

Como otimizar seus resultados

YouTube Ads

Hytallo Soares - Formação YouTube Ads Milionário

Otimização de Campanhas

O que mais importa

- A parte mais importante das suas campanhas, é o seu criativo, já falamos isso. Por isso, você deve testar muitos criativos diferentes;
- Outra coisa muito importante, são as configurações, tanto da sua campanha, como das tags, como do seu funil;
- E por último, os públicos e amostragens do público que estamos trabalhando, por isso, faça muitos testes de segmentação.

Otimização Fase 1

Otimização Fase 1

Encontrar o CPA Lance Ideal

- Inicie campanhas de CPA com um lance um tanto alto (por exemplo: Se você almeja vendas a R\$ 100, faça um lance de R\$ 200);
- Vá reduzindo o lance em 10% a cada 24h assim que a campanha começar a ser exibida e estiver tendo conversões (se o valor de venda estiver acima do desejado);
- Nunca queira reduzir muito rápido (ex: mantê-lo ligeiramente superior ao custo real por conversão é ok, mas reduzir demais, fará que sua campanha pare);
- Um bom sinal é se você gasta o orçamento diário de forma consistente, e o custo por conversão está próximo do que você colocou como lance de CPA;
- Se a sua campanha estiver gastando pouco, ou o google indicar que está limitado pela meta, aumente o lance.

Otimização Fase 2

(Investiu +2k)

Otimização Fase 2

Exclua da sua campanha o que gastou 2 valor de venda sem vender

- Canais
- Idade
- Gênero
- Dispositivos
- Renda Familiar
- Status Parental
- PS: Se for campanhas com segmentações, avalie individualmente e exclua o que tiver gasto pelo menos 2 valor de venda sem converter.

Só exclua aquilo que for estatisticamente relevante.

Otimização Fase 3

(Investiu + 5k)

Otimização Fase 3

Exclua da sua campanha o que gastou 2 valor de venda sem vender

- Dias da semana
- Horários do dia
- Locais (países ou estados)

Bônus:
Otimização nos criativos

Otimização nos criativos

Hook / Gancho

- Teste scripts diferentes, como:
 - Se você sofre...
 - Vou te mostrar como...
 - Cansado de...
- Teste cinematografias diferentes:
 - Com experts (reais ou IA)
 - Com misturas caseiras
 - Com videos vetorizado

Otimização nos criativos

Altere o Ângulo

- Prova social de pessoa comum (eu consegui, eu descobri, eu fiz, receita diferente, estranha, pouco conhecido)
- Nova descoberta (pesquisadores descobriram, cientista revela, médico alerta)
- Contraditório (Se quer X (resultado) coisa, não faça Y (o que é comum fazer))
- Vou te mostrar como fazer (Como perder 7kg em 2 semanas comendo pizza)

Otimização nos criativos

Estilo de edição

- Se o seu anúncio é fundo branco e letra preta, teste fazer cinematográfico;
- Se for cinematográfico, varie a posição da legenda, a música de fundo, os vídeos da cinematografia;
- Se for com Expert, teste colocar cinematografias que dê ênfase no que está falando;
- Coloque CTA e flechas indicando o botão, coloque contador no final do vídeo.

Otimização nos criativos

Cinematografia

- Teste cinematografias com coisas estranhas, com aspecto de receita caseira;
- Teste cinematografias mais bem trabalhadas, com vídeos que dão emoção ao que você está dizendo;
- Coloque experts reais ou por IA com ferramentas como o Synthesia;
- Faça diferentes tonalidades e velocidade do vídeo.