



subido

COMUNIDADE SUBIDO DE TRÁFEGO

AULA 1

Os 12 conceitos universais do tráfego pago

Índice

Introdução	Pág. 2
Os 12 conceitos universais do tráfego pago	Pág. 3

00'02"

Introdução

Como diria Jeff Bezos, **as pessoas e as empresas estão sempre preocupadas com as grandes mudanças e/ou transformações que irão acontecer**, afinal, quando elas chegam, existem **grandes oportunidades** surgindo no mercado.

No entanto, Bezos, desde a criação da Amazon, sempre teve em mente que **a verdadeira importância reside naquilo que é permanente**, o que me faz pensar que **são os fundamentos e princípios que constroem um conhecimento sólido** — e é a partir disso que se ganha muito dinheiro.

O **Método Subido de Tráfego busca**, justamente, **trazer e explicar os conceitos universais do tráfego pago**, para que eles se transformem em **pilares do seu conhecimento prático** e te ajudem a não só apertar meros botões, mas, principalmente, **ter resultados com os anúncios online**.

Mas, **por que assistir um módulo teórico ao invés de, simplesmente, pular para os materiais mais práticos?** Bom, você tem total liberdade para organizar seus estudos da maneira que preferir, entretanto, **é a teoria que sustenta a prática em longo prazo — afinal, a teoria é atemporal**.

Sendo assim, eu garanto que, dominando **os 12 conceitos universais do tráfego pago**, quando a parte prática mudar, você enxergará **oportunidade — e não entrará em desespero**.

Então, preparado(a) para solidificar esse conhecimento?

05'46''

Os 12 conceitos universais do tráfego pago

Quais são os 12 principais conceitos do tráfego pago?

Acompanhe, abaixo, cada um deles:

1.

Fontes de tráfego: onde você irá trabalhar? Quais são as nuances e especificidades de cada fonte de tráfego? Como adequar as estratégias de acordo com cada fonte?

2.

Leilão: toda fonte de tráfego funciona mediante um sistema de leilão, para definir qual anúncio será mostrado e qual não.

3.

Objetivos: em toda fonte de tráfego pago, deve-se definir um objetivo específico para cada uma das campanhas.

4.

Definição de públicos: definição de público-alvo; audiência.

5.

Públicos/segmentações: “universo” de pessoas para quem se quer anunciar.

6.

Anúncios: nada importa mais no tráfego pago do que saber criar um bom anúncio.

7.

8.

9.

Testes: no jogo do tráfego pago, ganha quem testa mais.

Métricas: resultados dos testes, baseados em dados reais.

Traqueamento de dados: leitura das ações das pessoas dentro do site.

10.

11.

12.

Distribuição de conteúdo: criar a audiência para a qual se quer anunciar, por meio dos anúncios online.

Escala: habilidade de investir mais para ter mais resultados.

Implementação técnica: ações padrão nas plataformas (trata-se de "apertar os botões").

Para finalizar, entenda: **a teoria não fará você sair daqui seguro para criar as suas otimizações e campanhas, mas fará você ter o primeiro contato com as principais nomenclaturas e com esse “idioma”**, a fim de, gradualmente, entender como tudo neste universo funciona.

Lembre-se: **a confusão é o primeiro passo para o entendimento**, logo, não se preocupe se este contato inicial estiver causando mais dúvidas do que trazendo respostas – **com a técnica, você verá que tudo fará sentido**.

Fechou? Tamo junto!