

LIVE 05

18 de Junho  
às 20h

# COMO OTIMIZAR CAMPANHAS DE GOOGLE E FACEBOOK

Roberto  
Cortez

Semana da  
Publicidade Online

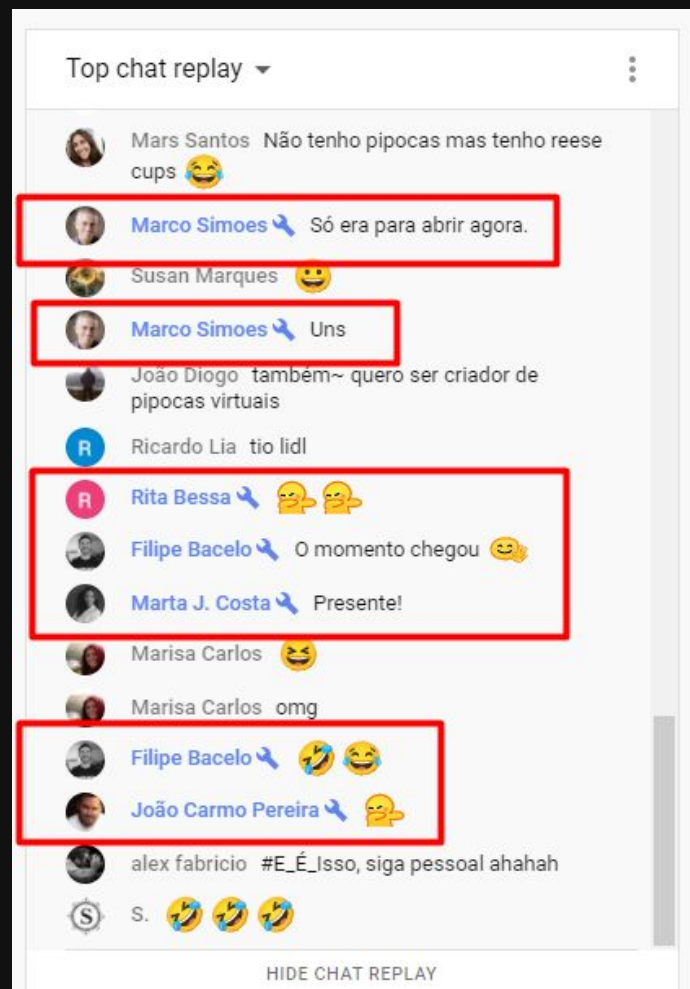
**1ª, 2ª OU 3ª , 4ª ou 5ª LIVE?**

**COMENTA 1, 2 , 3, 4 OU 5 NO CHAT**

# A MINHA TURMA NO CHAT

## ALUNOS DO PAD

O QUE ELES COMENTAM,  
O ROBERTO ASSINA POR BAIXO



**41** NOVOS MEMBROS DO PAD 🥰

Amanhã temos Masterclass às 10:00

# PRECISAS DE ALGUMA COISA?!

Vai, o chat é o teu palco.

Diz no chat **exatamente qual a tua necessidade ou dor no momento.**

Tens aí centenas de pessoas para te ajudar.

Não dá para colocar links mas coloca o teu @ do instagram para quem te for contactar.

Vale para dúvidas, emprego, parcerias, contratações.

# É O ÚLTIMO DIA HOJE. VAMOS FIRMES!





# #SPONGEMODE



## **SEGUNDA-FEIRA ÀS 21:00 TEMOS ZOOM DE ESCLARECIMENTO SOBRE O PAD**

Será a última oportunidade para esclarecer dúvidas antes do fecho do carrinho às 23:59



**TERÇA-FEIRA ÀS 21:00 TEMOS ZOOM DE  
BATISMO DOS NOVOS ALUNOS DO PAD**

**ACHAVAS QUE ISTO FICAVA POR AQUI?!**

**#OVERDELIVERY**

**NO FINAL DA AULA, TENHO UMA SURPRESA PARA TI!**



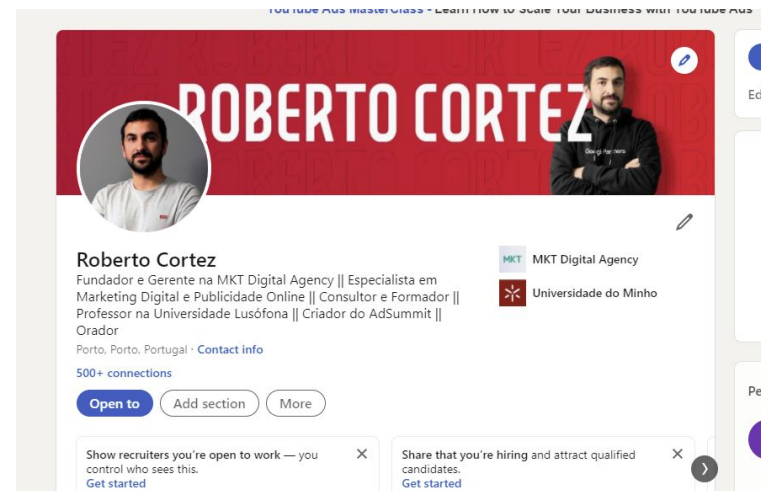
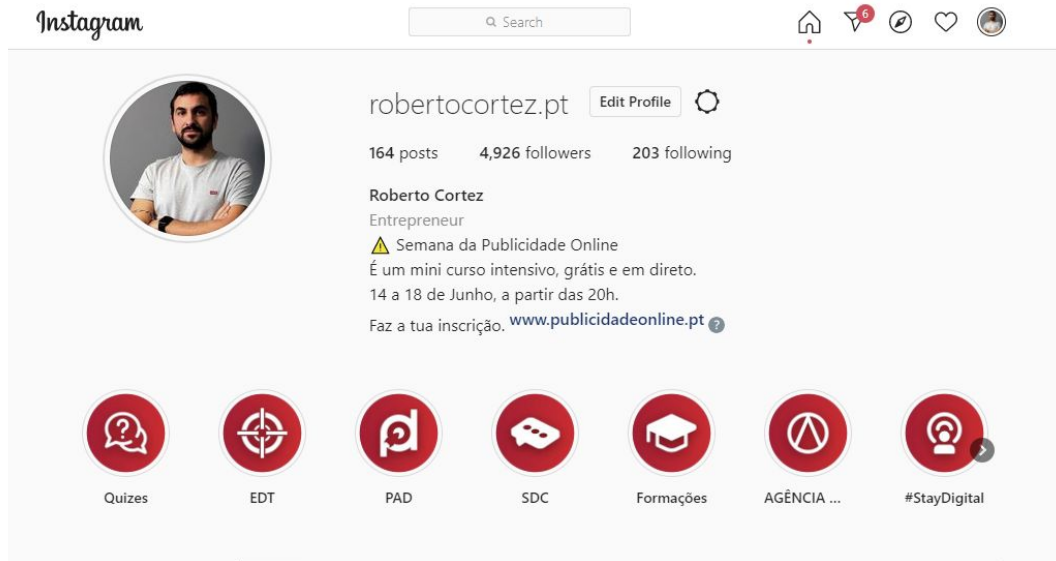
# HÁ FOLHA DE PRESENÇAS E CERTIFICADO.

4 em 5 e receberão um certificado até dia 25 de Junho.

# GRUPO DO FACEBOOK ESTÁ BOMBAR! NÃO SABES, PERGUNTA !



# HORA DO POST NO LINKEDIN E NOS STORIES.



**Em Marketing Digital, não existem receitas nem fórmulas mágicas. Existe sim **criar hipóteses e validar hipóteses.****

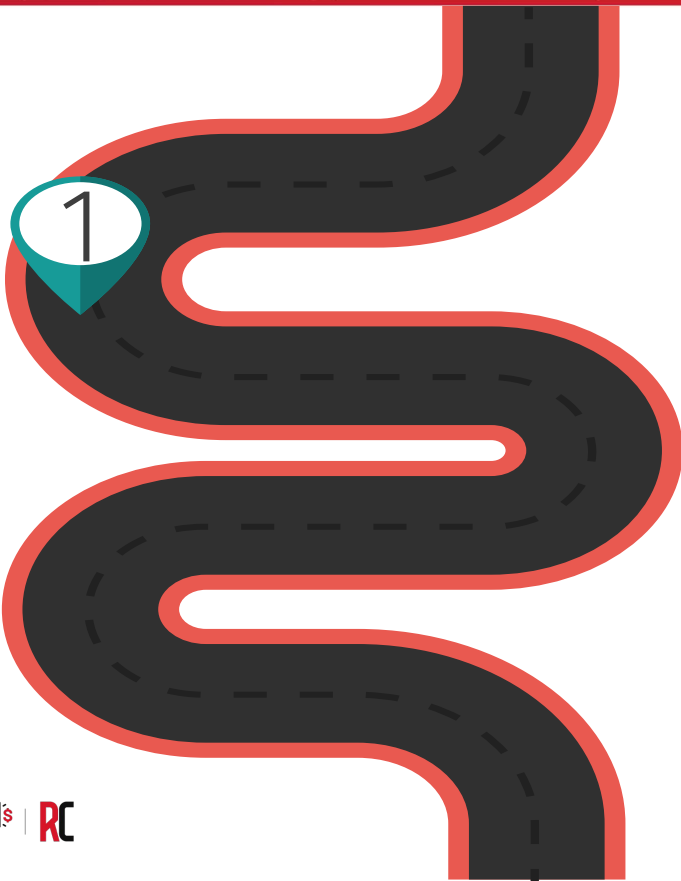
Vou ter que dizer isto. Todo o santo dia.

# OTIMIZAR CAMPANHAS PASSA POR IDENTIFICAR **GARGALOS** E **OPORTUNIDADES**

Corta aqui, escala acolá.



# O CAMINHO DA CONVERSÃO



## Anúncio

- CTRs
- CPMs
- CPCs
- Índice de Qualidade / Relev.

## Cruzar com:

- Placement
- Device
- Target (geo/demo)
- Target (interesses/ keyword)
- Sazonalidade

# O CAMINHO DA CONVERSÃO



## Site

- Bounce Rate
- Taxa de conversão

## Funil do site e-commerce:

- Product view
- Add to cart
- initiate Checkout
- Purchase
- LTV

## Funil de geração de leads:

- Otimizar CPL
- Lead to client

# VAMOS ANALISAR AS CAMPANHAS

## SPO , PAD E ADSUMMIT



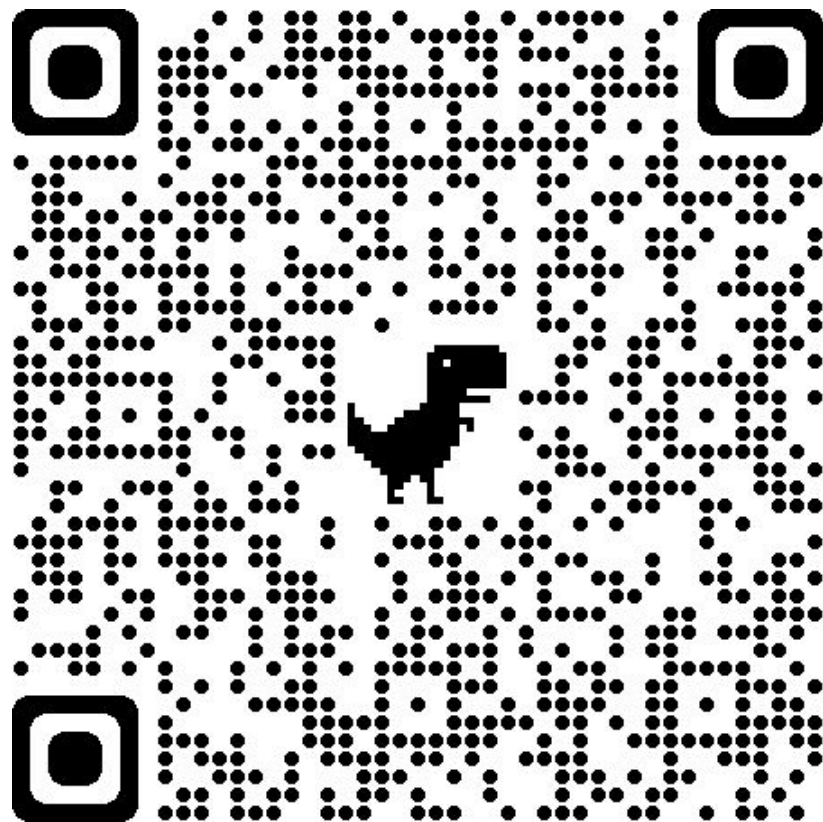
# COMO OTIMIZAR CAMPANHAS DE GOOGLE E FACEBOOK ADS

# ACHAVAS QUE **ISTO FICAVA POR AQUI?!**

**#OVERDELIVERY**

**FICA ATENTO AO GRUPO DO FACEBOOK E AO E-MAIL DURANTE O  
FIM-DE-SEMANA**

# FOLHA DE PRESENÇA





# OBRIGADO PELA COMPANHIA!

E ISTO NÃO ACABA AQUI.

ESPERO-VOS LÁ NO GRUPO DE ALUNOS E NAS **SEXTAS ÍMPARES.**