



COMUNIDADE SOBRAL DE TRÁFEGO

Módulo 5

Minha campanha não gasta dinheiro - e agora?



@pedrosobral



pedrosobral.com.br

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"

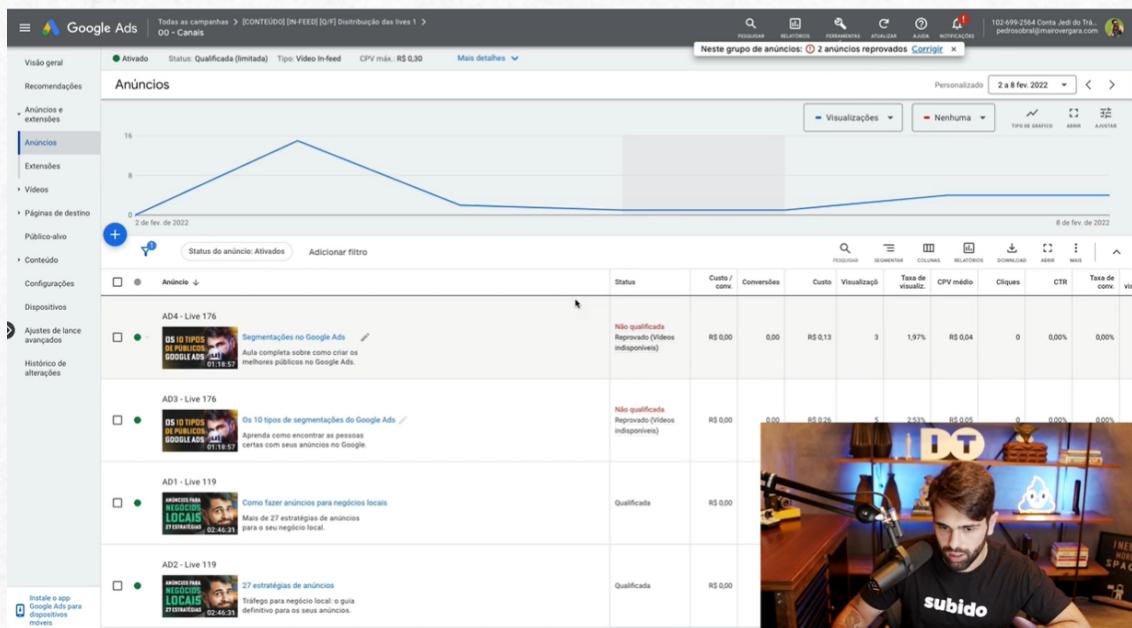
1. Confira o filtro de datas dentro do gerenciador do Google Ads

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**”:

The screenshot shows the Google Ads interface with the following details:

- Left Sidebar:** Shows navigation categories like Visão geral, Recomendações, Anúncios e extensões, Anúncios (selected), Extensões, Vídeos, Páginas de destino, Público-alvo, Conteúdo, Configurações, Dispositivos, Ajustes de lance avançados, and Histórico de alterações.
- Top Bar:** Shows the campaign path [CONTEÚDO] [IN-FEED] [Q1/F] Distribuição das lives 1 > 00 - Canais, Status: Qualificada (limitada), Tipo: Video In-feed, CPV máx: R\$ 0,30, and a link to Mais detalhes.
- Main Area:** Titled "Anúncios" with a graph showing the number of ads over time. It lists several ads with their status, cost, and performance metrics. One ad is highlighted as "Não qualificada" (Not qualified) with the reason "O anúncio viola a política e não pode ser exibido: Vídeos indisponíveis".
- Bottom Right:** A small video thumbnail of a man with a beard speaking into a microphone.

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**”:

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.
<input checked="" type="checkbox"/>	AD4 - Live 176  Segmentações no Google Ads Aula completa sobre como criar os melhores públicos no Google Ads. 01:18:57		Não qualificada
<input checked="" type="checkbox"/>	AD3 - Live 176  Os 10 tipos de segmentações do Google Ads Aprenda como encontrar as pessoas certas com seus anúncios no Google. 01:18:57		Não qualificada



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!