO)

Esse Objetivo vai fazer com que o pixel se desenvolva...

“ENSINAR O PIXEL”

“Pra que essa besteira? Estou vendendo e nem faço isso...” Muito breve o Facebook vai fazer a “avaliação de tudo que tenho” e aí vem o grande lance... ele olha e se ver que não tem “ESTRUTURA” você perde no leilão...

Campanha de Conversão

(Para começar a vender com a base já feita pelas campanhas anteriores)

Como o nome nos fala, é o que é... Aqui após pelo menos 14 dias podemos fazer a mudança de TRÁFEGO para CONVERSÃO. (QUENTE)

Um pixel aquecido influencia bastante para que ele venha gerar conversões...

DEFINIÇÃO DO FACEBOOK:

Mostre seus anúncios a pessoas com maior probabilidade de executar ações valiosas, como fazer uma compra ou adicionar informações de pagamento, no seu site, aplicativo ou no Messenger.

“Se eu não fizer essa estrutura eu vendo?” Sim, mas muito breve vai perder desempenho...

Depois de configurar o pixel do Facebook, ele será acionado quando alguém realizar uma ação no seu site. Os exemplos de ações incluem adicionar um item ao carrinho de compras ou realizar uma compra.

02 ESTRUTURA DE CAMPANHA

NÃO TENHA MEDO DE APLICAR O QUE VOCÊ SABE. AQUILO QUE DER DE ERRADO SERVIRÁ COMO BASE PARA FAZER O CERTO...

-MAS LEMBRE-SE NÃO INSISTA NO ERRO...

-UM ERRO DETECTADO E CORRIGIDO GERA VALOR

-UM ERRO DETECTADO E NÃO CORRIGIDO GERA DESPESAS

1 1 1: Modelo 1

01 Campanha **OBJETIVO, QUANTO**

01 Conjunto de Anúncios **LOCALIZAÇÃO DO EVENTO, PIXEL, EVENTO, QUANTO, PÚBLICO, POSICIONAMENTO**

01 Anúncio **PÁGINA, COPY, CRIATIVO, TÍTULO, DETALHES, LINK**

1 2 2: Modelo 2 AQUI PODE FAZER CBO (Otimização de Orçamento de Campanha)

01 Campanha **OBJETIVO, QUANTO**

02 Conjunto de Anúncios **LOCALIZAÇÃO DO EVENTO, PIXEL, EVENTO, QUANTO, PÚBLICO, POSICIONAMENTO**

02 Anúncios (1 pra cada) **PÁGINA, COPY, CRIATIVO, TÍTULO, DETALHES, LINK**

1 2 4: Modelo 3 AQUI PODE FAZER CBO (Otimização de Orçamento de Campanha)

01 Campanha **OBJETIVO, QUANTO**

02 Conjunto de Anúncios **LOCALIZAÇÃO DO EVENTO, PIXEL, EVENTO, QUANTO, PÚBLICO, POSICIONAMENTO**

04 Anúncio **PÁGINA, COPY, CRIATIVO, TÍTULO, DETALHES, LINK**

Cada Modelo vai depender da sua estratégia ou orçamento.

“Mas qual orçamento eu uso?” Aquele que você pode usar...

Nunca podemos esquecer que não há regra **TUDO É TESTE**.

Como diz Sobral: Vamos estar sempre testando...

Temos que observar o seguinte...

Nossas Campanhas precisam ter nomes que saibamos procurar depois...

Temos que criar estrutura em tudo que fazemos dentro do FaceADS

03 ESCALA DE CAMPANHAS

Entenda, não é otimização, isso é algo mais aprofundado, pois mexe com tudo que foi registrado dentro do pixel através das conversões.

02 TIPOS: Horizontal e Vertical

Escala Horizontal

Duplico a campanha que está vendendo (Duplicar sem alterar nada)

Escala Vertical

Aumentar somente orçamento em até 20% (dia, semana) da Campanha que está vendendo.

Conclusão

Perguntas dentro do assunto.