



subido
COMUNIDADE SUBIDO DE TRÁFEGO

AULA 4

**Objetivos:
sua mira a laser**

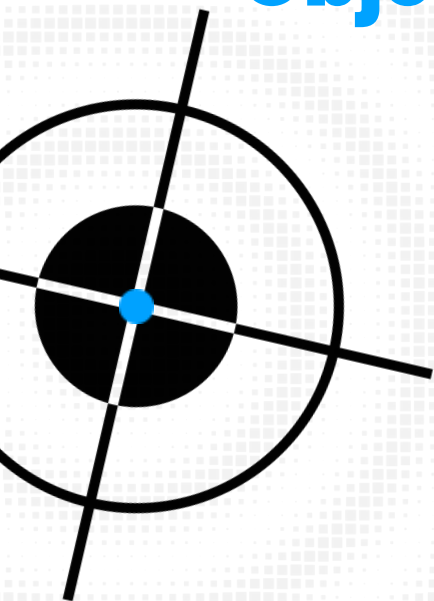
Índice

Objetivos: sua mira a laser

Pág. 2

00'02''

Objetivos: sua mira a laser



Os objetivos dentro do tráfego pago são, basicamente, a sua mira a laser.

Existem **dois tipos** de marketing: o **marketing da esperança** — em que você faz uma campanha buscando atingir todos os objetivos ao mesmo tempo; e o **marketing de performance** — em que são realizadas campanhas específicas para objetivos específicos.

Então, o que eu quero dizer é que os objetivos de campanha são, normalmente, muito complicados (inclusive, houve um tempo em que a Meta oferecia 13 tipos de objetivos diferentes), por isso, a minha dica é: **NÃO REINVENTE A RODA!**

Assim sendo, **se você quer vendas**, utilize o objetivo de vendas; se você quer **leads**, utilize o objetivo de cadastro; se você quer **seguidores** no Instagram, utilize o botão turbinar; se você quer mais **alcance**, utilize o objetivo de reconhecimento; **se você quer que o público se envolva com as suas publicações**, utilize o objetivo de envolvimento; **se você quer que o público entre em contato pelo WhatsApp**, utilize o objetivo de envolvimento com foco em WhatsApp; se você quer **visitas à loja**, utilize o objetivo de visitas à loja.

Ou seja, **cada fonte de tráfego apresenta objetivos diferentes, mas**, com o tempo, **você perceberá que todas elas são uma cópia das outras**. E qual é a parte mais difícil? **Ter clareza do que você está anunciando, do porquê você está anunciando**.

Com essa clareza, você descobrirá, facilmente, o objetivo certo — mas, não se preocupe, pois, no próximo material, você acessará o **cardápio de segmentações**, o qual, com certeza, iluminará bastante a sua mente e acabará com muitas das dúvidas que possam existir nessa cabeça).

Fechou? Tamo junto!