

Otimização de Canais e Públicos

**GOOGLE - REDE DE
DISPLAY**



@sobralpedro_



pedrosobral.com.br



Otimização de Canais e Públicos

Google Display

► Introdução (0'01")

Continuando nossas aulas sobre otimizações na Rede de Display.

Oh, e eu digo “continuando”, porque eu preciso, preciso MUITO, que tu tenha visto a aula anterior pra tu entender o que vai ser dito nessa aula aqui.

Eu preciso que tu entenda:

- Quando que tu optimiza tuas campanhas
- O que é relevância estatística
- Pra qual métrica tu olha

Vou fazer um overview geralzinho aqui, mas o ideal é que tu tenha visto a aula anterior, porque lá eu aprofundei esses assuntos. E se tu viu essa aula anterior há muito tempo atrás, vai lá, revisita ela, vê ela com 2 vezes de velocidade, enfim, vê ela rapidinho só pra tu te lembrar dessas informações, tá?

► 1 - Resumo do que tu precisa entender da aula anterior (00'37")

Basicamente, quando que a gente optimiza uma campanha? A gente optimiza levando em consideração essas **5 situações**:

Situação 1) Períodos pré-determinados

Situação 2) Tempo



O tempo que a minha campanha vai rodar vai influenciar os períodos pré-determinados que eu devo otimizar ela

Situação 3) Filha caindo do penhasco

Situação 4) Mairo te ligando

Situação 5) Relevância estatística

O que é relevância estatística? É uma boa quantidade de dados. Eu considerei aqui que 1.000 impressões é uma boa quantidade de dados.

Além disso, relevância estatística é ter uma quantidade de RESULTADOS considerável. O que é uma quantidade de resultados considerável? É uma quantidade de resultado que seja considerável PRA TI, pro tamanho do TEU tráfego, pro tamanho do TEU nicho.

Então, pra algumas pessoas, 100 conversões não é uma quantidade considerável de dados. Pra outras pessoas, 100 conversões é uma quantidade MUUUUUITO considerável de dados. Portanto, vai depender de cada caso. Tu vai ter que entender o que é considerável pra ti, ou o que não é considerável pra ti.

E aí, qual métrica que a gente olha (que é o último ponto dos 3 pontos que eu te falei que foram dados na última aula)? A gente vai sempre olhar pra nossa MÉTRICA PRINCIPAL.

A nossa métrica principal ela vai variar de acordo com o objetivo da nossa campanha. Vai variar dependendo se a nossa campanha é uma campanha de ATENÇÃO, de INTENÇÃO, ou de RECORDAÇÃO.



Aqui, nessa aula, a gente tá otimizando uma campanha de RECORDAÇÃO que tem como objetivo principal gerar IMPRESSÕES. Mas não qualquer tipo de impressão: a gente tem como objetivo principal gerar IMPRESSÕES VISÍVEIS.

“Pedro, o que são impressões visíveis?”

Seguro aí que quando a gente entrar ali, dentro do Google, eu te mostro.

► **3.3 - Otimização de Canais - quando fazer (02'05”)**

Então, vamos fazer a nossa otimização dos Canais.

Otimização de Canais é uma das otimizações mais importantes que a gente tem dentro do Google Ads.

Pra começar, o que é essa otimização dos Canais? Otimização dos Canais é o seguinte: ela basicamente nos dá o poder de entender quais são os nossos resultados nos diversos sites da GDN em que a gente apareceu.

“Peraí, Pedro, sites da GDN em que a gente apareceu?”

Pois é, meu querido. Falei disso na Aula 1 do Módulo da Rede de Display. Eu te expliquei o que era GDN, e falei que essa era uma informação importante.

GDN são os sites parceiros do Google. São os sites onde a gente vai aparecer quando a gente for anunciar na Rede de Display.

Então, otimização de Canais é basicamente entender qual que foi o resultado das minhas campanhas, dos meus anúncios, em CADA UM desses sites.



E aí, eu tenho **DOIS PODERES**:

O primeiro poder, é pausar os sites que não tão me gerando resultados satisfatórios.

Ou seja, eu vou lá, e vou ver que, por exemplo, o “Cifraclub” é um lugar onde eu to gastando um monte de dinheiro pra aparecer, só que o “Cifraclub” não tá me trazendo conversão nenhuma.

Eu posso ter gasto R\$ 1 mil reais no “Cifraclub”, e ter uma conversão apenas! Nesse caso, o que a gente tem que fazer? A gente tem que falar pro Google:

“Google, não quero mais anunciar no Cifraclub”.

Esse é teu primeiro superpoder. Analisar os canais, e PAUSAR os canais que não tão gerando resultado pra ti.

E o segundo superpoder, é o superpoder que, provavelmente, tu não vai usar. Por quê? Porque tu é baby bosta.

Esse superpoder é um dos maiores poderes que o Gestor de Tráfego tem, e que eles não utilizam: **aprender com os resultados das campanhas dele.**

Ao mesmo tempo que tu tem o poder de pausar os canais ruins, tu tem o poder de identificar quais são os canais bons, e aprender com isso. Fazendo isso, tu entende que sites teu usuário acessa, ou que sites que as pessoas que tu tá segmentando acessam normalmente.

É através desses sites que tu vai cada vez mais vai conhecer a pessoa por trás da tela que tu tá tentando atingir. A maioria das pessoas não faz isso. Por quê? Porque a maioria das pessoas acreditam que:

“Ai, tem uma ferramenta secreta na internet pra tu descobrir quem que é o teu usuário, o que ela acessa, o que ele pesquisa, blablabla”.



Sim, existe uma ferramenta secreta:

O nome dessa ferramenta é GOOGLE ADS.

Tu faz uma campanha na Rede de Pesquisa, e descobre tudo que o cara pesquisa.

Tu faz uma campanha na Rede de Display, e descobre tudo que o cara acessa.

E aí, fica muito mais fácil de tu estar cada vez mais anunciando pra pessoa certa, anunciando nos sites certos, e anunciando pras pesquisas certas. Só que isso só vai acontecer, PRESTA ATENÇÃO, só vai acontecer se tu extrair essa informação das tuas campanhas.

Isso é o que a maioria das pessoas, infelizmente, não faz. Mas a gente, a Comunidade Sobral, os Subidos, a gente vai fazer essa parada porque eu vou te mostrar exatamente como é que eu faço, tá bom?

Então, a otimização de Canais, como eu falei pra vocês, é uma otimização DELICADA.

Por quê? Porque as nossas unidades de otimização (ou seja, as pequenas engrenagens da campanha que a gente pode apertar), quando a gente tá falando de CANAIS, elas são MILHARES, MILHARES.

E por que elas são tantas? Porque o CPM do Google, ou seja, o custo pra ti aparecer 1.000 vezes, é muito barato. Então a gente aparece muito, e acaba aparecendo em MUITO site, e MUITO aplicativo, MUITO, MUITO, MUITO mesmo.

E em razão disso, o que acontece? A gente tem muitos parafusos pra ficar apertando. Pensa que cada site que tu aparece é um parafuso, e que tu tem uma escolha, de tirar fora o parafuso (ou seja, não quero mais anunciar nele), ou manter aquele parafuso ali.



É sempre essa decisão, é binário: deixa ativo, ou pausa. Deixa ativo, ou pausa. Só que a gente tem MUUUUUUUUUUUUUUUUITOS sites, e como a gente tem muitos sites, as nossas impressões, os nossos resultados, ficam muito divididos entre esses sites.

E como eles ficam muito divididos, a gente precisa de períodos grandes pra fazer essa análise, porque se não a gente não tem relevância estatística na hora que a gente for analisar os sites.

Então, eu coloquei aqui **3 períodos como sugestão** (e de novo, isso aqui é uma recomendação, isso aqui não é uma regra):

Períodos de análise sugeridos: 14 em 14 dias, 21 em 21 dias ou 30 em 30 dias

Apesar de não ser uma regra, eu sempre busco fazer a análise, pelo menos, de 14 em 14 dias. Se eu entro lá, eu analiso 14 dias, e vejo que não tenho relevância estatística, eu analiso 21 dias. Se em 21 dias, eu vejo que ainda não tenho relevância estatística, aí eu vou analisar de 30 em 30 dias.

E isso aqui vai depender de cada tráfego, do volume de investimento que tu tá colocando, etc., etc., etc., tá?

Além de definir um período pré-determinado, o que que a gente vai levar em consideração pra otimizar os canais? São **3 coisas**:

- Escala
- Custo
- Qualidade do site

Escala é o que? É o quanto de resultado que aquele site tá me gerando.



De nada adianta eu ir lá e pausar um site que tá com um resultado mais ou menos, e esse site é o site que mais tá gerando resultado pra mim. Pô, não faz sentido nenhum.

O segundo ponto que eu vou analisar, é o **custo**. Isso daqui na verdade não é só o custo, é o **custo por resultado**.

Quanto que tá custando pra eu atingir aquele objetivo que eu to buscando? No meu caso aqui é o custo por 1.000 impressões visíveis, que é a métrica principal que eu to buscando. Se tu tá buscando conversão, a tua métrica vai ser o custo por conversão. Se tu tá buscando clique, a tua métrica vai ser o custo por clique.

Enfim, é o quanto que aquele site tá gerando pra ti de custo por resultado.

E por último, a **qualidade do site**, é o quanto que aquele site tem de qualidade, não só no que diz respeito a, tipo assim, se aquele site que fala do mesmo assunto que tu fala, mas também da qualidade do site em si.

Pô, sei lá, imagina o “youtube.com”, ou o “gmail.com”. São sites de qualidade? São, são sites de qualidade.

Agora, imagina o “babaduxxyzwf.com.br”. Tu vai pensar **assim “cara, que site é esse?”** Provavelmente não é um site de qualidade. Por quê? Porque tu nunca ouviu falar nele.

Então, qualidade do site tem a ver com: a qualidade do site, se é um site que disponibiliza bons materiais ou um site aleatório, e se aquele site fala de assuntos parecidos com o que tu tá divulgando. Tudo isso a gente vai colocar na balança pra definir qualidade do site, tá?

Os 3 pontos aqui são igualmente importantes, o que torna a nossa otimização um pouco mais complexa. Quanto mais coisas a gente vai levar em consideração na hora de otimizar, mais complexa é a otimização.



Eu sempre tento não passar de 3 pontos pra tomar uma decisão, porque, se não, começa a ficar muito difícil. Por quê? Porque as vezes um ponto tá bom, o outro tá ruim, e o terceiro tá médio. Aí, eu fico assim “**Cara, que que eu faço? Eu pauso, mantenho?**”, e aí a gente começa a entrar num dilema.

O problema da maioria das pessoas, quando vão otimizar campanhas, é que elas olham pra tantos pontos que elas não conseguem tomar decisão nenhuma. Por isso que eu falo pra vocês olharem a métrica principal, e não a secundária, a terciária, ou a “quartaria”, se é que essa palavra existe.

Se tu começa a analisar muita coisa, tu fica perdido. Tu não sabe pra que lado que tu olha. Tu não sabe se tu otimiza, se tu afrouxa o parafuso, ou se aperta ele. As vezes nós temos que tomar decisões simples no tráfego. E sem nóia, sem se noiar e ficar com medo de errar.

O medo de errar, cara, eu já falei: tu não erra no tráfego, tu aprende. Se eu te perguntar “**tu tem medo de errar?**”, a maioria das pessoas vão dizer por uma questão de ego que não tem, mas quase todo mundo tem medo de errar. Quase todo mundo tem medo de errar.

Só que se eu te perguntar assim: “**tu tem medo de aprender?**”, tu vai dizer assim: “**nãão, de aprender não.**”. Ou seja, quase NINGUÉM tem medo de aprender. Todo mundo gosta de aprender.

E aí é que está: no tráfego, o erro é sinônimo de aprendizado. Então para de pensar assim:

“Nossa, e se eu errar?”

E começa a pensar assim:

“Nossa, e se eu APRENDER?”



E tu vai ver que a tua vida vai mudar. Tu vai ficar mais tranquilo, e vai conseguir otimizar melhor.

Então tá, vou parar de enrolação, e vamos começar a otimização dos canais aqui, tá?

► 3 - Otimização de Canais - Fazendo na prática (09'35")

To aqui na minha campanhazinha marota, na **minha campanha de “Lembrete das aulas pra todos os dias”:**

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

- Campaign Name:** [STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrete - Todos os dias
- Status:** Ativada (Active)
- Type:** Rede de Display (Display Network)
- Budget:** R\$ 180,00/dia
- Last 14 Days Performance:** 28 abr a 11 mai 2020
- Ad Groups:** Grupos de anúncios
- Ad Status:** Todos os ativos (All active)
- Metrics:** Impr., CTR, CPC médio, Custo, Conversões, Custo / conv.
- Advertiser:** pedrosoberal@marovergara.com

A red arrow highlights the campaign name in the top navigation bar.

Na aula anterior a gente já fez a otimização dos lances dela, e agora nós vamos fazer a otimização de Canais.

Vou **entrar aqui nos “Canais”**:



	Status	CPM máx.	Impr. visíveis	CPM médio visível	Tipo de grupo de anúncios	Clique	Impr.	CTR	CPC médio	Custo	Conversões	Custo / conv.
00 - Cadastrados 30D	Qualificado	R\$ 4,00 (visível)	296.369	R\$ 1,78	Rede de Display	692	443.643	0,16%	R\$ 0,76	R\$ 526,68	719,00	R\$ 0,73
01 - Cadastrados 540D	Qualificado	R\$ 2,50 (visível)	249.067	R\$ 1,20	Rede de Display	264	369.779	0,07%	R\$ 1,13	R\$ 297,91	258,00	R\$ 1,15
02 - CAPTURA 14D + Engajamento YT 14D	Qualificado	R\$ 1,00 (visível)	523.527	R\$ 0,85	Rede de Display	743	736.034	0,10%	R\$ 0,60	R\$ 446,91	761,00	R\$ 0,59
Total			1.068.963	R\$ 1,19		1.699	1.549.456	0,11%	R\$ 0,75	R\$ 1.271,49	1.738,00	R\$ 0,73
Total campanha			1.068.963	R\$ 1,19		1.699	1.549.456	0,11%	R\$ 0,75	R\$ 1.271,49	1.738,00	R\$ 0,73

E aqui, **(1) nessa tela aqui dos “Canais” (2) não vai aparecer nada.** Por quê? Porque aqui são os canais que eu estou SEGMENTANDO dentro da minha campanha. Ou seja, os canais em que eu escolhi ativamente anunciar para eles.

	Tipo	Grupo de anúncios	Status	Impr. visíveis	CPM médio visível	Cliques	Imp.	CTR	CPC médio	Custo	Conversões	Custo / conv.
Canal				0	=	0	0	=	0	0	0	0



A gente só faria otimizações nessa tela aqui se a nossa campanha fosse de INTENÇÃO.

Mas, se a campanha for de INTENÇÃO ou não, a gente vai otimizar sempre esse outro ponto aqui, de **“Onde os anúncios foram exibidos”, que é onde eu vou clicar agora:**

The screenshot shows the Google Ads interface with the URL ads.google.com/aw/placements/managed?campaignId=9794051439&ocid=281863152&euid=198335938&_u=8004301362&uscid=281863152&__t=1587808880. The main content area displays the 'Canais' (Channels) report for a campaign named '[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrte - Todos os dias'. A red arrow points to the 'Onde os anúncios foram exibidos' (Where ads were shown) link in the left sidebar. The report table shows experimental results and campaign details. On the right, there is a video feed of a man with a beard.

Aqui, em “Onde os anúncios foram exibidos”, a primeira coisa é ver se estou analisando o período certo. No meu caso, estou analisando **os “Últimos 14 dias”**:



The screenshot shows the Google Ads interface for a campaign named "[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrete - Todos os dias". The left sidebar lists various campaign filters and metrics. The main area displays a table of ad placement data. The date range is set to "Últimos dias (14) 28 abr a 11 mai 2020". The table includes columns for Canal, Tipo, Grupo de anúncios, Impr. visíveis, CPM média visível, Cliques, Impr., CTR, CPC médio, Custo, and Conversões.

Canal	Tipo	Grupo de anúncios	Impr. visíveis	CPM média visível	Cliques	Impr.	CTR	CPC médio	Custo	Conversões
Total: canais filtrados			442.722	R\$ 1,13	496	648.218	0,08%	R\$ 1,01	R\$ 499,33	502,00
Mobile App: BlockuDoku - Block Puzzle Game (Goo...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1.381	R\$ 3,28	3	1.387	0,22%	R\$ 1,51	R\$ 4,52	3,00
mercadolivre.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	368	R\$ 3,03	1	1.464	0,07%	R\$ 1,11	R\$ 1,11	1,00
Mobile App: Video Editor & Video Maker - InShot (...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	6.409	R\$ 2,52	9	6.755	0,13%	R\$ 1,80	R\$ 16,16	10,00
brainly.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	3.510	R\$ 2,47	3	4.809	0,06%	R\$ 2,89	R\$ 8,67	4,00
freepik.com	Site	00 - Cadastrados 300	4.343	R\$ 2,45	5	5.805	0,09%	R\$ 2,13	R\$ 10,64	5,00
Mobile App: Home Workout - No Equipment (Goo...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1.429	R\$ 2,43	0	1.486	0,00%	—	R\$ 3,47	0,00
Mobile App: Funny - fresh memes, gifs and video...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1.214	R\$ 2,41	2	1.297	0,15%	R\$ 1,46	R\$ 2,92	2,00
socialblade.com	Site	00 - Cadastrados 300	3.446	R\$ 2,36	6	5.192	0,12%	R\$ 1,35	R\$ 6,12	7,00
mensagenscomamor.com	Site	00 - Cadastrados 300	904							
correio24horas.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	835							
gameofglam.com	Site	00 - Cadastrados 300	924							
Mobile App: Video Editor & Video Maker - InShot (...	Aplicativo para celular	01 - Cadastrados 5400	2.858							
mundodasmensagens.com	Site	00 - Cadastrados 300	1.273							
devanco.com	Site	00 - Cadastrados 300	1.057							

E o que eu vou fazer? Eu vou fazer **2 análises** aqui.

► 3.1 - Otimização dos mais relevantes: análise dos mais caros (10'42")

O que é a otimização dos mais relevantes? São aqueles que tiveram **mais de 1.000 impressões**.

Essa otimização dos mais relevantes, no MEU caso, ela é dos que tiveram mais de 1.000 impressões. Por quê? Porque o que eu to analisando aqui, a métrica principal que eu to analisando, é a métrica de impressões.

Agora, se tu tivesse analisando conversões, e no período de 14 dias tu tivesse, sei lá, umas 14.000 conversões, talvez uma métrica relevante é qualquer site que teve mais de 10 conversões, por exemplo.



Então, tu vai fazer sempre um FILTRO, pra filtrar os RELEVANTES. Mas esses “relevantes” (presta atenção pois é aqui que vem a parte difícil) tu vai ter que ESCOLHER, de acordo com o que é relevante pra ti.

E tu vai escolher isso com base nas impressões (e aqui, eu gosto sempre de considerar 1.000 impressões, não importa qual for o caso), de dependendo, se essa for tua métrica principal, nas conversões.

Se eu analiso lá os últimos 20 dias da campanha de alguém, e nos últimos 20 dias o cara teve 600 conversões, pô, qualquer site que tiver 2, ou 3 conversões, pra mim ele já é minimamente relevante.

E eu considero isso porque esse valor das 600 conversões vai estar espalhado em vários sites diferentes. Mas, de novo, isso daqui é só se a minha métrica principal for conversões. Se ela fosse cliques, por exemplo, eu iria analisar os cliques, e ajustar o número baseado no que é relevante pra ti, e no que não é relevante pra ti.

Então, na nossa otimização aqui, vou usar como base essas 1.000 impressões, pois é justamente isso que eu to buscando.

Então, aqui, dentro dos “Canais”, a primeira coisa que eu vou fazer é um filtro, pra enxergar só quem teve mais de 1.000 impressões.

Pra isso, vou **(1) clicar aqui em “Filtros”, vou (2) escolher a opção “Impressões”, (3) definir que quero “valores maiores que”, (4) colocar “1.000 impressões”, e (5) clicar em “Aplicar”:**



Screenshot of the Google Ads interface showing the 'Where ads were shown' report for a campaign named '[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrê - Todos os dias'. The report details ad impressions across various platforms. A red box labeled (1) highlights the search bar where 'Rede: YouTube e Rede de Display, Impr. > 1.000' is entered. The main table shows 14 rows of data, with the first row indicating a total of 442,722 impressions. An image of a smiling man with a beard is visible on the right side of the interface.

Screenshot of the Google Ads interface showing the same 'Where ads were shown' report. A red box labeled (2) highlights the search bar. Another red box labeled (3) highlights the 'Impr.' dropdown menu, which is open and shows the value '1.000'. A red box labeled (4) highlights the 'APLICAR' button. A red box labeled (5) highlights the 'APLICAR' button again, indicating it has been clicked. The main table remains the same, showing 14 rows of data with a total of 442,722 impressions. An image of a smiling man with a beard is visible on the right side of the interface.

Fazendo isso, eu só vou enxergar aqui os canais que tiveram mais de 1.000 (1) “Impressões”, e vou analisar as minhas (2) “Impressões visíveis”:



Onde os anúncios foram exibidos

Canal	Tipo	Grupo de anúncios	Impr. visíveis	CPM médio visível	Cliques	Impr.	CTR	CPC médio	Custo	Conversões
Total: canais filtrados			442.722	R\$ 1,13	496	648.218	0,08%	R\$ 1,01	R\$ 499,33	502,00
Mobile App: BlockuDoku - Block Puzzle Game (Go...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1.381	R\$ 3,28	3	1.387	0,22%	R\$ 1,51	R\$ 4,52	3,00
mercadolivre.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	368	R\$ 3,03	1	1.464	0,07%	R\$ 1,11	R\$ 1,11	1,00
Mobile App: Video Editor & Video Maker - InShot (...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	6.409	R\$ 2,52	9	6.755	0,13%	R\$ 1,80	R\$ 16,16	10,00
brainly.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	3.510	R\$ 2,47	3	4.809	0,06%	R\$ 2,89	R\$ 8,67	4,00
freepik.com	Site	00 - Cadastrados 300	4.343	R\$ 2,45	5	5.805	0,09%	R\$ 2,13	R\$ 10,64	5,00
Mobile App: Home Workout - No Equipment (Goo...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1.429	R\$ 2,43	0	1.486	0,00%	—	R\$ 3,47	0,00
Mobile App: iFunny – fresh memes, gifs and video...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1.214	R\$ 2,41	2	1.297	0,15%	R\$ 1,46	R\$ 2,92	2,00
socialblade.com	Site	00 - Cadastrados 300	3.446	R\$ 2,36	6	5.192	0,12%	R\$ 1,35	R\$ 8,12	7,00
mensagenscomamor.com	Site	00 - Cadastrados 300	904							
correio24horas.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	835							
gameofglam.com	Site	00 - Cadastrados 300	924							
Mobile App: Video Editor & Video Maker - InShot (...	Aplicativo para celular	01 - Cadastrados 5400	2.858							
mundodasmensagens.com	Site	00 - Cadastrados 300	1.273							
devanco.com	Site	00 - Cadastrados 300	1.057							

“Qual é a diferença das impressões pras impressões visíveis?”

Cara, aprende a **(1) botar o mouse em cima das coisas** no gerenciador, e **(2) ler o que diz ali**, pois ali sempre tem a explicação:

Onde os anúncios foram exibidos

(1) Impr. visíveis
(2) "Impr. visíveis" mostra o número de vezes que um anúncio foi visualizado. Um anúncio é considerado visível quando pelo menos 50% de sua área permanece visível por um segundo, para anúncios da Rede de Display, ou dois segundos, para anúncios em vídeo. Saiba mais



Ali diz o seguinte:

"Impr. visíveis" mostra o número de vezes que um anúncio foi visualizado. Um anúncio é considerado visível quando pelo menos 50% de sua área permanece visível por um segundo, para anúncios da Rede de Display, ou dois segundos, para anúncios em vídeo. Saiba mais.

Ou seja, porque eu tenho **(1) 600 mil impressões** e tenho **(2) 400 mil impressões visíveis?**

The screenshot shows a Google Ads dashboard for a campaign named "[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrete - Todos os dias". The main view displays "Onde os anúncios foram exibidos" (Where ads were shown) over the last 14 days. Two specific metrics are highlighted with red boxes: (1) "Impr. visíveis" (Visible impressions) at 442,722 and (2) "Total canais filtrados" (Filtered channels) at 648,218. The interface includes a sidebar with various campaign filters and a navigation bar at the top.

Canal	Tipo	Grupo de anúncios	Impr. visíveis	CPM médio visível	Cliques	Impr.	CTR	CPC médio	Custo	Conversões
Total canais filtrados			442.722	R\$ 1,13	496	648.218	0,08%	R\$ 1,01	R\$ 499,33	502,00
Mobile App: BlockuDoku - Block Puzzle Game (Google Play)	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1.381	R\$ 3,28	3	1.387	0,22%	R\$ 1,51	R\$ 4,52	3,00
mercadolive.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	368	R\$ 3,03	1	1.464	0,07%	R\$ 1,11	R\$ 1,11	1,00
Mobile App: Video Editor & Video Maker - iShot (Google Play)	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	6.409	R\$ 2,52	9	6.755	0,13%	R\$ 1,80	R\$ 16,16	10,00
brainly.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	3.510	R\$ 2,47	3	4.809	0,06%	R\$ 2,89	R\$ 8,67	4,00
freepik.com	Site	00 - Cadastrados 300	4.343	R\$ 2,45	5	5.805	0,09%	R\$ 2,13	R\$ 10,64	5,00
Mobile App: Home Workout - No Equipment (Google Play)	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1.429	R\$ 2,43	0	1.486	0,00%	—	R\$ 3,47	0,00
Mobile App: iFunny - fresh memes, gifs and video...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1.214	R\$ 2,41	2	1.297	0,15%	R\$ 1,46	R\$ 2,92	2,00
socialblade.com	Site	00 - Cadastrados 300	3.446	R\$ 2,36	6	5.192	0,12%	R\$ 1,35	R\$ 8,12	7,00
mensagenscomamor.com	Site	00 - Cadastrados 300	904							
correio24horas.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	835							
gameflam.com	Site	00 - Cadastrados 300	924							
Mobile App: Video Editor & Video Maker - iShot (Google Play)	Aplicativo para celular	01 - Cadastrados 5400	2.858							
mundodasmensagens.com	Site	00 - Cadastrados 300	1.273							
devanco.com	Site	00 - Cadastrados 300	1.057							

Porque pra essas 200 mil impressões que “sobraram” ou a pessoa não viu nem 50% do meu anúncio, ou não viu meu anúncio nem por 1 segundo.



Ou seja, pra essas 200 mil impressões, o meu anúncio cumpriu o papel dele, que é recordar a pessoa de que “a aula vai acontecer na próxima terça-feira 15h da tarde”? NÃO CUMPRIU! Por quê? Porque o cara nem viu o meu anúncio!

Então, a gente vai analisar “Impressões visíveis”, que são as impressões que foram visíveis, com o próprio nome já diz. Essas são as impressões em que a pessoa conseguiu bater o olho ali e ver o anúncio, conseguindo se lembrar que “a aula vai acontecer na próxima terça-feira”, tá?

Pra gente começar a análise aqui, o que a gente vai fazer? Vou **fazer o ordenamento pelo custo por resultado:**

The screenshot shows a Google Ads campaign report for 'AULA' with a budget of R\$ 180,00/dia. The report includes sections for 'Visão geral', 'Recomendações', 'Grupos de anúncios', and 'Onde os anúncios foram exibidos'. A red arrow points to the 'CPM médio visível' column header in the detailed report table. The table lists various platforms and websites where ads were shown, along with their respective CPM values, click-through rates (CTR), and other metrics like Clicks, Impressions, and Cost.

Canal	Tipo	Grupo de anúncios	Impressões visíveis	CPM médio visível	Clicks	Impressões	CTR	CPC médio	Costo	Conversões
Total: canais filtrados			442.722	R\$ 1,13	496	648.218	0,08%	R\$ 1,01	R\$ 499,33	502,00
Mobile App: BlockuDoku - Block Puzzle Game (Go... mercadolivre.com.br brainix.com.br freepik.com Mobile App: Home Workout - No Equipment (Goo...	Aplicativo para celular Site Site Site Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300 00 - Cadastrados 300 00 - Cadastrados 300 00 - Cadastrados 300 00 - Cadastrados 300	1.381 368 6.409 4.343 1.429	R\$ 3,28 R\$ 3,03 R\$ 2,52 R\$ 2,45 R\$ 2,43	3 1 9 5 0	1.387 1.464 6.755 5.805 1.486	0,22% 0,07% 0,13% 0,09% 0,00%	R\$ 1,51 R\$ 1,11 R\$ 1,11 R\$ 2,13 —	R\$ 4,52 1,00 R\$ 16,16 R\$ 10,64 R\$ 3,47	3,00 1,00 10,00 5,00 0,00
Mobile App: iFunny - fresh memes, gifs and video... socialblade.com mensagenscommemor.com correio24horas.com.br gameofglam.com Mobile App: Video Editor & Video Maker - InShot (... mundodasmensagens.com devanco.com	Aplicativo para celular Site Site Site Site Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300 00 - Cadastrados 300 00 - Cadastrados 300 00 - Cadastrados 300 00 - Cadastrados 300 01 - Cadastrados 5400	1.214 3.446 904 835 924 2.858 1.273 1.057	R\$ 2,41 R\$ 2,36 — — — — — —	2 6 — — — — — —	1.297 5.192 — — — — — —	0,15% 0,12% — — — — — —	R\$ 1,46 R\$ 1,35 — — — — — —	R\$ 2,92 7,00 — — — — — —	

E eu vou fazer isso pra enxergar aqueles que estão com o MAIOR CUSTO, não os que estão com o menor custo.

E agora, eu vou começar a escolher pra quem eu quero parar de anunciar, levando em consideração qual a minha meta de custo por resultado, que eu já falei pra vocês que é um CPM médio de R\$ 1,50.



Vamos lá então. Eu quero anunciar para **(1) esse “Mobile app: BlockuDoku”**, que tá com um **(2) CPM de R\$ 3,28**? Ele está o DOBRO do que eu quero pagar, então eu NÃO quero anunciar pra ele. Portanto, vou **(3) selecionar ele aqui**:

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

Left Sidebar: Shows various campaigns and filters. A red box labeled **(3)** highlights the "Palavras-chave" (Keywords) section where a checkbox for "Mobile App: BlockuDoku - Block Puzzle Game (G)" is selected.

Top Bar: Shows the URL `ads.google.com/aw/placements?campaignId=9794051439&ocid=281863152&euid=198335938&_u=8004301362&uscid=281863152&_c=598717...` and the date range "Últimos dias (14) 28 abr a 11 mai 2020".

Table Headers: Canal, Tipo, Grupo de anúncios, Impr. visíveis, CPM médio visível, Cliques, Impr., CTR, CPC médio, Custo, Conversões.

Table Data: The first row shows a total of 442.722 impressions, a CPM of R\$ 1,13, and 496 clicks. The second row, highlighted with a red box labeled **(1)**, shows a CPM of **R\$ 3,28** (labeled **(2)**) for 1.381 impressions and 3 clicks. The third row shows a CPM of R\$ 3,03 for 368 impressions and 1 click. Other rows show various websites and their respective metrics.

Canal	Tipo	Grupo de anúncios	Impr. visíveis	CPM médio visível	Cliques	Impr.	CTR	CPC médio	Custo	Conversões
Total canais filtrados			442.722	R\$ 1,13	496	648.218	0,08%	R\$ 1,01	R\$ 499,33	502,00
Mobile App: BlockuDoku - Block Puzzle Game (G)	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1.381	R\$ 3,28	3	1.387	0,22%	R\$ 1,51	R\$ 4,52	3,00
mercadolivre.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	368	R\$ 3,03	1	1.464	0,07%	R\$ 1,11	R\$ 1,11	1,00
Mobile App: Video Editor & Video Maker - InShot (...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	6.409	R\$ 2,52	9	6.755	0,13%	R\$ 1,80	R\$ 16,16	10,00
brainly.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	3.510	R\$ 2,47	3	4.809	0,06%	R\$ 2,89	R\$ 8,67	4,00
freeep.com	Site	00 - Cadastrados 300	4.343	R\$ 2,45	5	5.805	0,09%	R\$ 2,13	R\$ 10,64	5,00
Mobile App: Home Workout - No Equipment (Geo...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1.429	R\$ 2,43	0	1.486	0,00%	—	R\$ 3,47	0,00
Mobile App: iFunny - fresh memes, gifs and video...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1.214	R\$ 2,41	2	1.297	0,15%	R\$ 1,46	R\$ 2,92	2,00
socialblade.com	Site	00 - Cadastrados 300	3.446	R\$ 2,36	6	5.192	0,12%	R\$ 1,35	R\$ 8,12	7,00
mensagenscomemor.com	Site	00 - Cadastrados 300	904							
correo24horas.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	835							
gameofglam.com	Site	00 - Cadastrados 300	924							
Mobile App: Video Editor & Video Maker - InShot (...	Aplicativo para celular	01 - Cadastrados 5400	2.858							
mundodasmensagens.com	Site	00 - Cadastrados 300	1.273							
devanco.com	Site	00 - Cadastrados 300	1.057							

Agora, o “**mercadolivre**” eu também não quero (só tem pirata no Mercado Livre):



Screenshot of the Google Ads interface showing the 'Onde os anúncios foram exibidos' (Where ads were displayed) report. The sidebar on the left shows various campaign filters. A red arrow points to the 'Públicos-alvo' (Audience) section under 'Grupos de anúncios'.

Canal	Tipo	Grupo de anúncios	Impr. visíveis	CPM médio visível	Clique	Impr.	CTR	CPC médio	Custo	Conversões
Total: canais filtrados			442.722	R\$ 1,13	496	648.218	0,08%	R\$ 1,01	R\$ 499,33	502,00
<input checked="" type="checkbox"/> Mobile App: BlockuDoku - Block Puzzle Game (Google Play), by Easybrain	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1.381	R\$ 3,28	3	1.387	0,22%	R\$ 1,51	R\$ 4,52	3,00
<input checked="" type="checkbox"/> mercadolivre.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	368	R\$ 3,03	1	1.464	0,07%	R\$ 1,11	R\$ 1,11	1,00
<input type="checkbox"/> Mobile App: Video Editor & Video Maker - InShot (Google Play), by InShot Inc.	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	6.409	R\$ 2,52	9	6.755	0,13%	R\$ 1,80	R\$ 16,16	10,00
<input type="checkbox"/> brainly.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	3.510	R\$ 2,47	3	4.809	0,06%	R\$ 2,89	R\$ 8,67	4,00
<input type="checkbox"/> freepik.com	Site	00 - Cadastrados 300	4.343	R\$ 2,45	5	5.805	0,09%	R\$ 2,13	R\$ 10,64	5,00
<input type="checkbox"/> Mobile App: Home Workout - No Equipment (Google Play), by Leap Fitness Group	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1.429	R\$ 2,43	0	1.486	0,00%	—	R\$ 3,47	0,00
<input type="checkbox"/> Mobile App: iFunny - fresh memes, gifs and videos (Google Play), by iFunny Inc.	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1.214	R\$ 2,41	2	1.297	0,15%	R\$ 1,46	R\$ 2,92	2,00
<input type="checkbox"/> socialblade.com	Site	00 - Cadastrados 300	3.446	R\$ 2,36	6	5.192	0,12%	R\$ 1,35	R\$ 6,12	7,00
<input type="checkbox"/> mensagenscomamor.com	Site	00 - Cadastrados 300	904							
<input type="checkbox"/> correio24horas.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	835							
<input type="checkbox"/> gameofglam.com	Site	00 - Cadastrados 300	924							
<input type="checkbox"/> Mobile App: Video Editor & Video Maker - InShot (Google Play), by InShot Inc.	Aplicativo para celular	01 - Cadastrados 5400	2.858							
<input type="checkbox"/> mundodasmensagens.com	Site	00 - Cadastrados 300	1.273							
<input type="checkbox"/> devanco.com	Site	00 - Cadastrados 300	1.057							

Seguindo aqui, (1) esse “Video Editor & Video Maker - InShot”, que tá com (2) o CPM caro também, será que eu tiro?

Screenshot of the Google Ads interface showing the 'Onde os anúncios foram exibidos' (Where ads were displayed) report. The sidebar on the left shows various campaign filters. Two specific rows are highlighted with red boxes and labeled (1) and (2):

- (1) Mobile App: Video Editor & Video Maker - InShot (Google Play), by InShot Inc. (Site, 00 - Cadastrados 300, CPM: R\$ 2,52)
- (2) mercadolivre.com.br (Site, 00 - Cadastrados 300, CPM: R\$ 3,03)



Não, esse cara eu NÃO vou tirar. Por quê? Porque, pro meu caso, esse é um cara minimamente relevante. Ele é minimamente relevante porque é um site de edição de vídeo, e eu sei que as pessoas que anunciam na internet geralmente usam esse aplicativo. Portanto, vou manter ele aqui.

Seguindo aqui: **(1) esse “brainly” eu vou selecionar pra tirar** porque não tem nada a ver, e **(2) esse “freepik” eu não lembro o que é... deixa eu clicar nele pra ver:**

The screenshot shows the Google Ads interface with a campaign named "[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrê - Todos os dias". The left sidebar lists various campaigns and filters. The main area displays a table of ad placements, with two specific rows highlighted:

Canal	Tipo	Grupo de anúncios	Impr. visíveis	CPM médio visível	Clique	Impr.	CTR	CPC médio
<input checked="" type="checkbox"/> brainly.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	442.722	R\$ 1,13	496	648.218	0,08%	R\$ 1,01
<input type="checkbox"/> freepik.com	Site	00 - Cadastrados 300	368	R\$ 3,03	1	1.464	0,07%	R\$ 1,11

Annotations with red boxes and numbers (1) and (2) point to the "brainly.com.br" row and the "freepik.com" row respectively.

Aah, esse “freepik” é um site de fotos pra ti pegar, tipo um banco de dados. Tu pega as imagens pra usar. Vou manter então, porque normalmente o cara que usa o “freepik”, que precisa de imagens de banco de dados, deve anunciar na internet.

Seguindo aqui, vou **tirar esse “home workout” e esse “iFunny” aqui:**



The screenshot shows the Google Ads interface for a campaign named "[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrête - Todos os dias". The campaign is active, status-qualified, and set to a Rede de Display (Display Network) with a budget of R\$ 180,00/dia. The main table lists various ad placements, including mobile apps and websites like brainly.com.br, freepik.com, and socialblade.com. A red arrow points from the text in the previous slide to the "Canais" section in the left sidebar, which is expanded to show "Canais" and "Canais filtrados". The video player on the right shows a man with a beard speaking.

Agora, esse “socialblade” aqui é um site MUITO relevante, pois é um site onde tu vê quantos seguidores tu tem no Instagram, e outras coisas como métricas de engajamento no YouTube. Então, vou manter ele.

This screenshot is identical to the one above, showing the Google Ads interface for the same campaign. The "Canais" section in the left sidebar is again highlighted with a red arrow pointing to the "Canais" button. The video player on the right shows the same man speaking.



Esse “mensagemcomamor.com” eu vou tirar:

The screenshot shows the Google Ads interface for a campaign titled "[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrte - Todos os dias". The left sidebar lists various campaign filters and metrics. In the main area, under "Visão geral", there's a section titled "Você selecionou 6" with tabs for "Editar" and "Ver detalhes". A red arrow points to the "mensagemcomamor.com" entry in the list of selected sites, which has a checked checkbox.

Canal	Tipo	Grupo de anúncios	Impr. visíveis	CPM médio visível	Clique	Impr.	CTR	CPC médio
Total: canais filtrados			442.722	R\$ 1,13	496	648.218	0,08%	R\$ 1,01
<input type="checkbox"/> Mobile App: Video Editor & Video Maker - InShot (Google Play), by InShot Inc.	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	6.409	R\$ 2,52	9	6.755	0,13%	R\$ 1,80
<input checked="" type="checkbox"/> brainly.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	3.510	R\$ 2,47	3	4.809	0,06%	R\$ 2,89
<input type="checkbox"/> freepik.com	Site	00 - Cadastrados 300	4.343	R\$ 2,45	5	5.805	0,09%	R\$ 2,13
<input checked="" type="checkbox"/> Mobile App: Home Workout - No Equipment (Google Play), by Leap Fitness Group	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1.429	R\$ 2,43	0	1.486	0,00%	—
<input checked="" type="checkbox"/> Mobile App: iFunny - fresh memes, gifs and videos (Google Play), by iFunny Inc.	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1.214	R\$ 2,41	2	1.297	0,15%	R\$ 1,46
<input type="checkbox"/> socialblade.com	Site	00 - Cadastrados 300	3.446	R\$ 2,36	6	5.192	0,12%	R\$ 1,35
<input checked="" type="checkbox"/> mensagemcomamor.com	Site	00 - Cadastrados 300	904	R\$ 2,23	1	1.073	0,09%	R\$ 2,02
<input type="checkbox"/> correio24horas.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	835	R\$ 2,23	2	1.150	0,17%	R\$ 0,93
<input type="checkbox"/> gameofglam.com	Site	00 - Cadastrados 300	924	R\$ 2,22	1	1.360	0,07%	R\$ 2,05
<input type="checkbox"/> mundodasmensagens.com	Site	00 - Cadastrados 300						
<input type="checkbox"/> devanco.com	Site	00 - Cadastrados 300						
<input type="checkbox"/> netshoes.com.br	Site	00 - Cadastrados 300						
<input type="checkbox"/> editorialconcursosbrasil.com.br	Site	00 - Cadastrados 300						
<input type="checkbox"/> dicio.com.br	Site	00 - Cadastrados 300						

Agora, o “correio24horas”, hmmmeeeeeeeeeeeeeee, né, não quero ele, vou tirar fora também:

This screenshot shows the same Google Ads interface after the previous action was taken. The "Visão geral" section now lists "Você selecionou 7" sites. A red arrow points to the "correio24horas.com.br" entry, which also has a checked checkbox, indicating it has been added to the exclusion list.

Canal	Tipo	Grupo de anúncios	Impr. visíveis	CPM médio visível	Clique	Impr.	CTR	CPC médio
Total: canais filtrados			442.722	R\$ 1,13	496	648.218	0,08%	R\$ 1,01
<input checked="" type="checkbox"/> mensagemcomamor.com	Site	00 - Cadastrados 300	904	R\$ 2,23	1	1.073	0,09%	R\$ 2,02
<input checked="" type="checkbox"/> correio24horas.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	835	R\$ 2,23	2	1.150	0,17%	R\$ 0,93
<input type="checkbox"/> gameofglam.com	Site	00 - Cadastrados 300	924	R\$ 2,22	1	1.360	0,07%	R\$ 2,05
<input type="checkbox"/> mundodasmensagens.com	Site	00 - Cadastrados 300	2.858	R\$ 2,20	4	2.961	0,14%	R\$ 1,57
<input type="checkbox"/> devanco.com	Site	00 - Cadastrados 300	1.273	R\$ 2,20	2	1.928	0,10%	R\$ 1,40
<input type="checkbox"/> netshoes.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	1.057	R\$ 2,20	1	1.836	0,05%	R\$ 2,33
<input type="checkbox"/> editorialconcursosbrasil.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	1.032	R\$ 2,16	1	1.369	0,07%	R\$ 2,23
<input type="checkbox"/> dicio.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	948	R\$ 2,16	1	1.387	0,07%	R\$ 2,04
<input type="checkbox"/> sinonimos.com.br	Site	00 - Cadastrados 300						
<input type="checkbox"/> pensador.com	Site	00 - Cadastrados 300						
<input type="checkbox"/> brainly.com.br	Site	01 - Cadastrados 5400						
<input type="checkbox"/> incrivel.club	Site	00 - Cadastrados 300						
<input type="checkbox"/> todsmateria.com.br	Site	00 - Cadastrados 300						
<input type="checkbox"/> Mobile App: BlockuDoku - Block Puzzle Game (Google Play), by Easybrain	Aplicativo para celular	01 - Cadastrados 5400						



"Meu deus, fiquei na dúvida, é o fim do mundo!!!" Não, nada a ver! Escolhe, e manda embora. Minha campanha não vai acabar por causa desse cara aqui. E se eu errei não vai fazer tanta diferença assim.

Vamos seguir aqui. **(1) Esse daqui eu vou tirar, e (2) esse daqui eu vou manter (outro “Video Editor”). Oh, e (3) aqui eu já to quase terminando a análise dos mais caros, vejam como to chegando perto da minha meta:**

The screenshot shows the Google Ads interface with a campaign named "[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrete - Todos os dias". The left sidebar lists various campaigns and filters. The main area displays a table of ad placements. The columns include: Canal, Tipo, Grupo de anúncios, Impr. visíveis, CPM médio visível, Cliques, Impr., CTR, and CPC médio. A red box highlights the 'CPM médio visível' column. Red circles labeled '(1)', '(2)', and '(3)' point to specific rows: '(1)' points to a row for 'gameofgam.com' under 'Anúncios e extensões'; '(2)' points to a row for 'Mobile App: Video Editor & Video Maker - InShot (Google Play), by Inshot Inc.' under 'Onde os anúncios foram exibidos'; and '(3)' is at the top right of the table. On the right side of the interface, there is a video player showing a man with a beard.

E isso daqui tudo eu vou tirar, tá tudo caro:



The screenshot shows the Google Ads interface with a list of 17 selected display ads. The left sidebar shows various campaign filters and status. The main table lists ads by type (Canal), visibility group (Grupo de anúncios), impressions, CPM, clicks, and other metrics. A red box highlights the 'Site' column for the first eight ads, which are all related to educational or general information sites. A large red arrow points from the left towards this highlighted column.

	Tipo	Grupo de anúncios	Impr. visíveis	CPM médio visível	Clicks	Impr.	CTR	CPC médio
Mobile App: Video Editor & Video Maker - InShot (Google Play), by InShot Inc.	Aplicativo para celular	01 - Cadastrados 5400	2.858	R\$ 2,20	4	2.961	0,14%	R\$ 1,57
<input checked="" type="checkbox"/> mundodasmensagens.com	Site	00 - Cadastrados 300	1.273	R\$ 2,20	2	1.928	0,10%	R\$ 1,40
<input checked="" type="checkbox"/> devanco.com	Site	00 - Cadastrados 300	1.057	R\$ 2,20	1	1.836	0,05%	R\$ 2,33
<input checked="" type="checkbox"/> netshoes.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	437	R\$ 2,18	0	1.201	0,00%	—
<input checked="" type="checkbox"/> editorialconcursosbrasil.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	1.032	R\$ 2,16	1	1.369	0,07%	R\$ 2,23
<input checked="" type="checkbox"/> dicio.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	948	R\$ 2,16	1	1.387	0,07%	R\$ 2,04
<input checked="" type="checkbox"/> sinonimos.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	2.344	R\$ 2,15	1	2.652	0,04%	R\$ 5,05
<input checked="" type="checkbox"/> pensador.com	Site	00 - Cadastrados 300	2.392	R\$ 2,03	5	3.394	0,15%	R\$ 0,97
<input checked="" type="checkbox"/> brainly.com.br	Site	01 - Cadastrados 5400	1.934	R\$ 2,01	0	2.404	0,00%	—
<input checked="" type="checkbox"/> incrivel.club	Site	00 - Cadastrados 300	1.934	R\$ 2,01	0	2.404	0,00%	—
<input type="checkbox"/> todamateria.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	1.934	R\$ 2,01	0	2.404	0,00%	—
<input type="checkbox"/> Mobile App: BlockuDoku - Block Puzzle Game (Google Play), by Easybrain	Aplicativo para celular	01 - Cadastrados 5400	1.934	R\$ 2,01	0	2.404	0,00%	—
<input type="checkbox"/> tecnoblog.net	Site	00 - Cadastrados 300	1.934	R\$ 2,01	0	2.404	0,00%	—
<input type="checkbox"/> mobatualizei.com	Site	00 - Cadastrados 300	1.934	R\$ 2,01	0	2.404	0,00%	—
<input type="checkbox"/> vivadecora.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	1.934	R\$ 2,01	0	2.404	0,00%	—

"Ai, mas e se tem sites relevantes ali no meio?"

Não importa, tá tudo caro. Vou tirar tudo. Aqui eu só vou ficar com sites que têm MUITO a ver com o que eu ensino, ou se for algum site tipo o YouTube, beleza?

Oh, **(1) isso aqui tudo eu vou tirar**, mas **(2) o “freepik” apareceu aqui de novo, então vou manter ele:**



Screenshot of the Google Ads interface showing a campaign overview and a detailed list of filtered channels.

The sidebar shows various campaigns, including "[SEARCH] [ONGOING] [AULAS] Captação", "[SEARCH] [ONGOING] [AULAS] Captação - EXPERIÊNCIA", "[SEARCH] [ONGOING] [C10] Institucional - Aulas", "[Search] [ONGOING] [CONTÉUDO] 4 Lives (001, 055, 059, 043)", "[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrête - Amanhã", "[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrête - Hoje", "[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrête - Todos os dias", "00 - Cadastrados 30D", "01 - Cadastrados 540D", and "02 - CAPTURA 14D + Engajamento YT 14D".

The main screen displays a table of filtered channels:

Canal	Tipo	Grupo de anúncios	Impr. visíveis	CPM médio visível	Cliques	Impr.	CTR	CPC médio
[REDACTED]	Site	00 - Cadastrados 300	901	R\$ 1,93	0	1.228	0,00%	—
[REDACTED]	Site	00 - Cadastrados 300	508	R\$ 1,85	1	1.263	0,08%	R\$ 0,94
[REDACTED]	Site	00 - Cadastrados 300	1.776	R\$ 1,80	5	2.758	0,18%	R\$ 0,64
[REDACTED]	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	3.146	R\$ 1,73	2	3.960	0,05%	R\$ 2,73
[REDACTED]	Site	00 - Cadastrados 300	842	R\$ 1,72	1	1.139	0,09%	R\$ 1,45
[REDACTED]	Site	00 - Cadastrados 300	1.020	R\$ 1,69	4	1.264	0,32%	R\$ 0,43
[REDACTED]	Site	00 - Cadastrados 300	875	R\$ 1,69	1	1.064	0,09%	R\$ 1,48
[REDACTED]	Site	00 - Cadastrados 300	1.126	R\$ 1,68	6	2.198	0,27%	R\$ 0,32
[REDACTED]	Site	00 - Cadastrados 300	1.672	R\$ 1,66	4	3.085	0,13%	R\$ 0,69

Annotations:

- (1) A red box highlights the list of channels.
- (2) A red box highlights the checkbox for "freepik.com".

Agora, vou **(1) tirar só mais esses daqui**, e fechou, pois nós **(2) chegamos na cada do R\$ 1,50 aqui (ficou tapado pela tela)**:

Screenshot of the Google Ads interface showing the same campaign overview and a modified list of filtered channels.

The sidebar shows the same list of campaigns as the previous screenshot.

The main screen displays a table of filtered channels:

Canal	Tipo	Grupo de anúncios	Impr. visíveis	CPM médio visível	Cliques	Impr.	CTR	CPC médio
[REDACTED]	Site	00 - Cadastrados 300	842	R\$ 1,72	1	1.139	0,09%	R\$ 1,45
[REDACTED]	Site	00 - Cadastrados 300	1.020	R\$ 1,69	4	1.264	0,32%	R\$ 0,43
[REDACTED]	Site	00 - Cadastrados 300	875	R\$ 1,69	1	1.064	0,09%	R\$ 1,48
[REDACTED]	Site	00 - Cadastrados 300	1.126	R\$ 1,68	6	2.198	0,27%	R\$ 0,32
[REDACTED]	Site	00 - Cadastrados 300	1.672	R\$ 1,66	4	3.085	0,13%	R\$ 0,69
[REDACTED]	Site	01 - Cadastrados 540D	3.649	R\$ 1,64	2	4.862	0,04%	R\$ 2,99
[REDACTED]	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1.955	R\$ 1,63	6	2.072	0,29%	R\$ 0,53
[REDACTED]	Site	02 - CAPTURA 14D + Engajamento YT 14D	4.061	R\$ 1,62	4	5.170	0,08%	R\$ 1,64
[REDACTED]	Site	01 - Cadastrados 540D	1.079	R\$ 1,61	0	1.584	0,00%	—

Annotations:

- (1) A red box highlights the list of channels.
- (2) A red box highlights the checkbox for "freepik.com".

A partir daqui, do R\$ 1,50, pra baixo, tá todo mundo bom.



E agora, o que eu faço? Eu dou uma segunda revisada aqui em quem eu resolvi tirar fora.

Eu faço isso olhando principalmente o que? O número de impressões visíveis.

Se tiver alguém que tá se destacando muito aqui no número de impressões. **(1) Olhando aqui, não tem ninguém com muuuuito destaque**, a não ser **(2) esse “brainly”** aqui que eu nem sei o que é (as impressões deles ficaram tapadas pela tela), vamos clicar nele pra ver:

The screenshot shows the Google Ads interface with a list of selected ads. The 'impr. visíveis' column is highlighted with a red box, and the row for 'brainly.com.br' is also highlighted with a red box. The table includes columns for CPM médio visível, Cliques, Impr., CTR, and CPC médio.

	impr. visíveis	CPM médio visível	Cliques	Impr.	CTR	CPC médio
mobatualizei.com	442.722	R\$ 1,13	496	648.218	0,08%	R\$ 1,01
vivadecora.com.br	901	R\$ 1,93	0	1.228	0,00%	—
metropoles.com	508	R\$ 1,85	1	1.263	0,08%	R\$ 0,94
Mobile App: Cifra Club (Google Play), by Studio Sol	1.776	R\$ 1,80	5	2.758	0,18%	R\$ 0,64
jogos360.com.br	3.146	R\$ 1,73	2	3.960	0,05%	R\$ 2,73
reverso.net	842	R\$ 1,72	1	1.139	0,09%	R\$ 1,45
bibliaon.com	1.020	R\$ 1,69	4	1.264	0,32%	R\$ 0,43
ig.com.br	875	R\$ 1,69	1	1.064	0,09%	R\$ 1,48
otvfoco.com.br	1.126	R\$ 1,68	6	2.198	0,27%	R\$ 0,32
freepix.com	1.672	R\$ 1,66	4	3.085	0,13%	R\$ 0,69
brainly.com.br	(2)					
Mobile App: Bible Offline (Google Play), by MR ROCCO						
gameofglam.com						
jornalcontabil.com.br						
socialblade.com						

Deixa eu ver... ah, isso é tipo aqueles sites de estudante, olha aqui:



Tô de boa, não quero anunciar pra esse site não. Não vai fazer diferença pra mim.

Tá, então, o que eu fiz até aqui? Eu **(1) peguei um período de análise de 14 dias, (2) e selecionei quem eu quero tirar fora**, pois eu tinha **(3) uma relevância legal**:

Canal	Tipo	Grupo de anúncios	Impr. visíveis	CPM médio visível	Cliques	Impr.	CTR	CPC médio
brainly.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	442.722	R\$ 1,13	496	648.218	0,08%	R\$ 1,01
mercadolivre.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	1.381	R\$ 3,28	3	1.387	0,22%	R\$ 1,51
inshot.com.br	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	368	R\$ 3,03	1	1.464	0,07%	R\$ 1,11
blockudoku.com.br	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	6.409	R\$ 2,52	9	6.755	0,13%	R\$ 1,80
leapfitnessgroup.com.br	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	3.510	R\$ 2,47	3	4.809	0,06%	R\$ 2,89
ifunny.com.br	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	4.343	R\$ 2,45	5	5.805	0,09%	R\$ 2,13
gameglam.com	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1.429	R\$ 2,43	0	1.486	0,00%	—
socialblade.com	Site	00 - Cadastrados 300	1.214	R\$ 2,41	2	1.297	0,15%	R\$ 1,46
mensagensacomarom.com	Site	00 - Cadastrados 300	3.446	R\$ 2,36	6	5.192	0,12%	R\$ 1,35
correio24horas.com.br	Site	00 - Cadastrados 300						
gameglam.com	Site	00 - Cadastrados 300						
inshot.com.br	Aplicativo para celular	01 - Cadastrados 5400						
mundodasmensagens.com	Site	00 - Cadastrados 300						
levanco.com	Site	00 - Cadastrados 300						

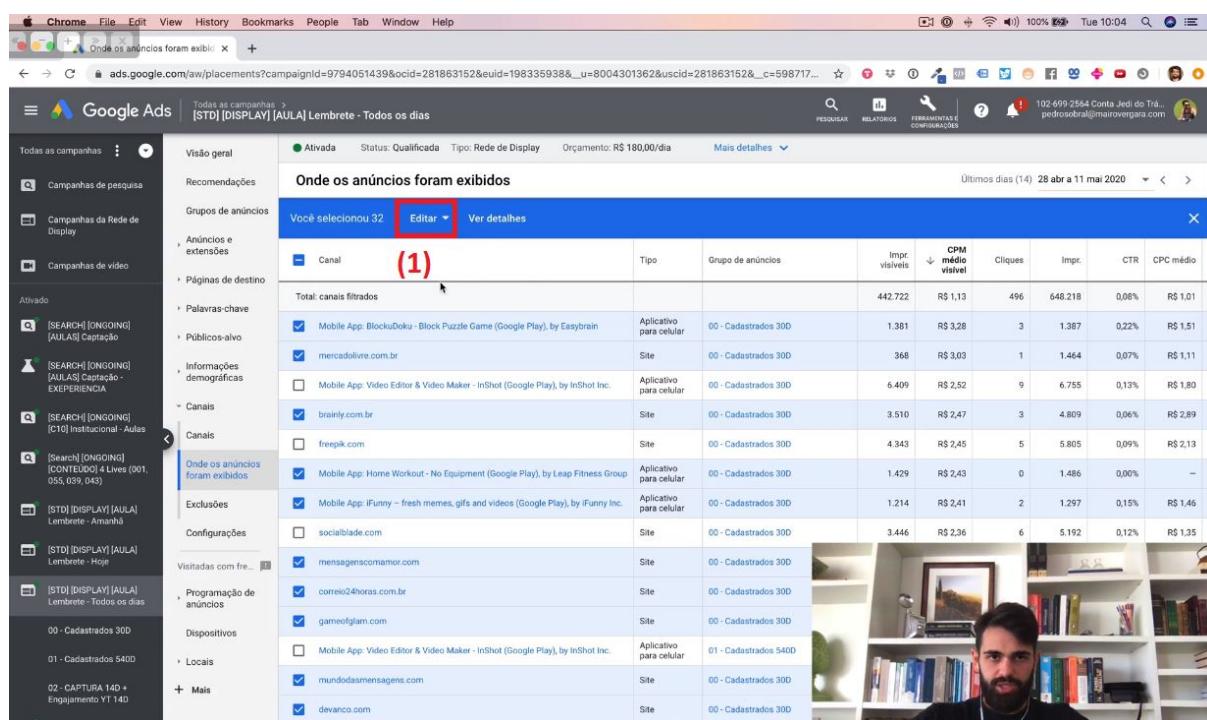


“Como eu faço pra saber se tenho uma relevância legal?”

Cara, quando tu vem aqui, faz aquele filtro de “mais de 1.000 impressões”, e ele só te apresenta uns 3 sites dentro desse filtro, por exemplo, aí quer dizer que tu não tá com uma relevância legal.

Continuando aqui então, o próximo passo é realmente excluir todos esses sites do meu grupo de anúncio, pra que eu não anuncie mais para eles.

Pra isso, eu **(1) clico em “Editar”**, e depois **(2) clico em “Excluir do grupo de anúncios”**:



The screenshot shows the Google Ads interface for a campaign named "[STO] [DISPLAY] [AULA] Lembrê - Todos os dias". The left sidebar lists various campaign filters. The main page displays a table titled "Onde os anúncios foram exibidos" with 32 selected items. A red box highlights the "Editar" button at the top of the table. To the right of the table, there is a video thumbnail of a man with a beard speaking.

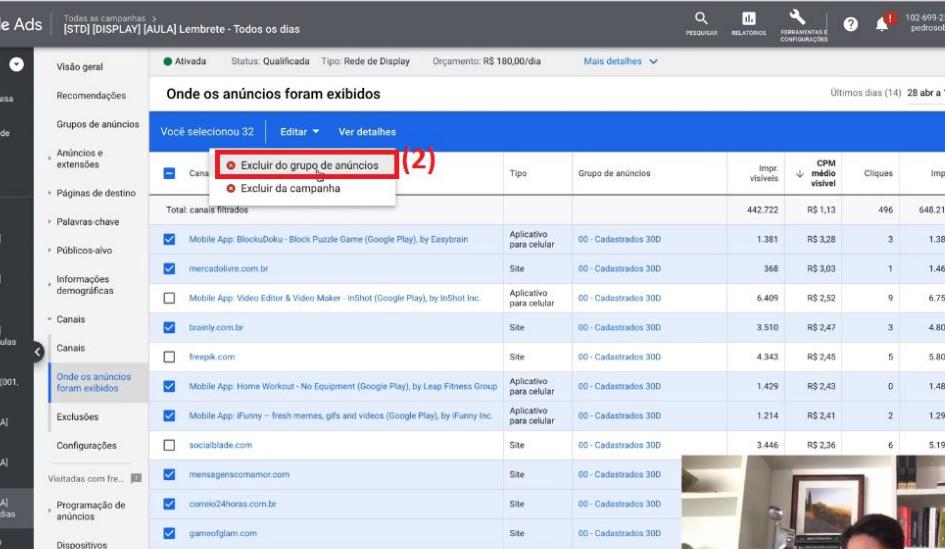
Canal	Tipo	Grupo de anúncios	Impr. visíveis	CPM médio visível	Cliques	Impr.	CTR	CPC médio
Total: canais filtrados			442.722	R\$ 1,13	496	648.218	0,08%	R\$ 1,01
<input checked="" type="checkbox"/> Mobile App: BlockuDoku - Block Puzzle Game (Google Play), by Easybrain	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1.381	R\$ 3,28	3	1.387	0,22%	R\$ 1,51
<input checked="" type="checkbox"/> mercadolivre.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	368	R\$ 3,03	1	1.464	0,07%	R\$ 1,11
<input type="checkbox"/> Mobile App: Video Editor & Video Maker - InShot (Google Play), by InShot Inc.	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	6.409	R\$ 2,52	9	6.755	0,13%	R\$ 1,80
<input checked="" type="checkbox"/> brainly.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	3.510	R\$ 2,47	3	4.809	0,06%	R\$ 2,89
<input type="checkbox"/> freepik.com	Site	00 - Cadastrados 300	4.343	R\$ 2,45	5	5.805	0,09%	R\$ 2,13
<input checked="" type="checkbox"/> Mobile App: Home Workout - No Equipment (Google Play), by Leap Fitness Group	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1.429	R\$ 2,43	0	1.486	0,00%	–
<input checked="" type="checkbox"/> Mobile App: iFunny – fresh memes, gifs and videos (Google Play), by iFunny Inc.	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1.214	R\$ 2,41	2	1.297	0,15%	R\$ 1,46
<input type="checkbox"/> socialblade.com	Site	00 - Cadastrados 300	3.446	R\$ 2,36	6	5.192	0,12%	R\$ 1,35
<input checked="" type="checkbox"/> mensagenscomamor.com	Site	00 - Cadastrados 300						
<input checked="" type="checkbox"/> correio24horas.com.br	Site	00 - Cadastrados 300						
<input checked="" type="checkbox"/> gameofgamen.com	Site	00 - Cadastrados 300						
<input type="checkbox"/> Mobile App: Video Editor & Video Maker - InShot (Google Play), by InShot Inc.	Aplicativo para celular	01 - Cadastrados 540D						
<input checked="" type="checkbox"/> mundodasmensagens.com	Site	00 - Cadastrados 300						
<input checked="" type="checkbox"/> devanco.com	Site	00 - Cadastrados 300						

Onde os anúncios foram exibidos

Você selecionou 32 | Editar | Ver detalhes

(2)

	Categoria	Tipo	Grupo de anúncios	Impressões visíveis	CPM médio visível	Cliques	Impressões	CTR	CPC médio
Total: canais filtrados				442.722	R\$ 1,13	496	648.218	0,06%	R\$ 1,01
<input checked="" type="checkbox"/> Mobile App: BlockuDoku - Block Puzzle Game (Google Play), by Easybrain	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1.381	R\$ 3,28	3	1.387	0,22%	R\$ 1,51	
<input checked="" type="checkbox"/> mercadolivre.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	368	R\$ 3,03	1	1.464	0,07%	R\$ 1,11	
<input type="checkbox"/> Mobile App: Video Editor & Video Maker - InShot (Google Play), by InShot Inc.	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	6.409	R\$ 2,52	9	6.755	0,13%	R\$ 1,80	
<input checked="" type="checkbox"/> brainly.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	3.510	R\$ 2,47	3	4.809	0,06%	R\$ 2,89	
<input type="checkbox"/> freepik.com	Site	00 - Cadastrados 300	4.343	R\$ 2,45	5	5.805	0,09%	R\$ 2,13	
<input checked="" type="checkbox"/> Mobile App: Home Workout - No Equipment (Google Play), by Leap Fitness Group	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1.429	R\$ 2,43	0	1.486	0,00%	-	
<input checked="" type="checkbox"/> Mobile App: iFunny - fresh memes, gifs and videos (Google Play), by iFunny Inc.	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1.214	R\$ 2,41	2	1.297	0,15%	R\$ 1,46	
<input type="checkbox"/> socialblade.com	Site	00 - Cadastrados 300	3.446	R\$ 2,36	6	5.192	0,12%	R\$ 1,35	
<input checked="" type="checkbox"/> mensagenscomamor.com	Site	00 - Cadastrados 300							
<input checked="" type="checkbox"/> correio24horas.com.br	Site	00 - Cadastrados 300							
<input checked="" type="checkbox"/> gameofglam.com	Site	00 - Cadastrados 300							
<input type="checkbox"/> Mobile App: Video Editor & Video Maker - InShot (Google Play), by InShot Inc.	Aplicativo para celular	01 - Cadastrados 5400							
<input checked="" type="checkbox"/> mundodasmensagens.com	Site	00 - Cadastrados 300							
<input checked="" type="checkbox"/> devanco.com	Site	00 - Cadastrados 300							



Feito isso, **vai aparecer essa mensagem de “32 canais excluídos”** (que foi a quantidade que eu exclui):

The screenshot shows the Google Ads interface for a campaign titled "[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrête - Todos os dias". The left sidebar lists various filters and campaign details. The main area displays a table of excluded channels, with a red arrow pointing to the bottom right corner where it says "32 canais excluídos". A video overlay of a man with a beard is visible on the right side of the screen.

Você selecionou 32	Editor	Ver detalhes						
Total: canais filtrados								
<input checked="" type="checkbox"/> Mobile App: BlockuDoku - Block Puzzle Game (Google Play), by Easybrain	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	442.722	R\$ 1,13	496	648.218	0,08%	R\$ 1,01
<input checked="" type="checkbox"/> mercadolivre.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	1.381	R\$ 3,28	3	1.387	0,22%	R\$ 1,51
<input type="checkbox"/> Mobile App: Video Editor & Video Maker - InShot (Google Play), by InShot Inc.	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	6.409	R\$ 2,52	9	6.755	0,13%	R\$ 1,80
<input checked="" type="checkbox"/> brainly.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	3.510	R\$ 2,47	3	4.809	0,06%	R\$ 2,89
<input type="checkbox"/> freepik.com	Site	00 - Cadastrados 300	4.343	R\$ 2,45	5	5.805	0,09%	R\$ 2,13
<input checked="" type="checkbox"/> Mobile App: Home Workout - No Equipment (Google Play), by Leap Fitness Group	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1.429	R\$ 2,43	0	1.486	0,00%	—
<input checked="" type="checkbox"/> Mobile App: iFunny - fresh memes, gifs and videos (Google Play), by iFunny Inc.	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1.214	R\$ 2,41	2	1.297	0,15%	R\$ 1,46
<input type="checkbox"/> socialblade.com	Site	00 - Cadastrados 300	3.446	R\$ 2,36	6	5.192	0,12%	R\$ 1,35
<input checked="" type="checkbox"/> mensagenscomamor.com	Site	00 - Cadastrados 300						
<input checked="" type="checkbox"/> correio24horas.com.br	Site	00 - Cadastrados 300						
<input checked="" type="checkbox"/> gameofglam.com	Site	00 - Cadastrados 300						
<input type="checkbox"/> Mobile App: Video Editor & Video Maker - InShot (Google Play), by InShot Inc.	Aplicativo para celular	01 - Cadastrados 5400						
<input checked="" type="checkbox"/> mundodasmensagens.com	Site	00 - Cadastrados 300						
<input checked="" type="checkbox"/> devanco.com	Site	00 - Cadastrados 300						
<input checked="" type="checkbox"/> netshoes.com.br	Site	00 - Cadastrados 300						

32 canais excluídos



E agora, ele vai atualizar a tela, e quando atualizar, **eles vão seguir aparecendo aqui pra mim:**

The screenshot shows the Google Ads interface for a campaign named "[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrete - Todos os dias". The main heading "Onde os anúncios foram exibidos" is highlighted with a red arrow pointing from the top right towards the table below. The table lists various platforms where ads were shown, such as mobile apps like BlockuDoku and iShot, and websites like mercadolivre.com.br and brainly.com.br. A large portion of the table is highlighted with a red box, indicating that these platforms were excluded from the campaign despite ads appearing there. The table includes columns for Canal (Platform), Tipo (Type), Grupo de anúncios (Ad Group), Impr. visíveis (Visible Impressions), CPM médio visível (Average Visible CPM), Cliques (Clicks), Impr. (Impressions), CTR (Click-Through Rate), and CPC médio (Average CPC). The last two rows of the table show a man's face, likely a watermark or a video thumbnail.

Mesmo que eles estejam aparecendo aqui, eles FORAM excluídos, tá? Eu já sei que eles foram excluídos.

Vamos ver um outro exemplo aqui então. Digamos que eu considere como uma boa relevância estatística somente sites que tiveram no mínimo 5.000 impressões. Vou **aplicar esse filtro de “maior que 5.000 impressões” aqui:**

Se eu aplicar esse filtro aqui, pra ver somente quem teve mais de 5.000 impressões, quantos sites nós vamos ter pra analisar? Deixa eu **(1) selecionar todos pra ver**... oh, **(2) somente 28 sites**:

The screenshot shows a Google Ads interface for a campaign named "[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrête - Todos os dias". The main panel displays a table of 28 selected placements, with the first few rows shown below:

	Canal	Tipo	Grupo de anúncios	Impr. visíveis	CPM médio visível	Cliques	Impr.	CTR	CPC médio
1	Mobile App: Video Editor & Video Maker - InShot (Google Play), by InShot Inc.	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	6.409	R\$ 2,52	9	6.755	0,13%	R\$ 1,80
2	freepik.com	Site	00 - Cadastrados 300	4.343	R\$ 2,45	5	5.805	0,09%	R\$ 2,13
3	socialblade.com	Site	00 - Cadastrados 300	3.446	R\$ 2,36	6	5.192	0,12%	R\$ 1,35
4	brainly.com.br	Site	02 - CAPTURA 14D + Engajamento YT 14D	4.061	R\$ 1,62	4	5.170	0,08%	R\$ 1,64
5	letras.mus.br	Site	00 - Cadastrados 300	7.186	R\$ 1,36	5	19.657	0,03%	R\$ 1,95
6	cifraclub.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	8.755	R\$ 1,30	6	17.900	0,03%	R\$ 1,89
7	Mobile App: Cifra Club (Google Play), by Studio Sol	Aplicativo para celular	01 - Cadastrados 5400	4.793	R\$ 1,27	4	5.576	0,07%	R\$ 1,52
8	freepik.com	Site	02 - CAPTURA 14D + Engajamento YT 14D	4.462	R\$ 1,09	8	6.029	0,13%	R\$ 0,61
9	Mobile App: Cifra Club (Google Play), by Studio Sol	Aplicativo para celular	02 - CAPTURA 14D + Engajamento YT 14D	12.893	R\$ 1,02	11	14.922	0,07%	R\$ 1,19
10	sinonimos.com.br	Site	02 - CAPTURA 14D + Engajamento YT 14D						
11	letras.mus.br	Site	01 - Cadastrados 5400						
12	pensador.com	Site	02 - CAPTURA 14D + Engajamento YT 14D						
13	cifraclub.com.br	Site	01 - Cadastrados 5400						
14	socialblade.com	Site	02 - CAPTURA 14D + Engajamento YT 14D						
15	technoblog.net	Site	02 - CAPTURA 14D + Engajamento YT 14D						

The sidebar on the left shows various campaign filters and settings, with several items highlighted by red boxes and numbers:

- Grupos de anúncios (2)
- Canais (1)
- Onde os anúncios foram exibidos
- Exclusões
- Configurações
- Visitadas com freq.
- Programação de anúncios
- Dispositivos
- Locais
- Mais

Cara, 28 sites é muito pouco. Se fosse essa a situação, eu estaria deixando muito pequena a minha análise.

Vamos **aplicar de novo o filtro de “mais de 1.000 impressões”** pra gente ver uma coisa:

Agora deixa eu **(1) selecionar todos os sites pra ver**... nesse caso, a gente tem **(2) 204 sites pra analisar:**



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

- Left Sidebar:** Shows various campaigns and filters. A red box labeled (1) highlights the "Onde os anúncios foram exibidos" section.
- Main Content Area:** Title: "Onde os anúncios foram exibidos". Subtitle: "Você selecionou 204".

Canal	Impressões visíveis	CPM médio visível	Clique	Impressões	CTR	CPC médio	Custo	Conversões	Custo / conversão	
Total canais filtrados	442.722	R\$ 1,13	496	648.218	0,08%	R\$ 1,01	R\$ 499,33	502,00	R\$ 0,43	101,21%
Mobile App: BlockuDoku - Block Puzzle Game (Google Play), by Easybrain	1.381	R\$ 3,28	3	1.387	0,22%	R\$ 1,51	R\$ 4,52	3,00	R\$ 0,92	100,00%
mercadolivre.com.br	368	R\$ 3,03	1	1.464	0,07%	R\$ 1,11	R\$ 1,11	1,00	R\$ 0,03	100,00%
Mobile App: Video Editor & Video Maker - InShot (Google Play), by InShot Inc.	6.409	R\$ 2,52	9	6.755	0,13%	R\$ 1,80	R\$ 16,16	10,00	R\$ 0,74	111,11%
brainly.com.br	3.510	R\$ 2,47	3	4.809	0,06%	R\$ 2,89	R\$ 8,67	4,00	R\$ 1,44	133,33%
freepik.com	4.343	R\$ 2,45	5	5.805	0,09%	R\$ 2,13	R\$ 10,64	5,00	R\$ 1,17	100,00%
Mobile App: Home Workout - No Equipment (Google Play), by Leap Fitness Group	1.429	R\$ 2,43	0	1.486	0,00%	—	R\$ 3,47	0,00	R\$ 0,00	0,00%
Mobile App: iFunny – fresh memes, gifts and video! (Google Play), by iFunny Inc.	1.214	R\$ 2,41	2	1.297	0,15%	R\$ 1,46	R\$ 2,92	2,00	R\$ 0,36	100,00%
socialblade.com	3.446	R\$ 2,36	6	5.192	0,12%	R\$ 1,35	R\$ 8,12	7,00	R\$ 0,94	116,67%
mensagenscomamor.com	904	R\$ 2,23	1							
correio24horas.com.br	835	R\$ 2,23	2							
gameofglam.com	924	R\$ 2,22	1							
Mobile App: Video Editor & Video Maker - InShot (Google Play), by InShot Inc.	2.858	R\$ 2,20	4							
mundodasmensagens.com	1.273	R\$ 2,20	2							
devanco.com	1.057	R\$ 2,20	1							
- Right Side:** A video call window showing a man with a beard and dark hair, wearing a black t-shirt, sitting in front of a bookshelf.

Ou seja, se a gente considerar que “sites que tiveram mais de 1.000 impressões” são a nossa relevância estatística, nós vamos ter MUITO mais sites pra analisar.

► 3.2 - Otimização dos menos relevantes (19'00")

E agora, o que que eu vou fazer? Agora eu vou fazer a segunda otimização, que é analisar, dos sites relevantes, aqueles que tiveram um resultado muito bom.

A primeira coisa que eu vou fazer aqui, é **fazer o ordenamento dos mais baratos pros mais caros**:



The screenshot shows a Google Ads campaign overview. The left sidebar lists various campaigns under 'Ativado'. The main area displays a table of ad placements across different channels. A red arrow points to a tooltip for the 'CPM médio visível' (Average CPM visible) column header, which defines it as the average CPM paid per thousand impressions visible in video ads and the Display Network.

E agora, vamos pra análise.

O primeiro de todos é esse “mangalivre” aqui:

The screenshot shows a Google Ads campaign overview. A red arrow points from the 'Páginas-chave' (Key Pages) section in the sidebar to the 'mangalivre.net' entry in the 'Onde os anúncios foram exibidos' (Where ads were shown) table. This highlights the specific website where the ad was displayed.



O que será isso? Deixa eu **clicar nele** pra ver o que é:

Google Ads | Todas as campanhas > [STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrete - Todos os dias

Visão geral Ativada Status: Qualificada Tipo: Rede de Display Orçamento: R\$ 180,00/dia Mais detalhes

Onde os anúncios foram exibidos

Rede: YouTube e Rede de Display Impr. > 1.000 Ver tudo ADICIONAR FILTRO

	Impr. visíveis	CPM médio visível	Clique	Impr.	CTR	CPC médio	Custo	Conversões	Custo / conv.	Taxa de conv.
Total canais finalizados	442.722	R\$ 1,13	496	648.218	0,08%	R\$ 1,01	R\$ 499,33	502,00	R\$ 0,43	101,21%
mangalivre.net	1.389	R\$ 0,34	0	2.091	0,00%	—	R\$ 0,48	0,00	R\$ 0,00	0,00%
Mobile App: StorySave (Google Play), by Liam Cottle	899	R\$ 0,41	1	1.004	0,10%	R\$ 0,37	R\$ 0,37	2,00	R\$ 0,05	200,00%
mangalivre.net	994	R\$ 0,42	0	1.409	0,00%	—	R\$ 0,42	0,00	R\$ 0,00	0,00%
42frases.com.br	1.230	R\$ 0,51	1	1.321	0,08%	R\$ 0,63	R\$ 0,63	1,00	R\$ 0,02	100,00%
mangalivre.net	1.068	R\$ 0,54	0	1.687	0,00%	—	R\$ 0,58	0,00	R\$ 0,00	0,00%
Mobile App: Followers Insight for Instagram (Google Play), by MonoMosaic	970	R\$ 0,55	1	1.262	0,08%	R\$ 0,53	R\$ 0,53	0,00	R\$ 0,00	0,00%
cartacapital.com.br	1.052	R\$ 0,56	3	1.265	0,24%	R\$ 0,20	R\$ 0,59	2,00	R\$ 0,04	66,67%
Mobile App: Online Soccer Manager (OSM) - 2020 (Google Play), by Gamebasic...	1.081	R\$ 0,59	0	1.466	0,00%	—	R\$ 0,64	0,00	R\$ 0,00	0,00%
mundopositivo.com.br	2.032	R\$ 0,60	0	—	—	—	—	—	—	—
fandom.com	554	R\$ 0,60	0	—	—	—	—	—	—	—
Mobile App: FUT 20 Draft, Squad Builder & SBC - FUTBIN (Google Play), by FUT...	935	R\$ 0,62	0	—	—	—	—	—	—	—
uol.com.br	1.370	R\$ 0,63	1	—	—	—	—	—	—	—
seminovos.com.br	414	R\$ 0,65	1	—	—	—	—	—	—	—
badoo.com	1.144	R\$ 0,68	3	—	—	—	—	—	—	—

Ah, é um site de MANGA:

Mangalivre | Leitor Online e ...

Mangás Categorias Grupos Login

Destques Mais Lidos Da Semana Lançamentos Mangás Mais Lidos Recém Adicionados Recém Finalizados

Raid 57 Kimetsu no Yaiba 204 Act-age 110 Boku no Hero Academia 270 Dr. Stone 149 Enen no Shouboutai 217 Mashle 14

Capítulo 57 ONTEM - 11:19

Mais Lidos da Semana

273.5 Tales Of Demons And Gods	979 One Piece	29 Dungeon Reset	42 The Second Coming of Gluttony	41 Survival of the Sword King	77 Skeleton Soldier Couldn't Protect the Dungeon	61 Tower of God (Season 3)	274 Tales Of Demons And Gods	249 Black Clover
--------------------------------	---------------	------------------	----------------------------------	-------------------------------	--------------------------------------------------	----------------------------	------------------------------	------------------

Lista de Lançamentos hoje Mangás Mais Lidos

Reverse Villain 39 Tyrant Scans



Vamos seguir aqui... olha **esse aqui, “Storysave”**:

The screenshot shows a Google Ads campaign report for '[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrete - Todos os dias'. The left sidebar lists various campaigns, including '[SEARCH] [ONGOING] [AULAS] Captura', '[SEARCH] [ONGOING] [C10] Institucional - Aulas', '[SEARCH] [ONGOING] [CONTÉUDO] 4 Lives (001, 055, 059, 043)', '[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrete - Manhã', '[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrete - Hoje', and '[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrete - Todos os dias'. The main report area shows a table of ad performance metrics. A red arrow points to the 'Mobile App: StorySave (Google Play), by Liam Cottle' row in the 'Canais' section, which has 899 impressions and a CPM of R\$ 0,41.

Isso daqui deve ser algum aplicativo pra salvar os stories do Instagram, ou algo do tipo.

O que eu faço agora? Eu deixo um bloco de notas aberto aqui do lado, e vou anotando todos esses sites relevantes que eu for notando.

E pra que eu faço isso? Porque no futuro, quando eu for fazer minhas segmentações lá pro YouTube, por exemplo, eu tenho que ter uma lista de sites pra eu criar um público de Intenção Personalizada.

“Isso vem daonde, da tua cabeça?”

Não, isso vem das minhas campanhas antigas.

Oh, **mais um interessante aqui, “Followers Insight for Instagram”**:



The screenshot shows a Google Ads dashboard for a campaign named "[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrête - Todos os dias". The main view displays a table of ad performance metrics across various platforms. One row, specifically for an Instagram-related app, is highlighted with a red box and a red arrow pointing to it.

Canal	Impressões visíveis	CPM médio visível	Clique	Impressões	CTR	CPC médio	Custo	Conversões	Custo / conversão
Mobile App: StorySave (Google Play), b... Liam Cottie	899	R\$ 0,41	1	1.004	0,10%	R\$ 0,37	R\$ 0,37	2,00	R\$ 0,05 200,00%
mangalivre.net	994	R\$ 0,42	0	1.409	0,00%	—	R\$ 0,42	0,00	R\$ 0,00 0,00%
42frases.com.br	1.230	R\$ 0,51	1	1.321	0,08%	R\$ 0,63	R\$ 0,63	1,00	R\$ 0,02 100,00%
mangalivre.net	1.068	R\$ 0,54	0	1.687	0,00%	—	R\$ 0,58	0,00	R\$ 0,00 0,00%
Mobile App: Followers Insight for Instagram (Google Play), by MonoMosaic	970	R\$ 0,55	1	1.262	0,08%	R\$ 0,53	R\$ 0,53	0,00	R\$ 0,00 0,00%
cartacapital.com.br	1.052	R\$ 0,56	3	1.265	0,24%	R\$ 0,20	R\$ 0,59	2,00	R\$ 0,04 66,67%
Mobile App: Online Soccer Manager (OSM) - 2020 (Google Play), by Gamebasic...	1.081	R\$ 0,59	0	1.466	0,00%	—	R\$ 0,64	0,00	R\$ 0,00 0,00%
mundopositivo.com.br	2.032	R\$ 0,60	0	2.370	0,00%	—	R\$ 1,23	0,00	R\$ 0,00 0,00%
fandom.com	554	R\$ 0,60	0	1.020	0,00%	—	R\$ 0,33	0,00	R\$ 0,00 0,00%
Mobile App: FUT 20 Draft, Squad Builder & SBC - FUTBIN (Google Play), by FUT...	935	R\$ 0,62	0	—	—	—	—	—	—
uol.com.br	1.370	R\$ 0,63	1	—	—	—	—	—	—
seminovos.com.br	414	R\$ 0,65	1	—	—	—	—	—	—
badoo.com	1.144	R\$ 0,68	3	—	—	—	—	—	—
brasil247.com	4.815	R\$ 0,68	8	—	—	—	—	—	—
globalnoticias.online	4.567	R\$ 0,68	2	—	—	—	—	—	—

Vou anotar esse aplicativo no meu bloco de notas também, pois aplicativos também podem virar um público de Intenção Personalizada no futuro.

Se tu não sabe o que é isso, fica tranquilo porque lá, quando a gente entrar no módulo de YouTube, tu vai saber.

Então, cara, eu não vou fazer um por um aqui porque se não vai demorar muito, mas a moral da história é: senta aqui, e vê o que que tem de interessante.

Tem uns que não são nada a ver, e tem uns que são completamente aleatórios, mas tu vai conseguir extrair daqui algumas informações interessantes sobre o teu usuário, beleza?

Então essas foram as otimizações dos mais relevantes, dos que tiveram mais de 1.000 impressões.



► 3.3 - Otimização dos menos relevantes (19'00")

Agora, eu vou pegar aqui os caras que são menos relevantes, ou seja, aqueles que tiveram menos de 1.000 impressões.

Pra isso, a primeira coisa que eu vou fazer é um filtro pra ver só esses caras. Vou **clicar aqui nos filtros:**

The screenshot shows the Google Ads interface with the URL ads.google.com/aw/placements?campaignId=9794051439&ocid=281863152&euid=1983359388_u=8004301362&uscid=281863152_c=598717.... The main report is titled "Onde os anúncios foram exibidos". A red box highlights the "Impressões < 1.000" filter option in the top navigation bar. Another red box highlights the "ADICIONAR FILTRO" button below the search bar. The report table lists various websites and their performance metrics. On the right side of the screen, there is a video call window showing a man with a beard and headphones.

E agora, vou **(1) escolher a opção de filtro das “Impressões”, vou (2) deixar a opção “menor que” marcada, (3) colocar que quero menos de 1.000, e (4) clico em “Aplicar”:**



The screenshot shows the Google Ads interface for a campaign named "[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrête - Todos os dias". The left sidebar shows various filters and campaign details. The main area displays a table of ad placements. A modal window is overlaid with red boxes and numbers: (1) 'Onde os anúncios foram exibidos', (2) 'Rede: YouTube e Rede de Display', (3) 'Impr.', and (4) 'APLICAR'. The table includes columns for Canal, Impr. visíveis, CPM médio visível, Cliques, Impr., CTR, CPC médio, Custo, Conversões, Custo / conv., and Taxa de conv.

E agora, vou **ordenar pelo custo por resultado, do maior pro menor:**

The screenshot shows the same Google Ads interface after applying the filter from the previous step. The table is now sorted by 'Custo' (Cost) in descending order. A red arrow points to the 'CPM médio visível' column header. The table includes columns for Canal, Impr. visíveis, CPM médio visível, Cliques, Impr., CTR, CPC médio, Custo, Conversões, Custo / conv., and Taxa de conv.

Ao ordenar pelo custo, eu vou ver aqui que (1) tiveram uns caras com um CPM na casa dos R\$ 4,00, mas (2) olha só a relevância estatística deles aqui:



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

Left Sidebar:

- Todas as campanhas
- Campañas de pesquisa
- Campañas da Rede de Display
- Campañas de vídeo
- Altavoz
- [SEARCH] [ONGOING] [AULAS] Capturação
- [SEARCH] [ONGOING] [AULAS] Capturação - EXPERIENCIA
- [SEARCH] [ONGOING] [C10] Institucional - Aulas
- [Search] [ONGOING] [CONTENEDO] 4 Lives (061, 058, 059, 045)
- [STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrte - Amanhã
- [STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrte - Hoje
- 00 - Cadastrados 300
- 01 - Cadastrados 5400
- 02 - CAPTURA 140 + Engajamento YT 140

Middle Content:

Onde os anúncios foram exibidos

Filtros: Rede: YouTube e Rede de Display; Impr. < 1.000

Campos da Tabela:

Canal	Tipo	Grupo de anúncios	Impr. visíveis	CPM médio visível	Cliques	Impr.	CTR	CPC médio
Total: canais filtrados			\$19.293	R\$ 1,25	1.207	737.453	0,16%	R\$ 0,54
[REDACTED]	Site	00 - Cadastrados 300	(20)	R\$ 4,33	0	5	0,00%	-
[REDACTED]	Site	00 - Cadastrados 300	(20)	R\$ 4,31	0	20	0,00%	-
[REDACTED]	Site	00 - Cadastrados 300	5	R\$ 4,28	0	5	0,00%	-
[REDACTED]	Site	00 - Cadastrados 300	2	R\$ 4,24	0	6	0,00%	-
[REDACTED]	Site	00 - Cadastrados 300	8	R\$ 4,24	0	8	0,00%	-
[REDACTED]	Site	00 - Cadastrados 300	9	R\$ 4,24	0	9	0,00%	-
[REDACTED]	Site	00 - Cadastrados 300	3	R\$ 4,24	0	5	0,00%	-
[REDACTED]	Site	00 - Cadastrados 300	5	R\$ 4,24	(1)	0	0,00%	-

Right Overlay: A video of a man with a beard speaking, with the number (2) next to his head.

São pouquíssimas impressões. Não são tipo 500, ou 600 impressões. Tá muito ou pouco pra gente considerar que tem relevância estatística.

Por mais que o custo esteja caro, ainda assim não é relevante pra eu fazer uma otimização aqui. Porque o tamanho dos dados são MUITO pequenos, e eles provavelmente tão caros porque eles tiveram pouca chance de gerar dados.

Então, o que a gente vai fazer? Eu vou pegar um período maior pra fazer a minha análise.

Vou **clicar aqui no período:**



The screenshot shows the Google Ads interface for a campaign named "[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrte - Todos os dias". The left sidebar lists various campaigns and filters. The main area displays a table of ad placement data for the "Onde os anúncios foram exibidos" section. A red arrow points to the date range selector at the top right of the table, which is set to "Últimos dias (14) 28 abr a 11 mai 2020". To the right of the table is a video of a man with a beard.

E ao invés de pegar **um período de 14 dias**:

The screenshot shows the same Google Ads interface as the previous one, but with a different date range selected. A red box highlights the "Últimos dias (14)" option in the date range dropdown. A red arrow points to the "Últimos dias (21)" option in the dropdown menu. The main table and video on the right remain the same.

Eu vou **(1) pegar um período de 21 dias**, e vou **(2) clicar em “Aplicar” aqui embaixo (ficou tapado pela tela)**:



The screenshot shows the Google Ads interface for a campaign named "[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrte - Todos os dias". The left sidebar lists various campaigns under "Ativado". The main area displays a table of ad placements, with the first few rows including:

	Canal	Tipo	Grupo de anúncios
1	marinetestraffic.com	Site	00 - Cadastrados 300
2	thefpsreview.com	Site	00 - Cadastrados 300
3	mathway.com	Site	00 - Cadastrados 300
4	bestdiggear.net	Site	00 - Cadastrados 300
5	rmusicom tv	Site	00 - Cadastrados 300
6	hardlevel.com.br	Site	00 - Cadastrados 300
7	packagetrackr.com	Site	00 - Cadastrados 300
8	habitaclick.com	Site	00 - Cadastrados 300
9	money.it	Site	00 - Cadastrados 300
10	mma-core.com	Site	00 - Cadastrados 300
11	astrology-zodiac-signs.com	Site	00 - Cadastrados 300
12	fatasecret.com.br	Site	00 - Cadastrados 300
13	slidego.com	Site	00 - Cadastrados 300
14	thewindowsclub.com	Site	00 - Cadastrados 300

The right side of the interface shows a calendar for April and May 2020, with specific dates highlighted in red boxes labeled (1) and (2).

A minha ideia é que, aumentando esse período, eu consiga ver se vai aparecer alguma coisa muito absurda aqui, que tenha relevância estatística.

Oh, olha o que apareceu aqui. As vezes aparecem **uns caras que tiveram um CPM absurdo, de R\$ 3.000,00, que nem esse daqui:**



Screenshot of the Google Ads interface showing a campaign's performance. The sidebar shows various campaigns, and the main area displays a table of ad placements. A red arrow highlights the 'CPM médio visível' (Visible Average CPM) column for one of the rows, which shows 'R\$ 3.000,00'. The table includes columns for Type, Group of ads, Impressions visible, CPM visible, Clicks, Impressions, CTR, and CPC médio.

	Type	Group of ads	Impressions visible	CPM médio visível	Clicks	Impressions	CTR	CPC médio
Mobile App: Curve Text - Swipe to Type (Google Play), by PixelsLab Studio	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	584.280	R\$ 2.37	2.619	849.365	0,31%	R\$ 0,57
Mobile App: distance (Google Play), by Aleksandr Radionov	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1	R\$ 3.000,00	1	1	100,00%	R\$ 3,00
convert-video-online.com	Site	00 - Cadastrados 300	1	R\$ 2.448,66	1	2	50,00%	R\$ 2,45
Bob Navarro	Canal do YouTube	00 - Cadastrados 300	1	R\$ 2.296,32	1	1	100,00%	R\$ 2,30
Mobile App: Chess (Google Play), by CanaryDroid	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1	R\$ 1.872,90	1	1	100,00%	R\$ 1,87
PuVideo	Canal do YouTube	00 - Cadastrados 300	1	R\$ 1.735,77	2	1	200,00%	R\$ 0,87
Fnoticias.com	Site	01 - Cadastrados 5400	1	R\$ 1.672,55	1	10	10,00%	R\$ 1,67
Querida de Rotina	Canal do YouTube	00 - Cadastrados 300	1	R\$ 1.603,53	1	2	50,00%	R\$ 1,60
Mario Henrique	Canal do YouTube	00 - Cadastrados 300	1	R\$ 1.550,00	1	1	100,00%	R\$ 1,55
gamesbs.com	Site	01 - Cadastrados 5400	1	R\$ 1.448,66	1	2	50,00%	R\$ 0,75
Mobile App: File Viewer for Android (Google Play), by Sharpened Productions	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1	R\$ 1.372,90	1	1	100,00%	R\$ 1,37
foboko.com	Site	00 - Cadastrados 300	1	R\$ 1.320,00	1	1	100,00%	R\$ 1,32
memuplay.com	Site	00 - Cadastrados 300	1	R\$ 1.272,90	1	1	100,00%	R\$ 1,27
portuguesgenial.com	Site	01 - Cadastrados 5400	1	R\$ 1.220,00	1	10	10,00%	R\$ 0,61

"Nooooosa, R\$ 3 mil reais nesse site?!"

Não... na verdade **ele gastou só R\$ 3,00, olha aqui:**

Screenshot of the Google Ads interface showing a campaign's performance. The sidebar shows various campaigns, and the main area displays a table of ad placements. A red arrow highlights the 'CPM médio visível' (Visible Average CPM) column for one of the rows, which shows 'R\$ 3,00'. The table includes columns for Type, Group of ads, Impressions visible, CPM visible, Clicks, Impressions, CTR, and CPC médio.

	Type	Group of ads	Impressions visible	CPM médio visível	Clicks	Impressions	CTR	CPC médio
Mobile App: Curve Text - Swipe to Type (Google Play), by PixelsLab Studio	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1	R\$ 3.000,00	1	1	100,00%	R\$ 3,00
Mobile App: distance (Google Play), by Aleksandr Radionov	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1	R\$ 2.598,95	1	1	100,00%	R\$ 2,60
convert-video-online.com	Site	00 - Cadastrados 300	1	R\$ 2.448,66	1	2	50,00%	R\$ 2,45
Bob Navarro	Canal do YouTube	00 - Cadastrados 300	1	R\$ 2.296,32	1	1	100,00%	R\$ 2,30
Mobile App: Chess (Google Play), by CanaryDroid	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1	R\$ 1.872,90	1	1	100,00%	R\$ 1,87
PuVideo	Canal do YouTube	00 - Cadastrados 300	1	R\$ 1.735,77	2	1	200,00%	R\$ 0,87
Fnoticias.com	Site	01 - Cadastrados 5400	1	R\$ 1.672,55	1	10	10,00%	R\$ 1,67
Querida de Rotina	Canal do YouTube	00 - Cadastrados 300	1	R\$ 1.603,53	1	2	50,00%	R\$ 1,60
Mario Henrique	Canal do YouTube	00 - Cadastrados 300	1	R\$ 1.550,00	1	1	100,00%	R\$ 1,55
gamesbs.com	Site	01 - Cadastrados 5400	1	R\$ 1.448,66	1	2	50,00%	R\$ 0,75
Mobile App: File Viewer for Android (Google Play), by Sharpened Productions	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1	R\$ 1.372,90	1	1	100,00%	R\$ 1,37
foboko.com	Site	00 - Cadastrados 300	1	R\$ 1.320,00	1	1	100,00%	R\$ 1,32
memuplay.com	Site	00 - Cadastrados 300	1	R\$ 1.272,90	1	1	100,00%	R\$ 1,27
portuguesgenial.com	Site	01 - Cadastrados 5400	1	R\$ 1.220,00	1	10	10,00%	R\$ 0,61



Isso acontece pelo seguinte: quando o cara tem só 1 impressão, ou 2, 3 impressões, como é o caso aqui, o custo dele não é “confiável”, digamos assim. Mas não quer dizer que esse cara custou R\$ 3.000,00 pra ter uma impressão, entendeu?

O esquema aqui é o seguinte: se tu seguir vindo aqui, e vendo que esses mesmos caras tiveram um aumento no número de impressões, mas ainda assim tão com o CPM altão assim, então é um sinal pra ti pausar esses caras.

Inclusive, tu pode até fazer um outro filtro aqui! Vou **(1) clicar aqui pra adicionar um filtro**, vou **(2) buscar o filtro de “Impressões”**, e **(3) selecionar ele aqui**:

The screenshot shows the Google Ads interface with the URL ads.google.com/aw/placements?campaignId=9794051439&ocid=281863152&euid=1983359388_u=8004301362&uscid=281863152_c=598717.... The main report is titled "Where ads were shown" for campaign [STD] [DISPLAY] [aula]. The table lists various platforms and websites where ads were shown, including YouTube, mobile apps like Curve Text, and websites like Bob Navarro and PuVideo. The table has columns for Type, Group of ads, Impressions visible, CPM médio visível, Clicks, Impr., CTR, and CPC média. A red box highlights the "ADICIONAR FILTRO" button at the top right of the table header. Another red box highlights the "Impressões" filter option in the dropdown menu under the "Where ads were shown" section of the left sidebar.



The screenshot shows the Google Ads interface for a campaign named "[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrete - Todos os dias". The campaign is active, qualified, and set to a daily budget of R\$ 180,00/dia. The main report shows where ads were displayed, with a specific focus on the "Rede YouTube e Rede de Display" tab. A modal window is open, titled "Onde os anúncios foram exibidos", with the search term "impr" highlighted. The modal lists several impression filters: "Distrib. impr. não mensuráveis", "Distrib. impr. visíveis", "Impr.", "Impr. mensuráveis", "Impr. não mensuráveis", "Impr. não visíveis", and "Impr. visíveis". The "Impr." filter is selected and highlighted with a red box. The main report table below shows various ad placements with their respective metrics like Clicks, CTR, and CPC.

É interessante que a gente faça esse outro filtro pelo seguinte: porque o cara que teve só 1 impressão, ou 2 impressões não vale a pena.

Seguindo aqui, o que a gente vai fazer é criar um outro filtro de impressões. Então, a gente **(1) já tem esse filtro de “Impressões menores que 1.000”**, e vamos **(2) acrescentar esse outro de “Impressões maiores que 100”**. Daí, é só **(3) clicar em “Aplicar”**:



The screenshot shows the Google Ads interface for a campaign named "[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrete - Todos os dias". The left sidebar lists various campaigns and filters. The main area displays a table of where ads were shown, with a modal overlay titled "Onde os anúncios foram exibidos" (Where ads were shown). The modal has a dropdown filter set to "Impressões > 1.000" (Impressions > 1,000), with a red box labeled (1) pointing to it. A red box labeled (2) points to the "APLICAR" (Apply) button. Another red box labeled (3) points to the "OK" confirmation button. The table below shows various platforms and websites where ads were displayed, along with their impression counts, CPM, clicks, and other metrics.

E eu escolhe “maiores do que 100”, porque 100 é um número OK de impressões. No Google, 1000 impressões é muito barato.

Oh, agora sim! Agora eu tenho uns caras que vale a pena matar. Olha só **(1) a quantidade de impressões e o custo delas aqui**. Vou **(2) selecionar esses caras pra tirar eles fora**:



(1)

	Tipo	Grupo de anúncios	Imp. visíveis	CPM médio visível	Clique	Impr.	CTR	CPC médio
400.072	R\$ 1,71	1.104	581.976	0,19%	R\$ 0,67			
113	R\$ 107,83	11	132	8,33%	R\$ 1,11			
79	R\$ 97,58	4	103	3,88%	R\$ 1,93			
61	R\$ 58,42	4	113	3,54%	R\$ 0,89			
114	R\$ 54,98	3	124	2,42%	R\$ 2,09			
266	R\$ 50,19	8	334	2,40%	R\$ 1,67			

E nenhum desses caras tem algo a ver com o que eu ensino, entendeu? Aliás, o “Primo Rico” é um site bom, **vou “desselecionar” ele** pra dar mais uma chance:

(1)

	Tipo	Grupo de anúncios	Imp. visíveis	CPM médio visível	Clique	Impr.	CTR	CPC médio
400.072	R\$ 1,71	1.104	581.976	0,19%	R\$ 0,67			
113	R\$ 107,83	11	132	8,33%	R\$ 1,11			
79	R\$ 97,58	4	103	3,88%	R\$ 1,93			
61	R\$ 58,42	4	113	3,54%	R\$ 0,89			
114	R\$ 54,98	3	124	2,42%	R\$ 2,09			
266	R\$ 50,19	8	334	2,40%	R\$ 1,67			

Seguindo aqui então, esses caras aqui, que tão com o custo absurdo, eu **vou selecionar e matar todo mundo:**



A screenshot of the Google Ads interface. On the left, the campaign structure is visible, including sections like 'Todas as campanhas', 'Ativado', and 'Canais'. A red arrow points from the 'Canais' section to the main content area. The main area shows a list of 30 selected placements, with a red box highlighting the first few items. The columns include 'Canal' (checkbox), 'Tipo' (Site, App, etc.), 'Grupo de anúncios', 'Impressões visíveis', 'CPM médio visível', 'Clique', 'Impressões', 'CTR', and 'CPC médio'. The first item in the list is 'pelando.com.br'. To the right of the list is a video player showing a man with a beard.

Aí, aparecem alguns canais do YouTube, tipo o “Canal do Joba”, que eu vou manter:

A screenshot of the Google Ads interface, similar to the previous one but with a different selection. A red arrow points to the 'Canais' section in the sidebar. In the main list, the 'Joba' channel is highlighted with a red box. The rest of the list is identical to the first screenshot, showing various websites and apps as placements.

O “Joba” eu vou manter porque no canal dele eu faço um monte de conversão no YouTube.



E seguindo aqui, **(1) até R\$ 10,00 de CPM** eu vou matar todo mundo. Então, vou **(2) selecionar todos esses caras aqui:**

Canal	Tipo	Grupo de anúncios	Impressões visíveis	CPM médio visível	Clique	Impressões	CTR	CPC médio
para celular	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	400.072	R\$ 11,09	2	1.104	0,19%	R\$ 0,67
uptodown.com	Site	00 - Cadastrados 300	82	R\$ 10,97	1	253	0,40%	R\$ 2,01
senhorcamros.com	Site	00 - Cadastrados 300	84	R\$ 10,92	2	134	1,49%	R\$ 0,46
Mobile App: Holy Bible (Google Play), by Mobiclic	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	443	R\$ 10,61	6	483	1,24%	R\$ 0,78
Mobile App: KeepClean - Cleaner & Faster (Google Play), by APPS INNOVA	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	140	R\$ 10,50	2	190	1,05%	R\$ 0,74
bonde.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	152	R\$ 10,30	1	243	0,41%	R\$ 1,57
Felipe Neto	Canal do YouTube	00 - Cadastrados 300	77	R\$ 10,17	3	262	1,15%	R\$ 0,26
Mobile App: Samsung Max - Data Savings & Privacy Protection (Google Play), b...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	138	R\$ 10,08	3	437	0,69%	R\$ 0,46
Mobile App: NotePad - Write Notes, Checklists & Reminders (Google Play), by 3...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	166	R\$ 9,90	2	200	1,00%	R\$ 0,81
gospelprime.com.br	Site	01 - Cadastrados 5400						
Mobile App: Fun Race 3D (Google Play), by Good Job Games	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300						
ojogodobicho.com	Site	00 - Cadastrados 300						
picuki.com	Site	00 - Cadastrados 300						
noticiasconcursos.com.br	Site	01 - Cadastrados 5400						
significados.com.br	Site	00 - Cadastrados 300						

"Pedro, porque de R\$ 10,00 pra baixo tu não vai matar os caras?"

Porque essa otimização aqui é mais tranquila, eu faço com mais dó. Eu deixo acontecer, entendeu? Não é tirando esses caras aqui que eu vou salvar minha campanha. Minha campanha já tá boa, e isso daqui é só um “ajuste fino”.

Vai melhorar os resultados? Vai! Mas a gente tá analisando os canais que a gente sabe que não tem tanta relevância estatística.

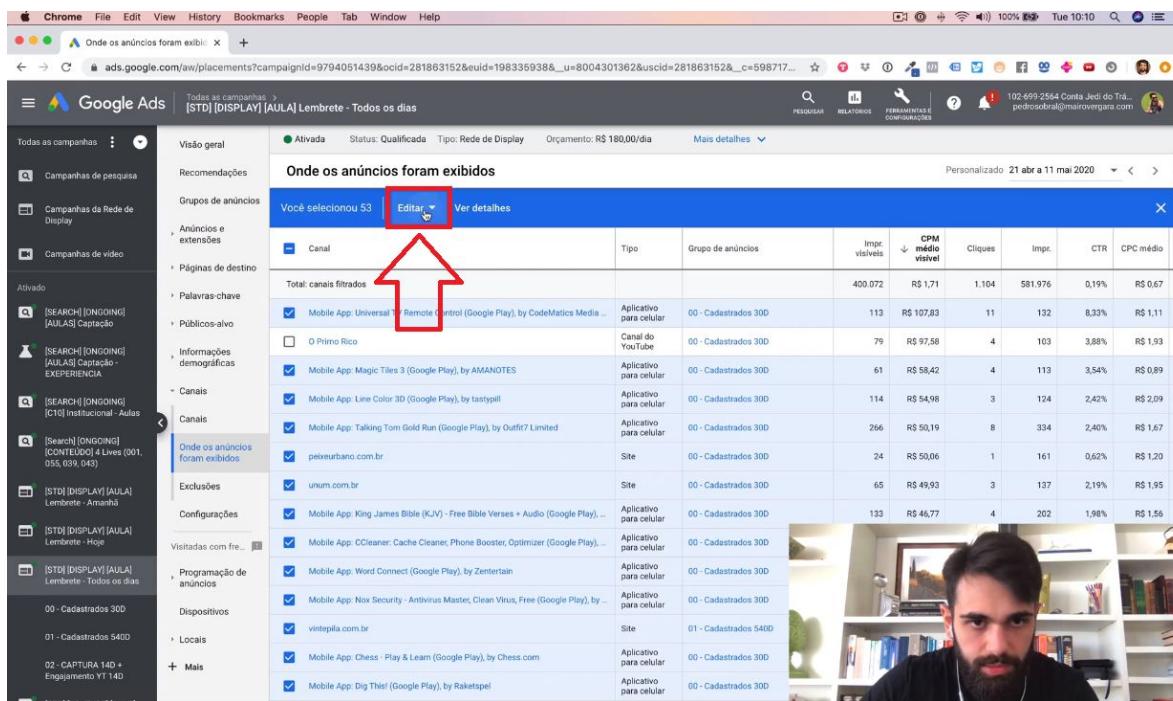
"Como tu sabe disso?"

Porque eles não tiveram nem 1000 impressões! Muitos desses dados PODEM estar distorcidos. Mas, cara, a gente aparece em TANTO site, TANTO site nessa internet, que tirar fora esses sites aqui não vai MATAR a minha campanha.



Só o fato de eles não serem do grupo dos relevantes já nos diz isso. Isso aqui é só pra tu dar uma olhada, mas não é a coisa mais importante de todas. O mais importante é tu olhar e analisar os relevantes.

Pra fechar então, vamos excluir eles. **Clico em “Editar”:**



The screenshot shows the Google Ads interface for a campaign named "[STD] [DISPLAY] AULA". The left sidebar lists various campaign filters and settings. The main page displays a table of 53 ads that have been shown. A red arrow points to the "Editar" (Edit) button at the top right of the table header. The table includes columns for Tipo (Type), Grupo de anúncios (Ad Group), Impr. visíveis (Visible Impressions), CPM médio visível (Visible CPM), Cliques (Clicks), Impr. (Impressions), CTR (Click-through Rate), and CPC médio (Average CPC). The table shows data for various platforms like mobile apps, YouTube channels, and websites, with metrics such as 400.072 visible impressions and 0.19% CTR.

E agora, **clico em “Excluir do grupo de anúncios”:**



The screenshot shows the Google Ads interface with the 'Where ads were shown' report selected. A modal window titled 'Where ads were shown' is open, showing a list of 53 filtered channels. A red box highlights the 'Exclude group of ads' button at the top right of the modal.

Total: canais filtrados		Tipo	Grupo de anúncios	Imp. visíveis	CPM médio visível	Clique	Impr.	CTR	CPC médio
400.072	R\$ 1,71	1.104	581.976	0,19%	R\$ 0,67				
Mobile App: Universal TV Remote Control (Google Play), by CodeMatics Media	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	113	R\$ 107,83	11	132	8,33%	R\$ 1,11	
O Primo Rico	Canal do YouTube	00 - Cadastrados 300	79	R\$ 97,58	4	103	3,88%	R\$ 1,93	
Mobile App: Magic Tiles 3 (Google Play), by AMANOTES	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	61	R\$ 58,42	4	113	3,54%	R\$ 1,89	
Mobile App: Line Color 3D (Google Play), by tastypill	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	114	R\$ 54,98	3	124	2,42%	R\$ 2,09	
Mobile App: Talking Tom Gold Run (Google Play), by Outfit7 Limited	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	266	R\$ 50,19	8	334	2,40%	R\$ 1,67	
peixeturano.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	24	R\$ 50,06	1	161	0,62%	R\$ 1,20	
unum.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	65	R\$ 49,93	3	137	2,19%	R\$ 1,95	
Mobile App: King James Bible (KJV) - Free Bible Verses + Audio (Google Play), ...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	133	R\$ 46,77	4	202	1,98%	R\$ 1,56	
Mobile App: CCleaner: Cache Cleaner, Phone Booster, Optimizer (Google Play), ...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300							
Mobile App: Word Connect (Google Play), by Zentertain	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300							
Mobile App: Nox Security - Antivirus Master, Clean Virus, Free (Google Play), by ...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300							
vintipila.com.br	Site	01 - Cadastrados 5400							
Mobile App: Chess - Play & Learn (Google Play), by Chess.com	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300							
Mobile App: Dig That! (Google Play), by Raketspel	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300							

E feito isso, ele vai mostrar pra mim que os canais foram excluídos:

The screenshot shows the same Google Ads interface and report. A red arrow points from the previous modal to the bottom of the page, highlighting the text '1 de 53 canais não foram excluídos'. A red box highlights the 'DISPENSAR' button at the bottom right of the page.

Estranho, ele tá dizendo aqui que “1 de 53 sites não foram excluídos”. Deixa eu **clicar em “Ver Detalhes”** pra ver:



Onde os anúncios foram exibidos

Rede: YouTube e Rede de Display, Impr. < 1.000, impr. > 100 Ver tudo ADICIONAR FILTRO

Canal	Tipo	Grupo de anúncios	Impr. visíveis	GPM médio visível	Clique	Impr.	CTR	CPC médio
Total: canais filtrados			400.072	R\$ 1,71	1.104	581.976	0,19%	R\$ 0,67
Mobile App: Universal TV Remote Control (Google Play), by CodeMatics Media	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	113	R\$ 107,83	11	132	8,33%	R\$ 1,11
O Primo Rico	Canal do YouTube	00 - Cadastrados 300	79	R\$ 97,58	4	103	3,88%	R\$ 1,93
Mobile App: Magic Tiles 3 (Google Play), by AMANOTES	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	61	R\$ 58,42	4	113	3,54%	R\$ 0,89
Mobile App: Line Color 3D (Google Play), by tastypill	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	114	R\$ 54,98	3	124	2,42%	R\$ 2,09
Mobile App: Talking Tom Gold Run (Google Play), by Outfit7 Limited	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	266	R\$ 50,19	8	334	2,40%	R\$ 1,67
pelveurbano.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	24	R\$ 50,06	1	161	0,62%	R\$ 1,20
unum.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	65	R\$ 49,93	3	137	2,19%	R\$ 1,95
Mobile App: King James Bible (KJV) - Free Bible Verses + Audio (Google Play), ...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	133	R\$ 46,77	4	202	1,98%	R\$ 1,56
Mobile App: CCleaner: Cache Cleaner, Phone Booster, Optimizer (Google Play), ...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1	R\$ 46,77	1	1	100%	R\$ 46,77
Mobile App: Word Connect (Google Play), by Zentertain	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1	R\$ 46,77	1	1	100%	R\$ 46,77
Mobile App: Nox Security - Antivirus Master, Clean Virus, Free (Google Play), by	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1	R\$ 46,77	1	1	100%	R\$ 46,77
vintepila.com.br	Site	00 - Cadastrados 5400	1	R\$ 46,77	1	1	100%	R\$ 46,77
Mobile App: Chess - Play & Learn (Google Play), by Chess.com	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1	R\$ 46,77	1	1	100%	R\$ 46,77
Mobile App: Dig This! (Google Play), by Raketspel	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	1	R\$ 46,77	1	1	100%	R\$ 46,77
onlinecursosgratuitos.com	Site	00 - Cadastrados 1	1	R\$ 46,77	1	1	100%	R\$ 46,77

1 de 53 canais não foram excluídos Ver detalhes DISPENSAR

Normalmente eu não daria bola pra isso, mas como eu to aqui dando aula pra vocês eu vou ver o que é.

(1) Aqui em “Erros”, ele tá dizendo que (2) “O canal do aplicativo para dispositivos móveis é inválido”... Ah, já sei: (3) esse canal aqui é um canal que já tá inválido. Como ele tá inválido, ninguém consegue anunciar nele, e por causa disso não dá pra excluir ele. Tudo certo então, vamos voltar pra tela anterior (4) clicando aqui:



The screenshot shows the 'Google Ads' interface with a red box around the 'Actions in bulk' section. Below it, a table has a red box around the 'Errors' column, which contains the number '1'. A red arrow points to this cell, labeled '(1)'. Another red box highlights a specific row in the table, labeled '(3)', which includes the text 'Canal adicionado mobileapp:10002-ca-app-pub-947036790916620'. To the right of this row, a red box highlights an error message: '(2) O canal do aplicativo para dispositivos móveis é inválido.' (The mobile app channel for mobile devices is invalid).



Agora, a gente caiu na tela de todas as campanhas. Deixa eu voltar pra minha campanha, **clicando nela aqui:**

The screenshot shows the 'Campanhas - Conta Jedi do Trá' page. On the left, a sidebar lists various campaign filters. The main area displays a table of campaigns with a red box highlighting one specific row. A red arrow points to this row, labeled '(3)'. The row details a campaign named '[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrte - Todos os dias' with an 'Orçamento' of 'R\$ 180,00/dia'.



E vou voltar pra “Onde os anúncios foram exibidos”:



The screenshot shows the Google Ads interface for a campaign named "[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrete - Todos os dias". The left sidebar lists various campaigns under "Ativado". A red box highlights the "Onde os anúncios foram exibidos" section in the main content area. A red arrow points from this section to the right, where a video player window is open, showing a man speaking.

Canal	Tipo	Grupo de anúncios	Imp. visíveis	CPM médio visível	Clique	Impr.	CTR	CPC médio
Mobile App: Universal TV Remote Control (Google Play), by CodeMatics Media...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	113	R\$ 107,83	11	132	8,33%	R\$ 1,11
O Primo Rico	Canal do YouTube	00 - Cadastrados 300	79	R\$ 97,58	4	103	3,88%	R\$ 1,93
Mobile App: Magic Trees 3 (Google Play), by AMANOTES	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	61	R\$ 54,42	4	113	3,54%	R\$ 1,89
Mobile App: Line Color 3D (Google Play), by tastypill	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	114	R\$ 54,98	3	124	2,42%	R\$ 2,09
Mobile App: King of Gold Run (Google Play), by Outfit7 Limited	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	266	R\$ 50,19	8	334	2,40%	R\$ 1,67
peixeurbano.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	24	R\$ 50,06	1	161	0,62%	R\$ 1,20
vinhapp.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	65	R\$ 49,93	3	137	2,19%	R\$ 1,95
Mobile App: King James Bible (KJV) - Free Bible Verses + Audio (Google Play), ...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	133	R\$ 46,77	4	202	1,98%	R\$ 1,56
Mobile App: CCleaner: Cache Cleaner, Phone Booster, Optimizer (Google Play), ...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300						
Mobile App: Word Connect (Google Play), by Zentertain	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300						
Mobile App: Nox Security - Antivirus Master, Clean Virus, Free (Google Play), by ...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300						
vintipilla.com.br	Site	01 - Cadastrados 5400						
Mobile App: Chess - Play & Learn (Google Play), by Chess.com	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300						
Mobile App: Dig That! (Google Play), by Raketspel	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300						

Feito, está feita a nossa otimização de Canais.

Relembrando, em resumo, o que a gente fez então:

- Analisei os canais relevantes

- Analisei os canais não tão relevantes

Sobre a **análise dos canais relevantes: faz ela sem dó**. Traça uma régua, e define “daqui pra cima vou matar eles”, ou seja, os que tiverem acima do meu custo, eu vou matar.

Qual foi a régua que eu tracei? Foi a régua do CPM máximo de R\$ 1,50. E além disso, eu também estipulei que ia analisar somente **os caras que tiveram mais de 1000 impressões**:



The screenshot shows the Google Ads interface for a campaign titled "[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrete - Todos os dias". The left sidebar lists various filters and settings. The main area displays a table of ad placements, with the first few rows shown below:

Canal	Grupo de anúncios	Impressões visíveis	CPM médio visível	Clique	Impressões	CTR	CPC médio
Total: canais filtrados		511.248	R\$ 1,23	811	768.079	0,11%	R\$ 0,91
Mobile App: Buraco Canasta Jogatina: Card Games For Free (Google Play), by J... para celular	00 - Cadastrados 300	1.628	R\$ 2,07	1	1.913	0,05%	R\$ 3,37
dafiti.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	142	RS 2,04	0	1.150	0,00%
mobatualizei.com	Site	00 - Cadastrados 300	1.093	RS 2,03	1	1.554	0,06%
Mobile App: Video Downloader for Instagram - Repost Instagram (Google Play)... Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	978	RS 2,02	7	1.309	0,53%	R\$ 0,28
freepik.com	Site	00 - Cadastrados 300	5.332	RS 1,99	5	7.539	0,07%
Mobile App: Alarm Clock with Missions & Loud Ringtones - Alarrry (Google Play)	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	912	RS 1,97	3	1.261	0,24%
Mobile App: Animes Brasil (Google Play), by PhoenixAshes Brasil Tecnologia	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	916	RS 1,95	3	2.813	0,11%
brainly.com.br	Site	01 - Cadastrados 5400	1.998	RS 1,95	0	2.496	0,00%
piliapp.com	Site	00 - Cadastrados 300	521	RS 1,90	3	1.005	0,30%
mediafire.com	Site	00 - Cadastrados 300	2.337	RS 1,86	6	3.137	0,14%
correio24horas.com.br	Site	00 - Cadastrados 300					
bibliaon.com	Site	01 - Cadastrados 5400					
incrivel.club	Site	00 - Cadastrados 300					
tecnoblog.net	Site	01 - Cadastrados 5400					
netshoes.com.br	Site	00 - Cadastrados 300					
tecnoblog.net	Site	00 - Cadastrados 300					

Depois disso, os caras que não importam pra mim, que não tem a ver com o que eu ensino, se estiverem acima de R\$ 1,50, eu corto fora.

Agora, se for um site bom, mesmo que esteja acima de R\$ 1,50, desde que ele seja MUITO bom, aí eu posso dar uma chance pra ele.

E depois, eu fiz o que? Fiz a otimização dos canais não tão relevantes. Pra fazer ela, eu peguei **(1) todo mundo com menos de 1000 impressões**, mas que **(2) tem mais de 100 impressões**:



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

Visão geral Ativada Status: Qualificada Tipo: Rede de Display Orçamento: R\$ 180,00/dia Mais detalhes

Onde os anúncios foram exibidos Personalizado 21 abr a 11 mai 2020

Filtrar: Rede: YouTube e Rede de Display Impr. < 1.000 Impr. > 100 Adicionar filtro

Canal	Tipo	Grupo de anúncios	Impressões visíveis	CPM médio visível	Clique	Impressões	CTR	CPC médio
Total: canais filtrados			400.072	R\$ 1,71	1.104	581.976	0,19%	R\$ 0,67
Mobile App: Universal TV Remote Control (Google Play), by CodeMatics Media	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	113	R\$ 107,83	11	132	8,33%	R\$ 1,11
O Primo Rico	Canal do YouTube	00 - Cadastrados 300	79	R\$ 97,58	4	103	3,88%	R\$ 1,93
Mobile App: Magic Tiles 3 (Google Play), by AMANOTES	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	61	R\$ 58,42	4	113	3,54%	R\$ 0,89
Mobile App: Line Color 3D (Google Play), by tastypill	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	114	R\$ 54,98	3	124	2,42%	R\$ 2,09
Mobile App: Talking Tom Gold Run (Google Play), by Outfit7 Limited	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	266	R\$ 59,19	8	334	2,40%	R\$ 1,67
pelieurbano.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	24	R\$ 50,06	1	161	0,62%	R\$ 1,20
unum.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	65	R\$ 49,93	3	137	2,19%	R\$ 1,95
Mobile App: King James Bible (KJV) - Free Bible Verses + Audio (Google Play), by	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	133	R\$ 46,77	4	202	1,98%	R\$ 1,56
Mobile App: CCleaner: Cache Cleaner, Phone Booster, Optimizer (Google Play), by	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300						
Mobile App: Word Connect (Google Play), by Zentertain	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300						
Mobile App: Nox Security - Antivirus Master, Clean Virus, Free (Google Play), by	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300						
vintepila.com.br	Site	01 - Cadastrados 5400						
Mobile App: Chess - Play & Learn (Google Play), by Chess.com	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300						
Mobile App: Dig Thief (Google Play), by Raketspel	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300						

E cara, 100 impressões é um valor pequenininho. Nem é um valor muito confiável.

Pra falar a verdade, eu me arrependi... eu acho que deveria ter olhado **os caras que tiveram pelo menos 400 impressões:**

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

Visão geral Ativada Status: Qualificada Tipo: Rede de Display Orçamento: R\$ 180,00/dia Mais detalhes

Onde os anúncios foram exibidos Personalizado 21 abr a 11 mai 2020

Filtrar: Rede: YouTube e Rede de Display Impr. < 1.000 Impr. > 400 Adicionar filtro

Canal	Tipo	Grupo de anúncios	Impressões visíveis	CPM médio visível	Clique	Impressões	CTR	CPC médio
Total: canais filtrados			189.092	R\$ 1,41	485	275.961	0,18%	R\$ 0,61
Mobile App: Avast Antivirus – Mobile Security & Virus Cleaner (Google Play), by	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	237	R\$ 13,28	1	418	0,24%	R\$ 3,15
blogspot.com	Site	00 - Cadastrados 300	280	R\$ 12,05	5	669	0,75%	R\$ 0,67
Mobile App: Holy Bible (Google Play), by Mobicid	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	443	R\$ 10,61	6	483	1,24%	R\$ 0,78
Mobile App: Samsung Max - Data Savings & Privacy Protection (Google Play), b	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	138	R\$ 10,08	3	437	0,69%	R\$ 0,46
significados.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	511	R\$ 9,00	5	639	0,78%	R\$ 0,92
Mobile App: Back Button - Assistive Touch (Google Play), by Robust Programm	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	363	R\$ 8,78	10	545	1,83%	R\$ 0,32
Mobile App: Alarm Clock Xtreme: Alarm, Reminders, Timer (Free) (Google Play)	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	397	R\$ 8,66	4	815	0,49%	R\$ 0,86
masterturcosidadesbr.com	Site	00 - Cadastrados 300	328	R\$ 7,75	6	945	0,63%	R\$ 0,60
Mobile App: Screen Recorder & Video Recorder - XRecorder (Google Play), by In	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300						
Mobile App: Talking Tom Hero Dash - Run Game (Google Play), by Outfit7 Limited	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300						
Mobile App: Craftsman Building Craft (Google Play), by StarGame22	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300						
Mobile App: Block Puzzle Jewel (Google Play), by huawei	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300						
Mobile App: File Manager (Google Play), by Flashlight + Clock	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300						
amomeupet.org	Site	00 - Cadastrados 300						



“Ai meu deus, eu me arrependi!! E agora?!”

Não tem problema! Sabe por quê? Porque esses caras são pouco relevantes. Tem pouco dinheiro sendo gasto nesses sites. Não é isso daqui que vai mudar a vida da minha campanha.

Se eu pudesse voltar no tempo, eu faria com 400 impressões. Eu acho que 400 impressões é um valor melhor pra fazer as otimizações.

Quando a gente define **(1) entre 400 e 1000 impressões**, a gente percebe que **(2) o valor do CPM aqui fica menos distorcido:**

The screenshot shows the Google Ads interface for a campaign named "[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrete - Todos os dias". The left sidebar lists various campaigns and filters applied. The main area displays a table of ad placement data. Two specific filters are highlighted with red boxes: (1) "Rede: YouTube e Rede de Display; Impr. < 1.000; Impr. > 400" and (2) "CPM médio visível". The table includes columns for Canal, Tipo, Grupo de anúncios, Impressões visíveis, CPM médio visível, Cliques, Impressões, CTR, and CPC médio. The highest CPM visible is highlighted in red and labeled "(2)".

Canal	Tipo	Grupo de anúncios	Impressões visíveis	CPM médio visível	Cliques	Impressões	CTR	CPC médio
Mobile App: Avast Antivirus – Mobile Security & Virus Cleaner (Google Play), by ...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	237	R\$ 13,28	1	418	0,24%	R\$ 3,15
blogspot.com	Site	00 - Cadastrados 300	280	R\$ 12,05	5	669	0,75%	R\$ 0,67
Mobile App: Holy Bible (Google Play), by Mobicid	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	443	R\$ 10,61	6	483	1,24%	R\$ 0,78
Mobile App: Samsung Max - Data Savings & Privacy Protection (Google Play), b...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	138	R\$ 10,08	3	437	0,69%	R\$ 0,46
significados.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	511	R\$ 9,00	5	639	0,78%	R\$ 0,92
Mobile App: Back Button - Assistive Touch (Google Play), by Robust Programm...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	363	R\$ 8,78	10	545	1,83%	R\$ 0,32
Mobile App: Alarm Clock Xtreme: Alarm, Reminders, Timer (Free) (Google Play),...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	397	R\$ 8,66	4	815	0,49%	R\$ 0,86
mastercursoisidesbr.com	Site	00 - Cadastrados 300	328	R\$ 7,75	6	945	0,63%	R\$ 0,60

Eu já começaria minha análise aqui percebendo que **o CPM do mais caro é de R\$ 13,00 reais:**



Screenshot of the Google Ads interface showing a campaign's performance. The campaign is titled "[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrete - Todos os dias". The table displays various ads and their metrics. A red arrow highlights a row for "Mobile App: Avast Antivirus – Mobile Security & Virus Cleaner (Google Play)", which has a CPM of R\$ 13,28.

Você selecionou 1	Editar	Ver detalhes	Personalizado 21 abr a 11 mai 2020						
Canal	Tipo	Grupo de anúncios	Impressões visíveis	CPM médio visível	Clique	Impressões	CTR	CPC médio	
<input checked="" type="checkbox"/> Mobile App: Avast Antivirus – Mobile Security & Virus Cleaner (Google Play), by ...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	237	R\$ 13,28	1	418	0,24%	R\$ 3,15	
blogspot.com	Site	00 - Cadastrados 300	280	R\$ 12,05	5	669	0,75%	R\$ 0,67	
Mobile App: Holy Bible (Google Play), by Mobdic	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	443	R\$ 10,61	6	483	1,24%	R\$ 0,78	
Mobile App: Samsung Max - Data Savings & Privacy Protection (Google Play), b...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	138	R\$ 10,08	3	437	0,69%	R\$ 0,46	
significados.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	511	R\$ 9,00	5	639	0,78%	R\$ 0,92	
Mobile App: Back Button - Assistive Touch (Google Play), by Robust Programm...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	363	R\$ 8,78	10	545	1,83%	R\$ 0,32	
Mobile App: Alarm Clock Xtreme: Alarm, Reminders, Timer (Free) (Google Play),...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	397	R\$ 8,66	4	815	0,49%	R\$ 0,86	
mastercuriosidadesbr.com	Site	00 - Cadastrados 300	328	R\$ 7,75	6	945	0,63%	R\$ 0,60	
Mobile App: Screen Recorder & Video Recorder - XRecorder (Google Play), by In...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	308	R\$ 7,50	1	418	0,24%	R\$ 3,15	
Mobile App: Talking Tom Hero Dash - Run Game (Google Play), by Outfit7 Limited	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	363	R\$ 7,25	10	545	1,83%	R\$ 0,32	
Mobile App: Craftsman: Building Craft (Google Play), by StarGame22	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	397	R\$ 7,00	4	815	0,49%	R\$ 0,86	
Mobile App: Block Puzzle Jewel (Google Play), by hua wewei	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	363	R\$ 6,75	10	545	1,83%	R\$ 0,32	
Mobile App: File Manager (Google Play), by Flashlight + Clock	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	397	R\$ 6,66	4	815	0,49%	R\$ 0,86	
amomeupet.org	Site	00 - Cadastrados 300	328	R\$ 6,50	6	945	0,63%	R\$ 0,60	

Quando eu coloquei aqui somente os “maiores de 100 impressões”:

Screenshot of the Google Ads interface showing a filtered view of ads. The filter applied is "Rede: YouTube e Rede de Display" and "Impressões < 1.000". A red box highlights the "Impr." input field where "100" is typed. The table shows the same data as the previous screenshot, but only ads with 100 or more impressions are visible.

Você selecionou 1	Editar	Ver detalhes	Personalizado 21 abr a 11 mai 2020						
Canal	Tipo	Grupo de anúncios	Impressões visíveis	CPM médio visível	Clique	Impressões	CTR	CPC médio	
<input checked="" type="checkbox"/> Mobile App: Avast Antivirus – Mobile Security & Virus Cleaner (Google Play), by ...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	237	R\$ 13,28	1	418	0,24%	R\$ 3,15	
blogspot.com	Site	00 - Cadastrados 300	280	R\$ 12,05	5	669	0,75%	R\$ 0,67	
Mobile App: Holy Bible (Google Play), by Mobdic	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	443	R\$ 10,61	6	483	1,24%	R\$ 0,78	
Mobile App: Samsung Max - Data Savings & Privacy Protection (Google Play), b...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	138	R\$ 10,08	3	437	0,69%	R\$ 0,46	
significados.com.br	Site	00 - Cadastrados 300	511	R\$ 9,00	5	639	0,78%	R\$ 0,92	
Mobile App: Back Button - Assistive Touch (Google Play), by Robust Programm...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	363	R\$ 8,78	10	545	1,83%	R\$ 0,32	
Mobile App: Alarm Clock Xtreme: Alarm, Reminders, Timer (Free) (Google Play),...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	397	R\$ 8,66	4	815	0,49%	R\$ 0,86	
mastercuriosidadesbr.com	Site	00 - Cadastrados 300	328	R\$ 7,75	6	945	0,63%	R\$ 0,60	
Mobile App: Screen Recorder & Video Recorder - XRecorder (Google Play), by In...	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	308	R\$ 7,50	1	418	0,24%	R\$ 3,15	
Mobile App: Talking Tom Hero Dash - Run Game (Google Play), by Outfit7 Limited	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	363	R\$ 7,25	10	545	1,83%	R\$ 0,32	
Mobile App: Craftsman: Building Craft (Google Play), by StarGame22	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	397	R\$ 7,00	4	815	0,49%	R\$ 0,86	
Mobile App: Block Puzzle Jewel (Google Play), by hua wewei	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	363	R\$ 6,75	10	545	1,83%	R\$ 0,32	
Mobile App: File Manager (Google Play), by Flashlight + Clock	Aplicativo para celular	00 - Cadastrados 300	397	R\$ 6,66	4	815	0,49%	R\$ 0,86	
amomeupet.org	Site	00 - Cadastrados 300	328	R\$ 6,50	6	945	0,63%	R\$ 0,60	

Olha só quando era o mais caro! O CPM dele era de uns R\$ 100,00:



The screenshot shows a Google Ads campaign report. The left sidebar lists various campaigns under 'Ativado'. The main report is for '[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrte - Todos os dias'. It shows a table of ads displayed on the 'Rede: YouTube e Redes de Display'. The first row, which includes a red box around the ad details and another red box around the entire row, is highlighted. The video thumbnail on the right shows a man with a beard, presumably the speaker.

	Canal	Tipo	Grupo de anúncios	Impressões visíveis	CPM médio visível	Clique	Impressões	CTR	CPC médio
Mobile App: Universal TV Remote Control (Google Play), by CodeMatics Media - Aplicativo para celular (00 - Cadastrados 300)	Canal do YouTube	(00 - Cadastrados 300)	113	R\$ 1.71	11	11	581.976	0,19%	R\$ 0,67
O Primo Rico	Aplicativo para celular	(00 - Cadastrados 300)	79	R\$ 97,58	4	4	103	3,88%	R\$ 1.93
Mobile App: Magic Tiles 3 (Google Play), by AMANOTES	Aplicativo para celular	(00 - Cadastrados 300)	61	R\$ 58,42	4	4	113	3,54%	R\$ 0,89
Mobile App: Line Color 3D (Google Play), by tastypill	Aplicativo para celular	(00 - Cadastrados 300)	114	R\$ 54,98	3	3	124	2,42%	R\$ 2,09
Mobile App: Talking Tom Gold Run (Google Play), by Outfit7 Limited	Aplicativo para celular	(00 - Cadastrados 300)	266	R\$ 50,19	8	8	334	2,40%	R\$ 1,67
peixeurbano.com.br	Site	(00 - Cadastrados 300)	24	R\$ 59,06	1	1	161	0,62%	R\$ 1,20
unum.com.br	Site	(00 - Cadastrados 300)	65	R\$ 49,93	3	3	137	2,19%	R\$ 1,95
Mobile App: King James Bible (KJV) - Free Bible Verses + Audio (Google Play), by Zemirah	Aplicativo para celular	(00 - Cadastrados 300)	133	R\$ 46,77	4	4	202	1,98%	R\$ 1,56
Mobile App: CCleaner: Cache Cleaner, Phone Booster, Optimizer (Google Play), by Zemirah	Aplicativo para celular	(00 - Cadastrados 300)							
Mobile App: Word Connect (Google Play), by Zemirah	Aplicativo para celular	(00 - Cadastrados 300)							
Mobile App: Nox Security - Antivirus Master, Clean Virus, Free (Google Play), by Vintech	Aplicativo para celular	(00 - Cadastrados 300)							
vintech.com.br	Site	(01 - Cadastrados 5400)							
Mobile App: Chess - Play & Learn (Google Play), by Chess.com	Aplicativo para celular	(00 - Cadastrados 300)							
Mobile App: Dig This! (Google Play), by Raketspel	Aplicativo para celular	(00 - Cadastrados 300)							

Em resumo, o que eu quero te dizer aqui é: não vai na minha. Não faz a otimizações só considerando 100 impressões. A melhor decisão era eu ter pegado um pouquinho mais de relevância aqui, que no meu caso seriam umas 400 impressões.

Então, eu poderia chamar **esse filtro aqui, de “menos de 1.000 impressões, mas mais de 400 impressões”**, de “o filtro dos não tão relevantes, mas não tão ‘não’” 😂



The screenshot shows a Google Ads dashboard for a 'DISPLAY' campaign named '[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrete - Todos os dias'. The left sidebar lists various campaigns and filters. The main report table displays ads based on their visibility and impression counts. The top of the table has two filters applied: 'Impr. < 1.000' and 'Impr. > 400'. A red arrow points to these filters. The table includes columns for Type, Number of ads, Impressions, CPM médio visível, Clicks, Impr., CTR, and CPC médio.

Type	Number of ads	Impressions	CPM médio visível	Clicks	Impr.	CTR	CPC médio
Aplicativo para celular	00	Cadastrados 300	R\$ 13,28	1	418	0,24%	R\$ 3,15
Site	00	Cadastrados 300	R\$ 12,05	5	669	0,75%	R\$ 0,67
Aplicativo para celular	00	Cadastrados 300	R\$ 10,61	6	483	1,24%	R\$ 0,78
Aplicativo para celular	00	Cadastrados 300	R\$ 10,08	3	437	0,69%	R\$ 0,46
Site	00	Cadastrados 300	R\$ 9,00	5	639	0,78%	R\$ 0,92
Aplicativo para celular	00	Cadastrados 300	R\$ 8,78	10	545	1,83%	R\$ 0,32
Site	00	Cadastrados 300	R\$ 8,66	4	815	0,49%	R\$ 0,86
Aplicativo para celular	00	Cadastrados 300	R\$ 7,75	6	945	0,63%	R\$ 0,60

O que eu quis dizer, é que esses caras não são tão relevantes, mas também não são tão ruins assim, entendeu? Eles são os caras que já dá pra gente analisar, digamos assim.

Vamos recapitular de novo quais otimizações a gente fez, de um modo geral:

Otimização 1: otimização dos relevantes – otimização sem perdão

- com mais de 1000 impressões
- sendo a primeira análise dos mais caros
- e a segunda análise dos que tiveram o resultado muito bom

Otimização 2: otimização dos menos relevantes (mas nem tão ruins) – otimização com dó no coração

- com menos de 1000 impressões, mas com mais de 400 impressões (recomendado)

De novo, a otimização 2 não é tão importante. Tu tem que fazer? Sim! Mas a mais importante é a otimização 1.



► 4 - Otimização dos Públicos (26'57")

Agora, nós chegamos aqui no último ponto da nossa otimização, que vai ser a nossa otimização dos Públicos.

Pra gente começar a nossa otimização, vamos primeiro **acessar aqui os nossos “Grupos de anúncio” da campanha:**

The screenshot shows the Google Ads interface for a campaign named "[STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrete - Todos os dias". The left sidebar is expanded, showing various campaign filters and settings. A red arrow points to the "Grupos de anúncios" (Groups of ads) section under the "Visão geral" (General view) heading. The main content area displays a table titled "Onde os anúncios foram exibidos" (Where ads were shown), listing various platforms and websites where ads were displayed. The table includes columns for Type, Group of ads, Impressões visíveis (Visible impressions), CPM médio visível (Average visible CPM), Clicks, Impr. (Impressions), CTR, and CPC médio (Average CPC). One row in the table shows an ad for "Mobile App: Avast Antivirus – Mobile Security & Virus Cleaner (Google Play)" with 189,092 visible impressions, an average CPM of R\$ 1,41, and a CTR of 0.18%.

Pra fazer a otimização dos públicos, a gente vai ter que basicamente entrar em cada um dos nossos conjuntos de anúncio, um de cada vez (vou **(1) entrar primeiro nesse conjunto aqui**), e **(2) vir aqui nos “Públicos-alvo” dele:**



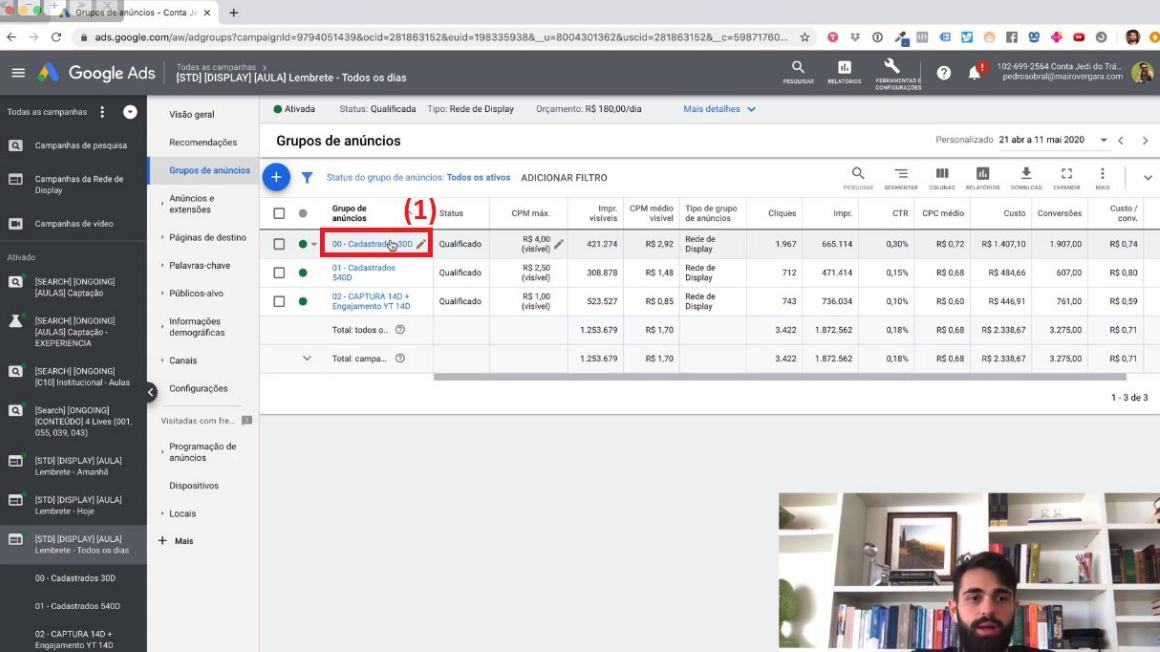
Google Ads | [STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrte - Todos os dias

Visão geral Status: Ativada Status: Qualificado Tipo: Rede de Display Orçamento: R\$ 180,00/dia Mais detalhes

Grupos de anúncios Personalizado 21 abr a 11 mai 2020

Grupo de anúncios	Status	CPM máx.	Impr. visíveis	CPM médio visível	Tipo de grupo de anúncios	Clique	Impr.	CTR	CPC médio	Custo	Conversões	Custo / conv.
(1) 00 - Cadastrados 300	Qualificado	R\$ 4,00 (visível)	421.274	R\$ 2,92	Rede de Display	1.967	665.114	0,30%	R\$ 0,72	R\$ 1.407,10	1.907,00	R\$ 0,74
01 - Cadastrados 5400	Qualificado	R\$ 2,50 (visível)	308.878	R\$ 1,48	Rede de Display	712	471.414	0,15%	R\$ 0,68	R\$ 484,66	607,00	R\$ 0,80
02 - CAPTURA 140 + Engajamento YT 140	Qualificado	R\$ 1,00 (visível)	523.527	R\$ 0,85	Rede de Display	743	736.034	0,10%	R\$ 0,60	R\$ 446,91	761,00	R\$ 0,59
Total: todos o...			1.253.679	R\$ 1,70		3.422	1.872.562	0,18%	R\$ 0,68	R\$ 2.338,67	3.275,00	R\$ 0,71
Total: campa...			1.253.679	R\$ 1,70		3.422	1.872.562	0,18%	R\$ 0,68	R\$ 2.338,67	3.275,00	R\$ 0,71

1 - 3 de 3



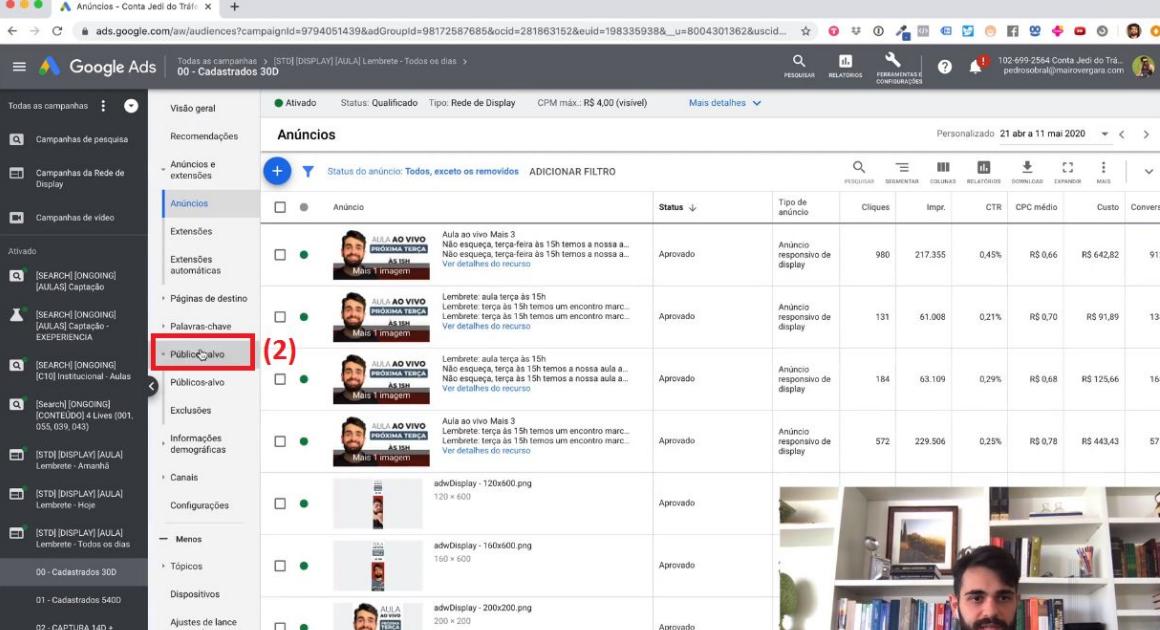


Google Ads | [STD] [DISPLAY] [AULA] Lembrte - Todos os dias | 00 - Cadastrados 300

Visão geral Status: Ativada Status: Qualificado Tipo: Rede de Display CPM máx.: R\$ 4,00 (visível) Mais detalhes

Anúncios Personalizado 21 abr a 11 mai 2020

Anúncio	Status	Tipo de anúncio	Clique	Impr.	CTR	CPC médio	Custo	Conversões
Aula ao vivo Mais 3	Aprovado	Anúncio responsivo de display	980	217.355	0,45%	R\$ 0,66	R\$ 642,82	912,
Lembrete: aula terça às 15h	Aprovado	Anúncio responsivo de display	131	61.008	0,21%	R\$ 0,70	R\$ 91,89	138,
Lembrete: aula terça às 15h	Aprovado	Anúncio responsivo de display	184	63.109	0,29%	R\$ 0,68	R\$ 125,66	168,
Aula ao vivo Mais 3	Aprovado	Anúncio responsivo de display	572	229.506	0,25%	R\$ 0,78	R\$ 443,43	571,
adwDisplay - 120x600 png	Aprovado							
adwDisplay - 160x600 png	Aprovado							
adwDisplay - 200x200 png	Aprovado							





Ao entrar aqui em “Públicos-alvo”, em vou analisar se tem algum público que vale a pena eu pausar, ou não.



Como aqui **(1) no conjunto de anúncio “00 - Cadastrados 30D”** eu só tenho **(2) um público**, não tem o que eu otimizar. Então, vou **(3) acessar o próximo conjunto de anúncio aqui** (e eu vou utilizar esse menu lateral pra transitar entre os grupos de anúncio, pois vai ser mais fácil):

The screenshot shows the Google Ads interface. On the left, there's a sidebar with various campaign filters and links. The main area is titled 'Públicos-alvo' for '00 - Cadastrados 30D'. It displays a table with columns for Tipo, Status, Imp. visíveis, CPM méd. visível, Cliques, Impc., CTR, CPC méd., Custo, Conversões, and Custo. One row is highlighted with a red box and labeled '(2)'. At the bottom of the sidebar, there's a link '01 - Cadastrados 540D' which is also highlighted with a red box and labeled '(3)'. The top right of the screen shows a video player with a man's face.

Aqui **(1) no “01 - Cadastrados 540D”** só tem **(2) um público também**, então não tem o que fazer. Vamos **(3) clicar no próximo aqui:**



Google Ads | 01 - Cadastrados 540D (1)

Públicos-alvo

	Tipo	Status	Impr. visíveis	CPM méd. visível	↓ Cliques	Impr.	CTR	CPC méd.	Custo	Conversões	Custo
[STD] View Page - TYP Aulas - 540D (2)	Visitantes do website	Qualificada	308.878	R\$ 1,48	712	471.414	0,15%	R\$ 0,68	R\$ 484,66	607,00	R
Total público-alvo			308.878	R\$ 1,48	712	471.414	0,15%	R\$ 0,68	R\$ 484,66	607,00	R
Total experiências			0	=	0	0	=	=	R\$ 0,00	0,00	R
Total: Expansão			0	=	0	0	=	=	R\$ 0,00	0,00	R
Total: outros			0	=	0	0	=	=	R\$ 0,00	0,00	R
Total: grupo de anúncios			308.878	R\$ 1,48	712	471.414	0,15%	R\$ 0,68	R\$ 484,66	607,00	R

1 - 1 de 1

Os relatórios não são gerados em tempo real. Fuso horário de todas as datas e horas: (GMT-03:00) Horário Padrão de Brasília. Saiba mais.

Aqui (1) no conjunto “02 – CAPTURA 14D + Engajamento YT 14D” eu tenho mais de um público, mas antes de otimizar, deixa eu (2) selecionar o períodos dos últimos 14 dias aqui:

Google Ads | 02 - CAPTURA 14D + Engajamento YT 14D (1)

Públicos-alvo

	Tipo	Status	Impr. visíveis	CPM méd. visível	↓ Cliques	Impr.	CTR	CPC méd.	Custo	Conversões	Custo
[YT] Video View - 14D	Usuários do YouTube	Qualificada	328.891	R\$ 0,67							
[STD] View Page - CAPTURA AULAS - 14D	Visitantes do website	Qualificada	71.119	R\$ 0,63							
[YT] Subscribers - 14D	Usuários do YouTube	Qualificada	77.382	R\$ 0,78							
[YT] Watch Canal - 14D	Usuários do YouTube	Qualificada	40.215	R\$ 0,89							
[YT] Like - 14D	Usuários do YouTube	Qualificada	3.227	R\$ 0,91							
[YT] Adicionar a Playlist - 14D	Usuários do YouTube	Qualificada	2.693	R\$ 0,85							
[YT] Share - 14D	Usuários do YouTube	Qualificada	0	=							
Total: público-alvo			523.527	R\$ 0,65							
Total: experiências			0	=							
Total: Expansão			0	=							
Total: outros			0	=							
Total: grupo de anúncios			523.527	R\$ 0,65							

Personalizar

21/04/2020 – 11 de mai de 2022

ABR DE 2020 ▾

Hoje	
Ontem	
Esta semana (de dom até hoje)	▶
Últimos dias (7)	
Semana passada (de dom a sáb)	▶
Últimos dias (14) (2)	◀
Este mês	
Últimos dias (30)	
Último mês	
Todo o período	
30 dias até hoje	
30 dias até ontem	

ABR DE 2020 1 2 3 4

5 6 7 8 9 10 11

12 13 14 15 16 17 18

19 20 21 22 23 24 25

26 27 28 29 30

MAI DE 2020 1 2

3 4 5 6 7 8 9

10 11 12 13 14 15 16

17 18 19 20 21 22 23

Os relatórios não são gerados em tempo real. Fuso horário de todas as datas e horas: (GMT-03:00) Horário Padrão de Brasília. Saiba mais.



Lembra que lááá quando a gente criou a campanha, ela me disse que **(1) “os públicos eram muito pequenos pra segmentar na Rede de Display”?** Então, como eu disse, na prática isso não teve importância, pois **(2) eles gastaram dinheiro, ou seja, eles foram segmentados sim:**

The screenshot shows the Google Ads interface with a campaign named '02 - CAPTURA 14D + Engajamento YT 14D'. In the 'Públicos-alvo' section, a filter 'Muito pequena para segmentar na Rede de Display' has been applied, as indicated by the red box labeled '(1)'. The 'Custo' (Cost) column in the resulting audience report table is highlighted with a red box labeled '(2)', showing costs such as R\$ 286,23 and R\$ 446,91.

Público-alvo	Tipo	Status	Impr. visíveis	CPM méd. visível	↓ Cliques	Impr.	CTR	CPC méd.	Custo	Conversões	Custo
[STD] Subscribers - 14D	Usuários do YouTube	Qualificada	328.891	R\$ 0,87	463	460.989	0,10%	R\$ 0,62	R\$ 286,23	476,00	R
[STD] View Page - CAPTURA AULAS - 14D	Visitantes do website	Qualificada	71.119	R\$ 0,83	110	100.010	0,11%	R\$ 0,54	R\$ 59,23	114,00	R
[YT] Subscribers - 14D	Usuários do YouTube	Qualificada	77.382	R\$ 0,78	92	108.631	0,08%	R\$ 0,66	R\$ 60,63	95,00	R
[YT] Visitou Canal - 14D	Usuários do YouTube	Qualificada	40.215	R\$ 0,89	66	57.670	0,11%	R\$ 0,54	R\$ 35,62	64,00	R
[YT] Like - 14D	Usuários do YouTube	Qualificada	3.227	R\$ 0,91	7	4.373	0,16%	R\$ 0,42	R\$ 2,92	6,00	R
[YT] Adicionou a Playlist - 14D	Usuários do YouTube	Qualificada	2.693	R\$ 0,85	5	4.361	0,11%	R\$ 0,46	R\$ 2,28	6,00	R
[YT] Share - 14D	Usuários do YouTube	Qualificada	0	—	0	0	—	—	R\$ 0,00	0,00	R
Total: públicos-alvo			523.527	R\$ 0,85	743	736.034	0,10%	R\$ 0,60	R\$ 446,91	761,00	R
Total: experiências					0						
Total: Expansão					0						
Total: outros					0						
Total: grupo de anúncios			523.527	R\$ 0,85	743	736.034	0,10%	R\$ 0,60	R\$ 446,91	761,00	R

E agora, fazendo a análise aqui, eu notei que **não tem ninguém com o CPM muito absurdo, acima dos R\$ 1,50 que eu quero pagar:**



The screenshot shows the Google Ads interface for a campaign named '02 - CAPTURA 14D + Engajamento YT 14D'. The left sidebar lists various audience segments. The main table displays audience details, including their type, status, impressions, and CPM values. A red box highlights the 'CPM méd. visível' column for the 'Video View - 14D' audience, which has a value of R\$ 0,87. A red arrow points from the text above to this specific row.

	Público-alvo	Tipo	Status	Impressões	CPM méd. visível	Cliques	Impr.	CTR	CPC méd.	Custo	Conversões	Custo
	[YT] Video View - 14D Muito pequena para segmentar na Rede de Display	Usuários do YouTube	Qualificada	328.891	R\$ 0,87	463	460.989	0,10%	R\$ 0,62	R\$ 286,23	476,00	R
	[STD] View Page - CAPTURA AULAS - 14D	Visitantes do website	Qualificada	71.119	R\$ 0,83	110	100.010	0,11%	R\$ 0,54	R\$ 59,23	114,00	R
	[YT] Subscribers - 14D Muito pequena para segmentar na Rede de Display	Usuários do YouTube	Qualificada	77.382	R\$ 0,78	92	108.631	0,08%	R\$ 0,66	R\$ 60,63	95,00	R
	[YT] Visits Canal - 14D Muito pequena para segmentar na Rede de Display	Usuários do YouTube	Qualificada	40.215	R\$ 0,89	66	57.670	0,11%	R\$ 0,54	R\$ 35,62	64,00	R
	[YT] Like - 14D Muito pequena para segmentar na Rede de Display	Usuários do YouTube	Qualificada	3.227	R\$ 0,91	7	4.373	0,16%	R\$ 0,42	R\$ 2,92	6,00	R
	[YT] Adicionou a Playlist - 14D Muito pequena para segmentar na Rede de Display	Usuários do YouTube	Qualificada	2.693	R\$ 0,85	5	4.361	0,11%	R\$ 0,46	R\$ 2,28	6,00	R
	[YT] Share - 14D Muito pequena para segmentar na Rede de Display	Usuários do YouTube	Qualificada	0	R\$ 0,85	0	0	=	=	R\$ 0,00	0,00	R
	Total: público-alvo			523.527	R\$ 0,85	743	736.034	0,10%	R\$ 0,60	R\$ 446,91	761,00	R
	Total: experiências					0						
	Total: Expansão					0						
	Total: outros					0						
	Total: grupo de anúncios			523.527	R\$ 0,85							

E, cara, mesmo que esses públicos estivessem muito altos, a gente precisaria ver também a qualidade desses públicos.

Por exemplo, digamos que **(1) o público que quem “Curtiu meus vídeos nos últimos 14 dias”** tá muito caro. Faz de conta que ele **(2) tá com o CPM de R\$ 1,50**, enquanto os demais tão nesse média aí de R\$ 0,80:



	Público-alvo	Tipo	Status	Impr. visíveis	CPM méd. visível	↓ Cliques	Impr.	CTR	CPC méd.	Custo	Conversões	Custo
[YT] Video View - 14D	Usuários do YouTube	Qualificada	328.891	R\$ 0,87	463	460.989	0,10%	R\$ 0,62	R\$ 286,23	476,00	R	
[STO] View Page - CAPTURA AULAS - 14D	Visitantes do website	Qualificada	71.119	R\$ 0,83	110	100.010	0,11%	R\$ 0,54	R\$ 59,23	114,00	R	
[YT] Subscribers - 14D	Usuários do YouTube	Qualificada	77.382	R\$ 0,78	92	108.631	0,08%	R\$ 0,66	R\$ 60,53	95,00	R	
[YT] Watched Channel - 14D	Usuários do YouTube	Qualificada	40.215	R\$ 0,89	(2)	57.670	0,11%	R\$ 0,54	R\$ 35,62	64,00	R	
[YT] Like - 14D	Usuários do YouTube	Qualificada	3.227	R\$ 0,91	7	4.373	0,16%	R\$ 0,42	R\$ 2,92	6,00	R	
[YT] Adicionou a Playlist - 14D	Usuários do YouTube	Qualificada	2.693	R\$ 0,85	5	4.361	0,11%	R\$ 0,46	R\$ 2,28	6,00	R	
[YT] Share - 14D	Usuários do YouTube	Qualificada	0	—	0	0	—	—	R\$ 0,00	0,00	R	
Total: públicos-alvo			523.527	R\$ 0,85	743	736.034	0,10%	R\$ 0,60	R\$ 446,91	761,00	R	
Total: experiências					0							
Total: Expansão					0							
Total: outros					0							
Total: grupo de anúncios			523.527	R\$ 0,85								

Cara, eu NÃO iria pausar ele, porque a qualidade desse público é MUITO boa!

Então, otimização de públicos aqui, quando a gente tem essa estrutura de **ATENÇÃO**, ou a estrutura de **RECORDAÇÃO**, normalmente não é uma coisa que tu vai ter que mexer muito.

Agora, se tu tem uma campanha que tenha o objetivo de **INTENÇÃO**, daí **tu vai ter que entrar nessa aba de “Canais”** (pois é aqui que vai estar tua segmentação), e aqui tu vai escolher pausar ou não pausar alguns públicos:



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

- Left Sidebar:** Shows a tree view of campaigns and ads. One node under 'Canais' is highlighted with a red box.
- Main Content Area:** The 'Canais' section is displayed, showing a table with the following columns:

	Tipo	Status	Impr. visíveis	CPM médio visível	Cliques	Impr.	CTR	CPC médio
Total: experimentos			0	-	0	0	-	-
Total: grupo de anúncios			523.527	R\$ 0,85	743	736.034	0,10%	R\$ 0,60
- Bottom Right:** A video call window showing a man with a beard.

Beleza então? Otimização de públicos no Display é isso daí, super fácil.

► 5 - Considerações finais (28'45")

Então, sobre otimização de Canais e Públicos, era isso daí meu provo.

O que mais pega aqui é a otimização de Canais. Eu sei que talvez ela tenha ficado um pouco confusa no início, tanto que essa é a quarta vez que eu to gravando essa aula (sério, é a quarta vez 😂), porque é uma coisa que é confusa até pra eu explicar, já que ela não tem uma lógica, uma ciência exata.

Pra ti fazer ela tu tem que ter um “feeling”, um “feeling” sobre a TUA própria conta. Eu não tenho como te transmitir isso, a “receita do feeling”, pois não existe isso. O “feeling” tu só vai pegar enquanto tu for fazendo as otimizações, otimizando mais, e mais, e mais, e mais, e mais e vezes.

A regra de ouro é o que?



Não trava.

Faz uma lógica na tua cabeça, cria uma lógica. Cria a tua régua.

“Pedro, qual que é a tua régua?”

Eu considero, por exemplo, que sites ruins, acima do preço “X”, que no meu caso era R\$ 1,50, vão ser pausados, e é esse tipo de lógica que tu tem que criar.

Passa um tempo ali nos “Canais”. O problema das pessoas é que elas querem fazer otimização de canais em 5 minutos, só que não é assim que se faz. Tu tem que fazer com calma, tu tem que ir analisando, selecionando um por um, vendo site por site. É assim que tu vai pegando o “feeling” da coisa e ficando melhor em otimizar tuas campanhas.

Então, cria uma regra, e não te nóia! Não entra na nóia de pensar tipo ***“Meu deus, e se eu fizer errado?!”***, porque cara, tu VAI fazer errado.

De novo, a questão não é: ***“Meu deus, e se eu fizer errado?!”***

E sim: ***“Meu deus, e se eu APRENDER algo?!”***

Quando tu te tocar disso, aí o teu jogo vai virar.

Então, vai pra cima, faz tuas otimizações aí, e até a próxima aula onde a gente vai falar de otimização de criativos no Display.



► Time Stamps

- ✓ Introdução: (00'00")
- ✓ Otimização de Canais – quando fazer (02'05")
- ✓ Otimização de Canais – Fazendo na prática (09'35")
- ✓ Otimização dos mais relevantes: análise dos mais caros (10'42")
- ✓ Otimização dos mais relevantes: análise dos que tiveram o resultado muito bom (17'48")
- ✓ Otimização dos menos relevantes (19'00")
- ✓ Otimização dos Públicos (26'57")
- ✓ Considerações finais (28'45")