

# **LIVE MONSTRA #64**

## **TIPOS DE CAMPANHAS: COMO USAR TODOS O PODER DO GOOGLE ADS**

**=====**

**2 tipos de pessoas: Galinha ou o Porco?**

**Galinha - envolvida**

**Porco - comprometido**

**Recado rápido:**

- 1. Inscrever-se no Youtube;**
- 2. PDF do poder no final da aula apenas quem ficar até o final.**

**=====**

**Eu já anuncio, não preciso aprender mais.**

**A maioria dos anunciantes utilizam apenas 10% da ferramenta.**

**Como você pode utilizar todo o poder do Google para vender mais, aumentar seu faturamento, lucro, mais clientes, mais leads... fazer dinheiro de verdade.**

**Google Ads (Tipos de campanhas) (Conversão):**

- 1. Pesquisa (é a primeira que eu devo criar) (muito qualificado porém com baixo volume)**
- 2. Shopping (é a primeira que um Ecommerce deve criar) (muito qualificado porém com baixo volume)**
- 3. Vídeo (qualificada porém tem um alto volume)**
- 4. Maior desempenho (pouco qualificado porém com alto volume)**
- 5. Discovery (nos serviços do Google) (pouco qualificado porém com alto volume)**
- 6. Display (toda rede parceira do Google (desqualificado porém com alto volume)**

**Tipo de Lance: CPA desejado**

**Já está na frente de 99% das empresas que anunciam no Google.**

**Focadas em Conversão = Você precisar ser bom em conversão.**

**Consideração de Produto ou Marca (Visualização):**

**1. Vídeo (foco aqui é visualização)**

**Tipo de Lance: CPV (custo por visualização)**

**Eu uso muito para distribuir meu conteúdo, criar consciência, criar audiência, conseguir mais inscritos, assistir uma conversão, lembrete.**

**Eu crio a minha demanda.**

**Alcance e Reconhecimento de Marca (Impressões visíveis):**

**1. Vídeo (foco aqui é impressão)**  
**2. Display (foco aqui é impressão)**

**CPM visível: custo por mil impressões visualizada**

**Eu uso muito para lembrete, fortalecer a minha marca simplesmente aparecendo, assistir uma conversão.**

**Quando todas as campanhas de conversão estiverem gerando muito resultado, ou seja, muito lucro e parte desse lucro você investe em branding.**

**Promoção de APP:**  
**Apenas para quem deseja divulgar seu aplicativo em todos os canais do Google Ads.**

**Visitas a lojas locais e promoções:**  
**Focado em negócios locais e promoções no maior desempenho.**

**Eu recomendo você criar uma campa de conversão e levar a pessoa para o whatsapp**

**Ação do Conversão**  
**Lead: É um contato de um possível cliente.**

**Objetivos:**  
**Vendas: Ecommerce, venda direta.**  
**Leads: E-mail, whatsapp, clique botão.**  
**Tráfego no site: não deve ser utilizado.**

**Consideração de Produto ou Marca:**  
**Alcance e Reconhecimento de Marca:**  
**Promoção de APP:**  
**Visitas a lojas locais e promoções:**

**Primeiro passo:**

- 1. Criar uma landing page de alta conversão;**
- 2. Instalar a Tag do Google Ads;**
- 3. Criar uma ação de conversão (cadastro de email);**

**A sua prioridade deve ser em gerar vendas.**  
**Fazer dinheiro. Criar campanhas de conversões (Rede pesquisa, Youtube, Banners-Display, Discovery...)**

**Planejador de palavras-chave: Quantidade de buscas mensais.**

**Etapas da escala no Google Ads:**

- 1. Gerar conversões com lucro com baixo investimento;**
- 2. Teve lucro? Aumenta o investimento.**
- 3. Continua lucro? Aumenta até o teto.**
- 4. Chegou no teto, vá para outro tipo de campanha.**

**Todo negócio de sucesso vende para quem  
não está procurando o seu produto momento.**

**#chegadaponta**