

COLETÂNEA

Transformação Digital - Vitae Brasil

ACELERE SEUS RESULTADOS COM

TRÁFEGO PAGO

Diego Ribeiro



GESTÃO DE TRÁFEGO

ACELERE SEUS RESULTADOS COM

TRÁFEGO PAGO



Entenda como funciona o tráfego em internet e as estratégias para potencializar seus resultados.

Diego Ribeiro



C O L E T Â N E A

Transformação Digital - Vitae Brasil

Copyright 2021 Diego Ribeiro • 1ª Edição

Todos os direitos estão reservados. Proibida a reprodução, mesmo parcial, por qualquer processo, sem a autorização escrita de Diego Ribeiro.

Edição: Diego Ribeiro

Projeto Gráfico e Diagramação: Áurea Camargo e Diego Ribeiro

Capa: Áurea Camargo

“O marketing que funciona é aquele
que as pessoas escolhem prestar
atenção.”

Seth Godin

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho primeiramente a você que está lendo este conteúdo em busca de conhecimento, curiosidade ou simplesmente porque se interessou pelo tema.

Todos os que já são profissionais do mercado de marketing ou estão começando esta jornada agora.

Meus pais, que foram a força motriz para que eu pudesse chegar até aqui.

Minha família, que deu todo o apoio e incentivo para alcançar os objetivos e desafios do dia a dia.

Aos colegas da equipe de Comunicação e Marketing, do grupo Vitae Brasil, que são a minha segunda família. Uma galera que trabalha muito, apredente a cada dia e nunca está cansada para topar o próximo desafio.

Renata Dias, grande profissional, amiga e exemplo.

Em especial ao Sr. Luis Namura, que sempre me incentivou a desenvolver e percorrer desafios, em busca do aperfeiçoamento profissional e pessoal.

AGRADECIMENTO

Cada dia que vivemos é uma oportunidade que não volta, por isso, quero agradecer a Deus por me permitir viver e compreender todos estes desafios que me fazem uma pessoa melhor a cada dia.

Quero agradecer a todas as experiências profissionais e “perrengues” que passei, onde pude tirar uma lição para construir minha história até aqui.

E agradeço aos meus pais, minha esposa e filhos, que são a estrutura que me mantém firme e me incentivam a crescer.

PREFÁCIO

O marketing é uma atividade complexa e interessante. Pelo menos duas observações preliminares sobre ele devem ser enfocadas. Primeiro, é necessário diferenciá-lo da propaganda, pois esta é apenas uma faceta deste. Segundo, é imprescindível informar que o marketing é dimensão estratégica que pode ser aplicada desde de pequenas até mesmo grandes empresas. Dentro destas estratégias podemos compreender ações no mercado offline e online. E neste material falaremos em específico do marketing online, ou, marketing digital.

Já sabemos que marketing digital são ações de comunicação que as empresas podem utilizar por meio da internet, da telefonia celular e outros meios digitais, para assim divulgar e comercializar seus produtos ou serviços, conquistando novos clientes e melhorando a sua rede de relacionamentos.

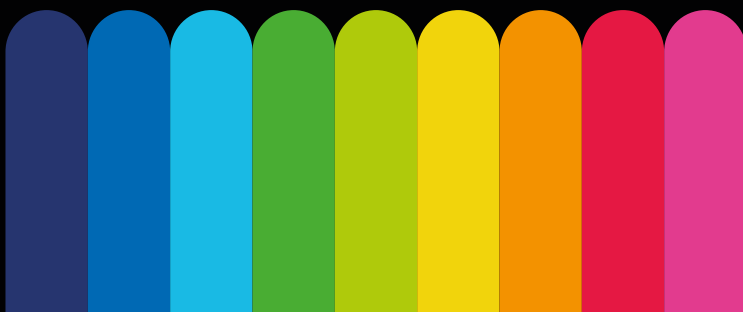
Dentro deste composto de informações a gestão de tráfego é um assunto que gera muitas dúvidas é complexo mas pode ser entendido de uma maneira mais simples. Ele refere-se à adoção de estratégias para atrair um número cada vez maior de pessoas para determinado endereço virtual. Muitas empresas têm investido nessas ações para alcançar melhores resultados.

As considerações apresentadas servirão de viés para que iniciantes, tais como, alunos, pequenos empresários e parte da sociedade em geral, que se interesse pelo tema, para que possam entender os principais conceitos e acelerar seus resultados no mundo digital.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	13
1. O QUE É TRÁFEGO DIGITAL?.....	17
2. TIPOS DE TRÁFEGO DIGITAL.....	21
3. COMO ESCOLHER O MELHOR CANAL DE TRÁFEGO.....	25
4. VAMOS PARA PRÁTICA.....	29
5. ONDE GERAR O TRÁFEGO?	33
6. OS CUSTOS DO TRÁFEGO PAGO.....	41
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	45
REFERÊNCIAS	55

INTRODUÇÃO



Uma gestão de tráfego eficaz garante maior fluxo de visitantes para seus canais digitais. Isso traz como resultados um melhor posicionamento da sua marca entre as concorrentes, maior engajamento do público, mais potenciais clientes e, conseqüentemente, aumento nas vendas e no faturamento!

É importante saber como gerar e gerenciar este fluxo de movimentação de dados, quais são os tipos de tráfego digital e como acertar na escolha dos melhores canais online para seu negócio.

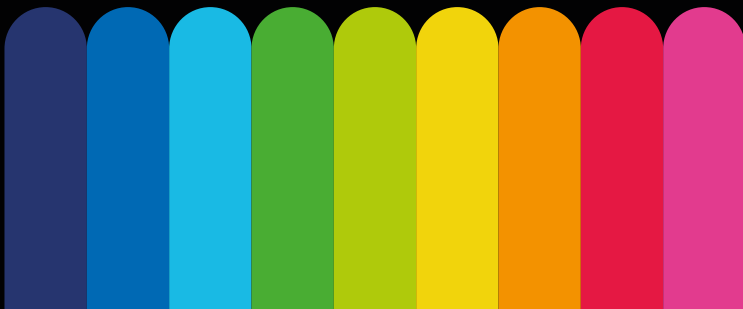
Um site com bom tráfego tem maiores chances de conversão, público-alvo amplo, maior interatividade e, é claro, chances de vender muito

mais. Os usuários, por sua vez, se tornam o tráfego do site ao encontrá-lo no Google, em uma rede social, e-mail marketing ou até mesmo colocando o endereço da empresa diretamente no navegador.

Curioso para saber mais?

Não se preocupe: no decorrer deste conteúdo você será apresentado (a) aos principais tipos de tráfegos existentes, de canais, os benefícios e a melhor maneira de investir nesta estratégia!

1. O QUE É TRÁFEGO DIGITAL?



Se tem uma coisa que influencia o sucesso de um produto ou serviço no meio digital, é o tráfego de pessoas na sua página de vendas, ou nas suas redes sociais.

Afinal, sem visitantes em suas páginas, não há leads, engajamento ou conversão, itens essenciais para um negócio na internet. É como colocar uma vitrine em uma rua onde ninguém passa.

Tráfego é como chamamos todo o alcance, visitas e visualizações que você recebe em suas páginas, sites, redes sociais, blogs e afins. É uma métrica baseada nos acessos que o seu conteúdo recebe.

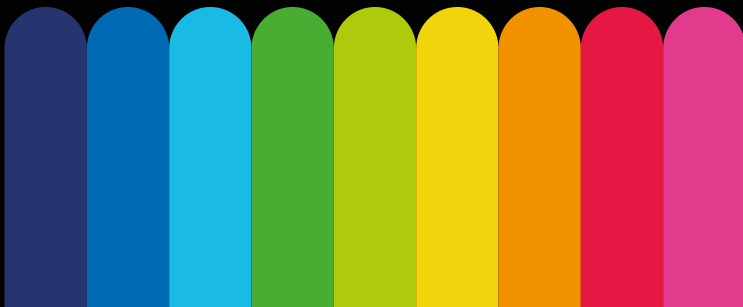
Ao trabalhar com marketing digital, seu objetivo deve ser sempre garantir a visibilidade do seu produto ou serviço no mercado online, não é? Pois se os clientes não encontram o seu produto, as vendas não acontecem.

Existem diversas fontes e estratégias para conseguir um bom fluxo de visitas ao seu conteúdo. O Google, por exemplo, é uma grande fonte para sites por meio do seu sistema de buscas. Assim com o Facebook, que não é um sistema de buscas, mas que tem a atenção de milhões de usuários pelo mundo.

Em meio a todos esses canais são duas as estratégias principais utilizadas para conseguir um bom fluxo de acessos às suas páginas, o orgânico e o pago.



2. TIPOS TRÁFEGO DIGITAL



Existem 6 tipos de tráfegos, que representam o caminho que os usuários percorreram até chegar no seu site ou outro canal digital. Os dois principais são o **tráfego pago** (que está intrinsecamente ligado à gestão de tráfego) e o **orgânico**, mas ainda existem os social, de referência, direto e de e-mail marketing.

Conheça quais são os tipos de tráfego.

1 - TRÁFEGO PAGO

Com anúncios pagos no Google, Facebook ou Instagram (só para citar os principais) você aumenta o número de visitantes nas suas páginas. É

uma forma de ter mais visibilidade online de maneira rápida e alcançar resultados a curto prazo. O melhor de tudo é que a estratégia também pode ser otimizada para alcançar cada vez mais resultados a médio e longo prazos!

Neste tipo de estratégia, é possível definir o orçamento que será utilizado nas campanhas de anúncio e segmentar o público que você deseja alcançar.

Google Ads

É através do Google que as pessoas estão sempre pesquisando, acessando ou assistindo alguma coisa. Por meio da escolha de palavras-chave estratégicas para seu negócio, é mais fácil encontrar pessoas que já estão procurando por seu produto ou serviço.

Facebook Ads

O Facebook conhece mais as pessoas do que elas mesmas. Assim, é possível refinar o público para atrair as pessoas que realmente têm interesse no seu negócio.

2 - TRÁFEGO ORGÂNICO

No tráfego orgânico, você traz visitantes para seus canais digitais de maneira gratuita. Geralmente, esse tipo de tráfego vem de mecanismos de buscas, como o Google.

Por mais que seja uma maneira gratuita, é claro que atrair visitantes por tráfego orgânico envolve custos. Afinal, se você não conhece as melhores estratégias para alcançar boas posições do seu site nas buscas, você vai precisar investir no trabalho de um profissional.

Um artigo de blog, por exemplo, pode trazer resultados hoje e daqui a um ano para sua empresa. Diferente do tráfego pago, por exemplo, em que o anúncio dura apenas o tempo que você pagar por ele.

3 - TRÁFEGO DE REFERÊNCIA

Já o tráfego de referência é quando o usuário acessa sua página a partir de um site que citou seu conteúdo.

4 - TRÁFEGO SOCIAL

São os acessos provenientes de redes sociais. É bastante comum quando o link do seu artigo é compartilhado em alguma rede social e alguém o acessa para ler.

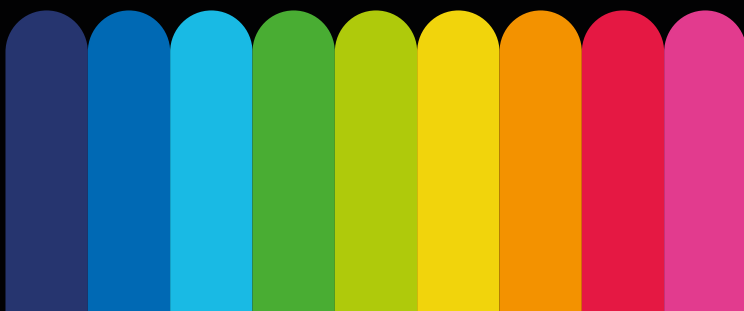
5 - TRÁFEGO DIRETO

Esse é o sonho de qualquer empresa: ter seu domínio digitado diretamente na guia de navegação pelo usuário. De certa forma é um tipo de tráfego orgânico, já que não vem de uma fonte paga.

6 - TRÁFEGO DE E-MAIL MARKETING

Quando você envia um e-mail com o link para um artigo do seu site, como o usuário já tem interesse no seu conteúdo (normalmente ele se cadastra para receber seus e-mails), você tem mais chances de receber tráfego advindo do e-mail marketing.

3. COMO ESCOLHER O MELHOR CANAL DE TRÁFEGO



Agora que você já sabe quais são os meios que geram tráfego em internet, vale a pena entender como escolher o melhor canal para essa finalidade. Com os três passos a seguir, você pode acertar nessa missão.

1. DEFINA UMA PERSONA

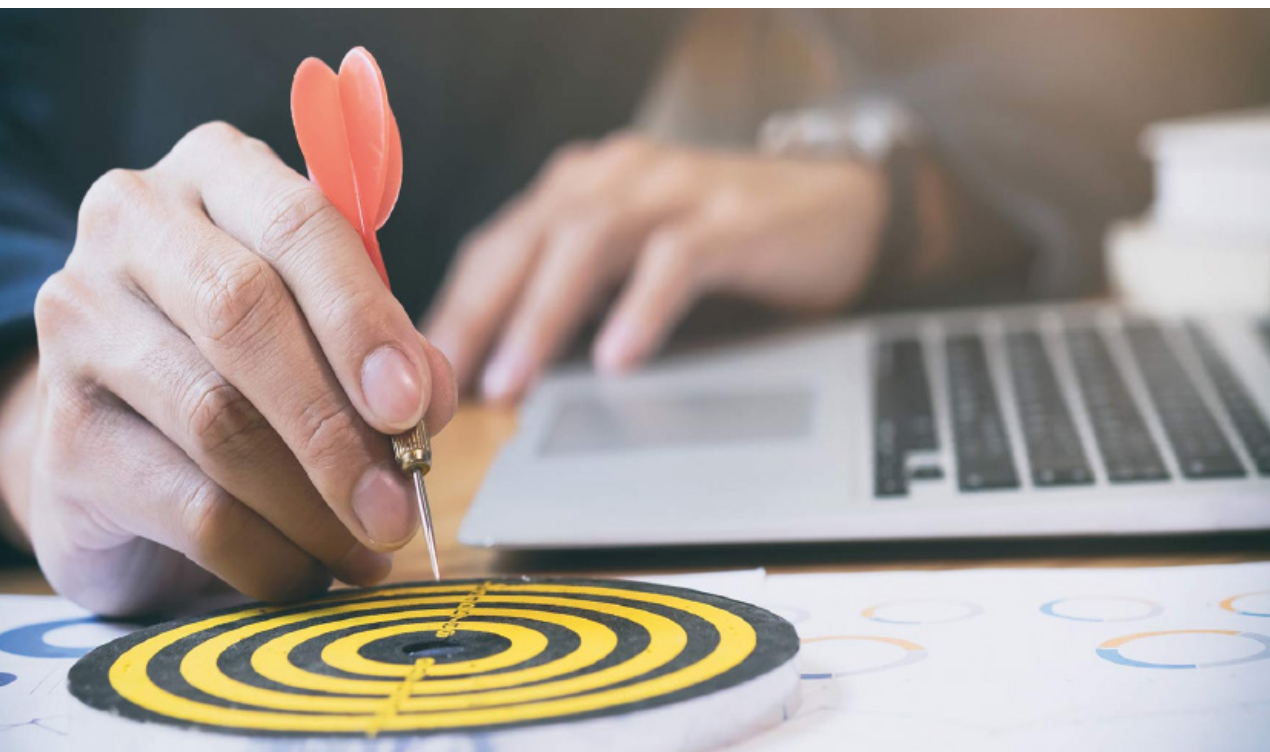
Primeiro, defina uma persona para seu negócio. Ela corresponde ao seu cliente ideal, ou seja, aquele que você deseja conquistar e converter. Pense em idade, profissão, hábitos, preferências e na maneira como ele chegaria até seu produto ou serviço.

2. ENTENDA SEU PÚBLICO

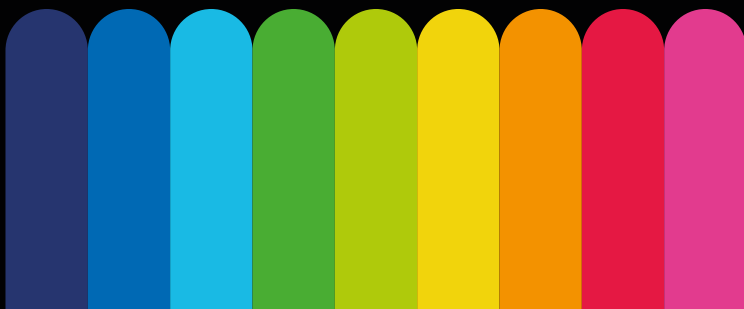
Parte da definição da persona depende do entendimento que você tem de seu público-alvo. Portanto, estude bastante sobre quem você deseja atingir e como quer fazer isso.

3. TESTE OS TIPOS DE TRÁFEGOS

Deixe o achismo de lado. O ideal é testar os tipos de tráfego digital para encontrar o que melhor se encaixa em seu site. Mensure, observe resultados e faça comparações para descobrir onde teve o melhor retorno. Logo mais falaremos sobre fontes de tráfego e análises no Google Analytics.



4. VAMOS PARA PRÁTICA



Já falamos que o tráfego pago trata de impulsionamento de anúncios na internet para atrair mais visitantes para o seu site ou plataforma, mas como isso é feito?

A primeira coisa a se atentar é que o seu investimento no tráfego pago deve fazer parte de uma estratégia de marketing digital, portanto é preciso ter um bom planejamento, acompanhar o seu desenvolvimento, fazer testes e analisar os resultados para gerar melhores resultados continuamente.

ENTÃO, QUAL É O SEU OBJETIVO COM O TRÁFEGO PAGO?

Você pode querer divulgar a sua marca e ter mais visibilidade no mercado, ou conseguir mais seguidores nas suas redes, gerar mais visitas ao seu site e mais leads e finalizar mais vendas, por exemplo.

Como existe uma grande competitividade na internet, muitas pessoas promovem os seus anúncios para que eles se destaquem nas pesquisas online, assim como para serem direcionadas para um público-alvo.

Vamos entender como funciona o tráfego pago na prática e todos os detalhes que podem fazer a sua estratégia ter mais sucesso.

COMO É FEITO O TRÁFEGO PAGO

Como em toda boa estratégia de marketing digital, você precisa conhecer bem o público que você pretende atingir. Conhecer o seu público-alvo e saber onde encontrá-los é a melhor estratégia que você pode tomar para conseguir mais clientes e mais visitantes

Da mesma forma, é importante que sua marca tenha uma persona adequada, ou um tom de voz que se adeque ao seu público-alvo. Ou seja, suas campanhas têm que ter um objetivo e um conceito coesos, que faça sentido e que chame atenção.

Você pode elaborar uma campanha direcionada para o seu público-alvo, se orientando por diversas características como a idade, sexo, região e diferentes interesses dos seus consumidores.

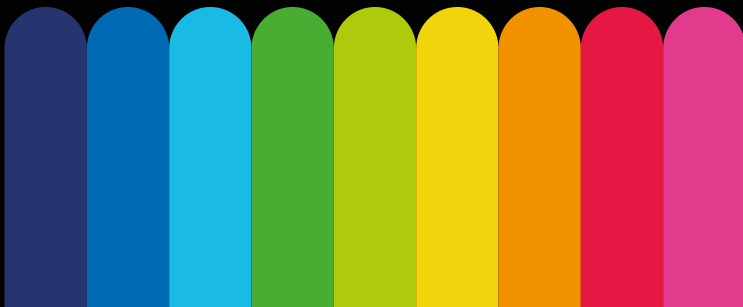
Isso nos leva a questão do formato do seu anúncio. É importante notar que diferentes públicos reagem de forma diferente à diferentes formas de anúncio. Então, você deve explorar suas opções em relação aos seus anúncios, se serão feitos em formato de vídeo, texto, imagem, por meio do marketing de conteúdo etc.

São várias as técnicas que você pode adotar para tornar o seu conteúdo mais apelativo e conquistar mais visitas e leads para a sua plataforma, e isso pode ser feito com uma boa estratégia de marketing e com a

geração de um bom conteúdo que atraia mais e mais pessoas para os seus anúncios.



5. ONDE GERAR O TRÁFEGO?



Bom, você já entendeu o que é tráfego pago, para que ele serve e que há diferentes formas de alcançar o seu público. Mas onde está este público e onde estes anúncios vão ser publicados?

Como sabemos, o Google e as redes sociais são os sites mais visitados da internet, recebendo milhões – e até bilhões – de acessos todos os dias, e é nessas plataformas que você deve procurar promover os seus anúncios com o tráfego pago.

Existem várias plataformas que se destacam e cada uma pode exigir uma estratégia diferente, porque elas atraem públicos diferentes.

Mas existem muitas vantagens em contar com essas plataformas, sobretudo porque elas oferecem diversas ferramentas que facilitam e maximizam os seus esforços com o tráfego pago.

A principal dela é o sistema de métricas que te permite ter acesso à todas as informações sobre o seu público, seu comportamento, sua reação aos seus anúncios, características pessoais, e ainda te fornecer dados suficientes para elaborar as suas estratégias e campanhas de marketing.

Mais que isso, te permite acompanhar e analisar o sucesso dos seus esforços e o retorno dos seus investimentos, o que é perfeito para acompanhar de perto o seu desempenho e identificar possíveis pontos de melhora.

É por isso que praticamente todas as marcas estão presentes nessas plataformas, pois por meio delas é possível atingir um público enorme e elaborar campanhas versáteis, interativas e que podem gerar um retorno enorme para o seu investimento.

Vamos falar sobre os custos de se trabalhar com o tráfego pago, mas, primeiro, vamos identificar as principais plataformas para você gerar tráfego.

Vale ressaltar que alguns dessa lista são das mesmas empresas, casos de Google & YouTube e Facebook & Instagram. Assim, você pode fazer a gestão deles no mesmo lugar (Google e Facebook, respectivamente). E fica o lembrete de como essas duas empresas concentram grande parte da verba publicitária mundial atualmente.

PRINCIPAIS PLATAFORMAS UTILIZADAS NO TRÁFEGO PAGO

1. Google Ads

A principal plataforma de anúncios utilizada para gerar tráfego é o Google Ads, que é uma plataforma do Google exclusivamente para anúncios. Com o Google Ads você consegue ranquear a sua página nos resultados de pesquisas feitas no site. Ranquear quer dizer que sua página vai aparecer logo nos primeiros resultados

quando alguém buscar por questões relacionadas ao tipo de conteúdo que você produz ou o tipo de produto ou serviço que você oferece.

Existem várias estratégias que podem te ranquear e te trazer um bom resultado em tráfego de forma orgânica, se utilizando de boas técnicas de SEO, por exemplo. Mas, com o tráfego pago, o seu site vai aparecer primeiro nos resultados do Google, com aquela etiqueta "Ad", antes de todos os outros resultados.

Um ponto que destaca o Google Ads é o seu sistema de métricas, que te permite analisar e acompanhar os seus anúncios e a sua performance, de dando importantes detalhes que podem fazer toda a diferença na sua estratégia de marketing digital.

Outra forma de trabalhar com o Google é por meio do AdSense, que serve para publicar um anúncio em páginas parceiras do Google, ampliando ainda mais a sua rede de captação de tráfego, porque o seu anúncio vai aparecer em inúmeros sites para muitas pessoas que se interessam pelo assunto.

Já percebeu que, quando você procura por um produto, você acaba recebendo vários anúncios sobre produtos parecidos? É o que acontece com o AdSense. Seu anúncio vai aparecer para as pessoas que já pesquisaram termos parecidos com os que definem o seu conteúdo ou produto.

2. Facebook Ads

Como já comentamos, as redes sociais estão entre os sites mais visitados no mundo todo, por isso é praticamente impossível ignorá-las quando falamos em estratégia de marketing digital e em tráfego pago.

Assim como o Google, o Facebook conta com o Facebook Ads, que é a ferramenta usada para publicar as postagens patrocinadas na rede sociais e as promover entre os seus usuários. Aqui, as recomendações dos anúncios acontecem de acordo com o nicho, gosto e preferências de cada usuário da

rede, e o próprio Facebook Ads conta com ferramentas para que você possa direcionar seus anúncios de forma segmentada para a sua audiência.

3. Instagram Ads

O Instagram é a rede social que mais cresce em usuários e em negócios realizados, porque a plataforma se tornou uma excelente via para gerar tráfego e conseguir mais leads e conversões. A plataforma conta com 1 bilhão de usuários ativos por mês!

Se você ainda não sabia, o Instagram pertence ao Facebook, e acabou por se tornar uma das principais plataformas de publicidade do mundo. Por contar com diversas ferramentas e um público vasto, anunciar no Instagram é uma das melhores coisas que você pode fazer.

Você pode criar anúncios em imagem e vídeo em diversos formatos, inserir links e textos e ainda contar com um Gerenciador de Anúncios, que é o gerenciador do Facebook! Você pode usar a mesma conta no Facebook Business para promover os seus anúncios nessas duas plataformas.

São várias as formas de direcionar o seu anúncio: você pode determinar para o tipo de aparelho (computador, smartphones etc.) seu cliente usa, ou determinar que sejam promovidos para usuários em determinadas localidades, entre várias outras opções de segmentação que podem te ajudar a ter uma campanha de maior sucesso no Instagram e no Facebook.

4. YouTube Ads

Outra plataforma de grande potencial é o gigante YouTube, que conta com o YouTube Ads como ferramenta para gerenciar e promover os seus anúncios.

É por aqui que você direciona os seus anúncios, que aparecem dentro dos próprios vídeos do YouTube ou como sugestão.

A vantagem é que os anúncios em vídeo chamam muita atenção e têm uma grande taxa de conversão, e você conta com as mesmas ferramentas de segmentação para orientar seus anúncios e atingir o público que você deseja.

5. LinkedIn Ads

O LinkedIn é a melhor opção se você possui um negócio business to business (B2B), porque esta é uma plataforma voltada aos negócios, e conta com diversas ferramentas para promover os seus anúncios.

Você pode contar com anúncios na Timeline (Conteúdo Patrocinado), na barra lateral dos textos do site (text ads) ou por meio de e-mails, com os e-mails patrocinados.

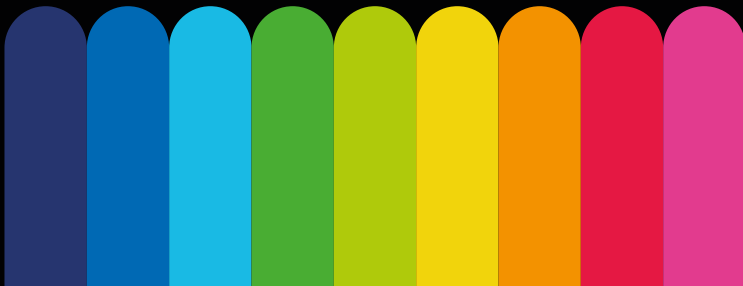
É claro que o LinkedIn também conta com opções para segmentar a sua campanha e melhor orientar a sua campanha de marketing digital. Por exemplo, considerando que esta é uma rede de contatos profissionais, é possível segmentar os seus anúncios por função, nível de experiência, ramo da profissão, tamanho da empresa e muitos outros.

6. Bing Ads

Apesar de o Google dominar enquanto site de pesquisas, o Bing também se destaca, sendo o segundo site de pesquisas mais visitados do mundo, e é uma parceria entre a Microsoft e o Yahoo que está sempre em desenvolvimento.

Funciona nas mesmas bases que o Google Ads e você não terá dificuldades em criar anúncios e segmentar a sua promoção.

6. OS CUSTOS DO TRÁFEGO PAGO



Bom, o que diferencia o tráfego orgânico do pago é que este segundo é... pago. Você precisa fazer um investimento para promover os seus anúncios e gerar mais tráfego.

Essa é uma parte importante da sua estratégia de marketing, porque é importante que você invista com sabedoria para ter o retorno desejado com este investimento.

É preciso entender uma coisa importante: existe uma grande quantidade de anunciantes e de anúncios em todas as plataformas da internet, simplesmente porque tem muita gente anunciando na

internet, pois esta é uma estratégia essencial para praticamente qualquer setor do mercado.

Dessa forma, os anúncios são escolhidos numa espécie de “leilão” entre as pessoas que desejam anunciar.

O tráfego pago funciona de duas formas: CPC (Custo Por Clique) e CPM (Custo por Mil Impressões). No CPC, o foco está em conseguir cliques no seu anúncio, enquanto no CPM é voltado na exposição do anúncio.

Optar por um ou outro vai depender da sua estratégia e de como você pode e quer alcançar o seu público-alvo. Vamos entender melhor cada uma dessas modalidades;

CPC – CUSTO POR CLIQUE

O CPC é o custo por clique. Funciona da seguinte forma: você paga a cada vez que seu anúncio for clicado por alguém, ou definir um preço máximo de orçamento e manter a sua campanha ativa.

Dessa forma, sua campanha pode acumular o máximo de cliques que este valor máximo permitir.

Esta é uma estratégia para quem quer levar mais tráfego real e mais orgânico para as suas plataformas, e é a melhor opção para empreendedores que possuem um valor de investimento definido para colocar no tráfego pago.

A estratégia do CPC pode ser subdividida em duas categorias: a automatic bidding e a manual bidding. “Bidding”, do inglês, se refere ao “lance”. Vamos entender melhor:

- No Automatic Bidding, o lance é automático e o valor é estabelecido diariamente, considerando a cotação dos lances para determinados anúncios
- Já no Manual Bidding, o valor estabelecido só será pago quando o anúncio for clicado por alguém

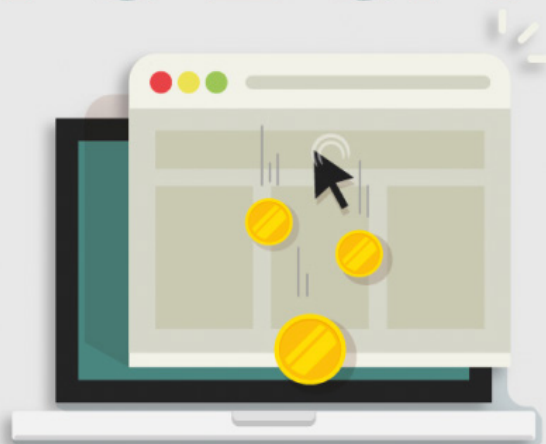
CPM – CUSTO POR MIL VISUALIZAÇÕES

O CPM é mais recomendável para aqueles que querem aumentar a visibilidade do seu empreendimento ou plataforma, para posicionar o seu negócio no mercado.

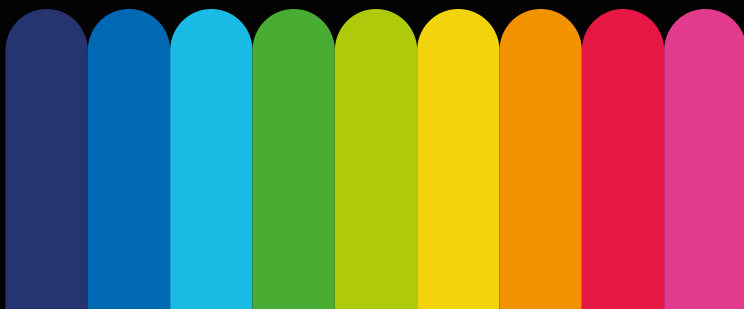
A sua cotação funciona da mesma forma que o CPC, por meio do leilão, mas o anúncio é promovido de forma diferente. Seus anúncios serão expostos na plataforma que você escolheu no feed de notícias dos usuários, dando mais visibilidade, e não está relacionada a quantidade de cliques que ele pode receber.

Essa é uma excelente forma de começar com uma estratégia de marketing digital para o seu empreendimento, porque você pode gerar visibilidade e atrair mais pessoas para a sua plataforma, gerando mais tráfego orgânico e se posicionando no mercado enquanto uma marca atuante.

CPC E CPM?



CONSIDERAÇÕES FINAIS



Você deve estar se perguntando: realmente vale a pena? A resposta é SIM, vale a pena investir em tráfego pago. Num cenário tão competitivo como o que existe na internet, o tráfego orgânico pode não ser suficiente para garantir que seu negócio realmente decole ou se mantenha forte.

Para acelerar seus resultados é necessário estratégias de impulsionamento dos seus conteúdos, anúncios produtos, etc. Sem esquecer que é sempre importante manter as ações de orgânicas e pagas em conjunto para que tenha um maior ganho de performance.

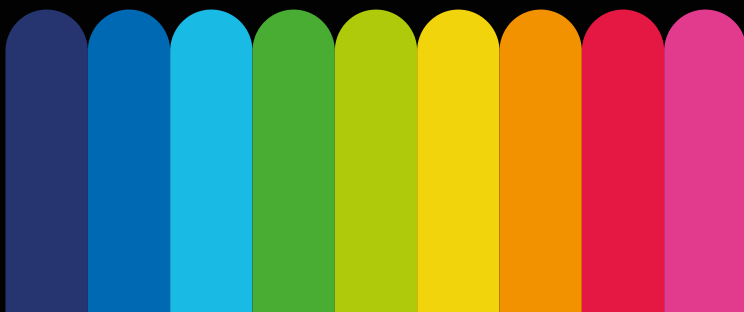
O marketing digital é a melhor forma de conseguir bons resultados na

internet e uma boa estratégia é tudo que você precisa para se destacar.

O maior desafio das empresas e sites online é conseguirem se destacar quando há um cenário de grande competitividade, então com uma campanha de marketing bem direcionada e um conteúdo atrativo e bem elaborado, é possível atrair clientes que estão literalmente procurando a solução que você está oferecendo, porque ela geralmente pesquisa por aquela solução na internet. Tudo que eles precisam é te encontrar, e é por isso que a sua visibilidade é tão importante.

Então ligue os motores e acelere seus resultados com o tráfego pago.

REFERÊNCIAS



- Escola Conquer: Curso de mídias de alta performance
- Tiago Tessmann: Curso Conversão Extrema
- Micha Menezes: e-Book, 10 sacadas que me renderam R\$ 1 milhão só anunciando no Facebook
- Saiba agora como funciona o tráfego pago em agências. Rock Content. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/como-funciona-o-trafego-pago/>
- Os 63 termos de marketing digital que todo profissional deve saber! Rock Content. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/termos-de-marketing/>
- Tráfego pago: o que é, vantagens, desvantagens e ferramentas. Mirago. Disponível em: <https://www.mirago.com.br/trafego-pago/>
- O que é gestão de tráfego? Pedro Sobral. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ON8Q8bRnbY>
- Tráfego pago X Tráfego gratuito. Adriano Gianini, Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Zr9JL-2BHZ4>

“Marketing sem dados é como dirigir com os olhos fechados.”

Dan Zarrella

COLETÂNEA

Transformação Digital - Vitae Brasil

