

Tráfego Pago

Tag: [Trafego Pago.pdf](#)

O que é?

- Pagar pra ter pessoas vendo seus produtos e comprando.
-

Potencial

- Público potencial do Meta é gigante.
-

Ferramentas e estrutura

Business Manager

- Gerenciador de anúncios do Facebook, onde controla os anúncios vinculados.

Campanha = Objetivo

- Escolher a campanha de acordo com o meu objetivo.

Tráfego

- Levar pessoas.

Advantage+

- Inteligência Artificial do Facebook que faz a campanha.

Conjunto de anúncios = Segmentação

- Público, maneira de segmentar quem vai receber o anúncio.
-

Como o Facebook usa os dados

- Facebook vai vender meus dados pro anunciante.
 - Se eu gosto de guitarra, vai aparecer guitarra.
-

Orçamento e agendamento

- Orçamento diário médio: 20 a 50 reais por dia.
 - Colocar o horário de início **00:01** pra dar as 24 horas do dia corridas com o anúncio.
-

Segmentação

Localizações

- Colocar onde quero mostrar o anúncio.

Idade

- Depende do que eu vendo.
- Se eu vendo coisas que são mais utilizadas por idosos, a idade deve ser voltada a eles.

Mudar para as opções originais de público

- Mostra mais personalização para o público: interesses, gênero e tem sugestões de interesses.

Nome do conjunto

- Interesses e idade do meu público alvo.
-

Objetivo da campanha

- Maximizar o número de conversões.
-

Conjunto de Dados (Pixel)

O que é?

- Ferramenta que colocamos dentro do site e pega informações de quem entrou ou não entrou no site.
- Ajuda no público de remarketing.
- Mostra o meu site pra quem já comprou.
- **Pixel faz isso: coleta dados.**



Como criar um Pixel

- Todas as ferramentas → Configurações do negócio → Fontes de dados → Pixels → ver conjuntos de dados → adicionar.



Depois de criar o Pixel

- Aparece o evento de conversão para entregar pessoas com meu objetivo.
-



Anúncio



O que é?

- É o vídeo, o criativo.



Como construir

- Coloca vídeos ou fotos, link, descrição e texto principal.
- O **texto principal** é para fazer a chamada para comprar.
- Sempre bom colocar uma chamada 🖱️ **clique em saiba mais.**



Título e descrição

- Só aparece no Facebook.
 - No Instagram é o **texto principal** que aparece.
-



Métricas



CPA – Custo por Aquisição

- Número mais importante que define o lucro total.
- Custo por venda.
- Menor o CPA, maior o retorno.
- Exemplo: realizou 10 vendas, faturou mil reais e investiu 500 reais.

- No Meta Ads aparece como **Custo por Resultado**, quanto te custou cada venda.
 - **PRIORIZAR** se o anúncio traz dinheiro, se dá lucro é bom.
-

CTR – Taxa de Clique no Link

- Pessoas que clicaram no link.
 - É bom de 2,5% a 3%.
-

CPC – Custo por Clique

- Quanto você paga por clique no seu anúncio.
 - Aparece como **CPC** mesmo no Meta Ads.
-

CPM – Custo por Mil Impressões

- A cada mil pessoas, ele cobra um valor.
 - Quanto maior seu público, menor o CPM.
-

Observações importantes

- O anúncio tem que ser muito bom.
- Se menos pessoas clicarem no seu anúncio, maior o preço do CTR.
- Replicar o que já deu certo.
- Quanto mais pessoas clicarem no seu anúncio, **melhor fica seu pixel e filtra seu público melhor**.

⚠ Obs: Apenas a formatação foi criada pelo chatgpt, o restante do conteúdo foi feito por mim, baseado no vídeo: Facebook ADS para iniciantes (como fazer tráfego pago 2024) - Igor Gonçalves