



COMUNIDADE SOBRAL DE TRÁFEGO

Módulo 5

Configurando sua campanha



@pedrosobral



pedrosobral.com.br

SUMÁRIO

Introdução - 00'02"	2
Como configurar a sua campanha de vídeo? - 00'04"	2

Introdução - 00'02"

Neste pdf eu vou te ensinar como criar e configurar a sua campanha. Vamos direto ao assunto para não pertermos tempo.

Como configurar a sua campanha de vídeo? - 00'04"

Acompanhe:

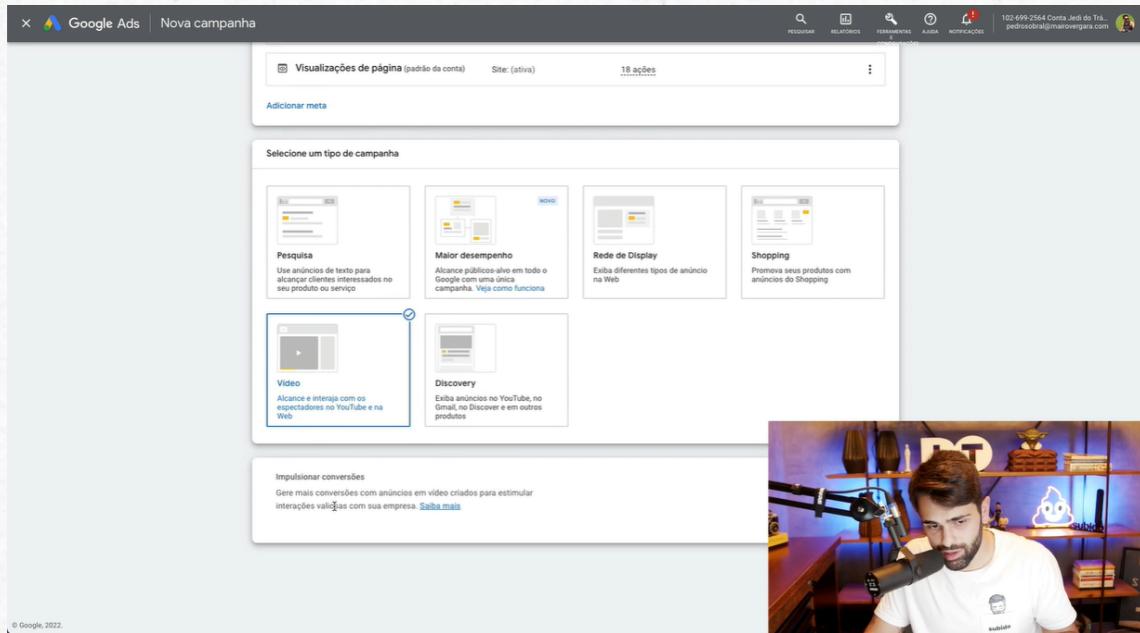
PASSO A PASSO

- 01** Depois de definir a hierarquia, nós vamos criar a nossa campanha. Para isso, entre dentro do gerenciador de anúncios e vá até o menu lateral esquerdo e clique em "**campanhas**". Em seguida, clique no **ícone “+”** e selecione "**nova campanha**".

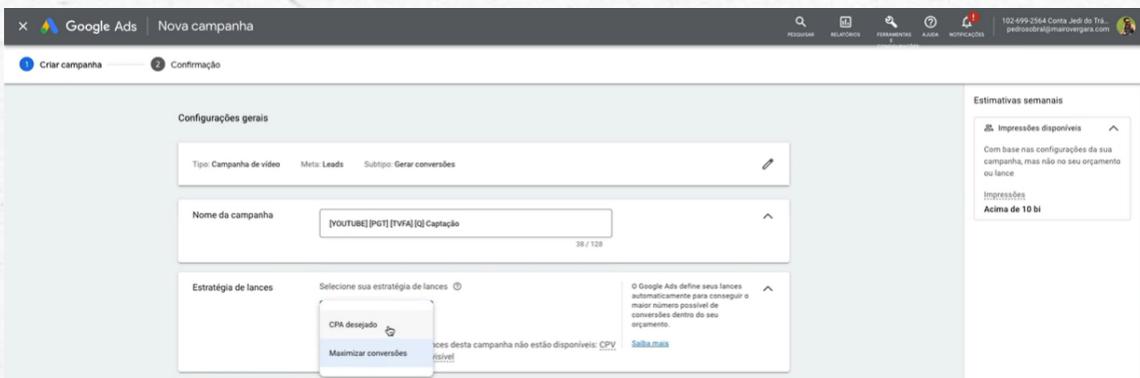
02 Agora, selecione o objetivo da campanha, clicando em “**leads**”, porque neste exemplo nós estamos fazendo uma campanha para gerar mais cadastros no site, mas para mas você pode escolher “vendas”, caso seja o seu objetivo:

03 Não altere o quadro “usar estas metas de conversão para melhorar leads” e clique em “**continuar**”. Em seguida, escolha o tipo de campanha

no quadro “selecione um tipo de campanha” e clique em “vídeo”. Ao final, clique em “continuar”:



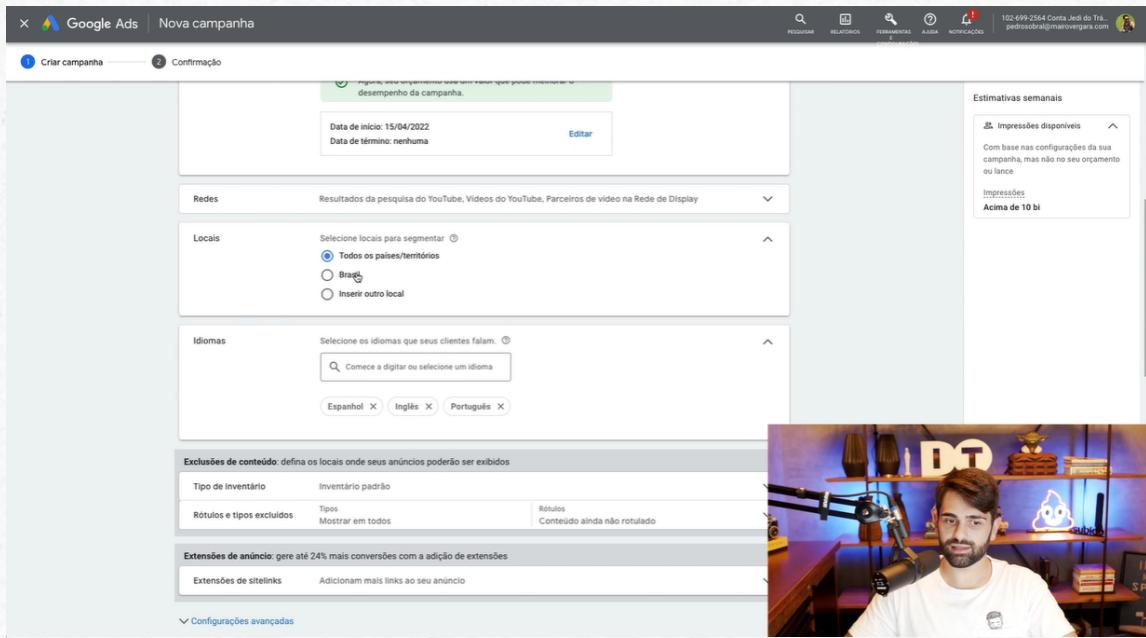
04 Coloque o nome da campanha no campo “**nome da campanha**”. No campo “**estratégia de lances**”, selecione a opção “**CPA desejado**”:



05 Em seguida, coloque o valor inicial no campo “**CPA desejado**”. Se você não sabe com quanto dinheiro começar, comece com R\$5,00 (cinco reais):

06 Em “**orçamento e datas**”, selecione “**diário**” e no campo ao lado, coloque o valor que você deseja gastar por dia. Independentemente do valor, o que importa é a sua hierarquia de públicos. Não coloque uma data de término, caso você queira pausar a sua campanha manualmente:

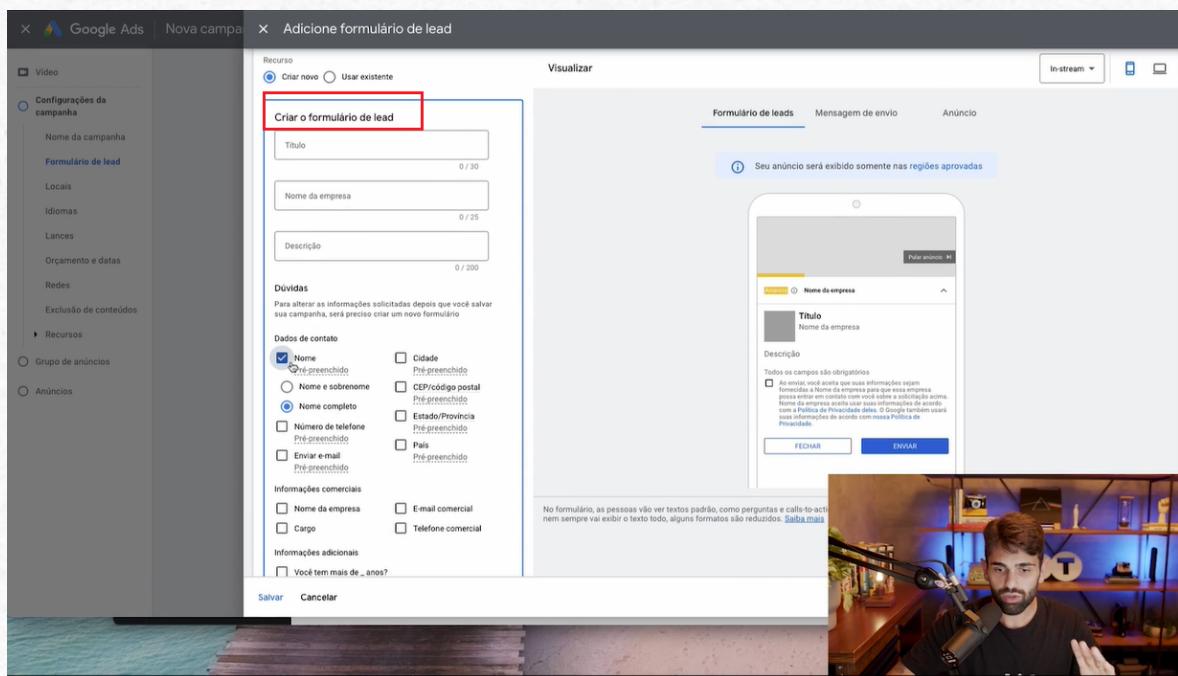
07 Em “**redes**” não há o que selecionar. Em seguida, selecione onde você quer que a sua campanha apareça em “**locais**”:



Dica importante:

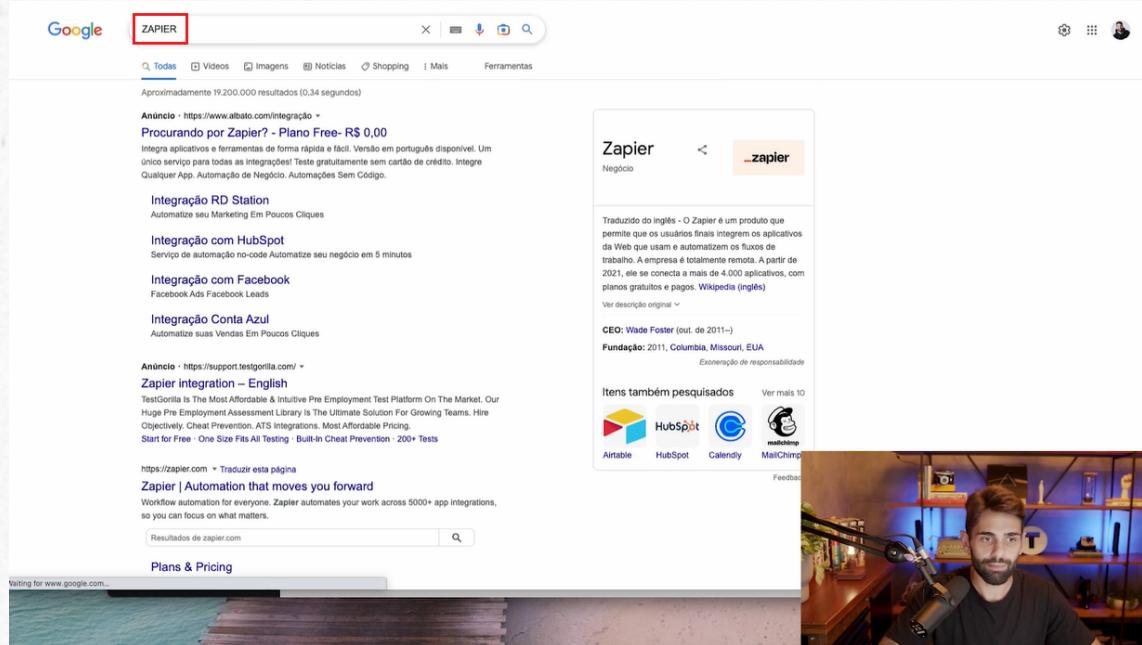
Colocar “todos os países/territórios” na hora de selecionar os locais pode ser um risco porque depois vamos replicar essa campanha para o público frio. É claro que na campanha de público frio você pode fazer essa alteração depois, mas a chance de você se esquecer é muito grande, então, é melhor alterar agora.

08 Uma nova opção agora é fazer o **“formulário de lead”**. Quando você clica nele, você consegue criar um formulário para obter mais informações sobre a sua base, como nome, número de telefone e e-mail, por exemplo:

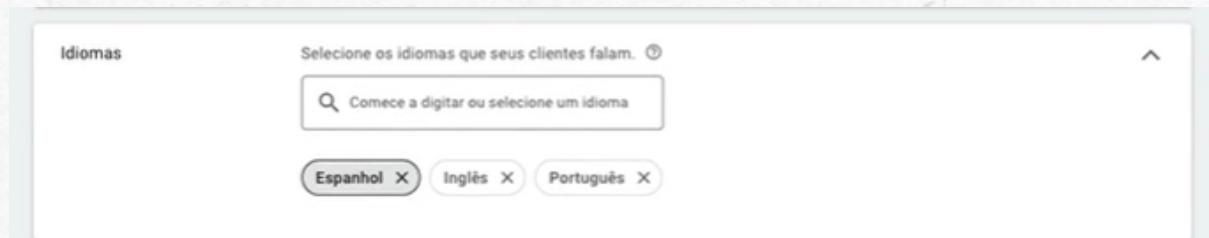


09 O problema ao usar essa ferramenta, é que as informações coletadas vão continuar dentro do Google. Mas é possível exportar esses dados com outras ferramentas como o *Integromat*:

10 Outra ferramenta para a mesma função é o *Zapier*:



11 Em “**idiomas**”, deixe selecionado as opções “**espanhol**”, “**inglês**”, “**português**”:



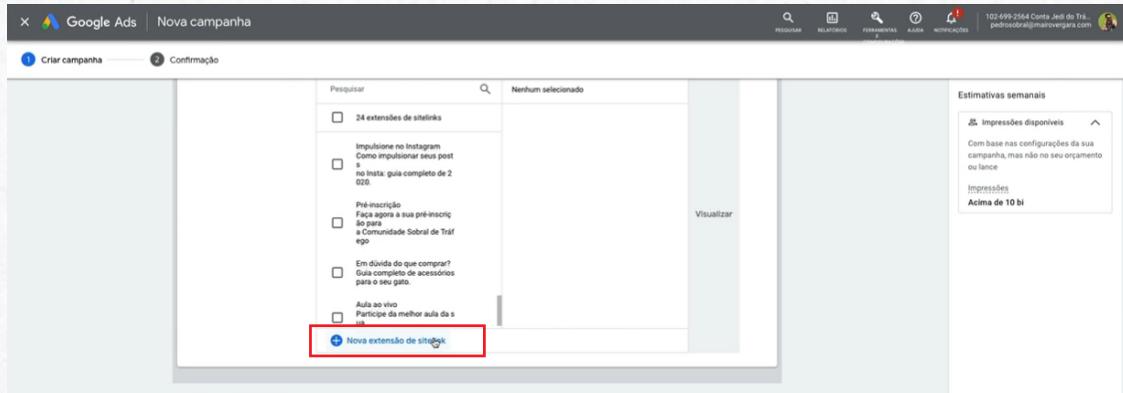
12 Para editar as “**exclusões de conteúdo**”, você deve acessar a barra de ferramentas superior e clicar em “**ferramentas e configurações**”. Em seguida, coloque o mouse sobre a coluna “**configuração**” e na sequência, clique em “**adequação do conteúdo**”:

The screenshot shows the Google Ads interface for creating a new campaign. The top navigation bar includes 'Pesquisar', 'Relatórios', 'Ferramentas config...', 'Ajuda', and 'Notificações'. A red box highlights the 'Ferramentas config...' button. Below the navigation, there's a sidebar with various campaign configuration options like 'Idiomas', 'Planejamento', 'Biblioteca compartilhada', etc. A large central area displays 'Configurações avançadas' (Advanced settings) with sections for 'Dispositivos', 'Limite de frequência', 'Programação de anúncios', and 'Medição terceirizada'. At the bottom, there's a section to 'Crie seu grupo de anúncios' (Create your ad group) with a text input field containing 'Video Consideração - 2023-01-11'. To the right, there's a video thumbnail of a man speaking into a microphone.

13 Na seção “**tipo de inventário**”, escolha “**inventário padrão**”. A opção “inventário expandido” vai fazer com seu vídeo apareça em vídeos que não tem a ver com o seu nicho. Use essa opção apenas quando sua campanha não estiver gastando dinheiro:

The screenshot shows the 'Exclusões de conteúdo' (Content Exclusions) settings page. It highlights the 'Comparação entre tipos de inventário' (Comparison between inventory types) section. Three options are shown: 'Inventário expandido' (Expanded inventory), 'Inventário padrão' (Standard inventory), and 'Inventário limitado' (Limited inventory). 'Inventário padrão' is selected. A note at the bottom states: 'Fazemos tudo que está ao nosso alcance para excluir conteúdo, mas não é possível garantir a exclusão de todo o conteúdo relacionado.' Below this, there are tabs for 'Rótulos e tipos excluídos' (Labels and excluded types) and 'Tipos' (Types), with 'Mostrar em todos' (Show all) selected. A red box highlights the 'Inventário padrão' section. To the right, there's a video thumbnail of a man speaking into a microphone.

14 Em “extensões de anúncio” coloque sitelinks no seu anúncio, ou seja, um coloque um link que vai aparecer debaixo do seu anúncio. Para isso, clique em “nova extensão de sitelink”:



15 Agora, coloque outras opções de texto para o sitelink no campo “**texto do sitelink**”. Coloque também as opções de descrição no campo “**linha de descrição 1**” e nos demais campos. Não se esqueça de colocar a URL no campo “**URL final**”:

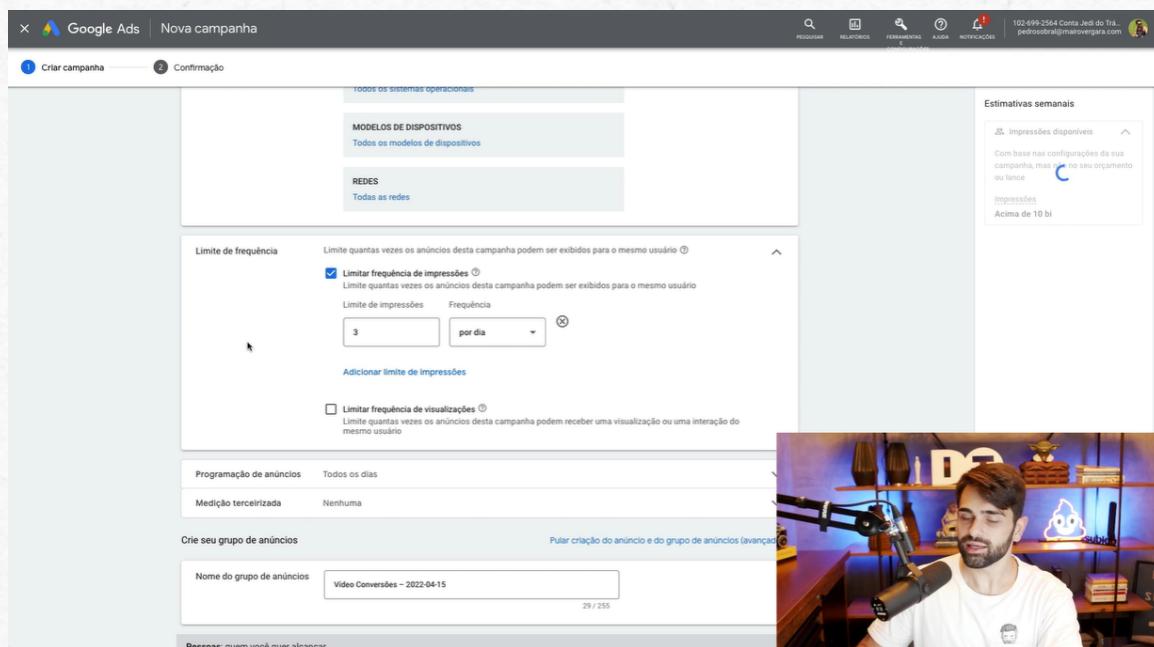


16 Você pode colocar outro link na próxima seção como uma segunda opção de sitelink. Se você estiver testando duas páginas, por exemplo, pode fazer sitelinks para elas separadamente. Para isso, coloque textos alternativos para anunciar ao link. Eu recomendo que você faça 4 opções diferentes de sitelink para o seu anúncio:

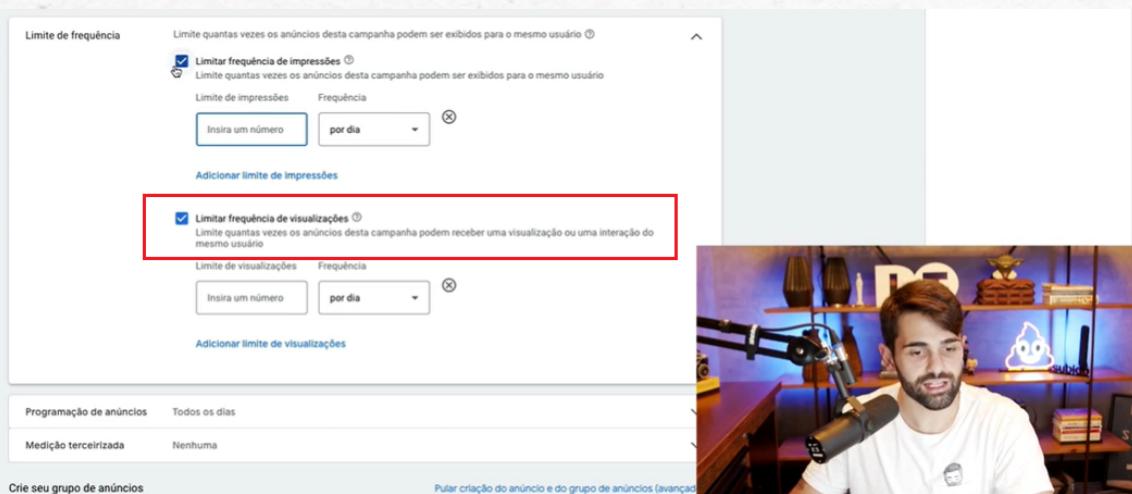
17 No final da página clique em “**salvar**”. Agora, clique em “configurações avançadas” e deixe todas as opções selecionadas. Recomendo que você faça dessa forma para verificar depois como está o resultado do seu anúncio em cada dispositivo:

18 Na seção “**limite de frequência**”, você pode selecionar quantas vezes o seu anúncio vai ser impresso por dia para cada pessoa e eu sempre coloco

3 vezes. Isso significa que o seu anúncio vai aparecer 3 vezes por dia para a mesma pessoa:



19 Outra opção para o limite de frequência: você pode limitar a frequência das visualizações, ou seja, você pode escolher quantas vezes os anúncios podem receber interação do mesmo usuário. Geralmente, eu coloco 2 vezes por dia nessa opção:

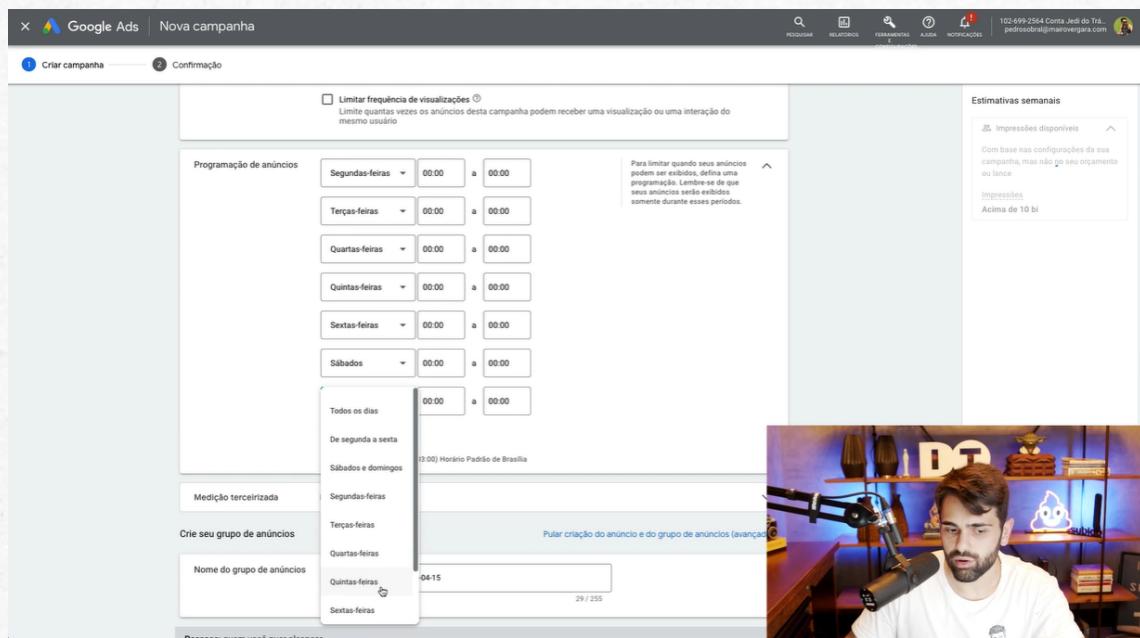


Lembrete importante:

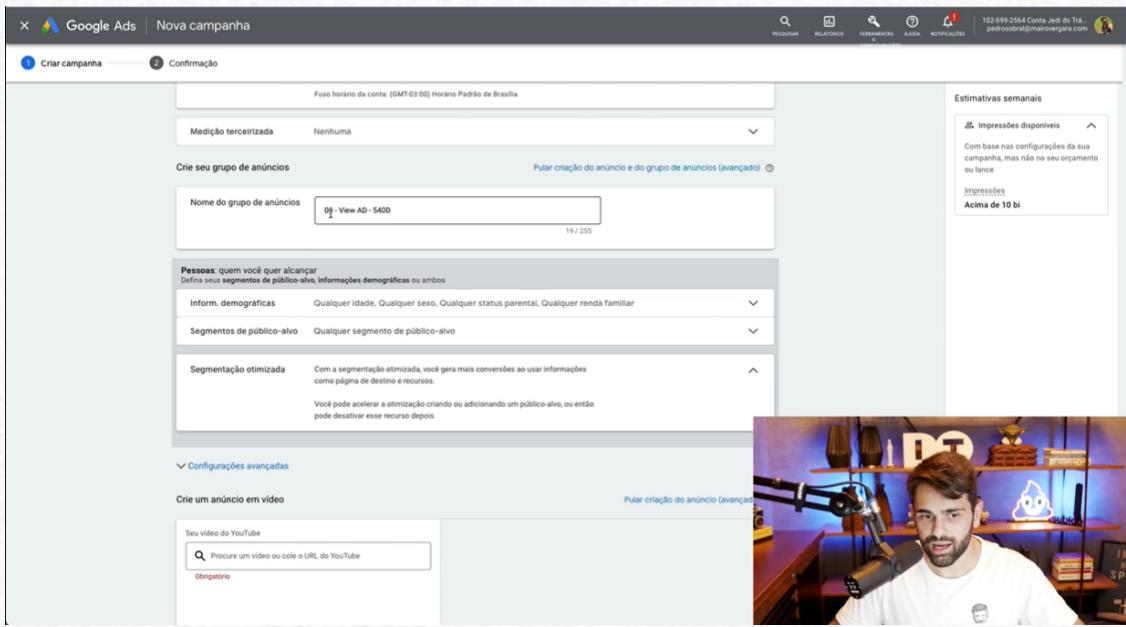
Qual a diferença entre impressão e visualização? Impressão é: suponha que o anúncio tenha aparecido para a pessoa e ela clicou para pular o anúncio depois de 5 segundos. Essa ação não vai ser contabilizada como impressão e não visualização. Mas se a pessoa assistir até 30 segundos do vídeo, essa ação vai ser contabilizada como visualização.

Se a sua campanha não está gastando dinheiro, eu recomendo que você não coloque limite nenhum e deixe a campanha livre.

20 Em **"programação de anúncios"**, adicione todos os dias da semana para conseguir visualizar em quais dias as suas campanhas performam melhor:



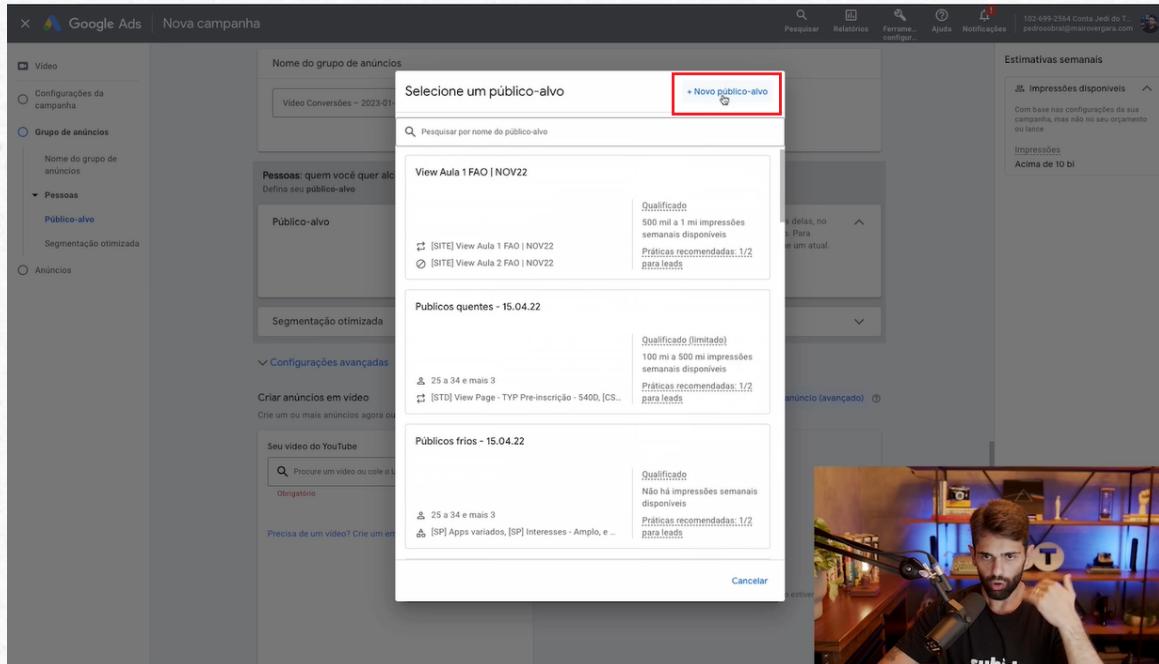
21 Feito tudo isso, agora é a hora de configurar o seu grupo de anúncios. Volte na sua planilha da hierarquia, copie o nome do público e cole no campo **“nome do grupo de anúncios”**:



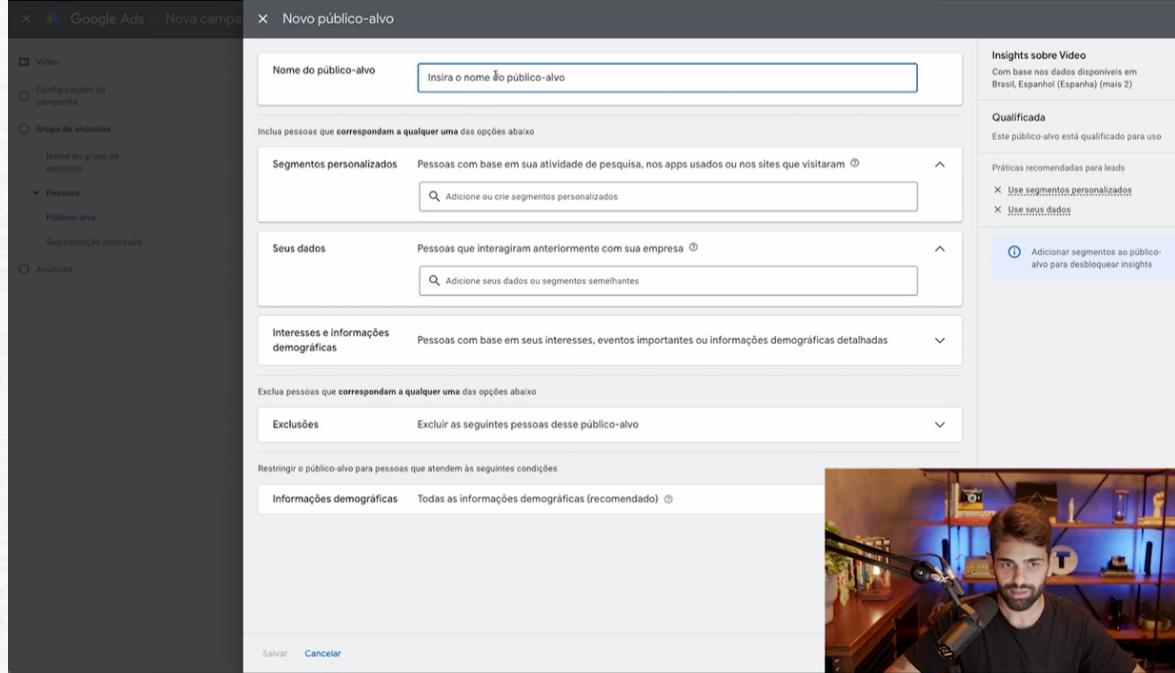
22 Na seção “**pessoas**”, você deve colocar as informações demográficas do público que você deseja alcançar. Clique em “**adicionar um público alvo**” para iniciar as configurações:



23 Agora, você tem duas opções: ou você usa um público que já foi usado ou você cria um novo público. Para criar um novo público, clique em “**novo público-alvo**”:



24 Faça as configurações como de costume, iniciando com o nome do público-alvo no campo “**insira o nome do público-alvo**”:



25 Em “**segmentos personalizados**” você pode adicionar os públicos que já interagiram com você, por exemplo:

x Novo público-alvo

Nome do público-alvo

Inclua pessoas que correspondam a qualquer uma das opções abaixo

Segmentos personalizados Pessoas com base em sua atividade de pesquisa, nos apps usados ou nos sites que visitaram [+ Novo segmento](#)

	Pesquisa	Procurar
<input checked="" type="checkbox"/>	[INTERESSE DA AULA 2]	
<input type="checkbox"/>	[SP] Termos de pesquisa - 75+ converteram	
<input type="checkbox"/>	[SP] Keywords - Marketing Digital	
<input type="checkbox"/>	[SP] Keywords - Tráfego Pago	
<input type="checkbox"/>	[SP] Termos de pesquisa - Plataformas	
<input type="checkbox"/>	[SP] Termos de Pesquisa - Conversão Suprema	
<input type="checkbox"/>	[SP] Keywords - Eduzz, Hotmart, Monetizze	

Seus dados

Interesses e informações demográficas

Exclua pessoas que correspondam a que

Exclusões Excluir as seguintes pessoas desse público-alvo

Restringir o público-alvo para pessoas que atendem às seguintes condições

Informações demográficas Todas as informações demográficas (recomendado) [?](#)

Salvar Cancelar

Insights sobre Video
Com base nos dados disponíveis em Brasil, Espanhol (Espanha) (mais 2)

Qualificada
Este público-alvo está qualificado para uso

Práticas recomendadas para leads

Use segmentos personalizados
 Use seus dados

Adicionar segmentos ao público-alvo para desbloquear insights

26 Os públicos de interesse e as informações demográficas estão na seção “**interesses e informações demográficas**”:

x Novo público-alvo

Nome do público-alvo

Inclua pessoas que correspondam a qualquer uma das opções abaixo

Segmentos personalizados Pessoas com base em sua atividade de pesquisa, nos apps usados ou nos sites que visitaram [+ Novo segmento](#)

	Pesquisa	Procurar
<input type="checkbox"/>	Adicione ou crie segmentos personalizados	

Seus dados Pessoas que interagiram anteriormente com sua empresa [?](#)

	Adicione seus dados ou segmentos semelhantes
--	--

Interesses e informações demográficas Pessoas com base em seus interesses, eventos importantes ou informações demográficas detalhadas [+ Novo segmento](#)

	Pesquisa	Procurar
<input type="checkbox"/>	Pesquise segmentos no mercado, eventos importantes e muito mais	
<input type="checkbox"/>	guias para venda de produtos digitais	No mercado: outros
<input type="checkbox"/>	como ganhar curtidas nas fotos	No mercado: outros
<input type="checkbox"/>	oportunidades de trabalho em casa	No mercado: outros
<input type="checkbox"/>	produtos para revender	No mercado: outros
<input type="checkbox"/>	serviços de marketing multinível	No mercado: outros
<input type="checkbox"/>	cursos de gestão de mídias sociais	No mercado: outros

Exclusões

Restringir o público-alvo para pessoas que

Informações demográficas

Salvar Cancelar

Insights sobre Video
Com base nos dados disponíveis em Brasil, Espanhol (Espanha) (mais 2)

Qualificada
Este público-alvo está qualificado para uso

Práticas recomendadas para leads

Use segmentos personalizados
 Use seus dados

Adicionar segmentos ao público-alvo para desbloquear insights

27 Você também pode procurar por públicos que correspondam à estratégia traçada. Para isso, clique em “**procurar**”:

The screenshot shows the LinkedIn 'Novo público-alvo' (New Audience) creation interface. The main area has sections for 'Nome do público-alvo' (Name the audience), 'Incluir pessoas que correspondam a qualquer uma das opções abaixo' (Include people who match any of the following options), 'Segmentos personalizados' (Custom segments), 'Seus dados' (Your data), and 'Interesses e informações demográficas' (Interests and demographic information). The 'Procurar' (Search) button in the 'Interesses e informações demográficas' section is highlighted with a red box. On the right side, there's a sidebar with 'Insights sobre Video' (Video insights) showing 'Com base nos dados disponíveis em Brasil, Espanhol (Espanha) (mais 2)' (Based on available data in Brazil, Spanish (Spain) (more 2)), and a 'Qualificada' (Qualified) section stating 'Este público-alvo está qualificado para uso' (This audience is qualified for use). Below these are 'Práticas recomendadas para leads' (Best practices for leads) with items like 'Use segmentos personalizados' (Use custom segments) and 'Use seus dados' (Use your data), each with a crossed-out icon. A note at the bottom says '(i) Adicionar segmentos ao público-alvo para desbloquear insights' (Add segments to the audience to unlock insights). At the bottom left are 'Salvar' (Save) and 'Cancelar' (Cancel) buttons.

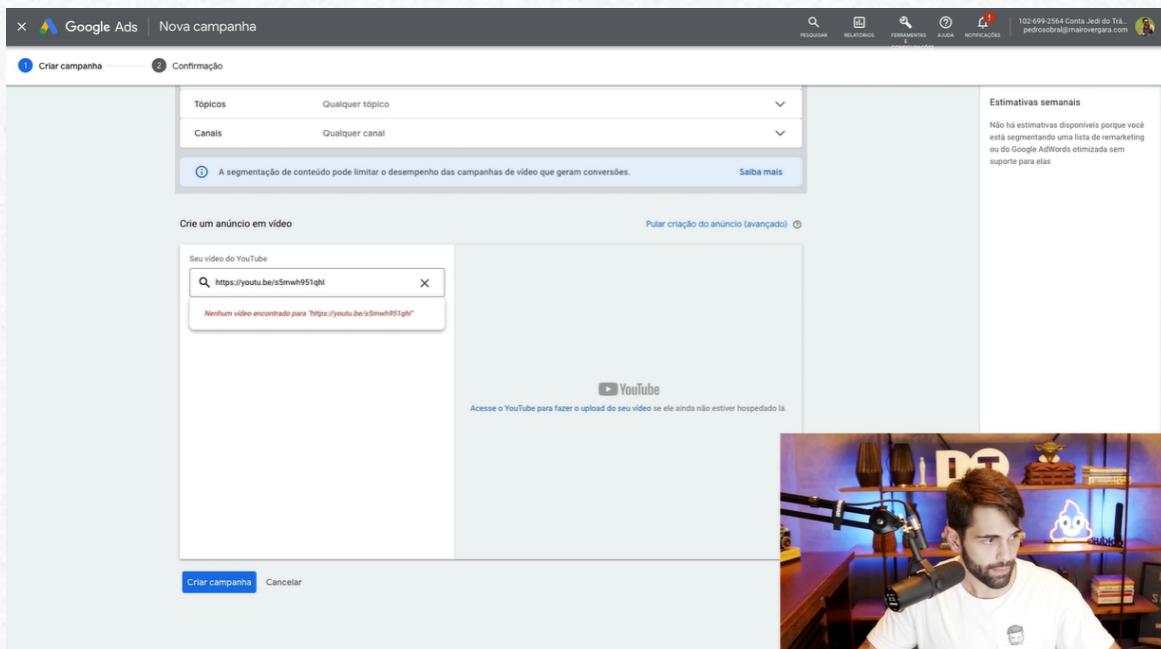


28 Coloque mais informações sobre o seu público em “**informações demográficas**”:

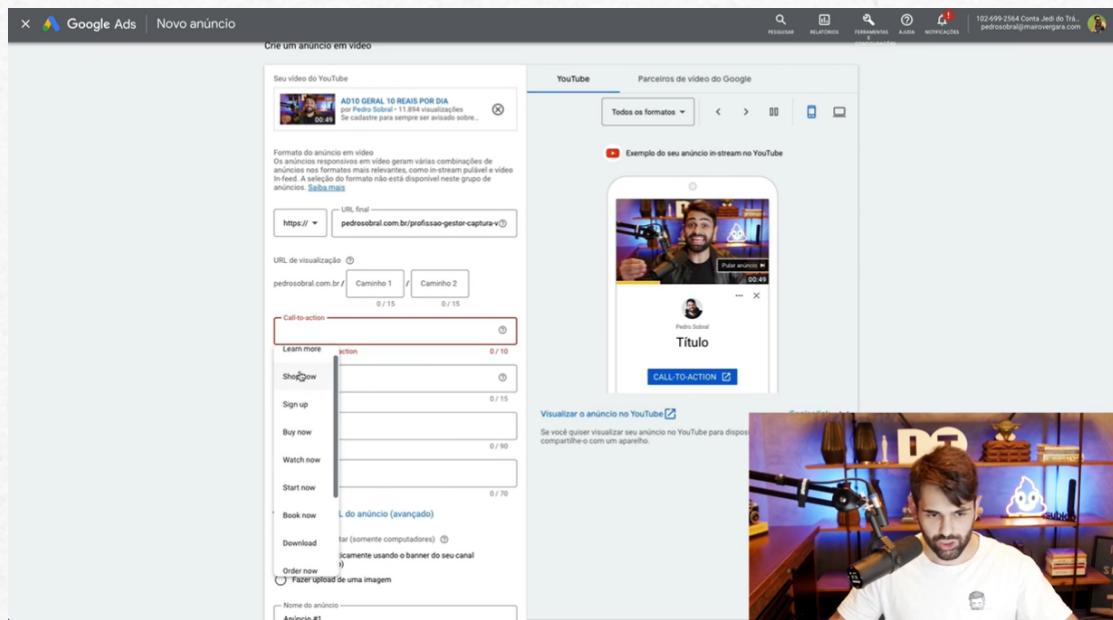
Lembrete importante:

A partir de agora, o Google **não permite que os públicos de canais, palavras-chave e tópicos nas campanhas de conversão**. Segundo o Google, esses públicos estavam atrapalhando as conversões e, por isso, eles foram retirados das opções de configuração dentro do gerenciador de anúncios.

29 Agora, vamos criar um anúncio em vídeo. Coloque o link do vídeo que você deseja anunciar no campo “**seu vídeo no YouTube**”. Para você conseguir colocar um vídeo como anúncio, confira se ele está configurado como “não listado”. Somente assim ele poderá ser anunciado. Em seguida, clique em “**criar campanha**”:



30 Coloque a URL final no campo “**URL final**”. Em seguida, preencha o campo Call to action com a opção que mais tem a ver com o seu objetivo. Eu sempre coloco “**sabia mais**”:



31 Preencha, agora, os campos “**título**”, “**título longo**”, “**Descrição**”. Aquilo que funciona bem na sua rede de pesquisa, coloque nessa configuração:

32 Não se esqueça de colocar o nome do anúncio no campo “**nome do anúncio**”, e em seguida, clique em “**salvar anúncio**”:

33 Sua campanha está pronta e funcionando. Agora é hora de replicar o anúncio e depois vamos criar todos os outros grupos de anúncios.

No próximo pdf eu vou te ensinar a replicar os anúncios. Então, se você puder, já leia o próximo material na sequência para conseguir entender como se faz.

Fechou? Tamo junto!