

# **Entenda o Impulsionamento**

**Impulsionamento NÃO é a  
mesma coisa que tráfego pago!**

*mas pode parecer que sim...*

# impulsioneamento

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

“plano, método, manobras ou estratégias usados para alcançar um objetivo ou resultado específico.”



## Anúncio

Você insere uma arte/criativo e seleciona para qual objetivo você quer anunciar: clique, mensagem no direct, mensagem no whatsapp, alcançar mais pessoas e etc.  
“Darkpost”

## Impulsionamento

Você seleciona uma publicação da sua página e potencializa os resultados delas, também selecionando um objetivo: alcançar mais pessoas, ter mais engajamento, cliques e etc.



O anúncio não vai aparecer na linha do tempo da sua página, mas em outros posicionamentos além do feed de notícias como a parte lateral do Facebook



O anúncio é utilizado para quem tem um objetivo específico para aquela campanha, como conseguir mais conversões, um verdadeiro anúncio.



Por mais que seja necessário um planejamento adequado para a execução de qualquer um dos dois formatos, seus objetivos são diferentes.

## Quais os principais benefícios:

- Mais usuários impactados;
- Maior resultados para as publicações;
- Fortalecimento da presença digital;
- Diversas opções de campanhas (alcance, reconhecimento de marca e etc.);
- Mensuração de resultados;
- Segmentação de público;
- Acompanhamento do desempenho;
- Maior número de vendas.

“ Mesmo com uma estratégia e planejamento eficientes para a atração de tráfego orgânico, a limitação imposta pela plataforma pode ser um empecilho. De acordo com o próprio Facebook, o alcance orgânico das publicações foi reduzido nos últimos anos.”

Escolha um objetivo da campanha

- ☒ Reconhecimento
- ☐ Tráfego
- ☐ Engajamento
- ☐ Cadastros
- ☐ Promoção do app
- ☐ Vendas

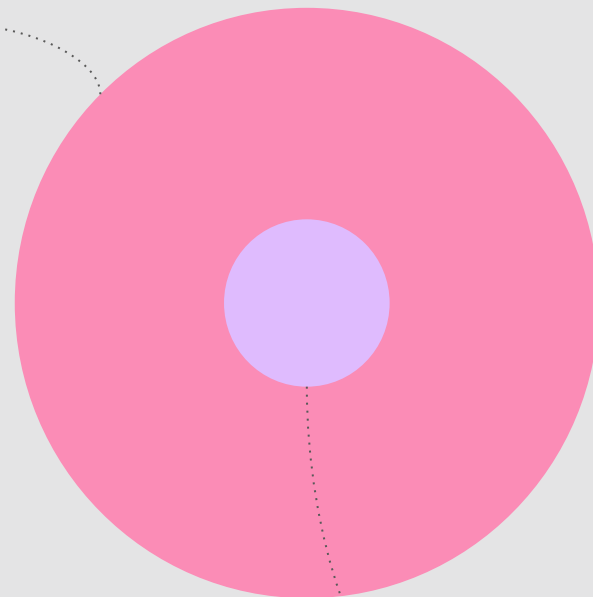


**Reconhecimento**  
Mostre os anúncios para quem tem maior probabilidade de se lembrar deles.

**Bom para:**

- Alcance ⓘ
- Reconhecimento da marca ⓘ
- Visualizações do vídeo ⓘ
- Reconhecimento da localização da loja ⓘ

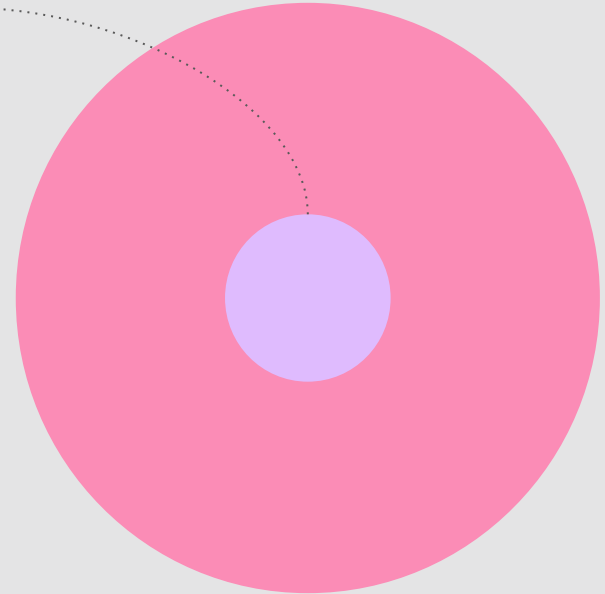
Resultados pagos



Resultados orgânicos

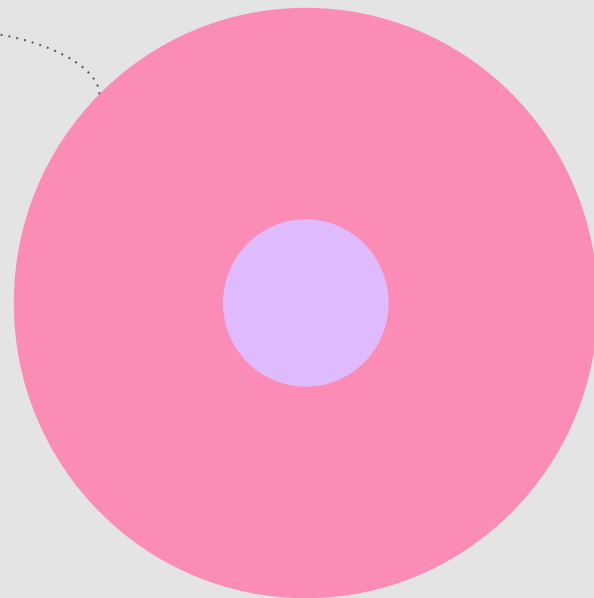
## Resultados orgânicos

Quando postamos organicamente, a publicação é entregue para a base de seguidores que acompanham o perfil. Exceto quando as hashtags também geram alcance de não seguidores ou quando a publicação é feita em collab com outros perfis. Primeiro o Instagram entrega para uma pequena porcentagem de seguidores, normalmente aqueles que costumam interagir com os seus posts. Se eles curtirem, salvarem, compartilharem e comentarem a publicação, o Instagram entende que é uma publicação relevante e entrega para mais uma porcentagem de seguidores. Hoje, se o perfil tem 100 mil seguidores e uma taxa de engajamento de **0,06%**, o máximo de interação que uma publicação recebe é **60**, entre curtidas, comentários e compartilhamentos.



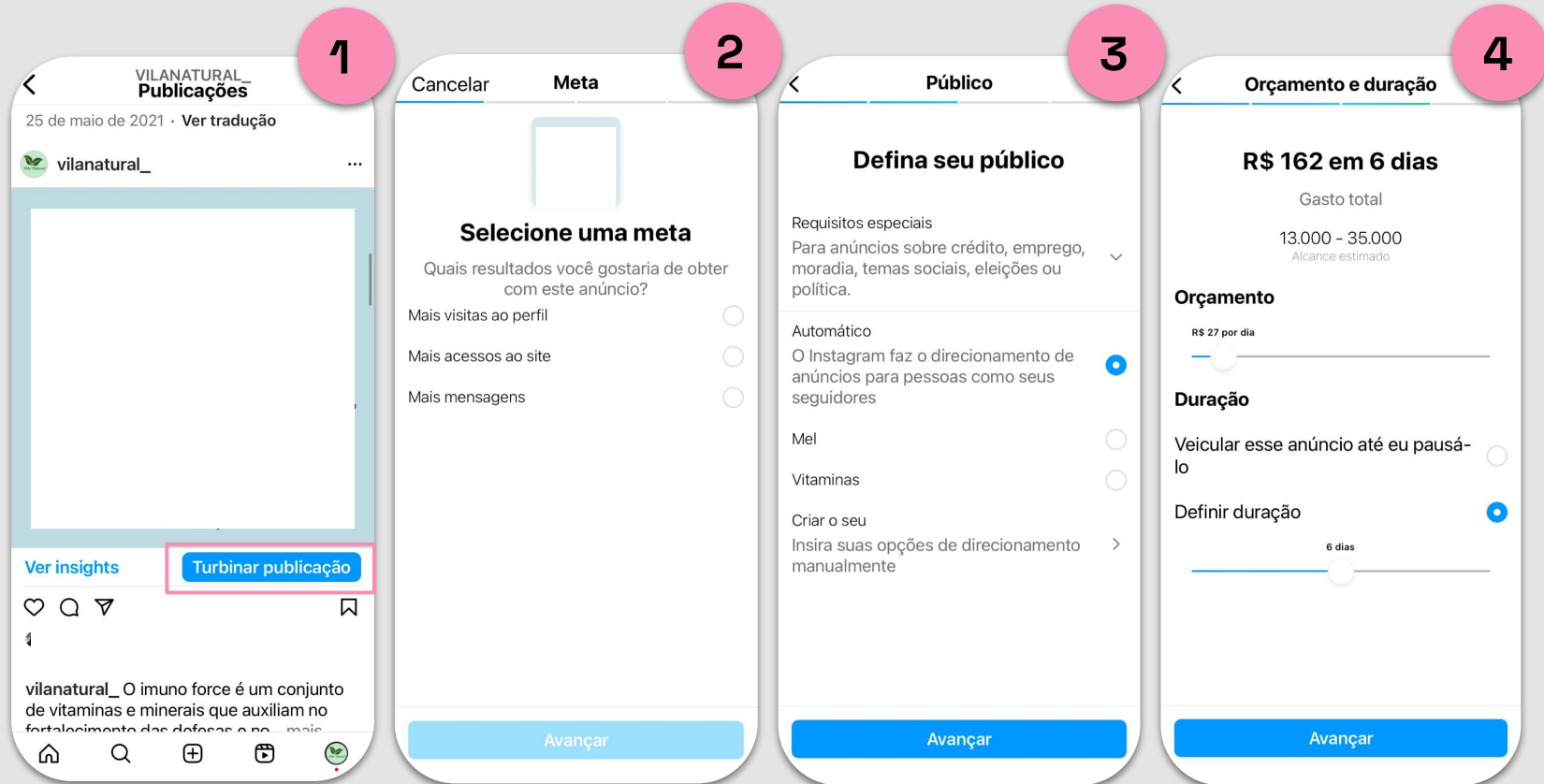
## Resultados pagos

Diferente da entrega orgânica, aqui você paga para o seu conteúdo atingir um determinado público. Isso significa que você vai **impulsionar** os seus conteúdos e especificar ao instagram para **qual tipo de público** você quer que ele entregue. Tudo isso é possível porque o impulsionamento é feito dentro do gerenciador de anúncios do Facebook. Com eles todos os resultados ficam salvos nos posts. Essa é a estratégia mais indicada para alcançar **novos seguidores** e gerar vendas. Isso porque, se queremos alcançar **NOVAS pessoas**, não conseguiremos com o orgânico, que só entrega para quem já é seguidor da página.



# gerenciador de anúncios





## Problemas de não utilizar o gerenciador:

- Limitação de configuração
- Limitação de acompanhamento e resultados
- Baixa otimização de orçamento
- Não recomendado!!

