

Método O Rei do Tráfego

Módulo 04

AULA 26 – – Escalando com CBO e Analisando Métricas

● O que falaremos na aula?

Nesta aula vamos ver como utilizar o CBO para escalar campanhas e quais as métricas você precisa analisar antes de começar o processo de escala.

Vamos segmentar as campanhas que estão rodando nesta conta, filtrando nos últimos 7 dias por campanhas de conversão ativas com conjuntos de anúncios ativos, para analisar qual está fazendo sentido escalar.

O primeiro passo é selecionar exatamente quais campanhas pretende analisar e em seguida quais métricas vai precisar para a análise.

QUAIS AS MÉTRICAS PRECISAMOS ANALISAR ANTES DE ESCALAR:

- 1) Numero de compras
- 2) Valor faturado e
- 3) ROI

Então, o primeiro passo é excluir todas as colunas que não fazem sentido analisar no momento e selecionar as métricas que iremos usar, desativar os checks para não duplicar as colunas, nomear e salvar essa configuração de colunas.

Colunas que não podem faltar:

Compras | Valor de Conversão em Compras | Retorno Sobre Investimento

Em seguida vamos ordenar nossas colunas pelo ROI, basta clicar em cima do nome “Retorno sobre o Investimento”



Método O Rei do Tráfego

<input type="checkbox"/>	Nome do conjunto de anúncios	Edição significativa mais recente	Resultados	Alcance	Impressões	Custo por resultado	Valor gasto	Compras	Valor de conversão de compras	Retorno sobre o investimento
<input type="checkbox"/>	00 - [AUTO][ADD TO CART - 60D - 29/08/2019]	29 de Out de 2019 11:55 Há 9 dias	15 Compras	1.733	5.523	R\$ 2,30 Por compra	R\$ 34,45	15	R\$ 2.113,60	61,35
<input type="checkbox"/>	02 - [AUTO][LView Page - Geral - 30D - 08/05/2019]	5 de Nov de 2019 09:58 Há 2 dias	15 Compras	8.194	20.172	R\$ 2,82 Por compra	R\$ 42,23	15	R\$ 2.178,76	51,59
<input type="checkbox"/>	00 - [AUTO][ADD TO CART - 60D - 29/08/2019]	1 de Nov de 2019 20:20 Há 6 dias	13 Compras	2.080	7.186	R\$ 5,15 Por compra	R\$ 66,92	13	R\$ 3.208,51	47,95
<input checked="" type="checkbox"/>	03 - [AUTO][18 a 40][Lookalike (BR, 1%) - Lista Client...	5 de Nov de 2019 09:58 Há 2 dias	9 Compras	70.192	104.855	R\$ 4,72 Por compra	R\$ 42,44	9	R\$ 1.639,82	38,64
<input type="checkbox"/>	02 - [AUTO][IG - ENVOLVIMENTO CALI 90D - 13.0... <small>Inspeccionar Visualizar gráficos Editar Duplicar</small>	1 de Nov de 2019 20:17 Há 6 dias	13 Compras	52.977	101.024	R\$ 8,02 Por compra	R\$ 104,22	13	R\$ 2.721,00	26,11
<input type="checkbox"/>	01 - [AUTO][Lista Clientes Julho 2019]	29 de Out de 2019 11:55 Há 9 dias	4 Compras	5.152	15.625	R\$ 8,67 Por compra	R\$ 34,67	4	R\$ 614,46	17,72
<input type="checkbox"/>	00 - [AUTO][COMPROU CALI 180D - 13.02.19+Lista ...]	1 de Nov de 2019 20:17 Há 6 dias	14 Compras	6.416	25.425	R\$ 10,50 Por compra	R\$ 147,05	14	R\$ 2.308,65	15,70
> Resultados de 7 conjuntos de anúncios			83 Compras	132.993 Pessoas	279.810 Total	R\$ 5,69 Por compra	R\$ 471,98 Total gasto	83 Total	R\$ 14.784,80 Total	31,33 Média

Aqui tem uma observação muito importante a fazer.

Se analisarmos as métricas separadamente podemos correr um grande risco de fazer otimizações erradas, veja só.

Vamos utilizar apenas a métrica ROI para exemplificar.

O conjunto 02 está com 26,11 de ROI, enquanto que o conjunto 03 apresentou 38,64 de ROI.

Analisando este resultado eu te pergunto: Qual dos dois conjuntos teve um melhor resultado? A resposta óbvia é o conjunto 03, correto?

Errado! Vamos analisar mais profundamente:

O conjunto 03 teve um ROI de 38,64, gastou R\$ 42,44 e teve um retorno de R\$ 1639,82, o que dá um lucro de R\$ 1597,38.

Já o conjunto 02 teve um ROI de 26,11, gastou R\$ 104,22 e teve um retorno de R\$ 2721,00, o que dá um lucro de R\$ 2616,78.

Agora te pergunto: o que é melhor R\$ 1597,38 ou R\$ 2616,78? Fica óbvio agora que o conjunto 02 no geral teve um resultado melhor que o conjunto 03, apesar de ter um ROI menor.



Método O Rei do Tráfego

Módulo 04

AULA 26 – – Escalando com CBO e Analisando Métricas

Ps. Agora não faria sentido nenhum pensar em escala se por exemplo tivesse um conjunto com R\$ 5000,00 de faturamento, mas o ROI de 2. Aqui sim tem colocar na balança pra ver o que compensa.

Por isso é muito importante antes de pensar em escalar um conjunto ou uma campanha, que sejam analisadas principalmente as métricas de Número de Vendas, Valor Faturado e ROI.

POR QUE e COMO ESCALAR EM CBO?

Simplesmente porque as que estão tendo resultado neste caso são de públicos quentes e de tamanho limitado, se aumentar a verba muito rápido pode acabar acontecendo a saturação do público e piorando o desempenho deles.

Sabendo disso, a primeira coisa a fazer depois de identificar os públicos que estão com bons resultados é começar a criação da campanha observando sempre as estruturas de hierarquia e exclusão de públicos.

A estrutura da minha campanha ficou assim:

Campanha em CBO:

Conjuntos:

00 – Comprou - 180D

01 – Add To Cart - 60D

02 – Page View – 30D

03 – IG Envolvimento – 90D



Método O Rei do Tráfego

Módulo 04

AULA 26 – – Escalando com CBO e Analisando Métricas

ATENÇÃO! Pode ser que o CBO não distribua a verba igualmente a verba entre os conjuntos, é possível que ele priorize o conjunto 03 – IG Envolvimento – 90D, por ser um público maior.

Se depois do seu teste de 7 dias verificar que isto aconteceu, ou seja, que o Facebook está priorizando um público a mais que os outros, você pode configurar dentro do conjunto de anúncio uma limitação de gasto mínimo e máximo para aquele conjunto.

Analisa o seguinte, se estamos escalando todos aqueles públicos é porque todos eles demonstraram potencial para escala e a partir do momento que o Face está priorizando a verba para um, vou estar prejudicando os outros.

Essa foi a estrutura de escala para públicos quentes que é idêntica para públicos frios

Viu que não há mistério na escala de campanhas em CBO? Você. Precisa ficar atento principalmente às métricas antes de escalar. Na aula seguinte você vai aprender a escalar campanhas utilizando o CBO e analisar métricas.

