

2.5 - O TESTE INFALÍVEL PARA O MELHOR PÚBLICO

MELHOR CRIATIVO EM MÃOS

PARA PROSSEGUIRMOS NESTA FASE, TEMOS DE TER O MELHOR OU OS MELHORES CRIATIVOS APÓS O TESTE DE CRIATIVOS.

O QUE DEFINI UM BOM CRIATIVO PARA NOSSO MODELO DE ESTRATÉGIA?

1 - CTR DE LINK ACIMA DE 2%

2 - ANÚNCIO COM VENDA NO CARTÃO OU BOLETO GERADO COM RETORNO SOBRER O INVESTIMENTO.

ESTRUTURA DA CAMPANHA

1 CAMPANHA

5 CONJUNTOS (PUBLICOS DIFERENTES)

MELHORES ANÚNCIOS DENTRO DE CADA PÚBLICO

1 CAMPANHA

ORÇAMENTO A NÍVEL DE CAMPANHA (CBO LIGADO)

3 SUGESTÕES DE ORÇAMENTO PARA CAMPANHAS DE CBO COM OBJETIVO DE ENCONTRAR O MELHOR PÚBLICO

1 - O VALOR DE UMA COMISSÃO DO PRODUTO (SE VOCÊ FOR AFILIADO)

2 - O VALOR COMPLETO DO TICKET MÍNIMO DO PRODUTO

3 - O VALOR COMPLETO DO TICKET MÍNIMO DO PRODUTO X 5 (PARA UMA OTIMIZAÇÃO MAIS RÁPIDA E OTIMIZADA)

5 CONJUNTOS

5 CONJUNTOS COM PÚBLICOS DIFERENTES

SUGESTÕES DE PÚBLICOS (SEGMENTAÇÃO)

1 - PÚBLICO COMPLETAMENTE ABERTO;

2 - PÚBLICO COMPLETAMENTE ABERTO COM APENAS 1 INTERESSE DE NO MÍNIMO 1 MILHÃO DE PESSOAS

3 - PÚBLICO COM NO MÁXIMO 3 REGIÕES ESPECÍFICAS. SÃO PAULO, RIO DE JANEIRO E MINAS GERAIS.

4 - PÚBLICO COM 2 POSICIONAMENTOS ESPECÍFICOS SÓ PARA MOBILE. (FEED DO FACEBOOK, INSTAGRAM)

5 - PÚBLICO COMPLETAMENTE ABERTO COM APENAS IDADE SEGMENTADA COM INTERVALO MÁXIMO DE 5 ANOS. EXEMPLO: 25 A 30 ANOS.

ANÚNCIOS

VAMOS COLOCAR OS ANÚNCIOS ANÚNCIOS VENCEDORES DENTRO DE CADA CONJUNTO. SOMENTE OS QUE PASSARAM PELOS DOIS CRITÉRIOS DE 1 BOM ANÚNCIO.