

Como Otimizar as Campanhas

Principais Métricas

Métricas Primárias

A partir do momento que vc começar a vender, você vai focar mais nessas métricas. São todas as métricas focadas em conversão.

Conversões

Custo/conversão

Taxa de conversão

Valor da conversão

Métricas Secundárias

Enquanto você ainda não tiver vendas, você irá focar nestas. São as métricas relacionadas ao desempenho do seu anúncio.

Impressões

Cliques

CTR

Índice de Qualidade

CPC Médio

Análise a nível de palavras-chave

Termos de pesquisa

Negative sempre o que for irrelevante para a sua campanha

Palavras-chave de pesquisa

Veja nas métricas quais convertem mais e quais só gastam o seu dinheiro.

Informações do leilão

Analise a sua concorrência ali na rede de pesquisa

Análise a nível de anúncios

Faça sempre 2 ou 3 anúncios e veja qual converte mais com o melhor custo/conversão

Pause os anúncios de pior desempenho e duplique o anúncio campeão

Edite a cópia do anúncio campeão e faça pequenos ajustes, sempre buscando uma melhoria constante.

Análise nos demais dados

Informações demográficas

Público-alvo

Dispositivos

Programação de anúncio

Locais

Conteúdo completo e mais avançado

<https://metodogpro.com.br>

Como Otimizar as Campanhas

1. Principais Métricas

1.1. Métricas Primárias

1.1.1. A partir do momento que vc começar a vender, você vai focar mais nessas métricas. São todas as métricas focadas em conversão.

1.1.1.1. Conversões

1.1.1.2. Custo/conversão

1.1.1.3. Taxa de conversão

1.1.1.4. Valor da conversão

1.2. Métricas Secundárias

1.2.1. Enquanto você ainda não tiver vendas, você irá focar nestas. São as métricas relacionadas ao desempenho do seu anúncio.

1.2.1.1. Impressões

1.2.1.2. Cliques

1.2.1.3. CTR

1.2.1.4. Índice de Qualidade

1.2.1.5. CPC Médio

2. Análise a nível de palavras-chave

2.1. Termos de pesquisa

2.1.1. Negative sempre o que for irrelevante para a sua campanha

2.2. Palavras-chave de pesquisa

2.2.1. Veja nas métricas quais convertem mais e quais só gastam o seu dinheiro.

2.3. Informações do leilão

2.3.1. Analise a sua concorrência ali na rede de pesquisa

3. Análise a nível de anúncios

3.1. Faça sempre 2 ou 3 anúncios e veja qual converte mais com o melhor custo/conversão

3.2. Pause os anúncios de pior desempenho e duplique o anúncio campeão

3.2.1. Edite a cópia do anúncio campeão e faça pequenos ajustes, sempre buscando uma melhoria constante.

4. Análise nos demais dados

4.1. Informações demográficas

4.2. Público-alvo

4.3. Dispositivos

4.4. Programação de anúncio

4.5. Locais

5. Conteúdo completo e mais avançado

5.1. <https://metodogpro.com.br>