

# LIVE #11

## SEGMENTAÇÃO:

ATINJA O PÚBLICO  
CERTO NO GOOGLE

TIAGO TESSMANN

# **RESULTADO GARANTIDO NO GOOGLE:**

---

- 1.** Landing Page (site)
- 2.** Segmentação
- 3.** Anúncios
- 4.** Oferta é ruim.

## **4 PERGUNTAS CÍRCULOS CONCÊNTRICOS:**

- 1.** Quem é o meu público comprador? (compram ativamente produtos/serviços semelhantes, já estudam marketing digital e compram cursos)
- 2.** Quem são as pessoas que podem se interessar pelo produto/serviço? (empresários, quem quer aumentar vendas, possui um negócio)
- 3.** Quem são as pessoas que podem se interessar menos pelo produto/serviço? (investem em ações, finanças..)

**4.** Quem são as pessoas que jamais comprarão o meu produto? (crianças, adolescentes, jovens, pessoas que não tem interesse em vendas...)

PS: Não vamos anunciar pra elas.

**“AS VEZES É MAIS IMPORTANTE SABER PRA QUEM  
VOCÊ NÃO DEVE ANUNCIAR DO QUE PRA QUEM  
VOCÊ DEVE ANUNCIAR.”**

# **QUAL É O PÚBLICO QUE MAIS COMPRA DE MIM?**

## **CÍRCULOS CONCÊNTRICOS:**

Primeiro foque no público comprador e depois vá ampliando.

*“Sangue para os tubarões.”*

#sanguementação = Não disputa com os tubarões, há muito sangue em outros lugares...

# **SEGMENTAÇÕES:**

- 1.** Melhores públicos;
- 2.** Públicos relevantes;
- 3.** Públicos bons/médios (educar, construir);
- 4.** Público ruim (negativar).

Todo anúncio no Google tem público negativo!

## **PRÁTICA DO GOOGLE**

---

### **TIPOS DE SEGMENTAÇÃO:**

- Palavras-chave;
- Público-alvo (informações do usuário);
- Idade;
- Sexo;
- Renda Familiar;
- Tópicos (temas de canais, YouTube, sites);
- Canais (canais específicos, sites, canais de YouTube, vídeos de YouTube);
- Eventos Importantes (acabou de casar, aposentou);

- Público Personalizado (informações de terceiros ou palavras);
- Públicos semelhantes (baseado em informações que você tem).

## **NUNCA NINGUÉM TE CONTOU**

- Com base nas suas tags de remarketing;
- Com base em anunciantes como você (público ultra relevante);
- Com base no seu desempenho;
- Com base no seu anúncio em vídeo e no canal do YouTube;
- Semelhantes.

## **PULO DO PORCO**

O Google pega informações da sua conta, site e ele já recomenda o público baseado em informações dos seus próprios concorrentes/semelhantes ao seus.

### **Começando do Zero:**

[https://www.youtube.com/watch?v=ugRdFI\\_ROAI](https://www.youtube.com/watch?v=ugRdFI_ROAI)

**Palavras-chave:** Alta relevância (pesquisando sobre seu produto/serviço ou está consumindo o conteúdo do exato tema que você inseriu);

**Público-Alvo:** “Relevante Mercado” (pessoas que estão pesquisando ativamente na internet). Menos “Relevante Afinidade” (pessoas tem um interesse);

**Idade:** idade;

**Sexo:** masculino e feminino;

**Renda Familiar:** dos mais ricos até os menos ricos;

**Tópicos:** categorias do site ou conteúdo tem alta relevância;

**Canais:** aparecer em lugares específicos é ultra relevante, porém não tem escala.

Quando você descobre pra quem não deve aparecer, você deve imaginar como é o mundo dessas pessoas, o que elas consomem na internet, e de maneira negativar onde eles poderiam estar.

Além do maior alcance, você aparece para a pessoa certa e no momento certo.

# **COMO DESCOBRIR OS MELHORES PÚBLICOS**

**O Google é uma ferramenta de vendas INTELIGENTE!**

Conforme você anuncia ele capta informações e te ajuda a ter mais resultado.

Porque quanto mais resultado você gerar, mais você investe.

**Tag Global:** Uma tag que você instala no seu site, assim o Google pega informações de pessoas que entra no seu site e te ajuda com campanhas.

## **PÚBLICO SEMELHANTE**

**Informações de Públicos:**

Para descobrir quem são as pessoas mais relevantes.

Quem se tornou lead (ultra relevante);

Pessoas que assistem os meu vídeos (ultra relevante);

Públicos de Mercado;

Públicos de Afinidade.

### **3 Tipos de campanhas:**

Campanha de 15x - ultra relevante;

Campanha de 10x - altamente relevante;

Campanha de 5x - pouco relevante.

## **PULO DO PORCO**

Anunciante como você: Traz vendas porque o Google já sabe o que converte para os outros (concorrentes).

Minha pergunta é? Você sabia disso? Sim ou não.

**100% não sabe.**

## **PRA VOCÊ QUE ESTÁ COMEÇANDO DO ZERO.**

- 1.** Aprenda a criar uma campanha no Google;
- 2.** Comece a anunciar e vender;
- 3.** Quanto mais você investe, mais informações o Google te dá pra melhorar o seu resultado.

O mais difícil é começar, porque o Google tem poucas informações do seu negócio. Cada dia que você investe, mais fácil fica.

# **MÁQUINA DE DINHEIRO**

O mais difícil é arrancar o carro, depois que tá andando é muito mais fácil acelerar.

Sair do 0 e ir até 10km/h é mais difícil do que ir de 90k/h para 120km/h.

## **DESAFIO 7 DIAS!!!!!!**

**Criar sua melhor campanha na rede de pesquisa.**

Na quarta-feira vamos uma LIVE!!! 16h em ponto. Quem fazer o desafio, vai ganhar um presente meu.

Não precisa anunciar, basta criar a campanha.

Seja comprometido.

**#sanguementacao**

# LIVE #11

## SEGMENTAÇÃO:

ATINJA O PÚBLICO  
CERTO NO GOOGLE

TIAGO TESSMANN