



CURSO SUBIDO DE TRÁFEGO

Otimização de Criativos

**GOOGLE - REDE DE
DISPLAY**



@sobralpedro_



pedrosobral.com.br



Otimização de Criativos

Google Display

► Introdução (00'00")

Continuando a nossa aula sobre otimizações, dessa vez a gente vai fechar o ciclo falando sobre Otimização de Criativos.

Já falamos da Otimização de Lances, da Otimização de Canais e Públicos (que é basicamente a mesma coisa), e agora vamos falar de Criativos.

Tirando isso, faltaria só a Otimização de Estrutura. Só que, pra ser sincero contigo, devido as centenas (não sei se centenas, mas muitas dezenas) de testes que eu já fiz, ficar variando muito estrutura de campanha de Display não dá muito bom.

Por exemplo, se fizer uma campanha de Display só para Mobile, uma só para Desktop, ou então, separar canais em vários conjuntos de anúncio diferentes, isso normalmente não funciona muito bem.

Então, se auge (e dessa vez eu vou recomendar que tu se apague mesmo) a estrutura que eu te ensinei: **campanha de ATENÇÃO, INTENÇÃO ou RECORDAÇÃO**.

Se tu conseguir fazer bem feitas essas 3 estruturas, vale mais a pena tu colocar o teu esforço de otimização em otimização Lances, Canais e Públicos, e Criativos, do que ficar colocando esforço de otimização em otimizar Estruturas.

De novo: **isso é no caso do DISPLAY**. Quando a gente fala de PESQUISA, de YOUTUBE, FACEBOOK, INSTAGRAM, o esforço pra otimizar as estruturas fazem MUITA diferença, e vale a pena tu colocar esse esforço lá (mas vamos deixar esse assunto pra depois).



Por hora, o que eu preciso que tu entenda? Que as otimizações do Display são essas 3 (Lances, Canais e Públicos, e Criativos), e hoje a gente vai fechar esse ciclo falando dos Criativos.

► Pré-requisitos para otimizar os criativos (01'22")

Não vou enrolar muito aqui. Vamos lá pro Google Ads, e vamos **abrir a nossa campanhazinha clássica das otimizações**, que a gente criou e otimizou nas aulas anteriores:

The screenshot shows the Google Ads interface with the following details:

Campanha	Orçamento	Status	Visualização	CPV médio	25%	50%	75%	100%	Custo	CTR	CPM méd.
[SEARCH] [ONGOING] [AULAS] Captação	R\$ 300,00/dia	Qualificada	0	—	—	—	—	—	R\$ 3.920,51	3,54%	R\$ 16,00
[SEARCH] [ONGOING] [AULAS] Captação - Afiliados	R\$ 100,00/dia	Limitado pelo orçamento	0	—	—	—	—	—	R\$ 519,60	1,44%	R\$ 5,19
[SEARCH] [ONGOING] [C10] Institucional - Aulas	R\$ 500,00/dia	Qualificada	0	—	—	—	—	—	R\$ 3.010,39	6,83%	R\$ 64,60
[Search] [ONGOING] [CONTEÚDO] 4 Lives (001, 055, 039, 043)	R\$ 100,00/dia	Qualificada	0	—	—	—	—	—	R\$ 1.360,57	5,28%	R\$ 13,60
[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrê - Amanhã	R\$ 650,00/dia	Qualificada	0	—	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	R\$ 1.215,51	0,61%	R\$ 3,60
[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrê - Hoje	R\$ 450,00/dia	Limitado pelo orçamento	0	—	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	R\$ 923,30	0,52%	R\$ 4,00
[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrê - Todos os dias	R\$ 18,00/dia	Qualificada	0	—	—	—	—	—	R\$ 1.987,58	0,11%	R\$ 0,80
[STD] [YOUTUBE] [AULA] Lembrê - Amanhã	R\$ 300,00/dia	Qualificada	0	—	97,58%	95,53%	94,10%	93,49%	R\$ 614,42	0,12%	R\$ 11,60
[STD] [YOUTUBE] [ONGOING] [CONTEÚDO] [C11] [PESQUISA] 5 lives do subido	R\$ 75,00/dia	Qualificada	0	—	97,72%	96,88%	95,90%	94,90%	R\$ 1.987,58	0,11%	R\$ 26,00
[TVFA] [C10] [AULAS] [CONVERSÃO] Convite	R\$ 750,00/dia	Qualificada	95.058	R\$ 0,09	37,28%	35,90%	34,50%	33,10%	R\$ 614,42	0,12%	R\$ 11,60
[Video Views] [Ad Discover] [ONGOING] [CONTEÚDO] 4 Lives (001, 055, 039, 043)	R\$ 100,00/dia	Limitado pelo orçamento	10.024	R\$ 0,14	5,96%	5,72%	5,48%	5,24%	R\$ 614,42	0,12%	R\$ 11,60
Total: todas as campanhas ativas					105.895	R\$ 0,10	46,18%	44,80%			

Primeira coisa que eu preciso que vocês saibam: pra otimizar Criativos na Rede de Display, o número de dias, o período pré-determinado que eu analise é, no mínimo, de 14 dias.

Período pré-determinado: 14 dias



Screenshot of the Google Ads interface showing campaign performance. A red arrow points to the date range filter at the top right of the table.

Últimos dias (14) 9 a 22 mai 2020

Grupo de anúncios	Status	CPM máx.	Impressões visíveis	CPM médio visível	Tipo de grupo de anúncios	Cliques	Impressões	CTR	CPC médio	Custo	Conversões	Custo / conv.	Taxa de conv.
00 - Cadastrados 30D	Qualificado	R\$ 3,00 (visível)	335.426	R\$ 2,09	Rede de Display	997	509.062	0,20%	R\$ 0,70	R\$ 701,29	1.085,00	R\$ 0,65	108,83%
01 - Cadastrados 540D	Qualificado	R\$ 2,00 (visível)	375.511	R\$ 1,48	Rede de Display	453	569.128	0,08%	R\$ 1,22	R\$ 554,88	454,00	R\$ 1,22	100,22%
02 - CAPTURA 14D + Engajamento YT 14D	Qualificado	R\$ 0,80 (visível)	933.947	R\$ 0,78	Rede de Display	1.147	1.306.431	0,09%	R\$ 0,64	R\$ 731,41	1.048,00	R\$ 0,70	91,37%
Total: grupos de anúncios			1.644.884	R\$ 1,21		2.597	2.384.621	0,11%	R\$ 0,77	R\$ 1.987,58	2.587,00	R\$ 0,77	99,61%
Total: campanha			1.644.884	R\$ 1,21		2.597	2.384.621	0,11%	R\$ 0,77	R\$ 1.987,58	2.587,00	R\$ 0,77	99,61%

1 - 3 de 3



Então como a minha campanha tá com uma tração legal (notem que nesses últimos 14 dias, **ela gastou uns R\$ 2 mil**), eu vou otimizar essa campanha pois ela tem uma quantidade de dados legal:

Screenshot of the Google Ads interface showing campaign performance. A red arrow points to the total cost value in the last row of the table.

R\$ 1.987,58

Grupo de anúncios	Status	CPM máx.	Impressões visíveis	CPM médio visível	Tipo de grupo de anúncios	Cliques	Impressões	CTR	CPC médio	Custo	Conversões	Custo / conv.	Taxa de conv.
00 - Cadastrados 30D	Qualificado	R\$ 3,00 (visível)	335.426	R\$ 2,09	Rede de Display	997	509.062	0,20%	R\$ 0,70	R\$ 701,29	1.085,00	R\$ 0,65	108,83%
01 - Cadastrados 540D	Qualificado	R\$ 2,00 (visível)	375.511	R\$ 1,48	Rede de Display	453	569.128	0,08%	R\$ 1,22	R\$ 554,88	454,00	R\$ 1,22	100,22%
02 - CAPTURA 14D + Engajamento YT 14D	Qualificado	R\$ 0,80 (visível)	933.947	R\$ 0,78	Rede de Display	1.147	1.306.431	0,09%	R\$ 0,64	R\$ 731,41	1.048,00	R\$ 0,70	91,37%
Total: grupos de anúncios			1.644.884	R\$ 1,21		2.597	2.384.621	0,11%	R\$ 0,77	R\$ 1.987,58	2.587,00	R\$ 0,77	99,61%
Total: campanha			1.644.884	R\$ 1,21		2.597	2.384.621	0,11%	R\$ 0,77	R\$ 1.987,58	2.587,00	R\$ 0,77	99,61%

1 - 3 de 3





Além de ter uma quantidade de dados legal, ela tá gerando um volume bom, um volume relevante de dados pra eu fazer uma otimização dentro desses 14 dias, e é por isso que eu posso fazer uma otimização.

As vezes, para alguns clientes, eu só consigo otimizar com dados de 21 dias, ou até 30 dias, pra ter um volume de dados legal pra campanha.

Então, a primeira coisa é o período pré-determinado.

Segunda coisa: eu otimizo aqui conjunto de anúncio por conjunto de anúncio. Então, eu entro dentro de cada conjunto (vou **entrar nesse primeiro aqui**):

Grupo de anúncios	Status	CPM máx.	Impr. visíveis	CPM médio visível	Tipo de grupo de anúncios	Cliques	Impr.	CTR	CPC médio	Custo	Conversões	Custo / conv.	Taxa de conv.
01 - Cadastrados 300	Qualificado	R\$ 3,00 (visível)	335.426	R\$ 2,09	Rede de Display	997	509.062	0,20%	R\$ 0,70	R\$ 701,29	1.085,00	R\$ 0,65	108,83%
01 - Cadastrados 5400	Qualificado	R\$ 2,00 (visível)	375.511	R\$ 1,48	Rede de Display	453	569.128	0,08%	R\$ 1,22	R\$ 554,68	454,00	R\$ 1,22	100,22%
02 - CAPTURA 14D + Engajamento YT 14D	Qualificado	R\$ 0,80 (visível)	933.947	R\$ 0,78	Rede de Display	1.147	1.306.431	0,09%	R\$ 0,64	R\$ 731,41	1.048,00	R\$ 0,70	91,37%
Total: grupos de anúncios			1.644.884	R\$ 1,21		2.597	2.384.621	0,11%	R\$ 0,77	R\$ 1.987,58	2.587,00	R\$ 0,77	99,61%
Total: campanha			1.644.884	R\$ 1,21		2.597	2.384.621	0,11%	R\$ 0,77	R\$ 1.987,58	2.587,00	R\$ 0,77	99,61%

E aqui, a gente vai cair **nessa tela onde estão todos os anúncios**, onde a gente vai partir pra otimização:



The screenshot shows the Google Ads interface with a campaign named 'Aula ao vivo Mais 3'. The main table displays seven ads, each with a thumbnail, headline, description, status (Approved), type (Responsive Display), CPM (R\$ 1.97 to R\$ 2.37), and performance metrics (Clicks, Impressions, CTR, CPC, Cost, Conversions). The right side of the interface includes navigation and search tools.

	Status	Tipo de anúncio	CPM médio visível	Impressões visíveis	Cliques	Imp.	CTR	CPC médio	Custo	Conversões
Aprovado	Anúncio responsive de display	R\$ 1.97	96.242	214	160.789	0.13%	R\$ 0.89	R\$ 189,55	219,00	
Aprovado	Anúncio responsive de display	R\$ 2.19	91.663	338	124.759	0.27%	R\$ 0.59	R\$ 201,01	393,00	
Aprovado	Anúncio responsive de display	R\$ 2.22	77.627	322	106.016	0.30%	R\$ 0.54	R\$ 172,43	331,00	
Aprovado	Anúncio responsive de display	R\$ 1.82	10.094	7	22.908	0.03%	R\$ 2.63	R\$ 18,42	9,00	
Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 1.61								
Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2.08								
Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2.37								

Agora, vamos para o que vocês precisam saber antes de fazer essa otimização.

A otimização aqui ela é... deixa eu pensar... eu ia dizer que é binária...



É isso mesmo! Pode-se dizer que ela é binária!

Ela é binária pelo seguinte:

- Ou eu vou escolher PAUSAR

- Ou eu vou escolher MANTER



É simples assim. Eu vou olhar pra cada um dos meus anúncios, e vou escolher pausar ou manter ele.

Só que o que que tu tem que ficar muito atento? Deixa eu **ordenar pelos que estão com o CPM mais caro** pra mostrar uma coisa pra vocês:

The screenshot shows the Google Ads interface with a list of ads. A red arrow points to a tooltip for 'CPM méd. visível' (Visible CPM) in the header of the table. The tooltip explains that it's the average cost per visible impression. The table includes columns for Status, Type of ad, Clicks, Impressions, CTR, CPC médio, Cost, and Conversões.

Status	Tipo de anúncio	Clicks	Impressões	CTR	CPC médio	Costo	Conversões
Aprovado	Anúncio gráfico	7	9.784	0,17%	R\$ 0,88	R\$ 14,99	20,00
Aprovado	Anúncio gráfico	6	8.378	0,07%	R\$ 1,38	R\$ 8,30	5,00
Aprovado	Anúncio gráfico	7	7.336	0,10%	R\$ 1,60	R\$ 11,22	8,00
Aprovado	Anúncio gráfico	10	7.187	0,14%	R\$ 0,70	R\$ 6,98	9,00
Aprovado	Anúncio gráfico	4	4.689	0,09%	R\$ 1,50	R\$ 6,01	5,00
Aprovado	Anúncio gráfico	2.535	3.350	R\$ 2,08	R\$ 2,14	R\$ 2,20	R\$ 600x500.png 300 x 250
Aprovado	Anúncio gráfico	1	160 x 600	R\$ 2,20	R\$ 2,69	R\$ 600x1200 png 300 x 600	
Aprovado	Anúncio gráfico	1	728 x 90	R\$ 3,00	R\$ 3,00	R\$ 728x90.png 970x90	

Olha aqui comigo: eu tenho **(1) esse anúncio aqui** que tá **(2) com o CPM mais caro de todos:**



The screenshot shows the Google Ads interface. On the left, a sidebar lists categories: Visão geral, Recomendações, Anúncios e extensões, Anúncios (selected), Extensões, Extensões automáticas, Páginas de destino, Palavras-chave, Públicos-alvo, Informações demográficas, Canais, and Configurações. The main area displays a campaign summary: Ativado, Status: Qualificado, Tipo: Rede de Display, CPM máx.: R\$ 3,00 (visível), and Mais detalhes. Below this, a section titled "Anúncios" shows a table with one selected row. The selected row is highlighted with a red box and labeled with a red '(1)'. The table columns are: Anúncio (checkboxes), Anúncio (image thumbnail), adwHD - 600x1200.png (300 x 600), Tipo de anúncio (Anúncio gráfico), CPM médio visível (R\$ 2,69), Impr. visíveis (866), and Cliq. A second row is partially visible below it. To the right of the table, there is a small video thumbnail of a man with a beard and headphones.

"Ah, Pedro, então quer dizer que eu posso pegar e pausar ele?

Não. Apesar desse anúncio estar com o custo mais caro, imagina comigo: quando a gente anuncia na Rede de Display, a gente tá anunciando aonde? Na GDN.

Esses sites da GDN fornecem DETERMINADOS ESPAÇOS, de DETERMINADOS TAMANHOS, pra gente conseguir anunciar no Google.

E aí, pode ser que tenha um site que só forneça um tamanho pra mim anunciar, que pode ser, casualmente, o tamanho de 600x1200 pixels (o tamanho desse anúncio).

Então, **imagina se eu venho aqui, e pauso esse anúncio:**



The screenshot shows the Google Ads interface with a list of ads. One ad is highlighted with a red box around its pause button. The table includes columns for Status, Type of Ad, CPM médio (average), Clicks, Impr. visíveis (visible impressions), CTR, CPC médio (average), Cost, and Conversões (conversions). An image of a man with a beard is shown in the preview column.

Anúncio	Status	Tipo de anúncio	CPM médio (máx.)	Clicks	Impr. visíveis	CTR	CPC médio	Costo	Conversões
adwHD - 600x1200.png 300 x 600	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,69	866	4	2.103	0,19%	R\$ 0,58	R\$ 2,33
adwDisplay - 728x90.png 728 x 90	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,41	6.231	17	9.784	0,17%	R\$ 0,88	R\$ 14,99
adwDisplay - 300x600.png 300 x 600	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,37	5.725	9	10.085	0,09%	R\$ 1,51	R\$ 13,59
adwHD - 1456x180.png 728 x 90	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,37	2.535	4	4.589	0,09%	R\$ 1,50	R\$ 6,01
Lembrete: aula terça às 15h Lembrete: terça às 15h temos um encontro marcado ... Lembrete: terça às 15h temos um encontro marcado ... Ver detalhes do recurso	Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 2,22						
adwDisplay - 160x600.png 160 x 600	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,20						
Aula ao vivo Mais 3 Não esqueça, terça-feira às 15h temos a nossa aula a... Não esqueça, terça-feira às 15h temos a nossa aula a... Ver detalhes do recurso	Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 2,19						

O que vai acontecer se eu fizer isso? Eu simplesmente NÃO VOU MAIS APARECER nos sites que só fornecem o tamanho de anúncio de 600x1200 pixels.

Ou seja, tu tem que ter muito cuidado se tu vai pausar um anúncio de um determinado tamanho, porque tu tem que saber que, ao fazer isso, provavelmente isso vai diminuir a tua escala. Tu vai parar de aparecer em sites que disponibilizam espaços daquele tamanho.

Então, o que eu recomendo pra ti: só pausa um anúncio quando tu tem outro anúncio do mesmo tamanho pra substituir ele.

No meu caso, **eu só tenho uma versão de cada um desses tamanhos (de todos aqueles tamanhos padrão, com exceção dos “responsivos”):**



The screenshot shows the Google Ads interface with a list of 15 ads. The first ad is highlighted with a red box. Below it, a second ad is also highlighted with a red box. To the right of the ads, there is a large image of a man with a beard, likely the creator of the course.

	Anúncio	Status	Tipo de anúncio	CPM médio visível	Impr. visíveis	Cliques	Impr.	CTR	CPC médio	Custo	Conversões
1		Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 2,19	91.663	338	124.759	0,27%	R\$ 0,59	R\$ 201,01	393,00
2		Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 1,97	96.242	214	160.789	0,13%	R\$ 0,89	R\$ 189,55	219,00
3		Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 1,61	17.223	17	21.354	0,08%	R\$ 1,63	R\$ 27,68	20,00
4		Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,08	3.350	10	7.187	0,14%	R\$ 0,70	R\$ 6,98	9,00
5		Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,69	866	4	2.103	0,19%	R\$ 0,58	R\$ 2,33	5,00
6		Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 1,99	adwDisplay - 728x90.png	728 x 90					
7		Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,41	adwDisplay - 728x90.png	728 x 90					

Então, não vale a pena eu pausar um deles, porque eu posso acabar perdendo muito escala, e posso parar de aparecer em sites relevantes.

Enfim, nesses anúncios aqui, eu não posso mexer.

"Ai, Pedro, como que eu faço pra mexer neles?"

Pra fazer isso, no meu caso aqui, eu teria que pedir pro meu designer uma nova versão de cada um desses tamanhos, e aí eu ia comparar tamanho com tamanho.

Eu não posso comparar **(1) o 320x50** com **(2) o 300x600**, por exemplo:



The screenshot shows the Google Ads interface with a list of 15 active display ads. The left sidebar shows navigation options like 'Visão geral', 'Recomendações', 'Anúncios e extensões', 'Anúncios', 'Extensões', 'Extensões automáticas', 'Páginas de destino', 'Palavras-chave', 'Públicos-alvo', 'Informações demográficas', 'Canais', 'Configurações', 'Menos', 'Tópicos', 'Dispositivos', 'Ajustes de lance avançados', and 'Histórico de alterações'. The main area displays a table with columns: Status, Tipo de anúncio, CPM médio visível, Impr. visíveis, Cliques, Impr., CTR, CPC médio, Custo, and Conversões. The ads are listed with their respective dimensions and performance metrics. Two specific ads are highlighted with red boxes: (1) adwDisplay - 320x50.png and (2) adwDisplay - 300x600.png. A large photo of a man with a beard and headphones is overlaid on the right side of the table.

Por quê? Porque essa comparação não é justa. Eu só posso comparar um criativo de tamanho 320x50 com outro criativo de tamanho 320x50.

Então, volta e meia, sei lá, uma vez a cada 30, ou 45 dias, eu vou lá e peço pro meu designer me mandar novos anúncios. Pra isso, eu tiro umas novas fotos, pra ele pegar umas novas caretas minhas, ou peço pra eles fazer algumas imagens com um novo layout, uma nova cor, ou algo do tipo, pra dar uma variada.

Dessa forma, eu consigo ter criativos novos pra subir e posteriormente poder fazer a comparação de anúncios do mesmo tamanho, com o intuito de decidir pausar algum deles, ou não, ao comparar um com o outro.

Então, agora, nessa aula aqui, **nesses daqui (os de tamanho específico)** eu não vou mexer:



The screenshot shows the Google Ads interface for a campaign named 'CURSO SUBIDO DE TRÁFEGO'. The left sidebar is collapsed, and the main area displays a list of 15 selected ads. A red box highlights the first five ads in the list, which are all 'Anúncio gráfico' (Graphic Ad) type. A red arrow points from the text 'Em quem a gente vai mexer então? A gente vai mexer nesses daqui, nos anúncios responsivos:' to this highlighted section. The table below shows various metrics for these ads, including CPM, Clicks, and Conversion Rate.

	Status	Tipo de anúncio	CPM médio visível	Impr. visíveis	Cliques	Impr.	CTR	CPC médio	Custo	Conversões
adwDisplay - outrodisplay.png 300 x 600	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,37	5.725	9	10.085	0,09%	R\$ 1,51	R\$ 13,59	15,00
adwDisplay - 300x250.png 300 x 250	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,08	7.941	26	14.180	0,18%	R\$ 0,64	R\$ 16,53	29,00
adwDisplay - 250x250.png 250 x 250	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 1,87	155	0	365	0,00%	—	R\$ 0,29	0,00
adwDisplay - 200x200.png 200 x 200	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 1,51	51	0	115	0,00%	—	R\$ 0,08	0,00
adwDisplay - 160x600.png 160 x 600	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,20	1.641	1	2.541	0,04%	R\$ 3,62	R\$ 3,62	2,00
adwDisplay - 120x600.png 120 x 600	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 1,56	Total: todos, exceto anúncios removidos		R\$ 2,09				
				Total: grupo de anúncios		R\$ 2,09				
adwDisplay - 120x600.png 120 x 600	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 1,56							

Em quem a gente vai mexer então? A gente vai mexer **nesses daqui, nos anúncios responsivos:**

The screenshot shows the Google Ads interface for a campaign named 'CURSO SUBIDO DE TRÁFEGO'. The left sidebar is collapsed, and the main area displays a list of 4 selected ads. A red box highlights the first four ads in the list, which are all 'Anúncio responsivo de display' (Responsive Display Ad) type. A red arrow points from the text 'Esses criativos responsivos são os que mais aparecem.' to this highlighted section. The table below shows various metrics for these ads, including CPM, Clicks, and Conversion Rate.

	Status	Tipo de anúncio	CPM médio visível	Impr. visíveis	Cliques	Impr.	CTR	CPC médio	Custo	Conversões
Lembrete: aula terça às 19h... Mais 1 imagem	Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 1,82	10.094	7	22.908	0,03%	R\$ 2,63	R\$ 18,42	9,00
Lembrete: aula terça às 19h... Mais 1 imagem	Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 2,22	77.627	322	106.016	0,30%	R\$ 0,54	R\$ 172,43	331,00
Aula ao vivo: Mais 3... Mais 1 imagem	Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 2,19	91.663	338	124.759	0,27%	R\$ 0,59	R\$ 201,01	393,00
Aula ao vivo: Mais 3... Mais 1 imagem	Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 1,97	96.242	214	160.789	0,13%	R\$ 0,89	R\$ 189,55	219,00
adwHD - 640x100.png 320 x 50	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 1,61							
adwHD - 600x500.png 300 x 250	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,08							
adwHD - 600x1200.png 300 x 600	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,69							

Esses criativos responsivos são os que mais aparecem.



Só pra vocês terem uma noção, aqui embaixo, eu consigo ver que **essa campanha teve, nesse período, 335 mil impressões visíveis (ficou tapado pela imagem)**:

The screenshot shows a Google Ads campaign overview. On the left, a sidebar lists various ad types like Anúncios e extensões, Páginas de destino, and Informações demográficas. The main area displays a table of ads under the heading "Você selecionou 4". The columns include: Status, Tipo de anúncio, CPM médio visível, Impr. visíveis (sorted by descending value), Cliques, Impr., CTR, CPC médio, Custo, and Conversões. A red arrow points from the text above to the "Impr. visíveis" column header. The last two rows of the table are collapsed, showing "Total: todos, exceto anúncios removidos" and "Total: grupo de anúncios". To the right of the table, there's a small video thumbnail of a man with a beard.

Status	Tipo de anúncio	CPM médio visível	Impr. visíveis	Cliques	Impr.	CTR	CPC médio	Custo	Conversões
Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,20	1.641	1	2.541	0,04%	R\$ 3,62	R\$ 3,62	2,00
Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,14	1.167	8	1.563	0,51%	R\$ 0,31	R\$ 2,50	8,00
Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,69	866	4	2.163	0,19%	R\$ 0,58	R\$ 2,33	5,00
Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 1,56	228	2	354	0,56%	R\$ 0,18	R\$ 0,36	0,00
Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 1,87	155	0	365	0,00%	—	R\$ 0,29	0,00
Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 1,51	RS 1,51						
Total: todos, exceto anúncios removidos		R\$ 2,09							
Total: grupo de anúncios									

Se eu **(1) ordenar pelas impressões visíveis, do maior pro menor, (2) dos 5 anúncios que tiveram mais impressões aqui, 4 deles são os meus responsivos:**

Anúncios - Conta Jedi do Trá X +

ads.google.com/aw/ad?campaignId=9794051439&adGroupId=98172587685&ocid=281863152&euid=198335938&_u=8004301362&us...

Todos as campanhas > [STO] [DISPLAY] [AULA] Lembrete - Todos os dias >

00 - Cadastros 30D

Ativado Status: Qualificado Tipo: Rede de Display CPM máx.: R\$ 3,00 (visível) Mais detalhes

Pesquisar Relatórios Ferramentas e configurações

Últimos dias (14): 9 a 22 mai 2020

Visão geral Recomendações Anúncios Extensões Páginas de destino Palavras-chave Públicos-alvo Informações demográficas Canais Configurações Menos Tópicos Dispositivos Ajustes de lance avançados Histórico de alterações

Anúncios

Você selecionou 4 | Editar | Rótulo |

(2)

(1)

	Status	Tipo de anúncio	CPM médio visível	Impr. visíveis	Clique	Impr.	CTR	CPC médio	Custo	Conversões
<input checked="" type="checkbox"/> Anúncio	Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 1,97	96.242	214	160.789	0,13%	R\$ 0,89	R\$ 189,55	219,00
<input checked="" type="checkbox"/>  AULA AO VIVO PRÓXIMA TÉRCA AS 15H Mais 1 imagem	Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 2,19	91.663	338	124.759	0,27%	R\$ 0,59	R\$ 201,01	393,00
<input checked="" type="checkbox"/>  AULA AO VIVO PRÓXIMA TÉRCA AS 15H Mais 1 imagem	Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 2,22	77.627	322	106.016	0,30%	R\$ 0,54	R\$ 172,43	331,00
 320 x 50	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 1,61	17.323	17	21.334	0,08%	R\$ 1,63	R\$ 27,68	20,00
<input checked="" type="checkbox"/>  AULA AO VIVO PRÓXIMA TÉRCA AS 15H Mais 1 imagem	Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 1,82							
 300 x 250	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,08	 728 x 90	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,41			

Se a gente somar ali o número de impressões visíveis de cada um, eles são responsáveis por quase metade... Aliás, mais da metade das impressões!

Então, esses anúncios aqui eles são os anúncios MAIS IMPORTANTES da minha campanha, pois eles geram a maior parte do resultado.

E esses caras tem um porém: pra eu criar vários anúncios responsivos, eu não tenho a necessidade de que o designer me mande novas fotos, e coisas do tipo. Por quê? Porque parte do anúncio responsável é feita em texto, ou seja, com copy.

Copy tu mesmo pode mudar o anúncio, tu mesmo pode mudar a frase, tu mesmo pode mudar o que tá escrito.

Então, entre esses anúncios responsivos aqui, eu posso fazer uma comparação.



► 2- Otimizando na prática (06'17")

Vamos partir pra otimização desses anúncios responsivos.

Olhando pra esses 4 anúncios, eu já bato o olho e vejo de cara que eu tenho um anúncio aqui que teve **(1) o custo por resultado mais caro**, e ele **(2) NÃO teve o maior número de impressões visíveis**:

Anúncio	Status	Tipo de anúncio	CPM médio visível	Impr. visíveis	Cliques	Impr.	CTR	CPC médio	Custo	Conversões
Lembrete: aula terça às 15h Não esqueça, terça às 15h temos a nossa aula ao viv... Mais 1 imagem	Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 1,82	10.094	7	22.908	0,03%	R\$ 2,63	R\$ 18,42	9,00
Lembrete: aula terça às 15h Lembrete: terça às 15h temos um encontro marcado ... Mais 1 imagem	Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 2,22	77.627	322	106.016	0,30%	R\$ 0,54	R\$ 172,43	331,00
Aula ao vivo: Mais 3 Lembrete: terça às 15h temos a nossa aula a... Mais 1 imagem	Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 2,19	91.663	338	124.759	0,27%	R\$ 0,59	R\$ 201,01	393,00
Aula ao vivo: Mais 3 Lembrete: terça às 15h temos um encontro marcado ... Mais 1 imagem	Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 1,97	96.242	214	160.789	0,13%	R\$ 0,89	R\$ 189,55	219,00
adwHD - 640x100.png 320 x 50	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 1,61							
adwHD - 600x500.png 300 x 250	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,08							
adwHD - 600x1200.png 300 x 600	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,69							

Ou seja, ele não teve a maior quantidade de resultados, e ainda por cima teve o custo mais caro, que são os dois fatores que eu vou olhar (escala, e custo por resultado, respectivamente).

Então, ele não é o cara que tá me trazendo mais escala (**tem dois caras aqui que tão me trazendo mais que ele**), e ainda teve o custo mais caro:



Screenshot of the Google Ads interface showing a list of ads. A red box highlights the first ad in the list, and a red arrow points from it to a video player window on the right side of the screen, which displays a man with a beard and headphones.

Anúncio	Status	Tipo	CPM médio visível	Impr. visíveis	Cliques	Impr.	CTR	CPC médio	Custo	Conversões
Lembrete: aula terça às 15h Mais 1 imagem	Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 1,82	10.094	7	22.908	0,03%	R\$ 2,63	R\$ 18,42	9,00
Lembrete: aula terça às 15h Mais 1 imagem	Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 2,22	77.627	322	106.016	0,30%	R\$ 0,54	R\$ 172,43	331,00
Aula ao vivo Mais 3 Mais 1 imagem	Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 2,19	91.663	338	124.759	0,27%	R\$ 0,59	R\$ 201,01	393,00
Aula ao vivo Mais 3 Lembrete: terça às 15h temos um encontro marcado... Mais 1 imagem	Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 1,97	96.242	214	160.789	0,13%	R\$ 0,89	R\$ 189,55	219,00
adHD - 640x100.png 320 x 50	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 1,61							
adHD - 600x500.png 300 x 250	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,08							
adHD - 600x1200.png 300 x 600	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,69							

Então, (1) esse anúncio aqui, eu vou pausar ele. Pra isso, vou (2) clicar aqui no botão de editar:

Screenshot of the Google Ads interface, similar to the previous one but with a different selection. A red box highlights the second ad in the list, and a red arrow points from it to a video player window on the right side of the screen, which displays a man with a beard and headphones.

Anúncio	Status	Tipo	CPM médio visível	Impr. visíveis	Cliques	Impr.	CTR	CPC médio	Custo	Conversões
Lembrete: aula terça às 15h Mais 1 imagem	Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 1,82	10.094	7	22.908	0,03%	R\$ 2,63	R\$ 18,42	9,00
(2) Lembrete: aula terça às 15h Mais 1 imagem	Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 2,22	77.627	322	106.016	0,30%	R\$ 0,54	R\$ 172,43	331,00
Aula ao vivo Mais 3 Mais 1 imagem	Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 2,19	91.663	338	124.759	0,27%	R\$ 0,59	R\$ 201,01	393,00
Aula ao vivo Mais 3 Lembrete: terça às 15h temos um encontro marcado... Mais 1 imagem	Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 1,97	96.242	214	160.789	0,13%	R\$ 0,89	R\$ 189,55	219,00
adHD - 640x100.png 320 x 50	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 1,61							
adHD - 600x500.png 300 x 250	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,08							
adHD - 600x1200.png 300 x 600	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,69							

E clico em “Pausar”:



The screenshot shows a Google Ads campaign page. On the left, there's a sidebar with various filters like 'Anúncios', 'Extensões', and 'Dispositivos'. The main area displays a table of ads. One specific ad for 'Aula ao vivo Mais 3' is highlighted with a red box and labeled '(1)'. The CPM value 'R\$ 1,97' is also highlighted with a red box and labeled '(2)'. The ad itself features a photo of a man with a beard and text about a live class at 15h.

E aí, o que eu vou fazer? Eu vou pegar **(1) esse anúncio aqui**, que é o meu melhor anúncio, que está com **(2) o custo por resultado de R\$ 1,97**:

This screenshot is from the same Google Ads session as the previous one. The ad for 'Aula ao vivo Mais 3' is now selected, as evidenced by the blue background. The CPM value 'R\$ 1,97' is again highlighted with a red box and labeled '(2)'. The rest of the interface and data remain consistent with the first screenshot.



“Pedro, mas esse daqui tá com (1) o custo de R\$ 1,82!” Sim, mas (2) olha a escala dele, somente 10 mil impressões visíveis:

Visualizar	Status	Tipo	CPM máx.	Clicks	Impressões	CTR	CPC médio	Custo	Conversões		
Ativado	Qualificado	Rede de Display	R\$ 3,00 (visível)								
Últimos dias (14) 9 a 22 mai 2020											
Anúncios											
Você selecionou 1	Editar	Rótulo									
ALIA AO VIVO PRÓXIMA TÉRCA AS 15H Mais 1 imagem	Lembrete: aula terça às 15h Não esqueça, terça às 15h temos a nossa aula ao viv... Mais 1 imagem	Aprovado	Anúncio responsivo de display	(1) R\$ 1,82	(2) 10.094	7	22.908	0,03%	R\$ 2,63	R\$ 18,42	9,00
ALIA AO VIVO PRÓXIMA TÉRCA AS 15H Mais 1 imagem	Lembrete: aula terça às 15h Lembrete: terça às 15h temos um encontro marcado ... Mais 1 imagem	Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 2,22	77.627	322	106.016	0,30%	R\$ 0,54	R\$ 172,43	331,00
ALIA AO VIVO PRÓXIMA TÉRCA AS 15H Mais 1 imagem	Aula ao vivo Mais 3 Não esqueça, terça-feira às 15h temos a nossa aula a... Mais 1 imagem	Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 2,19	91.663	338	124.759	0,27%	R\$ 0,59	R\$ 201,01	393,00
ALIA AO VIVO PRÓXIMA TÉRCA AS 15H Mais 1 imagem	Aula ao vivo Mais 3 Lembrete: terça às 15h temos um encontro marcado ... Mais 1 imagem	Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 1,97	96.242	214	160.789	0,13%	R\$ 0,89	R\$ 189,55	219,00
adwHD - 640x100.png 320 x 50		Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 1,61							
ALIA AO VIVO PRÓXIMA TÉRCA AS 15H Mais 1 imagem	adwHD - 600x500.png 300 x 250	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,08							
ALIA AO VIVO PRÓXIMA TÉRCA AS 15H Mais 1 imagem	adwHD - 600x1200.png 300 x 600	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,69							

Esse outro que eu escolhi tá com **(1) o custo de R\$ 1,97**, um pouco mais alto, não é o mais barato, mas é o segundo mais barato e **(2) é o que tá gerando mais escala:**

Visualizar	Status	Tipo	CPM máx.	Clicks	Impressões	CTR	CPC médio	Custo	Conversões		
Ativado	Qualificado	Rede de Display	R\$ 3,00 (visível)								
Últimos dias (14) 9 a 22 mai 2020											
Anúncios											
Você selecionou 1	Editar	Rótulo									
ALIA AO VIVO PRÓXIMA TÉRCA AS 15H Mais 1 imagem	Lembrete: aula terça às 15h Não esqueça, terça às 15h temos a nossa aula ao viv... Mais 1 imagem	Aprovado	Anúncio responsivo de display	(1) R\$ 1,97	(2) 96.242	7	22.908	0,03%	R\$ 2,63	R\$ 18,42	9,00
ALIA AO VIVO PRÓXIMA TÉRCA AS 15H Mais 1 imagem	Lembrete: aula terça às 15h Lembrete: terça às 15h temos um encontro marcado ... Mais 1 imagem	Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 2,22	77.627	322	106.016	0,30%	R\$ 0,54	R\$ 172,43	331,00
ALIA AO VIVO PRÓXIMA TÉRCA AS 15H Mais 1 imagem	Aula ao vivo Mais 3 Não esqueça, terça-feira às 15h temos a nossa aula a... Mais 1 imagem	Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 2,19	91.663	338	124.759	0,27%	R\$ 0,59	R\$ 201,01	393,00
ALIA AO VIVO PRÓXIMA TÉRCA AS 15H Mais 1 imagem	Aula ao vivo Mais 3 Lembrete: terça às 15h temos um encontro marcado ... Mais 1 imagem	Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 1,97	96.242	214	160.789	0,13%	R\$ 0,89	R\$ 189,55	219,00
adwHD - 640x100.png 320 x 50		Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 1,61							
ALIA AO VIVO PRÓXIMA TÉRCA AS 15H Mais 1 imagem	adwHD - 600x500.png 300 x 250	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,08							
ALIA AO VIVO PRÓXIMA TÉRCA AS 15H Mais 1 imagem	adwHD - 600x1200.png 300 x 600	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,69							



Por causa desses dois fatores, na minha ordem de escolha, eu escolhi duplicar esse daqui.

"Ai, e se eu escolhesse duplicar o outro, seria uma coisa muito errada?"

Não, não seria muito errado não. Mas eu vou pegar esse que eu escolhi, e a partir dele eu vou criar um novo.

Sendo assim, vou **(1) selecionar ele aqui**, e fazer uma cópia dele, **(2) clicando aqui em “Editar”**:

The screenshot shows the Google Ads interface with the following details:

- Left sidebar:** Visão geral, Recomendações, Anúncios e extensões, Extensões, Extensões automáticas, Páginas de destino, Palavras-chave, Públicos-alvo, Informações demográficas, Canais, Configurações (highlighted with a red box labeled '(1)'), Menos, Tópicos, Dispositivos, Ajoutes de lance avançados, Histórico de alterações.
- Top bar:** Chrome, File, Edit, View, History, Bookmarks, People, Tab, Window, Help.
- Header:** Anúncios - Conta Jedi do Trá., ads.google.com/aw/ads?campaignId=9794051439&adGroupId=98172587685&adGroupIndex=2&adIndex=1&advertiserId=102499-2584 Conta Jedi do Trá., pedrosoberal@imparvergona.com
- Content Area:**
 - Anúncios:** You selected 1 ad. **Edit** button highlighted with a red box labeled '(2)'.
 - Table:** Shows 7 ads with columns: Status, Tipo de anúncio, CPM médio visível, Impr. visíveis, Cliques, Impr., CTR, CPC médio, Custo, Conversões.
 - Image Preview:** Shows a video thumbnail of a man with a beard and a blue shirt, with a bookshelf in the background.

Agora, **clico em “Copiar”**:



The screenshot shows the Google Ads interface with a sidebar on the left containing various campaign management options like 'Visão geral', 'Anúncios', 'Extensões', etc. The main area displays a list of ads with columns for 'Status', 'Tipo de anúncio', 'CPM médio visível', 'Impr. visíveis', 'Cliques', 'Impr.', 'CTR', 'CPC médio', 'Custo', and 'Conversões'. One specific ad is highlighted, showing a thumbnail of a man with a beard and a bookshelf in the background. The top navigation bar has a 'Copiar' button, which is highlighted with a red box and a red arrow pointing to it.

E depois de copiar, eu fecho essa barrinha aqui e aperto CTRL+V pra criar minha cópia:

This screenshot is identical to the one above, showing the Google Ads interface with the same list of ads and ad preview. However, a large blue box surrounds the 'ctrl+v' icon in the bottom right corner of the ad preview area, with a red arrow pointing to it, emphasizing the action being described in the text.

Aí, ele vai perguntar se eu quero (1) colar aqui nesse grupo de anúncio, e eu vou (2) clicar em “Confirmar” (ficou tapado pela tela):



The screenshot shows the Google Ads interface for a campaign named '00 - Cadastrados 300'. In the 'Anúncios' section, there is a 'Colar 1 anúncio' (Paste 1 ad) button. A dropdown menu titled 'Select ad groups to paste your ads' is open, showing a list of ad groups under '91 campanhas'. One item is selected: '00 - Cadastrados 300'. A red box labeled '(1)' surrounds the checkbox 'Se já existe um anúncio no destino, crie um anúncio duplicado'. Another red box labeled '(2)' surrounds the 'COLAR' button.

Em seguida, vai aparecer uma nova tela. Quando a gente tá duplicando um anúncio (lembra disso, SEMPRE), tem que **(1) selecionar essa opção de “Se já existe um anúncio no destino, crie um anúncio duplicado”**, pra só depois **(2) clicar em “Colar”**:

The screenshot shows the Google Ads interface after selecting the 'Colar' button. A confirmation dialog is displayed with the message 'Colar 1 anúncio em 1 grupo de anúncios' and the checkbox 'Se já existe um anúncio no destino, crie um anúncio duplicado' checked. A red box labeled '(1)' surrounds the checkbox. Another red box labeled '(2)' surrounds the 'COLAR' button. The main interface shows a list of ads with one item selected.



Feito isso, o novo anúncio vai vir aqui com **(1) esse status “Em revisão”**. Daí, é só **(2) clicar em “Editar”**:

The screenshot shows the Google Ads interface. On the left, there's a sidebar with various campaign settings like 'Visão geral', 'Anúncios', 'Extensões', etc. The main area is titled 'Anúncios' and shows a list of ads. One specific ad is highlighted with two red boxes: one on the status 'Em revisão' (Reviewing) and another on the 'Editar' (Edit) button. The ad itself is a video thumbnail of a man with a beard speaking.

E aí, qual seria a variação que eu poderia fazer nesse anúncio, que ia causar uma mudança de resultado maior, tanto pra cima, quanto pra baixo? Seria ter **uma nova imagem no lugar dessas daqui:**

The screenshot shows the 'Edit display ad' page in Google Ads. It has several sections: 'Imagens e logotipos' (Images and logos), 'Vídeos' (Videos), 'Títulos' (Titles), and 'ADICIONAR TÍTULO' (Add title). A large red arrow points from the 'Imagens e logotipos' section back to the 'Visualizar' (View) button above it. The 'Visualizar' button is located above the 'SITES E APLICATIVOS' (Sites and apps) section. To the right, there are sections for 'Qualidade do anúncio' (Ad quality), 'Próxima etapa' (Next step), and 'Progresso de recursos' (Resource progress). Below these, there's a preview of the ad in different formats and a video thumbnail of the same man speaking.



Ou seja, a variação seria eu vir aqui, e mudar essas imagens por imagens novas que o meu designer me mandou.

Só que, como o meu designer não me mandou nada novo (porque eu não pedi pra ele), eu não vou mudar elas aqui. Mas, no melhor dos mundos, sei lá, uma vez a cada 15 dias o meu designer me mandaria novas imagens, com uma nova cara minha ali, ou com alguma alteração, pra eu usar como um novo anúncio.

Enfim, como ele não me mandou, o que eu vou fazer? Eu vou fazer alterações na minha copy, ou seja, **nos meus títulos e descrições**, que é o que está ao meu alcance agora:

The screenshot shows the Google Ads interface for creating a display campaign. On the left, there's a form for adding titles and descriptions. A red box highlights the 'Títulos (até 5)' (Titles up to 5) field, which contains the text 'Aula ao vivo'. A red arrow points from this field to a preview window on the right. The preview window shows a mobile phone displaying a sample ad with a video thumbnail and the text 'Exemplo do seu anúncio gráfico com dimensões de 300x250'. Below the preview, there's a small video frame of a man with a beard.

Então, vamos lá. **Esse título aqui, “Aula ao vivo”:**



The screenshot shows the Google Ads interface for creating a new ad. The left sidebar lists campaign details: 'Todas as campanhas > [STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrête - Todos os dias > 00 - Cadastrados 300'. The main area is titled 'Visualizar' and shows 'SITES E APLICATIVOS' selected. A preview window displays a mobile phone screen with a video thumbnail and the text 'AULA AO VIVO PRÓXIMA TERÇA ÀS 15H'. Below the preview, there's a video player showing a man with a beard. On the left, the 'Títulos (até 5)' field contains 'Aula ao vivo', which is highlighted with a red box and a red arrow pointing to it.

Eu vou trocar para “Aula ao vivo sobre tráfego”:

This screenshot shows the same Google Ads interface as the previous one, but the title has been changed. The 'Títulos (até 5)' field now contains 'Aula ao vivo sobre tráfego', which is highlighted with a red box and a red arrow pointing to it. The rest of the interface and preview window are identical to the first screenshot.

Oh, já fiz uma alteração!

Agora, esse título aqui, “Aula ao vivo com Pedro Sobral”:



Visualizar

SITES E APLICATIVOS SERVIÇOS DO GOOGLE

Principais formatos de anúncio

Exemplo do seu anúncio nativo com dimensões de 300x250

Vídeos
optional (adicionar até cinco)

+ VÍDEOS

Títulos (até 5) ?

Aula ao vivo sobre tráfego

Aula ao vivo com Pedro Sobral

Aula próxima terça às 15h

Lembrete: aula terça às 15h

ADICIONAR TÍTULO

Título longo
Lembrete: terça às 15h temos um encontro marcado na nossa aula ao vivo sobre tráfego.

Descrições (até 5) ?

Lembrete: terça às 15h temos um encontro marcado na nossa aula i

ADICIONAR DESCRIÇÃO

Nome da empresa
Pedro Sobral

12 / 25

PESQUISAR RELATÓRIOS FERRAMENTAS E CONFIGURAÇÕES

102-699-2554 Conta Jedi do Trá... pedrosobral@marinovergara.com

AULA AO VIVO PRÓXIMA TERÇA ÀS 15H

Lembrete: terça às 15h temos um encontro marcado na nossa aula ao vivo sobre tráfego.

Pedro Sobral

Aula com Pedro Sobral

Aula próxima terça às 15h

Lembrete: aula terça às 15h

ADICIONAR TÍTULO

Título longo
Lembrete: terça às 15h temos um encontro marcado na nossa aula ao vivo sobre tráfego.

Descrições (até 5) ?

Lembrete: terça às 15h temos um encontro marcado na nossa aula i

ADICIONAR DESCRIÇÃO

Nome da empresa
Pedro Sobral

12 / 25

Lembrete: aula terça às 15h

Pedro Sobral

Lembrete: terça às 15h temos um encontro marcado na nossa aula ao vivo sobre tráfego.

ABRIR

Deixa eu pensar... Eu vou **trocar para “Aula com Pedro Sobral”**:

Visualizar

SITES E APLICATIVOS SERVIÇOS DO GOOGLE

Principais formatos de anúncio

Exemplo do seu anúncio texto com dimensões de 300x250

Vídeos
optional (adicionar até cinco)

+ VÍDEOS

Títulos (até 5) ?

Aula ao vivo sobre tráfego

Aula com Pedro Sobral

Aula próxima terça às 15h

Lembrete: aula terça às 15h

ADICIONAR TÍTULO

Título longo
Lembrete: terça às 15h temos um encontro marcado na nossa aula ao vivo sobre tráfego.

Descrições (até 5) ?

Lembrete: terça às 15h temos um encontro marcado na nossa aula i

ADICIONAR DESCRIÇÃO

Nome da empresa
Pedro Sobral

12 / 25

PESQUISAR RELATÓRIOS FERRAMENTAS E CONFIGURAÇÕES

102-699-2554 Conta Jedi do Trá... pedrosobral@marinovergara.com

Lembrete: aula terça às 15h

Pedro Sobral

Lembrete: terça às 15h temos um encontro marcado na nossa aula ao vivo sobre tráfego.

ABRIR

E cara, é isso daqui mesmo, pequenas alterações. Isso daqui nada mais é do que TESTAR, com essas pequenas alterações.



Lembre-se:

Otimização é fazer alterações em busca de uma melhora no resultado.

Ou seja, não é com toda certeza do mundo que isso daqui vai melhorar os resultados. Eu nem acredito que essas pequenas alterações vão revolucionar o resultado da minha campanha, mas isso daqui é meu trabalho semanal (ou a cada 15, 21 dias, enfim): vir aqui, fazer alterações, e tentar melhorar o resultado da campanha.

Seguindo aqui, **esse título “Aula próxima terça às 15h”:**

Titulos (até 5) ⓘ
Aula ao vivo sobre tráfego 26 / 30
Aula com Pedro Sobral 21 / 30
Aula próxima terça às 15h 25 / 30
Lembrete: aula terça às 15h 27 / 30

ADICIONAR TÍTULO

Título longo
Lembrete: terça às 15h temos um encontro marcado na nossa aula ao vivo sobre tráfego. 85 / 90

Descrições (até 5) ⓘ
Lembrete: terça às 15h temos um encontro marcado na nossa aula : 85 / 90

ADICIONAR DESCRIÇÃO

Nome da empresa
Pedro Sobral 12 / 25

Opções de URL avançadas

MAIS OPÇÕES

Ao editar o anúncio, você o atualiza para uma nova versão e o envia para revisão. As métricas das versões anteriores continuam visíveis. Saiba mais. Seus anúncios nem sempre incluirão todo o texto e todas as imagens. Alguns formatos fazem cortes ou reduzem os anúncios.

Eu vou **mudar para “Lembrete muito importante”:**



The screenshot shows the Google Ads interface for a campaign titled "Aula ao vivo sobre tráfego". The campaign has 300 ads. On the left, there's a list of ad variations with titles like "Aula com Pedro Sobral", "Lembrete muito importante", and "Lembrete: aula terça às 15h". A red arrow points from the text "Lembrete muito importante" to the preview window on the right. The preview window shows a mobile ad with the title "AULA AO VIVO PRÓXIMA TERÇA ÀS 15H" and a thumbnail of a man with a beard. Below the preview is a video frame of the same man speaking.

Cara, deixa eu voltar um pouco aqui, e fazer uma mudança. Eu vou **tirar fora esse “Aula ao vivo sobre tráfego”** que eu coloquei antes aqui:

This screenshot shows the same Google Ads interface after the specific ad variation has been removed. The list on the left now only shows "Aula com Pedro Sobral" and "Lembrete muito importante". A red arrow points from the text "Aula ao vivo sobre tráfego" to the preview window on the right. The preview window shows a mobile ad with the title "AULA AO VIVO PRÓXIMA TERÇA ÀS 15H" and a thumbnail of a man with a beard. Below the preview is a video frame of the same man speaking.



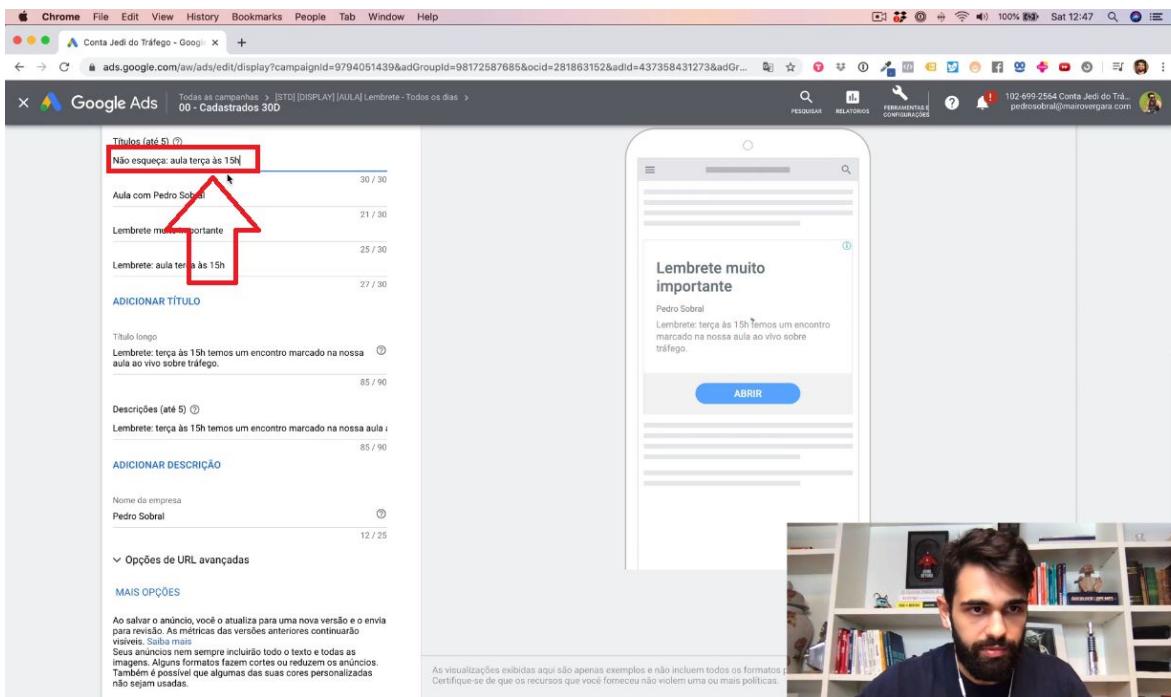
Eu vou fazer isso pelo seguinte: eu to anunciando isso aqui pra pessoas que JÁ SE CADASTRARAM, então eu vou parar de falar que é uma “aula ao vivo sobre tráfego”, porque elas já sabem que é sobre isso.

No lugar desse título, eu **vou colocar esse daqui, de “Não esqueça: ao terça-feira”:**

The screenshot shows the Google Ads interface for editing a display campaign. In the 'Títulos (até 5)' section, the text 'Não esqueça: aula terça-feira' is entered and highlighted with a red box. A large red arrow points from this box to a preview window on the right. The preview shows a mobile phone displaying the text 'Não esqueça: aula terça-feira' and 'Pedro Sobral'. Below the preview, there is a small video thumbnail of a man with a beard.

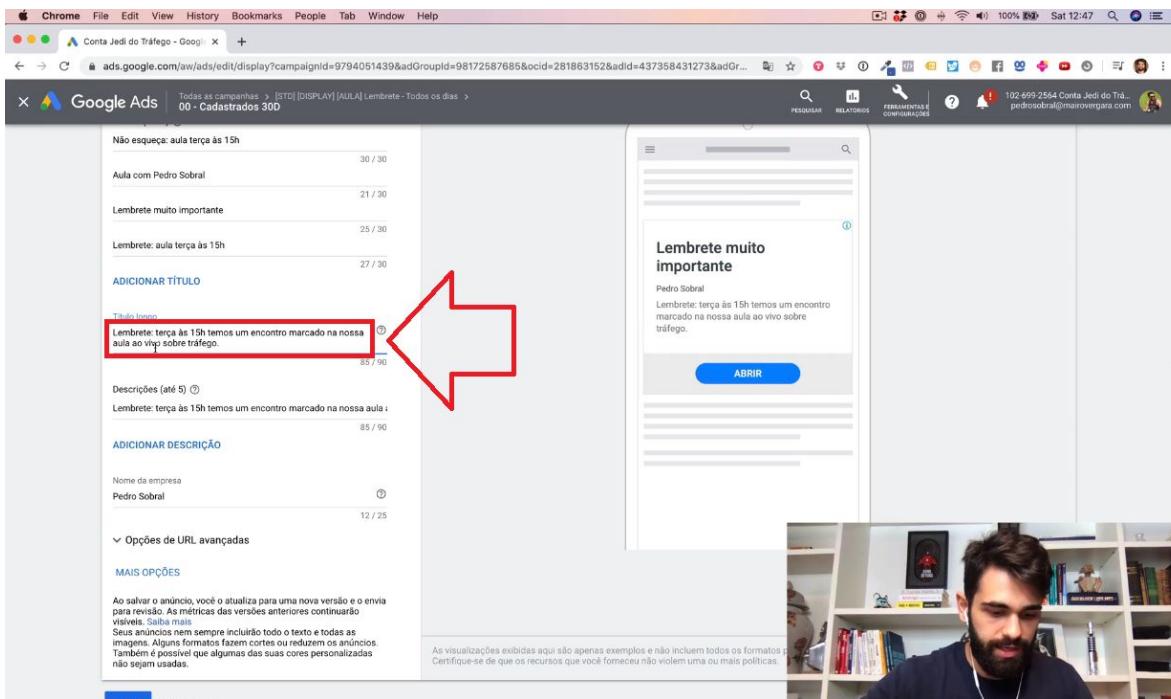
Ufa, coube todo o título! Nem acredito, que alívio.

Aliás, vou fazer uma pequena mudança aqui. **Vou deixar ele assim, com um “terça às 15h” no final**, pra que tenha o horário também:



The screenshot shows the Google Ads interface for creating a reminder ad. The main area displays a list of titles and descriptions. A red box highlights the first title: "Não esqueça: aula terça às 15h". A red arrow points from this highlighted text to a mobile device preview on the right. The mobile preview shows a simplified version of the ad with the title "Lembrete muito importante" and a snippet of the text "Pedro Sobral Lembrete: terça às 15h temos um encontro marcado na nossa aula ao vivo sobre tráfego.". Below the preview is a video call window showing a man with a beard.

Agora, vamos mudar o nosso título longo e nossa descrição. Vou **trocar esse título longo aqui:**



The screenshot shows the Google Ads interface after changes have been made. The main area now displays a different title: "Lembrete: terça às 15h temos um encontro marcado na nossa aula ao vivo sobre tráfego.". A red box highlights this new title, and a large red arrow points from it to the mobile device preview on the right. The mobile preview shows the updated ad with the title "Lembrete muito importante" and the full text "Pedro Sobral Lembrete: terça às 15h temos um encontro marcado na nossa aula ao vivo sobre tráfego.". Below the preview is a video call window showing a man with a beard.

Por **esse outro aqui**, onde eu usei a palavra “importante”, e tirei aquele “sobre tráfego” do final, pela mesma lógica de eu ter tirado isso lá dos nossos títulos:



Não esqueça: aula terça às 15h
30 / 30

Aula com Pedro Sobral
21 / 30

Lembrete muito importante
25 / 30

Lembrete: aula terça às 15h
27 / 30

ADICIONAR TÍTULO

Lembre importante: terça às 15h temos um encontro marcado na nossa aula ao vivo.
82 / 90

Descrições (até 5) (1)
Lembrete: terça às 15h temos um encontro marcado na nossa aula :
85 / 90

ADICIONAR DESCRIÇÃO

Nome da empresa
Pedro Sobral
12 / 25

▼ Opções de URL avançadas

MAIS OPÇÕES

Ao salvar o anúncio, você o atualiza para uma nova versão e o envia para revisão. As métricas das versões anteriores continuam visíveis. Saiba mais.

Seus anúncios nem sempre incluirão todo o texto e todas as imagens. Alguns formatos fazem cortes ou reduzem os anúncios. Também é possível que algumas das suas cores personalizadas não sejam usadas.

As visualizações exibidas aqui são apenas exemplos e não incluem todos os formatos. Confirme-se de que os recursos que você fornece não violam nenhuma das nossas políticas.

102-699-2564 Conta Jedi do Trá... pedrosobral@maiorvergara.com

Agora, é só **copiar esse mesmo texto, e colocar aqui na descrição**, pois vamos usar a mesma coisa:

Não esqueça: aula terça às 15h
30 / 30

Aula com Pedro Sobral
21 / 30

Lembrete muito importante
25 / 30

Lembrete: aula terça às 15h
27 / 30

ADICIONAR TÍTULO

Título longo
Lembre importante: terça às 15h temos um encontro marcado na nossa aula ao vivo.
82 / 90

Descrições (até 5) (1)
terça às 15h temos um encontro marcado na nossa aula ao vivo.
0 / 90

ADICIONAR DESCRIÇÃO

Descrição
0 / 90

Nome da empresa
Pedro Sobral
12 / 25

▼ Opções de URL avançadas

MAIS OPÇÕES

Ao salvar o anúncio, você o atualiza para uma nova versão e o envia para revisão. As métricas das versões anteriores continuam visíveis. Saiba mais.

Seus anúncios nem sempre incluirão todo o texto e todas as imagens. Alguns formatos fazem cortes ou reduzem os anúncios. Também é possível que algumas das suas cores personalizadas não sejam usadas.

Exemplo de seu anúncio gráfico com dimensões de 320x500

As visualizações exibidas aqui são apenas exemplos e não incluem todos os formatos. Confirme-se de que os recursos que você fornece não violam nenhuma das nossas políticas.

102-699-2564 Conta Jedi do Trá... pedrosobral@maiorvergara.com



Beleza, é isso daqui mesmo que eu vou fazer! Vou **(1) manter esse “nome da empresa” como “Pedro Sobral”, e como não tenho outras imagens pra fazer outras alterações aqui, tá tudo pronto. É só **(2) clicar em “Salvar”:****

The screenshot shows the Google Ads interface for editing a campaign. The main area displays a reminder ad with the title "Aula com Pedro Sobral" and a message about an important class on Thursday at 15h. The "Nome da empresa" field is populated with "Pedro Sobral" (marked with a red box labeled (1)). At the bottom, the "Opções de URL avançadas" section is expanded, and the "MAIS OPÇÕES" section is visible. The "Salvar" button is highlighted with a red box labeled (2). To the right, a preview of the ad is shown, and below it, a video of the speaker.

E aí, eu vou deixar isso daqui rodar por mais uns 15 dias, antes de fazer uma nova otimização.

► 3- Considerações finais (11'20")

Agora, a ideia é o que? A ideia é que eu entre em contato com o meu designer, e solicite pra ele novas imagens.

Se eu tiver que pedir um tipo de imagem em específico pra ele, eu vou pedir pra ele me mandar 3 ou 4 imagens de anúncios responsivos pra que eu tenha elas no bolso. De posse dessas imagens, eu vou ter uns 2 ou 3 meses de otimizações garantidas.

E além disso, depois de uns 30 dias, se eu quiser eu posso pedir pra ele me mandar **um pack de anúncios desses outros tamanhos aqui**:



The screenshot shows the Google Ads interface with the following details:

	Status	Tipo de anúncio	CPM médio visível	Impressões visíveis	Clique	Impressões	CTR	CPC médio	Custo	Conversões
1	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,14	1.187	8	1.363	0,51%	R\$ 1,21	R\$ 2,90	8,00
2	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,14	2.524	5	4.576	0,11%	R\$ 1,08	R\$ 5,41	7,00
3	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 1,87	5.999	7	7.336	0,10%	R\$ 1,60	R\$ 11,22	8,00
4	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,37	5.725	9	10.085	0,09%	R\$ 1,51	R\$ 13,59	15,00
5	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,08	7.941	26	14.180	0,18%	R\$ 0,64	R\$ 16,53	29,00
6	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 1,87	1.187	8	1.363	0,51%	R\$ 1,21	R\$ 2,90	8,00
7	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 1,51	1.187	8	1.363	0,51%	R\$ 1,21	R\$ 2,90	8,00
8	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,20	1.187	8	1.363	0,51%	R\$ 1,21	R\$ 2,90	8,00
9	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 1,51	1.187	8	1.363	0,51%	R\$ 1,21	R\$ 2,90	8,00
10	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 1,87	1.187	8	1.363	0,51%	R\$ 1,21	R\$ 2,90	8,00
11	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,37	5.725	9	10.085	0,09%	R\$ 1,51	R\$ 13,59	15,00
12	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,08	7.941	26	14.180	0,18%	R\$ 0,64	R\$ 16,53	29,00
13	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 1,87	1.187	8	1.363	0,51%	R\$ 1,21	R\$ 2,90	8,00
14	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 1,51	1.187	8	1.363	0,51%	R\$ 1,21	R\$ 2,90	8,00
15	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,20	1.187	8	1.363	0,51%	R\$ 1,21	R\$ 2,90	8,00

E eu demoro pra pedir esses outros aqui porque 1) eles dão muito mais trabalho, e 2) eles dão menos resultado (no que diz respeito a escala) do que os responsivos.

Lembrando: a gente otimizou somente um conjunto de anúncio de anúncio aqui, que é o de **quem “cadastrou nos últimos 30 dias”**:



Últimos dias (14) 9 a 22 mai 2020

	Status	Tipo de anúncio	CPM médio visível	Impr. visíveis	Cliques	Impr.	CTR	CPC médio	Custo	Conversões
Não esquenta: aula terça às 18h Mais 3	Em revisão	Anúncio responsivo de display	—	0	0	0	—	—	R\$ 0,00	0,00
Lembrete: aula terça às 18h Mais 3	Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 1,82	10.094	7	22.908	0,03%	R\$ 2,63	R\$ 18,42	9,00
Lembrete: aula terça às 18h Mais 3	Pausado	Anúncio responsivo de display	R\$ 2,22	77.627	322	106.016	0,30%	R\$ 0,54	R\$ 172,43	331,00
Aula ao vivo Mais 3	Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 2,19	91.663	338	124.759	0,27%	R\$ 0,59	R\$ 201,01	393,00
Aula ao vivo Mais 3	Aprovado	Anúncio responsivo de display	R\$ 1,97							
adwHD - 640x100.png	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 1,61							
adwHD - 600x500.png	Aprovado	Anúncio gráfico	R\$ 2,08							

Só que, depois disso, a gente tem que fazer esse mesmo processo pra **tooodos os outros conjuntos de anúncio.**

Últimos dias (14) 9 a 22 mai 2020

	Status	Qualificação	Tipo: Rede de Display	Orcamento: R\$ 180,00/dia	Mais detalhes									
Grupo de anúncios ↑	Ativada	Qualificada	Rede de Display	R\$ 180,00/dia										
00 - Cadastrados 300	Qualificado	R\$ 3,00 (visível)	335.426	R\$ 2,09	Rede de Display	997	509.063	0,20%	R\$ 701,29	1.085,00	R\$ 0,65	108,83%		
01 - Cadastrados 5400	Qualificado	R\$ 2,00 (visível)	375.511	R\$ 1,48	Rede de Display	453	569.127	0,08%	R\$ 1.222	R\$ 554,88	454,00	R\$ 1,22	100,22%	
02 - CAPTURA 14D + Engajamento YT 14D	Qualificado	R\$ 0,80 (visível)	933.947	R\$ 0,78	Rede de Display	1.147	1.306.431	0,09%	R\$ 644	R\$ 731,41	1.048,00	R\$ 0,70	91,37%	
Total grupos de anúncios				1.644.884	R\$ 1,21		2.597	2.384.621	0,11%	R\$ 0,77	R\$ 1.987,58	2.587,00	R\$ 0,77	99,61%
Total campanha				1.644.884	R\$ 1,21		2.597	2.384.621	0,11%	R\$ 0,77	R\$ 1.987,58	2.587,00	R\$ 0,77	99,61%

Eu não vou fazer isso na tua frente, porque é exatamente a mesma coisa que a gente fez pro primeiro conjunto.



Tudo que a gente vai fazer é analisar, pausar o anúncio que estiver com o resultado pior, e subir novos anúncios com modificações.

Só que a gente sempre tem que lembrar que a gente não pode pausar um anúncio, no Display, que vá fazer com que eu não anuncie mais em sites que só conseguem receber aquele determinado formato de anúncio.

Então, pra pausar um anúncio, por exemplo, de tamanho 300x200, eu tenho que ter dois anúncios 300x200, pausar um, e manter o outro pra garantir que eu apareça no maior número de sites possíveis.

Então, otimização de criativos é isso aí, facinho.

A otimização de criativos é muito dependente de tu solicitar artes pro designer. E quanto mais tu fizer isso, quanto maior for o teu poder de produção de criativos, melhores vão ser as tuas campanhas da Rede de Display.

Tamo junto, valeu, e até a próxima!

► Time Stamps

- 🕒 **Introdução: (00'00")**
- 🕒 **1- Pré-requisitos para otimizar os criativos (01'22")**
- 🕒 **2- Otimizando na prática (06'17")**
- 🕒 **3- Considerações finais (11'20")**