

LIVE MONSTRA #58

7 ESTRATÉGIAS PARA VENDER MAIS INVESTINDO MENOS NO FACEBOOK E INSTAGRAM

=====

INTENSIVO EM ANÚNCIOS ONLINE 2022: <https://www.conversaoextrema.com/intensivo/>

=====

Parte 1: Principais erros de quem não tem resultados

Parte 2: 7 Estratégias para Vender Mais Investindo Menos

Parte 3: Otimização - Em busca de grandes resultados

=====

4 pilares para gerar resultado garantido no Facebook:

1. Landing Page (página específica para a conversão)
2. Segmentação (focar no público comprador)
3. Anúncio chamativo
4. Oferta ou Promessa (fazer o usuário agir)

Eu preciso ter uma campanha otimizada = vendas

Funil de Métricas:

Impressões

Cliques

Leads

Vendas

TOP 10 erros básicos no Facebook Ads:

- 1 - Falta do Pixel instalado corretamente sem seguir os pré-requisitos;
- 2 - Não negativar públicos compradores;
- 3 - Não criar várias públicos personalizados;
- 4 - Criar apenas um anúncio ou formato;
- 5 - Subir todos os públicos em um só conjunto ou campanha;
- 6 - Escolher o tipo de anuncio errado pro seu objetivo;
- 7 - Não olhar a frequência;
- 8 - Não cria conteúdo;
- 9 - Não distribui o conteúdo (anúncios);
- 10 - Não segmenta horário, local, idade e gênero.

Toda campanha tem público negativo.

Público personalizado = Você cria a partir de informações próprias.

Eu preciso motivar o usuário a agir.

Eu entendi e não vou cometer esses 10 erros.

=====

Parte 2: 7 Estratégias para Vender Mais Investindo Menos

=====

#1 - Foque em deixar seu Facebook Ads inteligente alimentando o Pixel com conversões;

Facebook Ads é uma ferramenta inteligente = Quanto mais informações você passa pra ela mais resultados ela gera.

Quanto mais conversões (vendas ou leads)

Clique no botão = conversão

33k conversões = pixel inteligente = amplio o público e continua em larga escala.

Instale o pixel e alimente o pixel.

#2 - Separar públicos por grupos de anúncios;

Quais são os seus melhores públicos.

1 campanha com 1 conjunto com 10 públicos (tudo junto)

1 campanha com 10 conjuntos e 10 públicos separados

Eu preciso descobrir meus melhores públicos.

#3 - Seja bom em converter o público P2, ele é o que traz o volume;

P1 = Pessoas que já conhecem você (site, seguidor, interage...)

P2 = Pessoas que não te conhecem (é a grande maioria)

Um baita de anúncio, segmentação, oferta/promessa e em uma LPAC.

Novato

Veterano

Eu preciso ser bom em te conhecer a assistir minhas aulas e comprar os meus produtos.

Tráfego frio = precisa ser bom em converter.

Eu preciso ser bom em vender para o P2.

#4 - Anúncio social que engaja;

- Anúncio com forte início (primeiros segundos);

- Amador, não parece anúncio (parece um post);
- Post social: Foto apenas ou vídeo “amador”.

Fazer com que o meu anúncio não seja ignorado.

#5 - Biblioteca de anúncios (foque em ser o melhor);

Criar os melhores anúncios e ser a melhor opção = vende mais com menos investimento.

Eu preciso ser o melhor.

#6 - Teste A/B

Faça muito teste...

TESTE DE LANDING PAGE

TESTE DE PÚBLICO

TESTE DE OFERTA OU PROMESSA

TESTE DE ANÚNCIO

MORRA TESTANDO....

TESTE INFINITO

1. Crie no mínimo 3 anúncios por conjuntos
2. Pause os piores e multiplique os melhores
3. Busque entender o motivo da alta conversão.

Pontos em comum:

1. Palestra;
2. Conteúdo básico;
3. Apareciam pessoas;
4. Legendas;
5. Músicas emocionantes (tik tok).

Em busca do criativo perfeito = Existe = ele é perecível = tem prazo de validade

#7 - Como reduzir seus custos e aumentar volume de vendas?

Fórmula = FB + CTR

Frequência baixa = tamanho do público tem que ser compatível com o seu investimento + variações e testes de anúncio

CTR alto = + 0,5% = Anúncio social e criativo + público certo + frequência baixa.

Cliques / impressões = CTR

LIVE MONSTRA 53 = COMO ANUNCIAR NO GOOGLE DO ZERO

LIVE MONSTRA 54 = COMO ANUNCIAR NO FACEBOOK E INSTA DO ZERO

=====

Parte 3: Otimização - Em busca de resultados extraordinários

=====

Otimizar nada mais do que intensificar o que funciona e retirar o que não funciona.

Métricas a serem analisadas:

CPA (Custo por resultado) = EU NÃO MEXO

RESULTADOS (Volume)

CTR (taxa de clique) = qualidade do seu anúncio x público-alvo

FREQUÊNCIA (Quantas vezes uma mesma pessoa viu seu anúncio)

CPC (Custo por clique no link)

CPM (Custo por 1.000 impressões)

CTR baixo = CPC alto

Se você aplicar as 7 estratégias e evitar os 10 erros básicos as suas campanhas vão para um outro nível = você terá MAIS VENDAS investindo MENOS....

LIVE MONSTRA #58

=====

#TESTEINFINITO