

## 06

## Relatórios

Você está fazendo a campanha para Ariel e já configurou tudo que era necessário. A campanha já está ativa há seis meses e o canal de Ariel já tem o dobro de inscritos. Você é a pessoa contratada para realizar as manutenções e as otimizações necessárias para as campanhas de display de Ariel.

Eis que você observa no painel de relatórios que uma determinada segmentação, criada por você, tem pouquíssimas conversões (ou seja, inscrições no canal a partir do link da publicidade) e tem de decidir o que deve ser feito, já que o orçamento gasto nessa segmentação é praticamente o mesmo das outras que foram divididas e possuem maior taxa de conversão.

O que você faria neste caso?

*Selecione uma alternativa*

**A**

Deveríamos recorrer ao relatório, pois ali vamos encontrar avisos que apontam o que está acontecendo de errado e o problema será solucionado automaticamente depois que de ter sido aprovado.

**B**

Deveríamos realizar uma análise específica sobre essa segmentação criada. Observar quais são os maiores sites dessa segmentação e qual é o público-alvo envolvido através dos relatórios da plataforma.

**C** Não há por que optar pela continuação dos anúncios pela plataforma do Google Ads, pois Ariel já tem seguidores suficientes e não temos mais essa necessidade. O problema dessas segmentações sem conversão possivelmente é esse.

**D** Manteria a publicidade na segmentação que não converte. O que vale mesmo é ser visto, pois se as outras campanhas estão bem, não há com o que se preocupar.