

31/07 E 01/08

CRONOGRAMA

FÓRUM 24

DE 14/08/20

CRONOGRAMA

Felipe Doederlein

Diretor da Lupi Pet

16h20 às 16h50

Anúncios de alta performance

Métricas e estratégias para atingir resultados consistentes

31/07 E 01/08

A importância da mídia paga na performance da loja

Como era a Mídia Paga anteriormente?



Vantagens na Evolução das Mídias pagas

-> Identificar e segmentar seu público

-> Mensuração de resultados

-> Investimentos flexíveis

-> Flexibilidade de veiculação

Principais canais de Mídia Paga

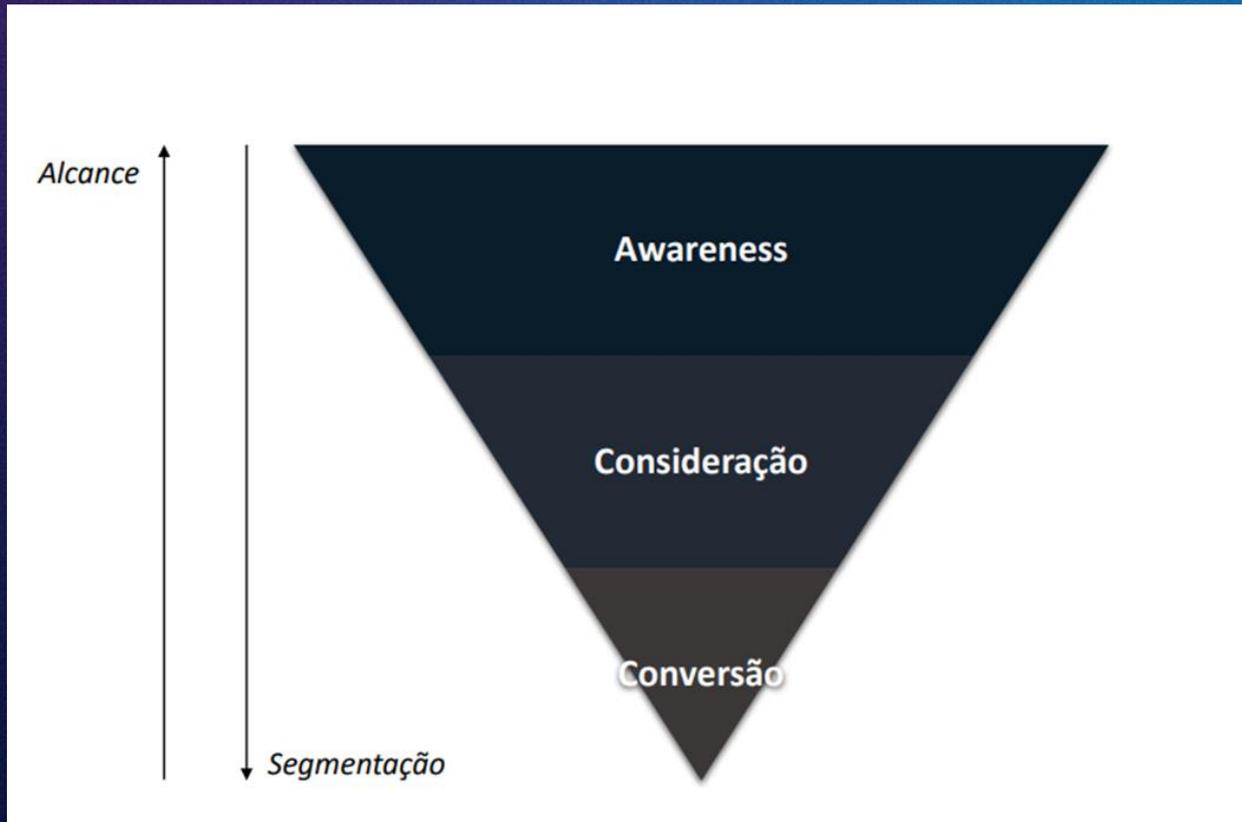
-> Google(ads, shopping, display)

-> Facebook/Instagram

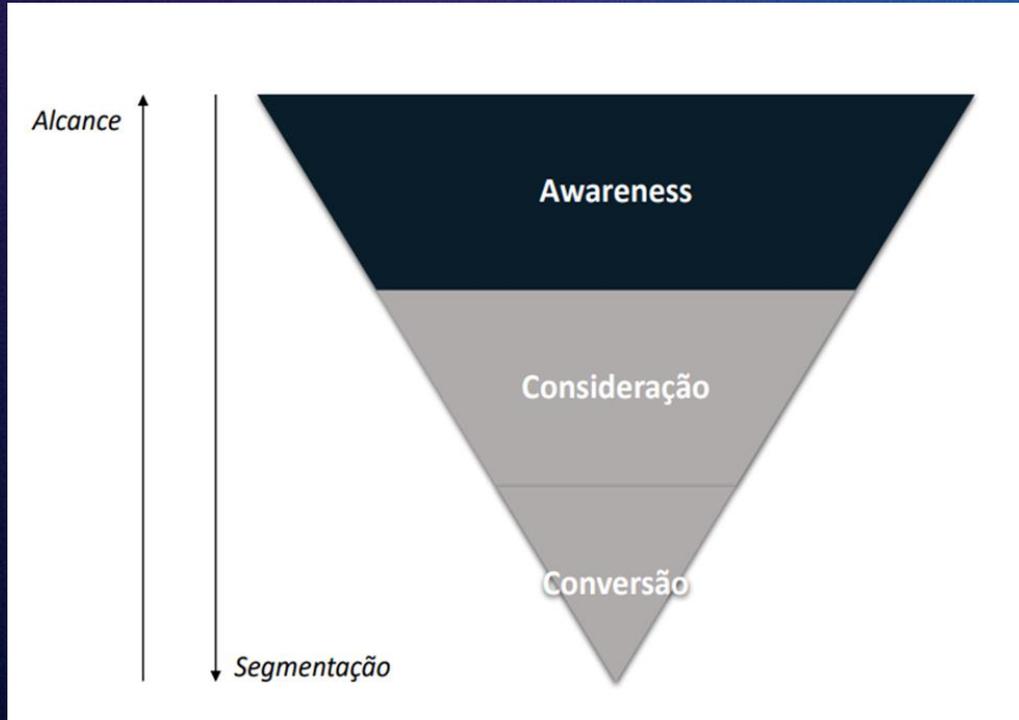
-> Youtube

-> TikTok

Como definir sua estratégia?



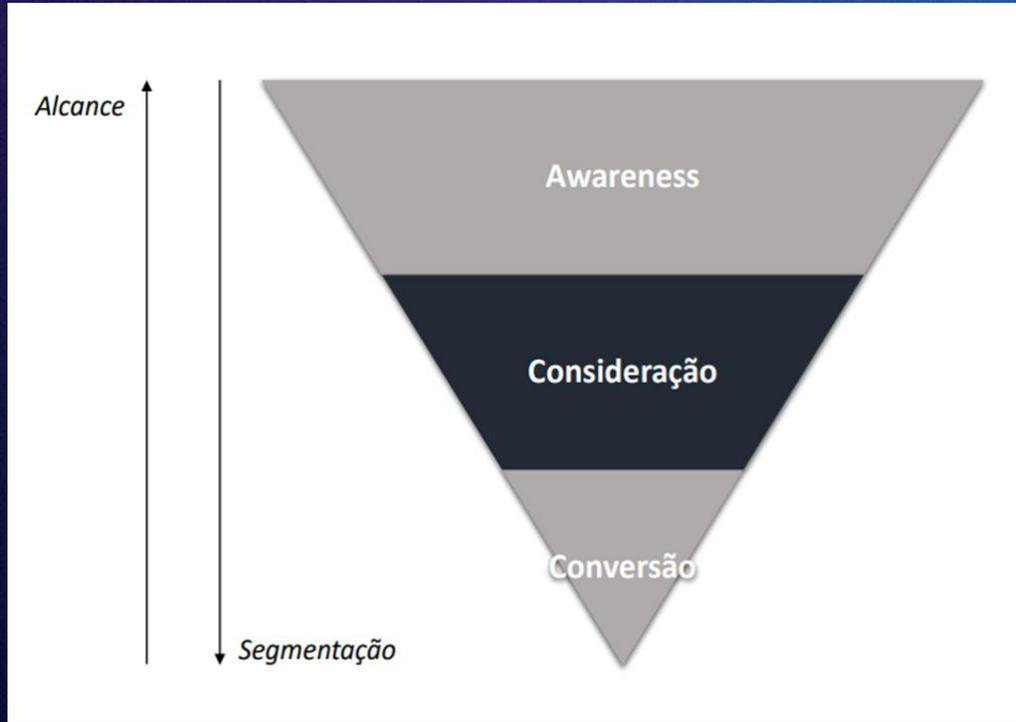
Objetivo em Awareness



-> As campanhas de Awareness tem o objetivo de comunicar a existência ou presença de um produto/serviço/marca.

-> Ela dificilmente gerará uma conversão/venda imediata, mas deve ter sucesso na transmissão da sua mensagem.

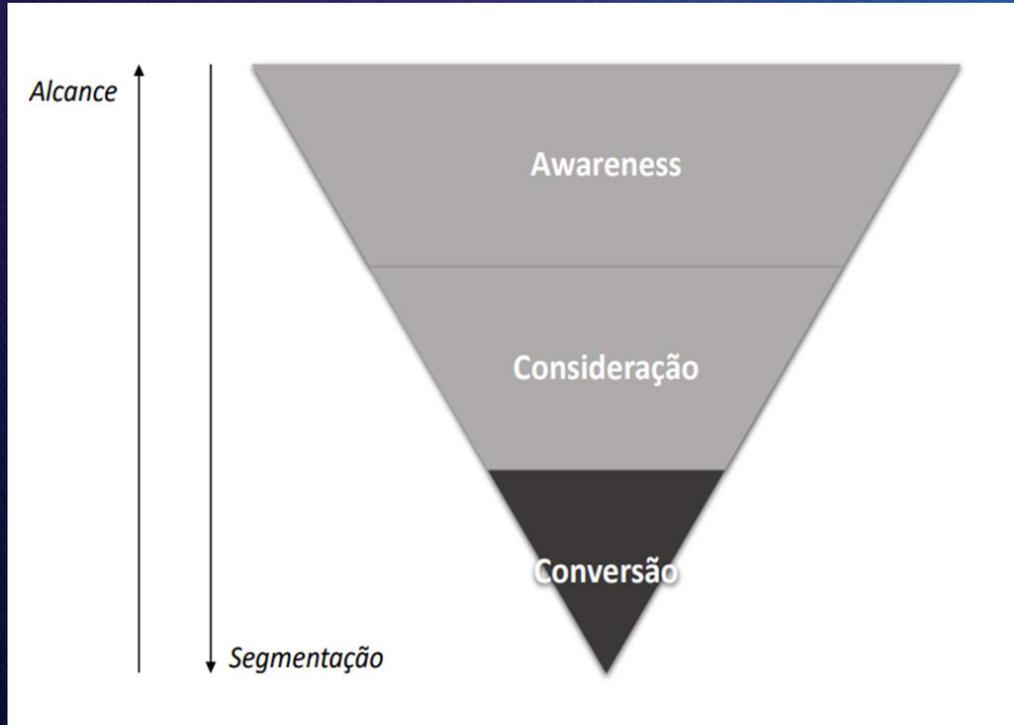
Objetivo em Consideração



-> Nesse tipo de campanha, você já deve estar comunicando para um público que tenha dado algum sinal que pode ter interesse na categoria em questão.

-> Aqui é onde você já dá o máximo de informações possível para os clientes.

Objetivo em Conversão



-> Nas campanhas de conversão o foco é total na aquisição de um produto, geração de um lead ou assinatura de um serviço.

-> Objetividade é um fator importante para garantir que não haja dificuldades na conversão.

Campanhas

-> Alcance



ALCANCE - EFFECT

- RMKT - IMAGEM UNICA - ENTREGA 24...
- FRETE GRATIS
- IMAGEM UNICA - ENTREGA 24 HORA...

Criar um público Usar público salvo

⚠ Seu público salvo contém uma opção de direcionamento por localização que foi removida. Edite o público salvo para atualizar o tipo de direcionamento por localização usado.

LOCALIZAÇÕES LUPI PET 12/07

Localização — morando em:

Brasil: Latitude -22,74 Longitude -43,34 Belford Roxo (+9 km), Latitude -22,65 Longitude -43,44 Nova Iguaçu (+8 km), Latitude -22,83 Longitude -43,58 Nova Iguaçu (+20 km), Latitude -23,03 Longitude -43,52 Rio de Janeiro (+4 km), Latitude -23,03 Longitude -43,48 Rio de Janeiro (+2 km), Latitude -22,90 Longitude -43,40 Rio de Janeiro (+16 km), Latitude -22,95 Longitude -43,21 Rio de Janeiro (+8 km), Latitude -22,99 Longitude -43,29 Rio de Janeiro (+3 km) Rio de Janeiro (state)

Idade:

18 a 64

Pessoas que correspondem a:

Interesses: Petshop (suprimentos para pets), Gatos (animais), Cães (animais), Ração para animais domésticos (suprimentos para pets) ou Animais de estimação (animais)

Editar

Criar um público Usar público salvo

Públicos personalizados

Várias fontes de dados

page view 60d

Q Pesquisar públicos existentes

Adicionar exclusões

Público personalizado Advantage

Alcançar pessoas além do público personalizado quando houver probabilidade de melhorar o desempenho.

* Localizações

Localização:

- Brasil: Latitude -22,93 Longitude -43,29 Rio de Janeiro (+12 km), Latitude -22,99 Longitude -43,43 Rio de Janeiro (+13 km), Latitude -22,79 Longitude -43,39 São João de Meriti (+10 km) Rio de Janeiro (state)

Excluir local:

- Brasil: Rio das Pedras, Rio de Janeiro (+2 km)

Idade

18 - 65+

Gênero

Todos os gêneros

Campanhas

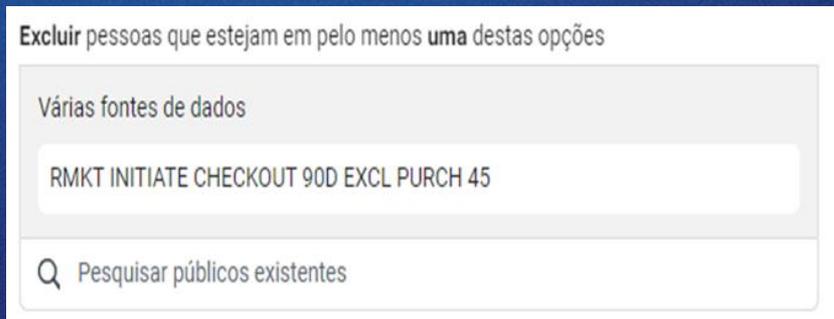
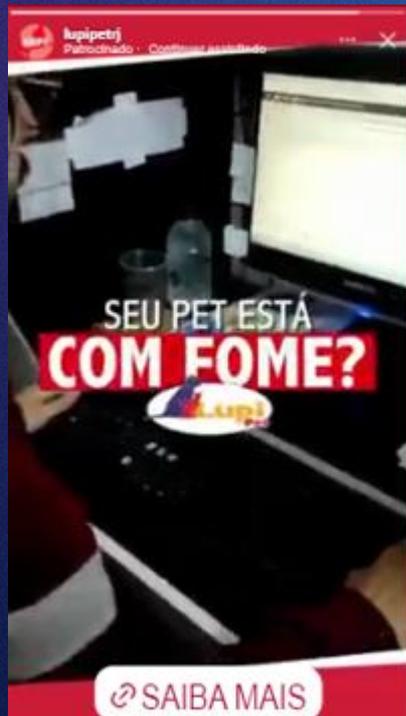
-> Tráfego



The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface. On the left, a sidebar lists campaign options: "TRAFEGO - ABERTO - FB/IG", "ENTREGA 24H", and "DESCONTO 1A COMPRA". The main area shows the "Públicos personalizados" (Custom Audiences) section. A warning message states: "You'll need to accept the custom audience terms before you can edit this ad set." Below this, there are sections for "Incluir pessoas" (Include people) and "Excluir pessoas" (Exclude people). Under "Incluir pessoas", there is a search bar for existing audiences. Under "Excluir pessoas", there are several options for excluding audiences based on various data sources and engagement metrics, such as "PAGE VIEW 180D", "PURCHASE 30D", "TODOS OS VISITANTES 180D", "VIEW CONTENT 180D", "Engajamento – Instagram", "ENVOLVIMENTO 180D", "Engajamento – Página", and "ENVOLVIMENTO 190D FB". At the bottom, there is a section for "Lista de clientes" (Client List) with an option for "clientes junho24.csv".

Campanhas

-> Conversão



Quais Kpis devo analisar?

-> Resultados (compras, visualização, alcance, etc.)

-> CTR

-> Frequência

-> CPM

-> Valor usado

-> Valor de conversão

-> ROAS

Análise das estratégias

1 de jun de 2024 a 30 de jun de 2024

Impressões (Campanha) > 0 X Veiculação da campanha é ● Ativo X Pesquisar por nome, identificação ou métri

Campanhas Conjuntos de anúncios Anúncios

+ Criar Editar Teste A/B Regras Ver configuração Colunas: pos Detalhamento Relatórios Exportar

<input type="checkbox"/>	Desativar	campanha	Resultados	Custo por resultado	CTR (taxa de cliques no link)	Frequência	CPM (custo por 1.000 impressões)	Valor usado	Valor de conversão da compra	Retorno sobre o investimento em publicidade (ROA...)
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	TRAFEGO - EFFECT	575 ^[H] Visualizações da págin...	R\$ 0,52 ^[H] Por visualização da pá...	0,79%	2,44	R\$ 3,33	R\$ 300,62	R\$ 302,11 ^[H]	1,00 ^[H]
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	ALCANCE - EFFECT	15.049 Alcance	R\$ 19,97 Por 1.000 pessoas alcanç...	0,20%	2,99	R\$ 6,68	R\$ 300,48	R\$ 5.648,51 ^[H]	18,80 ^[H]
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	RMKT - EFFECT	349 ^[H] Compras no site	R\$ 6,25 ^[H] Por compra	0,30%	6,99	R\$ 9,39	R\$ 2.181,94	R\$ 60.147,37 ^[H]	27,57 ^[H]



Felipe Doederlein

Diretor E-commerce Lupi Pet

Obrigado!



@lipegron



@felipe-doederlein



administrativo@lupipet.com.br

