

TRÁFEGO PAGO PARA DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDO

com Fernando Bassani

100 PASSOS 4.0

RESUMO #AULA62

TRÁFEGO PAGO PARA DISTRIBUIÇÃO DE CONTEÚDO

O que é distribuição de conteúdo?

É a divulgação do seu conteúdo que informa e ensina, através de alguns tipos de mídias disponíveis nas plataformas (Instagram, Facebook...). Exemplos: carrossel, vídeos, estáticos.

A importância da distribuição de conteúdo é:

- ▶ Gerar autoridade e aumentar o engajamento;
- ▶ Ampliar sua audiência;
- ▶ Crescimento do perfil;
- ▶ Melhora no custo por resultado desejado: quanto mais pessoas engajadas, mais resultados você terá.

As formas de distribuir conteúdo são:

- ▶ *Orgânica*, isto é, distribuição de conteúdo gratuito.
- ▶ Algoritmo do Instagram: ele entrega para um percentual dos seus seguidores e recomenda na aba explorar. Quando o post viraliza, o algoritmo entrega para mais pessoas.
- ▶ Utilizar hashtags.
- ▶ Através de compartilhamento entre usuários engajados.
- ▶ Através de marcação de outros perfis na publicação.
- ▶ Por meio de ferramentas de busca.
- ▶ *Paga*, isto é, você paga para divulgar seu conteúdo via Gerenciador de Anúncios ou pelo próprio aplicativo/ferramenta.

A diferença entre o conteúdo orgânico e o pago é que no orgânico você não escolhe como o conteúdo será distribuído, dependendo sempre do algoritmo, de compartilhamentos e de outras pessoas.

Sempre que você quiser otimizar, isto é, melhorar resultados deve-se sempre analisar o orgânico antes para verificar os posts que tiveram maiores resultados.

O que é importante entender para definir a estratégia de distribuição de conteúdo?

Entender que você só vai ampliar sua audiência da melhor forma se ampliar o seu público de engajamento.

Quais são os públicos de engajamento?

- ▶ Visitantes do perfil: pessoas que se interessaram pela sua publicação e entraram no seu perfil;
- ▶ Pessoas que comentam alguma publicação/post: indica que o usuário executou uma ação de engajamento dentro daquele conteúdo;
- ▶ Pessoas que compartilham alguma publicação/post: indica que o usuário está divulgando o seu conteúdo para outro usuário, ampliando assim a sua audiência. É um meio de escalar de forma orgânica;
- ▶ Pessoas que salvam alguma publicação/post: indica que o usuário achou útil e muito relevante o seu conteúdo. Indica que é algo que a pessoa precisa para ela;
- ▶ Pessoas que te enviam directs: interação direta do usuário com o seu perfil;
- ▶ Visualizações de vídeos: Indica que a pessoa teve contato com seu conteúdo por consumo de tempo.

Se você tem um público engajado, sempre terá bons resultados.

O público de visualizações de vídeos é diferente do público que executou uma ação nos seus posts.

Qualquer interação com o seu conteúdo é considerado engajamento.

De acordo com o mercado, os públicos mais qualificados são: visualização de vídeos, salvamentos, comentários, directs e compartilhamentos.

Quais mídias me permitem aumentar o público de engajamento?

Na sua produção de conteúdo é importante ter:

- ▶ Carrosséis: postar com frequência;
- ▶ Estático (com copy detalhada);
- ▶ Vídeos estilo nuggets/nutellas: pequenos trechos de vídeos mais longos;
- ▶ Reels: possuem um alcance maior.

Tráfego para distribuição de conteúdo

Distribuição de conteúdo pelo tráfego orgânico:

Se você posta os vários formatos com frequência, de forma orgânica, você estará distribuindo conteúdo para todos os tipos de público.

Distribuição de conteúdo pelo tráfego pago:

- ▶ Gerenciador de anúncios: mais completo, podendo direcionar para públicos mais específicos.
- ▶ Impulsionar: mais simples, porém menos completo.

O que fazer no Gerenciador de Anúncios? Quais campanhas utilizar para ampliar sua audiência no Gerenciador de Anúncios do Facebook ADS?

Vai depender do seu objetivo:

- ▶ Aumentar público de vídeo: campanhas de visualização de vídeo;
- ▶ Aumentar público de engajamento: campanhas de engajamento;
- ▶ Aumentar as visitas no perfil: campanhas de tráfego.

Para criar essas campanhas é preciso ter todos os formatos de post no seu perfil.

O que analisar para escolher essas publicações?

Se você quer iniciar com mais precisão, a análise do orgânico vem sempre antes do pago. Pelos insights você faz análise de quais posts foram melhores de forma orgânica e nesta ordem: salvamentos, comentários, compartilhamentos, visualizações de vídeo.

Quais campanhas criar para iniciar?

- ▶ Uma campanha de tráfego para os carrosséis (aumentando visitas ao perfil);
- ▶ Uma campanha de visualização de vídeo para os seus vídeos (aumentando público de vídeo);
- ▶ Uma campanha de engajamento para os seus estáticos (aumentando o público de engajamento).

Público quente (público que já te conhece): envolvimento no Instagram 30/60 dias, menos verba.

Público frio (público que não te conhece): selecionar públicos de interesses, mais verba.

Se você não está habituada aos anúncios, leia sempre cada tópico antes de iniciar.

No Google ADS os objetivos de campanhas são semelhantes.

O impulsionar é bom para trazer mais visitas ao seu perfil.

Aulas Complementares

Módulo 6: Tráfego Pago