



COMUNIDADE SOBRAL DE TRÁFEGO

MATERIAL EXTRA

Curso Subido de Prospeção



@pedrosobral

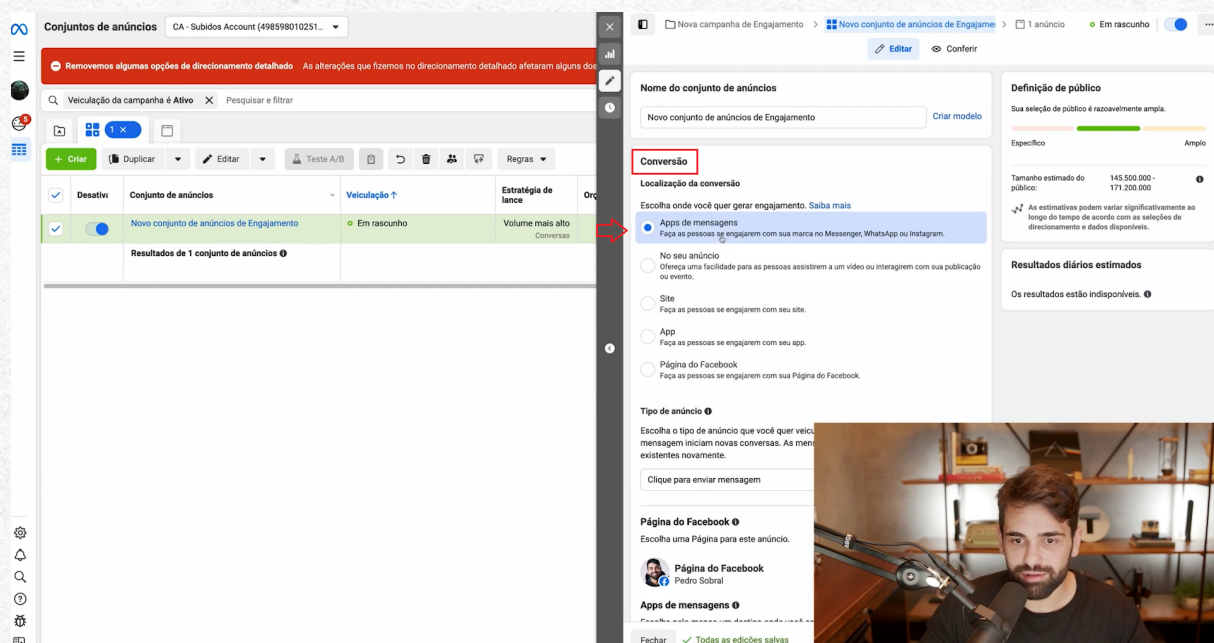


pedrosobral.com.br

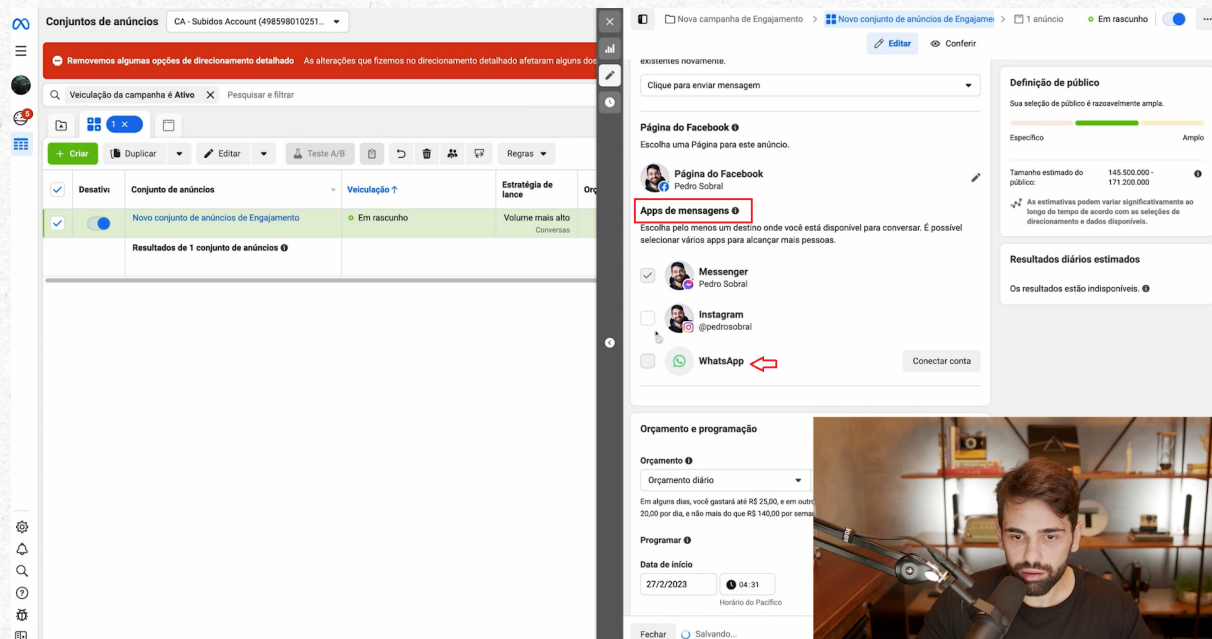
Como definir suas segmentações na hora de fazer campanhas para atrair clientes? Este tutorial vai te mostrar como fazer essa etapa na hora de configurar suas campanhas. Então, leia com calma o passo a passo a seguir e pratique o quanto antes.

Acompanhe.

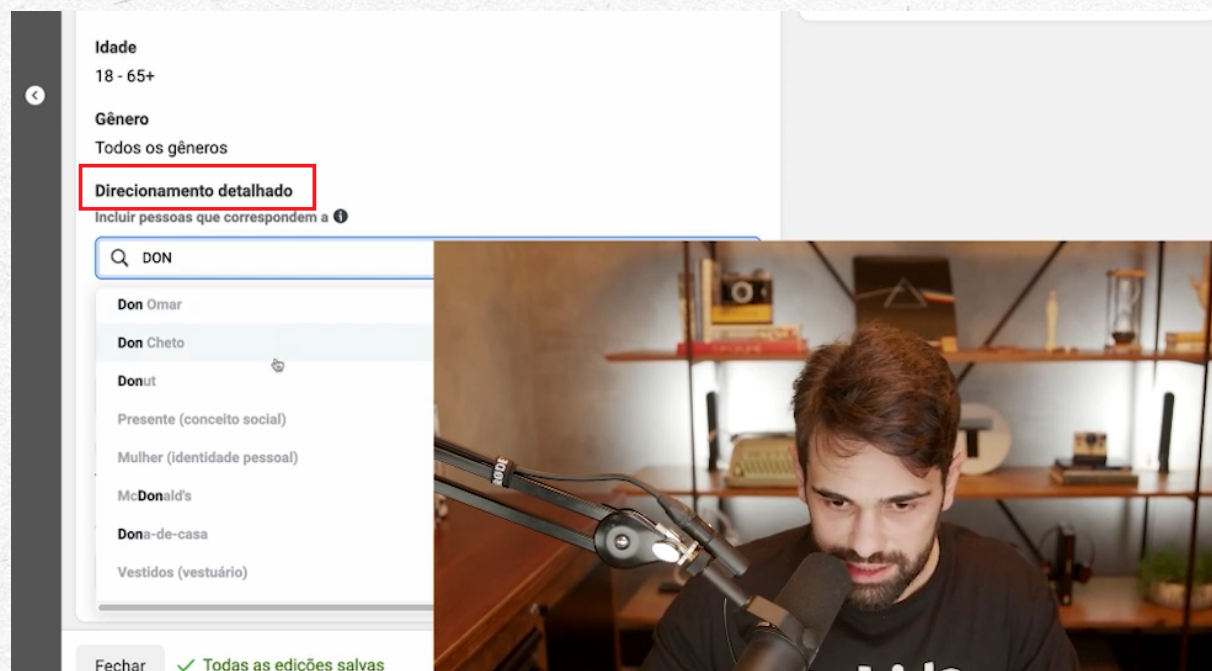
01 Antes de começar você precisa entender que algumas segmentações são muito óbvias tanto no Google Ads, quanto no Meta Ads. Inicialmente, vamos fazer uma campanha de engajamento para conseguirmos mensagens no WhatsApp, por exemplo. Dentro do gerenciador do Meta Ads, na hora de configurar o conjunto de anúncios, na seção **“conversão”** selecione a opção **“apps de mensagens”**:



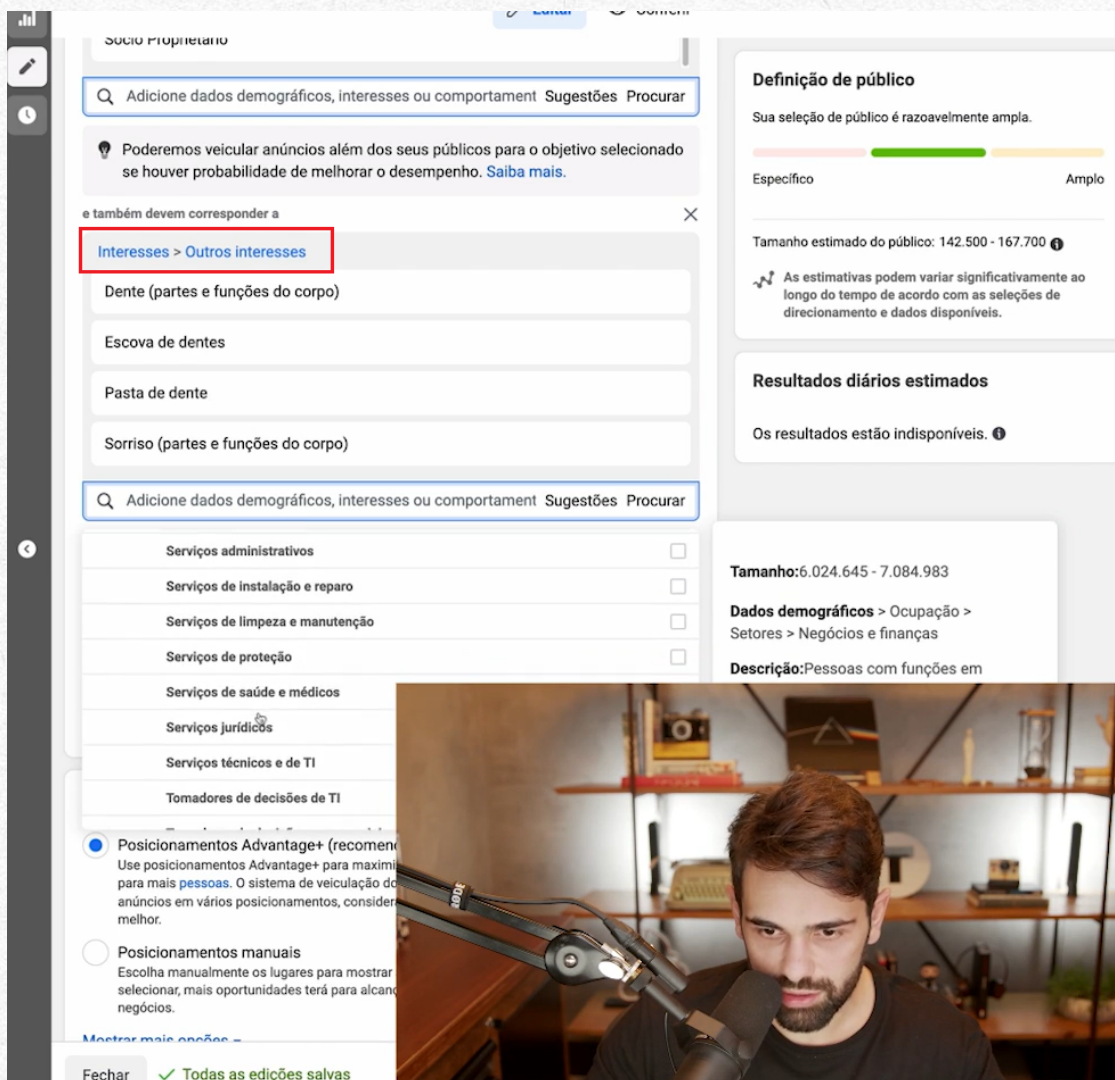
02 Em seguida, selecione o WhatsApp Business em **“apps de mensagem”**:



03 Feito isso, em **“direcionamento detalhado”** você deve colocar mais detalhes sobre o seu público. Neste exemplo, vamos usar “dono de empresa”, “gerente”, “proprietário” e similares. Caso você não ache a segmentação em português, coloque em inglês:



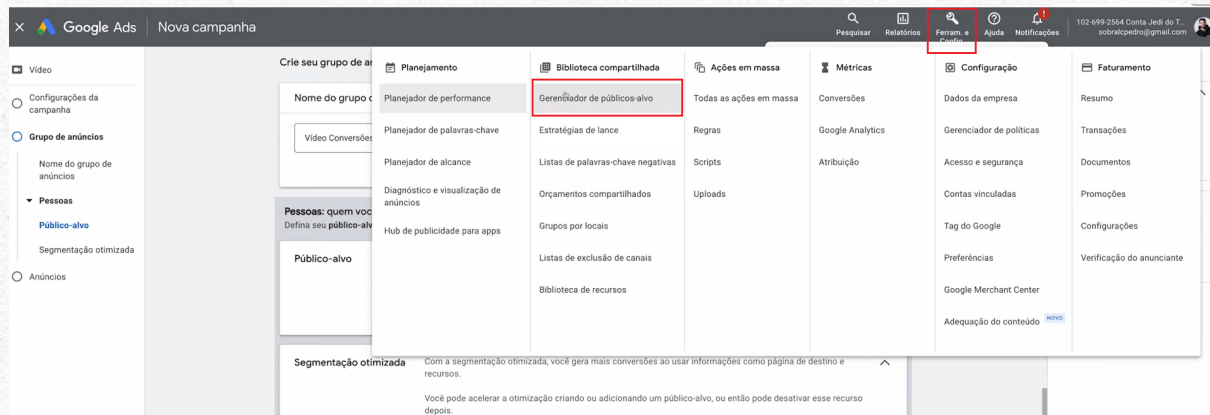
04 Faça combinações de público-alvo de acordo com a sua estratégia. Em “**outros interesses**” você pode adicionar ainda mais detalhes, ou seja, pode segmentar ainda mais:



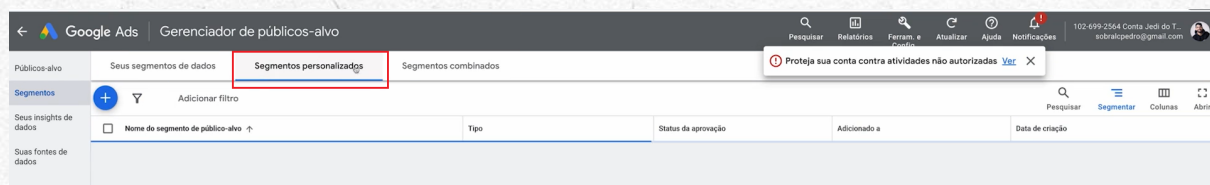
Não se esqueça que quanto mais filtros, mais qualificado e caro o seu lead vai ficar. Na maioria das vezes é mais caro anunciar para menos pessoas do que para mais pessoas. Já no Google Ads, você pode usar as palavras-chave para criar segmentos personalizados. E como fazer isso?

01 Dentro do gerenciador do Google Ads, acesse a barra de ferramentas no topo da página e clique em “**ferramentas e configurações**”. Em seguida,

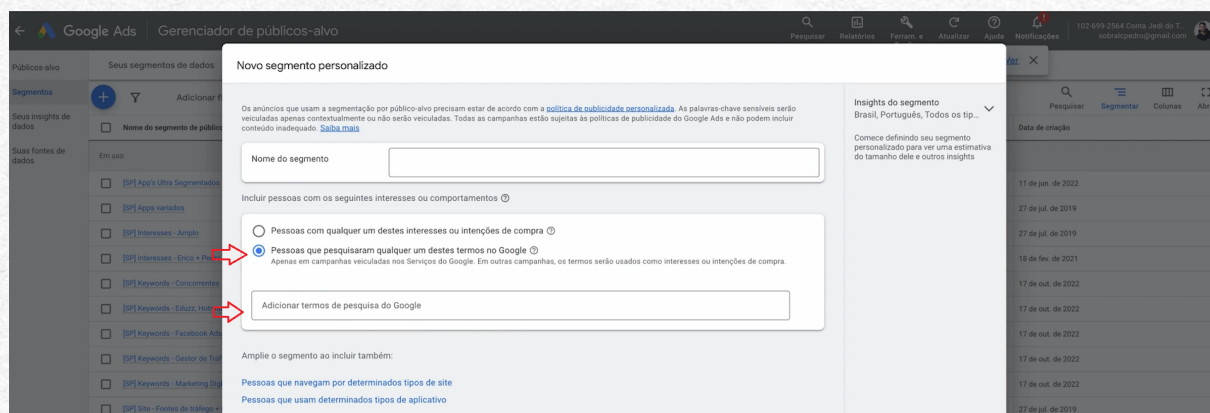
vá até a coluna **“biblioteca compartilhada”** e clique em **“gerenciador de público-alvo”**:



02 Feito isso, clique em **“segmentos personalizados”**:



03 Selecione **“pessoas que pesquisaram qualquer um destes termos no Google”** e adicione as palavras-chave no quadro **“adicionar termos de pesquisa do Google”**:



04 Você pode clicar em “**peessoas que navegam por determinados tipos de site**” ou “**peessoas que usam determinados tipos de aplicativo**” e repetir o processo:

Novo segmento personalizado

Os anúncios que usam a segmentação por público-alvo precisam estar de acordo com a [política de publicidade personalizada](#). As palavras-chave sensíveis serão veiculadas apenas contextualmente ou não serão veiculadas. Todas as campanhas estão sujeitas às políticas de publicidade do Google Ads e não podem incluir conteúdo inadequado. [Saiba mais](#)

Nome do segmento

Incluir pessoas com os seguintes interesses ou comportamentos ?

☐ Pessoas com qualquer um destes interesses ou intenções de compra ?

☒ Pessoas que pesquisaram qualquer um destes termos no Google ?
Apenas em campanhas veiculadas nos Serviços do Google. Em outras campanhas, os termos serão usados como interesses ou intenções de compra.

Adicionar termos de pesquisa do Google

Amplie o segmento ao incluir também:

Pessoas que navegam por determinados tipos de site

Pessoas que usam determinados tipos de aplicativo

Insights do segmento
Brasil, Português, Todos os tip... ▾

Comece definindo seu segmento personalizado para ver uma estimativa do tamanho dele e outros insights

Além disso, pesquise por conteúdos que o seu público-alvo tem interesse. Essas informações podem ser usadas na hora de fazer a segmentação. Outras opções de segmentação no Google Ads:

- Palavras-chave direto na rede de pesquisa
- Segmentos personalizados no YouTube
- Aplicativo (segmentos personalizados)

Fechou? Coloque sua campanha para rodar, veja o que funciona e o que não funciona, otimize seus resultados e alcance o maior número de pessoas possível. Caso precise, leia este material quantas vezes quiser, só não deixe de colocar em prática tudo o que aprendeu agora.

Tamo junto!