

Vídeo - Dados para Otimização (Públicos e Canais)

BY
CO

ROCKY

FULL DIGITAL PERFORMANCE





Otimização de públicos

- Assim, como nas restantes campanhas, a análise do público-alvo depende da etapa do funil em que se enquadra a campanha (definição de métricas e KPIs);
 - Awareness: **CPV**, Taxa de visualização, ...
 - Consideração: CPC, CTR, ...
 - Intenção: CPA, Taxa de conversão, ...
- Deve-se entrar na aba de públicos dentro da campanha e comparar os resultados entre os mesmos para um determinado período de tempo, assim como comparar a evolução dentro de um mesmo público em períodos diferentes;
- Com os dados em mão, podemos tomar decisões como ampliar o público em questão, restringi-lo, pausa-lo, etc.;
- Também a parte de dados demográficos pode trazer insights valiosos.



Otimização com base em canais de exibição

- Referem-se a onde os nossos anúncios estão sendo exibidos e onde gostaríamos de exibi-los;
- Muito importante a análise pois pode explicar diversos comportamentos da campanha, como uma taxa de visualização alta ou baixa, etc.;
 - Atenção a canais infantis e aplicativos móveis
- Possibilidade de exclusão ou inclusão de canais.



Obrigado