

## Material de apoio - Aula 2

### 1. Entendendo as métricas

**Métricas principais:** resultados e custo por resultado

O resultado é aquilo que você está buscando com o seu objetivo. Ou seja, se o seu objetivo é Visualização de Vídeo, o seu resultado será o ThruPlay (todo mundo que viu pelo menos 15secs do seu vídeo). Se o seu objetivo é mais pedido de orçamento, o seu resultado será Conversa por mensagem iniciada.

As métricas principais são as que você deve analisar primeiro. Se o resultado e o custo por resultado estiverem dentro do esperado PARA VOCÊ, então não precisa se preocupar com as métricas secundárias.

**Métricas secundárias:**

- Alcance: quantidade de pessoas que foram atingidas por seus anúncios
- Impressões: vezes que o seu anúncio apareceu no celular ou computador de algum usuário
- Frequência: média de vezes que cada usuário recebeu seus anúncios (por dia)
- Reproduções de 25% dos vídeos: O número de vezes que o seu vídeo foi reproduzido até 25% da duração.
- Reproduções de 50% dos vídeos: O número de vezes que o seu vídeo foi reproduzido até 50% da duração.
- Reproduções de 75% dos vídeos: O número de vezes que o seu vídeo foi reproduzido até 75% da duração.
- Reproduções de 95% dos vídeos: O número de vezes que o seu vídeo foi reproduzido até 95% da duração.
- Reproduções de 100% dos vídeos: O número de vezes que o seu vídeo foi reproduzido até 100% da duração.
- Reproduções de vídeo: O número de vezes que o seu vídeo começa a reproduzir. Isso é contado para cada **impressão** de um vídeo e exclui repetições.

### 2. Estratégia de Campanha: isolando variáveis

Como o Facebook muitas vezes acaba priorizando um criativo (seja vídeo ou imagem) em relação a outros que estão no mesmo conjunto, podemos optar por isolar os criativos em

conjuntos diferentes (mantendo o mesmo público) para que a verba destinada em cada conjunto seja usada apenas para 1 criativo, ou seja, não vai existir competição.

Veja o exemplo abaixo:

1ª Campanha: Visualização de vídeo

1 Campanha

1 Conjunto

3 anúncios: tattoo irmãs, tattoo glitter e tattoo foda-se

O Facebook priorizou **tattoo foda-se** em relação aos outros dois anúncios. O que fazer?

**Isolar os anúncios em conjuntos distintos. Veja o exemplo abaixo:**

1 Campanha

3 Conjuntos

1 anúncio em cada conjunto

Essa lógica se aplica em qualquer objetivo, seja de branding com campanha de engajamento ou visualização de vídeo ou com o objetivo de atrair novos clientes com a campanha de mensagem.

Importante lembrar que: o orçamento que você está disposta a colocar vai no nível de conjunto de anúncios, ou seja, se você optar por isolar as variáveis, você precisará multiplicar o orçamento pela quantidade de conjuntos que você vai utilizar.

No primeiro cenário você estava colocando R\$6 no conjunto, já no cenário 2 o mínimo de orçamento que você teria para rodar 3 conjuntos seria R\$18 (R\$6 por conjunto).

É claro que estamos falando de mínimo, então é importante saber que você não terá resultados absurdos. O resultado **NORMALMENTE** é proporcional ao quanto você está disposto a investir. Então se você investe pouco, seu resultado será baixo, mas se você investe muito, seu resultado **tende** a ser mais alto.

**Lembre-se:** tráfego não faz milagre. Então se você coloca pra rodar anúncios ruins, pra um público que não tem interesse em comprar de você e com uma verba baixa, você não terá bons resultados.

Já se você anuncia com bons criativos, para um público aquecido e com uma verba considerável, você provavelmente terá melhores resultados.

O tráfego **POTENCIALIZA** tudo. Ou seja, se é ruim, vai potencializar o que é ruim e se é bom, vai potencializar o que é bom.

Pense no tráfego como uma catapulta para atingir determinados resultados. Se você fosse depender apenas da boa vontade do algoritmo e investir seus esforços apenas no orgânico, você demoraria muito mais. Agora imagine que você investe dinheiro no seu esforço e compra espaço para mostrar seu trabalho na internet, concorda que você vai aparecer muito mais do que se você não está disposto a investir nem 1 centavo?

Esse material de apoio não exclui a importância de reassistir a aula. Eu não aprendi gestão de tráfego em 1 dia, então isso também não vai se aplicar a você. Eu digo isso porque alguns alunos de mentoria (não to dizendo que é o seu caso) acham que apenas assistir a aula no dia vai ser suficiente para já aprender e entender tudo, o que não é verdade. Qualquer coisa nova que a gente estuda, demanda tempo para aprender.

Tudo que você precisa saber sobre “apertar botões” está nos vídeos da área de membros. Não esqueça de tirar dúvidas sempre que precisar.