



Tem uma entrevista do Jeff Bezos que eu gosto muito, que ele está dizendo basicamente que as pessoas e as empresas estão sempre preocupadas com qual vai ser a grande novidade do mercado delas, qual que vai ser a grande mudança que vai acontecer. Porque quando acontecem as mudanças, existem oportunidades que surgem no mercado. Mas ele diz que quando ele estava criando a Amazon, ele estava muito mais preocupado com aquilo que ia permanecer, aquilo que ia perdurar, aquilo que não ia mudar, do que preocupado com a nova grande mudança do mercado. Quando eu ouvi isso, ele deu voz para uma ideia que eu sempre tive, de que existem fundamentos e princípios que não mudam. E esses fundamentos e princípios que não mudam, esses conceitos universais, eles são os conceitos nos quais nós devemos nos basear pra construir um conhecimento sólido. E é a partir de um conhecimento sólido que a gente consegue ganhar muito dinheiro. porque não tem ninguém aqui brincando de casinha, brincando de professor e aluno. Não, nós estamos aqui para construir um conhecimento que vai colocar dinheiro no seu bolso. E esses fundamentos sólidos do tráfego pago, ao estudá-los e principalmente aplicá-los todos os dias nos últimos 10 anos como gestor de tráfego, que criaram o método subido de tráfego. O método subido de tráfego, ele justamente vai falar pra você e vai te explicar e vai te trazer estes conceitos universais, estes pilares, estes fundamentos universais que vão servir como base do seu conhecimento prático. pra você sim apertar nos botões das ferramentas, pra você subir os seus anúncios, pra você ter resultados com os anúncios online. Agora, talvez o que você esteja se perguntando é, pô, por que eu vou assistir a um módulo teórico quando eu posso simplesmente pular pras aulas práticas? E você pode, você tem total liberdade, mas essa não é a minha recomendação. A minha recomendação é que você assista a este módulo, que sim é um módulo teórico. Por quê? Porque a teoria é o que sustenta a prática, no longo prazo da sua jornada. Só aprender a prática é como se fosse construir um castelo de cartas. A gente não quer construir um castelo de cartas no tráfego pago, a gente quer construir algo sólido, algo atemporal. E a teoria do tráfego pago ela é atemporal, enquanto a prática do tráfego pago ela é temporal. Ou seja, a prática do tráfego pago, apertar nos botões as ferramentas, a interface do gerenciador de anúncios, o que que tá funcionando bem hoje, o que que funcionava bem ontem, isso tá mudando o tempo inteiro. A primeira aula ao vivo que eu dei na internet sobre tráfego pago, uma das coisas que eu falei foi, a mudança é a única constante, acostume-se com ela. Entenda que parte do seu trabalho como gestor de tráfego, seja você cuidando dos anúncios do seu próprio negócio ou você cuidando dos anúncios online de outros clientes e sendo pago por isso, parte do seu trabalho vai mudar o tempo inteiro. E quando a mudança vem, você tem duas escolhas. Você tem a escolha de ficar completamente apavorado. Meu Deus, vai tudo mudar? Nada do que eu aprendi serviu até aqui. Nossa, agora o mercado vai ser diferente. Ou você pode olhar pra mudança e falar assim, uma mudança. E isso é uma oportunidade. Porque enquanto vai ter gente chorando com essa mudança, eu vou ser mais rápido, mais ágil, vou aprender ela primeiro e vou

implementar ela primeiro. Depois de um tempo, os apavorados entendem que aquela mudança não ia matar ninguém. E aí eles acabam se adequando também. Mas sempre tem aquelas pessoas que chegam primeiro, né? Tem aquele ditado que quem chega primeiro bebe água limpa. Só que o que eu quero que você entenda? Que a escolha de se você vai ser um apavorado ou se você vai enxergar oportunidades nas mudanças, ela acontece aqui. No fato de você escolher assistir com afinco, com força, com atenção a este módulo. Por quê? Porque 80% do tráfego é atemporal. Isso quer dizer que 80% do tráfego não muda. E somente 20% é temporal. O que acontece? Muitos professores de tráfego pago, e eu respeito eles, eu entendo o porquê que eles fazem isso, eles começam as suas aulas já ensinando o aluno a criar a campanha, a subir o anúncio, a colocar o anúncio no ar. E qual que é o benefício e o problema disso? O benefício é que você vai sentir uma euforia grande. Você vai ter uma sensação dopaminérgica de adquirir um novo conhecimento muito rápido. Então é aquela quick win, aquela pequena vitória que você vai ter logo no primeiro conteúdo. Nossa, eu já saí do primeiro conteúdo e eu já sei subir a minha campanha. Eu já sei apertar no botãozinho verde de criar campanha, depois eu vou selecionar o objetivo de engajamento, aí vai aparecer a opção se eu quero criar uma campanha personalizada ou uma campanha manual, eu seleciono a campanha manual, depois eu vou selecionar o meu orçamento ABO, CBO, enfim. Eu posso dar o passo a passo aqui pra você, só que na minha concepção como professor, isso não seria o melhor para o seu aprendizado de longo prazo. O melhor para o seu aprendizado de longo prazo é você dominar os 12 conceitos universais do tráfego pago e a partir disso você aprender a parte prática. Por quê? Porque se você domina os 12 conceitos universais do tráfego pago, quando a parte prática mudar, você vai ser a pessoa que vai enxergar oportunidade e que não vai entrar em desespero. Porque a pessoa que entra em desespero é a pessoa que aprendeu somente a parte temporal, ou seja, a parte que muda a todo momento. Quais são, então, os doze conceitos universais do tráfego pago? Primeiro conceito universal do tráfego pago são as fontes de tráfego. Onde que nós vamos trabalhar? O trabalho do gestor de tráfego, mais uma vez, seja você o gestor de tráfego que vai cuidar dos seus próprios anúncios ou que vai cuidar dos anúncios de outras empresas, o papel fundamental do gestor de tráfego é entender quais são as nuances e as especificidades de cada uma das fontes de tráfego e saber adequar suas estratégias melhor a cada fonte de tráfego. Você pode ficar tranquilo que ao longo das próximas aulas a gente vai justamente falar sobre cada um desses pontos com mais profundidade. Segundo conceito é o leilão. Toda fonte de tráfego funciona através de um sistema de leilão. O que isso quer dizer? Quer dizer que para decidir qual anúncio vai ser mostrado, qual anúncio não vai ser mostrado, todo anunciante vai ser avaliado num leilão. Pensa num leilão de quadros. Quem é que ganha o leilão de quadro? A pessoa que dá o maior lance. Então, estão vendendo um quadro e eu vou dar um lance para comprar aquele quadro. Quem tem o maior lance compra. No tráfego pago isso é um pouco diferente, porque não é só o poder aquisitivo, o dinheiro, que vai dizer quem ganha ou não ganha o leilão. Mas todas as fontes de tráfego sempre vão respeitar o sistema de leilão. Terceiro conceito universal. Em toda fonte de tráfego pago, nós temos que ter a capacidade de definir um objetivo específico para cada uma das nossas campanhas. A diferença da publicidade do passado, da publicidade do presente, é que nós temos o superpoder de encontrar pessoas mais propensas a realizar um determinado

objetivo. Então eu consigo encontrar pessoas mais propensas a engajar, a comprar, a se cadastrar, a instalar um aplicativo. Eu consigo encontrar as pessoas que estão mais propensas para que eu realize o meu objetivo publicitário. E isso é padrão em toda fonte de tráfego pago. Outro ponto padrão em toda fonte de tráfego pago são os públicos, as segmentações. Ou seja, eu tenho um universo de pessoas para as quais eu quero anunciar. Eu posso escolher anunciar para um segmento, para uma segmentação dessas pessoas. E as fontes de tráfego nos oferecem centenas de maneiras de escolher pra quem que a gente vai querer anunciar? E aí, é claro, o outro conceito universal são justamente os anúncios. Eu sempre falo, e você vai ver eu repetir essa frase talvez uma dezena de vezes ao longo das próximas horas que a gente vai passar juntos, mas o segredo dos anúncios online são os anúncios online. Nada importa mais no universo dos anúncios online do que você criar e saber criar um bom anúncio. Só que nós temos que saber criar um bom anúncio, temos que saber selecionar bem os nossos públicos, temos que saber selecionar bem os nossos objetivos. Mas talvez até mais importante do que tudo isso é a gente saber testar, é a gente saber colocar aquele anúncio, aquele público, aquele objetivo, aquela nossa estratégia à prova e descobrir. Pô, essa estratégia funciona ou não funciona? O anúncio A é melhor do que o anúncio B, ou o anúncio B é melhor do que o anúncio A? No jogo do tráfego pago, ganha quem testa mais. Só que quando nós testamos, nós temos que fazer o quê? Temos que... encontrar o resultado dos testes, descobrir o resultado dos testes, baseado em dados reais, ou seja, mais um conceito, as métricas. As métricas, a leitura dos dados, do que está acontecendo com os nossos anúncios, é um dos assuntos mais temidos pelos aspirantes a gestores de tráfego, mas depois que você aprender aqui comigo, você vai ver que métrica é tão fácil quanto fazer continhas de soma, e de subtração. Só que pra fazer essa leitura de métricas, nós temos que ter o que nós chamamos dentro do tráfego pago de traqueamento. O que é o traqueamento? Traqueamento nada mais é do que a gente conseguir ler as ações que as pessoas fazem dentro do nosso site. Vish, ficou meio confuso. Pois é, pensa o seguinte, a fonte de tráfego, vamos pegar o exemplo de uma aleatória, o TikTok Ads. O TikTok Ads, se eu estou anunciando dentro do TikTok e alguém vê o meu vídeo, O TikTok sabe que a pessoa viu meu vídeo, porque a pessoa tá vendo meu vídeo dentro do TikTok. Mas como é que o TikTok vai saber o que que o usuário fez se ele clicou no meu anúncio e foi até o meu site? Aí dentro do meu site, o usuário adiciona o produto no carrinho e compra. Como é que o TikTok fica sabendo dessa ação que o usuário realizou dentro do meu site? Ele precisa de um informante dentro do site que envie essas informações para o TikTok. E isso a gente chama de traqueamento. Óbvio que é uma explicação aqui de maneira absolutamente simplista, mas é só para você ter um primeiro contato. Depois, próximo conceito universal do tráfego pago é a distribuição de conteúdo. o que é a distribuição de conteúdo? Nada mais é do que a gente criar a audiência para a qual a gente vai anunciar através dos anúncios online. Então, no universo dos anúncios online, a gente sempre tem duas opções. Eu posso anunciar para pessoas que nunca viram a minha marca e vender para essas pessoas, e é isso que a gente quer. Mas, além disso, nós também queremos criar um público de pessoas para as quais nós vamos vender. Dessa forma, é como se eu tivesse dois canais de aquisição dentro do tráfego pago. Eu posso adquirir novos clientes através das pessoas que nunca me viram e eu posso adquirir novos clientes através das pessoas que me

seguem, se inscreveram no meu canal, já engajaram com os meus conteúdos, já estão inscritas no meu canal. Depois, próximo conceito é a escala. A escala nada mais é do que a gente ter nas nossas mãos a habilidade de conseguir investir mais para ter mais resultados. E esse é sempre um grande desafio para o gestor de tráfego. Eu falo que o tráfego pago nada mais é do que uma árvore de dinheiro ou uma máquina de imprimir dinheiro. Toda vez que eu coloco uma determinada quantidade de dinheiro de um lado, sai mais dinheiro do outro. Então, de um lado eu coloquei, sei lá, 10 dólares, do outro lado saíram 50 dólares. Isso daqui é a máquina de imprimir dinheiro. Só que beleza, colocar 10 dólares de um lado e sair 50 dólares de um lado é fácil. Agora, colocar 1 milhão de dólares de um lado. e sai 5 milhões de dólares do outro, já é mais difícil. Este processo de investir mais e continuar tendo resultado é que é o grande desafio do gestor de tráfego. Mas nós temos métodos e mecanismos e recursos que a gente utiliza para que a gente consiga investir cada vez mais, tendo cada vez mais resultado. E por último e não menos importante, nós temos a implementação técnica. A implementação técnica, por mais que ela esbarre um pouquinho na parte temporal do tráfego pago, ou seja, a parte do tráfego pago que muda, a implementação técnica ela é algo que vai estar constante sempre nas nossas vidas. Então, nós sempre vamos ter que ter algumas ações dentro das plataformas de criar as campanhas. É o famoso apertar nos botões. Então, sempre vai ter que ter algum botão que vai ser clicado. Ah, mas a inteligência artificial está se desenvolvendo para isso. Sim, mas mesmo com a inteligência artificial, nós vamos ter que, diretamente para a meta, para o Google, para o TikTok, para o LinkedIn, para o Pinterest, para o Twitter, dar orientações para as plataformas do que fazer ou então dar as orientações para uma inteligência artificial do que ela vai ter que fazer. Nós vamos ter que, de um jeito ou de outro, diretamente para a plataforma ou diretamente para uma inteligência artificial, nós vamos ter que ainda escolher e definir estes conceitos universais sobre os quais estamos falando aqui. Nós vamos ter que fazer a definição de um objetivo, temos que fazer uma definição de um público-alvo, mesmo que seja definir, quero fazer um anúncio para uma segmentação automática. Ou seja, eu não quero escolher pra quem eu vou anunciar. Eu vou deixar a plataforma escolher isso pra mim? Eu tenho que fazer a criação do meu anúncio? Eu tenho que escolher o que eu vou testar? Eu tenho que ler os meus resultados e eu tenho que tirar conclusões disso? Eu tenho que fazer traqueamento? Eu tenho que distribuir o meu conteúdo? Eu tenho que escalar as minhas campanhas? Enfim, tudo isso vai ser feito a partir da implementação técnica. Então, eu quero que você entenda que a teoria quer dizer que você vai sair daqui seguro pra criar e otimizar as suas campanhas. Não. Você não vai sair do módulo teórico. Nossa, agora eu tô pronto. Eu consigo já criar um anúncio. Muitas das coisas sobre as quais eu falei aqui, inclusive, geram dúvidas na sua cabeça. Você fica assim, putz, será que eu vou conseguir implementar tudo isso? Teve um monte de coisa que ele falou que eu nunca ouvi falar na minha vida. Parabéns. Esse é justamente o objetivo aqui. O objetivo é fazer você ter um primeiro contato com essas nomenclaturas, um primeiro contato com esses termos, porque é como se fosse um novo idioma, para que a partir de agora, você tenha cada vez mais contato, e isso tudo que eu for falando pra você vai ter mais sentido. Ah, mas eu não consigo entender ainda como que isso acontece na prática. Tá tudo bem. É natural que você não consiga ver como acontece na prática. Porque a minha proposta aqui é justamente, vamos construir uma fundação juntos,

e a partir dessa fundação que a gente vai construir, quando chegar a parte prática, você vai falar o seguinte, Agora eu entendi. Tem um meme que fala isso. Ah, agora eu entendi! Ah, então você vai conseguir entender aos poucos esse conhecimento. E a teoria, entender a teoria, quer dizer que você teve, então, um primeiro contato com o conhecimento. É tipo quando você começou a dirigir, ou você, sei lá, quer aprender a jogar um jogo de tabuleiro. Se você não lê as regras do jogo, você vai tentar sair jogando o jogo. No começo ele é meio difícil, é meio complicado. Você fala assim, putz, eu não consegui entender muito bem ainda como é que faz isso daqui. Eu não consegui entender muito bem ainda como é que joga esse jogo, mas se num primeiro momento você não passa por aquele esforço de ler as regras, entender como funciona, tenta jogar, lê a regra de novo, tenta jogar, lê a regra de novo, E aí, de repente, você começa a aprender a jogar sem nem ter mais que olhar para as regras. Ou foi tipo quando eu aprendi a fazer kitesurf. Quando eu aprendi a fazer kitesurf, eu lembro que o professor, ele mostrava pra mim primeiro a teoria do que eu tinha que fazer. E aí eu falava, beleza, entendi a teoria. Entendi a teoria de como movimentar o kite, entendi a teoria de como posicionar minha prancha, entendi a teoria de como começar a velejar. Aí o professor me mostrava aquilo na prática. Aí depois eu ia lá e tentava, tentava, tentava, tentava. E o meu aprendizado foi muito mais rápido do que as pessoas que simplesmente saíram tentando. Então, o seu foco para as próximas aulas tem que estar em quatro lugares. Primeiro, ter um primeiro contato e se deixar ficar um pouco confuso. Eu falo aqui que a confusão é o primeiro passo para o entendimento. Se você está se sentindo confuso, que bom, você já está no caminho do entendimento. Isso faz parte da sua jornada para dominar aquele conteúdo. Então, primeiro foco. Ter o primeiro contato com o conteúdo e deixa ficar confuso. Deixa ficar confuso. Faz parte. Essa confusão vai se dissolver quando a gente chegar na parte prática. Ah, mas e se a gente já for pra prática? Não vou ter confusão nenhuma? Vai ter confusão. Então vamos passar primeiro pro estágio de confusão na teoria. Quando chegar na prática, você tá dominando. Segundo ponto, emergir no universo do tráfego pago. Você tá aqui pra começar a vivenciar o tráfego pago, pra ter mais contato com o tráfego pago, com os termos do tráfego pago. Terceiro, começar a construir o conhecimento atemporal do tráfego pago. Vai chegar a hora do conhecimento temporal e ele vai vir pra você mastigadinho, pronto pra você executar. Ah, Pedro, socorro, mas se eu já quiser, eu fechei um cliente agora, eu tenho que subir a minha campanha. Pô, é para isso que a gente tem o módulo do SOS Tráfego Pago, onde você fechou um cliente, corre para o módulo SOS. Ele vai ser mais prático, direto ao ponto. Ah, eu já quero ir direto para o módulo SOS. Lá no módulo SOS, eu explico para você o porquê que, se você tem tempo, você deve começar pelo módulo da teoria, o módulo dos conceitos universais do tráfego pago. E número quatro, você precisa organizar as peças do quebra-cabeça. Como assim organizar as peças do quebra-cabeça? Aprender Trafego Pago é como montar um quebra-cabeça. A gente sabe o que a gente quer, então o que eu quero? Ah, eu quero subir as campanhas para gerar resultados para os clientes. Ou eu quero subir as campanhas, subir os anúncios para gerar resultado para o meu negócio. O que você tem agora? A gente tem todas as peças absolutamente bagunçadas e sem sentido. Tá muito confuso ainda. Qual que é a moral da história? Qual que é o caminho que nós estamos seguindo? A gente vai seguir o caminho de, primeiro, organizar as peças por cores, que é entender os conceitos. Depois, a gente vai

começar a montar o quebra-cabeça, que é colocar a mão na massa de fato, tá bom? Tamo junto e a gente se vê na próxima aula.