

Atenção aos Detalhes

Vamos olhar com mais carinho para os itens que compõem a criação de um anúncio, assim podemos ser mais assertivos em nossas escolhas.

Foque no seu público. Uma dica muito importante na hora de segmentar é pensar com a cabeça do cliente, enxergar o seu público.

Vimos que aparece vários tipos de segmentação, onde posso selecionar palavras relacionadas aos meus interesses, no caso do Bytebank por exemplo escolhi cartão de crédito, e ecommerce porque está de alguma maneira relacionada com o nosso segmento.

E porque precisamos pensar muito bem em quais palavras vamos usar?

O anúncio vai focar em pessoas que tenham curtido publicações relacionados a esses itens. O que eu quero dizer é que se eu curto um post por exemplo falando sobre os juros de cartão de crédito ou que tive meus cartões roubados, será que eu tenho interesse em adquirir um novo cartão, mesmo que seja um serviço diferenciado como o Bytebank? Não temos uma resposta exata para isso, mas vale a pena a reflexão.

E no seu caso, quais são os termos que você pode usar na sua segmentação que podem atrair o público certo?

Você vai ter que testar, analisar e melhorar sempre. Fazer anúncios no Facebook mais assertivos requer paciência. E eu entendo que temos que prestar contas sobre as nossas ações, mas comento isso para não ficarmos apavorados com as possíveis cobranças que podemos sofrer. Se você teve um bom engajamento, ou seja, muitas views, likes, comentários e compartilhamentos, parabéns. Agora se o seu anúncio não rendeu tanto, no próximo você vai melhorar.

Outra questão fundamental e que você já viu nos cursos de Facebook aqui da Alura é sobre as imagens. Desculpe a minha insistência, mas é importante falarmos sobre isso.

As imagens são, sem sombra de dúvidas, o item de maior destaque nos anúncios (e nas publicações orgânicas, aquelas que não impulsionamos).

Procure por imagens que ajudem seu anúncio a chamar a atenção do seu público.

Use e abuse de cores vivas. Imagens de pessoas também costumam se destacar, principalmente se tiver relação clara com o que a sua empresa estiver oferecendo. Uma opção muito escolhida pelas empresas é incluir o logo na sua imagem.

Se você tiver apoio de um designer que pode criar as imagens, maravilha, agora se você precisa criá-las, lembre-se do Pixabay e procure por imagens que te ajude a criar publicações além de bonitas, que tenham objetivo de converter, seja para acessarem o link ou para compartilharem, por exemplo.

Através destes anúncios que criamos no decorrer das aulas deu para perceber que os resultados podem variar em função de vários fatores: valor do investimento, horário da publicação, segmentação... Então é natural que precisamos fazer vários testes.

Esse ponto é essencial para o sucesso nos nossos anúncios: testar.

Digo isso porque se não vamos colocar as campanhas no ar e deixá-las lá e que tudo vai ficar ótimo. É importante acompanhar o que está acontecendo e experimentar variações de textos, imagens, segmentação do público e etc.

Quanto maior a taxa de cliques no seu anúncio, menos você vai pagar pelos cliques que ele receber. Ótima notícia, não é mesmo?

Por isso é sempre importante otimizar os anúncios para gerar mais resultados e gastar menos.