

2.4 - O TESTE INFALÍVEL PARA O MELHOR ANÚNCIO

ESTRUTURA DA CAMPANHA

1 CAMPANHA

5 CONJUNTOS

2 ANÚNCIOS POR CONJUNTO (TOTALIZANDO 10 ANÚNCIOS)

1 CAMPANHA

OBJETIVO DE CONVERSÃO COM OTIMIZAÇÃO DE GASTOS A NÍVEL DE CAMPANHA DESATIVADA

5 CONJUNTOS

OBJETIVO DE OTIMIZAÇÃO PARA "COMPRAR"

TRABALHAREMOS COM O PÚBLICO ABERTO, SEM PÚBLICOS PERSONALIZADOS OU INTERESSES

SELECIONAREMOS A IDADE MÍNIMA A IDADE MÁXIMA COMPRADORA

ORÇAMENTO INICIAL DE R\$ 20,00 DIÁRIOS EM CADA CONJUNTO.

SELECIONAREMOS O SEXO MASCULINO OU FEMININO SE HOUVER NECESSIDADE. SE NÃO, DEIXAMOS OS DOIS.

DEIXAREMOS O POSICIONAMENTO ABERTO.

10 ANÚNCIOS

CRIAREMOS 2 ANÚNCIOS DENTRO DE CADA CONJUNTO COM COPY E IMAGEM DIFERENTES, TOTALIZANDO 10 ANÚNCIOS DISTINTOS

GATILHOS PRINCIPAIS QUE PODEM SER USADOS PARA QUE A COPY FIQUE WHITE (SEM RISCOS DE BLOQUEIOS)

CURIOSIDADE

"5 sinais para saber se ele está pensando em comprar"

CONTROVERSIA

"5 maneiras para fracassar em tudo na sua vida."

AUTORIDADE

"Passei 5 anos aumentando a audiência no YouTube. Acabei de excluir meu canal. Aqui está o porquê."

DEVEREMOS CONSIDERAR ESTRATÉGIA TUDO O QUE VEM DEPOIS DO CLIQUE.

ESTRATÉGIA

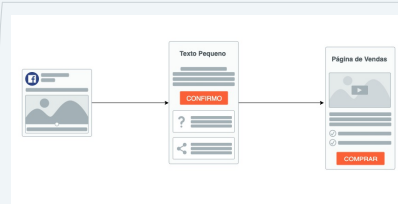
MODELOS DE ESTRATÉGIA



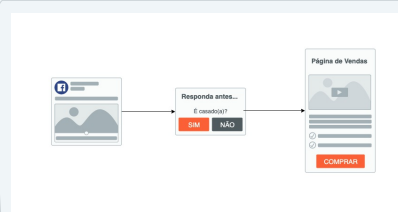
1. PÁGINA DE VENDAS



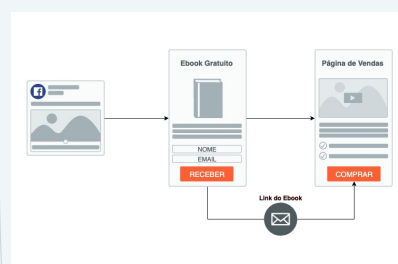
2. ADVERTORIAL



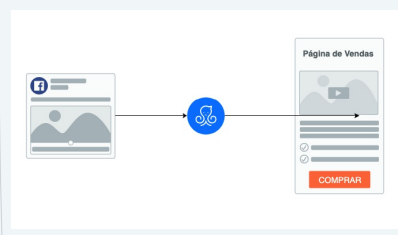
3. PRE-SELL



4. QUIZ



5. CAPTURA COM ISCA DIGITAL



6. MANYCHAT

PUBLICAR

PROCURE 24 HORAS COMPLETAS DE DADOS, OPTANDO POR INICIAR A CAMPANHA APÓS AS 20H

SE ESTIVER NO MEIO DO DIA, PROGRAME A CAMPANHA PARA COMEÇAR AUTOMATICAMENTE ÀS 20H

IREMOS AGUARDAR PELO CRIATIVO COM MELHOR RESULTADO DE CTR DE LINK

SURPRESA

NESSA AULA VOCÊ VAI ENCONTRAR UM ARQUIVO COM O EXEMPLO DE 200 HEADLINES E DEZENAS DE PALAVRAS DE IMPACTO QUE AUMENTAM A PERSUAÇÃO DO SEU ANÚNCIO