



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.

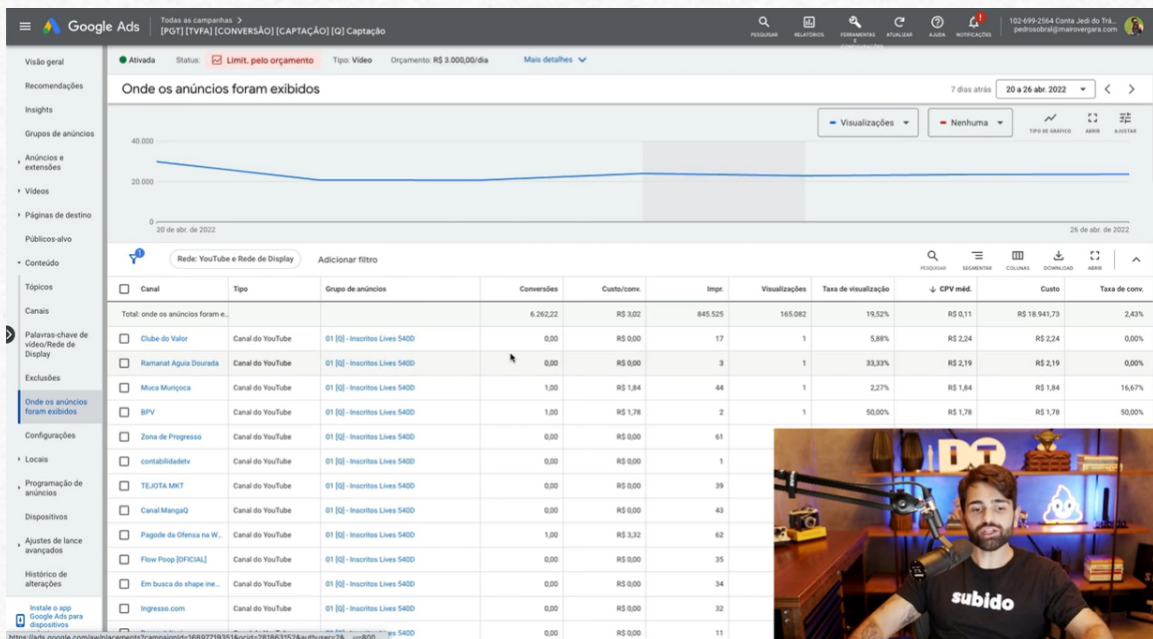
Como otimizar onde os anúncios são exibidos? -

03'10''

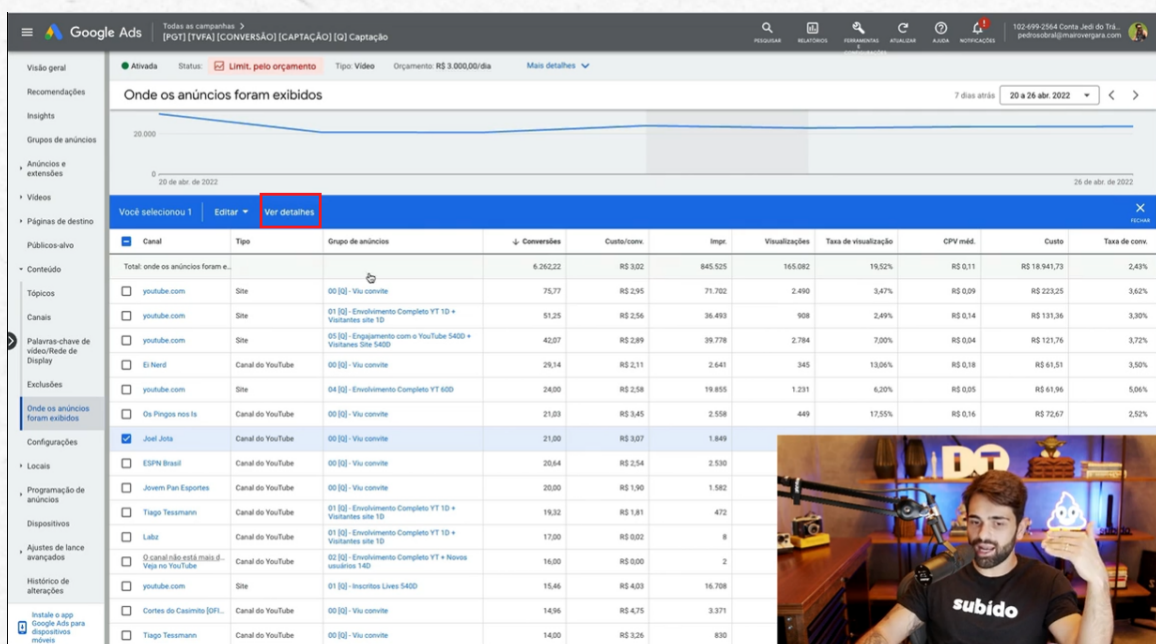
Acompanhe:

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:



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”**:



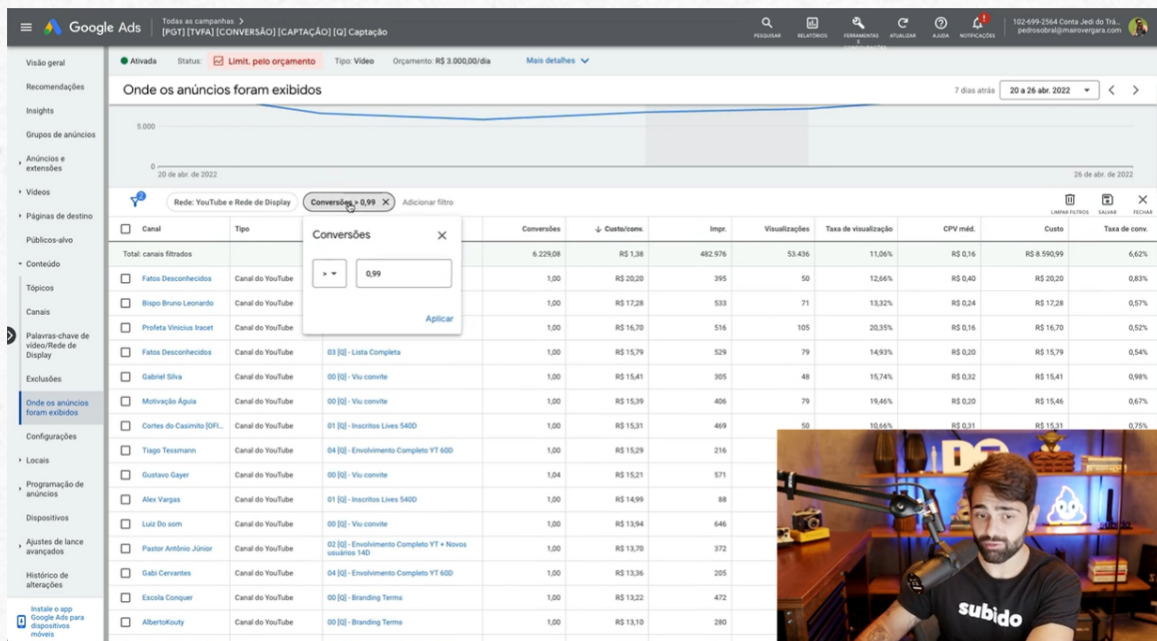
Lembretes importantes:

- 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.

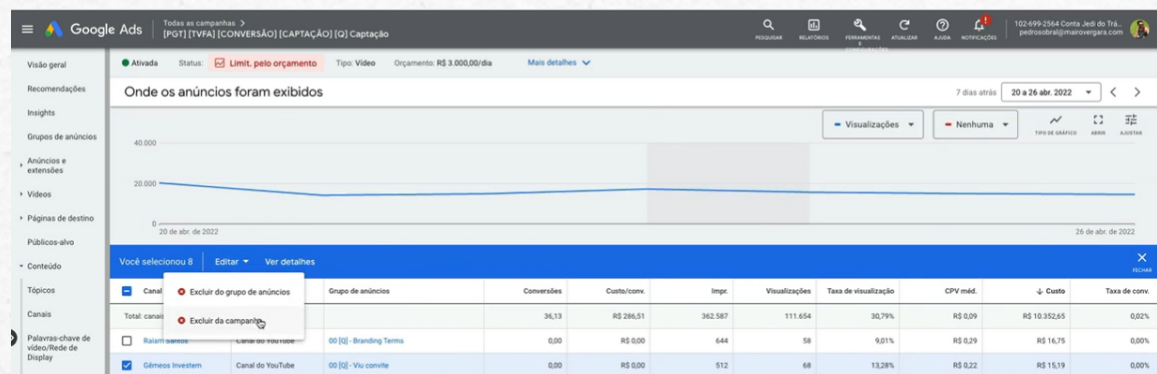
03 A segunda otimização acontece da seguinte forma: se você ordenar por conversões, vai descobrir os valores das conversões nos canais. Você pode selecionar os canais em que a conversão está cara e depois de uma análise, retire os canais que não têm a ver com o seu nicho de mercado. Para fazer isso,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

Canal	Grupo de anúncios	Conversões	Custo/conv.	Imp.	Visualizações	Taxa de visualização	CPV míd.	Custo	Taxa de conv.
Total canais		6.229,08	R\$ 1,38	482.976	53.436	11,06%	R\$ 0,16	R\$ 8.590,99	6,62%
<input checked="" type="checkbox"/> Fatos Desconhecidos	01 [Q] - Inscritos Lives 5400	1,00	R\$ 20,20	395	50	12,66%	R\$ 0,40	R\$ 20,20	0,83%
<input checked="" type="checkbox"/> Bispo Bruno Leonardo	03 [Q] - Lista Completa	1,00	R\$ 17,28	533	71	13,32%	R\$ 0,24	R\$ 17,28	0,57%
<input checked="" type="checkbox"/> Profeta Vinícius Incel	00 [Q] - Vlw convite	1,00	R\$ 16,70	516	105	20,35%	R\$ 0,16	R\$ 16,70	0,52%
<input checked="" type="checkbox"/> Fatos Desconhecidos	03 [Q] - Lista Completa	1,00	R\$ 15,79	529	79	14,93%	R\$ 0,20	R\$ 15,79	0,54%
<input type="checkbox"/> Gabriel Silva	00 [Q] - Vlw convite	1,00	R\$ 15,41	305	48	15,74%	R\$ 0,32	R\$ 15,41	0,98%
<input checked="" type="checkbox"/> Motivação Águia	00 [Q] - Vlw convite	1,00	R\$ 15,39	406	79	19,46%	R\$ 0,20	R\$ 15,46	0,67%
<input checked="" type="checkbox"/> Cortes do Casimiro [DPL]	01 [Q] - Inscritos Lives 5400	1,00	R\$ 15,31	469	50	10,66%	R\$ 0,31	R\$ 15,31	0,75%
<input type="checkbox"/> Tiago Tessmann	04 [Q] - Envio Completo VT 600	1,00	R\$ 15,29	216	30	18,00%	R\$ 0,36	R\$ 15,29	1,30%
<input checked="" type="checkbox"/> Gustavo Gayer	00 [Q] - Vlw convite	1,04	R\$ 15,21	571					
<input checked="" type="checkbox"/> Alex Vargas	01 [Q] - Inscritos Lives 5400	1,00	R\$ 14,99	88					
<input checked="" type="checkbox"/> Luiz Do som	00 [Q] - Vlw convite	1,00	R\$ 13,94	646					
<input type="checkbox"/> Pastor Antônio Júnior	02 [Q] - Envio Completo VT + Novos inscritos 140	1,00	R\$ 13,70	372					
<input type="checkbox"/> Gobi Cervantes	04 [Q] - Envio Completo VT 600	1,00	R\$ 13,36	205					
<input type="checkbox"/> Escola Conquer	00 [Q] - Branding Terms	1,00	R\$ 13,22	472					
<input type="checkbox"/> Albertokouty	00 [Q] - Branding Terms	1,00	R\$ 13,10	280					
<input type="checkbox"/> Cortes do Casimiro [DPL]	04 [Q] - Envio Completo VT 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:



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”**:



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!