

O que fazer quando a campanha não vende?

Campanha está rodando?

Não, está sem cliques e sem impressões

Aula "Veja os Motivos Pelos Quais a Sua Campanha Não Roda"

OBS: cuidado com o filtro da data na campanha

Sim, tenho cliques e impressões

OK!

Quanto tempo deixar a campanha rodando?

Não é por tempo e sim por coleta de dados.

Se for baixa busca, é super comum a campanha passar dias parada. Então, não leve em comparação o tempo, mas sim a coleta de dados da sua campanha.

Já se for alta busca, em pouquíssimos dias já dá para ter uma noção, pois sua campanha vai ter bem mais cliques e impressões.

Muitas impressões, mas poucos cliques

Se você tiver muitas impressões e poucos cliques, provavelmente, o seu CTR estará bem ruim. Então, foque em melhorar o seu CTR.

Como melhorar o CTR?

Faça uma boa copy e use gatilhos mentais no texto do seu anúncio (aulas bônus no curso)

Veja se você não errou no mapeamento de palavras-chave. Se a palavra for muito genérica, é comum ter muitas impressões e poucos cliques mesmo, pois não é um público qualificado.

Gastei muito e não vendi nada

Se você está anunciando para fundo de funil, o produto que você escolheu tem nome específico?

Se tiver um nome genérico, pode ser que seja meio de funil e a estratégia muda completamente.

Se for fundo de funil, você segmentou as palavras-chave para apenas termos relacionados ao produto?

Não coloque termos diferentes só para a campanha rodar, porque senão você não irá atrair cliques qualificados.

Você ficou de olho nos termos de pesquisas e colocou palavras-chave negativas?

Sempre suba a lista de palavras-chave negativas e fique de olho no que as pessoas estão pesquisando, para negatar os termos irrelevantes.

Você desmarcou a opção de rede display nas configurações da campanha?

A rede display atrai muitos cliques desqualificados para a sua campanha.

Você limitou o seu CPC Máximo para o Google não extrapolar na campanha com cliques muito caros?

Evite perder dinheiro com cliques absurdos no Google. Se você não limitar, você pode comprometer todo o orçamento da sua campanha com apenas 1 único clique.

Você analisou as demais métricas da sua campanha?

CTR, CPC Médio, Índice de Qualidade, Posição no Leilão, etc. (se você ainda não tem conversões, você vai olhar isso daqui)

Quando é a hora de desistir da campanha e testar novos produtos?

Se você se atentou a todos os tópicos dessa aula e sua campanha está redondinha, talvez seja hora de desistir do produto

Próxima aula

O que fazer quando a campanha não vende?

1. Campanha está rodando?

1.1. Não, está sem cliques e sem impressões

1.1.1. Aula "Veja os Motivos Pelos Quais a Sua Campanha Não Roda"

1.1.2. OBS: cuidado com o filtro da data na campanha

1.2. Sim, tenho cliques e impressões

1.2.1. OK!

2. Quanto tempo deixar a campanha rodando?

2.1. Não é por tempo e sim por coleta de dados.

2.1.1. Se for baixa busca, é super comum a campanha passar dias parada. Então, não leve em comparação o tempo, mas sim a coleta de dados da sua campanha.

2.1.2. Já se for alta busca, em pouquíssimos dias já dá para ter uma noção, pois sua campanha vai ter bem mais cliques e impressões.

3. Muitas impressões, mas poucos cliques

3.1. Se você tiver muitas impressões e poucos cliques, provavelmente, o seu CTR estará bem ruim. Então, foque em melhorar o seu CTR.

3.1.1. Como melhorar o CTR?

3.1.1.1. Faça uma boa copy e use gatilhos mentais no texto do seu anúncio (aulas bônus no curso)

3.1.1.2. Veja se você não errou no mapeamento de palavras-chave. Se a palavra for muito genérica, é comum ter muitas impressões e poucos cliques mesmo, pois não é um público qualificado.

4. Gastei muito e não vendi nada

4.1. Se você está anunciando para fundo de funil, o produto que você escolheu tem nome específico?

4.1.1. Se tiver um nome genérico, pode ser que seja meio de funil e a estratégia muda completamente.

4.2. Se for fundo de funil, você segmentou as palavras-chave para apenas termos relacionados ao produto?

4.2.1. Não coloque termos diferentes só para a campanha rodar, porque senão você não irá atrair cliques qualificados.

4.3. Você ficou de olho nos termos de pesquisas e colocou palavras-chave negativas?

4.3.1. Sempre suba a lista de palavras-chave negativas e fique de olho no que as pessoas estão pesquisando, para negativar os termos irrelevantes.

4.4. Você desmarcou a opção de rede display nas configurações da campanha?

4.4.1. A rede display atrai muitos cliques desqualificados para a sua campanha.

4.5. Você limitou o seu CPC Máximo para o Google não extrapolar na campanha com cliques muito caros?

4.5.1. Evite perder dinheiro com cliques absurdos no Google. Se você não limitar, você pode comprometer todo o orçamento da sua campanha com apenas 1 único clique.

4.6. Você analisou as demais métricas da sua campanha?

4.6.1. CTR, CPC Médio, Índice de Qualidade, Posição no Leilão, etc. (se você ainda não tem conversões, você vai olhar isso daqui)

5. Quando é a hora de desistir da campanha e testar novos produtos?

5.1. Se você se atentou a todos os tópicos dessa aula e sua campanha está redondinha, talvez seja hora de desistir do produto

5.1.1. Próxima aula