

# 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 »](#)

