

Como otimizar campanhas In Stream

Otimização a nível de grupo de anúncio

Veja quais grupos estão convertendo mais e quais não estão convertendo tanto assim.

Identifique os porquês dos outros grupos não estarem vendendo

Ajuste o CPV dos grupos que vc quer aparecer mais

Se você estiver na estratégia de lances "maximizar conversões" ou "cpa desejado", não será possível ajustar o CPV

Se alguns públicos não rodarem muito, você pode testar em uma campanha separada só para esses públicos.

Exemplo: uma campanha só para canais e palavras-chave.

Otimização a nível de anúncio

Veja qual vídeo está se saindo melhor

Pause os vídeos de pior desempenho

Teste vários criativos diferentes por grupo de anúncio

Onde seus anúncios apareceram

Veja em quais canais os seus anúncios foram exibidos e negative os canais irrelevantes

Demográficos

Idade, Sexo, Renda, Status Parental

Feche os segmentos que só gastam e não convertem

Locais, Programação e Dispositivos

Fique de olho nas suas métricas de conversão para aumentar ou diminuir o lance naquilo que te traz mais resultado

Recomendo coletar mais dados antes de fazer esses ajustes. O ideal é pelo menos uma semana.

Como otimizar campanhas In Stream

1. Otimização a nível de grupo de anúncio

1.1. Veja quais grupos estão convertendo mais e quais não estão convertendo tanto assim.

1.1.1. Identifique os porquês dos outros grupos não estarem vendendo

1.2. Ajuste o CPV dos grupos que vc quer aparecer mais

1.2.1. Se você estiver na estratégia de lances "maximizar conversões" ou "cpa desejado", não será possível ajustar o CPV

1.3. Se alguns públicos não rodarem muito, você pode testar em uma campanha separada só para esses públicos.

1.3.1. Exemplo: uma campanha só para canais e palavras-chave.

2. Otimização a nível de anúncio

2.1. Veja qual vídeo está se saindo melhor

2.2. Pause os vídeos de pior desempenho

2.3. Teste vários criativos diferentes por grupo de anúncio

3. Onde seus anúncios apareceram

3.1. Veja em quais canais os seus anúncios foram exibidos e negative os canais irrelevantes

4. Demográficos

4.1. Idade, Sexo, Renda, Status Parental

4.2. Feche os segmentos que só gastam e não convertem

5. Locais, Programação e Dispositivos

5.1. Fique de olho nas suas métricas de conversão para aumentar ou diminuir o lance naquilo que te traz mais resultado

5.1.1. Recomendo coletar mais dados antes de fazer esses ajustes. O ideal é pelo menos uma semana.

