

Estratégia Predestinado

Íncio: Rede de pesquisa

- Rede de pesquisa na estratégia que passei na última aula... buscar produtos que estão sendo bastante pesquisados e bem vendidos no facebook e utilizar termos de pesquisa que o cara está utilizando para vender o produto dele.
- Estratégia de lances começar com tráfego e limitar o CPC em 0,50 ou 0,51 centavos
- Vendeu? Como escalar?
 - ✓ Modelo SKAGS pode entrar em ação...
 - ✓ Alterar palavras-chaves para correspondência ampla
 - ✓ Aumentar orçamento progressivamente

Íncio: Campanhas de Shopping

Campanha de shopping padrão... DEMANDA MERCHANT CENTER APROVADO... mas igual comentei, é um ótimo aliado para você iniciante utilizar para testar muitos produtos com baixo orçamento.

Uma vez que aqui tratamos de FUNDO DE FUNIL, ou seja **taxas de conversão** geralmente maiores

Estrutura campanha inicial: ALL PRODUCTS... R\$ 40... CPC 0,50.. 0,40

Vendeu? Como Escalar?

- ✓ + Campanhas de SPP padrão com novos produtos semelhantes aos que já venderam na 1ª campanha
- ✓ Remover produtos que bateram + 100/150 cliques e **não** tiveram vendas!
- ✓ Otimizações gerais (+ velocidade pág, + reviews, melhor copy)
- ✓ Leve aumentos de orçamento

Aliados: Campanhas de YouTube

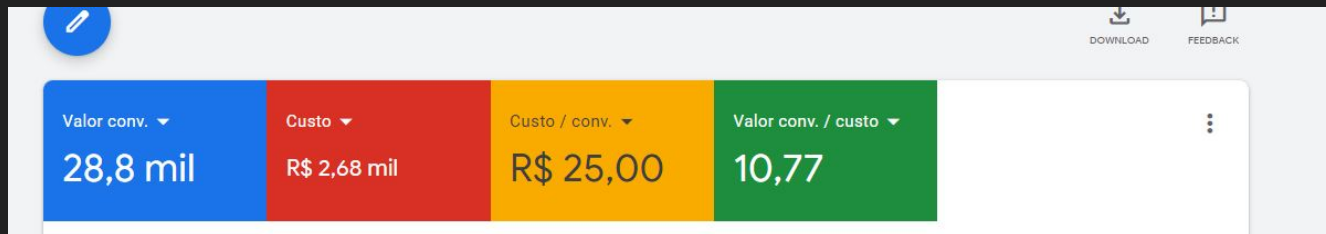
Potencial ultra gigantesco, mas toma cuidado...

- ✓ CPA DESEJADO, (vem funcionando muito bem para contas novas, 25 - 30% abaixo do seu CPA máximo)
- ✓ Programação de anúncios: 05:00 - 22:00 ou 05:00 - 00:00
- ✓ Criativos com ótima qualidade... não adianta jogar algo sem uma estrutura boa de narração, imagens... recentes testes meus vem performando melhor criativos mais extenso 00:40 - 01:10

Aliados: Campanhas de Discovery

Potencial ultra gigantesco, mas toma cuidado...

- ✓ CPA DESEJADO, (vem funcionando muito bem para contas novas, 25 - 30% abaixo do seu CPA máximo)
- ✓ Programação de anúncios: 05:00 - 22:00 ou 05:00 - 00:00
- ✓ Segmento personalizado (principalmente de quem pesquisa por determinado termo e quem visita determinados tipos de site)+ segmentação otimizada



A screenshot of a Google Ads dashboard showing four performance metrics in colored boxes: Conversion Value (28,8 mil), Cost (R\$ 2,68 mil), Cost per Conversion (R\$ 25,00), and Conversion Value per Cost (10,77). Each box has a dropdown arrow. Above the boxes are icons for editing, downloading, and feedback.

Valor conv. ▾	Custo ▾	Custo / conv. ▾	Valor conv. / custo ▾	⋮
28,8 mil	R\$ 2,68 mil	R\$ 25,00	10,77	

Aliados: Campanhas de Melhor Desempenho

- Afiador elétrico
- 1 grupo de recurso com indicador de público-alvo de compradores da loja
- Outro grupo de recurso com indicador de público alvo de entusiastas de culinária
- Pode já realizar alguns testes de produtos em massa por aqui...
- SPP ↔ PMAX



Aliados: Campanhas de Display

- RMKT Analytics 30D e 3D
- Tópicos



Valor conv. ▼	Custo ▼	Custo / conv. ▼	Valor conv. / custo ▼	
28 mil	R\$ 4,48 mil	R\$ 23,08	6,25	⋮