



ORGANIZAÇÃO DE COLUNAS PARA ANÁLISE DE MÉTRICAS NO FACEBOOK

Antes de mais nada, preciso deixar claro que essa organização é baseada em experiências pessoais e foi desenvolvida após diversos testes por mim mesmo.

Para cada tipo de oferta e para cada tipo de negócio, essas métricas podem variar. Mas a essência dessas análises serão sempre as mesmas.

Por exemplo, para lançamentos, em fase de captação de LEADS a métrica determinante é o "Custo por LEAD", certo? Encaixe isso na sua organização e tudo estará resolvido.

Para fazer uma estruturação de colunas de análise você precisa entender o que vai direcionar as tuas decisões.



Porque devo me preocupar com a Organização de Colunas?

- Otimização do seu tempo
- Análises mais assertivas
- Tomadas de decisões convictas

Métricas Primárias e Secundárias

Primeiramente, entenda que existem 2 tipos de métricas, as Primárias e as Secundárias.

As métricas Primárias, são aquelas que tem o poder de nos fazer tomar decisões.

Desativar campanhas, conjuntos ou anúncios ou otimizá-los. E essas ações interferem diretamente no teu resultado.

Portanto, sua atenção deve estar totalmente voltada para elas.

As métricas primárias se tornam ainda mais importantes quando o projeto está em fase de escala, tornando as métricas secundárias irrelevantes em determinado momento.

As métricas secundárias

São aquelas que te ajudarão a entender o comportamento do teu público assim como os impactos dos teus anúncios.

É importante te lembrar que são essas métricas que vão direcionar as otimizações necessárias nos teus crativos e também na estrutura das tuas páginas.

É isso mesmo, as métricas secundárias são muito importantes no período de testes, tanto de público quanto de criativos. Além disso são números importantes para a análise do teu funíl de tráfego e estrutura. Por exemplo:

Analizando que o seu CTR está em 5% (uma taxa relativamente boa) mas os seus LEADs nem mesmo ativam o evento de Initiate Checkout. Onde está o problema?

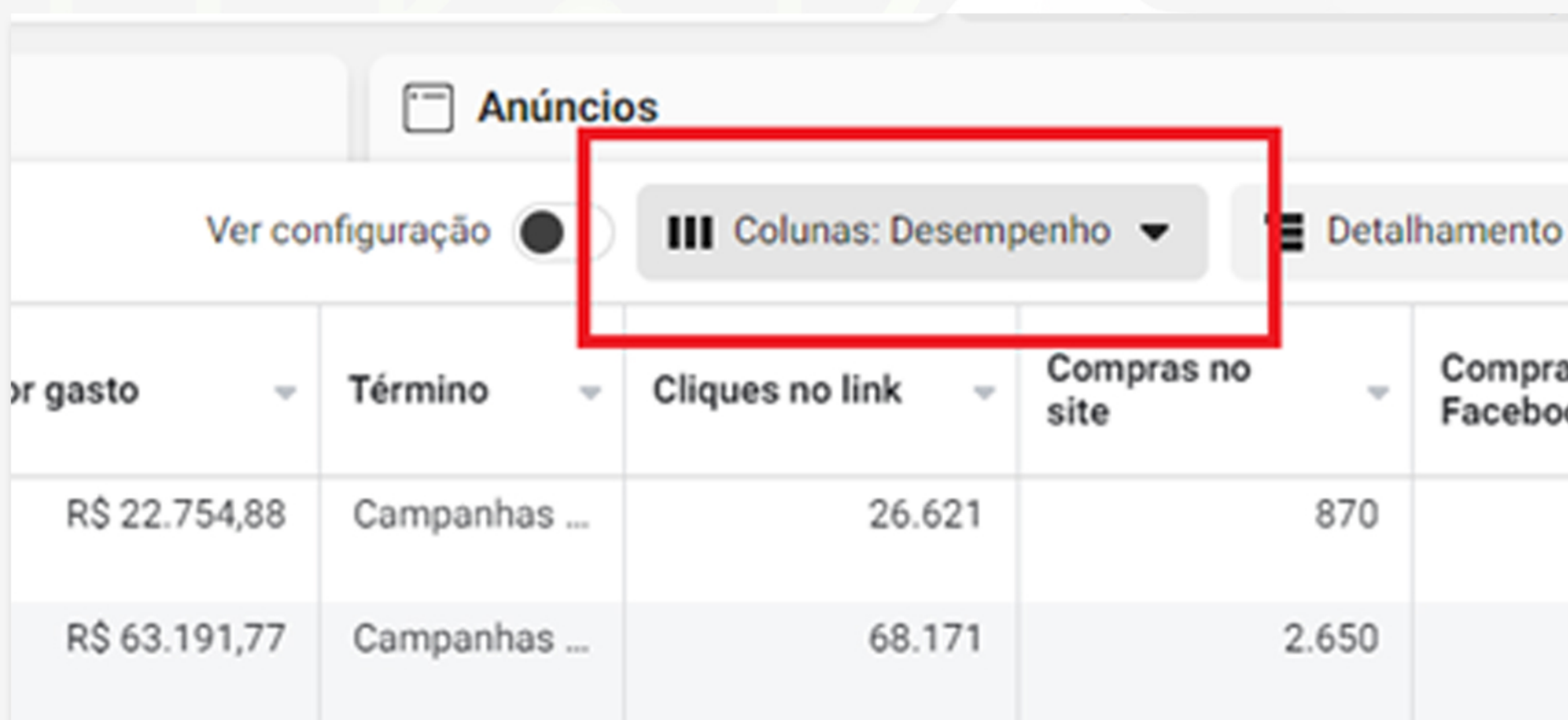
Obviamente o teu criativo está muito bom, pois seu CTR é excelente. Nesse caso, você precisa analisar a próxima etapa do funil que seria a sua estrutura e tudo que compoe ela. Sua página, sua oferta, os seus CTAs.

Enfim, isso é assunto pra uma outra aula.

Passo a Passo - Como Fazer a Personalização de Colunas

Passo 01

Clique em *Colunas* (Canto superior direito)



Anúncios				
Ver configuração		Colunas: Desempenho		Detalhamento
Valor gasto	Término	Cliques no link	Compras no site	Compras Facebook
R\$ 22.754,88	Campanhas ...	26.621	870	
R\$ 63.191,77	Campanhas ...	68.171	2.650	

Passo a Passo - Como Fazer a Personalização de Colunas

Passo 02

Clique em *Personalizar colunas*

Últimos 30 dias: 11 de Jan de 2021 a 9 de Feb de 2021
Observação: não inclui os dados de hoje

Anúncios

Ver configuração ☐ Colunas: Desempenho ☒ Detalhamento ☐ Relatórios ☐

Valor gasto	Término	Engajamento com o vídeo	Engajamento com o aplicativo	Engajamento em carrossel	Desempenho e cliques	Em vários dispositivos	Conversões offline	Direcionamento e criativo	Lances e otimização	Engajamento com a mensagem	INSTA	PADRÃO	Reprodução do vídeo por usuário	Compras no Facebook	Reprodução do vídeo por usuário
R\$ 22.754,88	Campanha														
R\$ 63.191,77	Campanha														
R\$ 0,00	Campanha														
R\$ 0,00	Campanha														
R\$ 352,39	Campanha														
R\$ 0,00	Campanha														
R\$ 0,00	Campanha														
R\$ 37,03	Campanha														
R\$ 890,99	Campanha														
R\$ 186,26	Campanha														
R\$ 8.967,54	Campanha														

Personalizar colunas...

Comparar atribuições

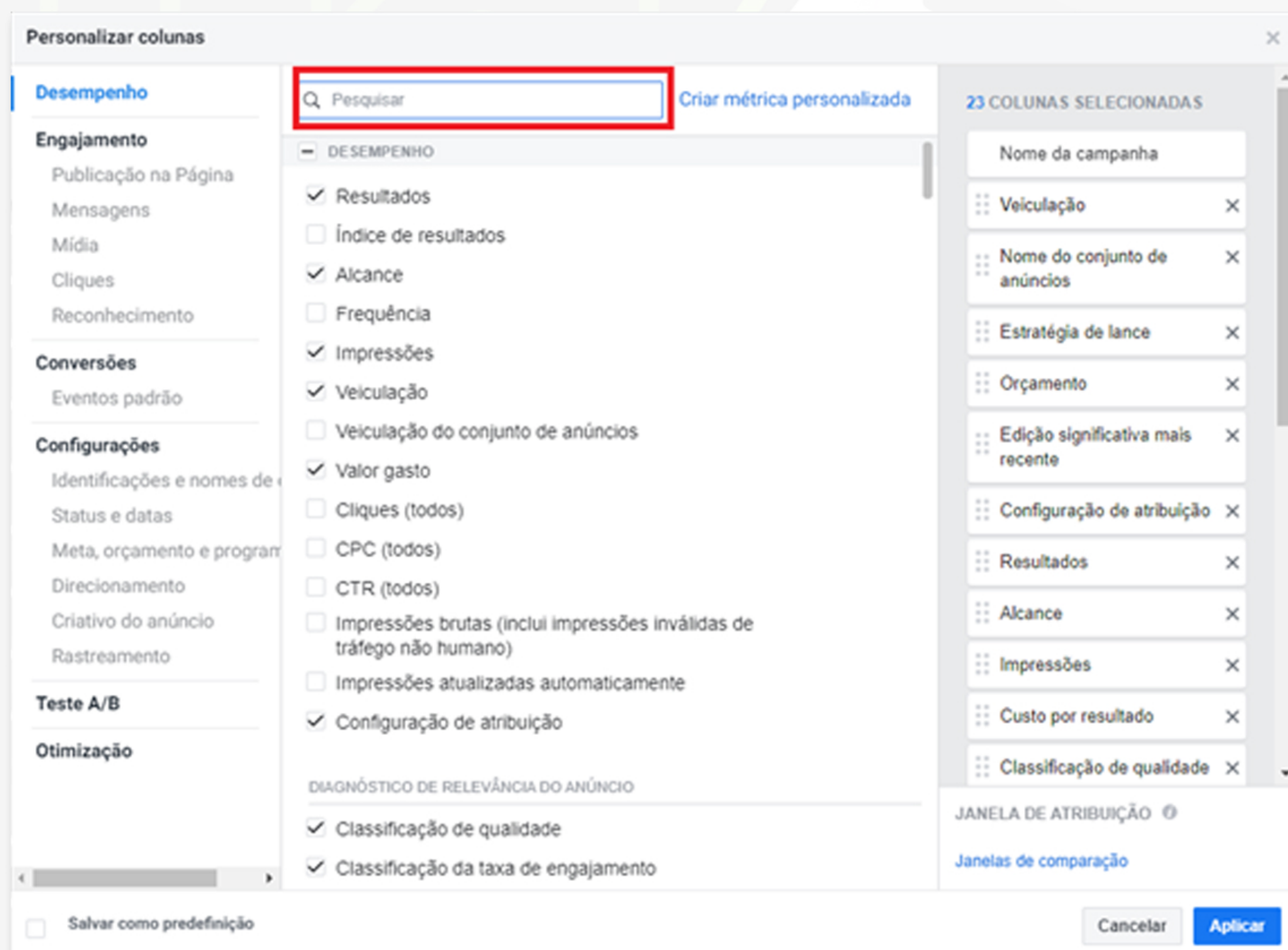
Definir como padrão

Redefinir larguras das colunas

Passo a Passo - Como Fazer a Personalização de Colunas

Passo 03

Pesquise as métricas do seu interesse



Personalizar colunas

Desempenho

Engajamento

- Publicação na Página
- Mensagens
- Mídia
- Cliques
- Reconhecimento

Conversões

- Eventos padrão

Configurações

- Identificações e nomes de
- Status e datas
- Meta, orçamento e program
- Direcionamento
- Criativo do anúncio
- Rastreamento

Teste A/B

Otimização

[Criar métrica personalizada](#)

DESEMPENHO

- ☒ Resultados
- ☐ Índice de resultados
- ☒ Alcance
- ☐ Frequência
- ☒ Impressões
- ☒ Veiculação
- ☐ Veiculação do conjunto de anúncios
- ☒ Valor gasto
- ☐ Cliques (todos)
- ☐ CPC (todos)
- ☐ CTR (todos)
- ☐ Impressões brutas (inclui impressões inválidas de tráfego não humano)
- ☐ Impressões atualizadas automaticamente
- ☒ Configuração de atribuição

DIAGNÓSTICO DE RELEVÂNCIA DO ANÚNCIO

- ☒ Classificação de qualidade
- ☒ Classificação da taxa de engajamento

23 COLUNAS SELECIONADAS

- Nome da campanha
- Veiculação
- Nome do conjunto de anúncios
- Estratégia de lance
- Orçamento
- Edição significativa mais recente
- Configuração de atribuição
- Resultados
- Alcance
- Impressões
- Custo por resultado
- Classificação de qualidade

JANELA DE ATRIBUIÇÃO

[Janelas de comparação](#)

☐ Salvar como predefinição

[Cancelar](#) [Aplicar](#)

Passo a Passo - Como Fazer a Personalização de Colunas

Passo 04

Organize a ordem que essas métricas aparecerão no seu gerenciador e depois *salve as alterações*

The screenshot shows the 'Personalizar colunas' (Customize columns) window in Google Ads. The window is divided into several sections:

- Desempenho** (Performance): A sidebar on the left with categories like Engajamento, Conversões, Configurações, Teste A/B, and Otimização.
- DESEMPENHO** (Performance): A central list of metrics with checkboxes. Selected metrics include Resultados, Alcance, Impressões, Veiculação, Valor gasto, and Configuração de atribuição.
- 23 COLUNAS SELECIONADAS** (23 columns selected): A list on the right showing the selected metrics in a specific order. A red box highlights this list.
- DIAGNÓSTICO DE RELEVÂNCIA DO ANÚNCIO** (Ad relevance diagnostic): A section at the bottom with checkboxes for Classificação de qualidade and Classificação da taxa de engajamento.
- Salvar como predefinição** (Save as default): A checkbox at the bottom left, highlighted with a red box.
- Cancelar** and **Aplicar** buttons: Located at the bottom right.

Feito tudo isso, vá em colunas novamente e selecione a personalização que você acabou de criar.

Minha Organização de Colunas dentro do Gerenciador de Anúncios

Personalizar colunas

Desempenho

Engajamento

- Publicação na Página
- Mensagens
- Mídia
- Cliques
- Reconhecimento

Conversões

- Eventos padrão

Configurações

- Identificações e nomes de
- Status e datas
- Meta, orçamento e program
- Direcionamento
- Criativo do anúncio
- Rastreamento

Teste A/B

Otimização

Pesquisar

Criar métrica personalizada

DESEMPENHO

- ☒ Resultados
- ☐ Índice de resultados
- ☒ Alcance
- ☒ Frequência
- ☒ Impressões
- ☒ Veiculação
- ☐ Veiculação do conjunto de anúncios
- ☒ Valor gasto
- ☐ Cliques (todos)
- ☐ CPC (todos)
- ☐ CTR (todos)
- ☐ Impressões brutas (inclui impressões inválidas de tráfego não humano)
- ☐ Impressões atualizadas automaticamente
- ☐ Configuração de atribuição

DIAGNÓSTICO DE RELEVÂNCIA DO ANÚNCIO

- ☐ Classificação de qualidade
- ☐ Classificação da taxa de engajamento

18 COLUNAS SELECIONADAS

- Nome da campanha
- Veiculação
- Nome do conjunto de anúncios
- Orçamento
- Valor gasto
- Resultados
- Custo por resultado
- Valor de conversão de compras
- Valor de conversão de compras no site
- Valor de conversão da compra no Facebook
- Retorno sobre o investimento

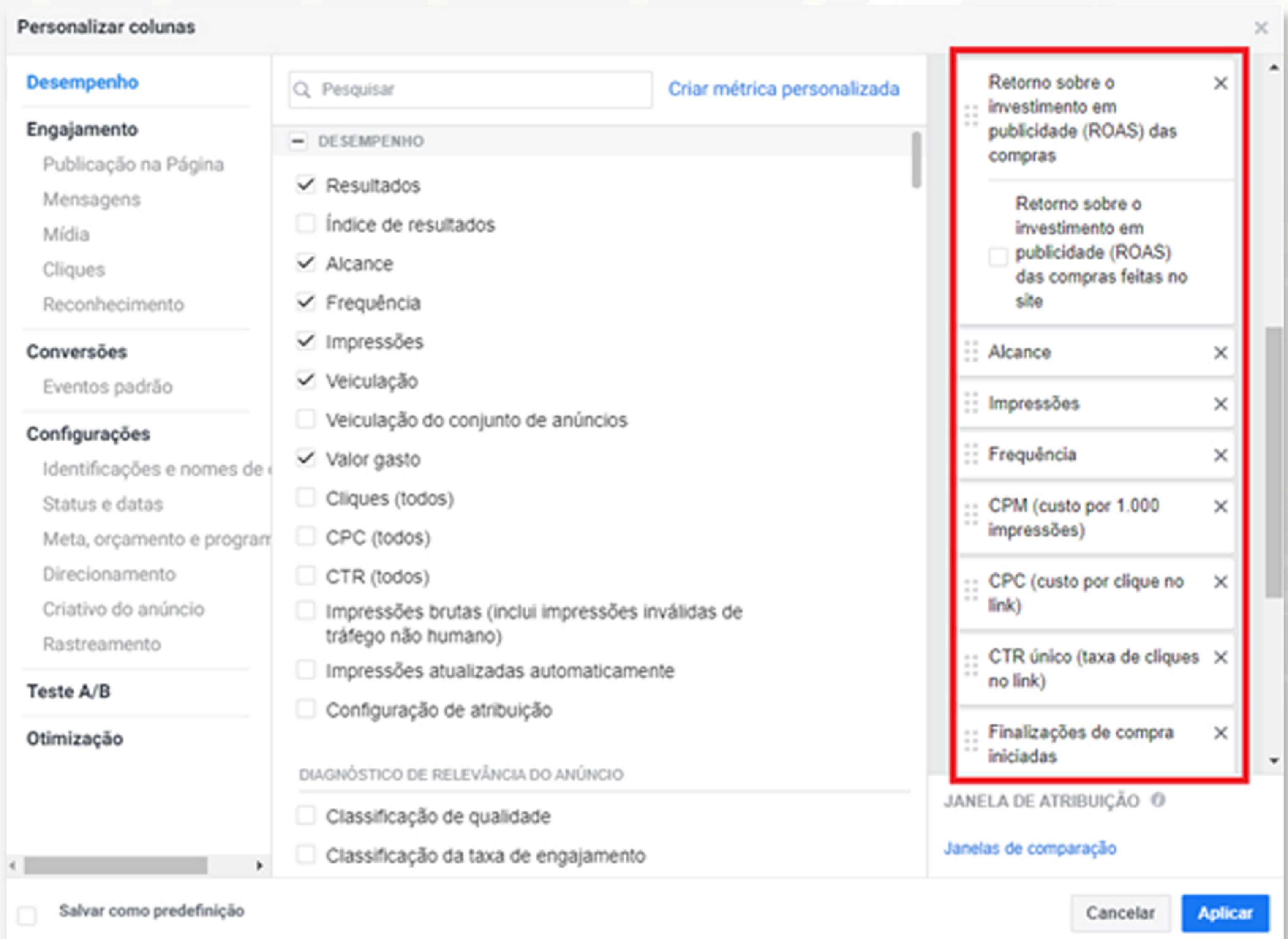
JANELA DE ATRIBUIÇÃO

Janelas de comparação

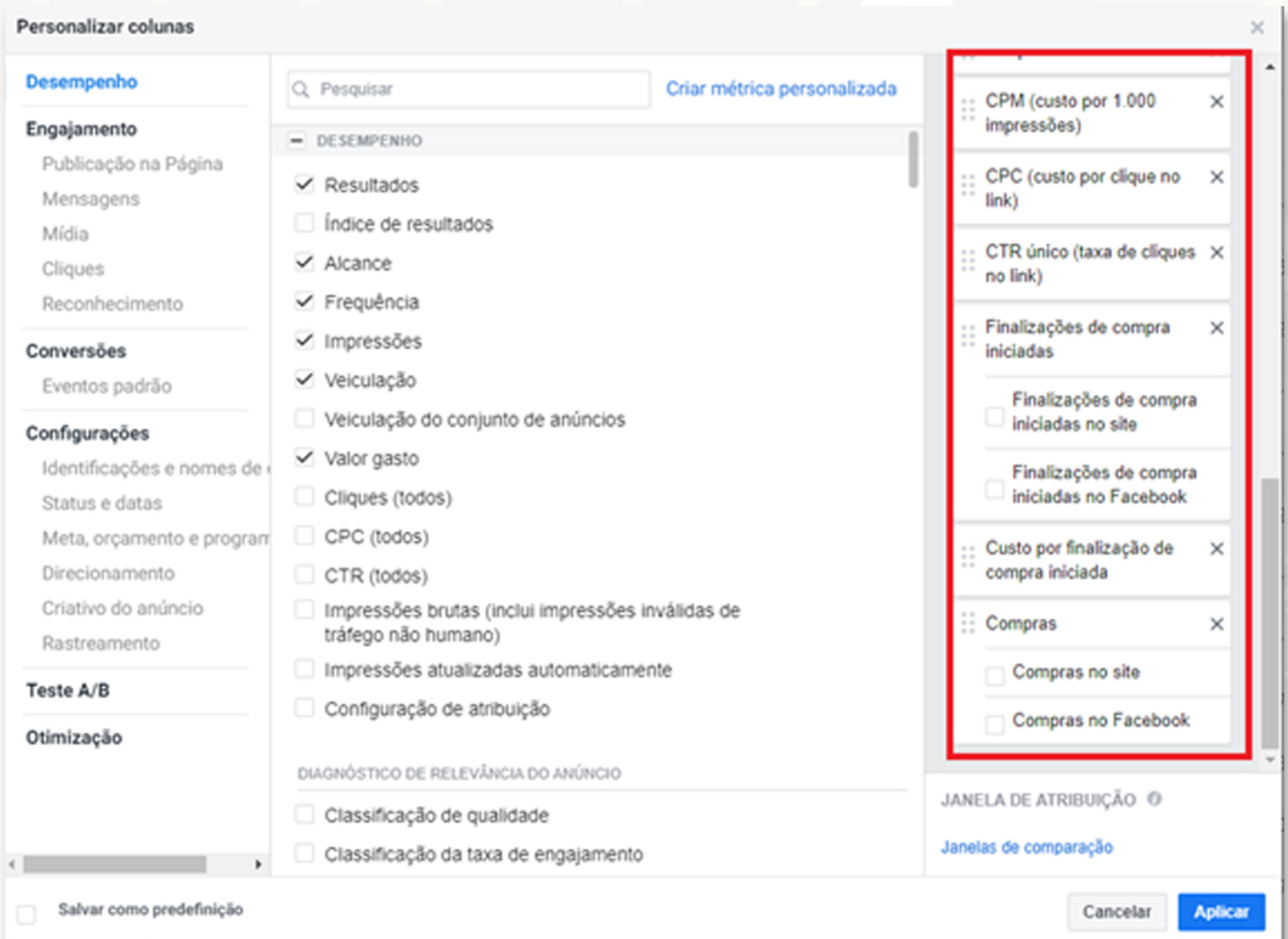
☐ Salvar como predefinição

Cancelar Aplicar

Minha Organização de Colunas dentro do Gerenciador de Anúncios



Minha Organização de Colunas dentro do Gerenciador de Anúncios



Entenda primeiramente o conceito de métricas primárias e secundárias, domine o tipo de oferta e modele tudo isso para o seu negócio. São seja o cara do CTRL C + CTRL V