

10 Passos para Criar uma Estratégia de Tráfego Pago que Gera Resultados

Guia prático para criar campanhas no Google Ads, Facebook e Instagram com ROI mensurável.

Por que este checklist existe?

Investir em tráfego pago sem uma estratégia estruturada é como queimar dinheiro. Milhares de empresas perdem orçamento todos os dias com campanhas mal configuradas, segmentação errada e criativos que não convertem. Este guia reúne os 10 passos essenciais que seguimos na Fábrica de Software para criar estratégias de tráfego pago que geram resultados reais.

Definição dos Objetivos de Negócio

Leads, vendas, reconhecimento de marca — cada objetivo exige uma estratégia diferente. Antes de criar qualquer campanha, defina claramente o que você quer alcançar e como vai medir o sucesso.

Defina o objetivo principal da campanha (leads, vendas, branding)

Estabeleça KPIs claros para cada objetivo

Dica: Um objetivo sem métrica é um desejo, não uma meta.

Pesquisa de Público-Alvo e Segmentação

Defina dados demográficos, interesses, comportamentos e localização do seu cliente ideal. Quanto mais refinada a segmentação, menor o custo por aquisição e maior o retorno sobre o investimento.

Crie personas detalhadas do seu cliente ideal

Defina segmentação por dados demográficos, interesses e comportamento

Dica: Um público bem segmentado reduz pela metade o custo das campanhas.

Pesquisa de Palavras-Chave (Google Ads)

Encontre termos de busca com alto potencial de conversão e baixa concorrência. Use ferramentas como Google Keyword Planner, Ahrefs ou SEMrush para identificar as palavras-chave ideais para seu negócio.

Liste palavras-chave com intenção de compra

Identifique palavras-chave de cauda longa com baixa concorrência

Dica: Palavras-chave negativas são tão importantes quanto as positivas.

Criação da Estrutura de Campanhas

Organize campanhas, grupos de anúncios e segmentação por tema e objetivo. Uma estrutura bem organizada facilita a otimização, o monitoramento e o escalonamento das campanhas.

Crie campanhas separadas por objetivo e orçamento

Organize grupos de anúncios por tema e palavras-chave

Dica: Uma campanha para cada objetivo, um grupo de anúncios para cada tema.

Produção de Criativos e Copy

Crie imagens, vídeos e textos persuasivos que geram cliques e conversões. O criativo é responsável por 70% do sucesso de uma campanha — invista tempo e recursos na produção de conteúdo de qualidade.

Crie imagens e vídeos alinhados ao público-alvo

Escreva copies com chamadas para ação claras e persuasivas

Dica: Teste sempre 3 versões de criativo para cada campanha.

Configuração de Conversão e Pixel

Instale pixel do Facebook, Google Tag Manager e configure metas de conversão. Sem rastreamento adequado, você está voando cego — não sabe o que funciona e o que não funciona nas campanhas.

Instale pixel do Facebook e Google Ads no site

Configure eventos de conversão (compra, lead, cadastro)

Dica: Teste o pixel antes de ativar qualquer campanha.

Definição de Orçamento e Lances

Distribua o orçamento entre campanhas e defina estratégia de lances manual ou automática. Comece com orçamentos menores, valide o desempenho e só então aumente o investimento gradualmente.

Defina orçamento diário e total por campanha

Escolha entre lances manuais e automáticos

Dica: Comece com orçamento baixo e escale apenas campanhas rentáveis.

Lançamento e Otimização Inicial

Coloque campanhas no ar com monitoramento diário nos primeiros dias. O período inicial é crítico — ajustes rápidos evitam desperdício de orçamento e aceleram a performance das campanhas.

Monitore campanhas diariamente na primeira semana

Faça ajustes rápidos em segmentação e lances

Dica: As primeiras 48 horas definem o rumo da campanha.

Análise de Métricas e Ajustes

Analise CTR, CPC, CPA, ROAS e otimize criativos, segmentação e lances. Decisões baseadas em dados eliminam achismos e direcionam o orçamento para o que realmente funciona.

Analise métricas semanalmente (CTR, CPC, CPA, ROAS)

Otimize criativos, palavras-chave e segmentação com base nos dados

Dica: Pare de olhar métricas de vaidade — foque em CPA e ROAS.

Escalonamento e Testes A/B

Aumente orçamento gradualmente e teste variações para melhorar resultados continuamente. Campanhas de sucesso são aquelas que evoluem com testes constantes de criativos, públicos e ofertas.

Escale orçamento gradualmente (máximo 30% por semana)

Crie testes A/B contínuos de criativos e segmentação

Dica: Só escale campanhas que já atingiram o ROAS desejado.

