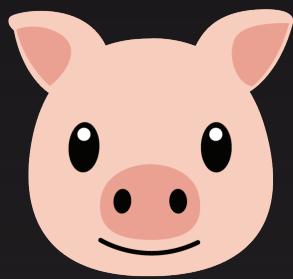


LIVE MONSTRA

#24

PRODUTIVIDADE NA GESTÃO DE ANÚNCIOS

TIAGO TESSMANN



AVISO

Esse é um material complementar à live #24:
Produtividade na Gestão de Anúncios.



Esse material será um pouco diferente em comparação aos outros.

Quero começar falando sobre produtividade na gestão de anúncios e quero que você entenda o motivo de eu estar fazendo uma live com este tema.

Eu vejo muita gente perder tempo com coisas desnecessárias...

Passar muito tempo com as plataformas, perder horas analisando planilhas, criando campanhas entre outros pontos.

Minha intenção aqui é otimizar o seu tempo e aumentar sua produtividade com a gestão dos seus anúncios no Google Ads e também no Facebook Ads.

A parada é a seguinte, coloque na cabeça que você não está assistindo "a mais uma live para aprender a mexer em uma ferramenta".

Você está aqui para aprender a fazer dinheiro.

Lembre-se: *"O que ganha jogo não é talento, é comprometimento."*

Sem mais delongas, bora para o que interessa. 

O que você vai ver nessa aula?

- 1. Checklist;**
- 2. Nomenclaturas de campanhas;**
- 3. Nomenclaturas de públicos;**
- 4. Filtros;**
- 5. Organização de colunas;**
- 6. Regras automatizadas;**
- 7. Google Ads Editor (o final vai explodir a sua mente).**

1. Checklist

Vou começar pelo Checklist. Cara, isso faz total diferença no meu dia a dia.

Como o próprio nome já diz, o ponto número um do nosso material de apoio é o responsável por impedir que você esqueça coisas essenciais.

Uma dica: esquecer alguma tarefa diária, muitas vezes, pode te custar dinheiro.

A verdade é que as pessoas gastam mais tempo em descobrir o que tem que fazer, do que em executar.

Veja se você se identifica com algum desses pontos:

- 1.** Sentei no computador e não sei o que tenho que fazer;
- 2.** Não lembro o que fazer;
- 3.** Não lembro qual é a minha próxima tarefa;
- 4.** Não sei o que tenho que fazer amanhã ou essa semana;
- 5.** Não lembro a última vez que otimizei minhas campanhas.

E agora, o que fazer? Esses e vários outros pontos são responsáveis por roubar dinheiro das pessoas diariamente, e quando eu falo roubar dinheiro é, perder seu tempo com o que não vale a pena.

Tempo = dinheiro.

Com o checklist você consegue executar todas as suas tarefas na metade do tempo.

Seu esforço mental diário deve ser focado em criar estratégias para o seu negócio, melhorar suas páginas, sua oferta, conteúdos etc.

Como criar um checklist eficaz:

- 1.** Quais são suas tarefas frequentes?
- 2.** Divida as tarefas por projetos;
- 3.** Coloque no checklist.

2. Nomenclaturas de campanhas

Parece simples, né? Mas aqui é o que manda a organização.

Tráfego organizado economiza dinheiro = tempo. Faça isso.

Tenha suas campanhas nomeadas de acordo com seu evento, objetivo... não importa.

O que importa é você olhar para ele e saber de cara sobre o que se trata.

Além de ajudar nesses pontos, você consegue criar e utilizar filtros para quando precisar otimizar alguma campanha em específico.

Campanhas:

(PÚBLICO) [TIPO] Objetivo – Segmentação Principal

(PÚBLICO) =

- Público Quente = P1;
- Público Frio = P2;

[TIPO] =

- PESQ, TVFA, DISC, DISP;

OBJETIVO =

- Podcast Extremo, Telegram, Leads etc.

SEGMENTAÇÃO PRINCIPAL =

- Base, semelhante, nomes do marketing;

Exemplo de nome da campanha:

- **(P1)[TVFA] Telegram - Base**
- **(P2)[TVFA] Telegram - Palavras-chave Focadas**

Grupo de anúncio:

- [TIPO DE SEGMENTAÇÃO-SEGMENTAÇÃO-EXTRA] Objetivo

Exemplo de nome de grupo de anúncio:

- **[PC-NOMES DO MKT-M] Podcast Extremo**

Mesmo esquema para Facebook Ads:

Campanha:

PÚBLICO | TIPO | OBJETIVO

- P1 | CONV | PODCAST EXTREMO

Conjunto de Anúncio:

- ORDEM | SEXO | PÚBLICO – PERÍODO

Exemplo:

- 00 | M | Remarketing Geral - 180D

3. Nomenclaturas de públicos (remarketing)

Passo 1: Monte uma planilha de todos os seus públicos.

- **Público: [FONTE] Segmentação – Período**

Passo 2: Coloque a URL de todas as suas páginas para ficar mais fácil quando você precisar.

Exemplos de nomes de públicos de Remarketing:

[SITE] Podcast Extremo - 180D

[YT] Assistiu Podcast Extremo - 30D

Criar todos os seus públicos de REMARKETING.

4. Filtros

Os filtro são utilizados na hora de otimizar suas campanhas, tenha filtros salvos para saber o que olhar e não perder tempo com métricas que não são importantes.

Duas principais métricas que você precisa ficar atento e ter nos seus filtros salvos:

Campanha de Conversão:

- CPA = custo por aquisição;
- QTD = quantidade diária.

Campanha de Distribuição:

- CPV 25% = custo por visualização de 25%;
- QTD - quantidade diária.

5. Organização de colunas

Guarde isso:

Menos é mais. As métricas que realmente fazem diferenças.

- Personalize suas colunas de acordo com os seus objetivos;
- Salve para olhar quando quiser.

- **Colunas para Conversão =**

CONVERSÃO | CUSTO/CONV. | CUSTO | CLIQUES | CPC MÉDIO | TAXA DE CONVERSÃO | FREQUÊNCIA MÉDIA IMPRESS.

- **2 Colunas para Distribuição =**

VISUALIZAÇÃO | TAXA DE VISUALIZAÇÃO | CPV MÉDIO | VISUALIZAÇÃO RECEBIDAS | VÍDEO REPRODUZIDO 25% 50% 75% 100%.

CTR = Taxa de clique = CLIQUE/IMPRESSÃO

Alerta: fique atento para algumas informações mais avançadas:

A taxa de conversão é muito importante.

Cada mídia tem a sua META DE CPC baseado no seu CTR.

Por exemplo:

Pesquisa = R\$5 por clique = 2 cliques eu gero 1 venda

Display = R\$1 por clique = 50 cliques eu gero 1 venda

Lembrando: *CTR = Taxa de clique = CLIQUE/IMPRESSÃO*

Tenha essas metas em mente antes de anunciar, assim você já começa com controle absoluto.

6. Regras automatizadas

Explore as regras automatizadas das duas plataformas, Facebook e Google.

Olhe o que elas te permitem para economizar seu tempo, algumas que eu uso são, pausar anúncios automaticamente se passa da minha meta de CPA, aumentar orçamento, diminuir orçamento, pausar campanha etc.

7. Google Ads Editor

Google Ads Editor é o **PODER TOTAL**.

No início dá trabalho, mas depois vai mudar sua vida.

É prioridade você aprender o Google Ads Editor, por alguns simples motivos:

1. Velocidade em alterações (offline);
2. Alterações em massa em anúncios e campanhas em segundos.

Google Ads Editor:

1. Baixe o Google Ads Editor no seu computador;

- 2.** Baixe os dados da campanha (logar com sua conta de Google);
- 3.** Faça alterações;
- 4.** Crie campanhas;
- 5.** Publique (suba para o online);
- 6.** Arrume se houver qualquer erro.

O que mais gastamos tempo é na criação da campanha, a otimização é mais rápida.

Editor = crie suas campanhas e economizar o seu tempo.

Fechando o chiqueiro...

O negócio é o seguinte:

Siga esses 7 tópicos e veja seu dia sendo transformado!

Bem vindo ao mundo produtivo!!!

Obrigado por estarem comigo em mais uma LIVE MONSTRA e me aguentar por 2 horas!

Se você curtiu, poste um stories da live monstra no seu instagram com a #2segundos. (Só os fortes entenderão).

VALEU!



Quem sou eu?

Em fevereiro de 2010, eu e meus dois irmãos, Ramon e Cristine, recebemos uma das piores notícias das nossas vidas, dada pelos nossos próprios pais em nossa casa aqui em Criciúma – Santa Catarina.

“Estamos falidos, temos que fechar a porta da nossa empresa o mais rápido possível, pois cada dia que a porta está aberta, maior fica nossa dívida.”

Entrei em estado de choque, meus irmãos ficaram calados por alguns minutos... eu nunca me esquecerei que o silêncio da falência é uma das coisas mais tristes na vida de alguém.

Felizmente eu tive a oportunidade de conhecer o poder do marketing na internet e hoje montei 3 empresas que juntas faturam pelo menos 7x mais do que os melhores anos da empresa do meu pai nos anos 90, simplesmente porque eu aprendi a usar a ferramenta número #1 de vendas da internet, o Google.

Conquistar clientes não é mais um desafio complicado pra mim e meu pai, e vou orientar você, de uma forma simples e prática, a usar essa mesma ferramenta para aumentar suas vendas também, sem precisar aumentar equipe ou contratar agências, assim como eu e mais de 1200 alunos fizemos em todo Brasil. Vamos crescer juntos?

E meu pai?

Ele é o meu herói, meu orgulho e que me ensina muito sobre negócios até hoje. Pra mim ele nunca fracassou, ele apenas aprendeu. Hoje, meu pai é um membro indispensável do nosso time aqui no Conversão Extrema.

O que é o Conversão Extrema?

O Conversão Extrema é um treinamento 100% online que mostra o passo a passo detalhado para você atrair clientes e aumentar suas vendas através da ferramenta número #1 de vendas da internet. Conquistar novos clientes não será mais um desafio complicado pra você.

[Saiba mais sobre o Conversão Extrema](#)

LINKS

 Acesse mais de 50 aulas práticas de anúncios Google, do zero ao avançado: <http://bit.ly/yt-aulas-google>

 Participe do meu Telegram:
<https://tiagotessmann.com.br/grupo-extremo>

 Cadastre-se aqui para ser avisado das aulas ao vivo:
<https://conversaoextrema.com/live>

 Podcast Extremo: O melhor conteúdo de anúncios Google em áudio: <https://bit.ly/Podcast-Extremo>

 Ebook Grátis + Aula "Como Anunciar no Google com Orçamento Baixo": <http://bit.ly/GoogleAds->

Conecte-se comigo:

-  Instagram: <https://www.instagram.com/tiagotessmann>
-  Youtube: <https://www.youtube.com/tiagotessmann>
-  Linkedin: <https://linkedin.com/in/tiagobtessmann>

Tiago Tessmann