



**subido**  
COMUNIDADE SUBIDO DE TRÁFEGO

**AULA 2**

# Fontes de tráfego

# Índice

Introdução .....	Pág. 2
Lógica do “pão e ovo” .....	Pág. 3

00'02''

## Introdução

**Todas as fontes de tráfego seguem o mesmo princípio**, ainda que pareçam, por vezes, completamente diferentes entre si.

São muitos botões e opções de configuração, mas, eu prometo: **neste material, você perceberá que as semelhanças são muito maiores do que qualquer nuance existente entre uma fonte de tráfego e outra**, afinal, a lógica por trás de todas elas é a mesma; e, por lógica, entende-se o **raciocínio do “pão e ovo”**.

O que isso significa?

**Acompanhe as seções a seguir para descobrir!**

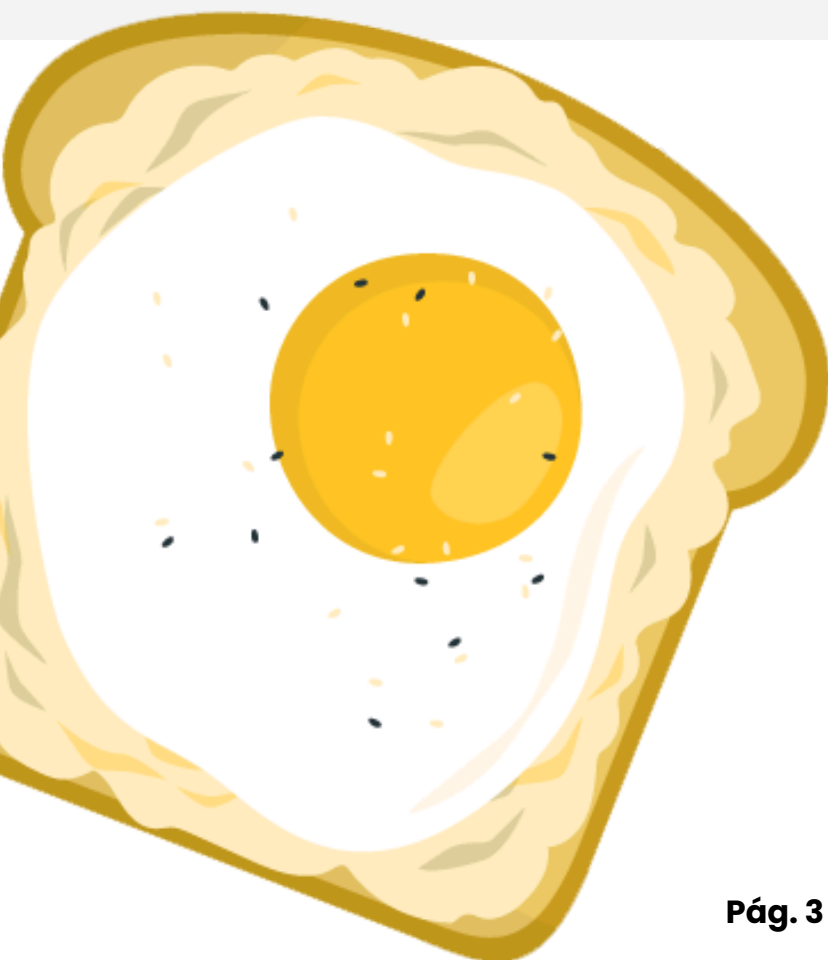
00'39"

# Lógica do “pão e ovo”

Não é segredo que, no Brasil, existe uma comida muito comum no nosso dia a dia, conhecida como **pão e ovo**, mas o que isso tem a ver com o tema deste material?

Um dia, estudando tráfego pago, percebi que precisava desenvolver uma **analogia que mostrasse às pessoas que tráfego pago é algo simples e, ao mesmo tempo, bom** — e, convenhamos, existe pouca coisa que é melhor do que um pão com ovo, não é mesmo?

A partir dessa constatação, desenvolvi um **acrônimo (PÃO E OVO)**, composto por **7 letras que representam 7 elementos principais e que nunca vão mudar**, independente da fonte de tráfego que você estiver utilizando:



- P**úblico.
- A**núncio.
- O**bjetivo.
- E**stratégia de lance.
- O**nde aparecemos.
- V**erba.
- O**utras configurações.

***“Beleza, Pedro, já que esses são os elementos fundamentais do tráfego pago, qual fonte de tráfego eu deveria aprender primeiro?”***

Bom, em relação a isso, a resposta é: **depende!** Isso significa que se você não tem nenhum cliente — ainda — para rodar tráfego pago, siga a ordem apresentada neste curso; caso você já tenha clientes, eu indico que considere duas coisas muito importantes — lembrando que **o seu início no**

**tráfego pago sempre deve estar voltado ao Google ou Meta Ads, pois são as duas maiores fontes de tráfego atualmente:**

**1. Atenção e relação:** o Meta Ads é uma plataforma para atenção e relação e, com isso, significa que você terá que **conquistar a atenção do público** em um “mar” de vídeos engraçados e/ou de familiares e amigos (em um canal em que a audiência não está buscando diretamente/objetivamente você) e, por outro lado, deve-se **criar uma relação com os consumidores do seu conteúdo, fazendo com que eles o sigam, curtam suas postagens, compartilhem e deem preferência para comprar da sua marca.**

**2. Intenção, atenção e relação:** diferente da Meta, no Google você pode **anunciar para as pessoas na intenção de compra delas**, isto é, a pessoa está pesquisando por um produto e/ou serviço específico (o que significa que ela tem interesse naquilo) e **você pode “colocar” o seu anúncio “na frente” da intenção de compra que o seu público tem.** Ao mesmo tempo, você precisa **chamar a atenção**, pois, “atire a primeira pedra” quem nunca quis pular um anúncio! E, por último, é necessário **criar uma relação com a audiência**, o que é bastante comum, principalmente se você produz conteúdo no YouTube.

Então, pergunte-se:

**Como é mais fácil encontrar o seu público? Através da captação de atenção das pessoas ou da intenção de compra delas?**

Em um mundo ideal, o correto seria anunciar nas duas plataformas (afinal, é barato), mas, se questione: **onde a sua audiência está?** Se você já tem uma marca construída na internet, seja no YouTube, Instagram, Facebook ou qualquer outra plataforma, prefira iniciar pela plataforma que já possui audiência.

**E sobre as outras fontes de tráfego, você tem total liberdade para acessá-las neste curso, conforme a sua necessidade e de acordo com os clientes que você for fechando ao longo do caminho.**

De todo modo, lembre-se que estamos construindo um conhecimento **sólido e duradouro**, por isso, é sempre importante estudar aquilo que perdura, **os fundamentos**, porque são eles que acompanharão você em qualquer fonte que deseje trabalhar, beleza?

**Tamo junto!**