



O SEU GUIA COMPLETO DE CONTEÚDO PATROCINADO DA TABOOLA

Tudo o que você precisa para ter mais sucesso em suas campanhas

Se você está começando agora com conteúdo patrocinado ou se já é um profissional experiente, estar atualizado sobre as melhores práticas do assunto é a chave para o sucesso de sua marca.

Para ajudar nossos anunciantes a aproveitar ao máximo suas campanhas na Taboola, compilamos uma lista de dicas e recomendações para:

CRATIVOS DE ANÚNCIO

Títulos e imagens que chamam atenção e geram cliques.

SEGMENTAÇÃO DE PÚBLICO-ALVO

Estratégias para colocar seu conteúdo na frente das pessoas certas.

CONTEÚDO

Dominando a experiência pós-clique.

MEDINDO O SUCESSO

Procurando os KPIs certos e da maneira certa.

TESTE A/B

Como e quando descobrir o que realmente funciona para você.

E MAIS.

Essas melhores práticas reúnem as informações para um guia completo para você utilizar na próxima vez que começar uma campanha de conteúdo patrocinado.

MELHORES PRÁTICAS PARA CRIATIVOS

Os criativos de anúncio são a porta de entrada da sua campanha. Quando bem feitos, eles têm o poder de captar atenção e gerar cliques.

Imagens

- Minhas imagens não são fotos posadas e artificiais.
- Minhas imagens têm um foco específico e podem ser formatadas de diversas formas sem perder esse foco.
- O fundo da minha imagem não é distrativo.
- Se houver pessoas nas imagens, posso ver seus olhos.
- Meu produto está bem enquadrado.
- Coloquei trends.taboola.com em meus favoritos para acompanhar as tendências de imagem.
- Meu arquivo de imagem tem no máximo 2,5 MB. É JPEG (preferencial), JMP, PNG, WEBP ou GIF.
- Meu arquivo de imagem tem no mínimo 1000 x 600 pixels para ser exibido em todos os tamanhos de formatação.

Títulos

- Me comunico diretamente com meu público-alvo ou utilizo o dynamic keyword insertion (DKI) para me auxiliar nisso.
- Destaquei os tipos específicos de produtos ou serviços (por exemplo, cartões de crédito, botas, seguros).
- Eu mantive meu número de caracteres, abaixo de 50 para desktops e 75 para tablet e celular.
- O meu texto de marca tem no mínimo 30 caracteres.
- Coloquei as informações mais importantes em meu título e o mesmo é fácil de ser compreendido.
- Testei meu título no analisador de palavras-chave da Taboola no trends.taboola.com e sei que ele tem o maior CTR em potencial.

Criativos em geral

- Meus criativos não fazem promessas falsas. Quando um usuário clica no meu anúncio, ele não fica surpreso com o conteúdo da página de destino.
- Estou testando de 7 a 9 possibilidades criativas em cada campanha para obter os melhores resultados. Elas podem ser três títulos e três imagens combinadas de todas as formas.



MELHORES PRÁTICAS DE SEGMENTAÇÃO

Coloque seu conteúdo na frente do público que deseja, nos lugares mais apropriados e no melhor momento.

- Começo com parâmetros amplos de segmentação para aproveitar ao máximo a escala incomparável da Taboola e ver qual tipo de público atraio.
- Verifiquei as opções de Segmentação da Taboola e opções de third-party data.
- Estou explorando diferentes formas de segmentação, como retargeting, segmentação geográfica e outros.
- Faço testes A/B para entender minha performance em detalhe.

MELHORES PRÁTICAS PARA O CONTEÚDO DA PÁGINA DE DESTINO

Você recebeu os cliques, agora garanta a melhor experiência no pós-clique.

- Estou testando a performance em pelo menos dois destinos distintos.
- Garanto que o conteúdo das minhas páginas de destino está diretamente relacionado aos criativos dos meus anúncios.
- A explicação da minha marca, dos benefícios, características, detalhes e vantagens do que ofereço está clara na página.
- Não adicionei informações desnecessárias ou irrelevantes.
- O meu CTA de compra não está posicionado logo no topo da página de destino.
- Verifiquei que os títulos e parágrafos principais das páginas de destino contém todas as informações pertinentes e necessárias - as pessoas vão até o final da página e depois para o topo antes de decidir se devem ou não permanecer na mesma.
- Incluí CTAs na parte intermediária da página.
- Incluí um CTA na parte inferior da página.
- Meus CTAs são longos o suficiente para incluir a proposta de valor diretamente no texto.

MELHORES PRÁTICAS DE MENSURAÇÃO E ACOMPANHAMENTO DE PERFORMANCE

Acompanhe de perto o desempenho do seu conteúdo.

- Eu implementei o Taboola Pixel para simplificar o rastreamento e a mensuração.
- Observo todo o funil, não apenas o fim ou o começo, e lembro que muitas vezes existem vários pontos de contato durante a jornada de compra.
- Identifiquei os KPIs primários e secundários que atendem aos meus objetivos comerciais finais, e assim tenho um escopo completo do sucesso de uma campanha.



MELHORES PRÁTICAS PARA TESTES A/B

Sempre faça testes, mas certifique-se de testar da maneira correta.

- Realizo testes A/B com o maior nível de detalhe possível.
- Pode haver diferenças muito grandes entre um título “bom” e um “ruim” - faça o trabalho de testar diferentes estratégias para ver o que funciona melhor.
- Tenho em mente que realizar testes A/B é uma prática constante para a melhora da minha performance.

MELHORES PRÁTICAS PARA OS SEUS BIDS

Tenha o máximo de retorno pelo seu investimento.

- Pausei anúncios com baixas conversões depois que cada anúncio alcançou de 300 a 500 cliques.
- Quando os CPAs estão altos, considere modificar os lances em sites individuais antes de bloquear os publishers.
- Só diminuo meus lances em sites após o mesmo entregar mais de 300 cliques com um CPA 3X maior que minha meta.
- Só bloqueio um site completamente depois do mesmo ter tido pelo menos 500 cliques sem conversões.
- Aumentei os lances em 25% a 50% para sites com melhor desempenho, para aumentar sua competitividade.
- Eu considere campanhas Always-on se os parâmetros de orçamento e oferta permitirem.
- Estou usando o Smart Bid da Taboola - os anunciantes tendem a ter mais sucesso com esse recurso do que com o lance manual.

COMO EVITAR UMA REJEIÇÃO DE CAMPANHA

Coloque sua campanha no ar, o mais rápido possível.

- Minhas imagens/vídeos, títulos e páginas de destino estão alinhadas com as políticas de Qualidade da Taboola?
- Minhas imagens têm dimensões originais mínimas de 1000 x 600px.
- Minhas imagens/vídeos e títulos correspondem ao conteúdo das minhas páginas de destino.
- Tenho permissão para usar minhas imagens/vídeos e todo o conteúdo em minhas páginas de destino.
- Meus títulos e conteúdo da página de destino estão gramaticalmente corretos e não fazem nenhum tipo de afirmações exageradas ou sem fundamento.
- Meu produto ou serviço é autorizado nas regiões de destino e não são proibido pelas Diretrizes de conteúdo, produtos e serviços proibidos da Taboola.
- Nenhuma das minhas URLs estão quebradas.

RECURSOS PARA DEIXAR NOS FAVORITOS DO SEU BROWSER

Os recursos da Taboola são atualizados com frequência para potencializar o seu sucesso.

- [Help Center Taboola \(em inglês\)](#): repleta de artigos sobre melhores práticas, dicas e recomendações para sua campanha de conteúdo patrocinado.
- [Taboola Trends \(em inglês\)](#): um site que analisa milhões de campanhas semanalmente em nossa plataforma, para mostrar tendências de imagens, títulos e muito mais, para o seu sucesso.
- [Melhores Práticas de Título e Imagem da Taboola \(em inglês\)](#): para entender de maneira simples e fácil as especificações para o seu criativo.
- [Blog Taboola](#): informações e atualizações frequentes sobre tudo que acontece em nossa plataforma, além de dicas, melhores práticas, insights e muito mais.

Pode levar um tempo para enxergar os resultados, mas utilizar as melhores práticas recomendadas acima é uma ótima forma de estruturar sua estratégia.

Desde criativos cuidadosos até testes A/B, esses são os ingredientes de uma campanha de conteúdo patrocinado na Taboola.

Coloque tudo o que você aprendeu em prática e estará à caminho do sucesso de sua marca.

É NOVO NO TABOOLA?

[Comece sua
campanha »](#)

