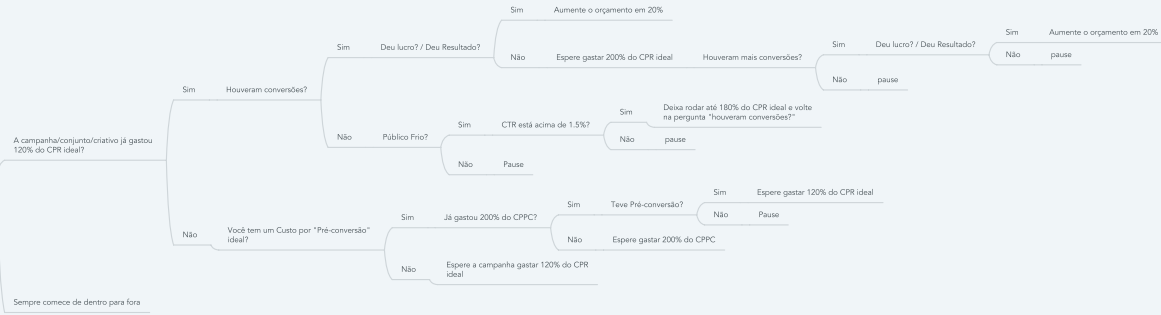


FRAMEWORK de
Otimização de Anúncios

Campanhas de CONVERSÃO de
COMPRA



FRAMEWORK de Otimização de Anúncios

1. Campanhas de CONVERSÃO de COMPRA

1.1. A campanha/conjunto/criativo já gastou 120% do CPR ideal?

1.1.1. Sim

1.1.1.1. Houveram conversões?

1.1.1.1.1. Sim

1.1.1.1.1.1. Deu lucro? / Deu Resultado?

1.1.1.1.1.1.1. Sim

1.1.1.1.1.1.1.1. Aumente o orçamento em 20%

1.1.1.1.1.1.2. Não

1.1.1.1.1.1.2.1. Espere gastar 200% do CPR ideal

1.1.1.1.1.1.2.1.1. Houveram mais conversões?

1.1.1.1.1.1.2.1.1.1. Sim

1.1.1.1.1.1.2.1.1.1.1. Deu lucro? / Deu Resultado?

1.1.1.1.1.1.2.1.1.1.1.1. Sim

1.1.1.1.1.1.2.1.1.1.1.1.1. Aumente o orçamento em 20%

1.1.1.1.1.1.2.1.1.1.1.2. Não

1.1.1.1.1.1.2.1.1.1.1.2.1. pause

1.1.1.1.1.1.2.1.1.2. Não

1.1.1.1.1.1.2.1.1.2.1. pause

1.1.1.1.2. Não

1.1.1.1.2.1. Público Frio?

1.1.1.1.2.1.1. Sim

1.1.1.1.2.1.1.1. CTR está acima de 1.5%?

1.1.1.1.2.1.1.1.1. Sim

1.1.1.1.2.1.1.1.1.1. Deixa rodar até 180% do CPR ideal e volte na pergunta "houveram conversões?"

1.1.1.1.2.1.1.1.2. Não

1.1.1.1.2.1.1.1.2.1. pause

1.1.1.1.2.1.2. Não

1.1.1.1.2.1.2.1. Pause

1.1.2. Não

1.1.2.1. Você tem um Custo por "Pré-conversão" ideal?

1.1.2.1.1. Sim

1.1.2.1.1.1. Já gastou 200% do CPPC?

1.1.2.1.1.1.1. Sim

1.1.2.1.1.1.1.1. Teve Pré-conversão?

1.1.2.1.1.1.1.1.1. Sim

1.1.2.1.1.1.1.1.1.1. Espere gastar 120% do CPR ideal

1.1.2.1.1.1.1.1.2. Não

1.1.2.1.1.1.1.1.2.1. Pause

1.1.2.1.1.1.2. Não

1.1.2.1.1.1.2.1. Espere gastar 200% do CPPC

1.1.2.1.2. Não

1.1.2.1.2.1. Espere a campanha gastar 120% do CPR ideal

1.2. Sempre comece de dentro para fora