

Recursos do Power Editor

Durante este curso vimos que a parte “criativa” de um anúncio é composta por todos os elementos relacionados à sua marca, sejam eles gráficos ou não.

A parte gráfica é o que compõe visualmente o seu anúncio — texto, imagens — e isso nos ajuda a valorizar a nossa marca perante o Facebook.

Além disso, podemos ver que os anúncios também são uma forma de criar um conexão emocional entre o nosso público e o nosso negócio, e tudo o que você fala e faz é tão importante em um Ad quanto na comunicação geral da sua marca.

Uma marca forte consegue transmitir a sua mensagem via anúncios e cria campanhas que conseguem atingir os seus objetivos.

Uma campanha é baseada em todos os esforços necessários para atingir um objetivo definido — cliques em um website, curtidas ou download de apps são exemplos de objetivos para uma campanha.

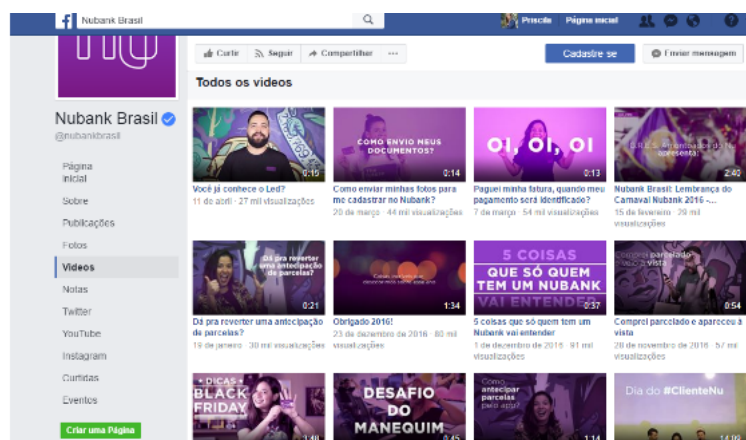
Até agora nós vimos como fazer campanha que ajudará nos objetivos da página da Bytebank através do texto e imagem, certo?

Agora vamos falar sobre os vídeos.

Isso diz que eles são tendências, mas na verdade já faz um tempo que o vídeo se consolidou como uma forte estratégia para gerar engajamento

Vamos dar uma olhada no que algumas marcas estão fazendo com este tipo de recurso.

A [Nubank](https://www.facebook.com/pg/nubankbrasil) (<https://www.facebook.com/pg/nubankbrasil>) é uma marca muito consolidada e está fazendo um trabalho muito bom nas redes sociais. Os números de visualizações, reações, compartilhamentos e comentários são fortes indicadores de que eles estão engajando bem.



Uma das coisas que eu costumo fazer e que me ajuda a pensar em novas ideias, principalmente quando estou trabalhando com um cliente novo é dar uma olhada no que empresas do mesmo segmento estão fazendo, como o caso da Nubank que acabamos de ver e gosto também de olhar outras páginas que admiro para ver as novidades. Lembrando que copiar não é nada legal, mas ter referências pode nos ajudar muito.

A [Alura \(https://www.facebook.com/pg/AluraCursosOnline/videos/?ref=page_internal\)](https://www.facebook.com/pg/AluraCursosOnline/videos/?ref=page_internal), por exemplo está usando as Lives, que são as transmissões ao vivo e que ficam salvas na página posteriormente, para bater um papo com os instrutores e convidados todas quintas-feiras às 15:00 horas.



Outro exemplo de live é a [Organizze](https://www.facebook.com/pg/Organizze/videos/?ref=page_internal) (https://www.facebook.com/pg/Organizze/videos/?ref=page_internal). Eles convidam uma especialista para falar sobre dicas financeiras e novidades do aplicativo, por exemplo.

Então no caso da Bytebank, vou sugerir também a criação de um vídeo para usarmos num anúncio.

A Bytebank tem um profissional que vai cuidar disso, mas se você quer criar um vídeo para criar um anúncio, você pode ver o curso [Premiere: Introdução a edição de vídeos \(https://www.alura.com.br/course-online-premiere\)](https://www.alura.com.br/course-online-premiere).

Com as ferramentas de segmentação do Facebook, podemos usar anúncios de vídeos para ajudar a Bytebank a ficar mais presente na mente das pessoas e isso pode despertar o interesse delas e consequentemente, melhora as chances do vídeo ter mais visualizações.

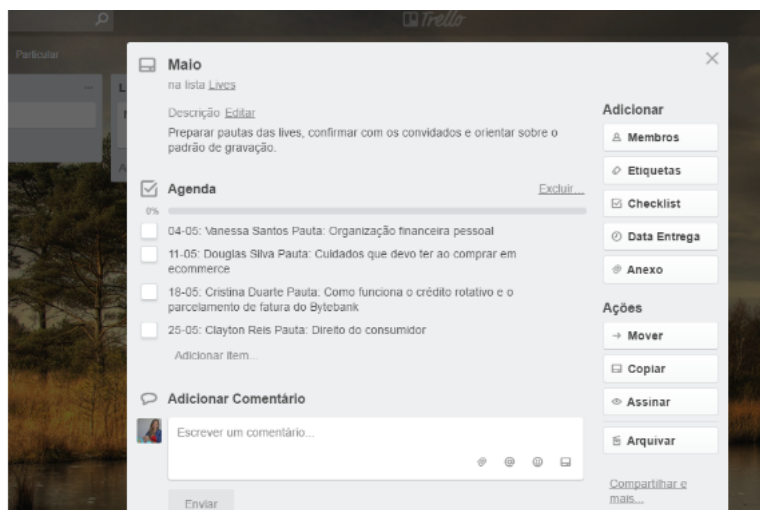
Comentei isso com a minha chefe e ela me perguntou qual é a periodicidade desses vídeos? Vai ter vídeos todas as semanas para falar sobre as vantagens de ter um Bytebank, por exemplo ou se for Lives, como será a agenda?

Estas perguntas foram pertinentes porque tudo que vamos fazer nas redes sociais, neste caso no Facebook, é importante ter um planejamento. Porque sem isso, pode ser que a Bytebank não consiga manter uma rotina de publicações e então perdemos a consistência, um dos elementos chaves que podem fortalecer a presença digital de uma marca.

Para o Bytebank, recomenda-se que o vídeo esteja presente em momentos-chaves, como em anúncios patrocinados, lançamento de produtos e campanhas promocionais. Então terei que ficar em contato com a equipe de produto para saber com antecedência quando haverá lançamentos para preparar a agenda. E no seu caso, como você pretende organizar as suas transmissões de vídeos (Lives) e os vídeos que podem ser institucionais, ou seja, onde a empresa fala sobre o que ela pode oferecer?

Depois que definir isso, podemos criar um cronograma para nos ajudar a manter as ações em dia.

Vamos criar uma agenda no Trello.



Como a página da Bytebank é nova, ainda não foi disponibilizado o item Eventos, mas a Alura por exemplo cria eventos de acordo com a pauta de Lives e cria anúncios.