

COMO COMEÇAR DO ZERO NO TIKTOK ADS E ACELERAR OS SEUS RESULTADOS

QUANDO INVESTIR NO TIKTOK?

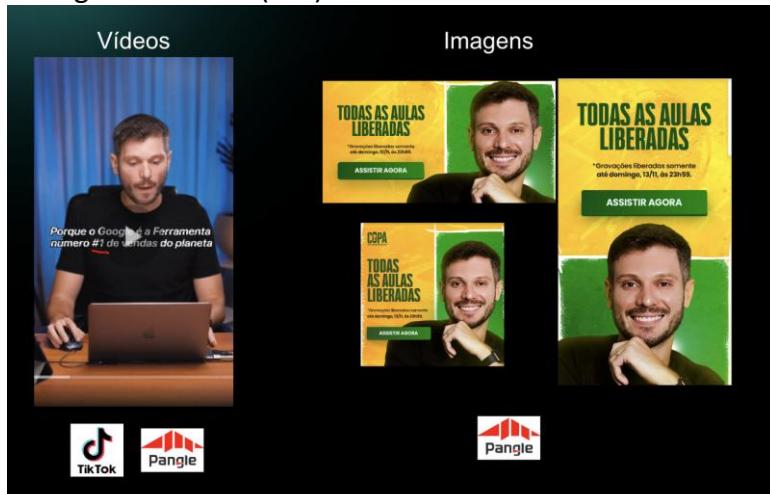
- Mín: 20/dias (1 grupo de anuncio) ou R\$50/dia (1 campanha)
- Recomendo ficar primeiro no META ou no GOOGLE
- Começar por aquele que você se adapta mais
- Atenção qualidade de público (1 – rede pesquisa 2- youtube 3-Meta 4-Tiktok)
- Inicialmente é muito bom para Branding, Lembrete, Reconhecimento de Marca
- Atenção: as regras do TikTok são mais rígidas do que as demais
- Gerar o Desejo da pessoa

PROMESSA QUE NÃO PODE DE JEITO NENHUM

- Promete dinheiro
- Afirma algo sem provas (perigoso)
Ex: Maior Ferramenta de Tráfego da Internet é o Google.
- Promessas devem ser abertas, maleáveis

TIPOS DE ANÚNCIO

- Imagens e Vídeos (60s)



POSICIONAMENTOS POSSÍVEIS NO TIKTOK

- Pangle (display do tiktok): parceiros de app e sites – imagem e vídeo
- TikTok (somente vídeo) *mais recomendado

1x1

9x16

16x9

TIPOS DE PÚBLICOS NO TIKTOK

- Interesse (tópico)
- Semelhante
- Interação com algum tópico
- Interação com algum criador de conteúdo (tópico)
- Hashtags
- Site, Interação com algum vídeo teu (P1)

TIPOS DE CRIATIVOS

- memes (cuidado) engajamento é diferente de conversão
- criativos de conteúdos
- criativos de venda

CUIDADO PARA NÃO SE ILUDIR

CPM (custo por 1000 impressões)

- Google: 30 reais
- Meta: 20 reais
- Tiktok: 5 reais

CPA Ideal no Conversão Extrema (custo por lead)

- Google: 15 reais – 1MM
- Facebook: 8 reais – 1MM
- Tiktok: 4,5 reais – 100k

COMO ACELERAR UMA CAMPANHA DE CONVERSÃO (TIKTOK, META)

FUNIL DE CONVERSÃO

GERAL



ECOMMERCE



MÉTRICA MAIS IMPORTANTE NA OTIMIZAÇÃO DE UMA CAMPANHA DE CONVERSÃO?

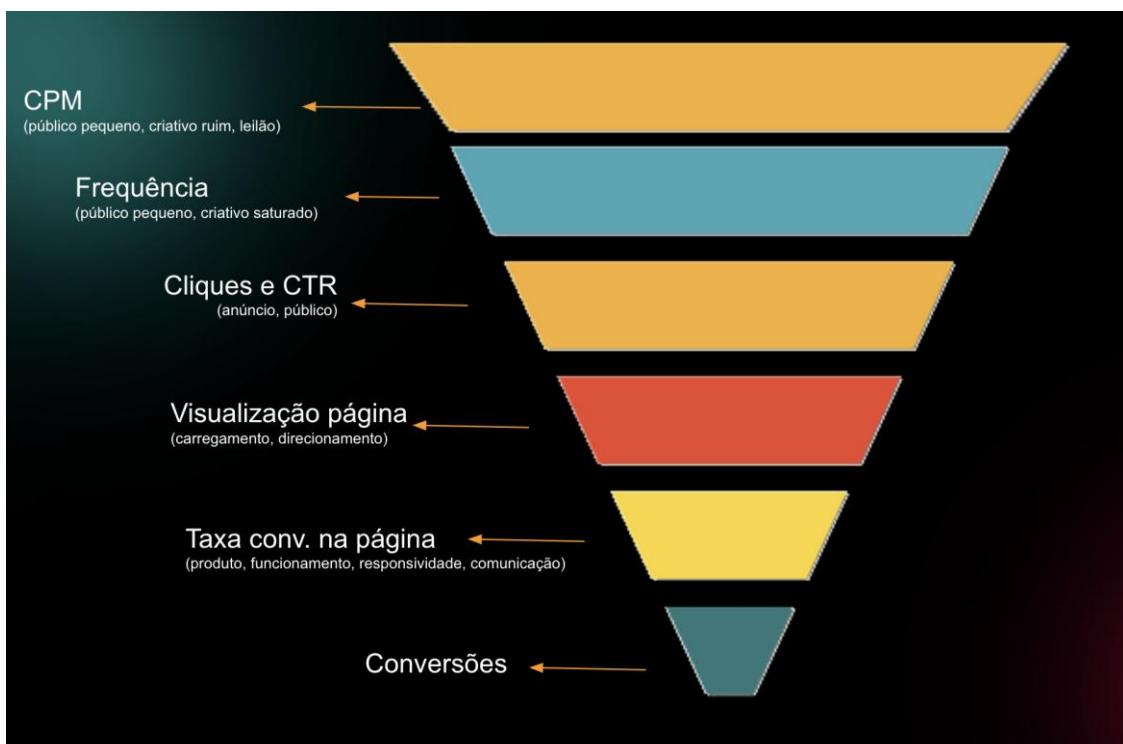
Lead

- ROI (retorno sobre investimento)

Venda

- CPA de Venda

Obs: As demais métricas servem para entender o porquê do ROI ou CPA estarem desse jeito.



COMO ESTRUTURAR CAMPANHAS PARA ACELERAR O ALGORITMO?

- Funil de conversão
- Para acelerar eu preciso ter mais eventos acontecendo
- Diminuir as variáveis (circulo concêntrico): sempre o público comprador primeiro
- Cuidado: não usar um evento muito frio

ESTRUTURA DE CAMPANHA EM 3 PASSOS:

P1= já teve algum contato com vc

P2= não teve contato com vc

PASSO 1: Campanha de conversão para P2

- Interesse: fundo de funil
- Conversão: meio e topo de funil (page view por exemplo)
- Posicionamento: Tik Tok apenas
- Sempre ativa

Obs: Objetivo não é vender. É ganhar inteligência mais rápido.

PASSO 2: Campanha de conversão para P1

- público só P1
- Conversão: Fundo de funil (página de obrigado, venda)
- Posicionamento: TikTok e Pangle

Obs: O público precisa ter no mínimo 1000 pessoas.

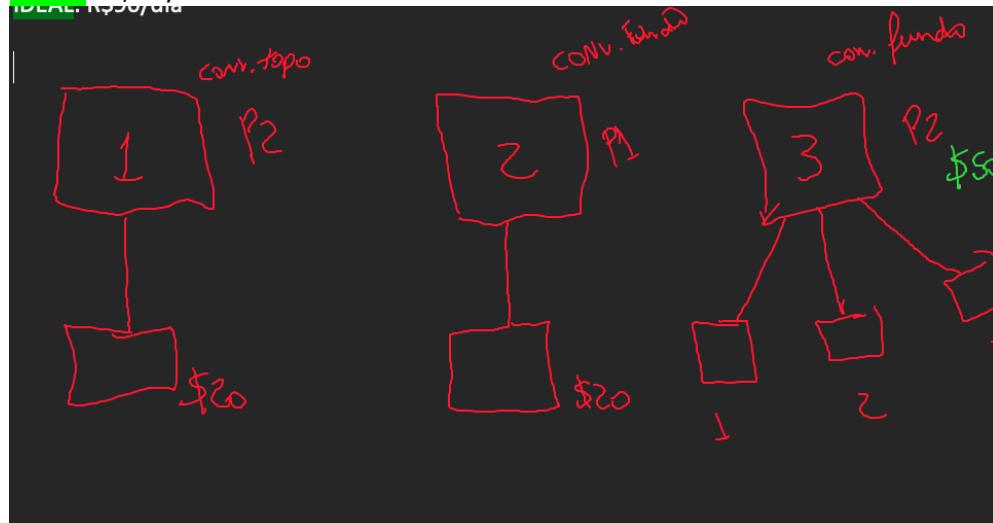
PASSO 3: Campanha de conversão para o P2

- Interesse: fundo de funil
- Conversão: fundo de funil
- Posicionamento: Tik Tok (recomendo inicialmente rodar o Pangle em campanha separada se tiver com mais orçamento sobrando)

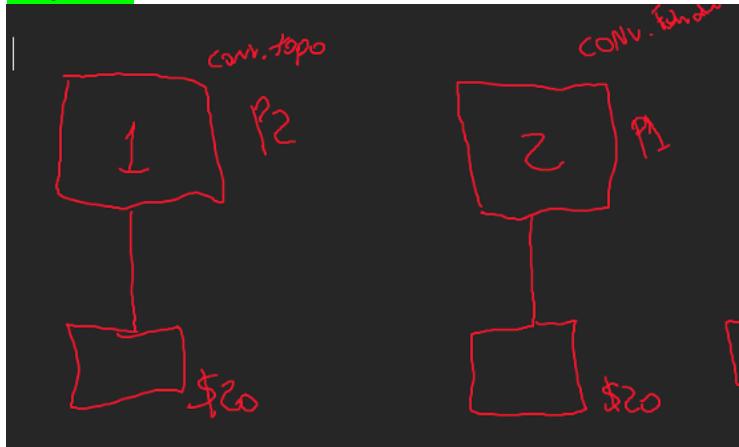
VALORES MÍNIMOS RECOMENDADOS

IDEAL: R\$90/dia

IDEAL: R\$90/dia



OPÇÃO 2: R\$40/dia



OPÇÃO 3: R\$20/dia

