

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

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 90km/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