

ESTRATÉGIAS DE

ANÚNCIOS ON-LINE

PARA COMUNICAÇÃO POLÍTICA



ITINERÁRIO DO DIA

TEMA #1



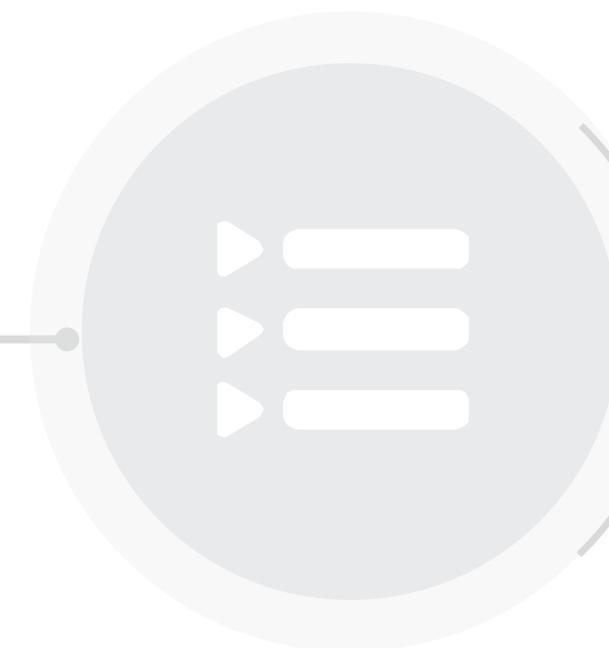
PUBLICIDADE

TEMA #2



PUBLICIDADE
ON-LINE

TEMA #3



PLANEJAMENTO
DE ANÚNCIOS

TEMA #4



DINÂMICA
DE ANÚNCIOS

TEMA #5



MENSURAÇÃO
DE RESULTADOS

DINÂMICA DOS ANÚNCIOS



TEMA 4

DINÂMICA DOS ANÚNCIOS

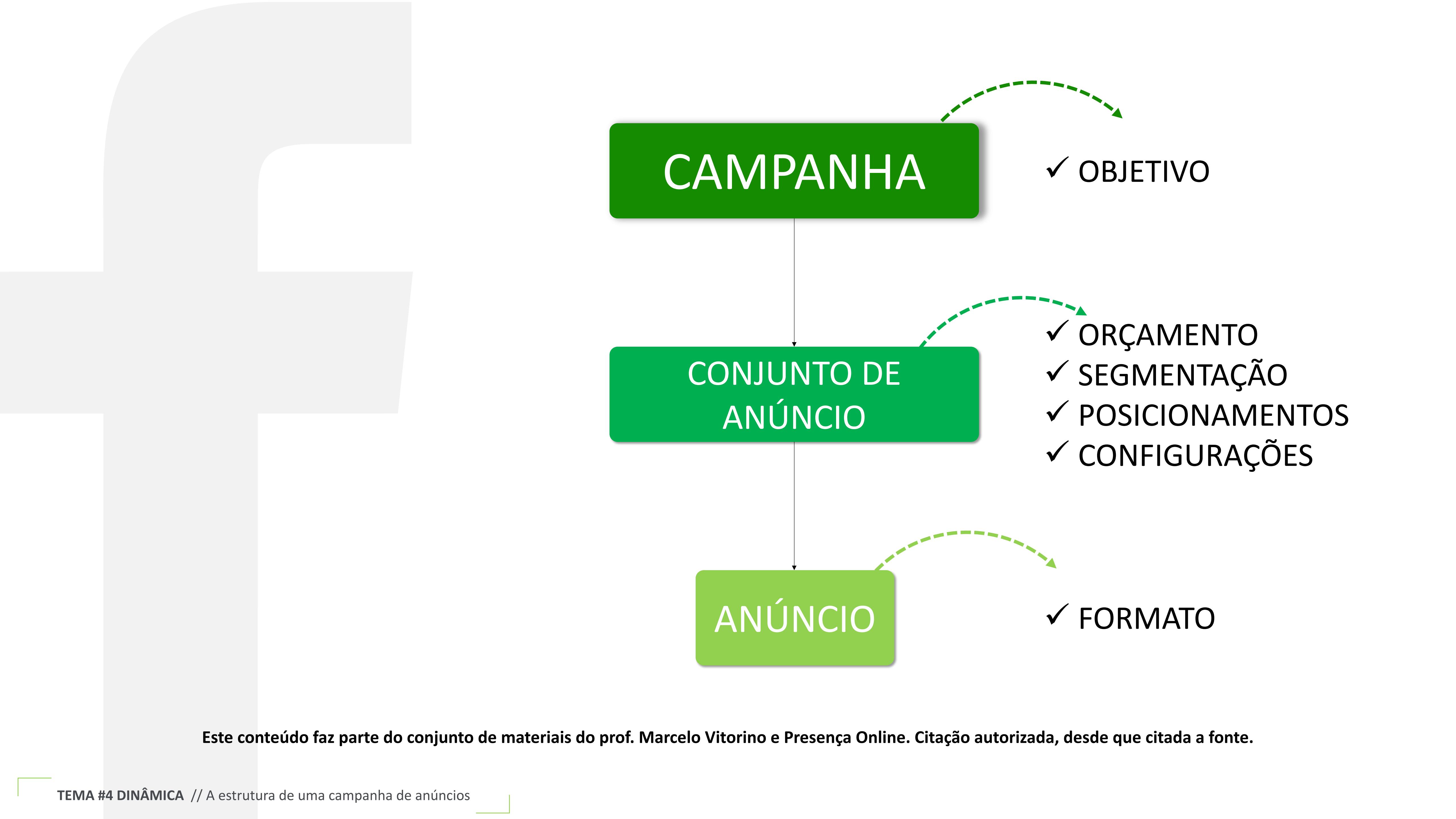
4.1 *A ESTRUTURA DAS CAMPANHAS DE ANÚNCIO*

COMO FUNCIONA A CRIAÇÃO
DE ANÚNCIOS?



A DINÂMICA E ESTRUTURA DE CAMPANHAS DAS PLATAFORMAS FACEBOOK E GOOGLE SÃO DIFERENTES

Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.



CAMPANHA

CONJUNTO DE ANÚNCIO

ANÚNCIO

✓ OBJETIVO

✓ ORÇAMENTO
✓ SEGMENTAÇÃO
✓ POSICIONAMENTOS
✓ CONFIGURAÇÕES

✓ FORMATO

Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.

Gerenciador de Anúncios

Switch to previous version

Visão geral da conta

Campanhas

Nome da campanha contém **MASTERCLASS**

Search or add filters

Criar **Exportar** ...

Nome

MasterClass 2019 / Alcance

[ANÚNCIOS] pixel

Post 9 vagas

Conjuntos de anúncios

Anúncios

Show

More Tools

Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.

A ESTRUTURA DO FACEBOOK

**SE VOCÊ QUER ATINGIR OBJETIVOS
DIFERENTES, DEVE MONTAR
CAMPANHAS DIFERENTES**



Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.

OS OBJETIVOS DO FACEBOOK SÃO DIVIDIDOS EM 3 CATEGORIAS

Qual é o seu objetivo de marketing? Ajuda: Escolher um objetivo

Reconhecimento	Consideração	Conversão
Reconhecimento da marca	<input checked="" type="checkbox"/> Tráfego	Conversões
Alcance	Envolvimento	Vendas do catálogo
	Instalações do aplicativo	Tráfego no estabelecimento
	Visualizações do vídeo	
	Geração de cadastros	
	Mensagens	

Criação rápida

Criar nova campanha ▾

Nome da campanha: Insira o nome de uma campanha

Tipo de compra: Leilão ▾

Objetivo da campanha: Tráfego ▾

Teste A/B ⓘ

Otimização do orçamento da campanha ⓘ

Criar novo conjunto de anúncios ▾

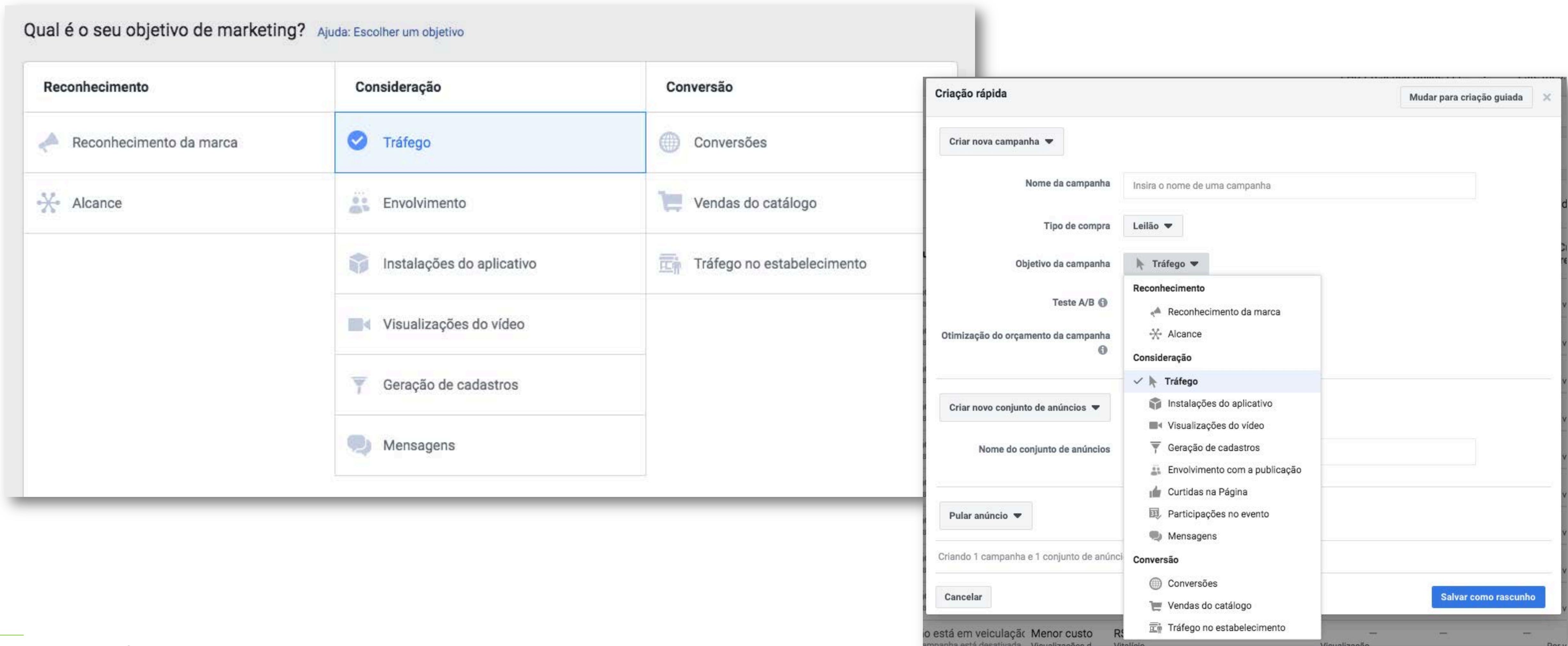
Nome do conjunto de anúncios:

Pular anúncio ▾

Criando 1 campanha e 1 conjunto de anúncios

Cancelar

Salvar como rascunho



OS OBJETIVOS DO GOOGLE SÃO ORGANIZADOS EM TIPOS DE ANÚNCIO

The image shows a user interface for creating a Google Ads campaign. At the top, a section titled "Selecione a meta que ajudaria esta campanha a alcançar o sucesso de acordo com seus critérios" (Select the goal that would help this campaign succeed according to your criteria) displays eight objective options arranged in a 2x4 grid:

- Vendas (Sales) with a tag icon
- Leads (Leads) with a people icon
- Tráfego do site (Site traffic) with a cursor icon
- Consideração de produto e marca (Product and brand consideration) with a starburst icon
- Alcance e reconhecimento da marca (Brand awareness and recognition) with a speaker icon
- Promoção de app (App promotion) with a smartphone icon
- Criar uma campanha sem meta (Create a campaign without a goal) with a gear icon

Below this, another section titled "Selecione um tipo de campanha" (Select a campaign type) displays four campaign type options:

- Rede de pesquisa (Search network) with a search bar icon: "Use anúncios de texto para alcançar clientes interessados no seu produto ou serviço" (Use text ads to reach customers interested in your product or service)
- Rede de Display (Display network) with a banner icon: "Exiba diferentes tipos de anúncio na Web" (Show different types of ads on the Web)
- Shopping (Shopping) with a shopping cart icon: "Promova seus produtos com anúncios do Shopping" (Promote your products with Shopping ads)
- Vídeo (Video) with a play button icon: "Alcance e interaja com os espectadores no YouTube e na Web" (Reach and interact with viewers on YouTube and the Web)

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. The left sidebar has a green box around the 'Campanhas' (Campaigns) button. The main area is titled 'Campanhas' and contains a search bar and buttons for 'Criar' (Create), 'Exportar' (Export), and more. Below is a list of four campaigns, each with a checkbox and a switch icon. The first campaign, 'ENGAJAMENTO / Live Reforma da Previdência', is highlighted with a green box. The other three are: 'TRÁFEGO / Landings / POST LINK', 'TRÁFEGO / Landings / VÍDEO LINK', and 'VISUALIZAÇÃO / Reforma Policiais'. At the bottom, it says 'Resultados de 4 campanhas'.

Nome	Switch
ENGAJAMENTO / Live Reforma da Previdência	On
TRÁFEGO / Landings / POST LINK	On
TRÁFEGO / Landings / VÍDEO LINK	On
VISUALIZAÇÃO / Reforma Policiais	On

Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.

A ESTRUTURA DO FACEBOOK

**SE VOCÊ QUER ATINGIR PÚBLICOS
DIFERENTES, DEVE MONTAR
CONJUNTOS DE ANÚNCIOS
DIFERENTES**



Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.

Gerenciador de Anúncios

Switch to previous version

Visão geral da conta

Campanhas

Conjuntos de anúncios

Anúncios

More Tools

Show

Campanhas

Search or add filters

Criar Exportar ...

Nome

TRÁFEGO / Landings / VÍDEO LINK

- POLICIAIS / População
- COLEIRA / Causa animal
- COLEIRA / Profissionais
- COLEIRA / Petlovers
- POLICIAIS / Agentes Segurança Pública
- Mulheres / Mulheres ativistas
- Mulheres / Mulheres Geral
- Mulheres / Homens apoiam causas
- Mulheres / Pin delegacia da mulher

Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. **Marcelo Vitorino e Presença Online**. Citação autorizada, desde que citada a fonte.

A ESTRUTURA DO FACEBOOK

**SE VOCÊ QUER EXIBIR CRIATIVOS
DIFERENTES, DEVE MONTAR
ANÚNCIOS DIFERENTES**



Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.

Gerenciador de Anúncios

Switch to previous version

Visão geral da conta

Campanhas

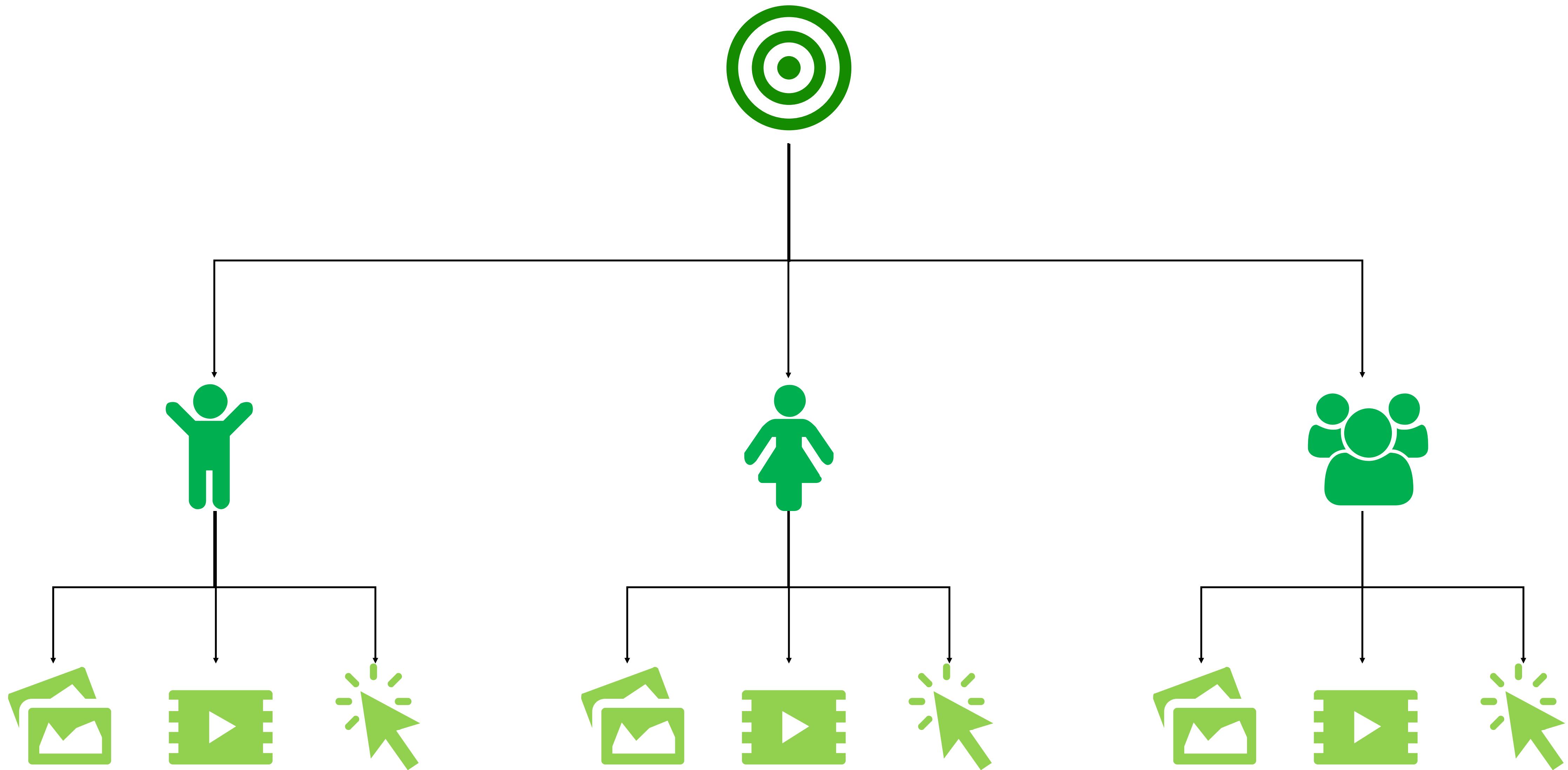
Conjuntos de anúncios

Anúncios

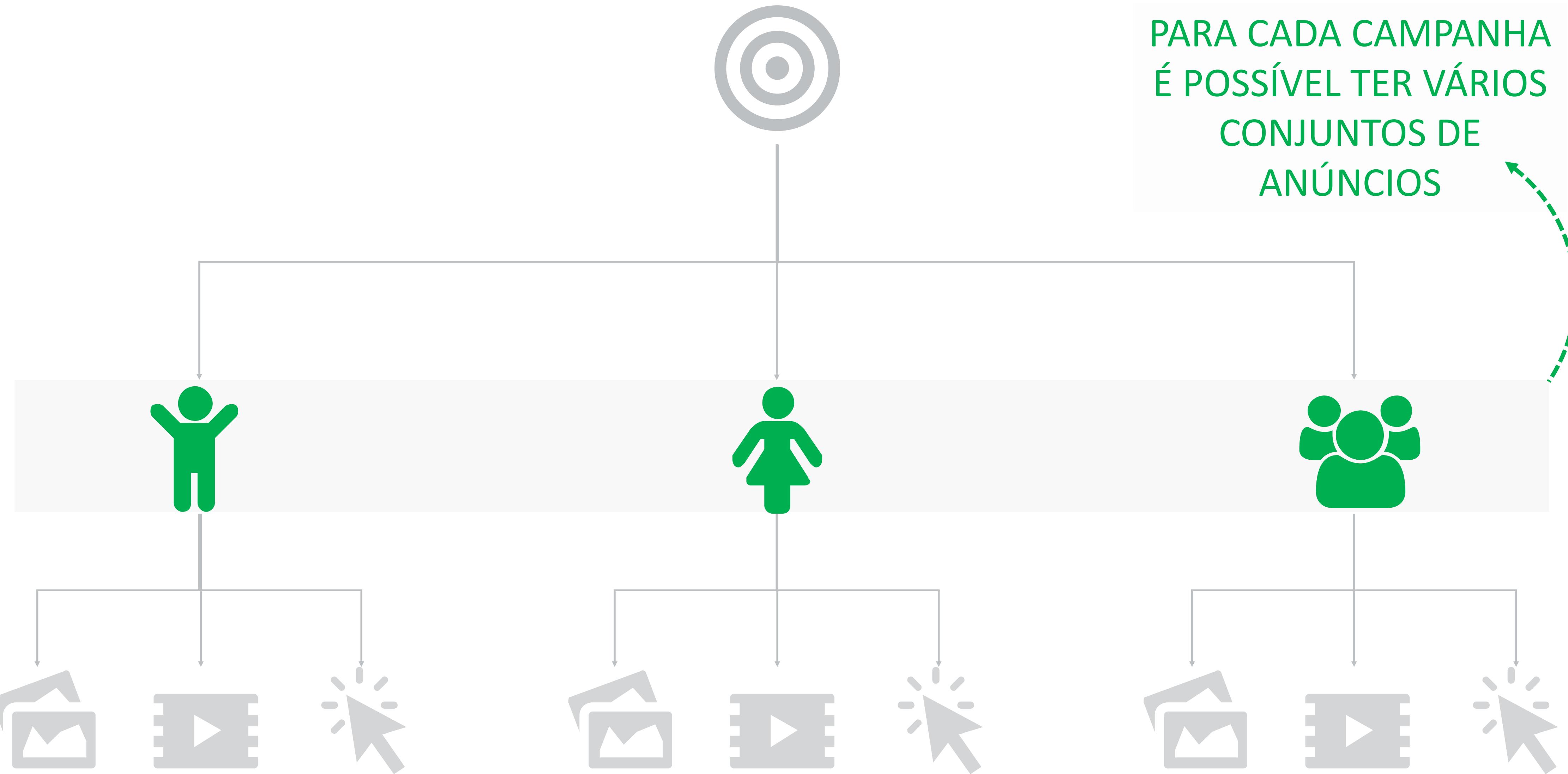
Search or add filters

Criar Exportar ...

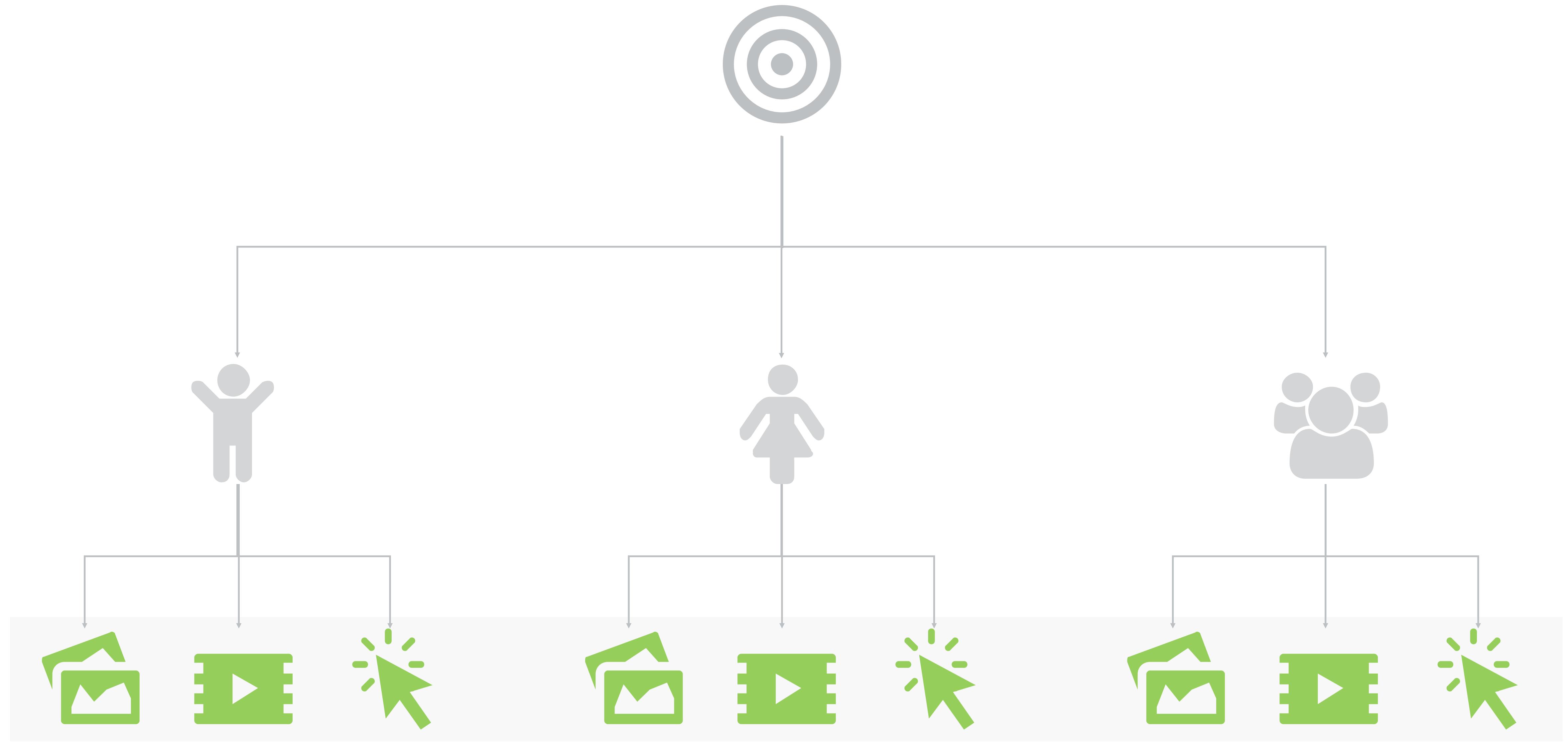
Nome	
Coleira / post vídeo	<input type="checkbox"/>
Policiais - Post Vídeo	<input type="checkbox"/>
Coleira / post vídeo	<input type="checkbox"/>
Coleira / post vídeo	<input type="checkbox"/>
Mulheres - Post link	<input type="checkbox"/>
Mulheres - Post link	<input type="checkbox"/>
Mulheres - Post link	<input type="checkbox"/>
Mulheres - Post link	<input type="checkbox"/>
Coleira / post link	<input type="checkbox"/>
Policiais - Post Link	<input type="checkbox"/>



Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.



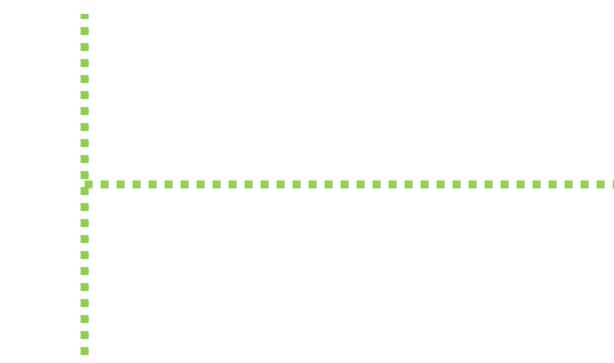
Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.



PARA CADA CONJUNTO DE ANÚNCIOS É POSSÍVEL
TER DIVERSOS ANÚNCIOS E FORMATOS



**ORGANIZAR SUAS CAMPANHAS FAZ
DIFERENÇA PARA CONSEGUIR
MELHORES RESULTADOS**



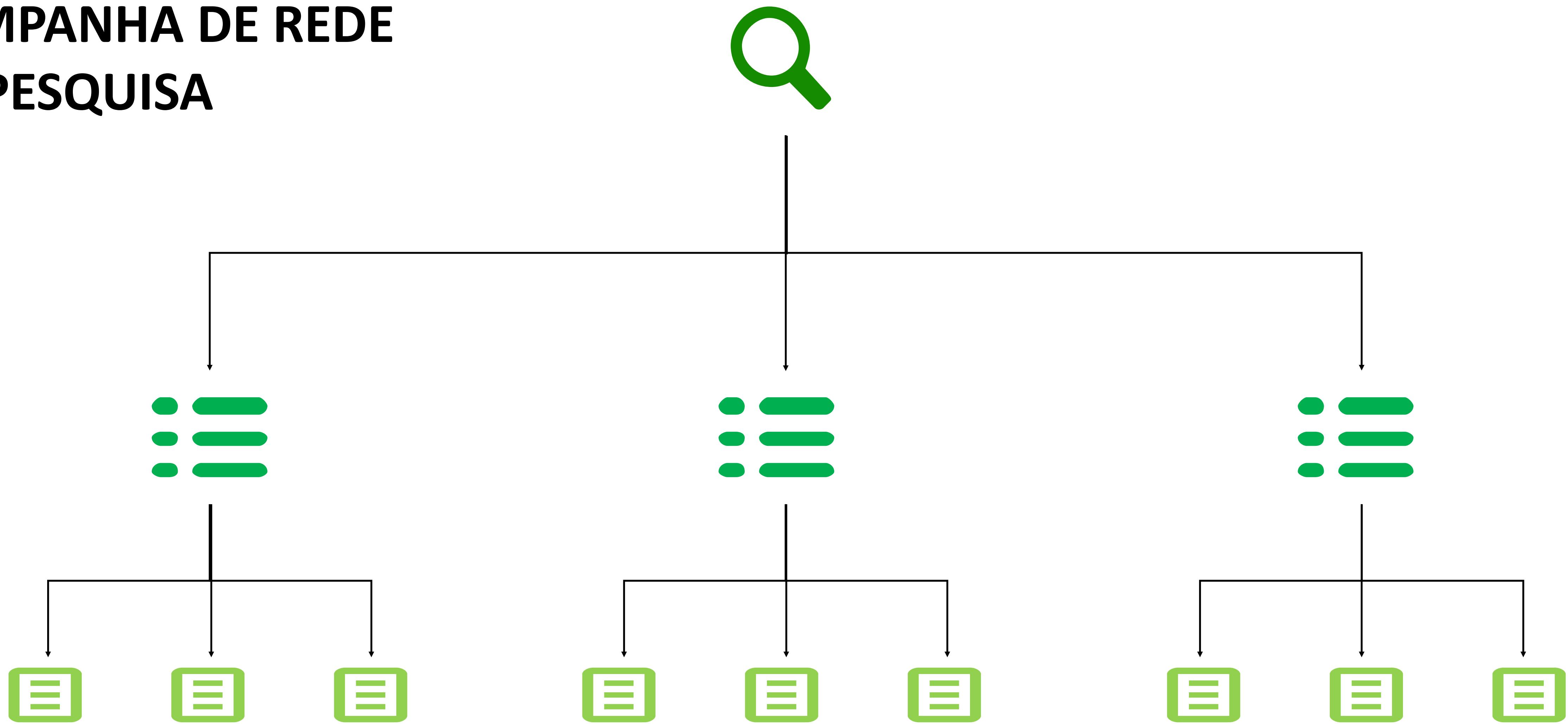
DICA

Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.



Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.

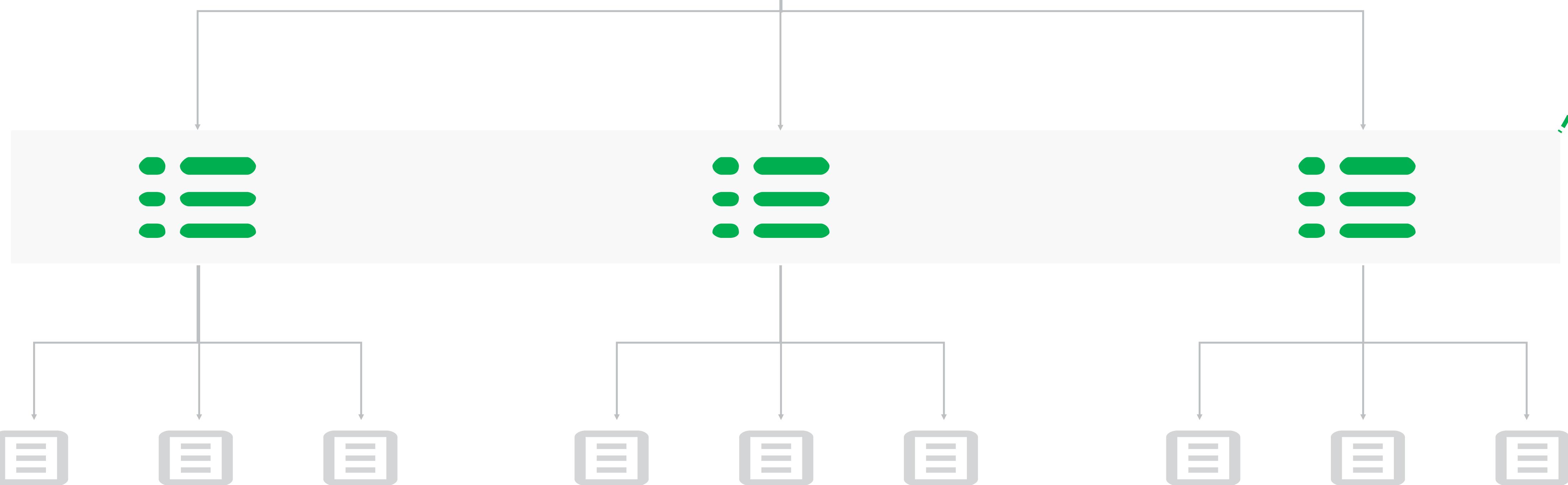
EXEMPLO: CAMPANHA DE REDE DE PESQUISA



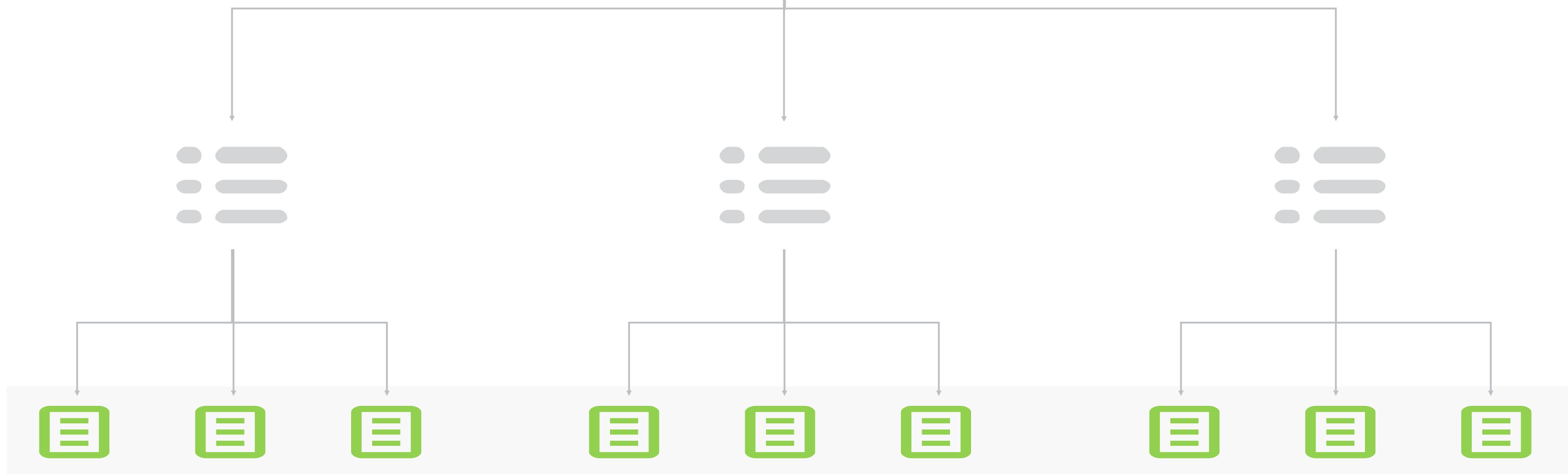
Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.



GRUPOS DE ANÚNCIOS
SÃO GRUPOS DE
PALAVRAS-CHAVE

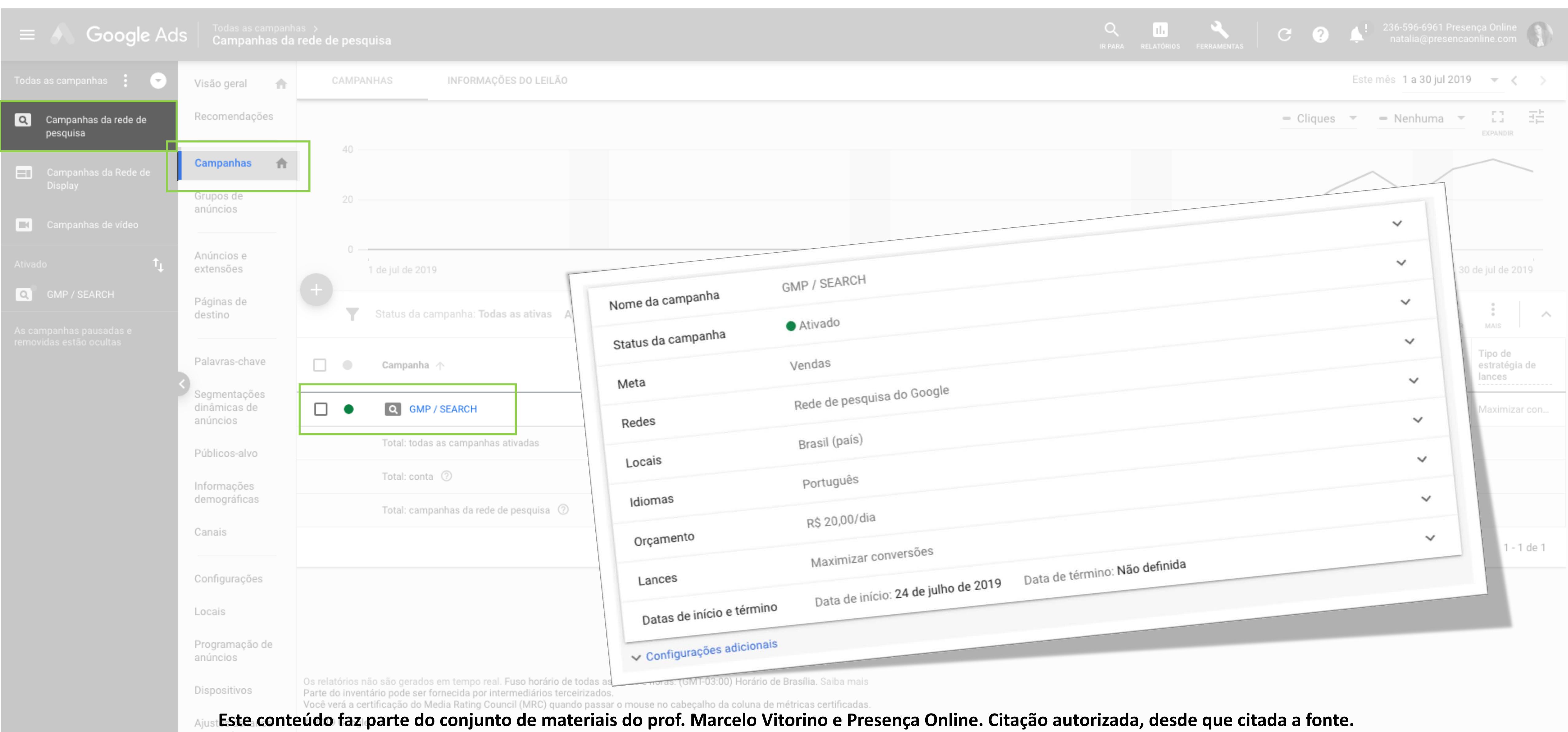


Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.



SÓ É POSSÍVEL FAZER ANÚNCIOS NO
FORMATO DO POSICIONAMENTO ESCOLHIDO

CAMPANHA



Google Ads | Todas as campanhas > Campanhas da rede de pesquisa

Todas as campanhas | Visão geral | CAMPANHAS | INFORMAÇÕES DO LEILÃO | Este mês 1 a 30 jul 2019

Campanhas da rede de pesquisa

Campanhas da Rede de Display

Campanhas de vídeo

Ativado

GMP / SEARCH

As campanhas pausadas e removidas estão ocultas

Palavras-chave

Segmentações dinâmicas de anúncios

Públicos-alvo

Informações demográficas

Canais

Configurações

Locais

Programação de anúncios

Dispositivos

Ajustar

Campanhas

Grupos de anúncios

Anúncios e extensões

Páginas de destino

Campanha

GMP / SEARCH

Total: todas as campanhas ativadas

Total: conta

Total: campanhas da rede de pesquisa

Nome da campanha: GMP / SEARCH

Status da campanha: Ativado

Meta: Vendas

Redes: Rede de pesquisa do Google

Locais: Brasil (país)

Idiomas: Português

Orçamento: R\$ 20,00/dia

Lances: Maximizar conversões

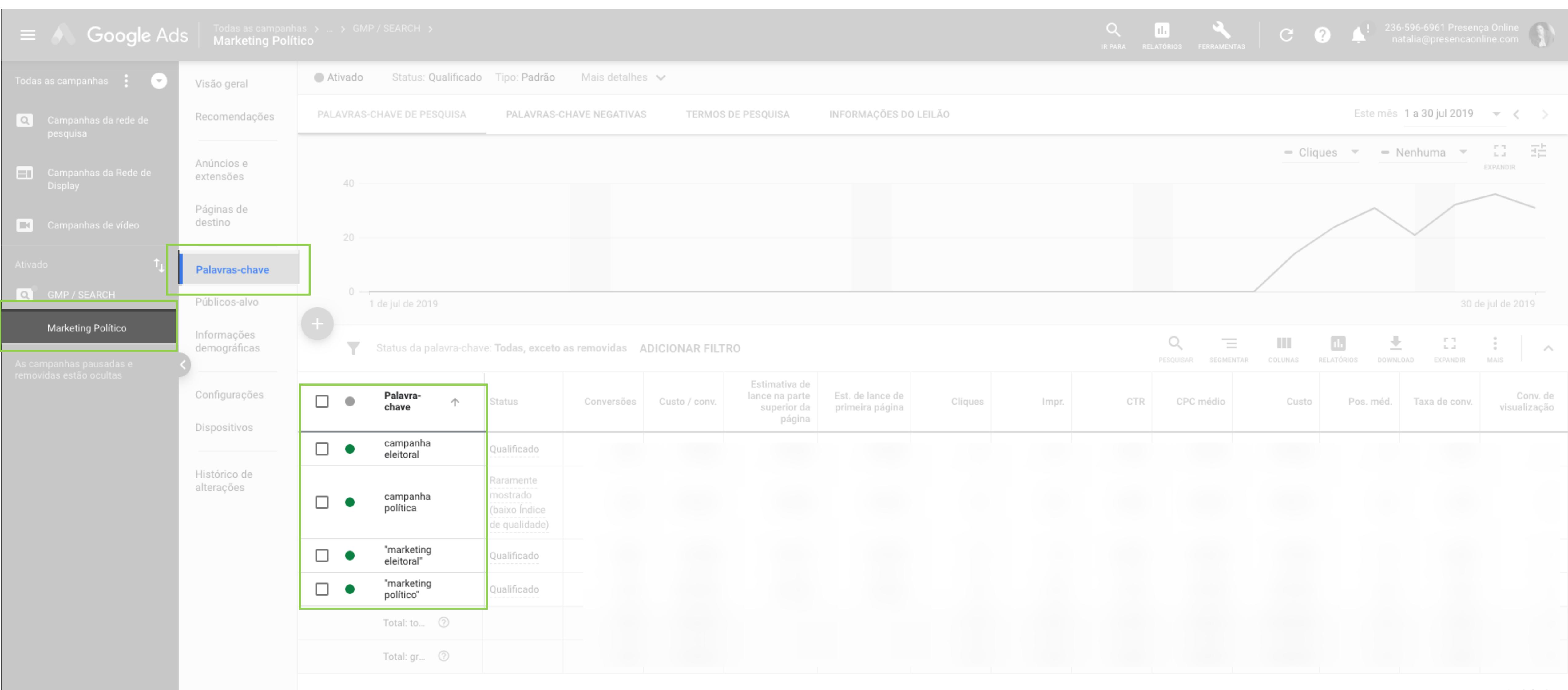
Datas de início e término: Data de início: 24 de julho de 2019 | Data de término: Não definida

Configurações adicionais

Os relatórios não são gerados em tempo real. Fuso horário de todas as campanhas é o horário de Brasília (GMT-03:00). Parte do inventário pode ser fornecida por intermediários terceirizados. Você verá a certificação do Media Rating Council (MRC) quando passar o mouse no cabeçalho da coluna de métricas certificadas.

Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.

GRUPO DE ANÚNCIO



Google Ads | Todas as campanhas > ... > GMP / SEARCH > Marketing Político

IR PARA RELATÓRIOS FERRAMENTAS

236-596-6961 Presença Online natalia@presencaonline.com

Todas as campanhas

Visão geral

Ativado Status: Qualificado Tipo: Padrão Mais detalhes

Campanhas da rede de pesquisa

Recomendações

Campanhas da Rede de Display

Anúncios e extensões

Campanhas de vídeo

Páginas de destino

Ativado

GMP / SEARCH

Marketing Político

Palavras-chave

Públicos-alvo

Informações demográficas

As campanhas pausadas e removidas estão ocultas

Configurações

Dispositivos

Histórico de alterações

Palavras-chave

campanha eleitoral

campanha política

"marketing eleitoral"

"marketing político"

Este mês 1 a 30 jul 2019

Este mês 1 a 30 jul 2019

30 de jul de 2019

1 de jul de 2019

40

20

0

Palavras-chave de pesquisa

Palavras-chave negativas

Termos de pesquisa

Informações do leilão

Cliques

Nenhuma

EXPANDIR

Status da palavra-chave: Todas, exceto as removidas ADICIONAR FILTRO

PESQUISAR SEGMENTAR COLUNAS RELATÓRIOS DOWNLOAD EXPANDIR MAIS

Palavra-chave	Status	Conversões	Custo / conv.	Estimativa de lance na parte superior da página	Est. de lance de primeira página	Cliques	Impr.	CTR	CPC médio	Custo	Pos. méd.	Taxa de conv.	Conv. de visualização
campanha eleitoral	Qualificado												
campanha política	Raramente mostrado (baixo índice de qualidade)												
"marketing eleitoral"	Qualificado												
"marketing político"	Qualificado												

Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.

ANÚNCIO

Google Ads | Todas as campanhas > ... > GMP / SEARCH > Marketing Político

IR PARA RELATÓRIOS FERRAMENTAS 236-596-6961 Presença Online natalia@presencaonline.com

Todas as campanhas : Ativado Status: Qualificado Tipo: Padrão Mais detalhes

Campanhas da rede de pesquisa Recomendações

Campanhas da Rede de Display Anúncios e extensões

Campanhas de vídeo Páginas de destino

Ativado 1 de jul de 2019 30 de jul de 2019

GMP / SEARCH Marketing Político

Informações demográficas

As campanhas pausadas e removidas estão ocultas

Configurações

Dispositivos

Histórico de alterações

Visão geral ANÚNCIOS EXTENSÕES EXTENSÕES AUTOMÁTICAS

Este mês 1 a 30 jul 2019 Cliques Nenhuma EXPANDIR

0 20 40

1 de jul de 2019 30 de jul de 2019

Status do anúncio: Todas, exceto as removidas ADICIONAR FILTRO

PESQUISAR SEGMENTAR COLUNAS RELATÓRIOS DOWNLOAD EXPANDIR MAIS

Anúncio	Status	Rótulo	% de veiculação	Cliques	Impr.	CTR	CPC médio	Custo	Pos. méd.	Conversões	Custo / conv.	Taxa de conv.
ANÚNCIO DE TEXTO Recomendado												
ANÚNCIO DE PESQUISA RESPONSIVO Recomendado												
Guia do Marketing Político Cursos e Aulas On-line guiadomarketingpolitico.com.br	Aprovado		100,00%									
Um clube de assinatura para quem quer aprender marketing político e eleitoral. Aprenda marketing político com professores de mercado, seja um assinante!												

Total: todos, exceto anúncios removidos

Total: grupo de anúncios

1 - 1 de 1

Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.

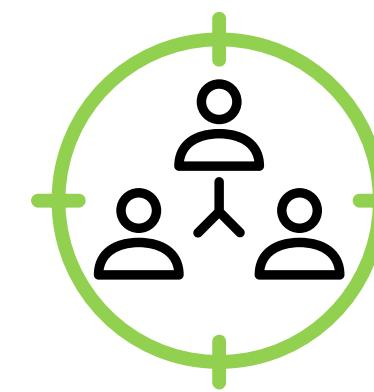
DINÂMICA DOS ANÚNCIOS

4.2 *A ESTRUTURA DE CRIAÇÃO DE PÚBLICOS*

COMO USAR AS
SEGMENTAÇÕES?



EXISTEM 3 TIPOS DE PÚBLICOS NO FACEBOOK



01

PERSONALIZADO

Público que vem de suas listas de contatos ou canais próprios



02

SEMELHANTE

Público gerado pelo Facebook semelhante a qualquer público personalizado



03

SALVO

Público com combinações de segmentações nativas do Facebook

Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.

Facebook Ads Manager interface showing the 'Públicos' (Audiences) section.

Header: Biblioteca de ativos (highlighted with a green box), Pesquisar empresa, Presença Online / Vitorino ..., Notifications, Settings, Help.

Left sidebar: Usados com frequência (highlighted with a green box), Planos, Criar e gerenciar, Mensurar e relatar, Ativos, Configurações.

Central area: Públicos (highlighted with a green box) is selected.

Table of Audience Types:

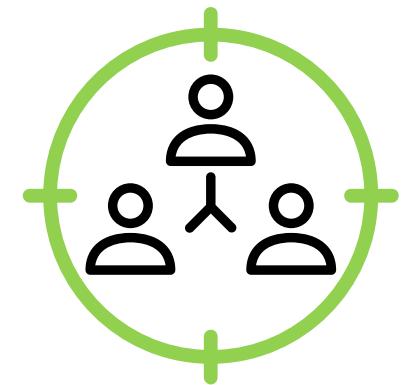
Gerenciador de Anúncios	Audience Insights	Gerenciador de Negócios	Relatórios de anúncios	Públicos	Configurações
Analytics	Central de Criativos	Gerenciador de Anúncios	Testar e Aprender	Imagens	Configurações do negócio
Configurações do negócio		Estúdio de Criação	Attribution	Catálogos	Cobrança
Cobrança		Gerenciador de Comércio	Analytics	Pontos comerciais	
Públicos		Publicações da Página	Gerenciador de Eventos	Segurança da marca	
Gerenciador de Eventos		Painel de aplicativos	Pixels	Listas de bloqueio	
		Verificador de Aplicativo para Anúncios	Eventos offline	Vídeos	
		Regras automatizadas	Eventos do aplicativo		
			Conversões personalizadas		
			Integrações de parceiros		

Bottom left: Todas as ferramentas > (highlighted with a green box). Bottom right: Públicos: gerencie e crie públicos personalizados, semelhantes e salvos.

Table of Audiences:

Name	Size	Status	Last edited
Público / Partidos + Cidades 100k	11.000.000	Pronto	30/5/2019 22:36
Público / Cidades 100k+	39.000.000	Pronto	30/5/2019 22:17
Pixel / 50% do vídeos VEREADORES	2.400	Pronto	30/5/2019 21:46
Pixel / MPH	13.000	Pronto	30/5/2019 21:42
Público / Política + Marketing & Capitais	8.400.000	Pronto	30/5/2019 21:13
Público / Marketing Político & Capitais BR	10.000	Pronto	30/5/2019 21:11
	11.000.000	Pronto	30/5/2019

Page URL: https://www.facebook.com/ads/manager/audiences/?act=1109674949154551&business_id=663754550413262&nav_source=menu



PERSONALIZADO

FONTES DE DADOS QUE
PODEM SER USADAS
PARA CRIAR PÚBLICOS
PERSONALIZADOS

Criar um PÚBLICO Personalizado

Usar suas fontes

- 🌐 Tráfego do site
- 👤 Atividade em aplicativos
- 👤 Atividade offline
- 👤 Lista de clientes

Usar fontes do Facebook

- ▶ Vídeo
- 📄 Formulário de cadastro
- ↗ Experiência instantânea
- 👤 Perfil comercial do Instagram
- ⭐ Eventos
- ➡ Página do Facebook



Sobre PÚBLICOS Personalizados
Crie os públicos mais relevantes adicionando pessoas das fontes que são importantes para você.

 Esse processo é seguro, e os detalhes sobre seus clientes ficarão protegidos.

Cancelar

Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.



SEMELHANTE

SÓ É POSSÍVEL CRIAR
PÚBLICO SEMELHANTE A
PARTIR DE UM PÚBLICO
PERSONALIZADO

Criar um público semelhante

1 Selecionar sua fonte semelhante [i](#) [Mostrar](#)

Fontes baseadas em valor Outras fontes

Pixel Presença Online Origem da identificação: 990148554361162 Pixel do Facebook

2 3

0% 1% 2% 3% 4% 5% 6%

O tamanho do público varia de 1% a 10% da população combinada dos seus locais selecionados. Aumentar a porcentagem cria um público maior e mais semelhante à sua fonte semelhante.

Cancelar

2019

Usar eventos com valores para criar Públicos Semelhantes melhores

Encontre pessoas semelhantes aos seus clientes mais importantes usando dados de valor de eventos no seu site. Quando você seleciona compras, por exemplo, analisamos a frequência e quanto eles gastam.

1 Sua fonte captura o comportamento e o tráfego do visitante.

2 Passa eventos de conversão de volta para o Facebook e inclui os valores do cliente.

3 Encontramos clientes potenciais de alto valor para a sua empresa.

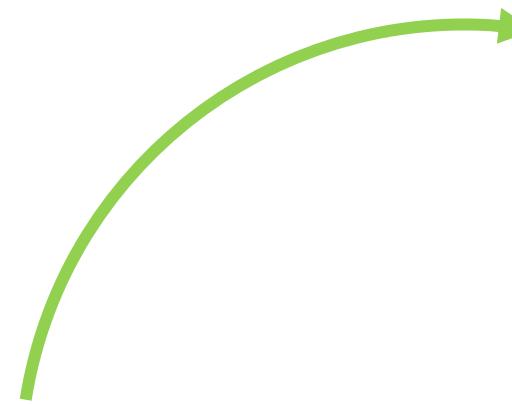
Criar público

Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.



SALVO

O PÚBLICO SALVO SERVE
PARA VOCÊ MONTAR
SEGMENTAÇÕES PARA
SEREM USADAS
POSTERIORMENTE



Público
Defina quem você quer que veja seus anúncios. [Saiba mais](#)

[Criar novo público](#) [Usar público salvo](#) ▾

Públicos Personalizados [Adicione um PÚBLICO Semelhante ou Personalizado criado anteriormente](#)

[Excluir](#) | [Criar novo](#) ▾

Localizações [Todos nesta localização](#) ▾

Brasil

[Brasil](#)

[Incluir](#) ▾ [Procurar](#)

[Adicionar localizações em massa](#)

Idade [18](#) ▾ - [65+](#) ▾

Gênero [Todos](#) [Homens](#) [Mulheres](#)

Idiomas

Direcionamento detalhado [Incluir pessoas que correspondem a](#) ▾

[Adicione dados demográficos, interesses ou comportar](#) | [Sugestões](#) [Procurar](#)

[Excluir pessoas](#)

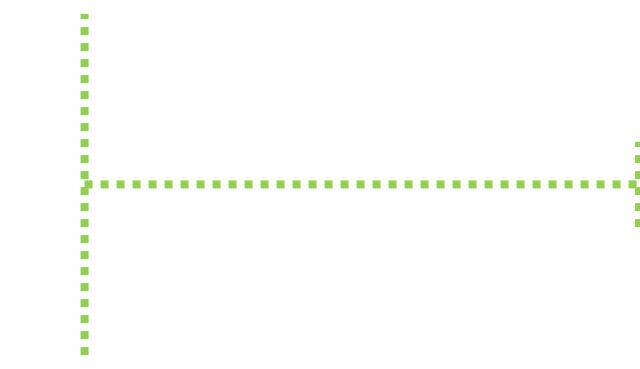
[Expand detailed targeting criteria when it may increase cliques no link at a lower cost per clique no link.](#) ▾

Conexões [Adicione um tipo de conexão](#) ▾

[Salvar este público](#)



**AS OPÇÕES QUANDO COMBINADAS
FUNCIONAM COMO UM FUNIL,
ENTÃO MUITA ATENÇÃO AO
MONTAR A SEGMENTAÇÃO PARA
NÃO ESPECIFICAR DEMAIS O SEU
PÚBLICO**



DICA

Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.



SALVO

VOCÊ PODE USAR UM
PÚBLICO PERSONALIZADO
OU UM PÚBLICO
SEMELHANTE NA
MONTAGEM DE UM
PÚBLICO SALVO



Público
Defina quem você quer que veja seus anúncios. Saiba mais

[Criar novo público](#) [Usar público salvo](#)

Públicos Personalizados [Adicione um PÚBLICO Semelhante ou Personalizado criado anteriormente](#)

[Excluir](#) | [Criar novo](#)

Localizações [Todos nesta localização](#)

Brasil
[Brasil](#)
[Incluir](#) [Digite para adicionar mais localizações](#) [Procurar](#)

[Adicionar localizações em massa](#)

Idade [18](#) - [65+](#)

Gênero [Todos](#) [Homens](#) [Mulheres](#)

Idiomas [Insira um idioma...](#)

Direcionamento detalhado [Incluir pessoas que correspondem a](#)

[Adicione dados demográficos, interesses ou comportar](#) | [Sugestões](#) [Procurar](#)

[Excluir pessoas](#)

[Expand detailed targeting criteria when it may increase cliques no link at a lower cost per clique no link.](#)

Conexões [Adicione um tipo de conexão](#)

[Salvar este público](#)

Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.



SALVO

NESTE CAMPO VOCÊ
DEFINE OS DADOS
DEMOGRÁFICOS BÁSICOS



Público
Defina quem você quer que veja seus anúncios. Saiba mais

[Criar novo público](#) [Usar público salvo](#)

Públicos Personalizados [Adicione um Públco Semelhante ou Personalizado criado anteriormente](#)

[Excluir](#) | [Criar novo](#)

Localizações [Todos nesta localização](#)

Brasil

[Brasil](#)

[Incluir](#) [Procurar](#)

[Adicionar localizações em massa](#)

Idade [18](#) - [65+](#)

Gênero [Todos](#) [Homens](#) [Mulheres](#)

Idiomas [Insira um idioma...](#)

Direcionamento detalhado [Incluir pessoas que correspondem a](#)

[Adicione dados demográficos, interesses ou comportan](#) | [Sugestões](#) [Procurar](#)

[Excluir pessoas](#)

[Expand detailed targeting criteria when it may increase cliques no link at a lower cost per clique no link.](#)

Conexões [Adicione um tipo de conexão](#)

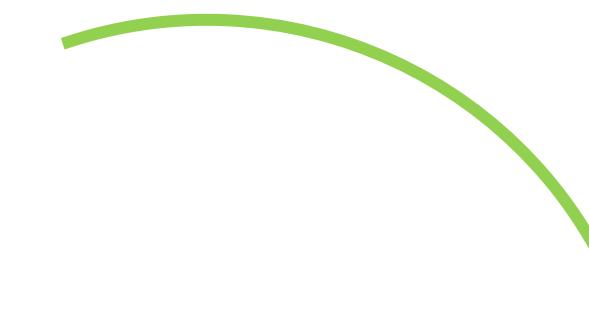
[Salvar este público](#)

Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.



SALVO

AQUI VOCÊ TRABALHA
COM COMBINAÇÕES DE
INTERESSES E
COMPORTAMENTOS



Público
Defina quem você quer que veja seus anúncios. Saiba mais

[Criar novo público](#) [Usar público salvo](#)

Públicos Personalizados [Adicione um PÚBLICO Semelhante ou Personalizado criado anteriormente](#)

[Excluir](#) | [Criar novo](#)

Localizações [Todos nesta localização](#)

Brasil

[Brasil](#)

[Incluir](#) [Digite para adicionar mais localizações](#) [Procurar](#)

[Adicionar localizações em massa](#)

Idade [18](#) - [65+](#)

Gênero [Todos](#) [Homens](#) [Mulheres](#)

Idiomas [Insira um idioma...](#)

Direcionamento detalhado [Incluir pessoas que correspondem a](#)

[Adicione dados demográficos, interesses ou comportar](#) [Sugestões](#) [Procurar](#)

[Excluir pessoas](#)

[Expand detailed targeting criteria when it may increase cliques no link at a lower cost per clique no link.](#)

Conexões [Adicione um tipo de conexão](#)

[Salvar este público](#)

Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.



SALVO

TAMBÉM É POSSÍVEL
TRABALHAR COM
EXCLUSÃO DE INTERESSES
E LIMITADORES DE
PÚBLICOS



Público
Defina quem você quer que veja seus anúncios. Saiba mais

[Criar novo público](#) [Usar público salvo](#)

Públicos Personalizados [Adicione um Públco Semelhante ou Personalizado criado anteriormente](#)

[Excluir](#) | [Criar novo](#)

Localizações [Todos nesta localização](#)

Brasil

[Brasil](#)

[Incluir](#) [Digite para adicionar mais localizações](#) [Procurar](#)

[Adicionar localizações em massa](#)

Idade [18](#) - [65+](#)

Gênero [Todos](#) [Homens](#) [Mulheres](#)

Idiomas [Insira um idioma...](#)

Direcionamento detalhado [Incluir pessoas que correspondem a](#)

[Adicione dados demográficos, interesses ou comportar](#) [Sugestões](#) [Procurar](#)

[e também devem corresponder a](#)

[Adicione dados demográficos, interesses ou comportar](#) [Sugestões](#) [Procurar](#)

[Excluir pessoas que correspondem a](#)

[Adicione dados demográficos, interesses ou comportamentos](#) [Procurar](#)

Você pode excluir pessoas para ajudar a refinar seu público pretendido. Quando você escolher fazer exclusões, lembre-se de que nossas Políticas de Publicidade proíbem a discriminação injusta. Saiba mais.

[Expand detailed targeting criteria when it may increase cliques no link at a lower cost per clique no link.](#)



SALVO

NESTA ÁREA É POSSÍVEL
SELECIONAR PÚBLICOS
QUE TEM CONEXÕES COM
SUAS PÁGINAS E EVENTOS



Público
Defina quem você quer que veja seus anúncios. Saiba mais

Criar novo público **Usar público salvo** ▾

Públicos Personalizados ⓘ **Adicione um PÚBLICO Semelhante ou Personalizado criado anteriormente**

Localizações ⓘ **Todos nesta localização** ▾

Brasil
Brasil
Incluir ▾ Digite para adicionar mais localizações Procurar

Adicionar localizações em massa

Idade ⓘ 18 ▾ - 65+ ▾

Gênero ⓘ **Todos** Homens Mulheres

Idiomas ⓘ Insira um idioma...

Direcionamento detalhado **Incluir pessoas que correspondem a** ⓘ

Adicione dados demográficos, interesses ou comportan Sugestões Procurar

Excluir pessoas

Expand detailed targeting criteria when it may increase cliques no link at a lower cost per clique no link. ⓘ

Conexões ⓘ **Adicione um tipo de conexão** ▾

Salvar este público



ATÉ ALGUNS DIAS ATRÁS, ERA POSSÍVEL MONTAR PÚBLICO DE PESSOAS QUE CURTIAM SUA PÁGINA, AGORA NÃO É MAIS POSSÍVEL

Conexões 1 Adicione um tipo de conexão ▾

Existing Connections

The following connections can only be removed from your ad set.

Pessoas que curtiram sua Página

Presença Online	X
Marcelo Vitorino	X
Além da Mídia Social	X

Conexões 1 Adicione um tipo de conexão ▾

Páginas do Facebook

- Pessoas que se envolveram com a sua Página
- Pessoas semelhantes àquelas que se envolveram com a sua Página
- Excluir pessoas que se envolveram com a sua Página

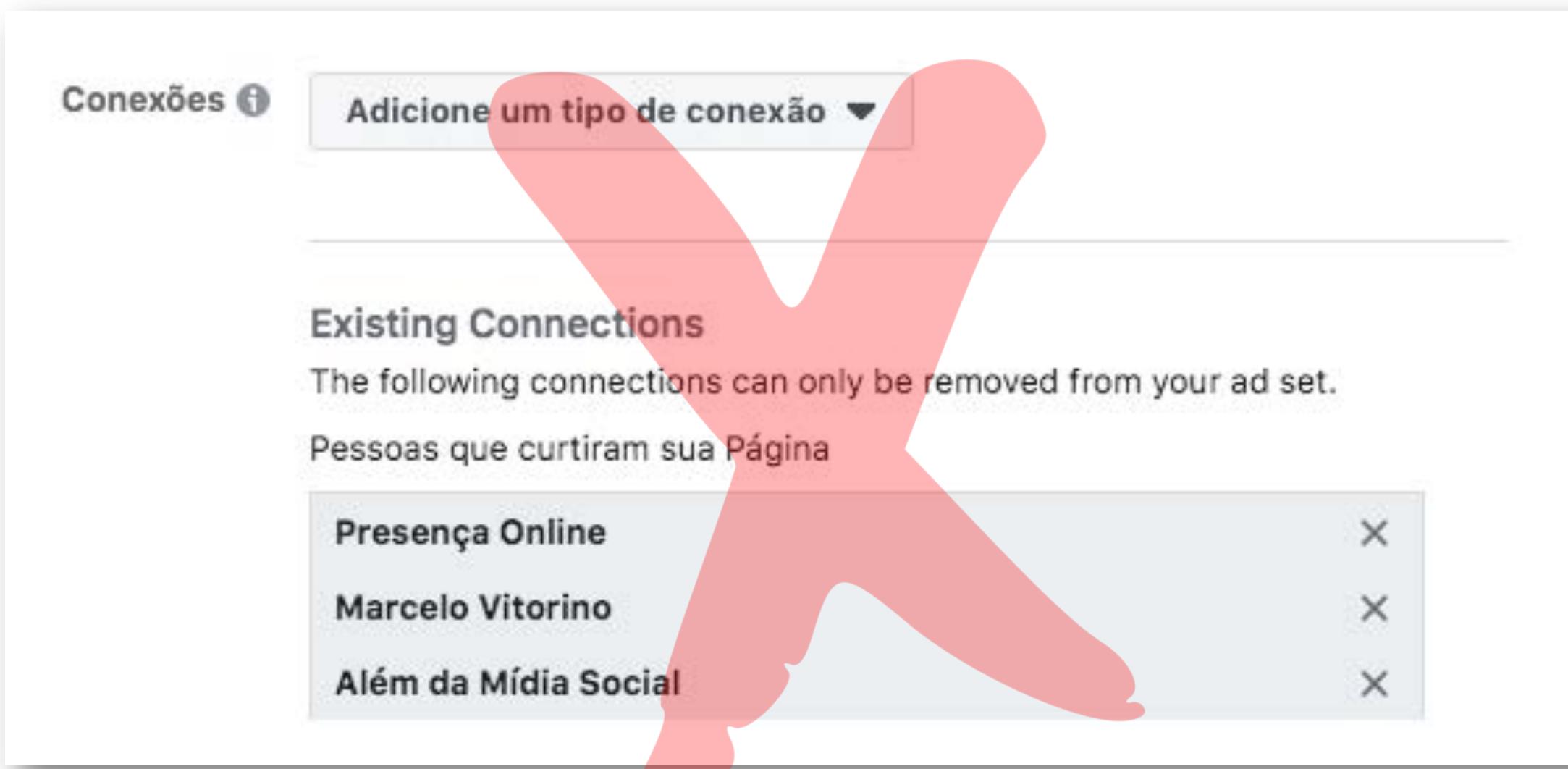
Aplicativos

- Pessoas que usaram seu aplicativo
- Pessoas semelhantes àquelas que usaram o seu aplicativo
- Excluir pessoas que usaram seu aplicativo

Fuentes

Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.

COMO RESOLVER



GERAR 'SERIE CONTEÚDOS NO SITE PARA GERAR VISITAÇÃO E "ALIMENTAR" O PIXEL



PROGRAMAR CHATBOT E FAZER CAMPANHAS DE INCENTIVO PARA INTERAÇÃO NO MESSENGER



FAZER CAMPANHAS PARA CRESCIMENTO DA BASE DE CONTATOS EM LISTAS DE TRANSMISSÃO NO WHATSAPP

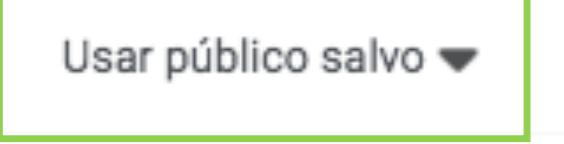


SALVO

E USE ESTE BOTÃO PARA
ENCONTRAR O PÚBLICO
SALVO NA HORA DE
MONTAR UM CONJUNTO
DE ANÚNCIO

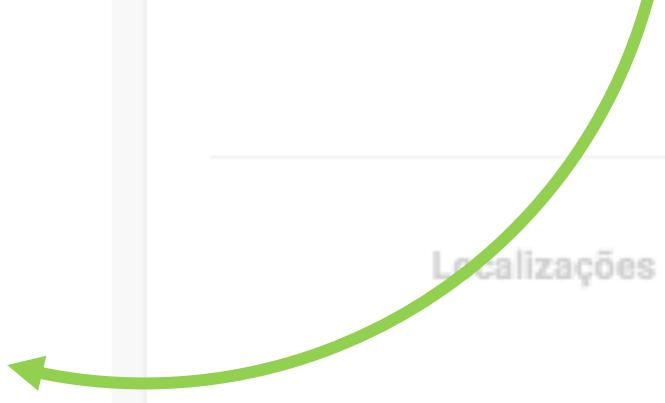
QUANDO TERMINAR DE
MONTAR SUAS
COMBINAÇÕES BASTA
SALVAR O PÚBLICO

Público
Defina quem você quer que veja seus anúncios. Saiba mais

[Criar novo público](#) **Usar público salvo** 

Públicos Personalizados 
Adicione um PÚBLICO Semelhante ou Personalizado criado anteriormente

[Excluir](#) | [Criar novo](#)

Localizações 
Todos nesta localização 

Brasil
Brasil
Incluir  Digite para adicionar mais localizações 

[Adicionar localizações em massa](#)

Idade 
18 - 65+

Gênero 
Todos Homens Mulheres

Idiomas 
Insira um idioma...

Direcionamento detalhado 
Incluir pessoas que correspondem a 
Adicione dados demográficos, interesses ou comportar | Sugestões 

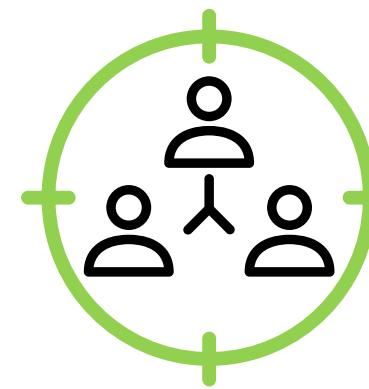
Excluir pessoas

Expand detailed targeting criteria when it may increase cliques no link at a lower cost per clique no link. 

Conexões 
Adicione um tipo de conexão

Salvar este público 

EXISTEM 3 FORMAS DE SEGMENTAR NO GOOGLE



01

DEMOGRÁFICO

Você pode escolher a idade, localização geográfica e o idioma das pessoas a serem impactadas pelo seu anúncio



02

PÚBLICO ALVO

Por tópicos de consumo de conteúdo, por categorias de interesse que o algoritmo do Google classifica ou interação com suas fontes de dados

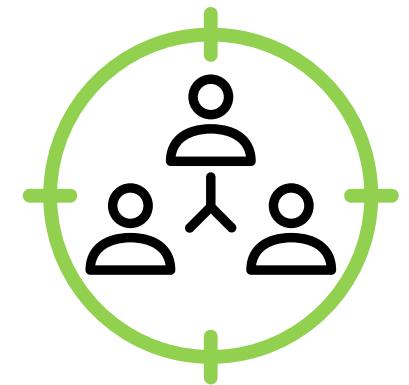


03

PALAVRAS-CHAVE

Exibir anúncio para quem procura pelos termos definidos por você

Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.



DEMOGRÁFICO

INFORMAÇÕES BÁSICAS
DE LOCAL E
DEMOGRAFIA

Segmentação e públicos-alvo
Escolha o público-alvo que você quer alcançar

Locais Seleccione locais para segmentar ②

Todos os países/territórios

Brasil

Inserir outro local

Insira um local para segmentar ou excluir
Por exemplo, um país, cidade, região ou CEP [Pesquisa avançada](#)

Opções de local

Público-alvo ②

Pessoas que estão nas suas regiões de segmentação ou têm interesse nelas (recomendado)

Pessoas que estão na região de segmentação ou costumam frequentá-la.

Pessoas que pesquisam suas regiões de segmentação

Excluir ②

Pessoas que estão nos seus locais excluídos ou têm interesse neles (recomendado)

Pessoas que estão nos seus locais excluídos

Idiomas Seleccione os idiomas que seus clientes falam ②

Comece a digitar ou selecione um idioma

Português Inglês [ADICIONAR TODOS](#)

Com base nas suas regiões de segmentação, é recomendável adicionar estes idiomas:

Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.



PÚBLICO ALVO

AQUI VOCÊ PODE DETERMINAR
PERFIS PARA RESTRINGIR SEUS
ANÚNCIOS A ELES, OU APENAS
AUMENTAR O LANCE QUANDO O
ANÚNCIO FOR EXIBIDO PARA O
PERFIL DETERMINADO

Públicos-alvo

Selezione públicos-alvo para adicionar à sua campanha [?](#)

PESQUISA	PROCURAR	IDEIAS (1 >)	Nenhum selecionado	LIMPAR TUDO
Pesquisar e filtrar por termo, frase ou URL ?				
<input type="checkbox"/> Usuários do YouTube Youtube - MV	14 mil			
<input type="checkbox"/> Visitantes do website Visitantes Cursos Presenciais PO	-			
<input type="checkbox"/> Visitantes do website Visitantes / V&M	480			
<input type="checkbox"/> Visitantes do website Visitantes / PO	17 mil			
<input type="checkbox"/> Visitantes do website Visitantes / MV	4,3 mil			
<input type="checkbox"/> Visitantes do website Visitantes / Ebook Crivella	470			
<input type="checkbox"/> Visitantes do website Visitantes / Ebook 100 coisas	-			

Selezione um ou mais públicos-alvo para observar.

Configuração de segmentação de públicos-alvo desta campanha [?](#)

Segmentação *anteriormente "Segmentação e lance"*
Restringir o alcance da sua campanha aos públicos-alvo selecionados, com a opção de ajuste de lance

Observação (recomendado) *anteriormente "Somente lance"*
Não restringir o alcance da sua campanha, com a opção de ajustar os lances nos públicos-alvo selecionados

Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.



PALAVRAS-CHAVE

NO NÍVEL DE GRUPO DE ANÚNCIOS
VOCÊ FAZ A PRINCIPAL
SEGMENTAÇÃO: POR PALAVRA-
CHAVE DE PESQUISA

Criar um grupo de anúncios

Tipo de grupo de anúncios ? : Padrão

Um grupo de anúncios contém um ou mais anúncios e um conjunto de palavras-chave relacionadas. Para melhores resultados, tente concentrar todos os anúncios e palavras-chave de um grupo de anúncios em um produto ou serviço.

Nome do grupo de anúncios
Grupo de anúncios 2

Insira ou cole as palavras-chave, uma palavra ou frase por linha

Os tipos de correspondência ajudam a controlar quais pesquisas podem acionar seus anúncios
palavra-chave = Correspondência ampla "palavra-chave" = Correspondência de frase
[palavra-chave] = Correspondência exata [Saiba mais](#)

SALVAR E CONTINUAR **CANCELAR**

Veja ideias de palavra-chave

<https://www.guiadomarketingpolitico.com.br/>

Insira seu produto ou serviço

Palavras-chave	Pesquisas mensais
+ tudo sobre política	3,6 mil
+ ciência política	2,9 mil
+ ciências políticas	1,9 mil
+ a politica no brasil	1 mil

ADICIONAR TODAS AS IDEIAS

Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.

DINÂMICA DOS ANÚNCIOS

4.3 *FORMAS DE PAGAMENTO DAS PLATAFORMAS*

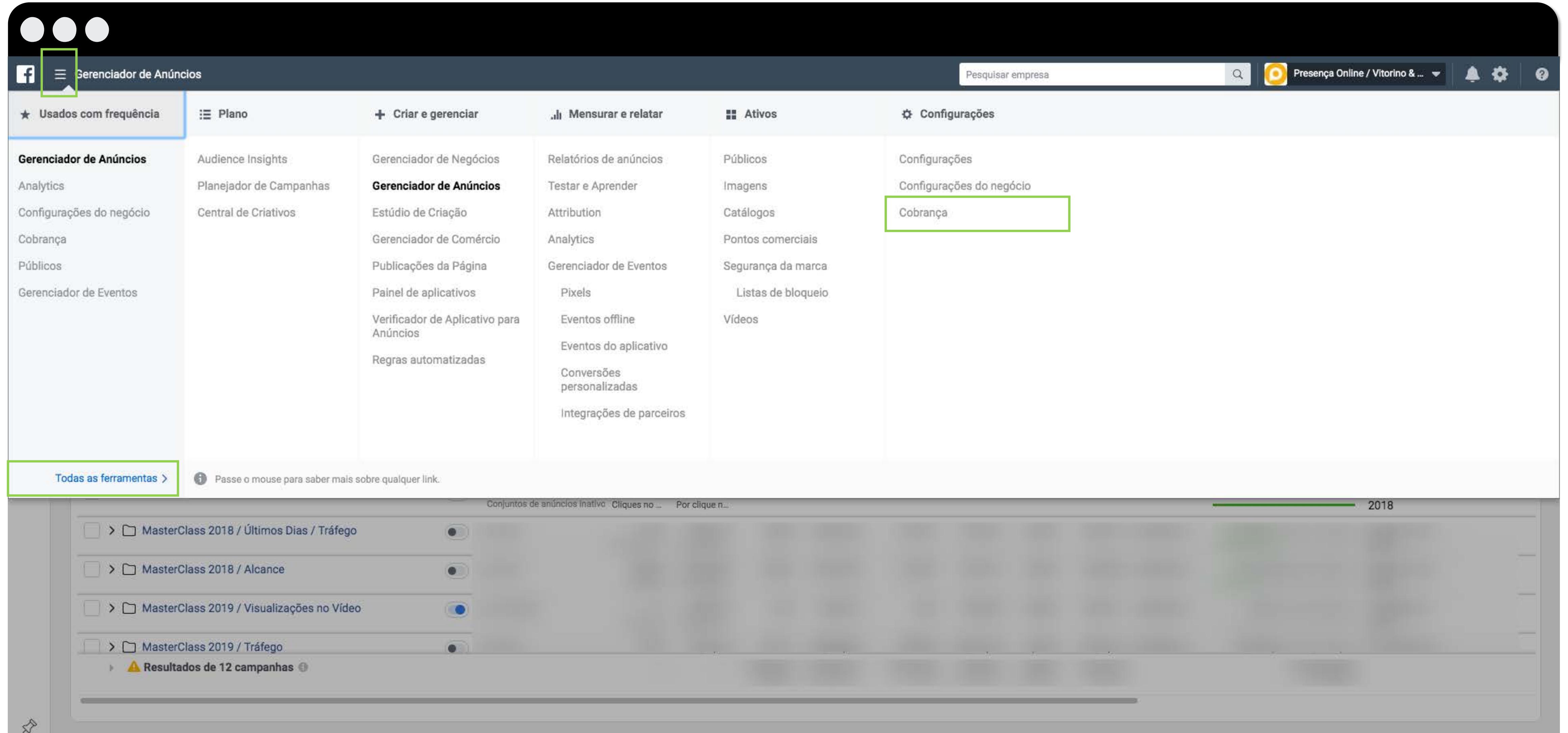
COMO FATURAR E PAGAR
PELOS ANÚNCIOS?





COMO SÃO FEITOS OS PAGAMENTOS NAS PLATAFORMAS

Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.



The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. The top navigation bar includes the Facebook logo, a menu icon, the text 'Gerenciador de Anúncios', a search bar with the placeholder 'Pesquisar empresa', a magnifying glass icon, a profile icon with the text 'Presença Online / Vitorino & ...', and icons for notifications, settings, and help.

The main menu is divided into several sections:

- Usados com frequência** (highlighted with a green box):
 - Gerenciador de Anúncios**
 - Analytics
 - Configurações do negócio
 - Cobrança
 - Públicos
 - Gerenciador de Eventos
- Plano**
- Criar e gerenciar**
- Mensurar e relatar**
- Ativos**
- Configurações**

Under the 'Configurações' section, the 'Cobrança' link is highlighted with a green box.

At the bottom left, there is a 'Todas as ferramentas >' button and a help icon with the text 'Passe o mouse para saber mais sobre qualquer link.' Below this, a sidebar shows 'Conjuntos de anúncios inativo' with several items listed:

- MasterClass 2018 / Últimos Dias / Tráfego
- MasterClass 2018 / Alcance
- MasterClass 2019 / Visualizações no Vídeo
- MasterClass 2019 / Tráfego

A warning message 'Resultados de 12 campanhas' is displayed with a yellow warning icon.

Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.

Google Ads | Todas as campanhas

Visão geral

PLANEJAMENTO

BIBLIOTECA COMPARTILHADA

AÇÕES EM MASSA

MEDIÇÃO

CONFIGURAÇÃO

Faturamento e pagamentos

Dados da empresa

Acesso à conta

Contas vinculadas

Preferências

Google Merchant Center

109

1 de jul de 2019

28 de jul de 2019

Maiores alterações

Campanhas

Palavras-chave de pesquisa

Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.

**AO CRIAR UMA CONTA DE
ANÚNCIO NAS PLATAFORMAS
VOCÊ PRECISA ATRELAR UM
CPF OU CNPJ**



Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.

**PARA EVITAR PROBLEMAS FISCAIS
SEMPRE COLOQUE OS DADOS DO
RESPONSÁVEL PELO PAGAMENTO.
DE ONDE SAI O DINHEIRO**

Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.

EM AMBAS AS PLATAFORMAS SÃO ACEITOS:



BOLETO



**CARTÃO DE
CRÉDITO**

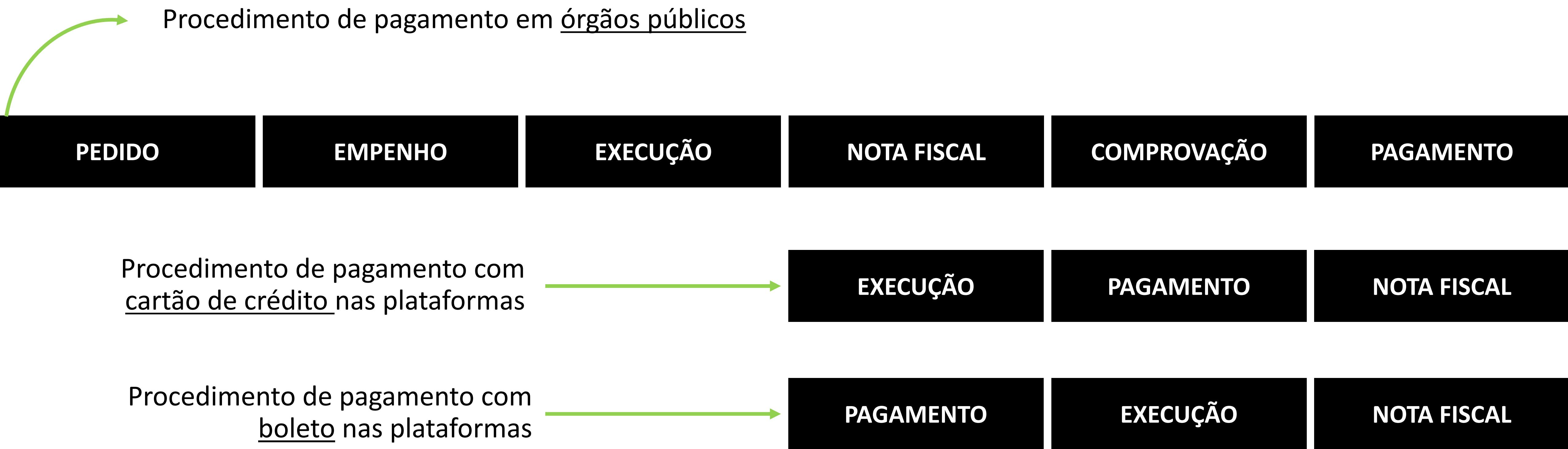
Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.



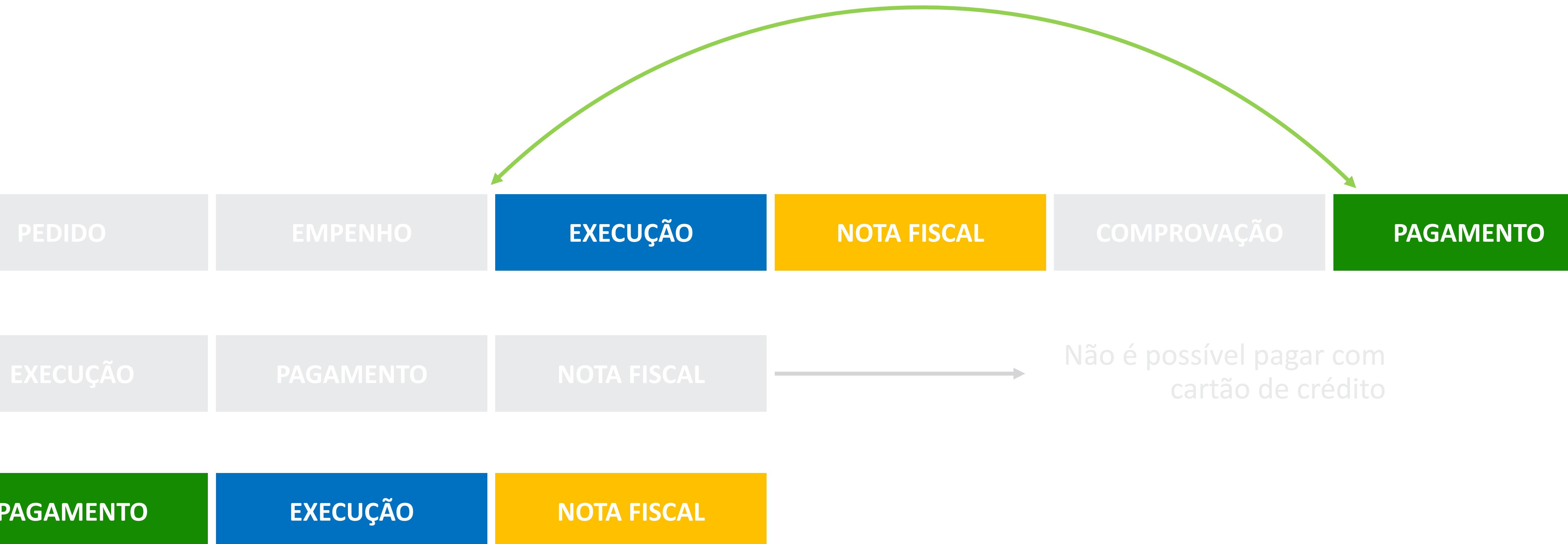
O PROCESSO DE PAGAMENTO DE ORGÃOS E INSTITUIÇÕES PÚBLICAS

Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.

PROCEDIMENTO PADRÃO DE FATURAMENTO



PORQUE NÃO É POSSÍVEL FATURAR DIRETO NAS PLATAFORMAS



A ÚNICA SOLUÇÃO POSSÍVEL
NESTES CASOS É REALIZAR A
COMPRA DE MÍDIA ATRAVÉS DE
UMA AGÊNCIA

EXECUÇÃO

PAGAMENTO

NOTA FISCAL

COMPROVAÇÃO

RECEBIMENTO

Este conteúdo faz parte do conjunto de materiais do prof. Marcelo Vitorino e Presença Online. Citação autorizada, desde que citada a fonte.

PARA REGISTRAR



- ✓ Monte suas campanhas respeitando a hierarquia da plataforma
- ✓ Não menospreze a importância do processo de organização de campanhas e conjuntos de anúncios
- ✓ A menos que seja seu objetivo, tome cuidado com a ultra segmentação de seus públicos
- ✓ No Facebook, utilize a exclusão de interesses para reduzir os ataques de "haters" em seus anúncios
- ✓ Ao criar sua conta de anúncios nas plataformas, cadastre o CPF ou CNPJ de quem, de fato, realizará os pagamentos