



COMUNIDADE SOBRAL DE TRÁFEGO

Módulo 4

Rascunhos e experimentos



@pedrosobral



pedrosobral.com.br

SUMÁRIO

Introdução - 00'02"	2
Criando rascunhos e experimentos - 01'28"	2

Introdução - 00'02"

Os experimentos do Google foram um dos grandes responsáveis pelo meu aprendizado dentro do Google Ads. Não existe uma ferramenta que faça testes A/B tão bem quanto os experimentos da rede de pesquisa.

"Mas, Pedro, o que é teste A/B?"

Suponha que você tenha uma campanha rodando há alguns dias. Você deseja fazer uma alteração nela para ver como essa primeira modificação consegue performar. Para isso, você divide o tráfego entre as duas campanhas, aquela que já estava rodando e a nova que você alterou. Depois de alguns dias você verá qual delas é a melhor. Isso é um teste A/B.

Os experimentos da rede de pesquisa do Google fazem testes A/B como ninguém e neste pdf eu vou te mostrar como criar esses experimentos e quais são as peculiaridades entre eles.

Criando rascunhos e experimentos - 01'28"

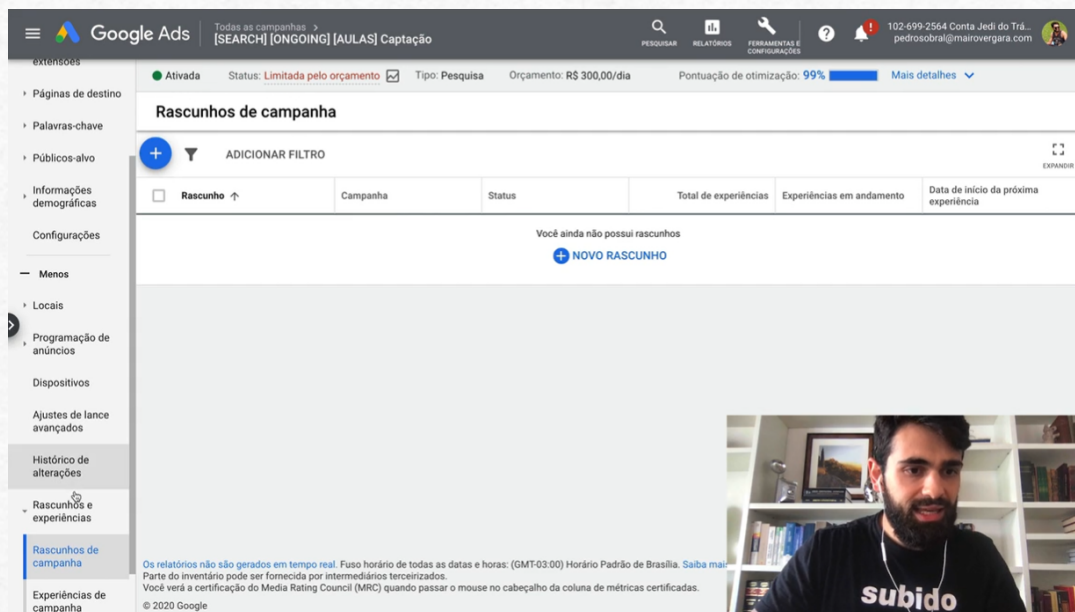
Acompanhe:

PASSO A PASSO

01 Antes de criar uma experiência, você precisa fazer um rascunho. Mas como seria esse rascunho? Essa opção implica em copiar e colar uma

campanha que já está rodando, e na campanha cópia, você vai fazer alterações.

Dentro do gerenciador do Google Ads, acesse as suas campanhas que já estão dando resultados. No menu lateral esquerdo, role o mouse para baixo na página e encontre a opção **“rascunhos e experiências”**. Clique nesta seção:



02 Clique em **“criar novo rascunho”**. Em seguida, coloque o nome do rascunho no campo **“nome do rascunho”**. Você pode colocar o mesmo nome da campanha, sinalizando no final que se trata de um rascunho, e o nome da alteração que você está fazendo. Preencha também a descrição no campo **“descrição”** e depois clique em **“salvar”**:

Google Ads interface showing the 'Rascunhos de campanha' (Campaign drafts) section. The interface is in Portuguese. The top bar shows 'Google Ads' and 'Todas as campanhas > [SEARCH] [ONGOING] [AULAS] Captação'. The left sidebar has a menu with 'Rascunhos de campanha' selected. The main area shows a draft titled '[SEARCH] [ONGOING] [AULAS]' with a status of 'Limitada pelo orçamento'. Below this, there's a 'Novo rascunho' section with a description and a 'SALVAR' button. A table below shows a single draft with columns for 'Rascunho', 'Campanha', 'Status', 'Total de experiências', 'Experiências em andamento', and 'Data de início da próxima experiência'. A message says 'Você ainda não possui rascunhos' with a '+ NOVO RASCUNHO' button. A video inset shows a man with a beard and headphones.

03 Neste momento, você vai achar que é a campanha original, quando na verdade é o rascunho dela e você pode fazer várias alterações sem mudar a campanha. Você só vai mudar a campanha se você clicar em **“aplicar”**. Se você fizer isso, o Google vai te dar a opção de alterar a campanha original ou a possibilidade de executar uma experiência:

Google Ads interface showing the 'Grupos de anúncios' (Ad groups) section. The interface is in Portuguese. The top bar shows 'Google Ads' and 'Todas as campanhas > Rascunhos > [SEARCH] [ONGOING] [AULAS] Captação - RASCUNHO (...)'. The left sidebar has a menu with 'Grupos de anúncios' selected. The main area shows a table of ad groups with columns for 'Grupo de anúncios', 'Alteração no', 'Status', 'CPA', 'Conversões', 'Custo', 'Tipo de grupo de anúncios', 'Cliques', 'Impr.', 'CTR', and 'CPC médio'. A modal dialog titled 'E agora?' is open, asking 'Aplicar alterações à campanha original' or 'Executar uma experiência'. A video inset shows a man with a beard and headphones.

Grupo de anúncios	Alteração no	Status	CPA	Conversões	Custo	Tipo de grupo de anúncios	Cliques	Impr.	CTR	CPC médio
Impulsionar no Instagram						Padrão	752	11.049	6,81%	R\$ 0,49
Facebook Ads						Padrão	586	23.689	2,47%	R\$ 0,82
Promover no Instagram 2						Padrão	273	7.850	3,48%	R\$ 0,41
Traáfego pago						Padrão	168	3.997	4,20%	R\$ 0,96

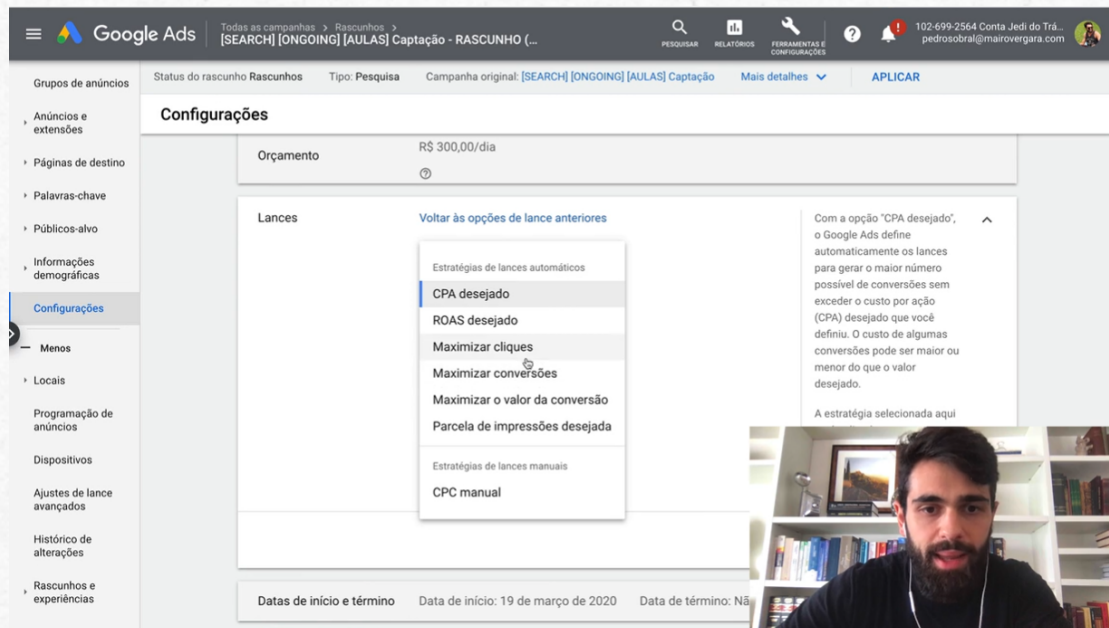
04 Para fazer as alterações, clique em **“configurações”**, no menu lateral esquerdo, vá até a seção **“lances”** e clique em **“mudar estratégia de lances”**:

Google Ads interface showing the 'Configurações' (Settings) page for a campaign. The 'Lances' (Bids) section is active, displaying 'CPA desejado' (Desired CPA) as 'R\$ 5,00'. A button labeled 'Mudar estratégia de lances' (Change bidding strategy) is visible. A sidebar on the left contains navigation options like 'Anúncios e extensões', 'Páginas de destino', 'Palavras-chave', 'Públicos-alvo', 'Informações demográficas', 'Configurações', 'Menos', 'Locais', 'Programação de anúncios', 'Dispositivos', 'Ajustes de lance avançados', 'Histórico de alterações', and 'Rascunhos e experiências'. A top bar shows 'Google Ads' and various icons. A bottom bar displays 'Status do rascunho Rascunhos', 'Tipo: Pesquisa', 'Campanha original: [SEARCH] [ONGOING] [AULAS] Captação - RASCUNHO (...)', 'Mais detalhes', and 'APLICAR'. A video feed of a man is visible in the bottom right corner.

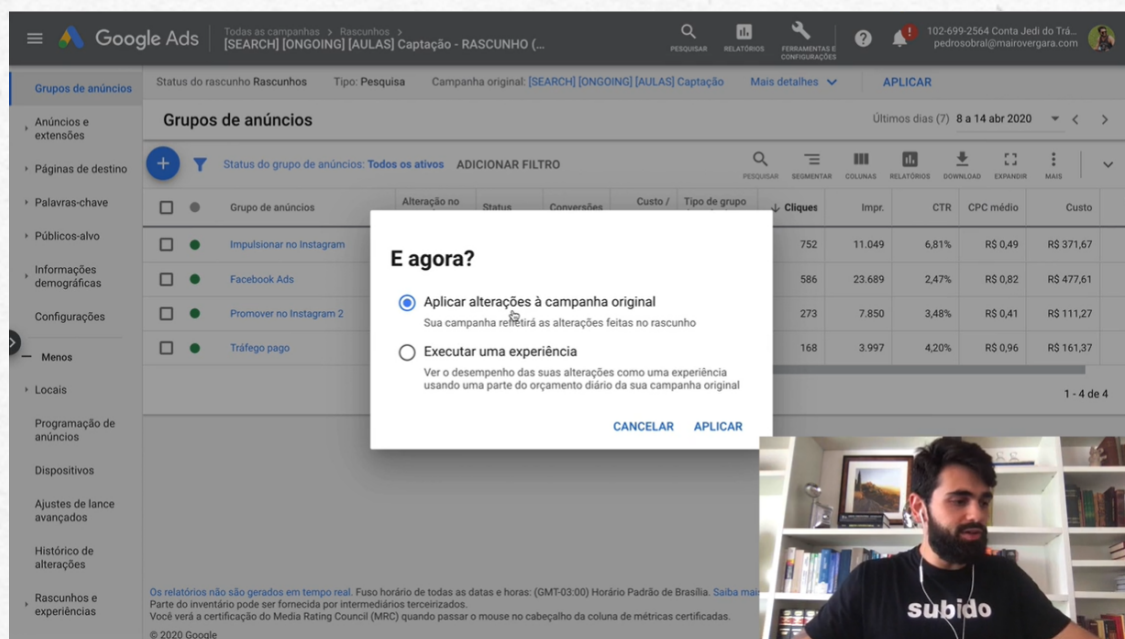
05 Agora, clique em **“você também pode selecionar uma estratégia de lances...”**:

Google Ads interface showing the 'Configurações' (Settings) page for a campaign. The 'Lances' (Bids) section is active, displaying 'Em qual métrica você quer focar?' (Which metric do you want to focus on?) with 'Conversões' (Conversions) selected. Below this, there is a checkbox for 'Definir um custo por ação desejado' (Set a desired cost per action) which is checked. The 'CPA desejado' (Desired CPA) is shown as 'R\$ 5,00'. A green notification box states: 'Esta campanha usará a estratégia de lances CPA desejado para ajudar você a gerar o maior número possível de conversões por um valor igual ou inferior ao seu custo por ação desejado'. Below the notification, a link reads 'Você também pode selecionar uma estratégia de lances diretamente recomendada' (You can also select a directly recommended bidding strategy). A sidebar on the left contains navigation options like 'Anúncios e extensões', 'Páginas de destino', 'Palavras-chave', 'Públicos-alvo', 'Informações demográficas', 'Configurações', 'Menos', 'Locais', 'Programação de anúncios', 'Dispositivos', 'Ajustes de lance avançados', 'Histórico de alterações', and 'Rascunhos e experiências'. A top bar shows 'Google Ads' and various icons. A bottom bar displays 'Status do rascunho Rascunhos', 'Tipo: Pesquisa', 'Campanha original: [SEARCH] [ONGOING] [AULAS] Captação - RASCUNHO (...)', 'Mais detalhes', and 'APLICAR'. A video feed of a man is visible in the bottom right corner.

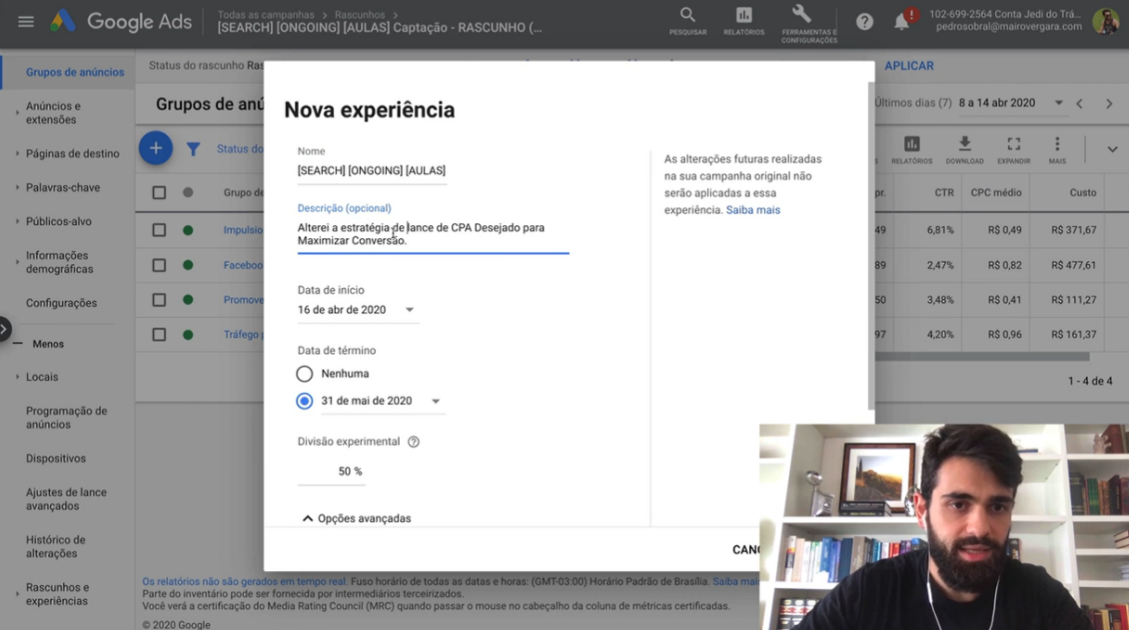
06 Em seguida, clique em **“maximizar conversões”** e, na sequência, em **“salvar”**:



07 Dessa forma, você acabou de fazer uma alteração na sua campanha. Como disse anteriormente, clique em **“aplicar”** e selecione **“executar uma experiência”**. Feito isso, clique em **“aplicar”**:



08 Agora, dê um nome para a experiência. Como você fez anteriormente, coloque o nome da campanha no campo **“nome”**. Acrescente “experiência” no final para você entender do que se trata:



The screenshot shows the Google Ads interface for creating a new experiment. The main content area is titled "Nova experiência" and contains the following fields:

- Nome:** [SEARCH] [ONGOING] [AULAS]
- Descrição (opcional):** Alterei a estratégia de lance de CPA Desejado para Maximizar Conversão.
- Data de início:** 16 de abr de 2020
- Data de término:** ☒ 31 de mai de 2020
- Divisão experimental:** 50 %

On the right, there is a table with the following data:

	CTR	CPC médio	Custo
49	6,81%	R\$ 0,49	R\$ 371,67
89	2,47%	R\$ 0,82	R\$ 477,61
50	3,48%	R\$ 0,41	R\$ 111,27
97	4,20%	R\$ 0,96	R\$ 161,37

At the bottom right, there is a video feed of a man with a beard and glasses, wearing a black shirt, sitting in front of a bookshelf.

09 Em **“divisão experimental”** coloque em porcentagem quanto o Google vai usar da verba total nesta campanha experimental. Isso significa que se você optar por colocar 50%, por exemplo, essa porcentagem do seu orçamento vai ser usada para a campanha original e os outros 50% para esse experimento:

Google Ads Todas as campanhas > Rascunhos > [SEARCH] [ONGOING] [AULAS] Captação - RASCUNHO (...)

Grupos de anúncios

Nome: [SEARCH] [ONGOING] [AULAS]

Descrição (opcional): Alterei a estratégia de lance de CPA Desejado para Maximizar Conversão -

Data de início: 16 de abr de 2020

Data de término: 31 de mai de 2020

Divisão experimental: 50 %

Opções avançadas

Opções de divisão de experiência: Com base em pesquisa

As alterações futuras realizadas na sua campanha original não serão aplicadas a essa experiência. Saiba mais

Últimos dias (7): 8 a 14 abr 2020

pr.	CTR	CPC médio	Custo
49	6,81%	R\$ 0,49	R\$ 371,67
89	2,47%	R\$ 0,82	R\$ 477,61
50	3,48%	R\$ 0,41	R\$ 111,27
97	4,20%	R\$ 0,96	R\$ 161,37

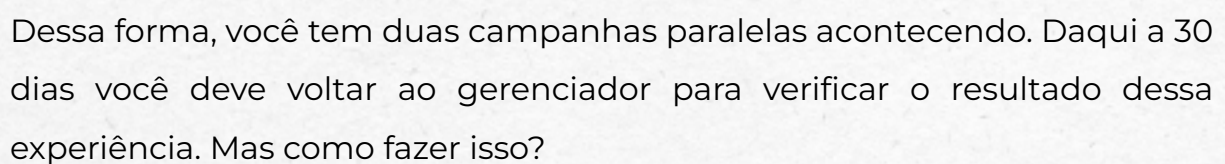
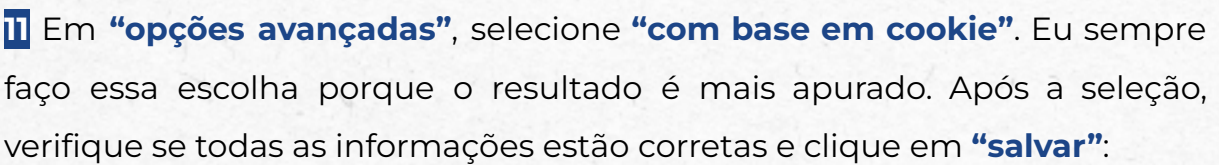
1 - 4 de 4

Lembrete importante:

Você deve usar a divisão 50% - 50% quando você fizer alterações pequenas nas campanhas, mudanças que não vão atrapalhar o seu resultado final. Se a sua campanha original já estiver com um resultado muito bom e se você quiser fazer alterações maiores, coloque 25% na divisão experimental. Neste caso, essa escolha vai refletir no resultado também, não se esqueça.

Ou seja, a divisão experimental vai depender muito da sua situação e do nível de risco que as alterações têm para a sua campanha.

10 Agora, coloque a data de início e de término da sua experiência:



12 Para ver o resultado, clique na campanha original e no menu lateral esquerdo, clique em **“rascunhos e experiências”**. Em seguida, clique em **“experiências de campanhas”** e na experiência para saber o resultado. Veja um exemplo meu:

The screenshot displays the Google Ads interface for a campaign named "EXPERIENCIA - DIAPLAY ATIVADO". The top navigation bar includes the Google Ads logo, account information, and search, reports, and tools menus. The left sidebar shows the campaign structure with "Grupos de anúncios" selected. The main content area shows the campaign status as "Concluída" and a comparison of performance from October 9 to November 9, 2019. The performance metrics are as follows:

Metric	Value	Change
Conversões	48	-
Cliques	5,27 mil	+11% (+7%, +15%)
Custo	R\$ 2,25 mil	+2% (-2%, +5%)
Valor conv.	0	-
Valor conv. / custo	0	-

The interface also shows a table for "Grupos de anúncios" with columns for status, type, clicks, impressions, CTR, CPC, cost, conversions, and conversion rate. A message indicates that no active ad groups are currently present, with a button to "CRIAR GRUPO DE ANÚNCIOS". A video inset in the bottom right corner shows a man speaking, likely the author of the content.

13 Cabe a você analisar os resultados de acordo com seus objetivos e se você concluir que o teste performou melhor que o seu o anúncio original, basta clicar em **“aplicar”**.

Os experimentos são estratégias de testes que te dão resultados concretos do que funciona e do que não funciona. O relatório final vai te deixar claro se houve ou não uma melhora na campanha a partir da mudança que você fez. Se o relatório te disser que não houve uma melhora, você não vai aplicar o experimento.

O que eu te recomendo: Faça alterações na sua campanha e otimize quando precisar, mas para alterações delicadas ou coisas que você quer

testar de forma mais estruturada, faça uma experiência e veja os resultados.

Fazer experiências é aprender a cada dia sobre como funciona a rede de pesquisa. Quanto mais testes você fizer, melhor vai ser para o seu processo de aprendizado.

Fechou? Tamo junto!