



Quando desistir de um produto fundo de funil?

1. CPC está caro?

1.1. Sempre deixe a campanha com um CPC Máximo para não ser surpreendido com cliques absurdamente caros.

1.1.1. Colocou CPC Máximo e travou?

1.1.1.1. Aumente aos poucos para destravar

1.1.2. Já subiu o CPC Máximo e não está disposto a pagar mais?

1.1.2.1. Então repense o produto, porque se o seu CPC já está muito alto e você acha que não compensa pagar mais caro, dificilmente você terá lucro.

1.1.2.2. Exemplo: subi o CPC Máximo para 10 reais para ver se rodava. A campanha rodou com esse valor e está tendo cliques, mas eu não estou disposta a pagar tudo isso, só aumentei para ver se destravava. Se vc não conseguir ter lucro com esse valor de CPC e com a quantidade de cliques necessários para gerar uma vendas, então é melhor repensar o produto.

1.2. O que é um CPC caro?

1.2.1. É o CPC que não dá lucro na sua campanha.

1.2.2. Veja quantos cliques são necessários para fazer vendas e se você consegue ter lucro pagando aquele valor de CPC

1.2.2.1. Exemplo

1.2.2.1.1. CPC de 5 reais é caro? Depende.

1.2.2.1.2. Preciso de 35 cliques para fazer 1 venda com comissão de R\$ 330,00. Se o meu CPC médio estiver em R\$ 5, eu irei gastar 175 reais para fazer uma venda. Logo, o meu lucro será de R\$ 155,00

1.2.2.1.3. É recomendado que a comissão seja alta para que assim você consiga ter lucro.

1.2.3. Observações

1.2.3.1. OBS 1: Não se baseie só pelo Planejador, pois nem sempre o CPC ali corresponde à realidade da sua campanha. Só testando mesmo na prática para descobrir.

1.2.3.2. OBS 2: a tendência é sempre o CPC no Google ficar mais caro mesmo, pois sempre chegam novos anunciantes (principalmente no fundo do funil)

1.2.3.2.1. Recomendo que depois você anuncie também em outras etapas do funil para fugir um pouco da manada.

2. Quantos cliques vc precisa ter para gerar vendas?

2.1. Não existe receita de bolo, cada produto vai ter uma média de cliques diferente para gerar vendas.

2.2. Contudo, se passar de 100 cliques no fundo de funil e você está com a sua campanha redondinha, então talvez seja a hora de repensar o produto que você escolheu.

2.2.1. OBS: precisam ser cliques realmente qualificados. Se você não otimizou a sua campanha e teve 100 cliques, essa quantidade de cliques não vai significar nada.

2.2.1.1. Exemplo

2.2.1.1.1. Teve 100 cliques na campanha, mas não negativou os termos ruins, errou no mapeamento de palavras, etc.

2.2.2. No fundo de funil é super comum vender com pouquíssimos cliques. Por isso, se passar de 100 cliques **QUALIFICADOS**, pode ser que o produto não venda mesmo.

2.3. E se passar de mais de 100 cliques para gerar uma venda, eu pauso ou mantendo?

2.3.1. Depende. Se você consegue ter lucro com mais de 100 cliques para gerar vendas, sem problemas. O importante é sempre o lucro, não a quantidade de cliques.

2.3.1.1. Exemplo

2.3.1.1.1. Preciso de 130 cliques para fazer uma venda de R\$ 200 reais e o meu CPC está em R\$ 0,50. Logo, eu gasto 65 reais e lucro R\$ 135

2.3.2. Se o CPC for barato, você consegue ter lucro com vários cliques. Já se o seu CPC for caro, você irá precisar vender com menos cliques.

3. Tive vendas com o produto, mas estou empatado ou no prejuízo

3.1. Qual a sua média de cliques para gerar vendas? Qual o seu CPC médio?

3.2. Se vc conseguir diminuir a quantidade de cliques necessárias para vender ou diminuir o seu CPC médio, talvez compense continuar.

3.2.1. Como diminuir a quantidade de cliques para vender?

3.2.1.1. Faça ajustes nos demográficos, dispositivos, programação, locais, etc.

3.2.1.1.1. Cuidado para não segmentar muito e travar a campanha. Esses ajustes dependem muito do volume de buscas da palavra-chave. Se tiver muito volume de buscas, então você consegue segmentar mais.

3.2.2. Como diminuir o seu CPC Médio?

3.2.2.1. Esse é mais difícil de conseguir, porque depende muito da concorrência com outros anunciantes no leilão para aquela palavra-chave.

3.2.2.2. Dicas para diminuir o custo do CPC:

3.2.2.2.1. Experimente novas palavras-chave

3.2.2.2.1.1. Busque variações do nome do produto ou do produtor

3.2.2.2.1.2. Cuidado para não subir no funil de palavras-chave e anunciar para outro nível de consciência.

3.2.2.2.2. Use técnicas de Copywriting

3.2.2.2.2.1. Isso melhora a qualidade do seu anúncio e o seu CTR, o que diminui o seu custo.

4. Quando testar novos produtos?

4.1. Você pode testar ao mesmo tempo quantos produtos você quiser, mas recomendo ir com calma, para você conseguir gerenciar todas as suas campanhas.

4.2. Provavelmente, não será no primeiro produto que você irá acertar a mão. Você precisará testar outros também.

4.2.1. Aprenda com os seus erros para não errar nas próximas vezes

5. Conclusão: quando desistir?

5.1. CPC caro, que não dá lucro ou só empata

5.2. Mais de 100 cliques QUALIFICADOS e nenhuma venda

5.2.1. PS: se o CPC médio estiver barato, vc pode segurar um pouco mais de 100 cliques.

5.3. Um pouco de "feeling"

5.3.1. Aos poucos, conforme você for ganhando experiência, você já vai ter uma noção de quando desistir ou não de um produto

5.3.2. Continue procurando novos produtos...