

LIVE MONSTRA #38

Tráfego pago para Podcasts

O podcast vai ser um dos maiores formatos de conteúdo. Tendência 2021.

Futuro...

Parte 1: Entender tudo universo de podcasts

Parte 2: Campanhas na prática

1. Lives de pré lançamento
 2. Aulas gravadas
 3. Podcast Extremo
-

Conteúdo áudio.

O maior diferencial é que você consome o conteúdo enquanto faz outra coisa (dirige, academia, corre, etc)

Gary vee = colocar o seu conteúdo em todos os formatos e em todas as plataformas.

Por que vale a pena ter um podcast?

1. É mais fácil produzir. (você precisa só do seu celular);
2. É mais fácil editar. (não tem imagens)
3. O número de pessoas que consomem só aumenta;
4. A rentabilidade é maior.
5. Cria audiência (conecta mais com você);
6. Gera vendas.
7. Gerador de criativos (anúncios)

Instagram: 5min

Youtube: 15min

Podcast: 40min -

1. Lives de evento - 300k
2. Aulas gravadas no Youtube - 2M
3. Podcast extremo - 100k

Dica: Você pode começar com o que tem, apenas retirando áudios dos seus conteúdos. (lives, vídeos...etc)

3 podcasts:

- 1. Podcast Extremo: As ferramentas de vendas da internet (Google Facebook)**
- 2. Manual da Vida: crescimento pessoal**
- 3. Google Marketing de 2min: Áudios retirados dos meus vídeos.**

É pago? Anchor (Spotify), é onde você sobe seus áudios e ele distribui em todas as plataformas de áudio. 100% gratuito.

Dicas importantes:

- 1. A edição sendo muito importante, a qualidade áudio;**
- 2. Distribua em todos os canais (Youtube, spotify..)**
- 3. Lance com estréia no Youtube e divulgue: (instagram, email, telegram etc)**
- 4. Solte os epiódios no mesmo período. (toda quinta às 16h);**
- 5. Consistência é o poder.**

Todo mundo que está na internet está vendendo alguma coisa.

=====

Criação de campanhas para podcast

=====

Divulgar e criar uma audência com podcast = vendas

O que você precisa para começar a divulgação:

- 1. Contas no Google Ads e Facebook Ads;**
- 2. Uma landing page para enviar o tráfego;**
- 3. Criar públicos de remarketing no Google/Facebook. (negativar e vender)**
- 4. Configurar a conversão por clique no botão.**

Google Tag Manager = configuração de conversão por clique no botão.

Criação de campanhas na práticas?

Onde eu devo anunciar o meu podcast? Google? Youtube? Facebook? Instagram?

- 1. Facebook/Instagram: Campanha de Conversão = 1,73**
- 2. Youtube TVFA: Campanha de Conversão = 2,86**
- 3. Google Discovery: Campanha de Conversão = 0,86**
- 4. Google Display: Campanha de Conversão = 0,98**
- 5. Youtube Discovery: Campanha de Visualização =**

Facebook/Instagram: Campanha de Conversão

1. Crie uma campanha de conversão
2. Defina o nome da campanha
3. Defina o nome do conjunto de anúncios
4. Coloque a conversão clique no botão
5. Orçamento diário
6. Definir segmentação (PÚBLICO NEGATIVO)
7. Posicionamento
8. Criativos (teste vídeos/imagens etc) (teste criativos “amadores”)
9. Campanha finalizada.

Youtube TVFA: Campanha de Conversão

1. Crie uma campanha de conversão (venda ou lead)
2. Defina o nome da campanha;
3. CPA desejado (escolher o limite do lance)
4. Orçamento diário;
5. Locais
6. Idiomas (ingl, esp, port)
7. Conversão definida por clique no botão (podcast)
8. Limite de frquência
9. Dispositivos (retiro tela de tv)
10. Defina o nome do grupo de anúncio;
11. Segmentação e público (público negativo)
12. Criação de anúncio (o criativo é o ponto chave, o mais importante)
13. Sua está está pronta para rodar.

Criativo chamada = é mais chato

Criativo conteúdo = não é chato (gerando valor)

Google Discovery: Campanha de Conversão (mais gera resultado)

1. Crie uma campanha lead ou venda (conversão)
2. Defina o nome da campanha
3. Locais
4. Idomas
5. CPA desejado
6. Orçamento diário
7. Otimização por clique no botão
8. Segmentação e público (público negativo)
9. Crie os anúncios discovey
10. Sua campanha está pronta para rodar

Criativo profissional - converteu menos

Criativo amador - converteu mais

Google Display: Campanha de Conversão

1. Crie a companha de venda ou leads (conversão)
2. Nome da campanha
3. Locais
4. Idiomas
5. Lance por CPA
6. Orçamento diário
7. Conversão por clique no botão
8. Segmentação e público
9. Retire a expansão de segmentação
10. Crie o anúncios (coloque muitas imagens, textos)
11. Sua campanha está pronta para rodar

Criativo profissional - converteu menos

Criativo amador - converteu mais

Youtube Discovery: Campanha de Visualização

1. Criar campanha de consideração de produto/marca
2. Influenciar a consideração
3. Locais
4. Redes (todos)
5. Idiomas
6. Limite de frequência
7. Nome do grupo de anúncio
8. Segmentação e público
9. Defina o valor de CPV
10. Insira o vídeo;
11. Anúncio vídeo discovery;
12. Sua campanha está pronta para rodar.

#podcastconverte