

Módulo 5

Minha campanha não gasta dinheiro - e agora?

SUMÁRIO

Introdução - 00'02'' **2**

O que fazer quando sua campanha não gasta dinheiro? - 00'36'' **2**

Introdução - 00'02''

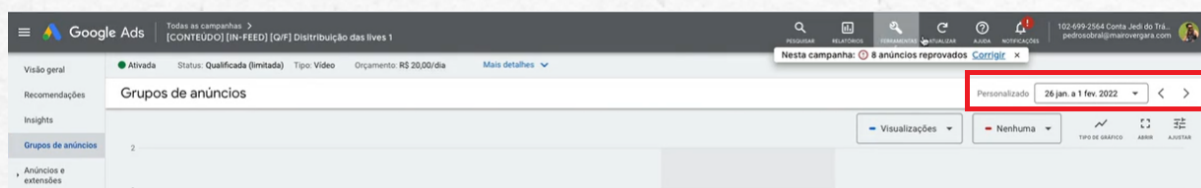
Eu sei que você pode seguir o passo a passo da criação das campanhas In-Feed e ainda assim o resultado não ser positivo. Se acalme, todo gestor de tráfego já passou por isso.

E neste PDF eu vou te mostrar 5 passos que você deve seguir na hora de analisar as suas campanhas para não chegar a conclusões erradas sobre o seu trabalho como gestor de tráfego.

O que fazer quando sua campanha não gasta dinheiro? - 00'36''

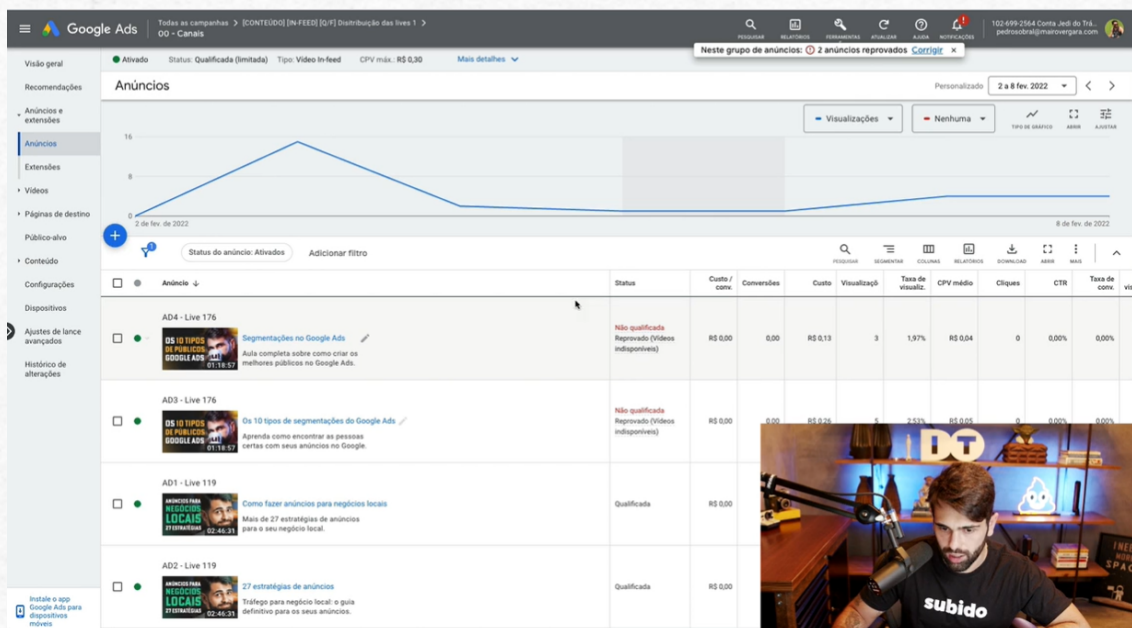
1 . Confira o filtro de datas dentro do gerenciador do Google Ads

Confira a data correta no canto superior direito:

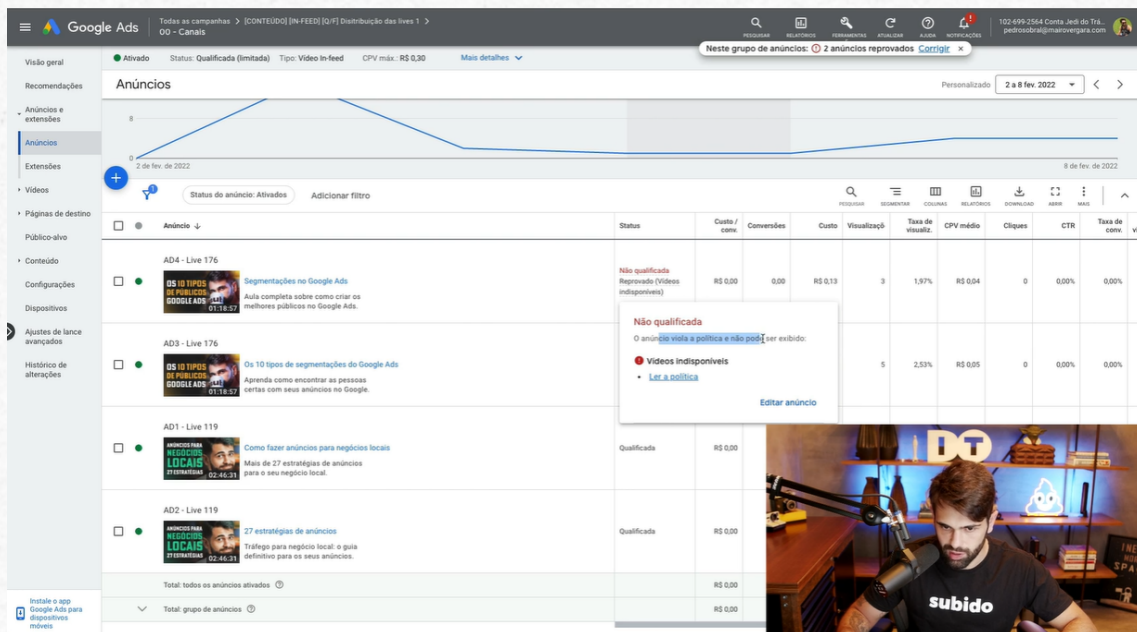


2 . Confira se os anúncios estão aprovados

No gerenciador de anúncios, acesse a sua campanha e em seguida, entre no grupo de anúncios. Na coluna **“status”**, verifique se sua campanha foi aprovada ou não:

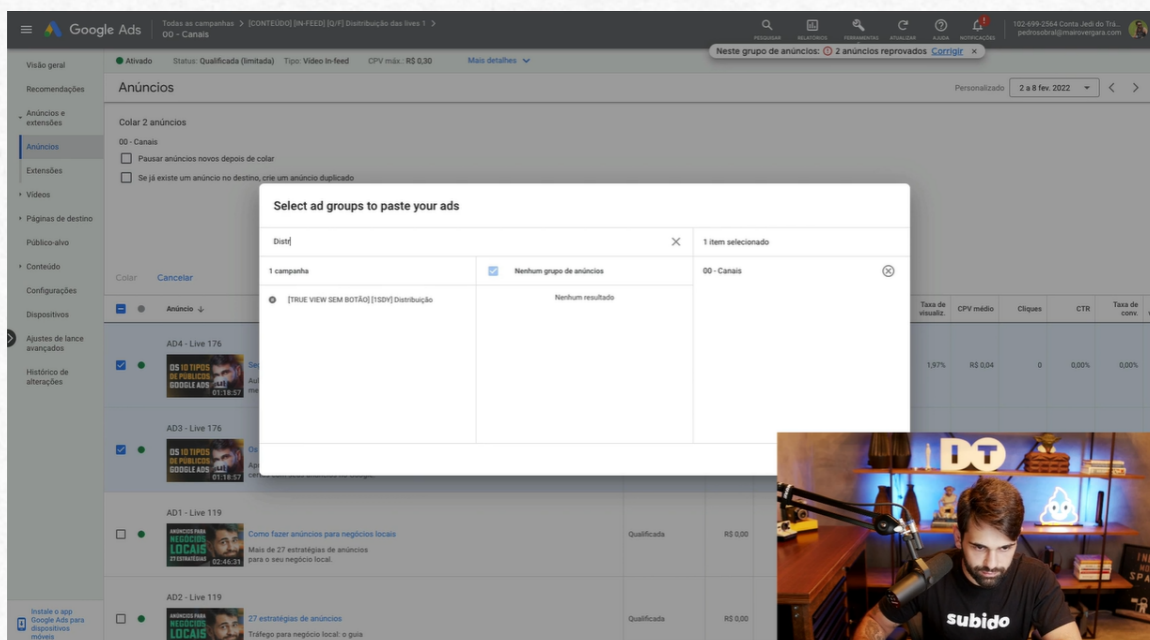


Para fazer com que o Google aprove os seus anúncios, coloque o mouse sobre a classificação **“não qualificada”** e clique em **“editar”**:

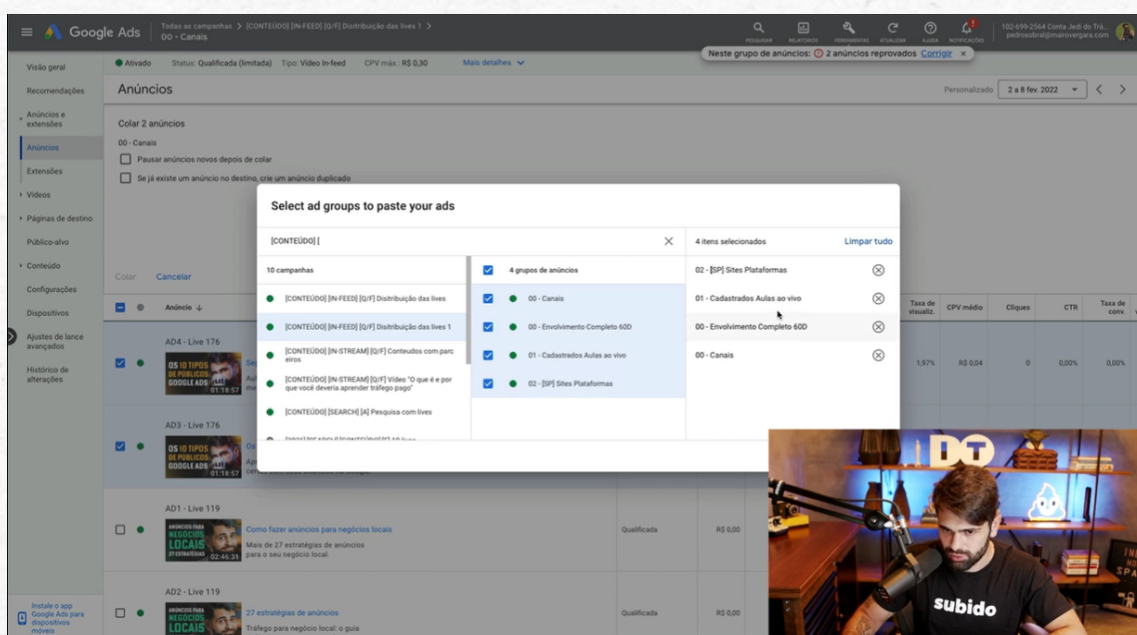


Se você tem certeza de que não há nada de errado com o seu anúncio, faça uma alteração muito pequena e clique em **“salvar”**. Mas caso você tenha dúvidas sobre os motivos que impediram o seu anúncio de ser aprovado, verifique na política de funcionamento para entender o que pode ter acontecido.

Outra opção é selecionar os anúncios que não foram aprovados, copiar e na hora que o Google te perguntar onde você quer colar cada um deles, você pode escolher colar em todos os grupos de anúncios. Para fazer isso, pesquise pela campanha no campo **“pesquisar pelo nome ou ID da campanha”**:



Ao encontrar a campanha, selecione todos os grupos de anúncios na coluna **“grupos de anúncios”** e em seguida, clique em **“concluído”**:



Para confirmar o processo, selecione a opção **“se já existe um anúncio no destino, crie um anúncio duplicado”**. Na sequência, clique em **“colar”**:

Recomendações
Anúncios e extensões
Anúncios
Extensões
Vídeos
Páginas de destino
Público-alvo
Conteúdo
Configurações
Dispositivos
Ajustes de lance avançados
Histórico de alterações

Anúncios


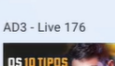
Colar 2 anúncios em 4 grupos de anúncios


00 - Canais , 00 - Envolvimento Completo 60D, e mais 2

☐ Pausar anúncios novos depois de colar

☒ Se já existe um anúncio no destino, crie um anúncio duplicado

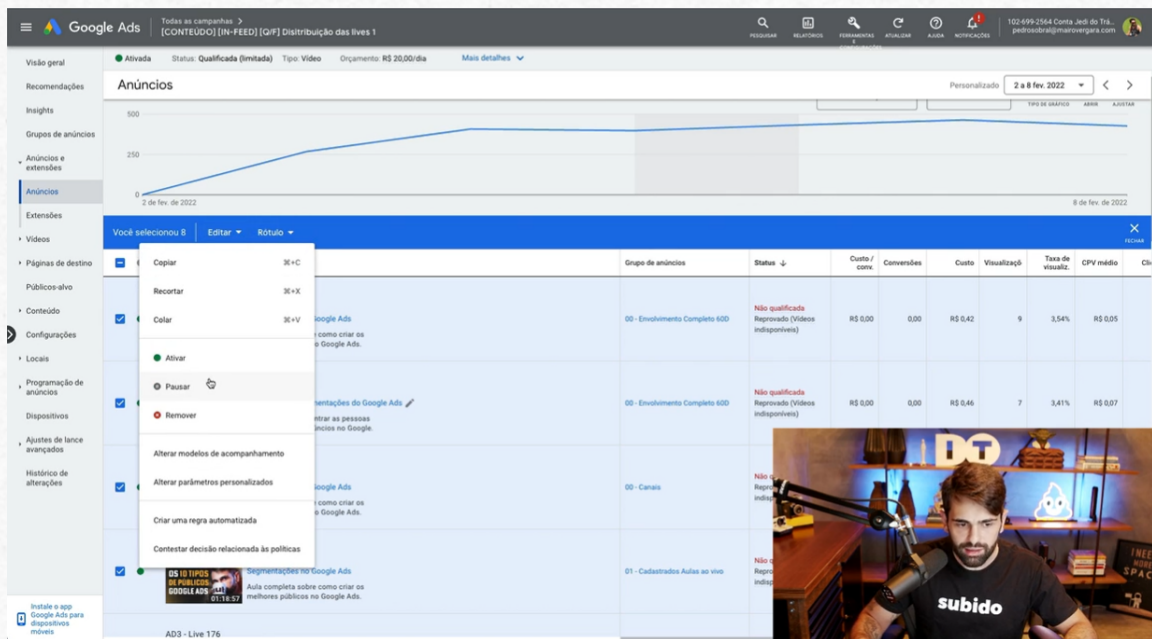
Colar Cancelar

	Anúncio ↓	Status	Custo / conv.	Conv
<input checked="" type="checkbox"/>	<div>AD4 - Live 176</div> <div>  <div> <div>Os 10 tipos de públicos do Google Ads</div> <div>Aula completa sobre como criar os melhores públicos no Google Ads.</div> </div> </div>	Não qualificado		
<input checked="" type="checkbox"/>	<div>AD3 - Live 176</div> <div>  <div> <div>Os 10 tipos de segmentações do Google Ads</div> <div>Aprenda como encontrar as pessoas certas com seus anúncios no Google.</div> </div> </div>			



Dessa forma, todos os anúncios já estão colados nos grupos de anúncios e serão submetidos a uma nova revisão do Google.

Para não ter mais problemas, pause os anúncios não qualificados. Para fazer isso, volte na aba **“anúncios”** e ordene todos eles por status. Assim, você vai conseguir visualizar quais anúncios estão reprovados. Agora, selecione todos os que ainda não foram qualificados, clique em **“editar”** e, em seguida, em **“pausar”**:



Agora, suponha que você esteja avaliando os seus anúncios e tudo está correto: a data de visualização, o tempo de campanha no ar, mas ela não gasta dinheiro de jeito nenhum. Neste caso você pode aumentar os lances CPV.

3 . Aumente os lances CPV

Para aumentar os lances, acesse os grupos de anúncios e faça a alteração na coluna **“CPV máximo”**. Clique no valor do grupo de anúncios, e em seguida, no **ícone pincel**. Coloque o novo valor e clique em **“salvar”**:

“Pedro, quanto eu devo aumentar os lances dos meus grupos de anúncios?”

Não há uma regra básica e universal, mas normalmente, eu aumento 60 ou até 100% para forçar o Google a gastar dinheiro. Mas muito cuidado: quando você aumenta muito os lances das suas campanhas, pode ser que o Google gaste muito e todo investimento de uma vez.

Então, não tenha medo de aumentar seus lances e faça isso até cinco vezes. Se depois dessas tentativas, sua campanha ainda assim não gastar dinheiro, você sabe que seu problema não é o valor do lance. Neste caso, você pode partir para o número 4.

4 . Verifique se os seus públicos estão muito pequenos

Pode ser que na sua segmentação, você tenha criado públicos extremamente nichados. Por exemplo, o público de “canais” é o que, geralmente, não gasta muito dinheiro porque é um público muito

específico. Por esse motivo, é necessário fazer um lance maior nesse tipo de segmentação.

É possível, também, que mesmo colocando mais dinheiro para divulgar em alguns canais, seu anúncio não seja divulgado porque o dono daquele canal não recebe monetização por ele. Além dessa situação, caso você faça públicos com inscritos no seu canal e pessoas que visitaram seu site, por exemplo, e esses sejam públicos muito pequenos, certamente, sua campanha vai gastar menos ou nada do seu investimento.

Nesse caso, adicione um público frio, como um público-alvo de mercado ou um público de afinidade, por exemplo. Esses públicos não são pequenos, o que pode potencializar a sua campanha e resolver esse problema.

5. Verifique se a sua campanha não está gastando todo dinheiro em um único grupo de anúncio

Essa é uma realidade muito comum, mas o que fazer quando isso acontece?

Eu vou te mostrar no próximo pdf. Então, se você puder, já leia na sequência para entender o que deve ser feito nesses casos.

Tamo junto!