



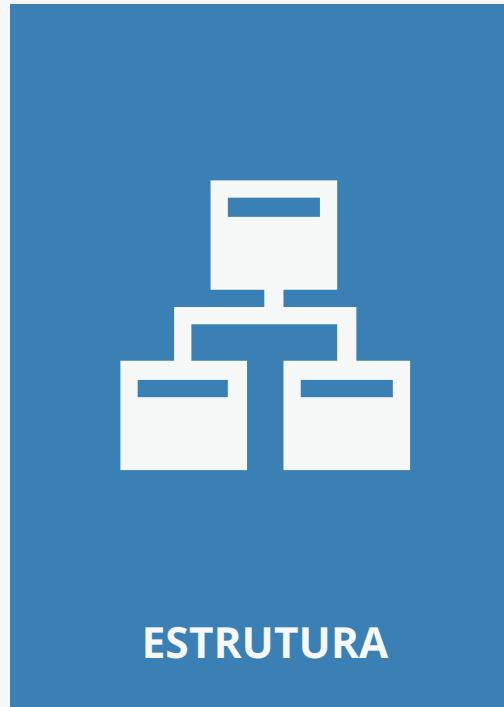
Consultoria Blueberry

• • •

Facebook Ads

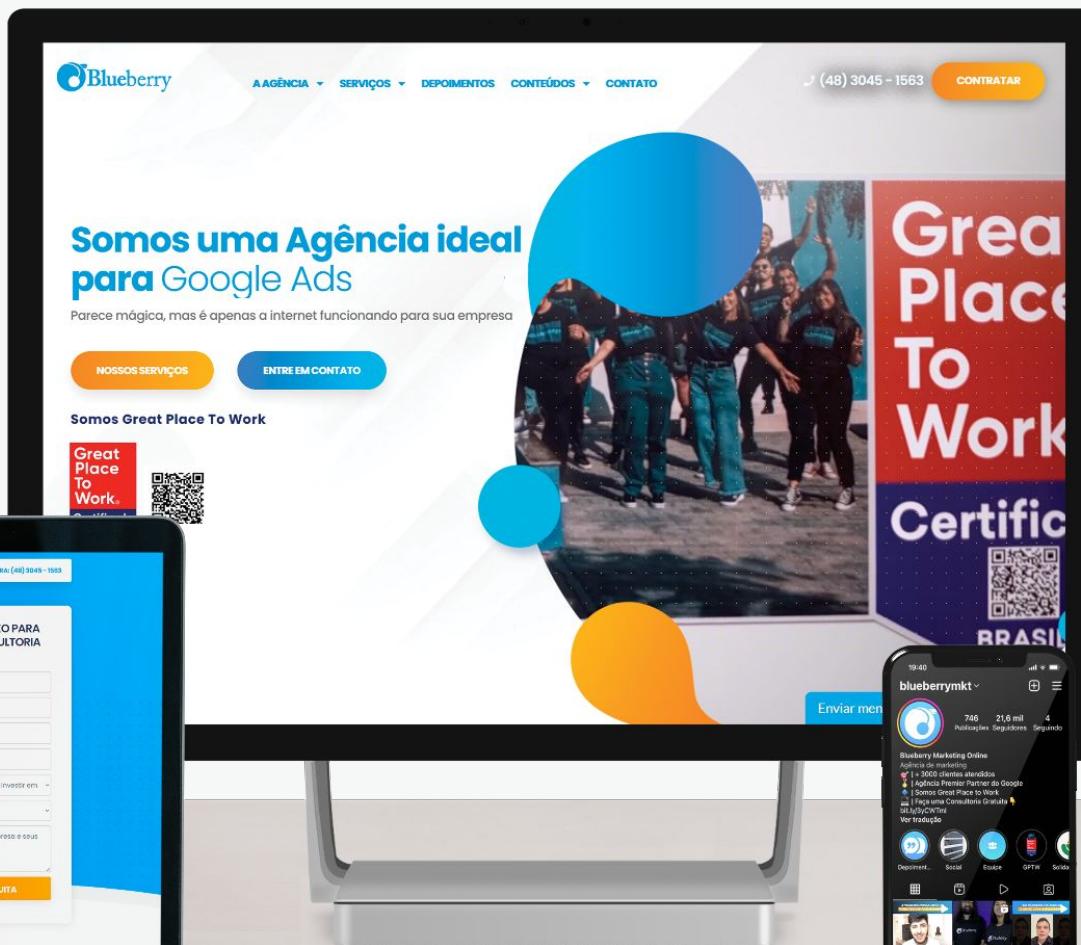
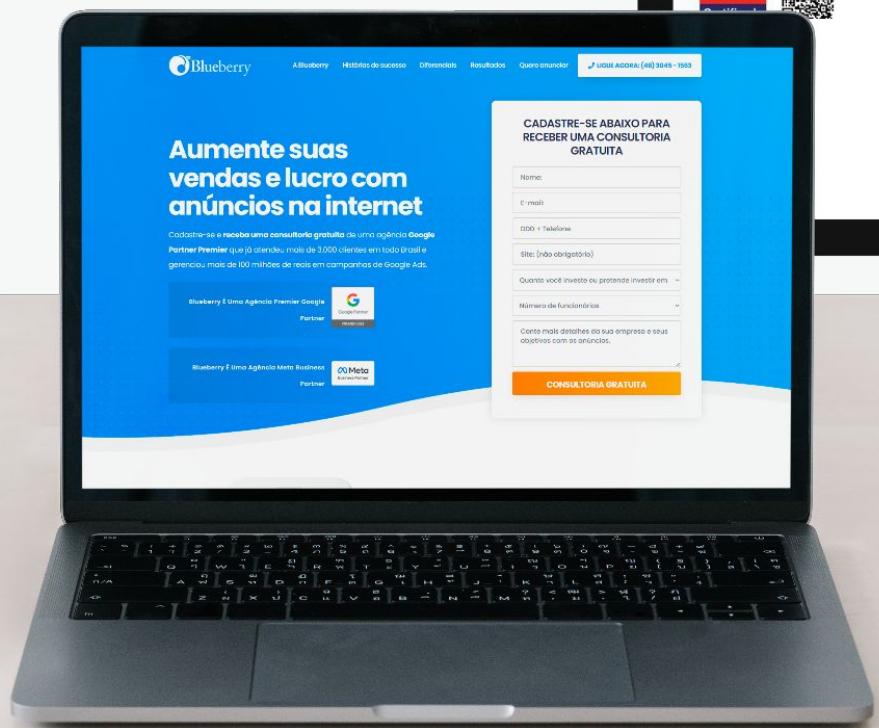
OS TRÊS PILARES DO MARKETING DIGITAL

• • •



ESTRUTURA

SITE INSTITUCIONAL



LANDING PAGE



REDES SOCIAIS

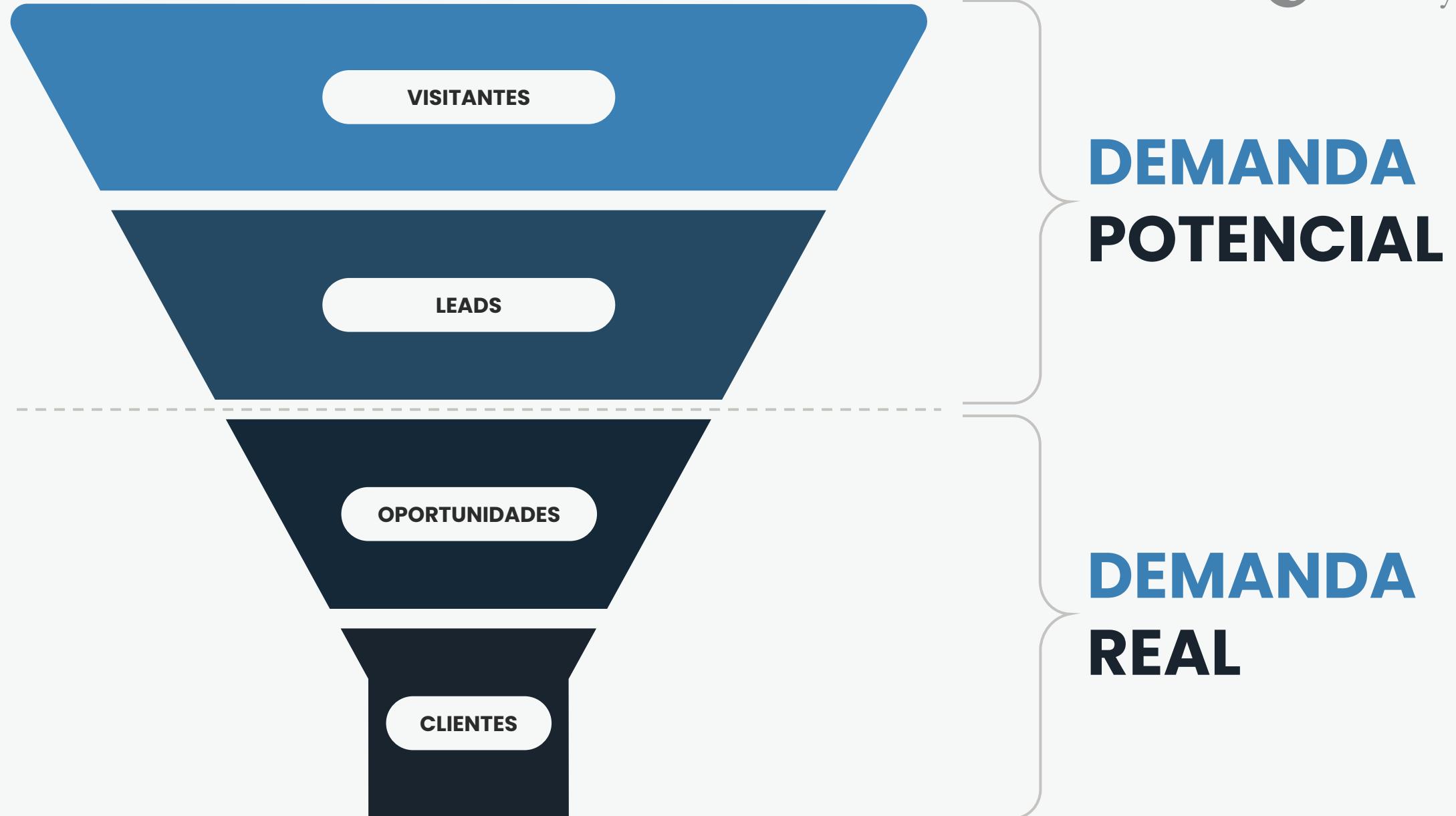


CONTEÚDO



Fotos, vídeos e informações em geral que comunicam os **serviços** que você presta ou os **produtos** que você vende.

Normalmente são entregues ao consumidor por meio de postagens nas **redes sociais** (**Instagram e Facebook**)



PRINCIPAIS TIPOS DE CAMPANHA FACEBOOK ADS

• • •



ALCANCE



TRÁFEGO



ENGAJAMENTO



VISUALIZAÇÃO
DE VÍDEO



GERAÇÃO DE
CADASTRO



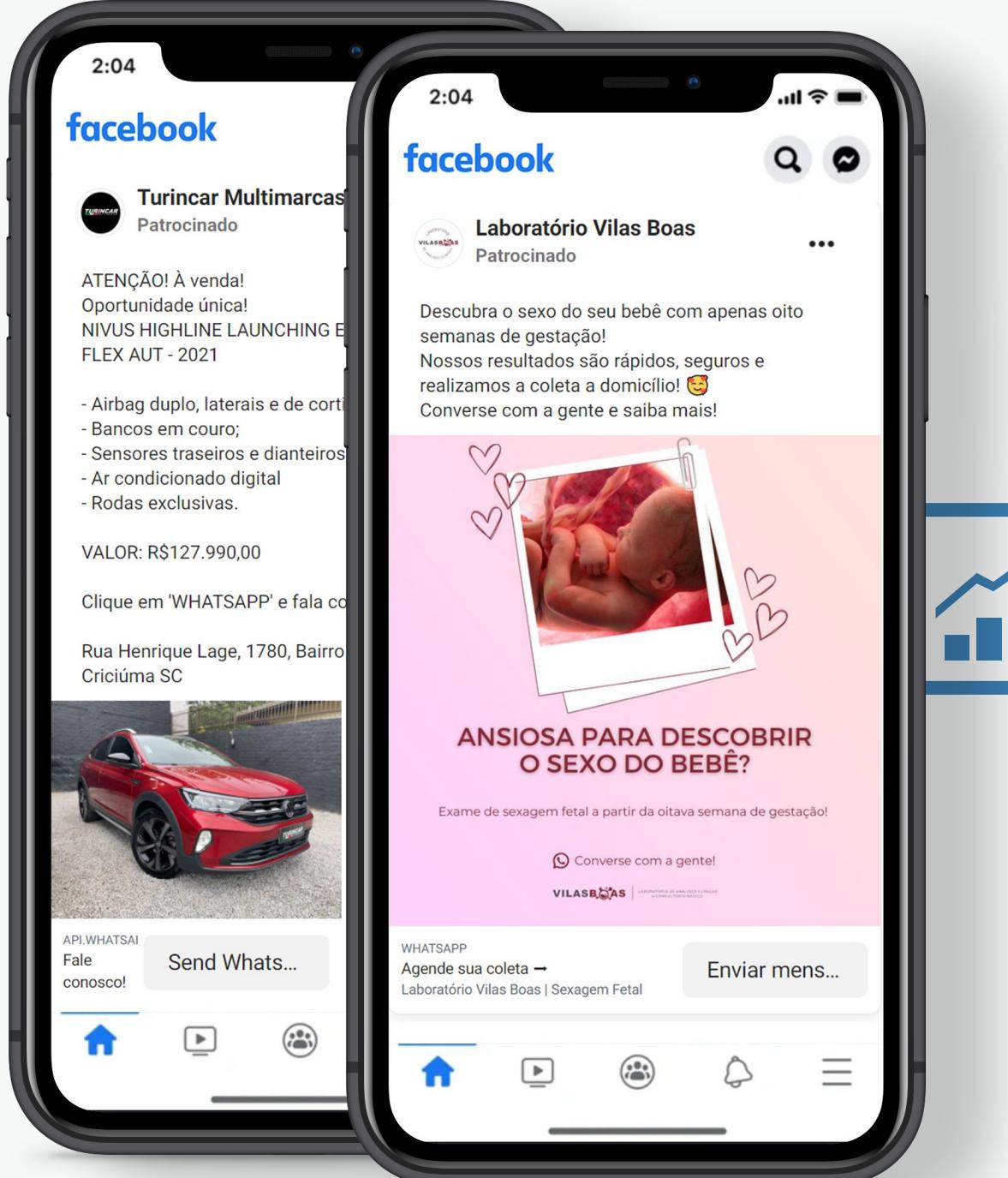
MENSAGEM



CONVERSÃO



VENDAS NO
CATÁLOGO



ALCANCE

Interessante para **impactar** pessoas de cidades pequenas ou públicos pequenos.



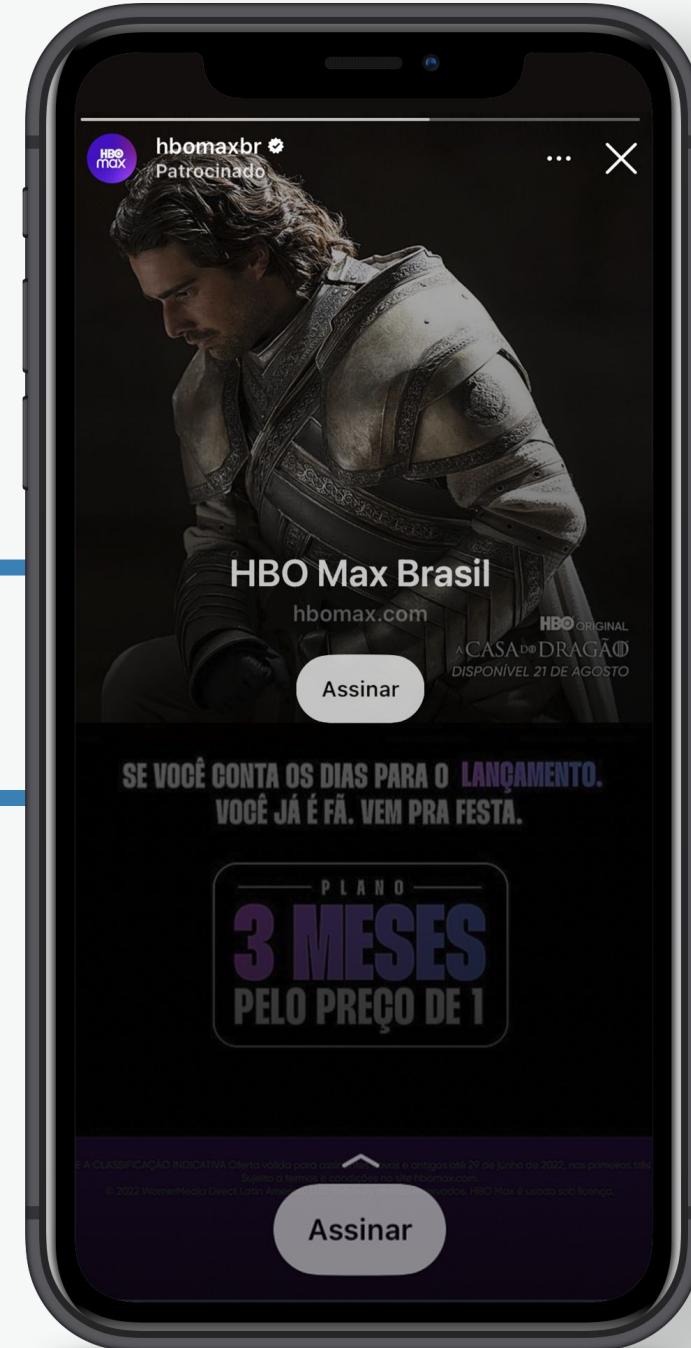
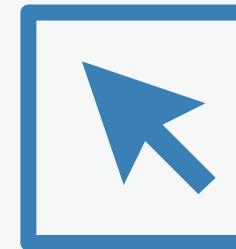
Pode ser usada como campanha para lembrar ou **atrair visitantes para negócios locais**.

Podem ser **usadas diferentes call to actions (CTAs)**, não apenas o Saiba Mais

TRÁFEGO

Essa campanha procura pessoas com **maior probabilidade de clicarem em links**.

É usada para links direcionados para **websites ou para WhatsApp** (é uma alternativa para a campanha de mensagens para o WhatsApp).





ENGAJAMENTO

É conhecido como o popular **impulsionamento**,
Essa campanha é focada em trazer **o máximo de pessoas engajadas**.

É sugerido usar quando se busca um **número maior de audiência** através de impulsionamentos nos posts.

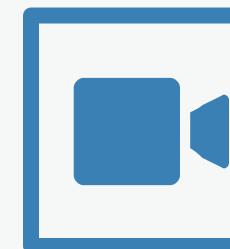
Sugere-se fazê-la em segmentos como **negócios locais, e-commerce, captura de leads, entre outros**

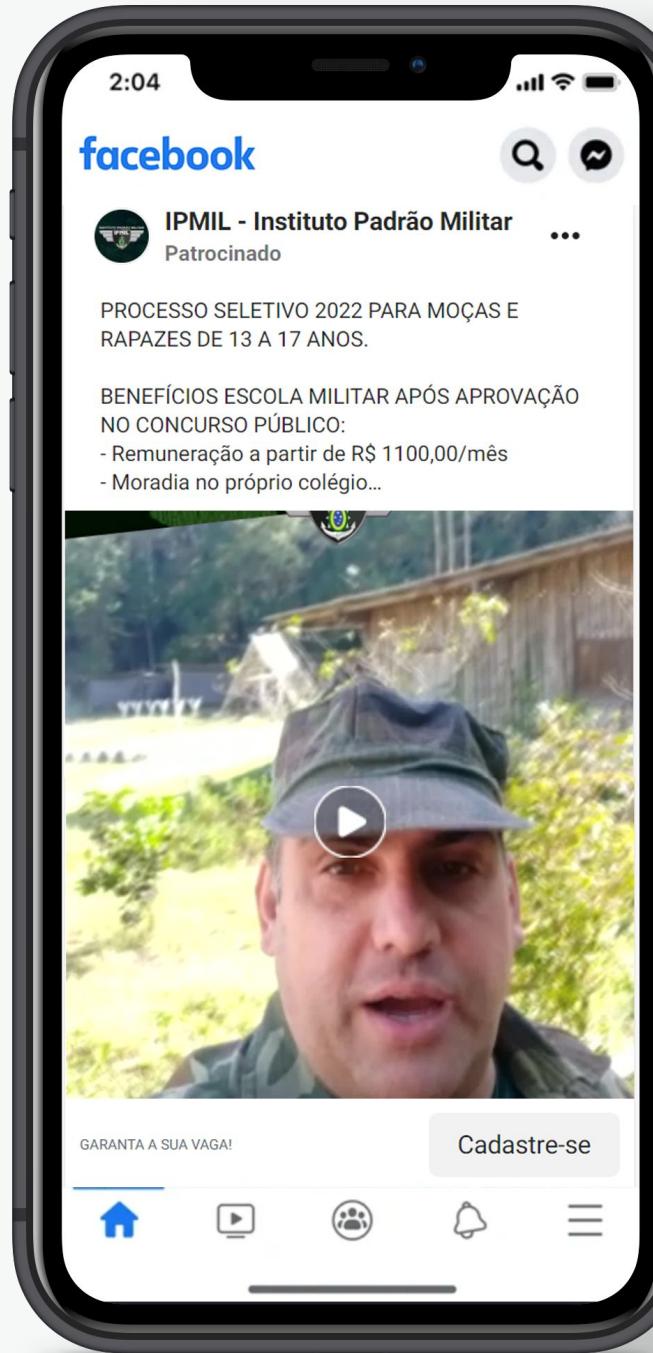
VISUALIZAÇÃO DE VÍDEO

Campanha com objetivo de **potencializar as visualizações em vídeos.**

Serve para criar audiência, pois **potencializando o número de espectadores de um vídeo**, é possível depois fazer remarketing dessas pessoas.

É interessante para trabalharmos variados segmentos. Uma campanha que serve para **topo de funil**.





GERAÇÃO DE CADASTRO

Passe um tempo definindo as **palavras-chave ideais**



- Trabalhe com negativação de termos **semanalmente**;
- Pense no **copy ideal** para os títulos e descrições;
- Utilize as **palavras-chave no anúncio**;
- Utilize **extensões de anúncios**;
- Utilize anúncios **responsivos**;
- Siga as **Políticas de Privacidade** do Google Ads.

MENSAGEM

São três tipos de campanhas de mensagem:
Messenger, Direct e WhatsApp.

Direct: só para Instagram, funciona bem para vários segmentos, desde serviços até produtos.

Messenger: é uma plataforma interessante para controle de leads e organização dos mesmos.
Também serve para vários segmentos.

WhatsApp: essa campanha é muito boa para negócios locais. Ela não pode ser segmentada por interesses, apenas por públicos de remarketing e lookalike.



PRINCIPAIS ESTRATÉGIAS

...



PÚBLICO DE LOOKALIKE

É conhecido como **público-semelhante**, a ferramenta busca pessoas similares a lista de compradores (mais quente), envolvidos, remarketing, videoview de sua conta.



PÚBLICO DE REMARKETING

Re-impactar pessoas que já passaram pelo site, compraram, se envolveram, ou viram vídeos.



PÚBLICO DE INTERESSE

Uso do **direcionamento detalhado** do Facebook para fazer campanhas de pessoas **interessadas em assuntos específicos na plataforma**.

FACEBOOK ADS

• • •



MAIS DE 60 ESPECIALISTAS



SUporte em horário comercial



RELATÓRIOS



PARCEIRO OFICIAL META



AVALIAR CONCORRENTES



MÃO NA MASSA



ANÚNCIOS GRÁFICOS



MAIS DE 3 MIL CLIENTES ATENDIDOS



HORÁRIOS



ANÚNCIOS POR GRUPO



CAMPAÑHAS DE REMARKETING



CICLO DE VENDAS



GRUPOS DE ANÚNCIOS



ESPECIALISTAS NA ÁREA

OBRIGADO!



Thomas Corrêa

Executivo de Contas Sênior

(48) 3045-1563