# Tráfego pago: O que Você Precisa Usar Para Aumentar Seu Tráfego em 2020

Existem muitos desafios que o empreendedor virtual deve estar preparado para enfrentar num mundo tão competitivo como o de hoje. Com toda certeza o maior deles é saber como se diferenciar da concorrência para alavancar suas vendas e obter os resultados que tanto almeja.

Uma forma de se destacar é possuir um negócio que tenha relevância e visibilidade. Quem não é visto, não é conhecido, por isso é fundamental que o empresário dedique seu tempo a aumentar a visitação em seu site. Quanto maior for o tráfego em sua página, maior será sua relevância nos buscadores e maiores são as chances das vendas dispararem. Uma forma bem prática de conseguir esse aumento é apostar no **tráfego pago**.

Na internet tudo é cíclico e o empresário deve trabalhar para que essa roda gire sempre a seu favor. Com um tráfego intenso, as transações aumentam, a clientela satisfeita volta e indica novas visitas e assim o negócio vai crescendo e prosperando, levando a empresa para o topo.

**A chave do sucesso**

Se existe uma chave que abre a porta da prosperidade no comércio eletrônico ela traz em seu segredo o aumento da geração de tráfego. O cliente é o maior ativo de uma empresa e, como tal, deve ser o centro das atenções de todas as estratégias do empresário. Mas até virar um comprador, o internauta deve ser atraído pela marca e convencido a fechar uma compra.

Diante disso um dos princípios que um comerciante deve seguir é cuidar para que seu tráfego seja sempre alto, que o número de visitantes de sua página cresça diariamente e alavanque, com isso, suas vendas e seus lucros. Um site com bom tráfego tem alta taxa de conversão, publico-alvo amplo e maior interatividade, ou seja, se torna ainda mais relevante para o consumidor. Por isso o **tráfego pago** é uma ótima ferramenta de crescimento.

**O Que é Tráfego Pago**

Todos nós já fomos atingidos, de alguma forma, por algum anúncio ou link quando navegamos na internet, principalmente em nossas redes sociais. E se acabamos sendo levados a um site, efetuando ou não uma compra, por causa deles, nós fizemos parte do **tráfego pago** daquela empresa.

Por definição, **tráfego pago** é o conjunto de visitantes que chegam a uma página através de publicidade paga por uma marca, os chamados links patrocinados. Nos resultados do google, por exemplo, os primeiros a aparecerem são essas propagandas, que também dão o ar de sua graça em alguns blogs e sites que tenham afiliação com o sistema de anúncios da empresa.

**Benefícios do Tráfego Pago**

Quanto mais se investe num negócio, maiores são as chances de ele obter os resultados esperados. Isso ajuda a entender um pouco as vantagens de apostar no **tráfego pago**. Em outras estratégias de atração de clientes, como o tráfego orgânico, o empresário não precisa investir dinheiro, mas, além do trabalho ser maior, os resultados vão demorar muito a aparecer. Ou seja, quando se investe nesses links patrocinados o comerciante otimiza essa importante parte do negócio.

O ideal é adotar todas as estratégias possíveis para atrair visitantes e as técnicas do tráfego orgânico não devem ser descartadas. Mas a prioridade deve ser sempre tentar investir para atrair possíveis clientes, por menor que seja o orçamento. Muitas vezes resultados fantásticos são alcançados sem precisar investir mares de dinheiro.

# Como Funciona o Tráfego Pago

# Basicamente o empresário paga pela quantidade de cliques que recebeu em seu anúncio (CPC) e/ou a cada mil vezes que apareceu nos resultados de busca (CPM). Existem outras formas, mas as mais utilizadas são essas duas.

# O Custo por Clique (CPC) é o método que vai gerar mais visitas propriamente ditas a um site. Ele gera o aumento do tráfego real, pois um clique no link leva o internauta direto para o site da empresa. O Custo por Mil Impressões (CPM) é mais usado para quem quer aumentar a relevância da loja aparecendo mais nos mecanismos de busca.

# Essas duas formas de tráfego pago respondem pela imensa maioria das estratégias das empresas e costumam dar ótimos resultados a curto prazo.

# Cuidados Especiais

# Para começar a investir dinheiro na atração de clientes é preciso antes tomar alguns cuidados e se planejar para que essa ação seja a mais acertada possível.

# Conteúdo de Qualidade – O site da empresa deve estar preparado para atender ao aumento de visitas que o tráfego pago proporciona. Além de conteúdos de qualidade, a página deve ser responsiva e ter um bom atendimento. Não adianta querer dar um passo tão grande como esse no negócio e não ter pernas para aguentar.

# Planejamento Financeiro – No final das contas o que vai separar os bons dos maus empreendedores é uma correta gestão financeira da empresa. O fluxo de caixa deve ser o mais íntegro e positivo possível e, para isso, todos os custos do negócio devem ser analisados e considerados nos balancetes. Isso também vale para os gastos com publicidade.

# Verba de Guerra – Uma continuação do item anterior. É essencial que o empresário defina quanto quer gastar com anúncios e que esse valor não ponha em risco seu negócio.

# Metas – Toda boa gestão tem como objetivo atingir metas. Além de servirem como motivação, elas ajudam a delimitar até onde a empresa pode ir sem exageros, mas com proatividade. Definir metas para o tráfego pago, ou seja, definir quanto se quer pagar por cada pessoa que converteu em lead, é fundamental.

# Anúncios Variados – Dentro do público-alvo das empresas podem existir diversas personas, que são representações fictícias do cliente ideal de um negócio. Para atingir essa variedade, o ideal é criar mais de um anúncio nas plataformas existentes. Além disso, ajuda também a medir qual propaganda foi melhor para seus objetivos.

# Plataformas

# O empreendedor tem um variado leque de opções quando deseja fazer publicidade de seus produtos na internet. É preciso um olhar atento para escolher a que melhor atende o seu tipo de negócio. Geralmente esses empresários costumam trabalhar em muitas ao mesmo tempo, mas para isso dar resultado é preciso que eles se atentem às especificidades de cada uma.

# Google Ads

# Essa é a plataforma para geração de tráfego mais utilizada pelos empresários. O google é o site mais acessado do mundo e, por isso, dá para entender como sua gestão de tráfego pago é uma das mais usadas e confiáveis. Inclusive ela passou a ser a principal fonte de receita da empresa. É através do Google AdWords (GA) que os anúncios aparecem no topo dos resultados de busca e nos principais espaços de divulgação de sites e blogs. Além disso, por trabalhar com segmentação, permite que o alcance da publicidade seja mais específico para um público determinado. A plataforma oferece também a oportunidade de fazer testes A/B para ver qual chamada ou texto convertem mais. Quem anuncia no GA tem, em média, um retorno de 50% para cada dólar investido.

# Facebook Ads

# O Facebook se tornou uma das redes sociais mais interessantes para quem quer fazer negócio na internet. Sua plataforma de anúncios, o Facebook Ads, só perde para o Google em importância, mas tem o melhor retorno sobre o investimento (ROI) das que oferecem tráfego pago, segundo 96% das empresas que utilizam publicidade paga. O alcance da rede de mais de 2 bilhões de usuários ajuda a explicar sua relevância. Com o FA a segmentação também é muito bem definida.

# Instagram Ads

# Nos últimos tempos o Instagram cresceu como rede social e, com isso, também passou a ser bastante utilizado como ferramenta de publicidade. Sua relevância está nos anúncios feitos em fotos e vídeos, tanto no feed quanto nos stories.

# Youtube Ads

# Essa plataforma é ideal para as empresas que produzem conteúdo de qualidade em vídeos. O hábito do internauta vem mudando e abrindo espaço para o consumo de conteúdo audiovisual e isso aumenta a importância da empresa como opção para tráfego pago.

# Linkedin Ads

# Esse site é usado para conexões profissionais e geração de contatos entre empresas B2B. No entanto, o Linkedin se tornou uma importante rede social empresarial e agrega perfis variados de pessoas que buscam novas oportunidades e especializações. Mesmo tendo um dos custos por clique mais altos, vale o investimento se ela atingir seu público-alvo e, principalmente, permitir a conversão.

# Taboola

# Essa plataforma de anúncios nativos ajuda a trazer o internauta dos principais portais de notícias. Seus anúncios aparecem como sugestão de conteúdo e, com isso, possuem ótimo gatilho para atrair o futuro consumidor.

# Bing Ads

# O segundo site de buscas mais acessado do mundo também tem sua plataforma de anúncios e não deve ser descartado pelo empresariado. Inclusive se parece muito com o do seu concorrente Google.

# Mãos à Obra

# 2020 vem sendo um ano bem difícil para todos por causa da pandemia de Covid-19. No entanto, mesmo com toda a retração que a economia vem sofrendo, alguns setores, como o comércio eletrônico, que cresceu mais de 40% em todo o mundo, surgem como alternativa para atenuar a crise.

# O isolamento social modificou o perfil de consumo e as compras online passaram a ser a única solução para um mundo que está em casa. Diante disso, é fundamental que os empresários estejam preparados para essa demanda que deve crescer ainda mais. Segundo especialistas, mesmo quando essa pandemia terminar, o e-commerce continuará forte e crescendo.

# Esse é o momento de investir no negócio online e apostar no tráfego pago é uma forma de não deixar a empresa ficar para trás nessa onda de crescimento do comércio eletrônico.