

# Mídias Pagas

---

Guia para potencializar suas Mídias Pagas e alcançar melhores resultados.



**INTEGRA**  
CONSULTORIA EM ENGENHARIA E GESTÃO  
UNICAMP



# Índice

1. Introdução a Mídia Paga
2. Vantagens da Mídia Paga
3. Métricas para análise
4. Como potencializar as suas Mídias Pagas?

# O que são Mídias Pagas?

Mídia paga é toda comunicação que uma marca realiza investindo dinheiro para ter algum resultado esperado. Ou seja, são anúncios pagos que promovem uma marca, produto ou serviço, e permitem gerar mais visibilidade, engajamento, leads ou vendas.

Esses anúncios aparecem apenas para um público segmentado e possuem forma, escrita e imagens estrategicamente criadas para impactar o usuário. Ficam posicionados nas melhores colocações, e cada visualização ou clique neles é contabilizado.



# Principais Canais de Mídia Paga



# Google Ads

A gigante das buscas virtuais ocupa o topo das mídias pagas. O Google Ads, antes conhecido como Google Adwords, é uma plataforma para criação de anúncios pagos, lançada em Outubro de 2000.

A ideia de investir em uma plataforma como o Google Ads é a de ranquear nas primeiras posições de busca, considerando as estratégias de Search Engine Optimization (SEO) ou otimização para mecanismos de buscas, valendo-se do uso de palavras-chave específicas e estratégicas.

Cada palavra-chave desempenha um papel de extrema importância para o ranqueamento. No entanto, o bom ranqueamento depende de seu uso adequado e acompanhar a performance nos conteúdos fará com que o investimento seja válido.



# Facebook Ads

Quando Mark Zuckerberg criou o Facebook em 2004, talvez ele ambicionava, mas não dimensionava que se tornaria uma enorme rede de relacionamentos e também de negócios.

Somente no Brasil é possível identificar 102 milhões de usuários conectados diariamente, com uma marca assustadora que ultrapassa os 2 bilhões de usuários ativos. O Facebook é hoje um dos canais mais importantes para oportunizar negócios e visibilidade a uma empresa.

O mais interessante do Facebook Ads é que você pode segmentar o público e direcionar os anúncios conforme os perfis que sua empresa deseja alcançar. Com o entendimento correto das características de perfil, você terá condições de desenvolver um público ideal para cada anúncio. Vamos entender!



# Instagram Ads

Até bem pouco tempo o Instagram era apenas um redes social de postagens de fotos e vídeos que compartilhavam a vida pessoal, com gostos e preferências das pessoas. São cerca de 800 milhões de usuários ativos mensalmente com alcance de uma visibilidade incrível.

A versão para anúncio já figura como uma das principais estratégias do marketing digital, proporcionando bons negócios a empresas que decidiram utilizar a rede para vender produtos e serviços.

O objetivo do Instagram Ads é criar mídia de performance, com maior ênfase ao campo visual, promovendo compartilhamento de imagens em alta definição e vídeos dinâmicos de curta duração.





## Vantagens Mídia Paga

# Quais os Benefícios?

## TENHA MAIS VISIBILIDADE POR TEMPO DETERMINADO

Pode parecer uma desvantagem ter mais visibilidade somente enquanto você está pagando por isso, mas isso permite que você tenha mais agilidade e flexibilidade para escolher o que deseja destacar naquele momento.

---

## AUMENTAR O TRÁFEGO PARA O WEBSITE

Investir em mídias pagas certamente aumenta o volume do tráfego de novos visitantes para o seu website. Entretanto, estes usuários são altamente qualificados e podem representar maior probabilidade de negócios para a sua empresa.

---



# Quais os Benefícios?

## EXIBA O ANÚNCIO CERTO PARA A PESSOA CERTA

Independentemente da plataforma de mídia paga que você for utilizar, todas elas permitem esse nível mais avançado de personalização.

---

## OBTER RESULTADOS RÁPIDOS E TOTALMENTE MENSURÁVEIS

Pode parecer uma desvantagem ter mais visibilidade somente enquanto você está pagando por isso, mas isso permite que você tenha mais agilidade e flexibilidade para escolher o que deseja destacar naquele momento.





# Principais Métricas para análise

---

As métricas são como termômetro e bússola ao mesmo tempo, ou seja, mensuram algo e apontam um melhor direcionamento para o que foi apurado. Algumas métricas necessárias devem ser aplicadas de forma contínua, como é o caso da mídia paga.

Os dados quando coletados e filtrados adequadamente fornecem um material rico para auxiliar as decisões de mudanças ou melhorias, por exemplo.



# Métricas de Análise



## CUSTO POR CLIQUE (CPC)

Com ela é possível saber quais estão proporcionando melhores resultados, assim como aquelas que devem ser melhoradas.

O cálculo é simples, bastando dividir o valor de cada campanha ou anúncio pelo número de cliques gerados

## TAXA DE CLIQUES (CTR)

A taxa de cliques analisa as chamadas, as segmentações e as palavras-chave utilizadas.

Pode identificar a porcentagem de cliques que o anúncio teve comparado com o número de vezes que ele foi exibido.

## CUSTO POR IMPRESSÕES (CPM)

Cada uma impressão corresponde a uma das vezes que o Ad foi mostrado, com ou sem interação de um usuário.

O cálculo, então, é feito utilizando a fórmula custo total do ad dividido pelo total de impressões vezes mil.

## CUSTO POR AQUISIÇÃO (CPA)

Essa é a métrica responsável por compreender o quanto a empresa está investindo para a conversão em vendas.

O cálculo é determinado pelo total de investimento dividido pelo número de conversões.

# Investindo em Mídias Pagas da forma correta



# Como Potencializar as Mídias Pagas?

## 1. ORGANIZE A SUA CASA

Antes de começar a sequer planejar uma campanha de mídia paga, você precisa ter certeza de que o site irá gerar uma boa experiência para o usuário e que as redes sociais têm conteúdo relevante e de qualidade para os seguidores.

Então organize o local antes de receber o seu cliente!

## 2. DISTRIBUA A SUA VERBA

Mesmo as empresas que investem milhares de reais por mês em anúncios, precisam pensar em como distribuir a verba disponível.

Sabendo quanto você tem de dinheiro para investir, você poderá escolher exatamente o que fazer com ele de maneira que não haja desperdício e que você obtenha o melhor resultado.



# Como Potencializar as Mídias Pagas?

## 3. TENHA UM OBJETIVO CLARO

Somente com um objetivo claro em mente você conseguirá definir as KPI's e quais métricas analisar para saber se o resultado foi satisfatório ou não.

Além disso, sabendo qual é o objetivo do anúncio, ficará mais fácil definir quem será o público-alvo, que é o próximo item da nossa lista.

## 4. DETERMINE SEU PÚBLICO-ALVO

Lembre-se das personas do seu negócio, como se comportam online, onde vivem, lugares que frequentam. Tudo isso irá te ajudar a entender qual a melhor segmentação e qual plataforma de mídia paga utilizar.

E um fator decisivo no momento de determinar seu público-alvo para aquele anúncio, é saber em qual fase da Jornada do Consumidor ele está!



# Como Potencializar as Mídias Pagas?

## 5. ESCOLHA A PLATAFORMA E O FORMATO

Escolha onde ele será veiculado e qual será o formato (vídeo, GIF, imagem, Display, Search, etc.).

Uma boa maneira de fazer isso é pensar em como seu público-alvo será impactado e se será fácil para ele realizar a ação necessária para atingir o objetivo do anúncio.

## 6. UTILIZE CAMPANHAS DE REMARKETING

Isso significa impactar o público que já visitou seu site e por esse motivo possuem uma maior probabilidade de converter, pois já tiveram contato com sua marca.

Como ele já demonstrou um interesse, é o momento de lembrá-lo constantemente que você possui uma boa oportunidade para que ele converta.





Integra Empresa Júnior

GUILHERME SIMONASSI LIPPEL -  
(11)998553152