



# 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

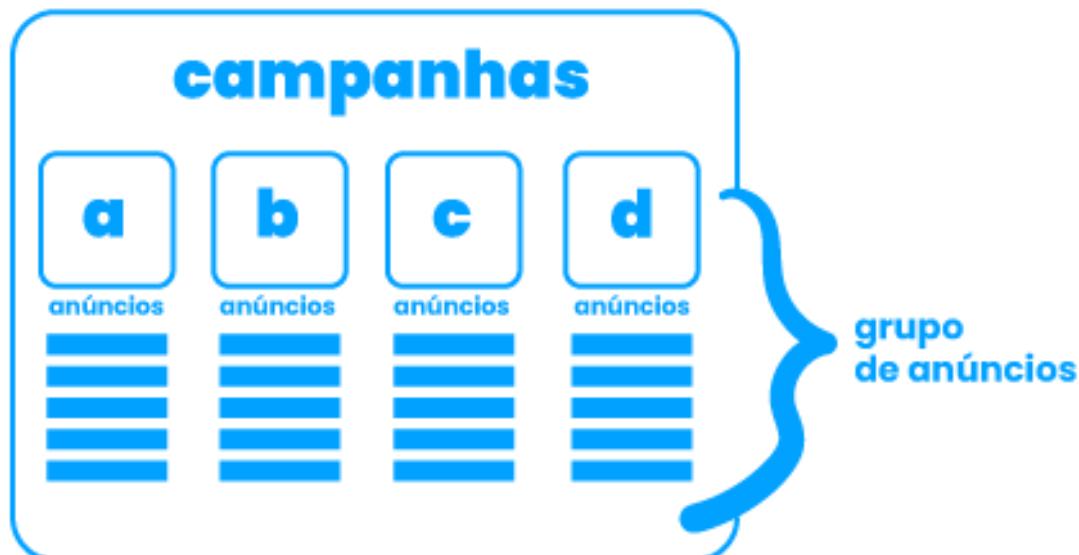
As **campanhas, os anúncios e os grupos de anúncio** serão os seus **três melhores amigos** a partir de agora — e durante muito tempo como gestor de tráfego —, e quando falamos de anunciar na internet, não é tão intuitivo assim pensar em **estruturas para desenvolver determinadas tarefas, mas, fato é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

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



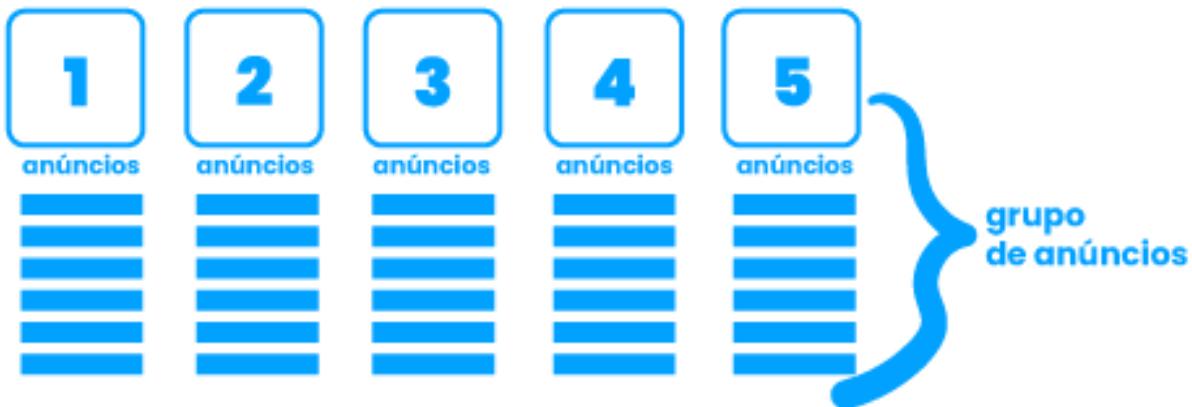
Mas o que significa, individualmente, cada uma dessas partes?

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!**