



escola
britânica de
artes criativas
& tecnologia

Marketing Digital



Branding Media



GUIA DA AULA 4



Acompanhe as métricas

● Métricas

● Dicas



Acompanhe aqui os temas que serão tratados na videoaula.



Métricas



Alcance: é o número de pessoas que foi impactado

Impressão: quantas vezes o anúncio foi exibido para o usuário, se o anúncio foi visto mais de uma vez será contabilizado

Engajamento/ envolvimento: interações do usuário com um post, um anúncio. Pode ser um like, um amei...

Visualização: quantas vezes o anúncio foi visualizado

Frequência: média de vezes que o anúncio foi visto por um mesmo usuário



CPD: custo por diária

CTR: taxa de clique - da quantidade de impressões, quantos viraram cliques (%)

CPC: custo por clique

CPM: custo por mil impressões (cálculo: custo / impressões x 1000)

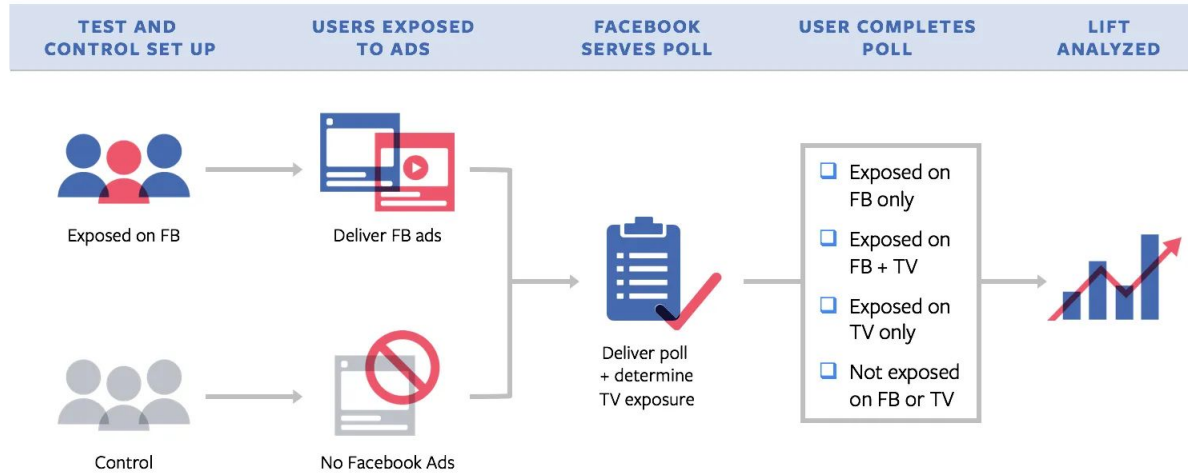
CPE: custo por engajamento/ envolvimento

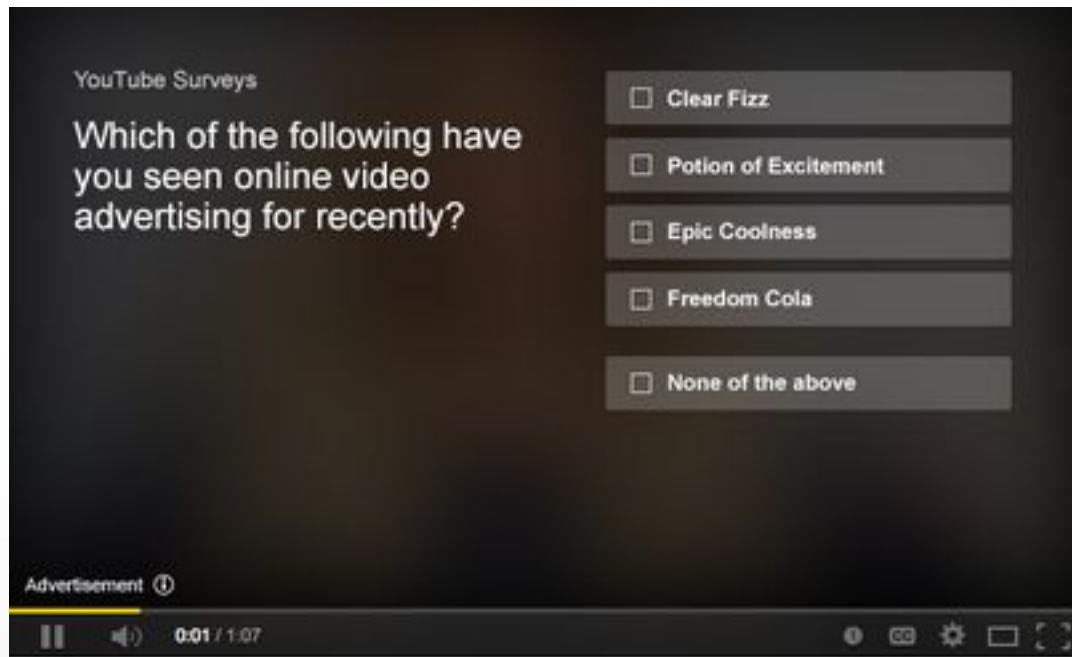


Os resultados mais analisados em campanhas de branding são relacionados a alcance, impressão, frequência, visualizações e com base nisso, métricas como CPM e CPV. Porém existe uma forma de mensurar o quanto o anúncio foi relevante para a construção ou reforço da marca, que é através de Brand Lift.

O brand lift é uma forma de mensurar a aceitação do público, o reconhecimento e interação em relação à marca que foi anunciada. Com ele é possível medir o reconhecimento, recall, consideração, intenção de compra, etc.







Dicas



- **Para topo de funil utilize formatos de alto impacto;**
- **Utilize formatos animados e vídeo;**
- **Converse com os times de criação para receber criativos de diferentes apelos para testar;**
- **Mesmo sendo topo e meio de funil, otimize, analise;**
- **Quando fechar veiculação com parceiros, acompanhe a entrega, troque insights.**



Bons estudos!

