



COMUNIDADE SOBRAL DE TRÁFEGO

Módulo 1

Leilão - o algoritmo do tráfego pago



@pedrosobral



pedrosobral.com.br

SUMÁRIO

Introdução - 00'02"	2
O que define quais anúncios vão aparecer e quais não? - 02'25"	2

Introdução - 00'02"

Eu poderia te ensinar a criar campanhas desde o primeiro PDF deste módulo, mas eu faço questão de que você entenda como funciona cada conceito por trás das estratégias do tráfego pago.

Quando você dominar os princípios do tráfego pago, vai ficar muito mais fácil dominar as configurações de campanhas. Além disso, ser um gestor de tráfego que só aperta botões não é difícil; difícil, mesmo é entender os negócios do mercado digital de forma integral. E ao se debruçar sobre os fundamentos do tráfego, é esse tipo de olhar 360° que você começa a treinar.

Para ter resultados satisfatórios, você precisa ler estes materiais introdutórios como este, não tem como. Então, continue esta leitura.

O que define quais anúncios vão aparecer e quais não? - 02'25"

Todo mundo já fez essa pergunta e como já vimos, o leilão é responsável por fazer alguns anúncios aparecerem mais que outros. Na hora que você está ali no YouTube vendendo os seus vídeos, o YouTube vai decidir quais anúncios vão aparecer para você e quais não, baseados no leilão que acontece o tempo todo entre os anunciantes.

Todas as vezes que eu falo em leilões, obviamente penso no leilão do boi. Nesse leilão temos alguns personagens: o leiloeiro, os bois e os compradores. Como você já sabe, leva o boi quem paga mais no leilão.

No tráfego pago o leiloeiro são as fontes de tráfego (Meta Ads, Google Ads, Tiktok Ads e outras); os bois são as pessoas na internet (você está comprando a atenção das pessoas e essa é a moeda mais valiosa no mercado digital); os compradores são os anunciantes.

O leilão acontece toda vez que dois ou mais anunciantes querem mostrar anúncios para uma mesma pessoa ao mesmo tempo. Para ganhar o leilão não basta apenas investir verba nos anúncios.

E agora eu te apresento os 3 fatores que podem fazer você ganhar ou perder um leilão:

- **Fator 1 - o lance:** o lance pode ser o quanto você está disposto a investir por um resultado (conversões, mensagens, vendas e outros resultados) ou o quanto você está disposto a gastar por dia. Quanto mais você pagar, mais você vai aparecer.
- **Fator 2 - taxa de ação estimada:** essa taxa é a chance que a pessoa que vai ver o anúncio tem de realizar o objetivo estabelecido pelo anunciente.
- **Fator 3 - qualidade do anúncio:** quanto mais atrativo for o seu anúncio, maiores são as chances de ganhar leilões. O que seus leads fazem depois de caírem no seu anúncio? Eles saem do seu anúncio? Eles vão até o seu site e ficam ali por um tempo ou não? Todas essas questões são importantes quando falamos da qualidade de um anúncio.

Uma explicação um pouco melhor sobre a taxa de ação estimada:

Imagine que você faça uma campanha com um objetivo de fazer com que mais leads enviem mensagens pelo WhatsApp. Quem tem mais chance de mandar mensagens para você? São para essas pessoas que a fonte de tráfego vai mostrar o seu anúncio.

As fontes de tráfego vão mostrar o seu anúncio para pessoas que já interagiram com você de alguma forma e que já têm costume de interagir com mensagens no WhatsApp, por exemplo.

Se o seu anúncio for mostrado para alguém que nunca ouviu falar de você, quais são as chances dessa pessoa interagir com o seu anúncio? Nenhuma, não é? Isso quer dizer que mesmo se você tiver uma verba menor, se o seu anúncio for direcionado para o público correto, você tem mais chances de ganhar leilões.

Toda essa explicação é para fazer entender o que é a taxa de ação estimada: ela relaciona duas coisas, o objetivo de campanha correto e público correto. Se você escolher esses dois fatores corretamente, você aumenta suas chances de ganhar leilões.

Se você quer ter mais resultados como gestor de tráfego, você precisa se atentar para esses 3 fatores que vão te fazer ganhar o leilão. Não se esqueça que o leilão é determinante para ter bons resultados em suas estratégias.

Fechou?

A partir deste material você precisa entender como apertar os parafusos do lance, como escolher melhor os objetivos da sua campanha, como fazer boas segmentações e como melhorar seus anúncios. Dessa forma, seus resultados serão ainda melhores. Continue sua jornada de estudos!

Tamo junto!