

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