

COMO GERAR MAIS DE

R\$
4000
MIL

**DE RESULTADO COM
TRÁFEGO PAGO?**

 **SALESLUBE**

Como gerar mais de R\$ 400.000,00 de resultado com tráfego pago?

Investir em tráfego pago é muito mais do que impulsionar posts no Facebook e Instagram e nós podemos te provar.

Para estruturar uma campanha de marketing pago completa, você precisa seguir alguns passos e efetivamente deixar claro quais são seus objetivos com essa campanha, alinhando quantos leads precisa gerar diariamente.

Por isso, trouxemos no material de hoje uma estratégia real de tráfego pago que vai mudar os resultados da sua campanha. Essa é estratégia aplicada por dentro do Sales Clube e com o método ensinado pelo Raphael Lassance.

Vamos lá então.

Traduzindo o tráfego pago

Para otimizarmos o seu tempo, vamos colocar em tópicos os benefícios e como o tráfego pago pode ajudar a sua empresa, ok?

- **Impulsionamento** de anúncios na internet
- **Atração** de mais clientes para o seu site ou plataforma
- **Conquista** de novos clientes ideais para compra
- **Resultados** rápidos
- **Facilidade** de escalar
- **Público** altamente qualificado

Vale lembrar que para construir uma boa campanha você precisa ter uma página otimizada e comercial, tanto no Instagram como Facebook, certo?

Requisitos mínimos para ter uma página otimizada:

- Foto de perfil de alta qualidade;
- Biografia concisa e informativa;
- Link para um site relevante (Ou pode usar WhatsApp);
- Destaques de qualidade e informativos;
- Publicar conteúdo de qualidade constantemente;
- Interagir com seguidores.

Configurando o gerenciador:

Toda a mágica acontece no gerenciador de negócios, onde você irá precisar organizar e configurar o cliente, proposta, anúncios e campanhas. Veja os passos a serem seguidos abaixo:

- **Criar e Instalar o Pixel do Facebook**
- **Definir e criar público-alvo**
- **Configurar Conversões Personalizadas**
- **Definir os Meios de Pagamento**

Lembre-se: cada um desses passos será fundamental para rastrear o seu cliente e saber como ele chegou até o seu site, por isso,

não deixe de preencher e usar ao máximo cada um deles.

Como usar o Pixel?

O pixel funciona como um rastreador de caminhos percorridos pelo seu cliente, proporcionando uma visão de como usuários interagem com seu site.

Coletando mais informações sobre o perfil ideal de cliente e como ele se comporta para efetivar a compra ou tomar uma ação.

Deixando seu público ainda mais alinhado com o PCI (perfil de cliente ideal) dos anúncios feitos nas suas redes sociais.

Lembre-se: após instalar e configurar o pixel, é importante testá-lo para verificar se está funcionando corretamente.

Como funciona o gerenciador de anúncios?

Bom, para deixar bem claro, ele funciona conforme a sua personalização de campanha, anúncio e público-alvo.

Uma campanha pode abrigar diversos anúncios, com uma infinidade de probabilidades de público-alvo, por isso, eles vão trabalhar juntos, mas, de forma diferente, veja abaixo o exemplo:

CAMPANHAS

Blackfriday

CONJUNTO DE ANÚNCIO

Público d Ramarketing 90 Dias

Público Semelhante

Remarketing 90 Dias

Público Aberto

Público de gestão Estratégica

ANÚNCIOS

Anúncio 01 - Feed

Anúncio 02 - Vídeo

Anúncio 03 - Carrossel

O conjunto de anúncios será o lugar da inteligência da campanha, onde você poderá colocar quanto tempo ela dura, o orçamento disponível, posicionamento e o público-alvo. Assim, você atrairá apenas o PCI certo.

Campanhas e estratégias:

Para cada campanha é necessária uma estratégia, por isso, estudar a fundo as preferências do seu público e testar ao máximo, com controle de resultados, é fundamental para qualquer negócio prosperar.

A estratégia que aplicamos aqui funciona mais ou menos assim:



Segmentação e posicionamento:

A segmentação pode ser dividida em 3 tipos:

- **Salvo: público mais genérico** que pode ser segmentado pela localização, comportamentos ou dados demográficos que tenham fit com seu produto.
- **Personalizados: segmentado através** de alguma interação com a sua empresa, utilizado para fazer públicos de remarketing.
- **Lookalike ou Semelhantes: criar uma** lista de público semelhante ao seu público personalizado. Esse processo usa algoritmos de machine learning para analisar dados do público e criar com interesses parecidos.

Lembrete importante: o posicionamento das campanhas faz toda a diferença no resultado, veja o exemplo abaixo:

FACEBOOK

Feed do Facebook

Feed de vídeos do Facebook

Facebook Stories

Facebook Reels

Resultados de pesquisa

Artigos

INSTAGRAM

Feed do Instagram

Explorar do Instagram

Stories

Reels

AUDIENCE NETWORK

Vídeo em parceiros: Apps e site

externos.

Análise de métricas:

Bom, já vimos como funciona uma campanha, como segmentamos e como rastrear o nosso cliente, perfilando ele do jeito certo para que chegue até o seu time de vendas os melhores leads, certo?

Agora, você vai ver como saber se a campanha que está no ar está ou não funcionando e trazendo resultados para sua empresa.

Para fazer a análise de métricas você precisa entender o que precisa ser metrificado, por isso, trouxemos um exemplo do que funciona por aqui, veja:

PRINCIPAIS MÉTRICAS

Impressões

Alcance

Vídeo Assistido (% ou inteiro)

Cliques (no Anúncio)

Cliques no Link

Visualizações de Página destine

Conversões

MÉTRICAS (TAXAS)

CTR (Cliques / Impressões)

CPC (Custo por Clique)

CPM (Custo por mil impressões)

CPA (Custo por Conversão)

Taxa de Conversão

Retorno sobre o Investimento

Para metrificar o que dá mais certo com a sua empresa é necessário testar e acompanhar os resultados diariamente, entendendo as preferências, mudanças de comportamento e caminhos do seu cliente até a decisão de compra ou pedido de contato.

Não adianta viver de achismo, os números, no tráfego pago, são considerados um mapa para aquilo que funciona ou não para o seu negócio.

Não existe fórmula mágica, existe testes que irão proporcionar uma visão assertiva de formato de marketing, tom de voz e locais para encontrar o cliente certo. O Tráfego

pago se baseia exclusivamente nesses pilares e você precisa entender sobre o assunto para monitorar a sua equipe, certo?

Afinal, não podemos cobrar do nosso time resultado sobre aquilo que não sabemos metrificar.

Para sua campanha sair perfeita, vamos disponibilizar uma planilha para você preencher e acompanhar todas as campanhas, posicionamentos, público-alvo e anúncios por lá, ela é simples e fácil de manusear.

Pode ser replicada para o time

e personalizada conforme a sua estratégia, mas, saiba que esse acompanhamento que proporcionará os resultados esperados.

Basta, clicar no link e fazer a sua cópia para torná-la editável.

BAIXA AGORA

Para você entender exatamente como funciona a estratégia de criação dos anúncios e como a liderança pode ajudar no processo, clique no link abaixo e tire todas as suas dúvidas na próxima edição da Imersão Sales Clube.

ACESSAR AGORA

Como gerar mais de R\$ 400.000,00 de resultado com tráfego pago?

COMO GERAR MAIS DE

R\$ **400** MIL

DE RESULTADO COM
TRÁFEGO PAGO?

 SALESCLUBE

www.salesclube.com.br