

Arquitetura de Campanhas de Escala

Descubra uma estrutura otimizada de campanhas publicitárias dividida em dois blocos estratégicos: escala e teste. Esta arquitetura foi desenvolvida para maximizar resultados no Meta Ads (Facebook/Instagram) utilizando o poder do Advantage+, combinando a inteligência do algoritmo com direcionamento estratégico humano.

Estrutura da Campanha de Escala



Modelo ABO

Orçamento definido ao nível dos conjuntos de anúncios para maior controlo sobre investimento em cada público.



Partilha de Orçamento

Ative até 20% de partilha entre conjuntos para permitir otimização automática do algoritmo.



Campanha Única

Uma campanha master com múltiplos conjuntos de anúncios para diferentes segmentações.

A estrutura enxuta permite que o algoritmo encontre os melhores públicos enquanto mantém controlo estratégico sobre o investimento. Esta abordagem equilibra automação com direcionamento humano, seguindo o "padrão ouro do Andromeda" que combina liberdade algorítmica com sugestões inteligentes.

Estratégia de Públicos-Alvo

01

Grupo Controlo

Advantage+ puro sem qualquer segmentação - permite ao algoritmo usar todos os dados disponíveis (histórico da conta, site, criativos) para encontrar o público ideal.

02

Públicos com Sugestões

Aproximadamente 5 conjuntos adicionais usando Advantage+ com recomendações de interesses. O algoritmo considera as sugestões mas não fica restrito a elas.

03

Audiência Quente

Conjunto consolidado incluindo seguidores do Instagram (365 dias), visualizadores de vídeos (50%+), visitantes do website e lista de emails.

Esta hierarquia de públicos cria diferentes "clusters" de potenciais clientes, permitindo que o algoritmo teste e otimize automaticamente enquanto você mantém direcionamento estratégico. Mesmo para nichos específicos, o algoritmo consegue direcionar corretamente baseado nos dados disponíveis.

Dar controle total ao algoritmo permite que ele use todos os dados disponíveis para encontrar o público certo.

Configurações Técnicas Essenciais

1

Destino da Campanha

Use a opção "site" para campanhas de escala (assumindo que o site é otimizado), em vez das opções combinadas como "site e formulário".

2

Objetivo de Conversão

Escolha "maximizar o número de conversões" para foco em volume, ou "maximizar o valor da conversão" para foco em custo/ROAS.

3

Pixel e Eventos

Configure o pixel (apenas uma vez) para tracking de ações específicas como "compra" ou "lead" - funciona como um "dedo duro" informando ao Meta as ações realizadas no site.

 **Dica Avançada:** Evite definir CPA máximo inicialmente. Teste configurações avançadas como regras de valor na conta de testes, não na conta de escala.

Arquitetura de Anúncios por Consciência

9

Anúncios por Conjunto

Divididos em três níveis de consciência do cliente



Consciência Baixa

Anúncios de dores, quebra de padrão e conteúdo de valor para quem ainda não conhece a solução.

3

Anúncios por Nível

Três criativos para cada estágio da jornada



Consciência Média

Conteúdo para quem já pesquisa ativamente sobre o assunto e está avaliando opções.

100%

Replicação

Os mesmos 9 anúncios em todos os conjuntos



Consciência Alta

Mensagens diretas para quem está em momento de compra e pronto para converter.

Esta estrutura enxuta e otimizada permite que o algoritmo encontre os melhores públicos enquanto os criativos falam com pessoas em diferentes momentos do processo de compra. A replicação dos mesmos anúncios em todos os conjuntos simplifica a gestão e permite comparação direta de performance entre diferentes públicos.