



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:

The screenshot shows the Google Ads interface with the 'Rascunhos de campanha' (Campaign Drafts) section selected. The left sidebar is expanded to show 'Rascunhos e experiências' (Campaign Drafts & Experiences). The main area displays a table with columns: Rascunho, Campanha, Status, Total de experiências, Experiências em andamento, and Data de início da próxima experiência. A message says 'Você ainda não possui rascunhos' and 'NOVO RASCUNHO'. A video overlay of a man with a beard and a black t-shirt with 'subido' on it is visible in the bottom right corner.

**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**”:

**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:

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

Screenshot of the Google Ads interface showing the 'Configurações' (Settings) section for a campaign named '[SEARCH] [ONGOING] [AULAS] Captação - RASCUNHO'. The 'Lances' (Bids) tab is selected, showing a 'CPA desejado' (Desired CPA) of 'R\$ 5,00'. A tooltip explains that setting a desired CPA allows Google Ads to automatically manage bids to achieve the target CPA without exceeding the budget. Below this, there's a section for 'Datas de inicio e término' (Start and end dates) and a link to 'Configurações adicionais' (Additional settings). On the right, a video call window shows a man with a beard and headphones.

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

Screenshot of the Google Ads interface showing the 'Configurações' (Settings) section for the same campaign. The 'Lances' (Bids) tab is selected, and a green callout box highlights the 'Definir um custo por ação desejado' (Define a cost per action desired) checkbox. Below it, a message states that the campaign will use the 'CPA desejado' strategy to help generate the maximum number of conversions for the desired CPA. A video call window on the right shows the same man with a beard and headphones.

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

The screenshot shows the Google Ads interface for a search campaign named "[SEARCH] [ONGOING] [AULAS] Captação - RASCUNHO". The left sidebar has "Configurações" (Settings) selected. In the main area, under "Lances", "Maximizar conversões" is highlighted in a dropdown menu. A tooltip provides information about how Google Ads automatically sets bids to maximize conversions while staying within the desired CPA. At the bottom, there's a video call window showing a man with a beard and headphones.

**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**”:

The screenshot shows the Google Ads interface for a search campaign. The left sidebar has "Grupos de anúncios" (Ad groups) selected. In the main area, a modal dialog titled "E agora?" (What now?) is open, asking if the user wants to "Aplicar alterações à campanha original" (Apply changes to the campaign) or "Executar uma experiência" (Run an experiment). The first option is selected. On the right, there's a video call window showing a man with a beard and headphones.

**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. On the left, there's a sidebar with various campaign settings like 'Anúncios e extensões', 'Páginas de destino', 'Palavras-chave', etc. The main area is titled 'Grupos de anúncios' and shows a 'Status do rascunho R...' section. A central panel is titled 'Nova experiência' with fields for 'Nome' (set to '[SEARCH] [ONGOING] [AULAS]'), 'Descrição (opcional)' (containing a note about not applying changes to the original campaign), 'Data de início' (set to '16 de abr de 2020'), 'Data de término' (set to '31 de maio de 2020'), and 'Divisão experimental' (set to '50 %'). To the right, there's a preview window showing a man with a beard and a bookshelf, and a small table of performance metrics for the last 7 days.

**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:

### 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:

11 Em “**opções avançadas**”, selecione “**com base em cookie**”. Eu sempre faço essa escolha porque o resultado é mais apurado. Após a seleção, verifique se todas as informações estão corretas e clique em “**salvar**”:

Dessa forma, você tem duas campanhas paralelas acontecendo. Daqui a 30 dias você deve voltar ao gerenciador para verificar o resultado dessa experiência. Mas como fazer isso?

**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 shows the Google Ads interface for a campaign named "EXPERIENCIA - DIAPLAY ATIVADO". The left sidebar shows various campaign management options like Groups of ads, Recommendations, and Ad extensions. The main dashboard displays key performance indicators: Conversões (48), Cliques (5,27 mil), Custo (R\$ 2,25 mil), Valor conv. (0), and Valor conv. / custo (0). A summary message states "Você não tem grupos de anúncios ativos" and includes a link to "CRIAR GRUPO DE ANÚNCIOS". Below this, a video player window shows a man with a beard and dark hair, wearing a black t-shirt, sitting in front of a bookshelf. The video player has standard controls for play, pause, and volume.

**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!