

Mídias e taxas de conversão

Sabemos que as mídias pagas são importantes geradoras de tráfego e, consequentemente, de vendas. Mas cada uma delas tem taxas de conversão diferentes. Com base nisto, podemos afirmar que:

Selecione uma alternativa

- A** Têm diferentes taxas de conversão porque foram construídas para canais diferentes. Mas idealmente deveriam ser idênticas.
- B** As campanhas com baixas taxas de conversão precisam ser descontinuadas tão logo percebamos que não estão performando.
- C** Não podemos nos pautar pela conversão para a análise das campanhas de mídia paga. Elas servem unicamente para divulgação da marca.
- D** Elas tem diferentes taxas de conversão pois impactam o cliente em diferentes momentos na decisão de compra.