



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 essencia 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 criativos 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 funil 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 analizar 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)

The screenshot shows a digital marketing dashboard titled "Anúncios". At the top, there are buttons for "Ver configuração" and "Colunas: Desempenho". A red box highlights the "Colunas: Desempenho" button. To the right of the table, there is a "Detalhamento" button. The table below has columns for "Valor gasto", "Término", "Cliques no link", "Compras no site", and "Compras Facebo".

Valor gasto	Término	Cliques no link	Compras no site	Compras Facebo
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*

The screenshot shows a digital marketing dashboard with the following interface elements:

- Header:** "Últimos 30 dias: 11 de Jan de 2021 a 9 de Fev de 2021" and "Observação: não inclui os dados de hoje".
- Toolbar:** "Anúncios" (checkbox), "Ver configuração" (toggle switch), "Colunas: Desempenho" (dropdown), "Detalhamento" (dropdown), and "Relatórios" (dropdown).
- Table:** A grid of data rows. The columns are: "Melhor gasto" (with dropdown arrow), "Término" (with dropdown arrow), "Engajamento com o vídeo", "no", "Compras no Facebook", and "Reproduções do vídeo p/mínimo 3..".
- Context Menu:** A dropdown menu is open over the last row of the table, listing:
 - 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
 - PADRÃOThe "Personalizar colunas..." option is highlighted with a red box.

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 campanha
- Status e datas
- Meta, orçamento e programação
- Direcionamento
- Criativo do anúncio
- Rastreamento

Teste A/B

Otimização

Pesquisar

Criar métrica personalizada

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

DIAGNÓSTICO DE RELEVÂNCIA DO ANÚNCIO

- Classificação de qualidade
- Classificação da taxa de engajamento

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**

Personalizar colunas

Desempenho

Engajamento

Publicação na Página
Mensagens
Mídia
Clique
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

23 COLUNAS SELECIONADAS

- Nome da campanha
- Veloculação
- 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

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
Clique
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

DESEMPENHO

- Resultados
- Índice de resultados
- Alcance
- Frequência
- Impressões
- Veiculação
- Veiculação do conjunto de anúncios

- Valor gasto
- Clique (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

Salvar como predefinição

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

Minha Organização de Colunas dentro do Gerenciador de Anúncios

Personalizar colunas

Desempenho

Engajamento

Publicação na Página
Mensagens
Mídia
Clique
Reconhecimento

Conversões

Eventos padrão

Configurações

Identificações e nomes de usuários
Status e datas
Meta, orçamento e programação
Direcionamento
Criativo do anúncio
Rastreamento

Teste A/B

Otimização

Pesquisar Criar métrica personalizada

DESEMPENHO

- Resultados
- Índice de resultados
- Alcance
- Frequência
- Impressões
- Veloculação
- Veloculação do conjunto de anúncios
- Valor gasto
- Clique (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

Retorno sobre o investimento em publicidade (ROAS) das compras

Retorno sobre o investimento em publicidade (ROAS) das compras feitas no site

Alcance

Impressões

Frequência

CPM (custo por 1.000 impressões)

CPC (custo por clique no link)

CTR único (taxa de cliques no link)

Finalizações de compra iniciadas

JANELA DE ATRIBUIÇÃO

Janelas de comparação

Salvar como predefinição

Cancelar Aplicar

Minha Organização de Colunas dentro do Gerenciador de Anúncios

The screenshot shows the 'Personalizar colunas' (Customize columns) dialog box from the Facebook Ads Manager. On the left, there's a sidebar with categories like Desempenho, Engajamento, Conversões, Configurações, Teste A/B, and Otimização. The main area has a search bar and a 'Criar métrica personalizada' (Create custom metric) button. The 'DESEMPENHO' section is expanded, showing various metrics with checkboxes. To the right, a list of metrics is shown in a hierarchical tree view, also with checkboxes. A red box highlights the first few items under 'DESEMPENHO': CPM (custo por 1.000 impressões), CPC (custo por clique no link), and CTR único (taxa de cliques no link). At the bottom, there are buttons for 'Cancelar' (Cancel) and 'Aplicar' (Apply).

CPM (custo por 1.000 impressões)
CPC (custo por clique no link)
CTR único (taxa de cliques no link)
Finalizações de compra iniciadas
Finalizações de compra iniciadas no site
Finalizações de compra iniciadas no Facebook
Custo por finalização de compra iniciada
Compras
Compras no site
Compras no Facebook

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