

PARTE 1: Para onde os anúncios estão sendo direcionados.

<https://www.macarioebarcelos.com.br/divorcio>

Melhorias/sugestões:

- Muitas rotas de fuga (tentar minimizar);
- Linguagem um pouco mais simples;
- Organização de blocos;
 1. Você faz a sua promessa/transformação;
 2. Características do serviço prestado;
 3. Depoimentos;
 4. FAQ (Perguntas frequentes)
 5. Botão de ação;
 6. Instalar a tag de conversão no botão **(urgente)**;

Ação principal:

Caminho 1: Whats'App

Prós:

- Lead mais preparado;

- É um lead com probabilidade de fechamento maior;

Contras:

- Você vai pagar mais caro por lead;
- A maioria das pessoas não está pronta para uma conversa de primeira.

Caminho 2: Lead (e-mail, nome, mensagem)

Nome:

E-mail:

Mensagem: Estou com dúvidas a respeito do meu divórcio, pode me ajudar?

Prós:

- Mais volume de leads;

Contra:

- As vezes, menos qualificado;

* Fazer uma análise dos concorrentes;

* Três principais referências;

PARTE 2:

Marca/posicionamento/conteúdo/rede social;

- Fazer com que as pessoas se conectem mais com os advogados;
- Aparecer mais;
- 5/10;

PARTE 2:

Marca/posicionamento/conteúdo/rede social;

PARTE 3: Analisar a sua campanha de pesquisa;

1. Arrumar a tag de conversão no botão, urgente.

2. Idiomas: colocar português e inglês.
3. Quantos leads eu preciso para gerar uma venda???

Campanha de pesquisa para divórcio:

CAMPANHA

NOME DA CAMPANHA: DIVÓRCIO

01 - GRUPO DE ANÚNCIO - DIVÓRCIO;

Palavras-chave:

O que precisa para se divorciar;

Documentos para divórcio;

Advogado de divórcio;

Advogado de divórcio rj;

20 palavras

Amplas

Exatas []

Frase +

[advogado de divórcio rj]

+divórcio +documentos +o que precisa

Anúncios:

No máximo uns anúncios

Nos títulos trabalhe com as palavras-chave escolhidas por você.

Advogado em Divórcio | Conte com especialistas.....

Extensões:

Frase;

Depoimento;

Chamada;

Snippet estruturado;

Sitelinks;

LANCES:

1. A pessoa está começando do zero ou muito no início;

Orçamento baixo = 15,00 (divórcio)

Maximizar cliques (Fabiano)
1,40 (máximo)

CPC Manual (Lucas)

- Permite que você dê lances específicos nas palavras mais importantes pra você.

Advogado em divórcio 3,50

Documentos para divórcio 1,40

10 conversões (clientes)

Orçamento ele sempre tem que ser compatível com a sua estratégia de lance.

10,00 de orçamento;
20,00 = clique

2. A pessoa já anuncia e tem algum resultado

Maximizar cliques;
Maximizar conversões;

CPA desejado;

Quanto leads eu preciso gerar para fazer uma venda?

Eu quero investir o máximo possível com retorno.

R\$ 100,00

CPA = 10,00

O CPA desejado é recomendado quando você ultrapassa a marca de 50 conversões.

Principal dificuldade:

Se tornar referência online para atender mais clientes.