

MÍDIA KIT

Facebook Ads



O Universo do Facebook

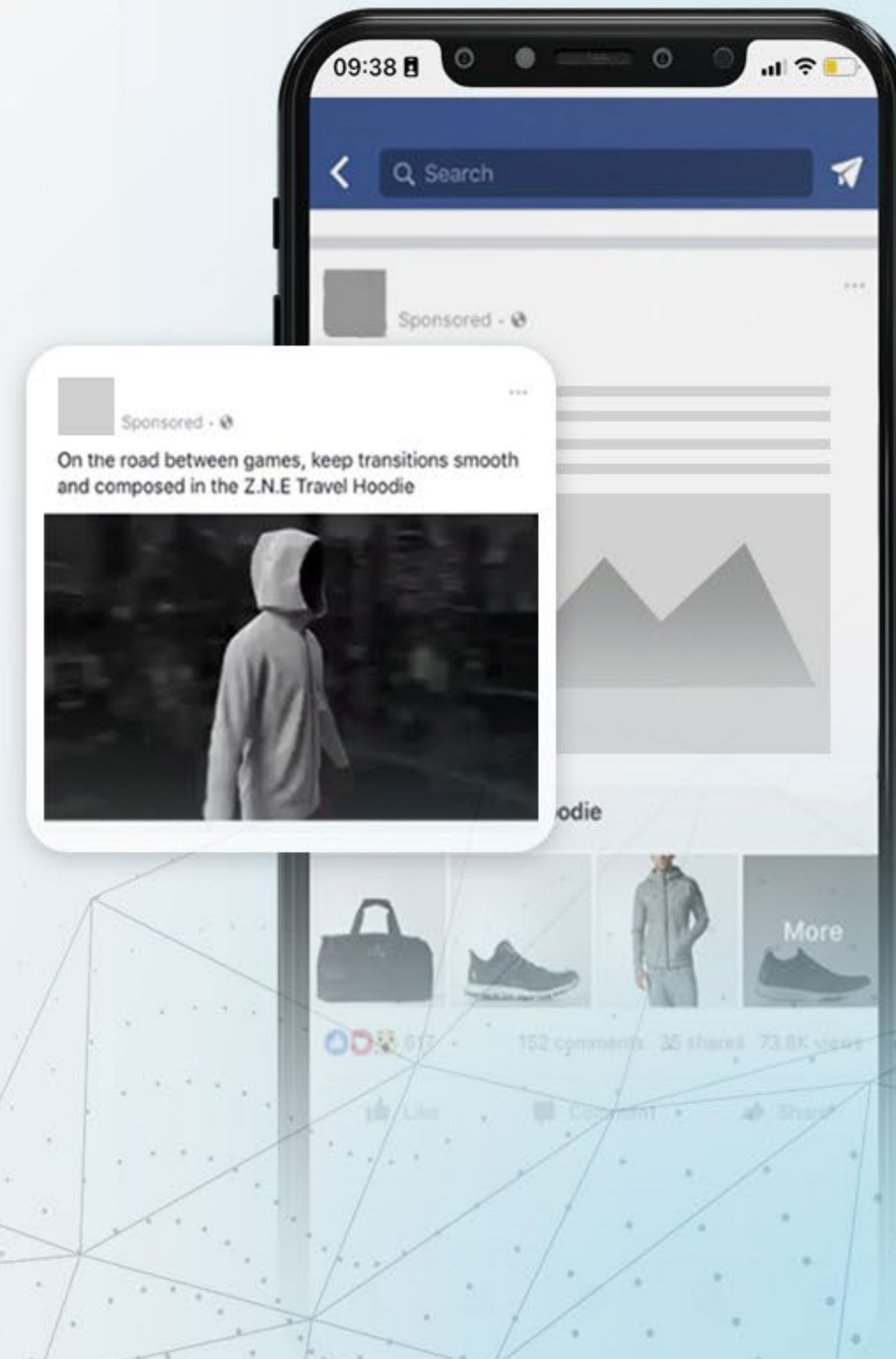
Se antes o Facebook era sinônimo de uma rede social, hoje ele engloba um verdadeiro hub de plataformas, aplicativos e serviços para conectar pessoas e empresas em qualquer lugar. Com alta capacidade de segmentação e alcance, a plataforma de anúncios do facebook é parte essencial do planejamento de marketing de qualquer marca.

facebook

Instagram

Messenger

audience
network
by Facebook



Planejamento e Gestão de campanhas Facebook

A Publyta possui uma equipe especializada na plataforma do Facebook Ads e oferece diferentes soluções para potencializar os resultados dos anunciantes.



A Publyta tem o selo de Marketing Facebook. Os parceiros são empresas de marketing digital que o Facebook confia. O selo reconhece empresas com domínio excelente dos anúncios do Facebook, já que possuem profissionais capacitados e certificados para gerar os melhores resultados.



1 Briefing

Você envia um briefing completo com o público-alvo, concorrentes e objetivos da campanha da sua marca.



2 Planejamento

A Publyta faz todo o planejamento de mídia da campanha, com cronograma, plataformas, segmentações, grupos de anúncios e palavras chave que serão utilizados.



3 Otimizações

Uma vez aprovado o planejamento, sua campanha é configurada e acompanhada diariamente. Os resultados são otimizados e você acompanha tudo através do dashboard da Publyta.

Por que anunciar?



Facebook

O Brasil se destaca como o país com o quarto maior alcance de usuários: **130 milhões**



Instagram

Cerca de **95 milhões** de brasileiros estão conectados na plataforma. O Instagram é a **4ª rede social** mais utilizada no Brasil, e **85%** dos brasileiros dizem que descobrem novos produtos e marcas por meio dela.



Messenger

São mais de **103 milhões** de brasileiros que acessam o aplicativo, e **76%** dizem que enviar mensagens para uma empresa, ajuda a ter confiança sobre a marca.



Audience Network

Os mesmos recursos de direcionamento que ajudam você a se conectar com pessoas nas plataformas do Facebook, podem ajudar você a alcançar mais pessoas, em milhares de sites e aplicativos para celular.

Como anunciar?

O Facebook Ads permite uma série de configurações dentro da plataforma. As campanhas podem ser configuradas de diversas maneiras para atender as especificações e briefing da ação de marketing:

Plataforma

- Facebook
- Instagram
- Messenger
- Audience Network

Posicionamentos

- Feed
- Stories
- Coluna da direita
- Mensagem
- Outros

Objetivo

- Reconhecimento da marca
- Alcance
- Tráfego
- Envolvimento
- Instalações do aplicativo
- Visualizações do vídeo
- Geração de cadastros
- Mensagem
- Conversões
- Vendas do catálogo
- Tráfego para o estabelecimento

Formatos de Anúncio

- Imagem, vídeo ou GIF únicos
- Carrossel de imagens, vídeos, ou GIF
- Coleção

Segmentações

- Região geográfica
- Interesses
- Comportamentos
- Dados demográficos
- Retargeting e público semelhante

Testes de otimização

- Teste A/B
- Criativo Dinâmico

Devices

- Desktop
- Mobile

Plataformas e Posicionamentos

Quando falamos em Facebook Ads, ao contrário do que muitos pensam, estamos englobando 4 plataformas que fazem parte do universo da marca Facebook.

Dentro de cada uma delas, existem locais onde os anúncios podem ser exibidos, conhecidos como posicionamentos, considerando a dinâmica de cada plataforma.



Facebook

Feed de Notícias Coluna da direita
Stories Video in-stream
Market Place In Article
Feed de vídeo Sites e apps parceiros



Audience Network

Sites e apps
parceiros



Messenger

Stories
Caixa de entrada
Mensagem
patrocinada



Instagram

Feed de Notícias
Stories
Explorar
Sites e apps
parceiros

Objetivos de campanha



Os objetivos da plataforma podem ser agrupados em 3 grandes grupos: **Reconhecimento, Consideração e Conversão.**

Confira a seguir as opções disponíveis em cada um deles.

Reconhecimento

Reconhecimento da marca:

Aumentar o reconhecimento da sua empresa, marca ou serviço entre as pessoas.

Alcance:

Exibir seu anúncio para o número máximo de pessoas no seu público-alvo.

Objetivos de campanha



Consideração

Tráfego:

Encaminhar as pessoas para o site ou aplicativo da sua empresa.

Envolvimento:

Alcançar as pessoas mais propensas a se envolver com a publicação. O envolvimento inclui curtidas, comentários e compartilhamentos.

Visualizações do vídeo:

Compartilhar vídeos da sua empresa com as pessoas no Facebook mais propensas a assisti-los.

Mensagem:

Interagir com usuários do Facebook, iniciando uma conversa com clientes existentes ou em potencial para incentivar o interesse na sua empresa.

Objetivos de campanha



Conversões

Conversões:

Incentivar as pessoas a executar uma ação específica no site da sua empresa, como adicionar itens ao carrinho, baixar aplicativo, cadastrar-se no site ou fazer uma compra.

Vendas do catálogo:

Exibir produtos do catálogo da sua loja de comércio eletrônico para gerar vendas.

Tráfego para o estabelecimento:

Promover os pontos comerciais físicos da sua empresa para pessoas nas imediações.

Instalações do aplicativo:

Enviar as pessoas à loja onde poderão baixar o aplicativo da sua empresa.

Geração de cadastros:

Coletar cadastros para sua empresa.

Formatos de anúncio

Na hora de criar o seu anúncio, você pode escolher a mídia que chamará mais atenção do público para a sua mensagem ou produto.



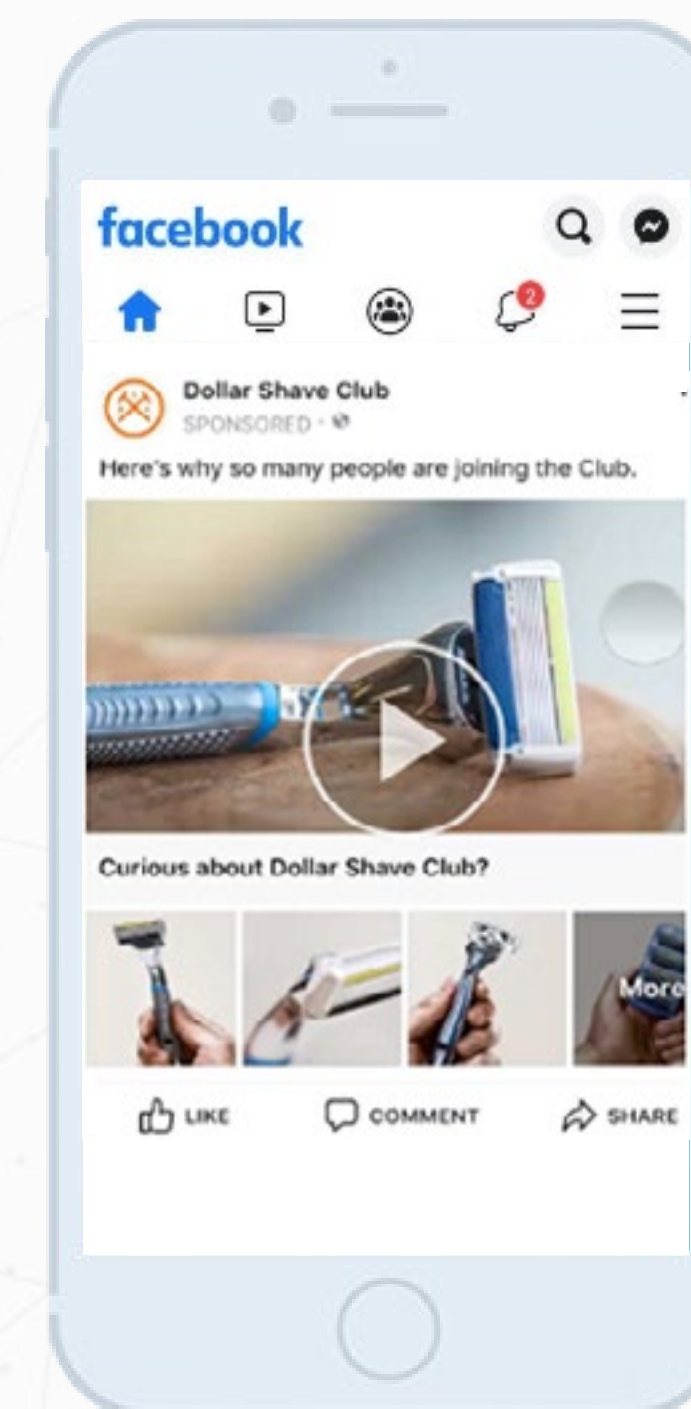
Imagem, vídeo ou GIF únicos

Um formato claro e simples para apresentar textos e imagens envolventes.



Carrossel de imagens, vídeos ou GIF

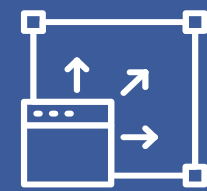
Dê destaque a diversos produtos ou conte uma história da marca a cada cartão.



Coleção

Formato que permite que as pessoas passem da descoberta à compra de forma suave e imersiva

Testes de Otimização



Criativos Dinâmicos

O criativo dinâmico usa vários componentes de anúncio e os otimiza para fornecer resultados eficientes para cada impressão exibida. Eles ajudam a criar variações personalizadas de criativos para cada pessoa que vê o anúncio.



Testes A/B

Você pode realizar testes A/B para descobrir qual público e criativos trazem mais resultado para a sua campanha.

Segmentações Disponíveis



Região geográfica

Endereço + raio, bairro, cidade, estado ou país



Interesses

Comida e bebida, compras e moda, entretenimento, esportes e atividades ao ar livre, família e relacionamentos, hobbies e atividades, negócios e indústria, saúde e boa forma e tecnologia.



Retargeting e público semelhante

Impacte pessoas que já se envolveram com a sua página, post ou anúncio. Você ainda pode criar públicos semelhantes dessas pessoas para ampliar seu alcance.



Comportamentos

Atividades digitais, classificação de consumidor, comportamento de compra, data comemorativa, expatriados e viagem.



Dados demográficos

Nível educacional, campos de estudo, instituição de ensino, anos de graduação, renda, acontecimentos, pais, status de relacionamento, setores de.

Segmentações Disponíveis

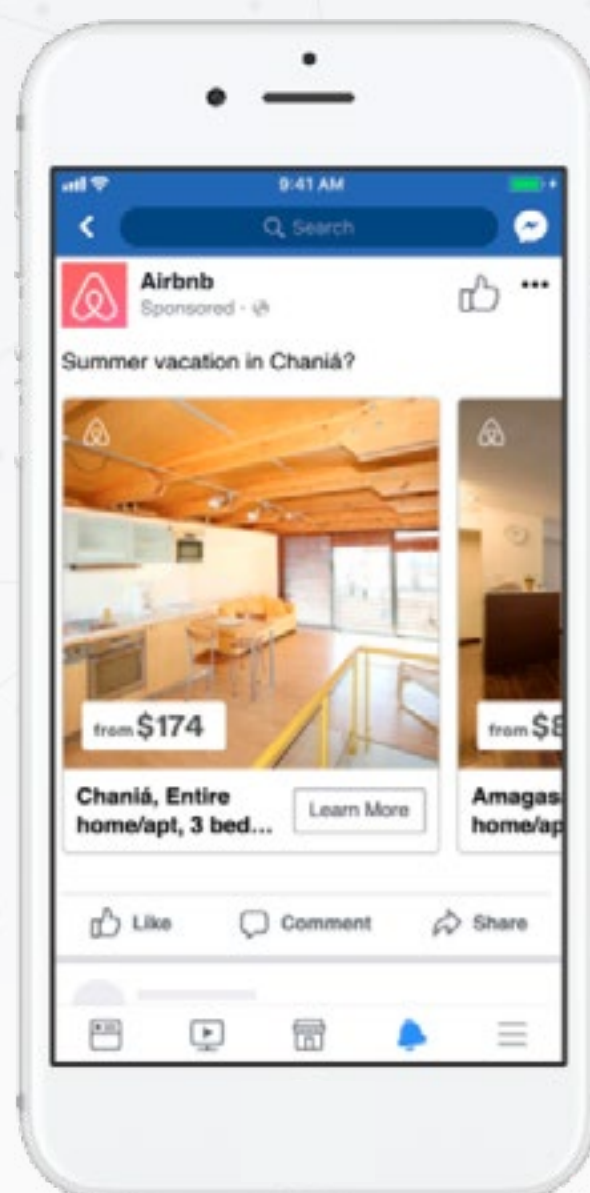
Exemplos de segmentação

- Pessoas que concluíram o ensino médio, pessoas com doutorado, pessoas na faculdade
- Pais, pais de adolescentes (13 a 17 anos), pais com crianças pequenas (1 a 2 anos de idade)
- Pessoas casadas, pessoas divorciadas
- Pessoas que trabalham no setor de gastronomia
- Interesse em moda, interesse em educação, interesse em automóveis, etc



Exemplos de Anúncios

Facebook



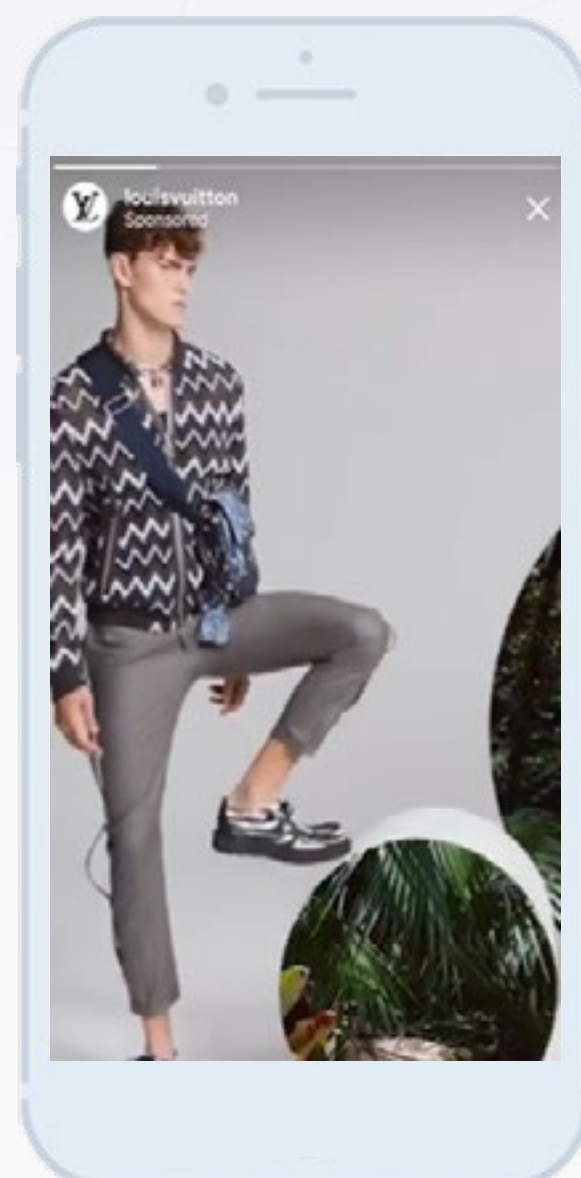
Posicionamento:

Feed

Formato de anúncio:

Carrossel de imagens

Instagram



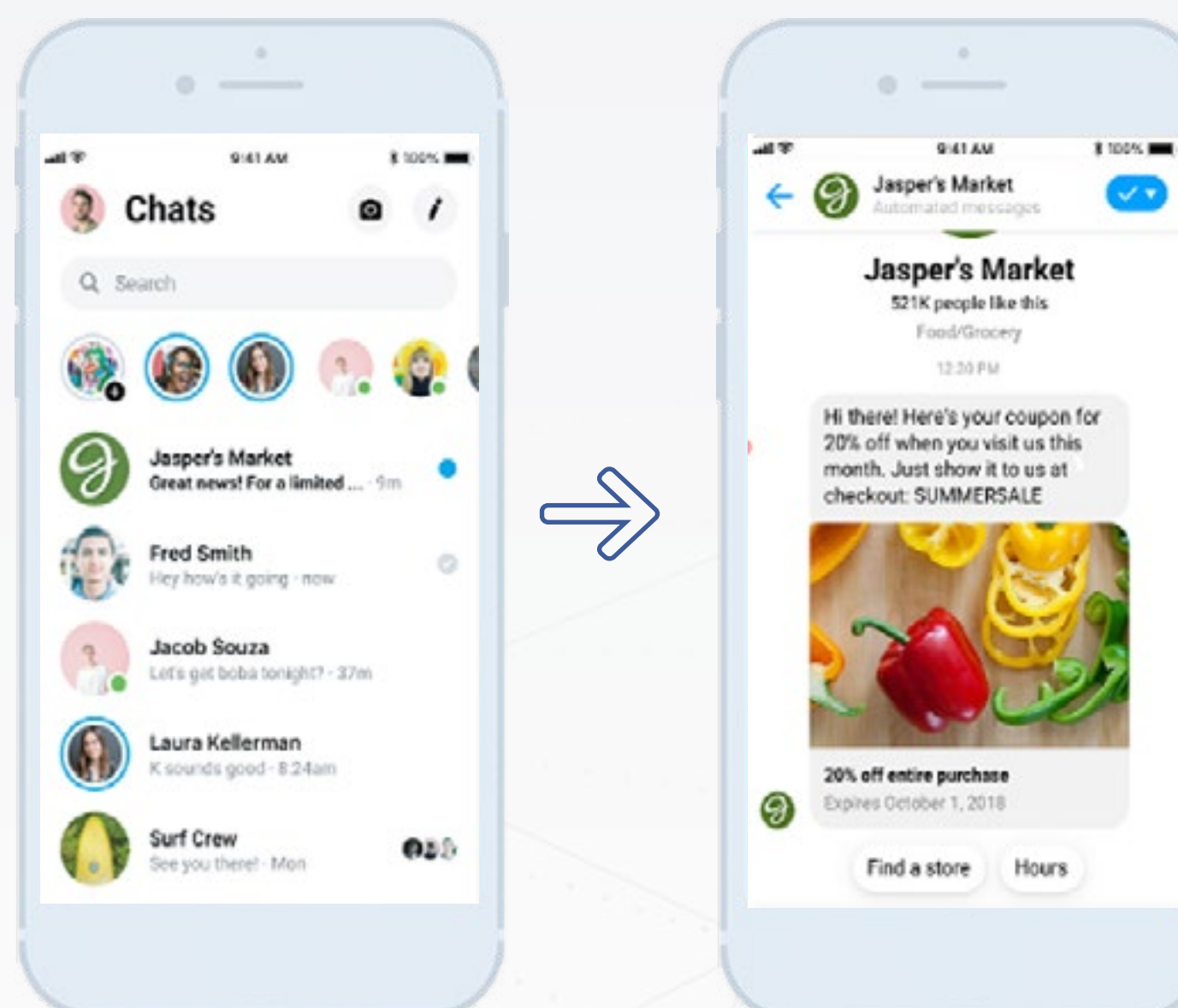
Posicionamento:

Stories

Formato de anúncio:

Vídeo Único

Messenger



Posicionamento:

Mensagem Patrocinada

Formato de anúncio:

Imagem Única

Acesse o guia do Facebook para ver outros exemplos

Neste link



publiza
Mídia Programática

+55 (48) **3025-7221**

www.publiza.com



Rodovia José Carlos Daux, 500 – Sala 302
Techno Towers | João Paulo, Florianópolis – SC