



ORGANIZAÇÃO DE COLUNAS PARA ANÁLISE DE MÉTRICAS NO FACEBOOK

Antes de mais nada, preciso deixar claro que essa organização é baseada em experiências pessoais e foi desenvolvida após diversos testes por mim mesmo.

Para cada tipo de oferta e para cada tipo de negócio, essas métricas podem variar. Mas a essência dessas análises serão sempre as mesmas.

Por exemplo, para lançamentos, em fase de captação de LEADS a métrica determinante é o "Custo por LEAD", certo? Encaixe isso na sua organização e tudo estará resolvido.

Para fazer uma estruturação de colunas de análise você precisa entender o que vai direcionar as tuas decisões.



Porque devo me preocupar com a Organização de Colunas?

- Otimização do seu tempo
- Análises mais assertivas
- Tomadas de decisões convictas

Métricas Primárias e Secundárias

Primeiramente, entenda que existem 2 tipos de métricas, as Primárias e as Secundárias.

As métricas Primárias, são aquelas que tem o poder de nos fazer tomar decisões.

Desativar campanhas, conjuntos ou anúncios ou otimizá-los. E essas ações interferem diretamente no teu resultado.

Portanto, sua atenção deve estar totalmente voltada para elas.

As métricas primárias se tornam ainda mais importantes quando o projeto está em fase de escala, tornando as métricas secundárias irrelevantes em determinado momento.

As métricas secundárias

São aquelas que te ajudarão a entender o comportamento do teu público assim como os impactos dos teus anúncios.

É importante te lembrar que são essas métricas que vão direcionar as otimizações necessárias nos teus crativos e também na estrutura das tuas páginas.

É isso mesmo, as métricas secundárias são muito importantes no período de testes, tanto de público quanto de criativos. Além disso são números importantes para a análise do teu funíl de tráfego e estrutura. Por exemplo:

Analizando que o seu CTR está em 5% (uma taxa relativamente boa) mas os seus LEADs nem mesmo ativam o evento de Initiate Checkout. Onde está o problema?

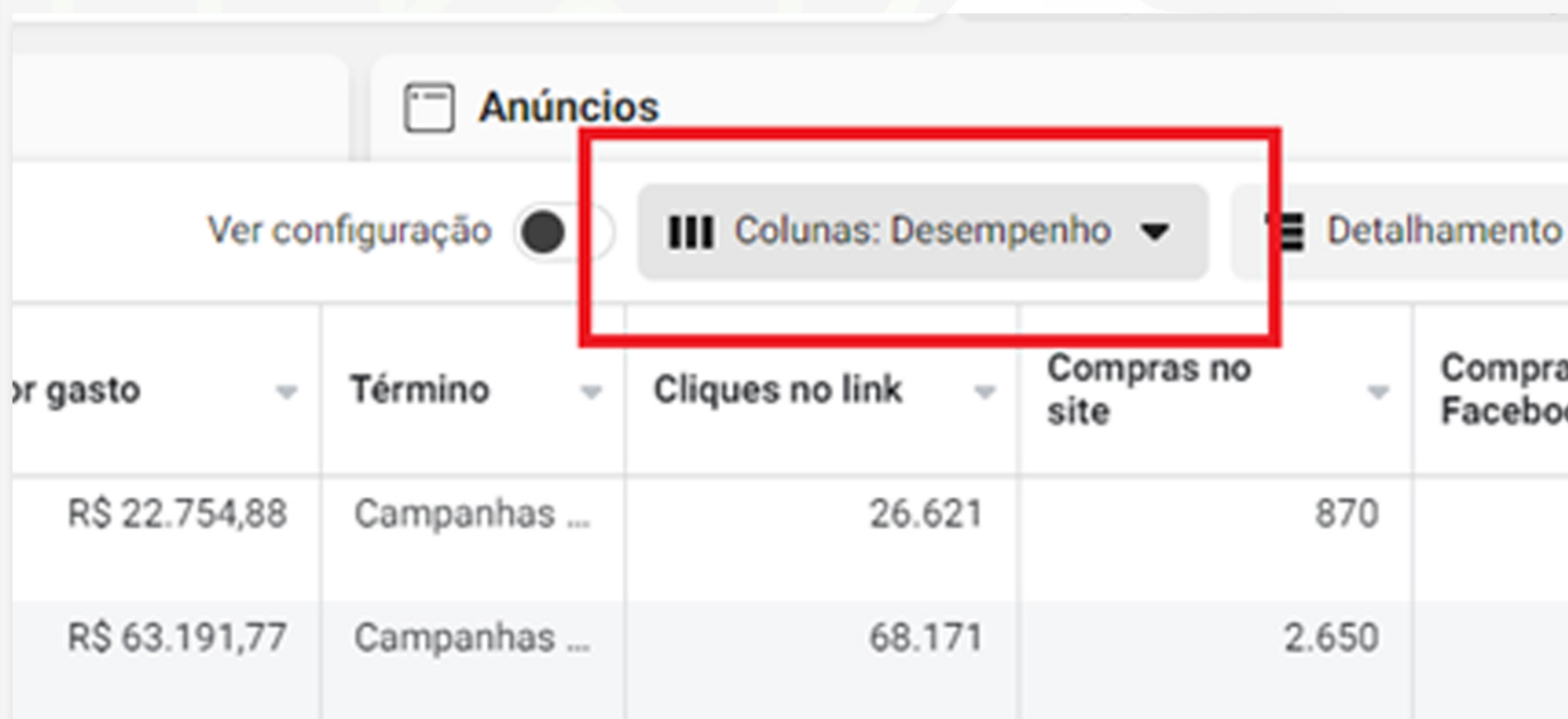
Obviamente o teu criativo está muito bom, pois seu CTR é excelente. Nesse caso, você precisa analisar a próxima etapa do funil que seria a sua estrutura e tudo que compoe ela. Sua página, sua oferta, os seus CTAs.

Enfim, isso é assunto pra uma outra aula.

Passo a Passo - Como Fazer a Personalização de Colunas

Passo 01

Clique em *Colunas* (Canto superior direito)



Valor gasto	Término	Cliques no link	Compras no site	Compras Facebook
R\$ 22.754,88	Campanhas ...	26.621	870	
R\$ 63.191,77	Campanhas ...	68.171	2.650	

Passo a Passo - Como Fazer a Personalização de Colunas

Passo 02

Clique em *Personalizar colunas*

Últimos 30 dias: 11 de Jan de 2021 a 9 de Feb de 2021
Observação: não inclui os dados de hoje

Anúncios

Ver configuração ☐ **Colunas: Desempenho** ☒ Detalhamento ☐ Relatórios ☐

Valor gasto	Término	Engajamento com o vídeo	Engajamento com o aplicativo	Engajamento em carrossel	Desempenho e cliques	Em vários dispositivos	Conversões offline	Direcionamento e criativo	Lances e otimização	Engajamento com a mensagem	INSTA	PADRÃO	Reprodução do vídeo por usuário	Compras no Facebook	Reprodução do vídeo por usuário
R\$ 22.754,88	Campanha														
R\$ 63.191,77	Campanha														
R\$ 0,00	Campanha														
R\$ 0,00	Campanha														
R\$ 352,39	Campanha														
R\$ 0,00	Campanha														
R\$ 0,00	Campanha														
R\$ 37,03	Campanha														
R\$ 890,99	Campanha														
R\$ 186,26	Campanha														
R\$ 8.967,54	Campanha														

Personalizar colunas...

Comparar atribuições

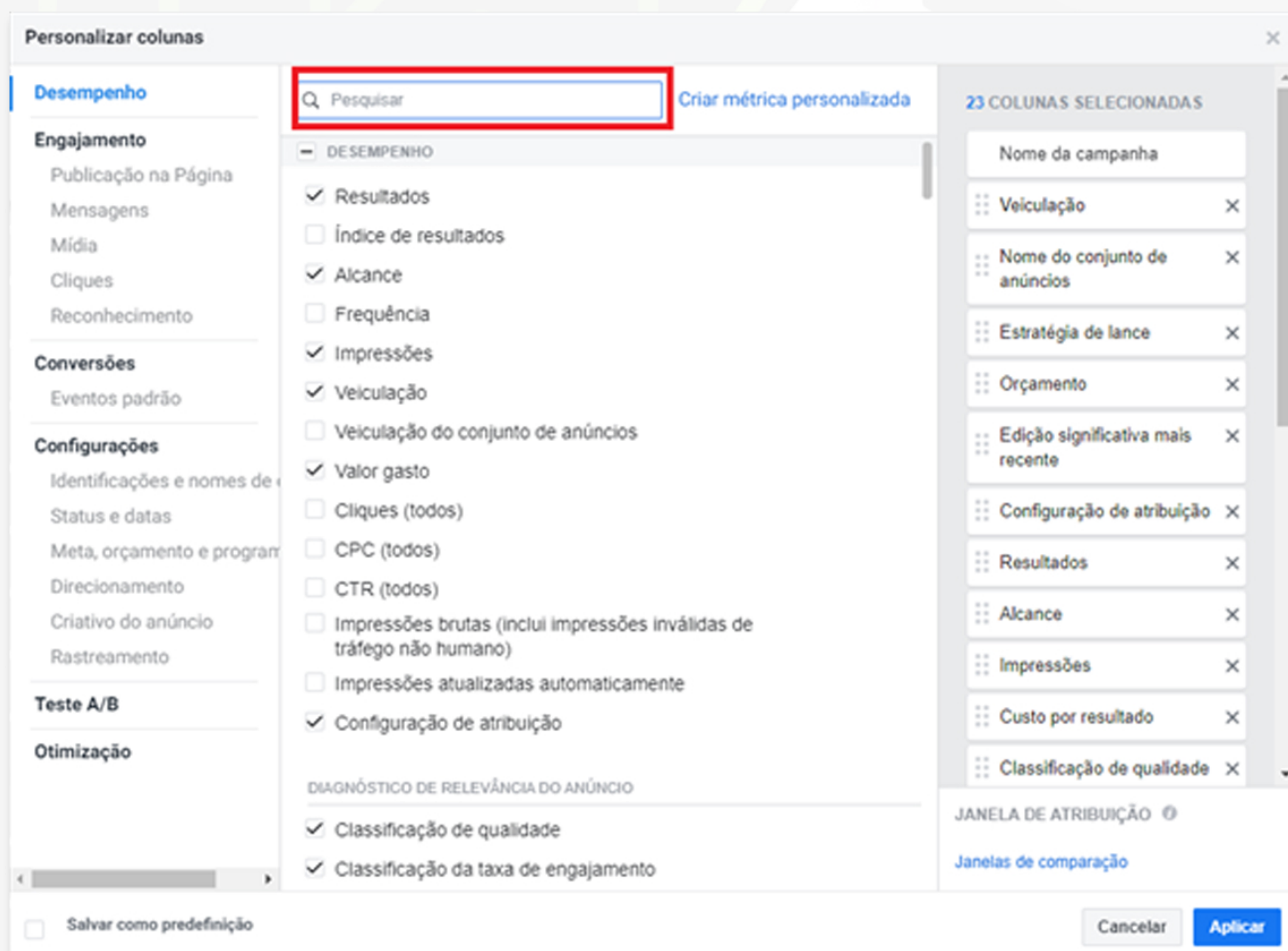
Definir como padrão

Redefinir larguras das colunas

Passo a Passo - Como Fazer a Personalização de Colunas

Passo 03

Pesquise as métricas do seu interesse



Personalizar colunas

Desempenho

Engajamento

Publicação na Página

Mensagens

Mídia

Cliques

Reconhecimento

Conversões

Eventos padrão

Configurações

Identificações e nomes de

Status e datas

Meta, orçamento e program

Direcionamento

Criativo do anúncio

Rastreamento

Teste A/B

Otimização

Pesquisar

Criar métrica personalizada

DESEMPENHO

☒ Resultados

☐ Índice de resultados

☒ Alcance

☐ Frequência

☒ Impressões

☒ Veiculação

☐ Veiculação do conjunto de anúncios

☒ Valor gasto

☐ Cliques (todos)

☐ CPC (todos)

☐ CTR (todos)

☐ Impressões brutas (inclui impressões inválidas de tráfego não humano)

☐ Impressões atualizadas automaticamente

☒ Configuração de atribuição

DIAGNÓSTICO DE RELEVÂNCIA DO ANÚNCIO

☒ Classificação de qualidade

☒ Classificação da taxa de engajamento

23 COLUNAS SELECIONADAS

Nome da campanha

Veiculação

Nome do conjunto de anúncios

Estratégia de lance

Orçamento

Edição significativa mais recente

Configuração de atribuição

Resultados

Alcance

Impressões

Custo por resultado

Classificação de qualidade

JANELA DE ATRIBUIÇÃO

Janelas de comparação

Salvar como predefinição

Cancelar

Aplicar

Passo a Passo - Como Fazer a Personalização de Colunas

Passo 04

Organize a ordem que essas métricas aparecerão no seu gerenciador e depois *salve as alterações*

The screenshot shows the 'Personalizar colunas' (Customize columns) window in Google Ads. The window is divided into several sections:

- Desempenho** (Performance): A list of metrics on the left, including Engajamento (Engagement), Conversões (Conversions), Configurações (Settings), Teste A/B, and Otimização (Optimization). The 'Engajamento' section is expanded, showing metrics like Publicação na Página, Mensagens, Mídia, Cliques, and Reconhecimento.
- DESEMPENHO** (Performance): A list of metrics in the center, including Resultados, Índice de resultados, Alcance, Frequência, Impressões, Veiculação, Veiculação do conjunto de anúncios, Valor gasto, Cliques (todos), CPC (todos), CTR (todos), Impressões brutas (inclui impressões inválidas de tráfego não humano), Impressões atualizadas automaticamente, Configuração de atribuição, and Diagnóstico de relevância do anúncio.
- 23 COLUNAS SELECIONADAS** (23 columns selected): A list of selected metrics on the right, including Nome da campanha, Veiculação, Nome do conjunto de anúncios, Estratégia de lance, Orçamento, Edição significativa mais recente, Configuração de atribuição, Resultados, Alcance, Impressões, Custo por resultado, and Classificação de qualidade.
- JANELA DE ATRIBUIÇÃO** (Attribution window): A section at the bottom right with a link to 'Janelas de comparação' (Comparison windows).

A red box highlights the 'Salvar como predefinição' (Save as default) button at the bottom left of the window.

Feito tudo isso, vá em colunas novamente e selecione a personalização que você acabou de criar.

Minha Organização de Colunas dentro do Gerenciador de Anúncios

Personalizar colunas

Desempenho

Engajamento

- Publicação na Página
- Mensagens
- Mídia
- Cliques
- Reconhecimento

Conversões

- Eventos padrão

Configurações

- Identificações e nomes de
- Status e datas
- Meta, orçamento e program
- Direcionamento
- Criativo do anúncio
- Rastreamento

Teste A/B

Otimização

Pesquisar

Criar métrica personalizada

DESEMPENHO

- ☒ Resultados
- ☐ Índice de resultados
- ☒ Alcance
- ☒ Frequência
- ☒ Impressões
- ☒ Veiculação
- ☐ Veiculação do conjunto de anúncios
- ☒ Valor gasto
- ☐ Cliques (todos)
- ☐ CPC (todos)
- ☐ CTR (todos)
- ☐ Impressões brutas (inclui impressões inválidas de tráfego não humano)
- ☐ Impressões atualizadas automaticamente
- ☐ Configuração de atribuição

DIAGNÓSTICO DE RELEVÂNCIA DO ANÚNCIO

- ☐ Classificação de qualidade
- ☐ Classificação da taxa de engajamento

18 COLUNAS SELECIONADAS

- Nome da campanha
- Veiculação
- Nome do conjunto de anúncios
- Orçamento
- Valor gasto
- Resultados
- Custo por resultado
- Valor de conversão de compras
- Valor de conversão de compras no site
- Valor de conversão da compra no Facebook
- Retorno sobre o investimento

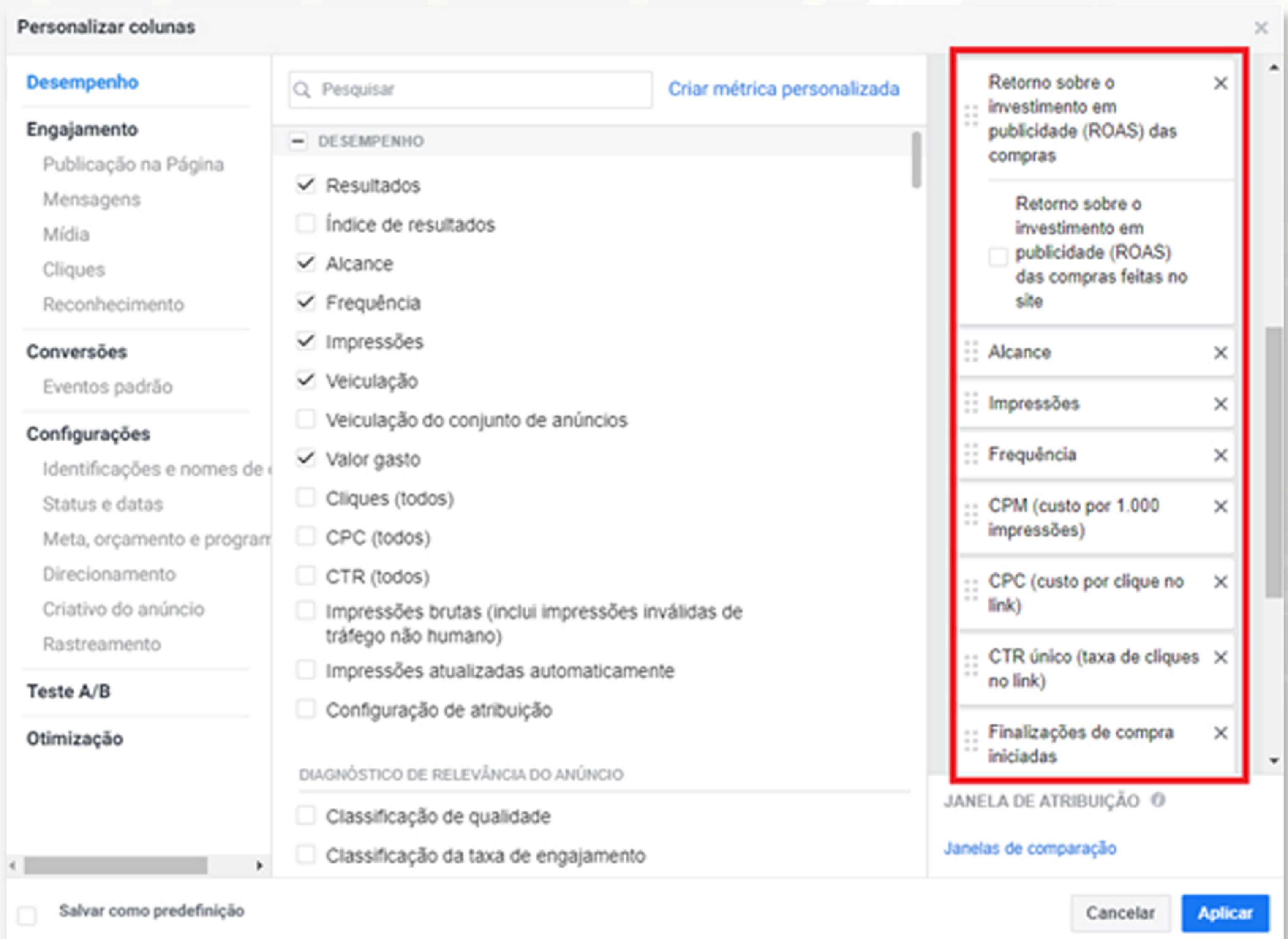
JANELA DE ATRIBUIÇÃO

Janelas de comparação

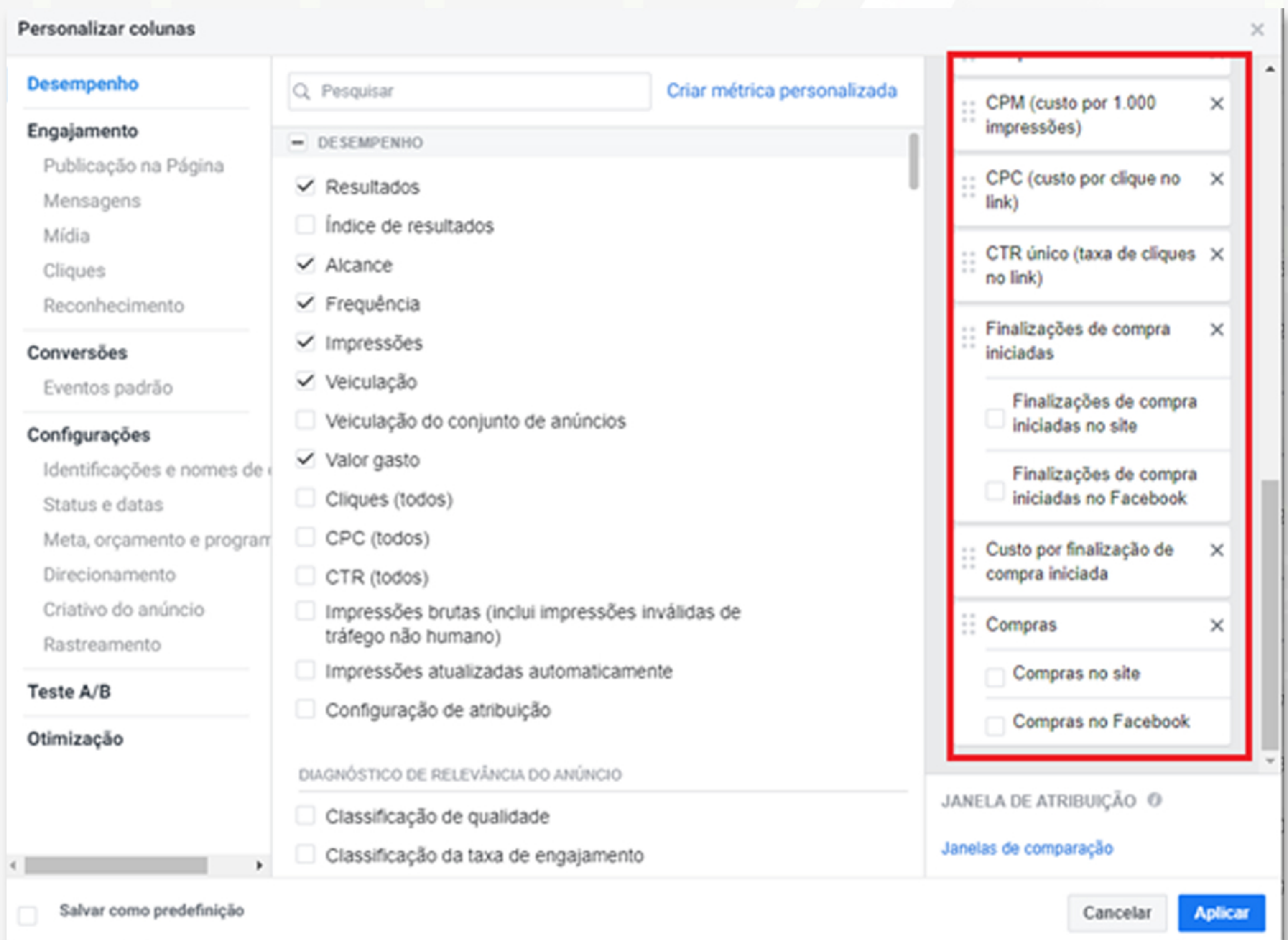
☐ Salvar como predefinição

Cancelar Aplicar

Minha Organização de Colunas dentro do Gerenciador de Anúncios



Minha Organização de Colunas dentro do Gerenciador de Anúncios



Entenda primeiramente o conceito de métricas primárias e secundárias, domine o tipo de oferta e modele tudo isso para o seu negócio. São seja o cara do CTRL C + CTRL V