



COMUNIDADE SOBRAL DE TRÁFEGO

Módulo 5

Otimizar onde os anúncios são exibidos



@pedrosobral



pedrosobral.com.br

SUMÁRIO

Introdução - 00'02"	2
Como otimizar onde os anúncios são exibidos? - 03'10"	3

Introdução - 00'02"

Você se lembra dos 7 tipos de campanhas de vídeo que eu te ensinei no primeiro pdf deste módulo? Caso você não se lembre eu vou te ajudar a relembrar agora:

- **Campanhas In-feed:** aquelas que aparecem na pesquisa e nos relacionados.
- **Campanhas In-Stream não pulável:** anúncios de 15 segundos, usados geralmente para públicos qualificados.
- **Campanhas In-Stream sem botão para ação:** o custo por visualização é bem mais baixo, traz menos inscritos e engajamento, mas esse tipo de campanha garante que seu anúncio será visto até o final.
- **Campanhas In-Stream com botão para ação:** esse tipo de campanha é o recomendável para gerar mais conversões.
- **Bumper:** são campanhas de anúncios rápidos, geralmente para dar recados à audiência.
- **Campanhas Out-Stream:** anúncios no tablet e no celular que aparecem nos sites da internet (não é muito útil).
- **Campanhas de sequência:** você escolhe qual será a sequência dos seus anúncios para a sua audiência.

Estou te lembrando tudo isso porque estamos otimizando uma campanha In-Stream com botão, ou seja, o anúncio vai aparecer antes de um vídeo. O YouTube te deixa saber em quais vídeos o seu anúncio apareceu e quais foram os resultados.

E o que você deve fazer com essa informação?

Você deve fazer duas coisas:

1. Pausar os canais/vídeos ruins, ou seja, você vai dizer para o YouTube onde você não quer aparecer.
2. Salvar em uma planilha os canais bons para que você consiga anunciar neles.

Como otimizar onde os anúncios são exibidos? -

03'10"

Acompanhe:

PASSO A PASSO

01 Dentro do gerenciador de anúncios, acesse o menu lateral esquerdo e clique em **“grupos de anúncios”**. Em seguida, clique em **“onde os anúncios foram exibidos”** e você vai ver uma lista de lugares onde o seu anúncio apareceu:

Google Ads interface showing the 'Onde os anúncios foram exibidos' (Where ads were served) report. The table lists 14 YouTube channels, their ad types, and performance metrics. A photo of a man with a beard, wearing a 'subido' t-shirt, is overlaid on the table.

Canal	Tipo	Grupo de anúncios	Conversões	Custo/conv.	Imp.	Visualizações	Taxa de visualização	CPV méd.	Custo	Taxa de conv.
Total: onde os anúncios foram e...			6.262,22	R\$ 3,02	845.525	165.082	19,52%	R\$ 0,11	R\$ 18.411,73	2,43%
Clube do Valor	Canal do YouTube	01 [q] - Inscritos Lives 5400	0,00	R\$ 0,00	17	1	5,88%	R\$ 2,24	R\$ 2,24	0,00%
Ramanat Águia Dourada	Canal do YouTube	01 [q] - Inscritos Lives 5400	0,00	R\$ 0,00	3	1	33,33%	R\$ 2,19	R\$ 2,19	0,00%
Muca Muriçoca	Canal do YouTube	01 [q] - Inscritos Lives 5400	1,00	R\$ 1,84	44	1	2,27%	R\$ 1,84	R\$ 1,84	16,67%
BPF	Canal do YouTube	01 [q] - Inscritos Lives 5400	1,00	R\$ 1,78	2	1	50,00%	R\$ 1,78	R\$ 1,78	50,00%
Zona de Progresso	Canal do YouTube	01 [q] - Inscritos Lives 5400	0,00	R\$ 0,00	61					
contabilidadev	Canal do YouTube	01 [q] - Inscritos Lives 5400	0,00	R\$ 0,00	1					
TE.JOTA.MKT	Canal do YouTube	01 [q] - Inscritos Lives 5400	0,00	R\$ 0,00	39					
Canal MangáQ	Canal do YouTube	01 [q] - Inscritos Lives 5400	0,00	R\$ 0,00	43					
PapodeaOfensa na W...	Canal do YouTube	01 [q] - Inscritos Lives 5400	1,00	R\$ 3,32	62					
Flow Poop [OFICIAL]	Canal do YouTube	01 [q] - Inscritos Lives 5400	0,00	R\$ 0,00	35					
Em busca do shape ine...	Canal do YouTube	01 [q] - Inscritos Lives 5400	0,00	R\$ 0,00	34					
Ingresso.com	Canal do YouTube	01 [q] - Inscritos Lives 5400	0,00	R\$ 0,00	32					
Total: onde os anúncios foram e...			0,00	R\$ 0,00	11					

02 Ordene por conversões para saber qual é o volume de resultados por anúncio e lugar em que ele aparece. Dessa forma, você qual canal traz mais resultados para você. Ao mesmo tempo, você está conhecendo onde seu público está e o que ele consome. Para ver detalhes do seu público de acordo com o volume de conversões, selecione o canal em questão e clique em “ver detalhes”:

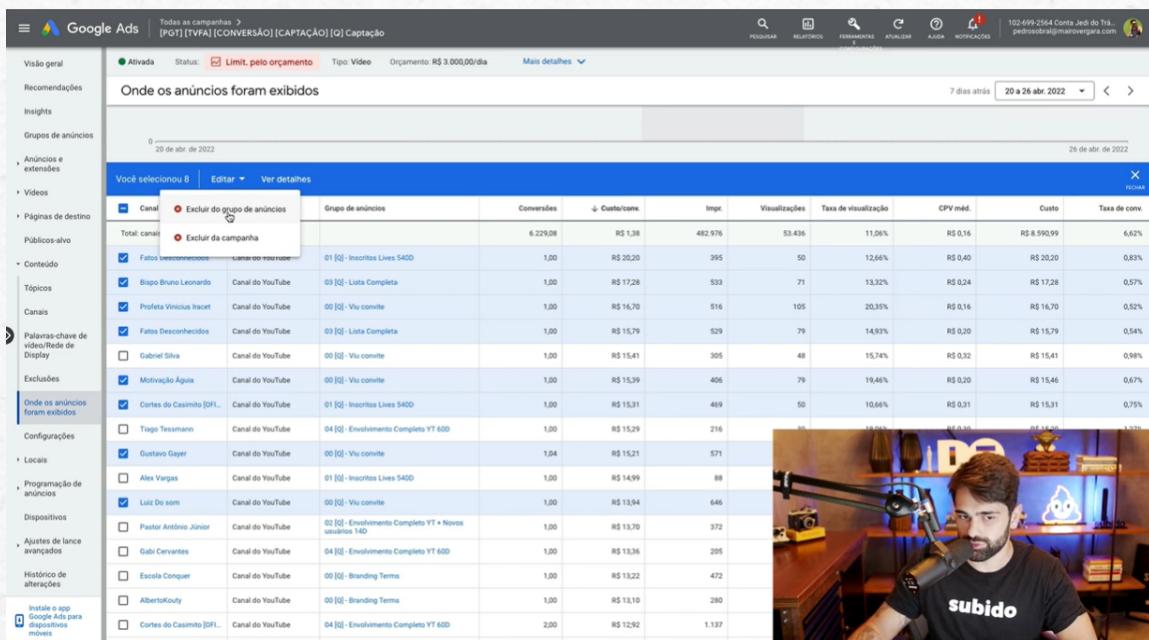
Google Ads interface showing the 'Ver detalhes' (View details) button highlighted in a red box. The table lists 17 YouTube channels, their ad types, and performance metrics. A photo of a man with a beard, wearing a 'subido' t-shirt, is overlaid on the table.

Canal	Tipo	Grupo de anúncios	Conversões	Custo/conv.	Imp.	Visualizações	Taxa de visualização	CPV méd.	Custo	Taxa de conv.
Total: onde os anúncios foram e...			6.262,22	R\$ 3,02	845.525	165.082	19,52%	R\$ 0,11	R\$ 18.411,73	2,43%
youtube.com	Site	00 [q] - Víu convite	75,77	R\$ 2,95	71.702	2.490	3,47%	R\$ 0,09	R\$ 223,25	3,62%
youtube.com	Site	01 [q] - Envolvimento Completo YT 1D + Visitantes site 1D	51,25	R\$ 2,56	36.493	908	2,49%	R\$ 0,14	R\$ 131,36	3,30%
youtube.com	Site	05 [q] - Engajamento com o YouTube 5400 + Visitantes Site 5400	42,07	R\$ 2,89	39.778	2.784	7,00%	R\$ 0,04	R\$ 121,76	3,72%
Ei Nerd	Canal do YouTube	00 [q] - Víu convite	29,14	R\$ 2,11	2.641	345	13,06%	R\$ 0,18	R\$ 61,51	3,50%
youtube.com	Site	04 [q] - Envolvimento Completo YT 600	24,00	R\$ 2,58	19.855	1.231	6,20%	R\$ 0,05	R\$ 61,96	0,06%
Os Pingos nos Is	Canal do YouTube	00 [q] - Víu convite	21,03	R\$ 3,45	2.558	449	17,55%	R\$ 0,16	R\$ 72,67	2,52%
<input checked="" type="checkbox"/> Joel Jota	Canal do YouTube	00 [q] - Víu convite	21,00	R\$ 3,07	1.849					
ESPN Brasil	Canal do YouTube	00 [q] - Víu convite	20,64	R\$ 2,54	2.530					
Jovem Pan Esportes	Canal do YouTube	00 [q] - Víu convite	20,00	R\$ 1,90	1.582					
Tiago Tessmann	Canal do YouTube	01 [q] - Envolvimento Completo YT 1D + Visitantes site 1D	19,32	R\$ 1,81	472					
Lab	Canal do YouTube	01 [q] - Envolvimento Completo YT 1D + Visitantes site 1D	17,00	R\$ 0,02	8					
O canal não está mais d...	Canal do YouTube	02 [q] - Envolvimento Completo YT + Novos usuários 14D	16,00	R\$ 0,00	2					
youtube.com	Site	01 [q] - Inscritos Lives 5400	15,46	R\$ 4,03	16.708					
Cortes do Casimiro [OFI...]	Canal do YouTube	00 [q] - Víu convite	14,96	R\$ 4,75	3.371					
<input checked="" type="checkbox"/> Tiago Tessmann	Canal do YouTube	00 [q] - Víu convite	14,00	R\$ 3,26	830					

Lembretes importantes:

- Faça essa análise apenas nos canais que trazem mais conversão, ok?
Não precisa gastar tempo analisando todos os canais que seu vídeo apareceu.
- Não pause um vídeo apenas porque ele não traz conversões para você. Se a taxa de visualização é boa, deixe o Google gastar mais dinheiro para ver se há mais conversões no processo.

03 A segunda otimização acontece da seguinte forma: se você ordenar por conversões, vai descobrir os valores das conversões nos canais. Você pode selecionar os canais em que a conversão está cara e depois de uma análise, retire os canais que não têm a ver com o seu nicho de mercado. Para fazer isso, selecione os canais em questão e, na sequência, clique em **“editar”**. Agora, clique em **“excluir do grupo de anúncios”**:



The screenshot shows the Google Ads interface with the 'Edit' and 'Exclude from ad group' options highlighted for selected channels. The table lists various YouTube channels and their performance metrics. A photo of a man with a beard, wearing a 'subido' t-shirt, is visible in the bottom right corner of the interface.

Canal	Excluir do grupo de anúncios	Grupos de anúncios	Conversões	↓ Custo/conv.	Imp.	Visualizações	Taxa de visualização	CPV méd.	Custo	Taxa de conv.	
Fallos Desconhecidos	<input checked="" type="checkbox"/>	01 [0] - Inscritos Lives 5400	1,00	R\$ 20,20	395	50	12,66%	R\$ 0,40	R\$ 20,20	0,83%	
Bispo Bruno Leonardo	<input checked="" type="checkbox"/>	Canal do YouTube	03 [0] - Lista Completa	1,00	R\$ 17,28	533	71	13,32%	R\$ 0,24	R\$ 17,28	0,57%
Profeta Vinícius Iracat	<input checked="" type="checkbox"/>	Canal do YouTube	00 [0] - Víu convite	1,00	R\$ 16,70	516	105	20,35%	R\$ 0,16	R\$ 16,70	0,52%
Fallos Desconhecidos	<input checked="" type="checkbox"/>	Canal do YouTube	03 [0] - Lista Completa	1,00	R\$ 15,79	529	79	14,93%	R\$ 0,20	R\$ 15,79	0,54%
Gabriel Silva	<input type="checkbox"/>	Canal do YouTube	00 [0] - Víu convite	1,00	R\$ 15,41	305	48	15,74%	R\$ 0,32	R\$ 15,41	0,98%
Motivação Águia	<input checked="" type="checkbox"/>	Canal do YouTube	00 [0] - Víu convite	1,00	R\$ 15,39	406	79	19,46%	R\$ 0,20	R\$ 15,46	0,67%
Cortes do Casimiro [DFI...]	<input checked="" type="checkbox"/>	Canal do YouTube	01 [0] - Inscritos Lives 5400	1,00	R\$ 15,31	469	50	10,66%	R\$ 0,31	R\$ 15,31	0,75%
Tiago Tessmann	<input type="checkbox"/>	Canal do YouTube	04 [0] - Envolvimento Completo YT 600	1,00	R\$ 15,29	216	10	18,95%	R\$ 0,30	R\$ 15,29	0,92%
Gustavo Gayer	<input checked="" type="checkbox"/>	Canal do YouTube	00 [0] - Víu convite	1,04	R\$ 15,21	571					
Alex Vargas	<input type="checkbox"/>	Canal do YouTube	01 [0] - Inscritos Lives 5400	1,00	R\$ 14,99	88					
Luiz do som	<input checked="" type="checkbox"/>	Canal do YouTube	00 [0] - Víu convite	1,00	R\$ 13,94	646					
Pastor Antônio Júnior	<input type="checkbox"/>	Canal do YouTube	02 [0] - Envolvimento Completo YT + Novos usuários 140	1,00	R\$ 13,70	372					
Gabi Cervantes	<input type="checkbox"/>	Canal do YouTube	04 [0] - Envolvimento Completo YT 600	1,00	R\$ 13,36	205					
Escola Conquer	<input type="checkbox"/>	Canal do YouTube	00 [0] - Branding Termo	1,00	R\$ 13,22	472					
AlbertoKouty	<input type="checkbox"/>	Canal do YouTube	00 [0] - Branding Termo	1,00	R\$ 13,10	280					
Cortes do Casimiro [DFI...]	<input type="checkbox"/>	Canal do YouTube	04 [0] - Envolvimento Completo YT 600	2,00	R\$ 12,92	1.137					

04 A terceira otimização é criar um filtro “conversões > 01”. Clique no filtro **“conversões”** e coloque um novo filtro:

Google Ads interface showing a conversion report. The report lists various YouTube channels and their performance metrics, including conversions, cost, and visualizations. A filter for 'Conversões > 0,99' is applied. A photo of a man with a beard, wearing a 'subido' t-shirt, is overlaid on the right side of the table.

05 Em seguida, ordene por custo para saber quem não converteu e gastou dinheiro. Selecione esses canais, clique em “editar”, e na sequência, em “**excluir do grupo de anúncios**”:

Google Ads interface showing a campaign settings page. A modal dialog box is open, prompting the user to "Excluir do grupo de anúncios" (Exclude from ad group). The dialog also shows "Excluir da campanha" (Exclude from campaign) as an alternative option.

Então, recapitulando. Existem duas maneiras de fazer a otimização:

1. Pausar os canais/vídeos ruins:
 - Ordene por custo/Conversão
 - Ordene por custo com filtro “conversão < 1”
2. Salvar em uma planilha os canais bons para que você consiga anunciar neles:

- Ordene por conversões
- Veja os detalhes dos canais que se destacaram para descobrir se tem algum "vídeo mágico"

"Mas, Pedro, eu não tenho nenhum vídeo mágico nas minhas análises... o que eu faço?"

Nesse caso, eu anunciaria no canal inteiro. Se não tem nenhum vídeo específico em que você tenha mais chances de converter, anuncie para o canal inteiro.

Não se esqueça de usar esses os canais que mais apresentam resultados em suas campanhas oficiais. E se por lá os resultados não forem bons, não tem problema. O importante é você testar e ver o que funciona melhor para o seu tráfego.

Além disso, tenha em mente que otimizar não é só pausar o que está ruim, mas ver os canais que apresentam resultados e anunciar para eles.

Fechou? Tamo junto!