

Jornada do Consumidor

Aumentar Atribuição de Conversão



EXEMPLO GA4

Linhas por página: 10   Ir para: 1   < 1-10 de 2071 >

Grupo de canais padrão ▾	↓ Conversões	Receita de compra	Dias até a conversão	Pontos de contato até a conversão
	12.745,00 x 15.490,00 ↓ -17,72%	R\$ 938.621,11 x R\$ 1.139.304,42 ↓ -17,61%	5,88 x 5,41 ↑ 8,63%	10,31 x 10,92 ↓ -5,58%
1   Cross-network 100%	975,00	R\$ 66.076,01	1,34	1,00
2   Paid Social × 20 100%	884,00	R\$ 60.715,06	5,97	20,00
3   Direct 100%	724,00	R\$ 34.436,74	0,00	1,00
4   Paid Search 100%	681,00	R\$ 54.832,43	0,97	1,00
5   Organic Social × 20 100%	469,00	R\$ 44.130,14	3,58	20,00
6   Cross-network × 2 100%	268,00	R\$ 16.233,48	3,33	2,00
7   Organic Shopping × 20 100%	208,00	R\$ 15.196,63	6,95	20,00
8   Paid Social × 7 100%	167,00	R\$ 7.709,07	0,11	7,00
9   Email × 20 100%	161,00	R\$ 10.579,31	8,16	20,00
10   Paid Social × 6 100%	135,00	R\$ 7.350,08	1,05	6,00

New node

## AÇÕES E ESTRATÉGIAS DE TRÁFEGO PARA E-COMMERCE

Ações

Algoritmo Livre   Advantage+

Testes A/B ( Por Métrica CTR, CPS )

Análise extra Resultado

- Seguidores
- Visitantes
- Chamadas no Whatsapp

Criativos   Guia de Criativos   [https://docs.google.com/presentation/d/13\\_HUW4Nx0Xxcqopfj0CaTdcYAjIBq4\\_cldRvY9BwoM/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/presentation/d/13_HUW4Nx0Xxcqopfj0CaTdcYAjIBq4_cldRvY9BwoM/edit?usp=sharing)

Pilares do Criativo

- Dor, Solução e Benefício
- Interrupção, Curiosidade e Eliminar Objeções
- Exemplo: MODAB

Simplificar Estrutura

Simplificação de Públicos

Decentralização Geográfica

- SP
- SUL
- SUDESTE ( SEM SP )

Decentralização Demográfica

- 18-24
- 25-40
- 41-60

Direcionamento por Dispositivos   Remarketing - Desktop - Google

Direcionamento para Páginas com Maior Taxa de Conversão   Criar Categoria Especifica ( iscas, promos, curva A )

Direcionamento para Canais de maior Conversão ( Ex: Whatsapp ) para Pequenos Projetos

Planilha de Produtos Curva A   <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1aNOYgy3obMBIDMKGuR9XhVpqhNOpOsAn2x3xw0hAah8/edit?usp=sharing>

Planilha de Previsibilidade   <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1XXFZ5Kc1fwXbAQ5nRQO5sLJMpWfo8ENQgDni7Z8p0/edit?usp=sharing>

Combo de Planilhas EDrone   [https://drive.google.com/drive/folders/1JXO\\_5O3H6SKaTIS3urOrH4KYolfsk\\_zD?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1JXO_5O3H6SKaTIS3urOrH4KYolfsk_zD?usp=sharing)

Métricas

- CTR
- CPS
- SESSÕES
- TAXA DE CONVERSÃO
- TICKET MÉDIO
- FATURAMENTO

Canais

Planilha de Ações   <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1myAonC6uPAXBEV7oYvesORiF1NFNIHy/edit?usp=sharing&oid=1163126712788617184938&rtopof=true&sd=true>

# AÇÕES E ESTRATÉGIAS DE TRÁFEGO PARA E-COMMERCE

## 1. Ações

1.1. Jornada do Consumidor

1.2. Aumentar Atribuição de Conversão

1.3. EXEMPLO GA4

1.3.1. New node

1.3.2. New node

1.4. Algoritmo Livre

1.4.1. Advantage+

1.5. Testes A/B ( Por Métrica CTR, CPS )

1.6. Análisar extra Resultado

1.6.1. Seguidores

1.6.2. Visitantes

1.6.3. Chamadas no Whatsapp

1.7. Criativos

1.7.1. Guia de Criativos

1.7.1.1.

[https://docs.google.com/presentation/d/13\\_HUW4NxIXsXrqopfJ0CaTdcYAJIBq4\\_okdRsV9BwqM/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/presentation/d/13_HUW4NxIXsXrqopfJ0CaTdcYAJIBq4_okdRsV9BwqM/edit?usp=sharing)

1.8. Pilares dos Criativo

1.8.1. Dor, Solução e Benefício

1.8.2. Interrupção, Curiosidade e Eliminar Objeções

1.8.3. Exemplo: MODAB

1.9. Simplificar Estrutura

1.10. Simplificação de Públicos

1.11. Decentralização Geográfica

1.11.1. SP

1.11.2. SUL

1.11.3. SUDESTE ( SEM SP )

1.12. Decentralização Demográfica

1.12.1. 18-24

1.12.2. 25-40

1.12.3. 41-60

### 1.13. Direcionamento por Dispositivos

#### 1.13.1. Remarketing - Desktop - Google

### 1.14. Direcionamento para Páginas com Maior Taxa de Conversão

#### 1.14.1. Criar Categoria Específica ( iscas, promos, curva A )

### 1.15. Direcionamento para Canais de maior Conversão ( Ex: Whatsapp ) para Pequenos Projetos

### 1.16. Planilha de Produtos Curva A

#### 1.16.1.

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1aNOYgy3obMBI0MKGur9XhVpqhN0pOsAn2x3xw0hAah8/edit?usp=sharing>

### 1.17. Planilha de Previsibilidade

#### 1.17.1.

<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1XXFZ5kC1fwvXbAQSnrQfO5sLJMpWfo8ENQgDni7ZRp0/edit?usp=sharing>

### 1.18. Combo de Planilhas EDrone

1.18.1. [https://drive.google.com/drive/folders/1JXO\\_5O3H6SKaTI53urQrH4KYolfxk\\_zD?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1JXO_5O3H6SKaTI53urQrH4KYolfxk_zD?usp=sharing)

### 1.19. Métricas

#### 1.19.1. CTR

#### 1.19.2. CPS

#### 1.19.3. SESSÕES

#### 1.19.4. TAXA DE CONVERSÃO

#### 1.19.5. TICKET MÉDIO

#### 1.19.6. FATURAMENTO

### 1.20. Canais

### 1.21. Planilha de Ações

1.21.1. <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1mvAonC6uPAXREY7oVvesORiF1NFNIHyp/edit?usp=sharing&ouid=116312671278861718493&rtpof=true&sd=true>