



subido

COMUNIDADE SUBIDO DE TRÁFEGO

AULA 4

Estrutura e nomenclatura de campanhas

Índice

Introdução	Pág. 2
Estrutura e nomenclatura de campanhas	Pág. 3

00'02''

Introdução

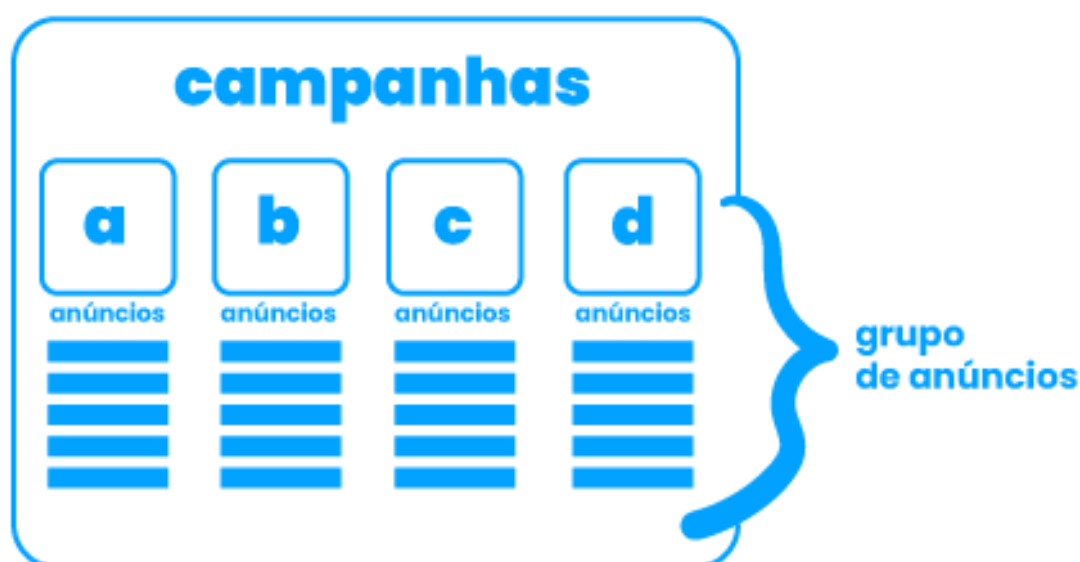
As **campanhas, os anúncios e os grupos de anúncio** serão os seus **três melhores** amigos a partir de agora — e durante muito tempo como gestor de tráfego —, e quando falamos de anunciar na internet, não é tão intuitivo assim pensar em **estruturas para desenvolver determinadas tarefas, mas, fato é que por trás de todo anúncio existe um grupo de anúncios e por trás de todo grupo de anúncios existe uma campanha.**

Então, bora entender cada uma dessas estruturas?

00'53'''

Estrutura e **nomenclatura** de campanhas

O **primeiro passo** para dominar qualquer fonte de tráfego é **compreender as estruturas e para que cada uma serve**. Assim sendo, observe o conjunto abaixo:



Mas o que significa, individualmente, cada uma dessas partes?

1. **Campanha:** por que vamos anunciar? Quanto vamos gastar?
2. **Conjunto de anúncios:** para quem vamos aparecer? Onde vou aparecer?
3. **Anúncio:** o que vamos anunciar?

Logo:

Se você tem **uma campanha** com **cinco grupos de anúncios**, e em cada grupo de anúncios existem **seis anúncios**, você tem uma **campanha "1-5-6"**:

campanhas



Lembrando que os anúncios podem ser iguais, em cada grupo de anúncios, ou diferentes — tudo dependerá da sua estratégia —, mas, via de regra, as 6 variações de anúncios serão iguais em todos os grupos.

E como adaptar a nomenclatura para organizar as campanhas, grupos de anúncio e anúncios?

Sobre isso, é o que sempre digo: **“Nomenclatura traz ROI”**, ou seja, ter uma boa nomenclatura colocará dinheiro no seu bolso, afinal, **a nomenclatura permite extrair dados de maneira mais rápida e com muito mais clareza!**

Como sugestão de padrão de nomenclatura, você pode utilizar o seguinte formato:

Campanha: [OBJETIVO DA CAMPANHA] [PÚBLICO FRIO/MORNO/QUENTE]
[POSICIONAMENTO] [TAG] Descrição

Exemplo prático: [CONVERSÃO] [F] [STORIES] [DESAFIO] Vídeo convite

Conjunto de anúncios: (Nº DE CRIAÇÃO) - [AUTO] - [Nome do público]

Exemplo prático: 01 – [FEED] Envolvimento IG 14D

Anúncio: AD (nº de criação) – Descrição identificável

Exemplo prático: AD01 – Convite de cabeça para baixo

Com essas informações, **você manterá sua conta de anúncios organizada e visualmente bonita** — e isso faz muita diferença na hora de **interpretar dados e filtrar campanhas, públicos e anúncios**.

Fechou? Tamo junto!