



subido

COMUNIDADE SUBIDO DE TRÁFEGO

AULA 5

Seleção de objetivos e metas de desempenho

Índice

Introdução	Pág. 2
Objetivos e metas de desempenho	Pág. 3

00'02"

Introdução

100% do resultado que nós temos no tráfego pago está relacionado à seleção do objetivo certo de campanha.

E isso pode ser muito complicado, sobretudo pela falta de clareza do porquê que nós estamos anunciando — logo, **a falta de clareza é a grande mudança necessária que fará com que consigamos selecionar os objetivos de forma mais objetiva.**

A clareza nasce da estratégia de tráfego pago; e o que antecede a estratégia de tráfego pago é o domínio da operação, dos botões.

Então, preparado(a) para se aprofundar neste assunto?

01'02"

Objetivos e metas de desempenho

Inicialmente, é importante que você entenda dois grandes conceitos sobre os objetivos de campanha:

1. **O objetivo, normalmente, é muito óbvio.** Por exemplo:

Busca por vendas → Objetivo de vendas

Busca por engajamento → Objetivo de engajamento

Busca por instalações no aplicativo → Objetivo de instalações no aplicativo

2. **Dentro da Meta, cada objetivo de campanha contém metas de otimização, ou seja, diferentes micro-objetivos ao longo do caminho.** Por exemplo:

→ **Reconhecimento** — “Martelar” uma ideia na cabeça de um público-alvo, ou, então, anunciar para públicos muito pequenos — Divulgação de carrosséis:

- **Alcance:** atingir o maior número de pessoas e não necessariamente aparecer várias vezes para a mesma pessoa.

- **Impressão:** aparecer repetidamente — inclusive para a mesma pessoa. Ou seja, focar em frequência.
- **Incrementalidade:** aparecer frequentemente para muitas pessoas.

→ **Tráfego** — Enviar o maior volume de pessoas para um destino específico, para uma determinada página, para um determinado site, para um determinado link, para uma determinada URL — Direcionar as pessoas que estão em sites sem o pixel e conjuntos de dados instalados.

- **Clique no link:** foco em ter muitos cliques no link, mas sem foco no carregamento da página.
- **Visualizações de página:** cliques com foco no carregamento da página.

→ **Engajamento** — Gerar interações do público com publicações, vídeos e aplicativos de mensagem — Atração de pessoas com probabilidade de curtir, comentar, salvar, compartilhar a publicação.

- **Visualização de vídeo:** foco para que mais pessoas cheguem até o final do vídeo.
- **Aplicativos de mensagens:** aumentar o número de mensagens no WhatsApp, Direct ou Messenger, que são as três principais opções atuais para fazer divulgação.
- **Interação com a publicação:** foco em interações — curtidas, compartilhamentos, salvamentos, entre outros.

- **Participação de eventos:** foco em eventos que acontecem dentro do Facebook.

→ **Cadastro** — Coletar informações do usuário — Coletar dados de contato das pessoas.

- **Cadastro no site:** foco em enviar pessoas para o site, a fim de preencherem o formulário.
- **Formulário instantâneo:** cadastro que ocorre direto nas plataformas da Meta — logo ao clicar em um anúncio com formulário instantâneo.

Qual dos dois utilizar?

No site, você consegue **gerar mais comprometimento das pessoas**, pois consegue mais informações do porquê a pessoa está se cadastrando. **No formulário instantâneo**, muitas vezes, a pessoa vai **preencher as informações automaticamente**.

Logo, depende muito do seu objetivo, mas vale muito o teste do formulário instantâneo!

→ **Promoções do aplicativo** - Promover um aplicativo — Divulgar um aplicativo.

- **Instalação do aplicativo:** foco em levar pessoas novas para instalar o aplicativo.

- **Eventos:** ações específicas dentro do aplicativo.

→ **Venda** – Vender — Vender.

- **Site:** vendas através do site. Para isso, requer pixel, conjunto de dados e API de conversões instalada.
- **Catálogo:** anúncios dinâmicos baseados nas ações do usuário no site. Funciona muito bem para e-commerces.

→ **Botão turbinar** – Gerar visitas ao perfil do Instagram para as pessoas ou clicarem no link da bio ou seguirem – Aumentar o número de seguidores do perfil do Instagram e, também, divulgar o perfil como um todo.

Conhecidos os principais objetivos, o que eu quero que você faça com essas informações agora? Primeiro, **realize anotações, baixe este material, leia-o, sublinhe-o e lembre-se dos conceitos que abordamos aqui.**

Depois, **converse com a Aila e tire suas dúvidas**, fazendo uma avaliação do seu conhecimento, e, **no material mais prático, você verá toda a parte de seleção dos objetivos e da seleção de metas de desempenho — como fazer.**

Fechou? Tamo junto!