

## LIVE MONSTRA #40

Tudo sobre Remarketing no Google Ads

=====

Parte 1: Universo do Remarketing;

Parte 2: Passo a passo do zero (prático);

Parte 3: Estratégias de remarketing.

=====

### **Parte 1: Universo do Remarketing;**

9 perguntas frequentes:

#1 - O que é remarketing?

Remarketing é você anunciar para quem já se conectou com você. (anúncios perseguidores)

#2 - Por que rmkt gera resultado?

Porque você anuncia para que já te conhece.

#3 - Por que é importante fazer rmkt?

Porque a maioria das pessoas que entram no seu site não fazem a ação desejada. (95% venda / 60% lead)

#4 - O que é RMKT 2.0?

Evolução do RMKT tradicional. Fizeram ações específicas no seu site.

#5 - Invisto pouco no Google, devo investir no RMKT?

Sim, campanha precisa estar ativa o tempo inteiro. Não importa o seu investimento.

#6 - Quanto devo investir em RMKT?

Isso varia de nicho pra nicho, tipo de negócio.

A ideia é você criar uma campanha de RMKT e se ela estiver na sua meta de CPA, investe o máximo que der. O Google não vai conseguir gastar todo seu dinheiro. 10% a 30% do investimento.

1000 reais por mês -> 100 a 300 de rmkt.

#7 - Tenho pouco tráfego, remarketing funciona pra mim?

Sim, mas você não vai ter escala. Quanto mais pessoas se conectarem, mais escala você vai ter.

#8 - Posso fazer remarketing de um site que não é meu?

Não, ao menos que o dono do site instale a tag do Google no site dele.

**SEGREDO:** Eu vou revelar durante essa live uma maneira de criar públicos de RMKT de pessoas que entraram no site do seu concorrente.

#9 - Onde meus anúncios vão aparecer?

Em todos os lugares do Google Ads (Pesquisa, Display, Discovery, Youtube etc)

#10 - Posso criar público de RMKT sem ter site?

Sim, mas o fato de você não ter site, perde muito público qualificado. (Youtube, Email etc)

Aviso: Remarketing é uma das campanhas mais simples de fazer porque ela já tem a segmentação correta feita pra você. Falta apenas criar o anúncio.

Gerar resultado garantido no Google:

1. Landing Page de alta conversão;

2. Oferta ou promessa irresistível;

**3. Segmentação = público rmkt = pessoas ultra qualificadas.**

4. Anúncio chamativo.

Estamos vivendo na era do CPCx:

CPC: custo por clique;

CPA: custo por aquisição (conversão);

CPCx: custo por conexão.

CPCx = habilidade de criar público de RMKT. É público que mais gera resultado.

Estratégia mais utilizada no marketing digital.

**Parte 2: Passo a passo do zero (prático);**

Remarketing em 4 passos práticos:

**Passos 1: Instalar a TAG do Google no seu site e vincular contas.**

Instalar a Tag Global do Google

Vincular o Youtube

VIncular o Analytics

Pixel do Facebook

Pixel do Twitter

Google Tag Manager = Apenas um código no seu site.

Chrome Web Store: Google Tag Assistant

Jamais anuncie no Google ou Facebook sem a TAG instalada.

- 1 - Conversões
- 2 - Públicos de RMKT

Gestor de Tráfego BIRDBOX #nãosejaobirdbox

## **Passo 2: Criação de Públicos de Remarketing**

- 1 - Criar uma planilha para organização do seus públicos;
- 2 - Criar públicos mesmo que você não usará agora;
- 3 - Criar os públicos com duração de associação diferentes;
- 4 - Nomenclaturas organizadas.

[ORIGEM] Opção se segmentação - DURAÇÃO

Origem: YT, SITE, EMAIL, APP

Opções: Nome doda ação

Duração: Tempo em dias (15D)

Site todo:

- [SITE] Conversão Extrema - 15D
- [SITE] Conversão Extrema - 30D
- [SITE] Conversão Extrema - 60D
- [SITE] Conversão Extrema - 180D
- [SITE] Conversão Extrema - 365D
- [SITE] Conversão Extrema - 540D

- [YT] Inscritos - 15D
- [YT] Inscritos - 30D
- [YT] Inscritos - 60D
- [YT] Inscritos - 180D
- [YT] Inscritos - 365D
- [YT] Inscritos - 540D

## **Passo 3: Definir o objetivo de campanha**

3 objetivos em campanhas de remarketing

1. Conversão: (Venda ou Lead): CPA
2. Lembrete: CPM
3. Aquecimento: CPV

### 1. Conversão:

TVFA: <https://youtu.be/K-1ascPDpW8>

(Atenção + Informações + Chamada Ação)

### 2. Lembrete:

BUMPER (até 15seg): <https://youtu.be/9GAD95SvVn0>

True view: <https://youtu.be/y6KfaostSY4>

### 3. Aquecimento:

YT Discovery: [https://youtu.be/erl\\_yu\\_-Xcc](https://youtu.be/erl_yu_-Xcc)

True view: <https://youtu.be/wYW-loiiGX8>

O caminho até a conversão (venda):

1 - Primeiro contato com você.

2 - Aquecimento.

3 - Lembrete.

4 - Conversão.

Qual é 80/20 para gerar no Google?

Entender as estratégias. Esse deve ser o seu foco.

Primeiro você pensa na estratégia, você importa ela pro Google.

1. Criar campanhas para públicos que tem interesse celular

2. Público de RMKT: reviews do celular, depoimentos de clientes

3. Lembrete: Você ainda não comprou, venha.

4. Conversão.

## **Passo 4: Criação de campanhas na prática**

### **1 - Remarketing na Rede Pesquisa**

1. Clique no +

2. Selecione Venda ou Lead

3. Coloque no na campanha

4. Foque apenas em campanha de pesquisa (tire display)

5. Programação de anúncio

6. Selecione a localização

7. Idiomas

#### **8. Públicos-alvo (observação)**

9. Defina orçamento

10. Defina Lance

11. Crie o grupo de anúncio

12. Selecione palavras focadas
13. Crie pelo menos 3 anúncios
14. Coloque extensões de anúncios
15. Revise tudo
16. Publique campanha.

Exclusão de remarkting. A pessoa não vê o meu anúncio na pesquisa pois consigo excluir ela.

Pulo do porco: qualquer público, e dessa maneira você vai entender mais do seu público.

Você sabia disso? Você já fez isso?

## **2 - Campanha de Vídeo e Banners - Youtube e Display**

1. Clique no +
2. Selecione Venda ou Lead
3. Nome da campanha
4. CPA desejado
5. Defina orçamento diário
6. Localização
7. Idiomas
8. Limite de frequência
9. Programação de anúncio
10. Padrão
11. O nome do grupo de anúncio
- 12. Segmentação: Público-alvo de rmkt.**
13. Retire a “expansão de público”
14. Insira a url do vídeo do youtube
15. Crie o anúncio
16. Publique a campanha

P1 - pessoas que já te conhecem (90% vendas) (lucro)

P2 - pessoas que não te conhecem (10%)

## **3 - Campanha de Lembrete RMKT**

1. Alcance e reconhecimento de marca. (BUMPER ou In-stream não pulável)

## **4 - Campanha de Aquecimento RMKT**

1. True view = depoimentos
2. YT Discovery = conteúdo, review

1. Consideração de produto ou marca. = CPV

### **Estratégias de Remarketing**

1. Assistência de conversão (depoimentos, lembretes, conteúdo...)
2. Trackeamento dos seus clientes;
3. Tempo x conversão (quanto mais rápido melhor)
4. Cria base TODO DIA. (popula rmkt) (distribuição de conteúdo)
5. Público negativo de RMKT. (lead)
6. Limite de frequência deixa seu anúncio mais barato e com mais resultado.

### **3 e a última VAI PIRAR coisas que A MAIORIA NÃO SABE sobre remarketing:**

#1 - Informações de públicos de remarketing.

Conheça mais o seu público, do que eles gostam etc.

Eu devo popular o meu público da onde? PÚBLICO-ALVO.

#2 - Adicione muitos públicos de observação na pesquisa

#3 - PÚBLICO semelhante (quanto mais quente for a fonte, melhor)

#4 - Criação de público de remarkting de outras pessoas

Criar público de remarekting de pessoas que entraram no site do seu concorrente?

Quem quer aprender isso?

MUITO OBRIGADO PELO SEU COMPROMETIMENTO!!!

LIVE MONSTRA!!!! TMJ

#euvouestarla