



COMUNIDADE SOBRAL DE TRÁFEGO

Módulo 5

Como testar e descobrir novos públicos



@pedrosobral



pedrosobral.com.br

SUMÁRIO

Introdução - 00'02"	2
Como testar e descobrir novos públicos? - 00'39"	2

Introdução - 00'02"

Como ter ideias de novas segmentações e testar segmentações dentro do Google Ads? Se você leu todos os pdfs anteriores, você sabe que na própria otimização você já está testando novas segmentações, já que todo dinheiro investido é um teste.

Neste pdf eu vou te mostrar como eu faço para ter novas ideias na hora de testar novos públicos. Não se esqueça que a prática vai te ajudar a fixar esse conteúdo, então, não seja apenas um estudante. Depois de ler este material, pratique.

Como testar e descobrir novos públicos? - 00'39"

Existem duas maneiras de testar as suas segmentações:

1. Fazendo otimizações diárias

Se você pausa e substitui uma campanha e se você faz outras otimizações, novas segmentações estão sendo testadas. Não tenha medo de fazer testes, mas entenda o que você está fazendo.

2. Fazendo Bets (blocos de testes)

O *bet* nada mais é do que um conjunto de anúncio em que você exclui quem já concluiu a conversão, seja comprar no site, se cadastrar no evento e afins. Dentro desse conjunto de anúncios eu crio segmentações diferentes.

Depois que esses anúncios testes estiverem rodando por um tempo, pegue aquele que está funcionando bem e coloque na sua estrutura principal de campanhas.

Então, os *bets* são campanhas paralelas que você deve testar. Eu recomendo que você teste sempre de 4 em 4 conjuntos de anúncios.

“Tem um motivo específico para o teste ser de 4 em 4, Pedro?”

Não tem. Eu fiz assim um dia, deu certo e eu continuei fazendo dessa forma. Na verdade, fazendo 4 conjuntos de anúncios você faz o Google entender que ele precisa gastar o dinheiro de maneira uniforme.

“Pedro, você coloca o mesmo lance em todos os anúncios?”

Não. Se eu vejo que tem uma campanha que não está gastando muito, eu aumento para que o Google entenda onde ele precisa gastar mais. A lógica é a mesma que temos para as outras campanhas.

O meu teste, por exemplo, foi:

- Testar palavras amplas em correspondência de frase
- Testar palavras-chave poderosas, aquelas que estavam dando muito resultado na rede de pesquisa
- Todos os meus públicos quentes

Tenha em mente que as ideias só vão surgir se você estiver dentro do gerenciador de anúncios, conhecendo bem as suas campanhas. Eu sempre deixo dois bets pausados para serem testados na hora certa.

Olhe para o grupo de anúncios e se pergunte: como eu poderia pegar esse público, ou esses públicos, e anunciar para eles de uma maneira diferente?

As respostas para essa pergunta são as suas ideias. Anote cada uma delas em uma planilha para depois colocar dentro do gerenciador de anúncios.

Quando se trata de testes, tenha um estoque pronto. Não deixe para criar novos testes apenas quando você pausar os anúncios. Isso é amadorismo. Para ser profissional faça estoques de testes e deixe tudo pausado dentro do gerenciador de anúncios. Dessa forma, você não corre risco de ficar sem anúncios rodando.

Você também pode criar o público de quem já converteu por meio das suas campanhas dentro do gerenciador de anúncios. Para acessar as informações do seu público, vá até a barra de ferramentas superior, clique em **“ferramentas”** e, em seguida, clique em **“gerenciador de públicos-alvo”**:

Em seguida, coloque o filtro das pessoas que converteram clicando no **botão seletor no canto superior esquerdo**:

Agora, entre dentro do seu público para ler as informações sobre ele. Vá até o menu lateral esquerdo e clique em **“seus insights de dados”**:

Google Ads | Gerenciador de públicos-alvo

Segmento sobre o qual você quer receber insights
Todos os conversores

Comparativo de mercado a ser usado
Brasil

Download do relatório

Distribuição do segmento
As pessoas em "Todos os conversores" estão distribuídas conforme mostrado a seguir, em relação ao comparativo de mercado

Informações demográficas Locais Dispositivos

Incluir desconhecidas

Sexo: Masculino, Feminino

Idade: 18 a 24, 25 a 34, 35 a 44, 45 a 54, 55 a 64, +65

Status parental: Com filhos, Sem filhos

Segmentos relevantes
As pessoas no segmento dos seus dados são frequentemente associadas aos seguintes grupos

Segmentos no mercado Segmentos de afinidade

Selecionar segmentos para adicionar a um grupo de anúncios

Segmento de público-alvo no mercado	Índice	Tamanho
Serviços comerciais > Tecnologia de negócios > Serviços da Web	2,5x	75 mi - 80
Serviços comerciais	1,8x	150 mi - 200
Serviços de publicidade e marketing	1,8x	100 mi - 150
Viagens	1,8x	150 mi - 200
Viagens > Viagens por destino	1,7x	150 mi - 200
Viagens para a Europa	1,6x	200 mi - 250

Em seguida, selecione o público que você deseja analisar clicando no ícone pincel que acompanha a barra “**todos os conversores**”:

Google Ads | Gerenciador de públicos-alvo

Segmento sobre o qual você quer receber insights
Todos os conversores

Comparativo de mercado a ser usado
Brasil

Download do relatório

Distribuição do segmento
As pessoas em "Todos os conversores" estão distribuídas conforme mostrado a seguir, em relação ao comparativo de mercado

Informações demográficas

Incluir desconhecidas

Sexo: Masculino, Feminino

Idade: 18 a 24, 25 a 34, 35 a 44, 45 a 54, 55 a 64, +65

Status parental: Com filhos, Sem filhos

Segmentos relevantes
As pessoas no segmento dos seus dados são frequentemente associadas aos seguintes grupos

Segmentos no mercado

Selecionar segmentos para adicionar a um grupo de anúncios

Segmento de público-alvo no mercado	Índice	Tamanho
Serviços comerciais > Tecnologia de negócios > Serviços da Web	2,5x	75 mi - 80
Serviços comerciais	1,8x	150 mi - 200
Serviços de publicidade e marketing	1,8x	100 mi - 150
Viagens	1,8x	150 mi - 200
Viagens > Viagens por destino	1,7x	150 mi - 200
Viagens para a Europa	1,6x	200 mi - 250

Uma das informações sobre o seu público é o segmento de mercado que mais corresponde ao seu público, ou seja, o Google vai te dar dados sobre onde seu público está. Após a leitura dos dados, pegue o segmento de

mercado indicado pelo Google e coloque como segmento das suas campanhas testes.

As ideias para novos testes podem surgir dessa maneira também. Então, leia as informações dentro do gerenciador de anúncios e faça testes a partir delas.

Fechou? Eu acabei de te mostrar como eu faço e eu espero que você coloque em prática o mais rápido possível, ok?

Tamo junto!