



O QUE É TRÁFEGO PAGO

E COMO UTILIZAR ESSA ESTRATÉGIA
NA SUA EMPRESA?





SUMÁRIO

AFINAL, O QUE É TRÁFEGO PAGO?.....	2
COMO FUNCIONA O TRÁFEGO PAGO?.....	3
QUANDO MINHA EMPRESA DEVE INVESTIR EM TRÁFEGO PAGO?.....	5
1. PARA CONSEGUIR VISIBILIDADE COM RAPIDEZ.....	6
2. AUMENTAR A TAXA DE CONVERSÃO.....	6
3. OFERECER UMA EXCELENTE REPUTAÇÃO DIANTE DO GOOGLE.....	7
4. DIVULGAR AÇÕES ESPECÍFICAS.....	7
QUAIS SÃO OS TIPOS DE FONTES DE TRÁFEGO MAIS UTILIZADAS NA ATUALIDADE?.....	8
1. GOOGLE ADS.....	8
2. YOUTUBE ADS.....	9
3. INSTAGRAM ADS.....	9
4. TABOOLA.....	10
5. FACEBOOK ADS.....	10
6. LINKEDIN ADS.....	11



6 DICAS PARA VOCÊ POTENCIALIZAR AINDA MAIS OS RESULTADOS COM O TRÁFEGO PAGO.....11

1. USE O GRAPH SEARCH PARA CONFIGURAR ANÚNCIOS DO FACEBOOK
ADS.....12

2. SEJA VERDADEIRO EM SUAS OFERTAS.....13

3. ATENTE-SE AO LIMITE DE REMARKETING NO GOOGLE13

4. PODE SER INTERESSANTE MUDAR A MENSAGEM PARA UM PÚBLICO
NÃO CONVERTIDO.....14

5. USE O LOOKALIKE PARA SUA EMPRESA AUMENTAR O ALCANCE COM
BASE EM PERFIS SEMELHANTES.....15

6. USE E ABUSE DAS TÉCNICAS DE COPYWRITING PARA CONVERTER
AINDA MAIS.....16

CONCLUSÃO.....17

O QUE É TRÁFEGO PAGO E COMO UTILIZAR ESSA ESTRATÉGIA NA SUA EMPRESA



Antes de tudo, sabemos que o principal objetivo de qualquer negócio no mercado é gerar lucro e competitividade. Contudo, para que esse objetivo possa ser devidamente concluído, é necessário dispor de ferramentas e estratégias cada vez mais eficientes, a fim de conquistar novos públicos e garantir autoridade de marca.

Assim, percebemos o quanto mudou o comportamento dos consumidores nesses últimos tempos. Por meio de aparelhos cada vez mais práticos, pesquisar assuntos, tirar dúvidas, comprar produtos e serviços e se relacionar no meio digital está apenas a um clique de distância.

Esse aumento crescente de usuários conectados à internet cresceu justamente pelas dificuldades ocasionadas pela pandemia do novo coronavírus (Covid-19), que fez as pessoas ficarem a maior parte do tempo dentro de suas casas. Sendo assim, a comodidade e segurança de realizar transações por intermédio do meio digital se tornou uma tendência, e devemos considerar que esse novo comportamento se estenderá pelos próximos anos.

Com base nisso, as empresas perceberam a necessidade de garantir uma presença digital, a fim de conquistar novos públicos. Por meio do marketing digital, é possível obter diversas formas de rentabilizar na internet. Contudo, de nada adianta projetar ações de crescimento eficientes, se não há um público-alvo para se relacionar com a sua marca. Nesse quesito, entendemos a devida importância do tráfego pago, que aproxima um público mais segmentado com a sua marca, para haver um relacionamento, e assim, uma fidelização.

Quer saber mais sobre o assunto? Então, confira o nosso e-book até o final e tire todas as suas dúvidas sobre o tráfego pago.



AFINAL, O QUE É TRÁFEGO PAGO?



Primeiramente, podemos definir que o tráfego pago nada mais é do que um método onde uma empresa ou marca no ambiente digital investe em plataformas e sites para que seus produtos ou serviços estejam em destaque para os usuários conectados.

Em outras palavras, o tráfego pago faz um determinado visitante chegar até o seu site, loja virtual ou e-commerce por meio de anúncios. Assim, esse tipo de tráfego difere-se do orgânico porque necessita de um valor investido para que os anúncios possam rodar e gerar resultados expressivos na campanha que sua empresa está criando.

Além do tráfego pago, também existe o tráfego orgânico. Esta última trabalha com processos que não envolvem a necessidade de investir dinheiro para o tráfego. A questão do tráfego orgânico é que o responsável por essa etapa deve possuir o conhecimento acerca de técnicas de SEO, produção de conteúdos, e entre outros relacionados.

O QUE É TRÁFEGO PAGO E COMO UTILIZAR ESSA ESTRATÉGIA NA SUA EMPRESA



Desse modo, um diferencia-se do outro unicamente pelo investimento de dinheiro para gerar tráfego, ou seja, pessoas entrando e saindo do seu site, blog, loja virtual ou até mesmo o e-commerce. Contudo, é importante frisar que as duas alternativas são cruciais para as estratégias de marketing.

Em suma, devemos notar que os resultados em tráfego pago são muito mais práticos e rápidos, enquanto no processo orgânico, o resultado demanda um pouco mais de tempo, mas que oferece resultados no piloto automático.

COMO FUNCIONA O TRÁFEGO PAGO?



O QUE É TRÁFEGO PAGO E COMO UTILIZAR ESSA ESTRATÉGIA NA SUA EMPRESA



Em resumo, para que possamos entender como de fato funciona o tráfego, é necessário nos atentarmos a parte técnica do seu processo. Assim, começando pelos anúncios, podemos perceber que existem basicamente duas formas de fazer seus anúncios serem exibidos, para que assim possam levar pessoas para o seu site. São eles:

- CPM (Custo Por Mil Impressões);
- CPC (Custo Por Clique).

Caso você não saiba, a ordem em que os anúncios são exibidos nos motores de busca como o google, são diretamente influenciados por um leilão entre aqueles que desejam anunciar. Sendo assim, é necessário que você opte por um desses modelos.

Então, você deve escolher entre pagar pelo clique que o usuário fará no seu anúncio exibido (CPC), ou por aparecer mil vezes nos motores de busca (CPM). Com isso, entendemos que a posição em que os anúncios estarão irá depender exclusivamente do lance que será dado dentro da plataforma.

Agora que você já sabe o que é CPC e CPM, fica mais fácil entender o que cada um representa com mais detalhes.

Enquanto o CPC é o processo mais indicado para empresas que desejam levar mais e mais pessoas para suas páginas na internet (uma vez que você apenas pagará pelos cliques que os anúncios irão receber), o CPM é geralmente mais recomendado para quem deseja obter uma visibilidade ainda maior, já que o foco é fazer o anúncio criado aparecer mais vezes.

O QUE É TRÁFEGO PAGO E COMO UTILIZAR
ESSA ESTRATÉGIA NA SUA EMPRESA



QUANDO MINHA EMPRESA DEVE INVESTIR EM TRÁFEGO PAGO?



Inicialmente, é bastante comum percebermos empreendedores se queixando com o fato de que não é viável disponibilizar recursos financeiros para investir nas estratégias de tráfego pago, pois consideram que o modo orgânico já é mais do que o suficiente.

De forma prática, entendemos que esse tipo de pensamento é errado, já que um dos principais objetivos do marketing digital é justamente realizar o desenvolvimento de ações totalmente integradas, e quando são colocadas em prática e de forma harmônica, geram resultados ainda mais eficientes.

O QUE É TRÁFEGO PAGO E COMO UTILIZAR ESSA ESTRATÉGIA NA SUA EMPRESA



Entretanto, não estamos desmerecendo as estratégias do tráfego orgânico, pois sabemos que elas são importantes e tendem a nos gerar valor no piloto automático. A ideia, é que investir em apenas uma estratégia de tráfego não é uma boa solução, pois ter a ciência de que explorar outras áreas amplia ainda mais os resultados da empresa, nada mais estratégico do que dispor de diferentes jeitos para gerar tráfego.

Por esse motivo, confira abaixo quando é o melhor momento para a sua empresa investir nesse processo:

1. PARA CONSEGUIR VISIBILIDADE COM RAPIDEZ

Como dito, o tráfego orgânico consegue ajudar sites e marcas a estarem entre o topo dos motores de busca, como o google. Contudo, esse processo leva tempo, o que se torna um grande problema para negócios que buscam resultados mais rápidos e precisos.

Nesse quesito, ao optar por investir em anúncios pagos, você estará aumentando ainda mais a visibilidade da sua empresa e estará melhorando a autoridade da marca e o reconhecimento dela de maneira muito mais prática, rápida e otimizada. Então, depois de concluir esse primeiro momento, você já pode trabalhar com o engajamento dos usuários que você conseguiu atingir com o tráfego pago.

2. AUMENTAR A TAXA DE CONVERSÃO

Quando decidimos utilizar os links pagos, eles podem ser cruciais para captar leads que estejam na última etapa do funil de vendas. De forma prática, quando um determinado usuário realiza a pesquisa de algum assunto na internet, devemos entender que essa pessoa já sabe qual é o seu problema e já sabe o que fazer para contornar essa situação.

O QUE É TRÁFEGO PAGO E COMO UTILIZAR ESSA ESTRATÉGIA NA SUA EMPRESA



Assim, ao optarmos por palavras-chaves certas, garantimos uma amplitude ainda maior nas conversões, oferecendo conteúdos de valor (que é a solução para o usuário no momento de sua busca).

3. OFERECER UMA EXCELENTE REPUTAÇÃO DIANTE DO GOOGLE

Sabemos que motores de busca como google utilizam algoritmos para fazer um ranqueamento das melhores páginas da internet, seguindo alguns termos específicos que cada um deles possui.

Assim, um dos requisitos que eles levam em consideração é o tempo que um determinado usuário passa dentro do seu site depois de realizar uma busca. Assim, o google vai interpretar a quantidade desse tempo como algo útil ou não, ou seja, se o fato do usuário ter ficado algum tempo na sua página significa que seu conteúdo é relevante ou não para mostrar às outras pessoas.

4. DIVULGAR AÇÕES ESPECÍFICAS

Muitos empreendedores ainda se queixam da verba que eles gastam com o tráfego pago. Assim, caso não seja possível dispor de uma quantia fixa, essa modalidade pode ser tomada para o uso de ações totalmente específicas.

Um exemplo a citar quando seu negócio decide fazer lançamento de algum produto ou serviço, ou um e-book que acabou de ser atualizado no seu site, ou uma determinada promoção de forma esporádica e que possui um limite de tempo para acabar. Para esses momentos, pode ser interessante comprar tráfego para gerar os resultados momentâneos que você deseja.



QUAIS SÃO OS TIPOS DE FONTES DE TRÁFEGO MAIS UTILIZADAS NA ATUALIDADE?

Existem diversos sites e plataformas que oferecem opções para que os anúncios possam ser rodados em diferentes meios de comunicação. Assim, o ideal é analisar o tipo de plataforma que melhor se adequa às suas necessidades. Confira abaixo quais são elas:



1. GOOGLE ADS

O google ads é uma das ferramentas mais utilizadas quando o assunto é tráfego pago. Na plataforma, os anúncios que a sua empresa cria vão aparecer nos motores de busca, como o próprio Google e seus demais parceiros.

O QUE É TRÁFEGO PAGO E COMO UTILIZAR ESSA ESTRATÉGIA NA SUA EMPRESA



Uma das inúmeras vantagens dessa opção, é que você pode realizar a segmentação do público que você vai atingir. Sendo assim, é possível definir a localização, a faixa etária, o gênero e entre outras opções para segmentar ainda mais o seu público e tornar as suas estratégias de captação mais eficientes e assertivas.

Além disso, o google ads também contribui com a realização de testes A/B, a fim de avaliar os tipos de métodos de publicidade que tendem a ser mais apropriados para a sua estratégia.

2. YOUTUBE ADS

Caso sua estratégia de tráfego pago seja mais direcionada à criação de conteúdo em vídeo, o Youtube Ads definitivamente é uma excelente opção para seus objetivos. Como bem sabemos, os conteúdos em vídeo garantem uma quantidade maciça de tráfego online, e logo, uma boa forma de captar novos clientes.

Por esse motivo, já é possível fazer a criação e a veiculação de anúncios diretamente pelo youtube, mais especificamente, nos vídeos ou até mesmo como sugestão. Portanto, o youtube ads é a melhor opção, caso o seu negócio invista nesse tipo de formato de conteúdo. Sem contar que a própria ferramenta é eficiente e colabora com o crescimento da sua organização.

3. INSTAGRAM ADS

Bem parecido com o facebook ads, o Instagram ads possibilita a realização de anúncios dentro da plataforma por meio de diversos jeitos, seja no feed ou até mesmo no stories. Desse modo, o Instagram é o ideal para empresas que possuem um público mais jovem, pois esse é o perfil de grande parte dos usuários que estão na rede social.

O QUE É TRÁFEGO PAGO E COMO UTILIZAR ESSA ESTRATÉGIA NA SUA EMPRESA



4. TABOOLA

Não sendo tão conhecido quanto os outros tipos de tráfegos citados acima, o tráfego do Taboola vem de usuários de grandes portais relacionados às notícias do território nacional. Assim, a plataforma faz a empresa conseguir criar campanhas que serão exibidas em sites que contenham um volume muito alto de acessos, na forma de conteúdos sugeridos.

De forma prática, quando uma determinada pessoa acessa esse tipo de site para fazer a leitura de uma determinada área, ele acaba vendo outros conteúdos relativos ao tema como sugestão de leitura.

Esse processo acaba sendo totalmente vantajoso para negócios que estão fazendo seus anúncios, pois os usuários são segmentados (já que os conteúdos são relacionados ao tipo de anúncio que você está oferecendo).

5. FACEBOOK ADS

Sendo um dos mais conhecidos em relação ao tráfego pago, o facebook ads — paralelo ao facebook e análogo ao instagram — pode exibir anúncios dessas redes sociais de forma simultânea. Por isso, o Facebook torna-se outra rede social interessante para trazer clientes para o seu site, a fim de aumentar ainda mais a sua visibilidade.

Além disso, o próprio facebook também possui recursos incríveis para realizar a segmentação de uma forma ainda mais detalhada em relação ao tipo de audiência que você deseja alcançar com seus anúncios.

O QUE É TRÁFEGO PAGO E COMO UTILIZAR ESSA ESTRATÉGIA NA SUA EMPRESA



6. LINKEDIN ADS

Se você for um empreendedor que possui um negócio tipo B2B, a melhor saída é investir em anúncios no LinkedIn Ads: a plataforma social voltada para negócios mais famosa do mundo.

Dessa maneira, com diferentes tipos de formatos disponíveis de anúncios, o LinkedIn Ads ainda oferece a vantagem de realizar anúncios diretamente na timeline, como mensagem na caixa de entrada ou até mesmo na barra lateral (Text Ads).

Além de tudo, a segmentação também pode ser realizada por meio de título, função, indústria, nível de experiência, tamanho do negócio, entre outros relacionados.

6 DICAS PARA VOCÊ POTENCIALIZAR AINDA MAIS OS RESULTADOS COM O TRÁFEGO PAGO



O QUE É TRÁFEGO PAGO E COMO UTILIZAR ESSA ESTRATÉGIA NA SUA EMPRESA



Agora que você já entende o conceito e a devida importância do tráfego pago para elevar o seu negócio para outro nível, confira abaixo as melhores dicas para você potencializar os seus resultados com essa estratégia:

1. USE O GRAPH SEARCH PARA CONFIGURAR ANÚNCIOS DO FACEBOOK ADS

Para quem é especialista em tráfego diretamente pelo Facebook, já deve conhecer os benefícios dessa ferramenta para gerar tráfego. Caso você não saiba, o Graph Search nada mais é do que uma forma de utilizar a opção “buscar” do facebook para conhecer um pouco mais sobre o público.

Assim, a partir das informações que serão coletadas nesse momento, é possível definir quais páginas ou interesses podemos utilizar na área “Interesses Precisos” na segmentação dos anúncios.

Por esse motivo, a grande questão dessa ferramenta é saber colocar as perguntas certas para que a empresa consiga saber de forma mais específica quais são os tipos de páginas que o público tende a curtir.

Esse processo é extremamente poderoso na hora que você começar a elaborar os passos de segmentação para que seus anúncios comecem a rodar e a mirar nas pessoas mais propensas a se relacionar com você.

Isso porque o Graph Search nada mais é do que uma mina de ouro para processos relacionados a propagandas direcionadas. Ele é totalmente capaz de fazer a sua pesquisa ser direcionada para algo mais refinado, sempre atentando ao tipo de perfil social que o público da sua empresa apresenta. A ideia, portanto, é levar seu anúncio para um caminho emocionalmente mais certo.

O QUE É TRÁFEGO PAGO E COMO UTILIZAR ESSA ESTRATÉGIA NA SUA EMPRESA



2. SEJA VERDADEIRO EM SUAS OFERTAS

Por mais clichê que possa parecer, existe uma frase que é totalmente sensata: uma estratégia baseada na verdade, é sempre poderosa. Esse pensamento pode até parecer um pouco básico, mas muitos empreendedores não conseguem transmitir uma imagem justa, honesta e verdadeira acerca dos produtos e serviços que desejam anunciar no tráfego pago.

Em razão dos anúncios agressivos disponibilizados por marcas de grande sucesso, muitos consumidores se decepcionaram com a veracidade dos produtos. Nesse quesito, o marketing digital acabou ficando “manchado” por conta de estratégias falsas que não ofereciam valor aos clientes.

Dessa forma, para quebrar essa objeção do seu público, seja sempre ético em seus anúncios, em quaisquer plataformas que você utilizará para promover a sua marca. De forma prática, não é preciso exagerar ou mencionar a todo instante a dor de seus clientes. Portanto, no processo de criação do seu anúncio, não aumente demais os efeitos e os resultados do produto! Seja verdadeiro e claro.

3. ATENTE-SE AO LIMITE DE REMARKETING NO GOOGLE

Se você pretende utilizar o tráfego pago para fazer remarketing, isso significa que você precisará definir a quantidade de vezes que o seu anúncio vai exibir em um dia, uma semana ou até mesmo em um mês para o visitante que será segmentado.

A ideia, nesse ponto, é que você perceba a necessidade de exibir novamente a sua marca para alguém, mas sem deixá-lo irritado com o seu mercado.

O QUE É TRÁFEGO PAGO E COMO UTILIZAR ESSA ESTRATÉGIA NA SUA EMPRESA



Contudo, é notório que a frequência e o apelo de seus anúncios será definido de acordo com o seu tipo de negócio e suas principais necessidades, pois dependendo do produto ou serviço, seu público pode tender a ser mais resistente, ou quando a oferta tem um tempo limitado e precisa ser vista mais de um vez para gerar o famoso “senso de urgência”.

Muitos e-commerces dispõem dessa prática, especialmente quando seus produtos estão entrando em liquidação por tempo determinado e necessitam dispor de remarketing para que o público se interesse mais rapidamente pela situação.

Por esse motivo, utilize as ferramentas e estratégias do Google Analytics para verificar a melhor opção de frequência de seus anúncios, a fim de que seus objetivos possam ser concluídos da maneira esperada. No decorrer do tempo, você terá o timing certo para rodar suas campanhas.

4. PODE SER INTERESSANTE MUDAR A MENSAGEM PARA UM PÚBLICO NÃO CONVERTIDO

Essa é uma dica super valiosa e que fará total diferença na hora de fazer conversões na sua campanha. Para entendermos melhor esse momento, vamos imaginar que você esteja fazendo uma campanha de remarketing já tem um mês, e agora está buscando oferecer descontos de até 20% para os clientes que já compraram de você.

Assim, depois de 10 dias seguidos, você nota que houve uma queda nos cliques do seu anúncio.

O QUE É TRÁFEGO PAGO E COMO UTILIZAR ESSA ESTRATÉGIA NA SUA EMPRESA



Para que possamos entender o que está acontecendo, é só lembrarmos da questão que o mercado já deve estar cansado de ver o mesmo anúncio exibido no seu remarketing. Nesse momento, a melhor ação a ser feita é criar um novo anúncio de remarketing para estimular o interesse do seu público a engajar novamente com a sua marca.

Portanto, quando isso acontecer, busque mudar todo o processo: mude a mensagem, o CTA, a imagem e todo o conteúdo que será aplicado no anúncio, pois isso garantirá uma nova visão do público acerca do seu produto ou serviço.

O principal conselho, é que sua empresa não faça nada aleatório para que o dinheiro investido em seus anúncios não seja perdido, e assim, sua campanha acabe não convertendo mais. Planejamento, estratégia, análise e vários testes são processos que você não pode deixar de lado, especialmente na hora de investir seu tempo e dinheiro com publicidade online.

5. USE O LOOKALIKE PARA SUA EMPRESA AUMENTAR O ALCANCE COM BASE EM PERFIS SEMELHANTES

Caso você não saiba, a ferramenta Lookalike permite que o próprio facebook encontre pessoas que possuem características em comum, e assim, consiga aumentar ainda mais o alcance do seu anúncio para uma audiência bem parecida. De forma prática, esse processo é feito a partir de uma audiência customizada e é um recurso que sua empresa pode explorar à vontade para concluir alguns objetivos mais específicos.

O QUE É TRÁFEGO PAGO E COMO UTILIZAR ESSA ESTRATÉGIA NA SUA EMPRESA



Um exemplo a citar é quando você deseja realizar a exportação de uma lista de leads altamente qualificados. Nesse momento, o lookalike oferece potencial para direcionar seus anúncios para pessoas que apresentam um perfil bem parecido com a sua base de leads já segmentada.

Desse modo, se o seu anúncio possuir uma oferta totalmente irresistível, certamente você obterá grandes chances de gerar ainda mais leads qualificados por um custo totalmente acessível.

Um outro exemplo clássico que podemos citar é quando a sua empresa está iniciando há pouco tempo no mercado em outra localização, e por esse motivo, acaba não tendo uma audiência considerável.

Neste caso, o lookalike possibilita ao Facebook, por meio do perfil de usuário que você determinou ao criar as listas personalizadas, encontrar uma audiência bastante similar na nova região onde o seu negócio está instalado.

6. USE E ABUSE DAS TÉCNICAS DE COPYWRITING PARA CONVERTER AINDA MAIS

Não menos importante do que elaborar um anúncio totalmente chamativo, é implementar algumas técnicas de psicologia importantes para chamar ainda mais a atenção do seu público. Ou seja, as empresas que trabalham com marketing digital — especificamente com anúncios — precisam saber identificar os desejos, ansiedades, inseguranças e principais objeções de seus clientes.

A ideia é entender a resistência do público quanto ao produto ou serviço que você oferece, bem como seu comportamento frente a

O QUE É TRÁFEGO PAGO E COMO UTILIZAR ESSA ESTRATÉGIA NA SUA EMPRESA



oscilação de preços, o que de fato buscam, quais são as dificuldades impostas para realizar a concessão do produto ou serviço, entre outras questões relacionadas.

Em outras palavras, não basta “empurrar” o produto e tentar fazer o seu público comprar. É necessário conversar, chamar a atenção, interagir e manter a sua marca no subconsciente de seu consumidor, fazendo, mais tarde, ele se tornar um cliente fiel e promotor da sua marca.

Portanto, caso você queira turbinar seus anúncios e deixá-los a um nível ainda mais elevado, pode ser crucial aprender técnicas de copywriting e neuromarketing, a fim de aplicar o que aprender em seus anúncios online.





CONCLUSÃO

Agora que você já sabe o conceito, a importância e as principais formas de gerar tráfego em sua empresa na internet, já deve entender que cada fonte de tráfego é importante, única e deve ser um pensamento enraizado em suas estratégias. Com isso, você acaba entendendo as principais necessidades e objeções de sua persona e como a mensagem do seu anúncio deve ser elaborada.

Portanto, também entendemos que anunciar no LinkedIn, no Facebook e no Google Ads são estratégias diferentes para conquistar públicos distintos, já que os interesses das pessoas que trafegam por essas mídias digitais são diferentes.

Então, o primeiro passo a ser feito antes de começar a investir em tráfego pago, é estudar o seu público e conhecer quais são as necessidades que eles buscam suprir com os produtos e serviços que a sua empresa oferece.

Com base nessas informações, já comece a disponibilizar recursos financeiros nas plataformas de divulgação para alavancar seus resultados. Assim, você torna a sua empresa ainda mais competitiva no mercado, consegue objetivos financeiros eficientes e tende a fazer mais e mais pessoas seguirem a sua marca, sejam promotores dela e, não menos importante, se tornem clientes totalmente fiéis.



www.sebrae.com.br | 0800 570 0800

