

SEJAM BEM-VINDOS! 🐷🐷🐷

Avisos iniciais:

1. A aula terá duração de 1:30h a 2h;
 2. A gravação ficará disponível no portal com as minhas anotações;
 3. Como vai funcionar a aula;
 4. Entra na comunidade exclusiva dos alunos;
 5. Sobre suporte e portal de alunos;
 6. Check-in da Imersão Presencial;
- VAGAS LIMITADAS - URGENTE**
contato@conversaoextrema.com

=====

TEMA: Como anunciar no Instagram corretamente em 2022

PARTE 1: A base

PARTE 2: 4 estratégias para você vender mais no Instagram e Facebook

PARTE 3: Prática - Criação de estratégia de negócio

=====

PARTE 1: A base

O que é preciso para anunciar corretamente?

Eu vou anunciar até dar resultado.

- Você está fazendo errado.

- 1. Fanpage;**
- 2. Conta comercial no Instagram;**
- 3. Gerenciador de Negócios;**
<https://business.facebook.com/>
- 4. Vincular seus ativos no gerenciador e criar conta;**
- 5. Instalar o pixel (caso tenha LP);**
- 6. Saber seu público-comprador com profundidade;**

7. Ter suas metas definidas;

Primeiro de tudo é você entender em qual das classificações está o seu produto ou serviço:

1. Necessidade;
2. Desejo;

- **Vitamina C em capsulas;**
- **Vitamina C em tópico;**

DESEJO (Despertar o interesse das pessoas em comprar)

(Instagram/Facebook)

Campanhas visuais;

(YouTube, Display, Discovery) = Tipos de campanha;

NECESSIDADE (Saúde, exame apontou falta de vitamina C....)

(Google Rede de Pesquisa)

Estratégia para estar nas duas plataformas...

Os 4 pilares para você ter resultados na internet:

1. Segmentação;
2. Anúncios;
3. Landing Page de alta conversão;
4. Oferta ou promessa irresistível;

ESTRATÉGIA PARA VENDA DE VITAMINA C

Anunciar essa página no Google, será mais simples.

Nichos sensíveis:

1. Chat do Google:

https://support.google.com/google-ads/gethelp?issue_description=suporte+do+adwords

- Vc vai explicar tudo o que você faz e se necessário, envie documentações;

2. Chat do Facebook: através do gerenciador no ponto de “?”;

=====

Prática:

1. Alimentar sua rede social;

Caminho 1 (prioridade): É a venda direta da Vitamina C

Caminho 2 (alternativa): Consultas Online;

Caminho 3 (alternativa da alternativa):

Campanha local, chamar pessoas para uma avaliação de pele (Marque uma avaliação para ter sua pele renovada) ;

Caminho 1 (prioridade): É a venda direta da Vitamina C

1. Criar sua primeira campanha de Pesquisa do Google;

Antes disso, faça uma análise dos concorrentes;

Trabalhar as segmentações por região/estados;

Com que os seus anúncios sejam “menos” disputados;

2. Instagram:

#1 - Entenda o funil;

- Topo; São pessoas inconscientes do problema e da solução;

- Meio; São pessoas conscientes do problema e inconscientes da solução;

- Fundo; São pessoas conscientes do problema e da solução;

** Eu preciso levantar
verba/dinheiro/faturamento;*

Campanhas focadas (Fundo do funil)
Preciso buscar pessoas com intenção de
compra;

#2 - 6 tipos de segmentações:

1. Públicos personalizados;

- Lista de e-mail, envolvidos no Instagram,
visitantes Landing Page (pessoas que já
tiveram algum contato com você antes.

2. Públicos semelhantes;

- Pessoas que tem perfil semelhante ao
público de cima;
- Semelhantes aos envolvidos com o meu
Instagram;

3. Direcionamento detalhado;

- Palavras de interesse;
- Saúde, bem-estar, fitness.....

4. Geolocalização;

- Segmentar por estados, assim você disputa com menos empresas;

5. Segmentações demográfica;

- Homem, mulher, idade.... (Feminina)

6. Segmentações de conexões;

- Você pode unir uma ou mais das citadas acima;

3+4+5

#3 - Distribuição de conteúdo

- Sua base, nunca pare de aumentar;
- Campanhas de vídeo, carrossel.... **Geram valor para a pessoa;**
- Você sabia que a vitamina C potencializa o efeito do protetor solar? (1min.)
- Campanha de envolvimento (vídeo);
- Crescimento de base;

#4 - Estrutura de campanha

1. CAMPANHA
2. UM OU MAIS CONJUNTOS DE ANÚNCIOS
3. ANÚNCIOS

Como que eu faço:

- Separar público que me conhecem dos que não me conhecem;
- Sempre ficar atento no tamanho dos públicos;

CAMPANHA P1 (PESSOAS QUE ME CONHECEM)

**CAMPANHA DE CONVERSÃO
(OBJETIVO, VENDA)**

Conjunto de anúncio = configurações de segmentação;

Anúncio = Peça/criativo (vídeo, foto, carrossel.. gif, power point);

**CAMPANHA DE CONVERSÃO P1
(OBJETIVO, VENDA) 30,00**

**CONJUNTOS DE ANÚNCIOS (PELO
MENOS 3)**

00 - Envolvidos no Instagram 30D;

01 - Visitantes do meu site (não executaram a compra);

02 - Visualizaram os meus vídeos;

03 - Envolvidos no Instagram 365D;

ANÚNCIOS

00 - Anúncio #1

01 - Anúncio #2

02 - Anúncio #3

ESTRUTURA DE CAMPANHA BÁSICA PARA PÚBLICO P1 (PESSOAS QUE ME CONHECEM)

**Tenha uma campanha que gere vendas
pra vc todos os dias...**

CAMPANHA P2 (PESSOAS QUE NÃO ME CONHECEM)

CONJUNTOS DE ANÚNCIOS (PELO MENOS 3)

**00 - Semelhante aos envolvidos do
Instagram (1%)**

- Lookalike (1% - 10%)

- 1% = 1M;

- 2% = 2M;

**01 - Semelhantes aos Visitantes do meu
site (não executaram a compra);**

02 - Interesse;

- saúde;

- academia;
- bem estar;
- fitness;

1. Ou vc testa interesses isolados;
2. Teste um ou mais interesse se fizer sentido; (Saúde, bem-estar, alimentação saudável “NICHOS DE INTERESSE SEMELHANTES”)

ANÚNCIOS

00 - Anúncio #1

01 - Anúncio #2

02 - Anúncio #3

**O PIXEL DO FACEBOOK DEVE SER
INSTALADO EM TODO O SEU DOMÍNIO.
(REMARKETING - ANÚNCIOS
PERSEGUIDORES)**

**EVENTO DE CONVERSÃO: DEVE SER
INSTALADO APENAS NA SUA PÁGINA
DE OBRIGADO.**

