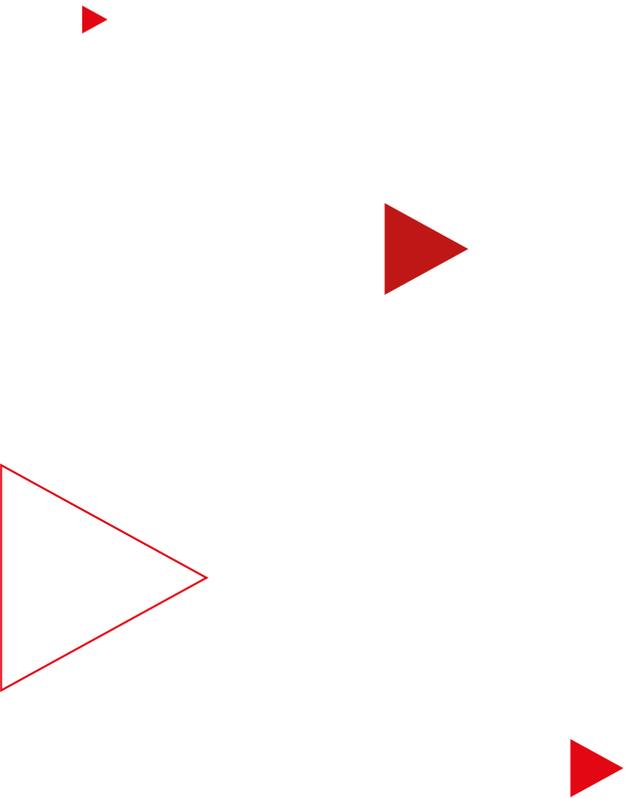




# Faça isso

se você quiser

**gerar ações**



# Leia para ver uma resposta

As pessoas recorrem cada vez mais ao YouTube, seja para descobrir algo novo ou comprar um produto. Na verdade, 90% das pessoas descobrem novas marcas ou produtos no YouTube,<sup>1</sup> e mais de 40% afirmam terem comprado produtos que viram nessa plataforma.<sup>2</sup>

Está na hora de alcançar esses usuários.



Com este guia simples, você poderá:

- ajudar os espectadores a realizar uma ação no seu vídeo;
- encontrar novos públicos-alvo para ampliar sua base de clientes;
- otimizar sua estratégia de lances com aprendizado de máquina;
- entender o impacto da sua campanha.

# Faca isso primeiro

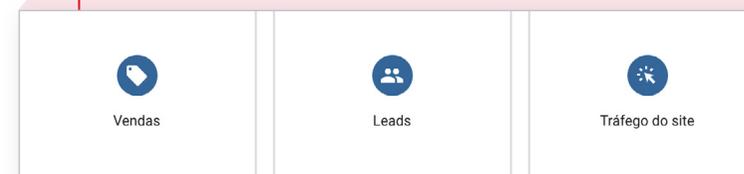
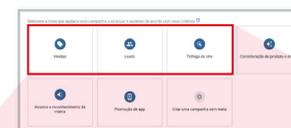
Para poder avaliar o desempenho da sua campanha, primeiro você precisa definir uma meta.

1

## Defina sua meta

Selecione **“Leads”, “Vendas” ou “Tráfego do site”** como meta da campanha.

Selecione **“Vídeo”** como tipo da campanha.



## Sincronize suas contas

Crie a campanha de vídeo na mesma conta que as campanhas de pesquisa e de display para evitar que o Google Ads conte as conversões duas vezes.

2

3

## Ative o acompanhamento de conversões

Otimize o site da sua empresa com o acompanhamento de conversões e controle eventos de conversão simples, como visitas ao site, preenchimento de formulários, download de conteúdo ou adição de produtos ao carrinho. Esse recurso é essencial para entender como as pessoas interagem com o anúncio e qual é o caminho até a conversão.

# Facilite as ações do espectador

Conheça o formato de anúncio do YouTube criado especialmente para ajudar você a atingir suas metas de resposta direta.

1

## Use o TrueView for Action

Motivo: as campanhas TrueView for Action contêm anúncios in-stream puláveis que usam calls-to-action atrativas nos vídeos para gerar leads e conversões on-line.

II

**Dica:** faça testes com vários criativos. Teste mais de cinco variações com CTAs e títulos diferentes.

2

## Personalize seu anúncio

Adicione formulários de lead ou extensões de sitelink às suas campanhas TrueView for Action e torne-as ainda mais úteis e acionáveis para os clientes em potencial.

## Anote

Os sitelinks em campanhas TrueView for Action podem levar a um aumento de até 40% nas conversões e 20% nos cliques, e uma redução de 30% nos CPAs em dispositivos móveis.<sup>3</sup>

# Faça isso se você quiser alcançar novos clientes

Alcance mais clientes ampliando sua estratégia de palavras-chave da rede de pesquisa para o YouTube.

1

## Use públicos-alvo de intenção personalizada

Alcance as pessoas que estão pesquisando ativamente seu produto no Google com os públicos-alvo de intenção personalizada. Cerca de 80% das pessoas afirmam que normalmente alternam a busca on-line e os vídeos para pesquisar produtos que querem comprar.<sup>4</sup> Por isso, palavras-chave de alto desempenho na pesquisa também precisam ser eficazes no YouTube.

2

## Use suas melhores palavras-chave da rede de pesquisa

Faça o upload de 10 a 15 palavras-chave para seus públicos-alvo de intenção personalizada. Ao utilizar as palavras-chave de conversão e assistência das campanhas de pesquisa, você cria um público-alvo mais personalizado.

II

**Dica:** use o Planejador de palavras-chave para ver o possível impacto delas no YouTube. Na sua conta do Google Ads, acesse “Ferramentas e configurações” na barra de navegação no topo da tela e depois procure o Planejador de palavras-chave em “Planejamento”.

3

## Evite usar gênero e idade

Quando você não restringe informações demográficas, consegue alcançar pessoas mais relevantes com base na intenção de compra delas, então evite adicionar idade e gênero aos públicos-alvo de intenção personalizada.

4

## Faça testes com listas de remarketing

Use listas de remarketing para ter leads mais qualificados. Com isso, você alcançará usuários em diversos estágios da jornada de compra.

## Anote

As campanhas TrueView for Action que usam o remarketing geram taxas de conversão 270% mais altas a um custo inferior em comparação com as que usam outros tipos de público-alvo.<sup>5</sup>





# Parabéns, você conseguiu!

Veja o que fazer para saber mais

Acesse [youtube.com/ads](https://youtube.com/ads) para ver mais dicas de como se tornar um especialista em criar campanhas publicitárias bem-sucedidas no YouTube.



Anteriormente, na série **O que fazer:**

**O que fazer para gerar reconhecimento**

**O que fazer para aumentar a consideração**

Veja os três guias da nossa série e aprenda a criar campanhas de vídeo que oferecem resultados para o funil inteiro.

- 1 Google/Magid Advisors, global (Estados Unidos, Canadá, Brasil, Reino Unido, Alemanha, França, Japão, Índia, Coreia do Sul, Austrália), "The Role of Digital Video in People's Lives", n=20.000, usuários da Internet de 18 a 64 anos, agosto de 2018.
- 2 Google/Ipsos, global (Estados Unidos, Canadá, Brasil, Reino Unido, Alemanha, França, Japão, Índia, Coreia do Sul e Austrália), estudo "How People Shop with YouTube", pessoas de 18 a 64 anos que acessam a Internet pelo menos uma vez ao mês e compraram algo no último ano, n=24.017, julho de 2018.
- 3 Dados do Google, global, novembro de 2019. Estudo com base nos resultados do app YouTube (Android e iOS) de 260 anunciantes do TrueView for Action Beta.
- 4 Google/Magid Advisors, "The Role of Digital Video in People's Lives", global (Estados Unidos, Canadá, Brasil, Reino Unido, Alemanha, França, Japão, Índia, Coreia do Sul e Austrália), agosto de 2018, n=20.000, usuários da Internet de 18 a 64 anos.
- 5 Dados internos do YouTube, global, junho a julho de 2018.