

06

Títulos

Independente do formato do nosso anúncio precisamos pensar com muito carinho no título.

Atualmente no Facebook os vídeos tem grandes chances de engajar mais o nosso público, se compararmos ao texto e imagem, por exemplo. Então se temos um vídeo interessante associado a uma chamada que destaque o nosso conteúdo, melhor ainda.

Mas será que existe uma maneira de pensarmos em títulos mais atrativos?

O próprio Facebook limita os caracteres, mas alguns especialistas, como o Roberto Gamboa, recomenda que o nosso título tenha no máximo 5 palavras. Mas ele diz que isso não é um número mágico. Se precisar de 6 palavras, podemos usar, ou 7... Está tudo bem, mas segundo um estudo realizado pelo [News Whip](https://www.newswhip.com/2016/07/perfect-length-of-a-facebook-post/) (<https://www.newswhip.com/2016/07/perfect-length-of-a-facebook-post/>), publicações mais sucintas geram mais engajamento.

Embora sejam grandes marcas, fica como referência para nos ajudar nesta etapa e conforme publicamos e analisarmos os resultados, poderemos constatar se isso faz sentido para a nossa realidade.

O interessante de buscarmos referências é para nos ajudar a iniciarmos o trabalho, estabelecer métricas é sempre complexo, então ter uma maneira de comparar pode nos ajudar.



Olha que interessante, depois de ler a pesquisa sobre os textos mais curtos geram mais engajamento, comecei a observar os anúncios que aparecem na minha timeline. Este anúncio do Inbound.org, por exemplo, repara que o título contém 6 palavras, mesmo não sendo 5, ainda assim ele é bem objetivo.

Este anúncio do Waze também está bem direto.

Use o Waze e mostre onde fica seu negócio aos motoristas que estiverem perto dela.

waze | LOCAL
Receba US\$ 30 em créditos de publicidade

Hot Dogs

Anuncie no Waze!
Expanda seu pequeno negócio

BIZ.WAZE.COM [Cadastrar-se](#)

232 47 comentários 17 compartilhamentos

Já este exemplo, o título está mais extenso, mas quero destacar que o vídeo tem tradução:

Socialbakers
Patrocinado

One post can change your world.
Try the new Suite and get ready to impact.

[Ver Tradução](#)

É nas trincheiras de nossas lutas e triunfos.

Ready to Impact: A Social Media Story
Try the new Socialbakers Suite.

SOCIALBAKERS.COM/SUITE [Saiba mais](#)

A AVIANCA usou uma chamada no imperativo.

Avianca
Patrocinado

Descubre Centroamérica desde USD 738. Las tarifas son de ida y regreso en Clase Económica, incluye impuestos o tasas.

DESCUBRE CENTROAMÉRICA

DESDE RÍO DE JANEIRO O SAO PAULO
Desde **USD 738**
BRL **2.031**

¡Compra ahora!
Compra hasta el 6 de mayo de 2017

AVIANCA.COM [Comprar agora](#)

40 3 comentários

[Curtir](#) [Comentar](#) [Compartilhar](#)

A IFLY Brasil também caprichou no título: Diversão garantida. Repara que não está no imperativo, mas ainda assim, o botão do Reserve Agora dá um estímulo para eu querer clicar (no meu caso).



Nos exemplos focamos no Título, justamente para ver se eles eram mais curtos ou extensos, mas isso não significa que seja a coisa mais importante do anúncio. Todos os elementos tem a sua importância.

Embora as coisas no Facebook mude muito rapidamente porque eles sempre estão em busca de melhorias, vamos dar uma olhada neste estudo realizado pela [Consumer Acquisiton](http://www.consumeracquisition.com/100k-facebook-ads-tested-heres-works/) (<http://www.consumeracquisition.com/100k-facebook-ads-tested-heres-works/>), agência de gerenciamento de mídias sociais que analisou 100 mil anúncios no Facebook e compartilhou suas descobertas.

No curso de Facebook Marketing e de Marketing de conteúdo vimos a importância da imagem e isso não é à toa. Segundo a *Consumer Acquisiton* as imagens são responsáveis por mais de **75% do desempenho** do anúncio, por isso é fundamental que você escolha as melhores imagens que puder. Além disso, o relatório recomenda o teste de **10 a 15 imagens**, utilizando o mesmo anúncio com as mesmas segmentação de audiência. Testar de 10 a 15 imagens? Dependendo do tamanho da empresa, este número pode ser muito, para outras pode ser ok, então lembre-se que esta informação é uma referência, não precisa ser levada ao pé da letra, o importante é lembrarmos de testar diferentes tipos de imagens mas com a mesma segmentação de público, idade, região e interesses, porque se mudarmos uma dessas variáveis não teremos como avaliar se foi a imagem que melhorou ou não os resultados do anúncio. Mas será que preciso investir muito nestes testes? Vamos supor que vou testar 3 modelos de imagens diferentes, mas quanto investir? No caso de testes, boa prática é impulsionar cada anúncio com um pequeno orçamento para que você tenha dados de desempenho para analisar. Uma dica interessante é reserve cerca de 10% do seu orçamento mensal apenas para testar imagens, assim podemos manter os testes e não vai tirar o budget para as campanhas que precisamos fazer.

Além de testar as imagens é importante testar os títulos que usarmos nas imagens também. Os títulos também podem aumentar o engajamento em 25%. É importante experimentar, mesmo que eu ache que a CTA que estou usando parece gerar bom resultado. Para fazer isso é simples, basta criar uma cópia de um anúncio existente (com imagem forte e texto) e alterar o título, mantendo os dois anúncios ativos até ter dados que mostrem qual é o mais eficaz.

O processo todo pode parecer extremamente trabalhoso, mas vale a certeza de saber que o anúncio está atingindo todo o seu potencial. Mais uma dica quando se trata de texto: o ideal é ficar em 40 caracteres, seja breve e vá direto ao ponto. Alguns exemplos interessantes que posso usar como referência para a Bytebank.



WeWork
Patrocinado

Procura um novo escritório? A WeWork é o lugar ideal para fazer o seu negócio crescer

Com um design único e inspirador, sua equipe trabalha feliz

Espaços de trabalho com um design único, comodidades e serviços para o seu negócio e acesso instantâneo a clientes potenciais.

[Saiba mais](#)

16 Curtir 1 comentário

[Curtir](#) [Comentar](#)

No caso da MLabs achei interessante o destaque do laranja e da imagem, o título está bem objetivo e a descrição bem atrativa.



mLabs
Patrocinado

A mLabs une Facebook, Instagram, Twitter e outras redes sociais simplificando sua rotina e tornando o trabalho mais eficiente. Teste grátis por 7 dias.

AGENDAMENTO EM TODAS AS REDES SOCIAIS

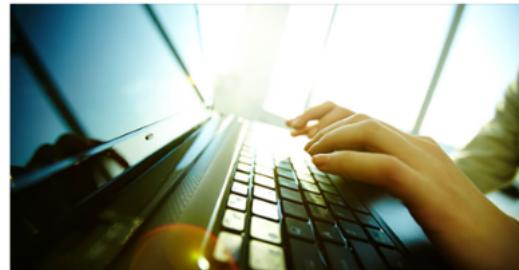
Controle todos os perfis em uma única plataforma

Teste grátis por 7 dias. Conheça a mLabs, a melhor plataforma de gestão de mídias sociais do Brasil.

[HTTP://MLABS.COM.BR/](#) [Saiba mais](#)

25 Curtir 4 comentários 2 compartilhamentos

Gostei deste anúncio da Voozer, mas se pudesse recomendar, tiraria o Voozer do título. Eles podem ter incluído de repente para tentar fortalecer a marca, fazer com que as pessoas se lembrem mais deles, mas eu tiraria, lembrando que a ideia não é criticar o trabalho dos outros, mas sim buscar referências e pensar no que posso fazer.



Voozer
Patrocinado

Quer investir em marketing digital e não sabe por onde começar? Leia este artigo e tire todas as suas dúvidas!

Separamos tudo em itens para você aprender facilmente

Marketing digital: como aplicar as melhores estratégias?

Voozer

Garanta o sucesso de seu ou de qualquer blog conhecendo e utilizando o marketing digital. Veja esse artigo para entender melhor como aplicá-lo.

VOOOZER.COM

7 Curtir

Este anúncio da Raw Shorts está bem interessante, imagem, o título bem curtinho, descrição também.



A seguir veremos um exemplo interessante que valoriza uma promoção.



No curso de marketing de conteúdo vimos os cuidados em adotar uma postura onde só fazemos o discurso de compra, mas em alguns casos faz sentido. Se a Evino quer alavancar as suas vendas, nada mais justo do que criar anúncios, não é verdade?