

# ENTENDENDO SUAS MÉTRICAS

1.

O mapeamento de métricas começa com o custo do lead, ou seja, aquela pessoa que deu as informações de contato que você precisa. O funil de um gestor de tráfego é: impressões, cliques, carregamento de página...

2.

...cliques no botão de WhatsApp, conversas iniciadas, reuniões e fechamentos. Ou seja, desde o momento que o cliente viu o seu anúncio até o momento que ele fechou com você.

3.

Quanto maior é o funil, mais caro será o trajeto até o final dele. E quanto menor é o funil, menor é a qualidade do lead que chega no final. Nem sempre um lead caro é um lead melhor, mas o lead mais caro pode vir mais qualificado.

4.

Para atrair leads qualificados você deve melhorar seus objetivos de campanha, suas segmentações e seus anúncios. Os bons resultados só virão a partir do controle das métricas, não se esqueça.

5.

Faça documentos com as métricas mensais e semanais para entender onde há erros e oportunidades de melhorias. Sem essas anotações não há bons resultados.