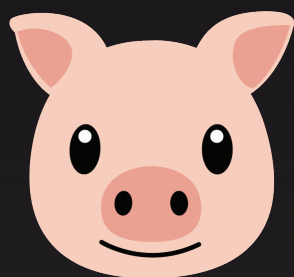


LIVE MONSTRA

#26

ANÚNCIOS DISCOVERY NO GOOGLE ADS

LIVE
TIAGO TESSMANN



AVISO

Esse é um material complementar à live #26:
Anúncios Discovery no Google Ads

LIVE

Seja bem vindo(a) a mais uma Live Monstra!

Esse material de apoio será dividido em três etapas.

Etapla 1: Informações necessárias sobre Campanhas Discovery;

Etapla 2: Criação de campanha na prática (mão na massa);

Etapla 3: Estratégias do Tessmann.

Etapla 1: Informações necessárias sobre Campanhas Discovery

Antes de começar, lembre-se, não estamos aqui para simplesmente mexer numa ferramenta, estamos aqui para atrair clientes, vender mais e fazer dinheiro de verdade.

Muita gente pensa que o Google é só a pesquisa. Isso é um erro e você vai identificar no decorrer da aula.

Informações importantes sobre **Campanhas Discovery**:

Você pode usar as campanhas Discovery para alcançar até 2,8 bilhões de clientes nos feeds do Google e atingir suas metas de desempenho no Google Ads.

Graças aos indicadores de intenção do cliente e ao público-alvo do Google, esse tipo de campanha ajuda a oferecer experiências de anúncios personalizados inspiradoras e visualmente atraentes a pessoas que estão prontas para descobrir e interagir com sua marca. Tudo isso por meio de uma única campanha do Google Ads.

QUANDO USAR

As campanhas Discovery são boas opções nos seguintes casos:

- **Você quer gerar conversões com sua mídia em grande escala (por meio de um objetivo de marketing compatível):** por exemplo, pode usar os anúncios discovery para impulsionar as vendas, inscrições em newsletters ou visitas ao site.
- **Você quer alcançar novos clientes com sua mídia:** com as campanhas Discovery, você compartilha criativos de marca inspiradores e visualmente atraentes nos feeds dos Serviços do Google, e isso ajuda a aumentar o interesse dos clientes em potencial quando eles estão abertos a testar novas marcas.
- **Você quer se reconectar com os seus clientes mais valiosos:** quando os consumidores retornam para acessar conteúdo que consideram interessante nos feeds do Google, as campanhas Discovery oferecem mais oportunidades para incentivar ações das pessoas que conhecem sua marca e têm mais chances de interagir com você novamente.

Onde os seus anúncios aparecem:

- Feeds do Google;
- Gmail;
- Celular e Apps;
- YouTube;
- Notícias e artigos;

Tá vendo como o Google não é só Rede de Pesquisa?

Anota isso:

É praticamente impossível você navegar na internet sem ver um anúncio no Google.

Por onde devo começar?

Live #2. Google Ads para iniciantes – Disponível no meu canal do YouTube.

Antes de dar sequência eu gosto sempre de deixar claro como eu "trato" meus públicos, são eles:

P1 – Base – Entrou no seu site, assistiu no youtube, se inscreveu, lead (quem te conhece);

P2 – Frio – Quem não te conhece, quem nunca interagiu com você.

P1: Vendas, Leads (remarketing, lançamento, ecommerce etc);

P2: Vendas, Leads, Branding, atenção... (focado em conversão).

Eu acredito que as campanhas de Discovery vieram para competir principalmente com Facebook e Instagram que utilizam muitos anúncios visuais, assim como uma característica da campanha de Discovery.

Massa, continuando...

- Tiago, quais são as vantagens do Discovery?

1. O foco é gerar conversão (CPA);
2. Serviços do Google (Gmail, Youtube e Discovery) (qualificado);
3. Públicos do Youtube são mais aproveitados (mais resultado com público menor);
4. Alcance maior no Youtube (vídeo).

- E as desvantagens do Discovery?

1. Único tipo de lance (CPA);
2. Menor controle das segmentações (tópicos, dispositivos, canais, etc);
3. Não é possível colocar banners personalizados (anúncios responsivos);
4. Não tem limite de frequência.

Diferença entre Display e Discovery?

Discovery aparece apenas nos serviços do Google e a Display em tudo quanto é lugar.

Etapa 2: Criação de campanha na prática (mão na massa)

Primeiro de tudo, um pré-requisito: criar um conta no Google: “Modo Especialista”.

Se você não sabe do que eu estou falando, acesse esse vídeo:

<https://www.youtube.com/watch?v=B4lSUukw8JY&t=1s>

Atenção: conta no Google é que nem CPF, quem não tem não existe.

Segundo, instale a tag do Google Ads para monitorar todas as ações, visitas e outros eventos personalizados realizados em seu site.

Quanto mais você investe no Google, quanto mais conversões = mais inteligente a sua conta de Google = mais dinheiro você faz.

Passo a passo:

- 1.** Defina sua meta;
- 2.** Nome da campanha;
- 3.** Local;
- 4.** Idiomas: Inglês, Português e espanhol;
- 5.** CPA deseja (limite do custo por conversão);
- 6.** Orçamento (comece com muito pouco e só aumenta quando tiver resultado);
- 7.** Conversão à nível de campanha;
- 8.** Nome do grupo de anúncio;
- 9.** Segmentação Público-alvo (comece pelo P1 e P2) (coração da sua campanha);
- 10.** Expansão de público (Tessmann não usa);
- 11.** Informações demográficas (foca no seu público e retira o desconhecido);
- 12.** Anúncios Discovery e o Carrossel.

Etapa 3: Estratégias do Tessmann

1. Qual é o melhor público?

- “Semelhantes a lista de e-mail”;
- Público de observação de pesquisa;
- Gerenciador de público-alvo (conversores) e ideais baseada nos seus públicos de remarketing.

Toda campanha de REDE DE PESQUISA tem que ter o público de OBSERVAÇÃO.

2. Retira idade que não pertence ao seu público + desconhecido.

- Você não tem controle.

3. Anúncios profissionais x anúncios amadores (nativos):

- Eu faço os meus anúncios não parecerem profissionais.

(O seu anúncio não pode parecer seu anúncio)

4. Separa seus públicos em grupos diferentes para lances diferentes baseado no resultado;

5. Público negativo (ação desejada ou vídeo lixo).

6. Conversões a nível de campanha (se não fizer isso vai cagar sua campanha).

Fechando o chiqueiro...

Caraca, pura prática essa aula, hein?

Se você curtiu, poste um stories da live mostra no seu instagram com a #terraavista. (Só os fortes entenderão).

MUITO OBRIGADO POR ME OUVIR POR MAIS DE 1:30H!!



Quem sou eu?

Em fevereiro de 2010, eu e meus dois irmãos, Ramon e Cristine, recebemos uma das piores notícias das nossas vidas, dada pelos nossos próprios pais em nossa casa aqui em Criciúma – Santa Catarina.

“Estamos falidos, temos que fechar a porta da nossa empresa o mais rápido possível, pois cada dia que a porta está aberta, maior fica nossa dívida.”

Entrei em estado de choque, meus irmãos ficaram calados por alguns minutos... eu nunca me esquecerei que o silêncio da falência é uma das coisas mais tristes na vida de alguém.

Felizmente eu tive a oportunidade de conhecer o poder do marketing na internet e hoje montei 3 empresas que juntas faturam pelo menos 7x mais do que os melhores anos da empresa do meu pai nos anos 90, simplesmente porque eu aprendi a usar a ferramenta número #1 de vendas da internet, o Google.

Conquistar clientes não é mais um desafio complicado pra mim e meu pai, e vou orientar você, de uma forma simples e prática, a usar essa mesma ferramenta para aumentar suas vendas também, sem precisar aumentar equipe ou contratar agências, assim como eu e mais de 1200 alunos fizemos em todo Brasil. Vamos crescer juntos?

E meu pai?

Ele é o meu herói, meu orgulho e que me ensina muito sobre negócios até hoje. Pra mim ele nunca fracassou, ele apenas aprendeu. Hoje, meu pai é um membro indispensável do nosso time aqui no Conversão Extrema.

O que é o Conversão Extrema?

O Conversão Extrema é um treinamento 100% online que mostra o passo a passo detalhado para você atrair clientes e aumentar suas vendas através da ferramenta número #1 de vendas da internet. Conquistar novos clientes não será mais um desafio complicado pra você.

Saiba mais sobre o Conversão Extrema

LINKS



Acesse mais de 50 aulas práticas de anúncios Google, do zero ao avançado: <http://bit.ly/yt-aulas-google>



Participe do meu Telegram:

<https://tiagotessmann.com.br/grupo-extremo>



Cadastre-se aqui para ser avisado das aulas ao vivo:

<https://conversaoextrema.com/live>



Podcast Extremo: O melhor conteúdo de anúncios Google em áudio: <https://bit.ly/Podcast-Extremo>



Ebook Grátis + Aula "Como Anunciar no Google com Orçamento Baixo": <http://bit.ly/GoogleAds->

Conecte-se comigo:



Instagram: <https://www.instagram.com/tiagotessmann>



Youtube: <https://www.youtube.com/tiagotessmann>



Linkedin: <https://linkedin.com/in/tiagobtessmann>

Tiago Tessmann