



Faça o que eu fiz na aula

Chegou a hora de fazer exatamente como eu fiz, então escolha um site de um cliente ou o site da empresa onde você trabalha e faça a seguinte avaliação:

O seu site é responsivo? Caso precise, você pode fazer o teste usando a [ferramenta de teste de responsividade do google](https://search.google.com/test/mobile-friendly?hl=pt-br) (<https://search.google.com/test/mobile-friendly?hl=pt-br>). Avalie também se o Google Analytics do seu site está configurado corretamente.

Feitas estas avaliações, você precisa avaliar se a empresa possui campanhas de Google Ads bem configuradas e ou campanhas de facebook ads. Essas campanhas existem? Caso tenha acesso, verifique se elas estão atingindo os objetivos.

Avalie também se o site da empresa que está observando, possui um chat para tirar dúvidas, se possui uma fan page no facebook que responda a dúvidas dos usuários e clientes ou até mesmo se já existem rotinas automatizadas de relacionamento como chatbots.

Após essas análises, chegou o momento de observar e analisar os relatórios de mídia e até mesmo acessar os sistemas de BI caso a empresa tenha. É preciso cruzar essas informações e observar se é possível gerir resultados com bom nível de detalhe.

Após esse levantamento, se você chegar a conclusão que todos os itens estão sendo perfeitamente contemplados, aí sim, chegou a hora de pensar em mídia programática. Caso alguns destes itens ainda não esteja sendo contemplado, o ideal é que você busque fazer com que esse item seja contemplado.