

Método O Rei do Tráfego

Módulo 04

AULA 25 – Minhas estruturas de campanha e venda de catálogo

● O que falaremos na aula?

Essa pode ser uma das aulas mais importantes de todo o método - Estruturas de Público. Não acredito em nada muito engessado no tráfego.

GRAVE ISSO: Tráfego é sempre uma constante de testes!

Agora veremos algumas estruturas de testes que utilizo com meus clientes, mas isso não significa que irão funcionar para você nem que deva utilizar da mesma forma.

Você deve entender a lógica que eu utilizo para a maioria poder modelar para seu negócio.

Essa estrutura é indicada para contas que já tenham um histórico de engajamento nas mídias sociais, tráfego no site e até mesmo no orgânico, o que faz com que a conta já possua um público quente.

Segue a estrutura:

00 – COMPRADORES DOS ÚLTIMOS 180D (Aqui você cria o público a partir do pixel)

01 – LISTA DE CLIENTES (se for maior que o público de compradores nos últimos 180D – caso contrário inverte a ordem de exclusão)

02 – PAGE VIEW 30D

03 – PAGE VIEW 60D

04 – IG/FB ENVOLVIMENTO 30D

05 – IG/FB ENVOLVIMENTO 90D



Método O Rei do Tráfego

Módulo 04

AULA 25 – Minhas estruturas de campanha e venda de catálogo

Nos públicos 00 e 01 (Compradores dos últimos 180D e Lista de Clientes) não recomendo fazer segmentação de idade e gênero, porque estas características não importam uma vez que o prospect já te conhece e demonstrou interesse no teu produto.

Porém para os demais públicos é interessante fazer segmentação de gênero e idade de acordo com o perfil do seu prospect.

OBSEVAÇÕES

1ª. É fundamental que e-commerces trabalhem com recorrência, ou seja, vender várias vezes para o mesmo cliente. Se um e-commerce não tem recorrência ele não cresce tão sustentável.

É muito difícil vender apenas uma vez e ficar sempre em busca de novos clientes frios.

2ª. Sempre siga as orientações de hierarquia de público, sobreposição e exclusões.

3ª. Para essa estrutura de campanha você utiliza campanha de conversão (seguindo a ideia do funil de pixel ex. Page View, add to cart, initiate checkout ou purchase)

O Facebook oferece como um objetivo de campanha de marketing a Venda de Catálogo, e uma estrutura que utilizo é a seguinte:

Objetivo de campanha: Vendas por catálogo



Método O Rei do Tráfego

Módulo 04

AULA 25 – Minhas estruturas de campanha e venda de catálogo

00 – Visualizou ou adicionou ao carrinho nos últimos 5 dias (aqui a quantidade de dias vai depender do tamanho do seu público)

01 – Visualizou ou adicionou ao carrinho nos últimos 14 dias

02 – Visualizou ou adicionou ao carrinho nos últimos 30 dias

Importante ficar atento, porque neste caso, é a nível de conjunto de anúncios que você define qual conjunto de produtos você deseja apresentar ao público escolhido.

O público é segmentado de acordo com alguns critérios que você pode definir:

1ª Opção: Esta é a que utilizo com mais frequência.

- Visualizaram ou adicionaram o produto ao carrinho, mas não efetuaram a compra**

Promova produtos de **PRODUTOS DISPONIVEIS** para as pessoas que visualizaram ou adicionaram esses produtos a seus carrinhos nos últimos 14 dias

2ª Opção: Aqui a ideia é apresentar produtos de menor preço para quem adicionou ao carrinho mas não comprou.

- Adicionado ao carrinho, mas não comprado**

Promova produtos de **PRODUTOS DISPONIVEIS** para as pessoas que adicionaram esses produtos a seus carrinhos nos últimos 7 dias

3ª Opção: Upsell é ofertar um conjunto de produtos com preço mais altos para pessoas que visualizaram um produto de preço menor.

- Fazer o upsell de produtos**

Promova **PRODUTOS DISPONIVEIS** para as pessoas que visualizaram o conjunto de produtos abaixo nos últimos 14 dias



Método O Rei do Tráfego

Módulo 04

AULA 25 – Minhas estruturas de campanha e venda de catálogo

4^a Opção: Já o cross-sell é quando você faz uma venda cruzada, ou seja, quando alguém por exemplo comprou sapatos na sua loja e você oferece roupas.

Fazer cross-sell de produtos

Promova produtos de **PRODUTOS DISPONIVEIS** para as pessoas que compraram do conjunto de produtos abaixo nos últimos **14** dias

5^a Opção: Aqui você pode fazer diversas combinações ou simplesmente utilizar como forma de criar a hierarquia de públicos e suas exclusões.

Combinação personalizada

Promova **PRODUTOS DISPONIVEIS** para um público personalizado com base em como as pessoas interagem com os produtos

Costumo utilizar as combinações personalizadas como forma de exclusão de públicos da seguinte forma:

Após criar o público: **00 - visualizou ou adicionou o carrinho nos últimos 5 dias**, você duplica o conjunto de anúncios -> troca o nome para **01 - Visualizou ou adicionou o carrinho nos últimos 14 dias**.

Em seguida selecione a opção “combinação personalizada” e configure da seguinte forma:



Método O Rei do Tráfego

Módulo 04

AULA 25 – Minhas estruturas de campanha e venda de catálogo

Interações do público incluídas

Produto	Visualizaram	Nos últimos	14	dias	X
	Adicionaram ao car...	Nos últimos	14	dias	X
+ Adicionar inclusão					
Mas não	Compraram	Nos últimos	14	dias	X
	Adicionaram ao car...	Nos últimos	5	dias	X
	Visualizaram	Nos últimos	5	dias	X



NA PARTE DE ANÚNCIOS

Na hora de configurar os anúncios, após nomeá-lo você deve selecionar o catálogo de produtos cadastrados e na parte de título você consegue configurar para que apareçam automaticamente características do produto como nome e preço.

Ps. Ele vai puxar automaticamente as informações do seu site. Então se não estiver configurado corretamente não vai puxar de forma certa.

Na opção de destino de deep link eu costumo utilizar a opção de abrir deep link em um navegador de web móvel.

Outra estrutura bem interessante é uma campanha para públicos de lookalike, e aqui utilizo como público de origem aqueles da primeira estrutura de públicos quentes, de modo que minha formação fica assim:



Método O Rei do Tráfego

Módulo 04

AULA 25 – Minhas estruturas de campanha e venda de catálogo

- 01 - LOOKALIKE DE 1% LISTA DE CLIENTES
- 02 - LOOKALIKE DE 1% PAGE VIEW 30D
- 03 - LOOKALIKE DE 1% PAGE VIEW 60D
- 04 - LOOKALIKE DE 1% IG ENVOLVIMENTO 30D / FB ENVOLVIMENTO 30D
- 05 - LOOKALIKE DE 1% IG ENVOLVIMENTO 90D / FB ENVOLVIMENTO 90D

Além das 06 formas de criação de público de interesse que ensinei em outra aula, vou mostrar uma estrutura que também utilizo para contas que estão iniciando e. não tem público personalizado.

Ps. É uma estrutura que não deve ser engessada.

Conhecida como 1 - 5 – 1:

1 Conjunto: 1 Interesse específico segmentando idade do público alvo, gênero se fizer sentido, nível educacional e status de relacionamento.

2 Conjunto: 1 interesse específico + idade ampla -> mantém o gênero, nível educacional e status de relacionamento.

3 Conjunto: 1 interesse específico -> não segmenta nada

4 Conjunto: Mix de interesse e comportamento

5 Conjunto: totalmente aberto

Ps. Se você ainda tem dúvidas sobre como criar catálogo e conjuntos de produtos volta lá na aula 09 que eu explico direitinho cada etapa.



Método O Rei do Tráfego

Módulo 04

AULA 25 – Minhas estruturas de campanha e venda de catálogo

Agora você já conhece as principais estruturas que utilizo nas contas dos clientes que gerencio. Na aula seguinte você vai aprender a escalar campanhas utilizando o CBO e analisar métricas.

