

FACEBOOK ADS PARA E-COMMERCE





Olá!

Sou Diego Santana da Your Commerce

E **ajudo lojistas** como você

Conseguir **aumentar o faturamento** com estratégias

Sem precisar investir muito.

“

O **SUCESSO** é a soma de
pequenos esforços somados
dia após dia.

ROBERT COLLIER



O QUE É FACEBOOK ADS?

CONHEÇA UM POUCO MAIS DESTA PODEROSA
FERRAMENTA DE VENDA

NÚMEROS DO FACEBOOK / INSTAGRAM

2 BILHÕES DE USUÁRIOS NO MUNDO

115 MILHÕES DE BRASILEIROS
(*METADE DA POPULAÇÃO*)

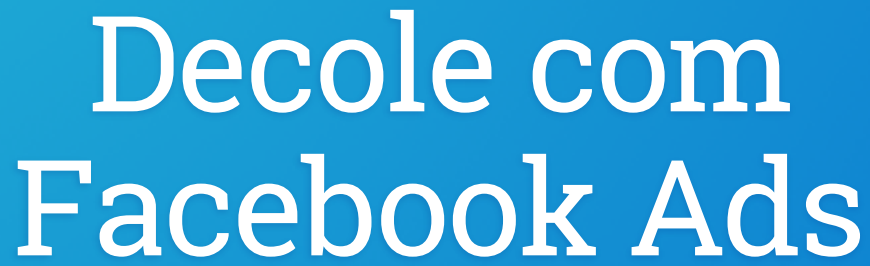


NÚMEROS DO FACEBOOK / INSTAGRAM

67% DOS BRASILEIROS
ACESSAM O FACEBOOK
DIARIAMENTE



OS BRASILEIROS FICAM EM MÉDIA 3 HORAS E 39 MINUTOS POR DIA NAS REDES SOCIAIS



FACEBOOK ADS

O QUE É FACEBOOK ADS?

Facebook Ads são anúncios publicitários veiculados dentro da própria plataforma. Ademais, o Facebook possui diversas ferramentas para te auxiliar na criação de campanhas mais eficazes.

TIPOS DE CAMPANHAS

Reconhecimento

- Reconhecimento de Marca
- Alcance

Consideração

- Tráfego
- Envolvimento
- Instalações de Aplicativo
- Visualizações do Vídeo
- Geração de Cadastros

Conversão

- Conversões
- Vendas do Catálogo de Produtos
- Visitas ao Estabelecimento

RECONHECIMENTO - RECONHECIMENTO DE MARCA

Se o seu objetivo for aumentar o reconhecimento da marca através de uma campanha de **branding**, então essa é a opção que você deve selecionar. O propósito aqui é alcançar pessoas mais propensas a prestar atenção nos seus anúncios, contribuindo para o reconhecimento da marca.

RECONHECIMENTO - ALCANCE

Este objetivo do Facebook ajuda a **alcançar o número máximo de pessoas** no seu público e controlar a frequência com a qual elas veem seus anúncios.

Além disso, se você tiver um negócio local e desejar promover para as pessoas dentro de um raio nas imediações, poderá criar seu alcance sob medida usando o direcionamento por localização.

CONSIDERAÇÃO - TRÁFEGO

Esse é o tipo de anúncio ideal para **direcionar o tráfego** do Facebook para uma página externa. Pode ser para ofertas, download de conteúdos, ingressos para algum evento, conhecer outros serviços e produtos, etc...

CONSIDERAÇÃO - ENVOLVIMENTO

Dentro do objetivo “Envolvimento” você tem três opções (como mostra a imagem abaixo): envolvimento com a publicação, curtidas na página e participações no evento.



The screenshot shows the Facebook 'Envolvimento' (Engagement) objective setup interface. At the top is a blue speech bubble icon. Below it is the title 'Envolvimento'. A descriptive text states: 'Faça mais pessoas verem sua publicação ou Página e se envolverem com ela. O envolvimento pode incluir comentários, compartilhamentos, curtidas, participações no evento e obtenções da oferta.' Below this is a text input field labeled 'Nome da campanha' with the value 'Envolvimento'. Underneath are three tabs: 'Envolvimento com a publicação' (selected), 'Curtidas na Página', and 'Participações no evento'. At the bottom is a blue 'Continuar' button.

CONSIDERAÇÃO - ENVOLVIMENTO

A primeira opção te permite **impulsionar publicações** através do Gerenciador de Anúncios. Vale lembrar que também é possível impulsionar publicações ao clicar no botão no canto inferior direito de um post, mas para isso você precisa ter as permissões necessárias.

CONSIDERAÇÃO - ENVOLVIMENTO

Essa é uma excelente ferramenta para promover um post em que você deseja aumentar o número de curtidas, comentários e compartilhamentos.

Qual tipo de conteúdo utilizar:

Divulgar uma imagem, seja de serviços ou produtos (moda, culinária, fotografia, etc)

Divulgar o lançamento de uma nova marca

Aumentar o número de participações em um post que incentive comentários (perguntas e opiniões)

CONSIDERAÇÃO - ENVOLVIMENTO

Já a segunda opção (“Curtidas na Página”), são anúncios cujo o objetivo é promover o conhecimento e **curtidas na sua página**. Você poderá adicionar uma imagem e uma breve descrição sobre sua página, e então o Facebook adicionará um botão “Curtir Página” a fim de promover curtidas.

CONSIDERAÇÃO - ENVOLVIMENTO

Não é muito recomendado a utilização desse recurso. A quantidade de curtidas não significa necessariamente uma página bem engajada ou bem-sucedida. O que você precisa são pessoas que te acompanham por causa do **seu produto e conteúdo**. Invista em anúncios que vão melhor promover a sua marca e o seu produto/serviço e, conseqüentemente, você terá mais curtidas e pessoas engajadas.

CONSIDERAÇÃO - ENVOLVIMENTO

Por fim, a terceira e última opção se trata em **promover um evento criado no Facebook através de anúncios**. Uma das grandes vantagens de se ter um evento no Facebook é que todos os participantes sempre recebem notificações quando alguma atualização ou post é adicionado no evento. É uma ótima ferramenta para reforçar um compromisso e interagir com o público.

CONSIDERAÇÃO – INSTALAÇÃO DE APLICATIVO

Caso sua página possua algum aplicativo especial é só veicular esse anúncio e ele aparecerá no Feed de Notícias do público selecionado. Quando alguém clicar no anúncio, será levado diretamente à página de instalação do app.

CONSIDERAÇÃO – VISUALIZAÇÕES DO VÍDEO

Os vídeo estão cada vez ganhando mais espaço nas mídias sociais e é uma excelente estratégia de comunicação e engajamento. Atualmente, os vídeos já recebem um maior número de visualizações orgânicas do que posts estáticos.

CONSIDERAÇÃO – VISUALIZAÇÕES DO VÍDEO

Entretanto, a fim de divulgar um vídeo promocional ou o conteúdo da sua página, você pode ampliar a divulgação do seu vídeo através dessa ferramenta. Da mesma forma que os outros anúncios, você deverá escolher seu público e segmentação e também poderá adicionar um botão dentre as opções:

CONSIDERAÇÃO – VISUALIZAÇÕES DO VÍDEO

Comprar Agora – com link de acesso a página destino;
Reservar Agora – com link de acesso a página destino;
Saiba Mais – com link de acesso a página destino;
Cadastre-se – com link de acesso a página destino;
Baixar – com link de acesso a página destino;
Assistir Mais – com link de acesso a página destino.

CONSIDERAÇÃO – GERAÇÃO DE CADASTROS

Os anúncios de cadastro do Facebook fazem com que seja mais fácil você capturar a atenção de todas as pessoas interessadas no seu negócio e coletar as informações necessárias para você entrar em contato com eles.

CONVERSÃO – CONVERSÕES

Para usuários mais avançados, ele é semelhante ao objetivo de tráfego, porém este visa analisar o **índice de conversão dos seus anúncios** em métricas mais sólidas.

Se seu objetivo é vender um produto, ingresso para um evento ou capturar leads, você adicionará um pixel do Facebook na página de “Obrigado” ou “Confirmação de compra” a fim de quantificar quantas pessoas concluíram o objetivo dentre aquelas que clicaram no seu anúncio.

CONVERSÃO – CONVERSÕES

Ambos os anúncios, com objetivo de tráfego e conversão, são ideais para:

Promover uma página de produto/evento e incentivar a compra;

Promover o download de um conteúdo e capturar leads;

Aumentar o tráfego do seu site.

CONVERSÃO – VENDAS DO CATÁLOGO DE PRODUTOS

Este é um recurso novo que o Facebook adicionou. Aqui é possível criar anúncios que mostram automaticamente produtos do seu catálogo com base no seu público-alvo. Um catálogo de produtos armazena todas as informações de todos os itens que você gostaria de anunciar o Facebook.

CONVERSÃO – VISITAS AO ESTABELECIMENTO

Recentemente o Facebook possibilitou a criação de anúncios voltados para empresas físicas ou eventos locais.

Você pode colocar o endereço da sua loja ou o local do evento e estipular um raio de alcance. Através da geolocalização, o Facebook consegue identificar quantas pessoas estão dentro dessa limitação e exibir seus anúncios a elas.

Público e Segmentações



PÚBLICO E SEGMENTAÇÕES

Ao criar um novo anúncio, sempre será requerido definir o público que você quer atingir. Para tal, o Facebook permitirá você definir diversas segmentações e especificações conforme a imagem a seguir:

Público

Defina quem você quer que veja seus anúncios. [Saiba mais.](#)

Criar novo

Usar um público salvo ▼

Públicos Personalizados ⓘ

Adicionar Públicos Personalizados ou Públicos Semelhantes



Excluir | Criar novo ▼

Localização ⓘ

Todos nesta localização ▼

Brasil

📍 Brasil

📍 Incluir ▼

Digite para adicionar mais localizações

Procurar

Adicionar locais em massa...

Idade ⓘ

18 ▼

-

65+ ▼

Gênero ⓘ

Todos

Homens

Mulheres

Idiomas ⓘ

Insira um idioma...

Direcionamento detalhado ⓘ

INCLUIR pessoas que correspondam a pelo menos UM dos critérios a seguir

ⓘ

Adicione dados demográficos, interesses ou compo... | Sugestões | Procurar

Excluir pessoas



Expanda interesses quando isso puder aumentar cliques no link por um custo mais baixo por clique no link. ⓘ

Conexões ⓘ

Adicione um tipo de conexão ▼

Salvar este público

PÚBLICO E SEGMENTAÇÕES

- Localização (país, estado, cidade e até mesmo região do seu endereço);
- Idade;
- Gênero;
- Idiomas;
- Diversos outros dados demográficos como: relacionamento, formação, ocupação, domicílio, afinidade étnica, geração, pais, política e acontecimentos

PÚBLICO E SEGMENTAÇÕES

É importante você entender o comportamento do seu público-alvo a fim de fazer uma segmentação adequada para as suas campanhas no Facebook. Com isso, você otimiza seus investimentos, uma vez que os recursos serão direcionados no alvo correto, e propõe uma comunicação adequada ao público-alvo.

PÚBLICO E SEGMENTAÇÕES

Para melhor compreensão dos interesses e dados do seu público, o Facebook desenvolveu uma ferramenta chamada **Facebook Audience Insights**. Através dela, você poderá criar o seu público com o auxílio da ferramenta e ela te mostrará dados relevantes e os interesses em comum do seu target. Use e abuse dessa excelente ferramenta!

PÚBLICO E SEGMENTAÇÕES

- Interesses (pelo que sua audiência se interessa, gostos, costumes);
- Comportamento (dispositivos que usam para acessar, sistemas operacionais, comportamento de compra, etc);
- Conexões (alcance pessoas que tenham um tipo de conexão específica com sua Página, aplicativo ou evento).

PÚBLICO E SEGMENTAÇÕES

Caso sua empresa possua mais de um tipo de perfil de consumidor (persona) você pode criar campanhas separadas com uma comunicação específica para cada um desses perfis.



ORÇAMENTO E PROGRAMAÇÃO

Orçamento Diário

Você indica ao Facebook o quanto gastará em cada dia de anúncio, seja para anúncios sem data para terminar (você poderá cancelar no momento que achar necessário) ou com data de início e término.

ORÇAMENTO E PROGRAMAÇÃO

Orçamento e programação

Defina quanto você gostaria de gastar e quando gostaria que seus anúncios fossem exibidos. [Saiba mais.](#)

Orçamento ⓘ

Orçamento diário ±

R\$ 20,00

R\$ 20,00 BRL

O valor real gasto diariamente pode variar. ⓘ

Programação ⓘ

- ☒ Veicular meu conjunto de anúncios continuamente a partir de hoje
- ☐ Definir uma data de início e de término

Você não gastará mais do que **R\$ 140,00** por semana.

[Mostrar opções avançadas ▾](#)

ORÇAMENTO E PROGRAMAÇÃO

Veja que com apenas **R\$ 20,00** em um dia você já pode criar as publicidades no Facebook. E quanto esse valor representa em veiculação? Vai depender muito da sua segmentação e a quantidade de anunciantes que estão disputando o espaço com você. Por isso, quanto mais específico você for em relação ao público-alvo, mais otimizado será o seu investimento.

ORÇAMENTO E PROGRAMAÇÃO

Entretanto, o Facebook já tem um parâmetro da quantidade de pessoas que poderão ser impactadas com o seu investimento. No lado direito da tela você verá um gráfico como esse:



ORÇAMENTO E PROGRAMAÇÃO

Esse é o resultado de um investimento de R\$ 20,00 por dia para um público entre 25 e 40 anos, ambos os sexos, empreendedores de pequenas empresas que moram no estado de São Paulo.

Pode não parecer um número exorbitante, entretanto estamos falando de um público mais específico que receberá uma comunicação também específica. Esse é o grande diferencial das mídias digitais: criar comunicações dirigidas e entregues ao público que você realmente deseja atingir.

ORÇAMENTO E PROGRAMAÇÃO

Orçamento Vitalício

O valor inserido será o máximo que você gastará durante a vida útil do seu anúncio, seja para um único dia ou para uma programação específica de dias e horários.

ORÇAMENTO E PROGRAMAÇÃO

Orçamento e programação

Defina quanto você gostaria de gastar e quando gostaria que seus anúncios fossem exibidos. [Saiba mais.](#)

Orçamento ⓘ

Orçamento vitalício ÷

R\$ 500,00

R\$ 500,00 BRL

Programação ⓘ

Início 21/8/2017

11:15

Término 21/9/2017

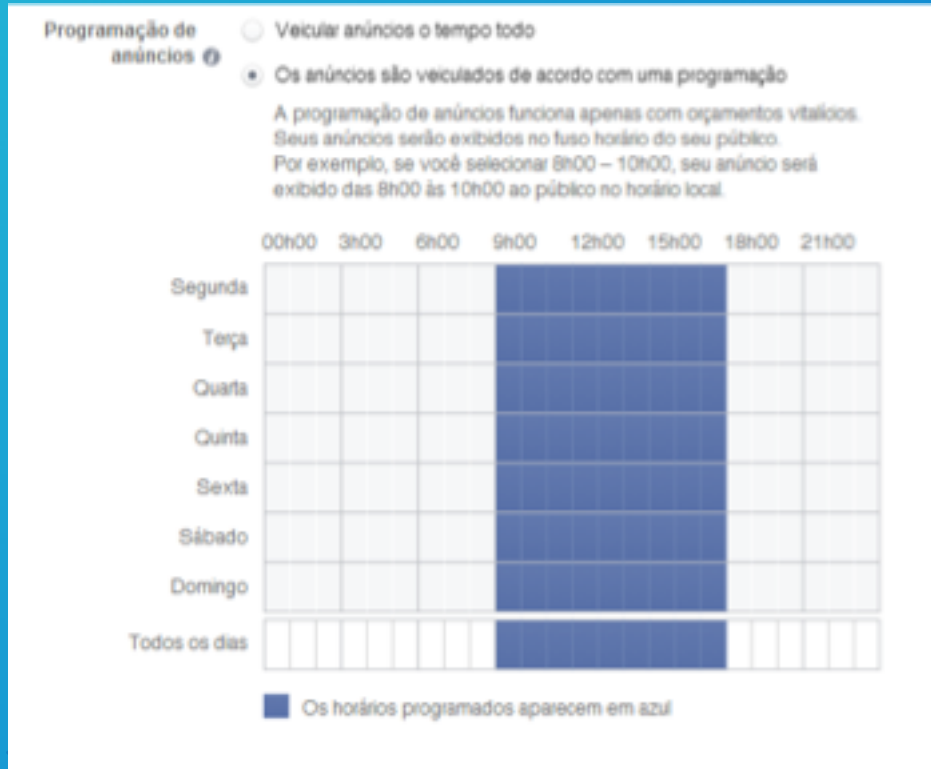
11:15

(Horário de São Paulo)

Seu anúncio será veiculado até **Quinta, 21 de setembro de 2017.**

Você gastará até **R\$ 500,00** no total.

ORÇAMENTO E PROGRAMAÇÃO



ORÇAMENTO E PROGRAMAÇÃO

Além dessas programações, você poderá definir se o anúncio será otimizado para **CPM**(Custo por Mil impressões) ou **CPC** (Custo por Clique). Tudo depende do seu objetivo.

ORÇAMENTO E PROGRAMAÇÃO

CPM costuma ter um investimento menor a cada mil visualizações, entretanto é ideal apenas para anúncios de reconhecimento de marca.

ORÇAMENTO E PROGRAMAÇÃO

Com o CPC, embora tenha um custo mais elevado por clique, o Facebook irá se preocupar em entregar os anúncios a pessoas mais propensas a clicar ou engajar. O CPC é ideal caso seu objetivo seja envolvimento com o público.

ORÇAMENTO E PROGRAMAÇÃO

Otimização para veiculação de anúncio ⓘ	Cliques no link ▼
Valor do lance ⓘ	☒ Cliques no link - Recomendado Veicularemos seus anúncios para as pessoas certas para ajudar você a obter o máximo de cliques no link a partir do seu anúncio para um destino, dentro e fora do Facebook, pelo menor custo.
Quando a cobrança será feita ⓘ	Impressões Exibiremos seus anúncios para as pessoas tantas vezes quantas forem possíveis.
Programação de anúncios ⓘ	Alcance único diário Exibiremos seus anúncios para as pessoas no máximo uma vez por dia.
	☒ Veicular anúncios de acordo com uma programação
	Usar fuso horário do visualizador ▼ Vamos programar seus anúncios com base no fuso horário da pessoa que vai vê-los. Por exemplo, se você selecionar das 8:00 às 17:00, somente mostraremos seus anúncios para as pessoas das 8:00 às 17:00 no horário local delas.

MENSURE E OTIMIZE OS RESULTADOS

É fundamental você mensurar os resultados da sua campanha constantemente com o propósito de identificar se ela está sendo positiva ou não. Você pode aprender mais sobre como calcular o retorno sobre investimento de uma campanha digital. Além de aprender o cálculo de ROI você também poderá prever possíveis resultados com base em alguns indicadores-chave.

ALGUMAS DICAS

Sempre faça testes com pouco investimento antes de iniciar uma campanha a fim de investir pesado no anúncio que trará mais resultados

ALGUMAS DICAS

Teste os diferentes tipos de anúncios, também com baixo investimento, para entender qual tipo de mídia tem melhor retorno para o seu negócio

ALGUMAS DICAS

É muito comum anunciar para o público que não curte a sua página a fim de atrair novos consumidores. Entretanto, também crie anúncios **voltados para o seu público ativo**, afinal, eles são advogados da sua marca e tem muito mais potencial de comprar em relação aqueles que não te conhecem

ALGUMAS DICAS

O Facebook possui um rígido controle de poluição visual. Imagens de anúncios ou posts que você for promover não devem conter muito texto. Embora o Facebook tenha liberado anúncios com mais de 20% de texto dentro de imagens, quanto mais imagens você adicionar, menos o Facebook vai entregar os seus anúncios. Isso consequentemente também influencia no valor que vai pagar pela publicidade.

ALGUNS CASES DE SUCESSO

R\$ 1.832,84 INVESTIDO PARA R\$ 72.412,82 VENDIDOS

Visão geral da conta											
Campanhas 1 selecionado											
Conjuntos de anúncios para...											
Anúncios para 1 Campanha											
+ Criar Duplicar Editar Regras											
Colunas: Desempenho Detalhamento Exportar											
	Nome do conjunto de anúncios	Resultado	Alcance	Impressões	Custo por resultado	Orçamento	Valor gasto	Compras no site	Valor de conversão de compras	Retorno sobre os gastos com	
	IMAGEM UNICA - RMKT - FB/IT	48 Compras	48.944	122.956	R\$ 18,11 Por compra	R\$ 35,00 Diariamente	R\$ 869,19	48	R\$ 49.981,64	57,50	
	IMAGEM UNICA - NOVOS - IT - Cópia	1 Comprar	3.075	3.171	R\$ 35,30 Por compra	R\$ 15,00 Diariamente	R\$ 35,30	1	R\$ 752,79	21,33	
	STORIES - NOVOS - IT	10 Compras	31.864	56.628	R\$ 38,36 Por compra	R\$ 15,00 Diariamente	R\$ 383,49	10	R\$ 9.790,94	25,53	
	IMAGEM UNICA - NOVOS - IT	15 Compras	63.376	89.776	R\$ 36,32 Por compra	R\$ 15,00 Diariamente	R\$ 544,86	15	R\$ 11.887,45	21,82	
Resultados de 4 conjuntos de anúncios		74 Compras	103.520 Pessoas	271.531 Total	R\$ 24,77 Por compra		R\$ 1.832,84 Total gasto	74 Total	R\$ 72.412,82 Total	39,51 Média	

ALGUNS CASES DE SUCESSO

R\$ 52.790,28 INVESTIDO PARA R\$ 1.641.952,33 VENDIDOS

Visão geral da conta

Campanhas

1 selecion...

Conjuntos de anúncios par...

Anúncios para 1 Campanha

+ Criar

Duplicar

Editar

Regras

Colunas: Desempenho

Detalhamento

Exportar

		Nome do conjunto de anúncios	Orçamento	Valor gasto	Término	Programação	Cliq no l	Compr no s	Valor de conversão de compras no site	Re sob g
		NEW - IMAGEM ÚNICA - ENGAJAMENTO - FB/IT	R\$ 40,00 Diariamente	R\$ 105,51	Campanhas ...	24 de junho de 2018 – contínua	241	5	R\$ 921,58	
		NEW - CARROSSEL - SEMELHANTES - FB/IT	R\$ 60,00 Diariamente	R\$ 134,23	Campanhas ...	24 de junho de 2018 – contínua	665	12	R\$ 1.251,66	
		NEW - CARROSSEL - RMKT - FB/IT	R\$ 80,00 Diariamente	R\$ 166,37	Campanhas ...	24 de junho de 2018 – contínua	628	24	R\$ 4.144,71	
		NEW - CARROSSEL - NOVOS - FB/IT	R\$ 40,00 Diariamente	R\$ 104,52	Campanhas ...	24 de junho de 2018 – contínua	584	5	R\$ 303,85	
		NEW - NOVOS - STORIES	R\$ 40,00 Diariamente	R\$ 106,09	Campanhas ...	24 de junho de 2018 – contínua	266	8	R\$ 1.336,27	
		NEW - IMAGEM ÚNICA - SEMELHANTE - FB/IT	R\$ 40,00 Diariamente	R\$ 107,35	Campanhas ...	24 de junho de 2018 – contínua	349	5	R\$ 802,38	
		NEW - IMAGEM ÚNICA - RMKT - FB/IT	R\$ 40,00 Diariamente	R\$ 110,77	Campanhas ...	24 de junho de 2018 – contínua	302	15	R\$ 2.775,27	
▶ Resultados de 21 conjuntos de anúncios				R\$ 52.790,28 Total gasto			264.... Total	11.024 Total	R\$ 1.641.952,33 Total	



Obrigado

Tem dúvidas?

Você pode mandar um e-mail para
diego@yourcommerce.com.br