



PLANILHA
MAE
MÉTODO ANULAÇÃO ESTRATÉGICA

FERRAMENTA MAE 2.0



Passo 1

Garimpagem na Plataforma

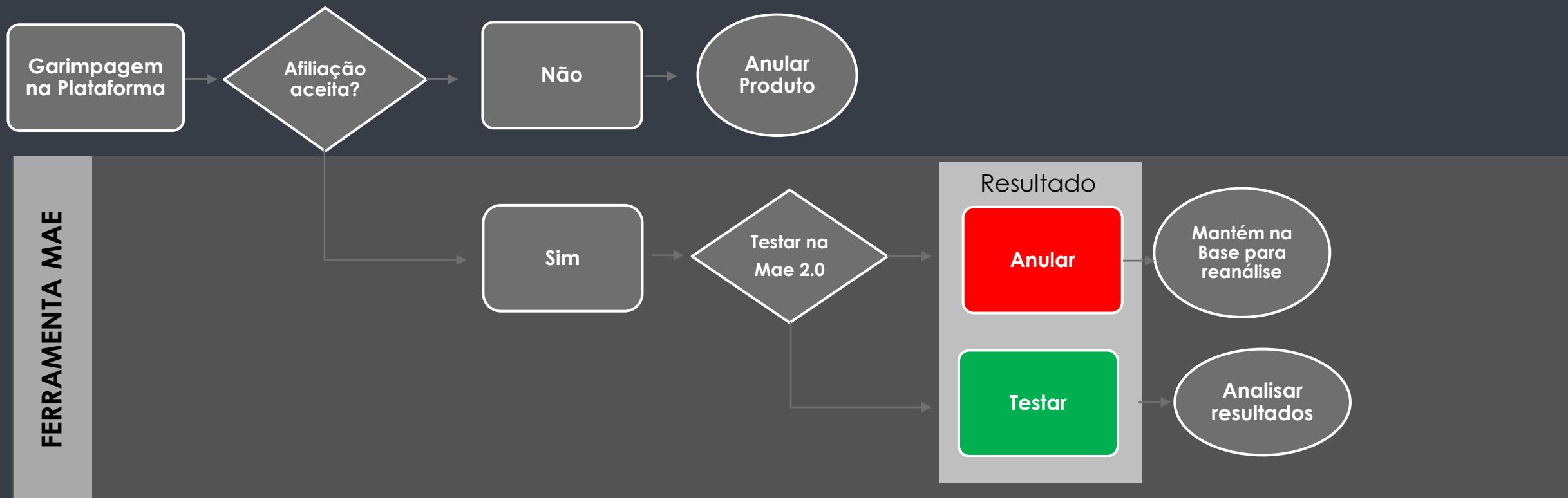
Passo 2

Anulação estratégica do produto
na ferramenta

Passo 3

Análise de Resultados

FERRAMENTA MAE 2.0



MAE 2.0 | COMPOSIÇÃO



Aba 1

Anulação Estratégica

Aba 2

Gestão de Resultado

Aba 3

Lista de plataformas



ORIENTAÇÕES GERAIS

ORIENTAÇÕES GERAIS



Para que a ferramenta funcione corretamente e tenha um bom desempenho, será necessário:

1. Preencher **todas as informações das colunas na cor branca**, indicadas no manual de utilização e na aula de explicação, inclusive as datas solicitadas nas abas, usando o formato sugerido.
2. **Não fazer alterações** nas células que estão pintadas **na cor cinza**, elas possuem fórmulas. Caso isso aconteça acidentalmente, você verá um alerta de edição em local restrito, basta clicar em **CANCELAR** e a alteração acidental será desfeita automaticamente;
3. **Não mudar, excluir ou inserir novas colunas ou linhas;**

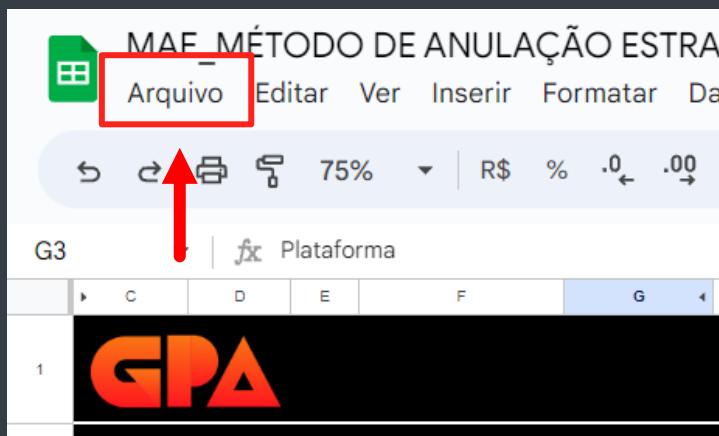
FAZENDO A SUA CÓPIA (VERSÃO GOOGLE PLANILHAS)

Para acessar sua cópia clique no link indicado na área de membros do curso e siga o passo a passo, abaixo, para fazer a sua cópia. Antes disso, certifique-se qual o e-mail está sendo utilizado no seu navegador padrão.

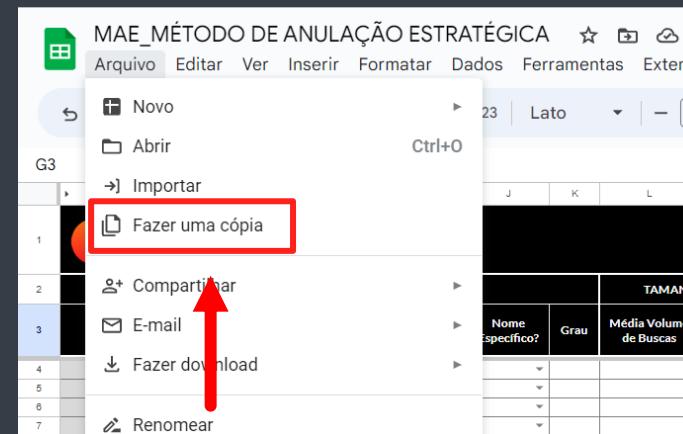


atenção!!!! a versão do **GOOGLE PLANILHAS NÃO PODE SER BAIXADA!** caso queira baixar, retorne à área de membros e faça download da versão compatível para o uso no Microsoft Excel.

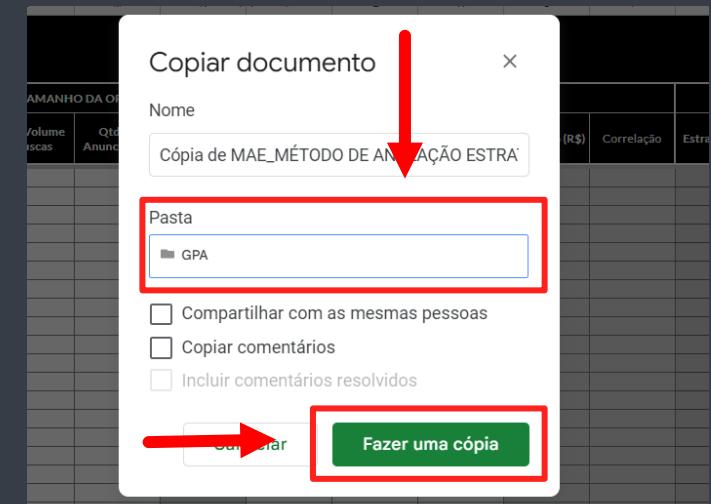
Passo 1: clique em ARQUIVO



Passo 2: clique em fazer uma cópia



Passo 2: selecione a pasta onde desejada salvar e clique no botão verde para concluir



Após esses passos sua cópia estará disponível para uso

ABA ANULAÇÃO ESTRATÉGICA

Aba destinada análise do produto, após a aceitação da afiliação.



Nesta coluna sugerimos algumas plataformas, mas caso queira adicionar outras, vá para a aba "INSERIR NOVAS PLATAFORMAS" e siga a instrução recomendada na ABA.

Insira a cotação da moeda correspondente (dolar ou euro) para fazer a conversão do valor da comissão em Reais

A recomendação possui **preenchimento automático**. Ela possui duas possibilidades: **TESTAR OU ANULAR**. Essa análise é dada pela correlação entre: Análise do tamanho da oportunidade X Análise da Possibilidade de ROI

Caso o produto seja anulado, será dado um alerta informando o motivo da recusa:

- Sem oportunidade e nem possibilidade de ROI;
- Comissão Abaixo de R\$80,00;
- CPC muito alto - produto não compensa;
- Número de anunciantes acima do esperado;

ANULAÇÃO ESTRATÉGICA																			RESULTADO						
DADOS DO PRODUTO				ANALISE 1 - TAMANHO DA OPORTUNIDADE								ANALISE 2 - POSSIBILIDADE DE RÓI							RESULTADO						
Mês	Data da Análise dd/mm/aa	Id	Nome do Produto	Plataforma	País	Moeda	Nome Específico?	Grau	Volume de Buscas	Qtd de Anunciantes	Tem página de Vendas?	É recorrência?	Correlação	CPC Médio Estimado (R\$)	Valor do Ticket do Produto	Percentual de comissão (%)	Comissão em Dólar / Euro	Cotação da Moeda	Comissão (R\$)	Correlação	Estratégia	Recomendação	Motivo da recusa do Produto	Média de Cliques por venda	Anotações
		1			▼	▼	▼	▼			▼	▼											▼		
		1			▼	▼	▼	▼			▼	▼											▼		
		1			▼	▼	▼	▼			▼	▼											▼		
		1			▼	▼	▼	▼			▼	▼											▼		
		1			▼	▼	▼	▼			▼	▼											▼		

A ferramenta possui uma facilitação na identificação da Estratégia (E1, E2 ou E3), com preenchimento automático, de acordo com os parâmetros ensinados no GPA. Contudo, **o julgamento sobre nome do produto ser específico ou não, ainda depende de você**. Então, tenha bastante atenção na hora de determinar essa informação.

Selecione aqui a média de cliques por venda que deseja usar para a sua estratégia, sendo:
15 cliques - Arrojado
20 cliques - Moderado
25 cliques - Conservador



As colunas em cinza possuem preenchimento automático. Analise as métricas conforme orientado no Curso.

ABA CONTROLE DE RESULTADOS

Essa Aba é destinada ao acompanhamento dos produtos que efetivamente possuem campanhas no Google Ads. Nela serão preenchidas apenas as informações reais de desempenho real do Produto. Esse preenchimento deverá ser feito sempre que uma campanha for pausada.



CONTROLE DE RESULTADOS																	
DADOS GERAIS DO PRODUTO						MÉTRICAS						RESULTADOS					
Mês	Data da Campanha	Data do Encerramento da Campanha	Nº de Dias da Campanha	Status da Campanha	Nome do Produto	Estratégia	Impressões	CTR Real	Clique Totais	Nº de Conversões	Cliques por Venda	Comissão (R\$)	CPC Real	Faturamento	Investimento	Lucro/Prejuizo	Roi

Atenção: preencha nas colunas na cor “branca” as informações de performance da sua campanha, para analisar o seu desempenho .



As colunas em cinza possuem preenchimento automático, analise as métricas conforme orientado no Curso.



“Confia no processo”

Caio Calderaro