



Facebook Ads: **campanha de vídeo e** **mensagem**

Instrutora: Janaina de Oliveira



Aula 1 – Configurações iniciais

Conhecendo o nosso projeto



Agência **de** **marketing digital**





DevCafé

Só mais um dev

Novos episódios, **todo** santo dia





Aula 1 – Configurações iniciais

Tipos de público





Público Frio X Quente

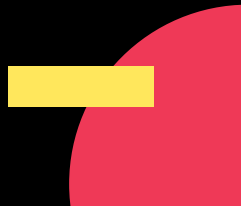
01

Interesse

Segmentação de público baseada nos interesses, cargos e demais características disponíveis.

02

Remarketing

- Interagiram com a página do Instagram e/ou Facebook.
 - Assistiram uma % dos seus vídeos.
 - Mandaram mensagem ou reagiram ao anúncio.
- 



Aula 4 – Otimização de campanha

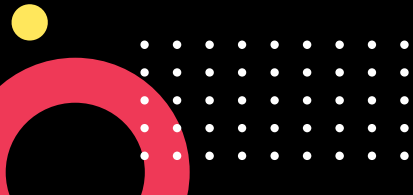
Métricas importantes





Métricas importantes:

Captação de leads

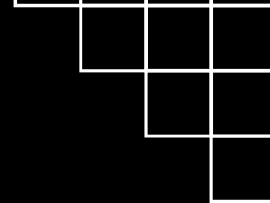
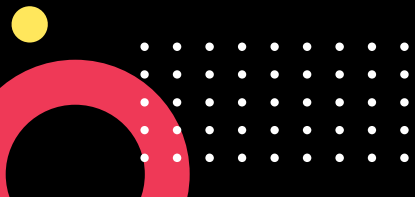
- Quantidade de conversas iniciadas
 - Custo por conversa iniciada
- 



Métricas importantes:

Visualização de vídeo

- Quantas visualizações o vídeo teve
- Custo por visualização
- Tamanho do público que assistiu
25%, 50%, 75% e 90%





Aula 4 – Otimização de campanha

Hierarquia de públicos





Hierarquia de públicos






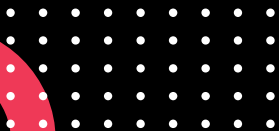
Hierarquia de públicos

1. Público personalizado





Hierarquia de públicos

1. Público personalizado
 - a. Comprou um produto
 - b. Preencheu um formulário
 - c. Visitou o site
 - d. Interagiu com o facebook
- 
- 

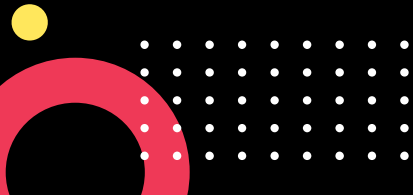


Hierarquia de públicos

1. Público personalizado
 2. Público semelhante (lookalike)
- 



Hierarquia de públicos

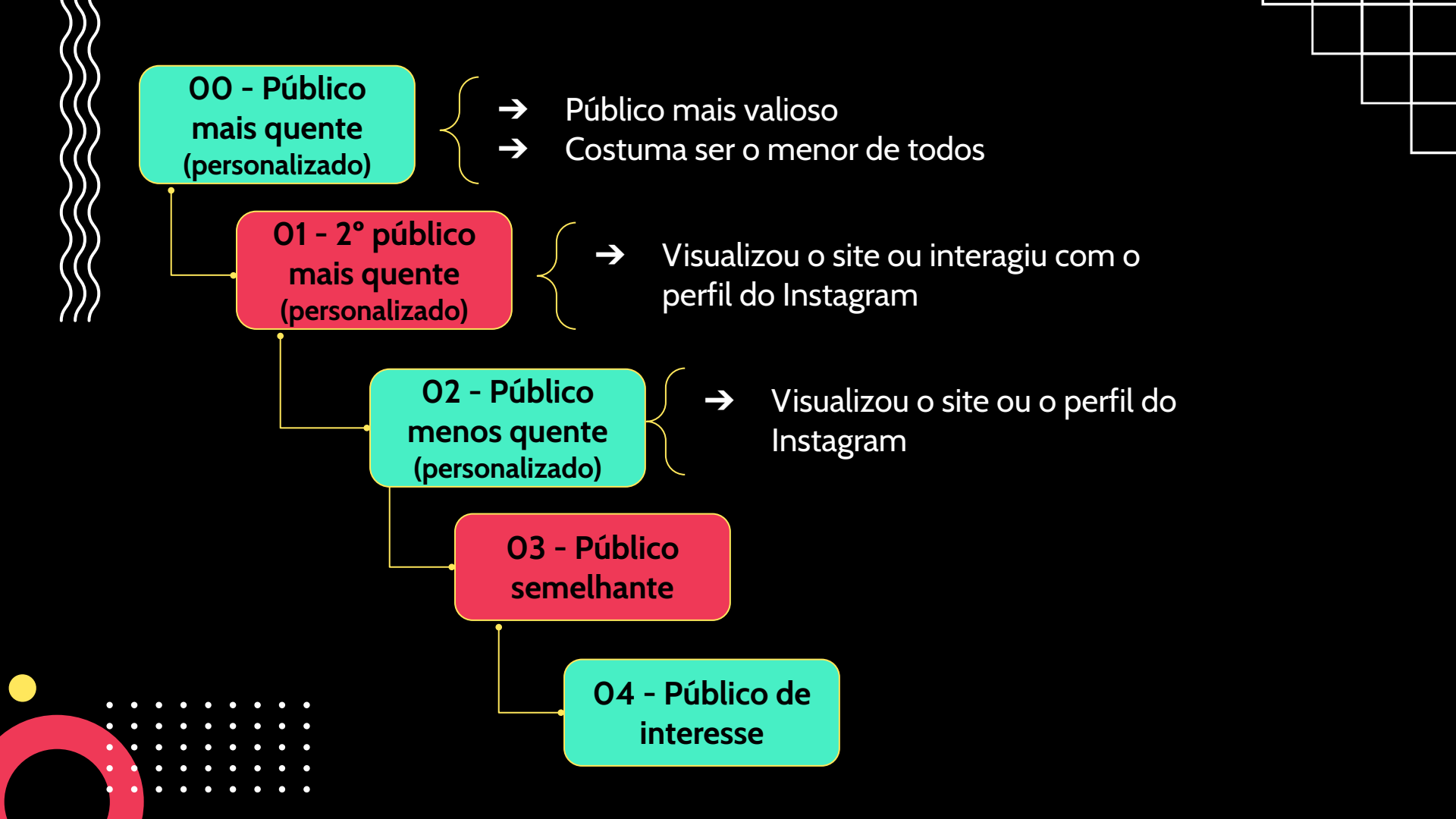
1. Público personalizado
 2. Público semelhante (lookalike)
 3. Público de interesse (público salvo)
- 



Aula 4 – Otimização de campanha

Montando a hierarquia de públicos





**00 - Público
mais quente
(personalizado)**

- Público mais valioso
- Costuma ser o menor de todos

**01 - 2º público
mais quente
(personalizado)**

- Visualizou o site ou interagiu com o perfil do Instagram

**02 - Público
menos quente
(personalizado)**

- Visualizou o site ou o perfil do Instagram

**03 - Público
semelhante**

**04 - Público de
interesse**



Hierarquia de públicos

Montando a hierarquia

ATENÇÃO!

Cuidado ao utilizar públicos diferentes em um mesmo conjunto de anúncios.





Aula 4 – Otimização de campanha

Exclusão de públicos





Exclusão de públicos



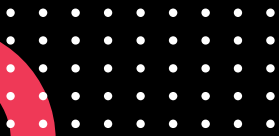
Quando devemos trabalhar a exclusão de públicos?





Exclusão de públicos

Quando devemos trabalhar a exclusão de públicos?

1. Quando temos uma lista de público com mais de 1.000 usuários.
 2. Quando queremos otimizar a comunicação com os públicos.
 3. Otimização do orçamento.
- 
- 
- 



Exclusão de públicos

Sequência da exclusão

Qual sequência seguir para excluir os públicos?



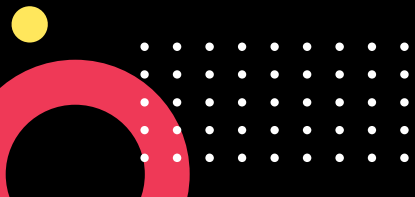


Exclusão de públicos

Sequência da exclusão

Qual sequência seguir para excluir os públicos?

- Sempre do público com menor tamanho para o público com maior tamanho





Exclusão de públicos

Sequência da exclusão

00 - tem 3.000 pessoas

01 - tem 4.500 pessoas

02 - tem 5.200 pessoas

03 - tem 7.000 pessoas

04 - tem 8.350 pessoas

