

Estratégia Alpha – Produtos Moda, Calçados, Bijuterias. Marcas e Branding em geral

Estratégia de Anúncios Para Drop Nacional

Fase de Aquecimento do público

- Vamos aqui trabalhar as etapas dos funis
- Vamos aquecer o futuro cliente com conteúdos e criar públicos a partir dessas pessoas que já interagiram com a nossa marca
- Trabalhamos assim todas as etapas do funil e criamos engajamento com a nossa marca
- Vamos trabalhar diferentes objetivos e levar as pessoas to topo do nosso funil (engajamento com a marca) até a compra (fundo do nosso funil)

Vídeos (topo de funil) – 25% orçamento

1. Faça mini vídeos das suas coleções usando fotos ou peça para o seu fornecedor vídeos para os seus produtos
2. Você pode criar videos sensacionais usando apps como inshot & mojo no seu próprio celular
3. Os vídeos também podem ser sobre um assunto relacionado a sua marca (não necessariamente um produto)

Objetivo de campanha: Visualizações do vídeo

Públicos a serem criados: 50%, 75% e 95% de pessoas que visualizaram o vídeo

Métrica a ser avaliada: Custo por visualização



Conteúdo ou Postagem (Topo e meio de funil) 25% do orçamento

1. Crie conteúdos relevantes para a sua audiência
2. Blog posts ou postagens simples a fim de simplesmente engajar seu futuro público
3. Postagens de MODA apenas a fim de gerar engajamento e posteriormente gerar públicos
(Carrousel funciona super bem)

Objetivo de campanha: Engajamento
Públicos a serem criados: Pessoas que engajaram com a postagem, instagram ou Facebook
Métrica a ser avaliada: Custo por Engajamentos / Comentários e Compartilhamentos

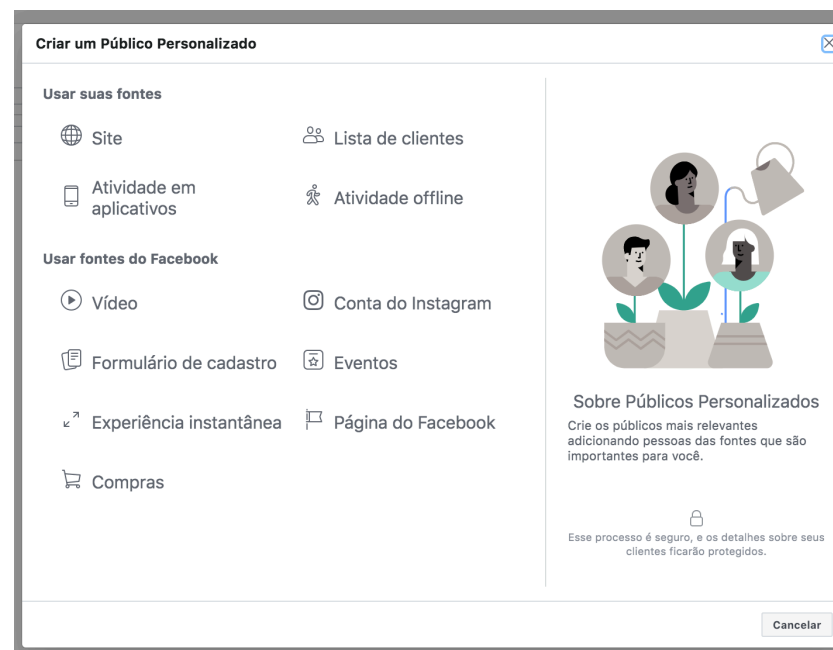


Como trabalhar o Topo e o Meio do funil

- Você precisa criar conteúdos e fazer as pessoas engajarem com a sua marca.
- Você pode trabalhar vídeos e conteúdos ao mesmo tempo fazendo os futuros clientes terem a sua marca ainda mais presentes na mente
- O Orgânico também é importante pois você criar públicos das pessoas que interagiram com o seu instagram. Use e abuse do Reels e Stories
- Crie um calendário de postagens para o seu insta e facebook (use as mesmas postagens nas 2 mídias) use o calendário de postagens do canva
- Solicite ao seu fornecedor o máximo de material possível e use o canva (link na descrição para fazer super imagens sem ser designer)

Crie públicos personalizados

- Volte a aula de públicos se não saber como criar públicos e crie públicos de todo o tipo de conteúdo que você está usando nas mídias sociais
- Envolvimento com a Página
- Envolvimento instagram
- % de visualização dos vídeos



Fundo do funil – 50% do orçamento

1. Agora vamos pegar todos esses públicos que criamos e finalmente vender nossos produtos
2. Vamos levar nossos clientes para página de produto
3. Para Moda e calçados a copy é muito simples e uma imagem vale mais que mil palavras
4. Alguns produtos que são mais complexos necessitam vídeos (como ferramentas e produtos pouco conhecidos pelas pessoas)
5. Você vai levar o cliente para a página de produto e página de produto termina a venda

Objetivo de campanha: Conversão

Públicos a serem criados: ADT, IC ou

Compradores

Métrica a ser avaliada: Custo por venda /
Resultado

Exemplo de uso do orçamento:

- Orçamento inicial da minha loja para tráfego: R\$ 1000,00

R\$ 500,00 para dividir em topo e meio de funil entre vídeos e conteúdos ou postagens de engajamento
Dividir entre o conteúdo criado R\$ 35,00 / dia inicialmente

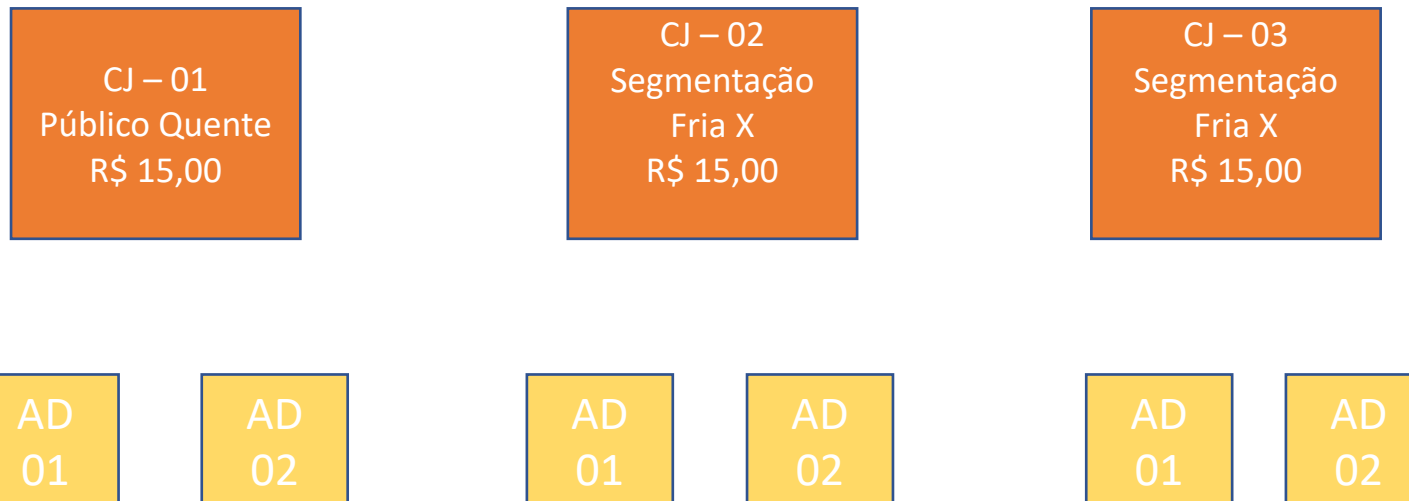
Conversões: Visualizações de vídeo, engajamento ou tráfego
Rodar simultaneamente com a próxima fase

R\$ 500,00 –Validação de produtos (próxima fase)

Fase de Validação de produto com públicos quente e frio

- Objetivo: Conversão para compra (ABO) (teste de R\$ 100,00 por produto)

Campanha com objetivo de compra - PUR



“Rodar por 3 dias e verificar as métricas”