

MENTORIA EXTREMA - 02/10/2023

BEM-VINDOS!!! 🐷🐷🐷

Avisos iniciais:

- Lista de chamada com # ao final - post e em destaque aqui no chat
- PDF Google Meu Negócio e PDF Rede de pesquisa estão no portal
- Novos modelos de LPs disponíveis no Módulo de Criação de Landing Pages.
(Aula: Como importar, editar e usar os modelos das páginas criadas nas aulas).
- Calendário do mês de OUTUBRO em destaque na comunidade -
<https://www.facebook.com/groups/comunidadeextrema/permalink/1406046347002105>
- Semana que vem será com Wellington Knabbenn.

=====

Funil de métricas: Google

Impressões: 19.700

Cliques: 1.730

Leads: 169

Vendas: 12 carros (não sabe se veio do google)

Tarefas:

1. Saber identificar da onde que vem o lead.
2. Dos leads capturados, para quantos eu vendi?
3. Quantos leads eu preciso para gerar uma venda? (Em média 14 Leads)
4. Perguntar para o marido quantas conversas ele teve pelo Whats.
5. Criar um público específico de clicadores no botão (remarketing)
6. Quanto eu posso pagar por lead?

Meta de venda de veículo: 20 a 25 carros p/ mês

Set: 12

Agosto: 20

Julho: 8

Junho: 19

Princípios da Rede de Pesquisa:

- Especificidade;
- Dois tipos de público.

Quem conhece você, campanha com palavras-chave direcionadas para sua loja.

É para quem busca veículos.

Quando você quer direcionar algo para o WhatsApp, mande para uma LP primeiro, depois coloque o botão.

Olá! Gostaria de saber mais sobre os veículos. 😊 (Google)

Gostaria de saber mais sobre os veículos. 😊 (Facebook)

Olá, vi seu anúncio no Google e gostaria de saber sobre o veículo X.

Situação número 1:

Criar campanha de pesquisa específica para venda de veículo específico (venda mais fácil ou mais difícil)

Palavras chave:

Nome carro + ano + local + características

Campanha de pesquisa:

1. Para nome da loja (institucional) Características da loja.

2. Específica para determinadas marcas de veículos.

Otimização:

Orçamento/lance;

Palavras-chave. (Termos de pesquisa) Adicionar ou excluir

Palavras-chave negativas (muitas)

Público alvo

Público de observação

Local

Anúncios

Promissória (AMPLA)

[Promissória] (EXATA)

“Promissória” (CONTÉM - CORRESPONDÊNCIA DE FRASE)

Termo de pesquisa = Palavras que ativam o seu anúncio

Palavras-chave = Palavras que você QUER que ative o seu anúncio.

Tipos de campanhas de youtube:

1- Receber visualizações.

Influencia a consideração dos seus produtos ou da marca com anúncios internam puláveis em em vídeo in-feed.

2- Alcance eficiente.

Alcance mais usuários únicos gastando menos com os anúncios bumper e in-stream puláveis ou usando uma combinação dos dois.

3- Frequência desejada.

Alcance as pessoas mais de uma vez com anúncios in-stream puláveis e não puláveis ou anúncios bumper.

4- In-stream não pulável.

Divulgue toda a mensagem com anúncios in-stream não puláveis de até 15 segundos.

5- Impulsionar conversões. (CONTATOS)

Gere mais conversões com anúncios em vídeo criados para estimular interações valiosas com sua empresa.

6- Sequência de anúncios.

Conte uma história ao exibir anúncios em uma sequência específica para determinados usuários por meio de anúncios in-stream puláveis, não puláveis e bumper ou combinação deles.

7- Áudio.

Alcance seu público-alvo enquanto eles ouvem música no YouTube com áudio.

8- Engajamento do YouTube

Gere inscrições e engajamento no seu canal do YouTube com anúncios em vídeo criados para incentivar interações valiosas.