

# Otimizar campanhas de conversão de vídeo Discovery

## Principais Métricas

### Conversão

É a ação valiosa que você deseja alcançar

Exemplos

Vendas

Lead

Etc.

Observação importante:

O prazo padrão para o Google Ads contabilizar as conversões da Rede de Pesquisa é de 24 horas. Contudo, no caso do YouTube, o prazo pode ser de até 72 horas, devido a integração de dados com o YouTube.

### Custo/conversão

É o quanto vc gasta por cada conversão realizada (custo/conversão)

### Valor da Conversão

É a soma dos valores das suas conversões (vendas)

### Custo

É o quanto você gastou

### Conversão de visualização

A pessoa viu o seu anúncio, não interagiu com ele, mas converteu depois

Você pode personalizar as métricas no painel do jeito que você achar melhor

## Otimização a nível de grupo de anúncio

Veja quais grupos estão convertendo mais e quais não estão convertendo tanto assim.

Identifique os porquês dos outros grupos não estarem vendendo

Ajuste o CPV dos grupos que vc quer aparecer mais

## Otimização a nível de anúncio

Veja qual vídeo está se saindo melhor

Pause os vídeos de pior desempenho

Ou mude o texto do anúncio

Veja também as métricas de visualizações

Impressões

Visualizações

Taxa de visualização

## Canais

Veja onde os seus anúncios foram exibidos e negative os canais irrelevantes

## Dispositivos, locais, programação, etc.

Fique de olho nas suas métricas de conversão para aumentar ou diminuir o lance naquilo que te traz mais resultado

# Otimizar campanhas de conversão de vídeo Discovery

## 1. Principais Métricas

### 1.1. Conversão

1.1.1. É a ação valiosa que você deseja alcançar

#### 1.1.1.1. Exemplos

1.1.1.1.1. Vendas

1.1.1.1.2. Lead

1.1.1.1.3. Etc.

### 1.1.2. Observação importante:

1.1.2.1. O prazo padrão para o Google Ads contabilizar as conversões da Rede de Pesquisa é de 24 horas. Contudo, no caso do YouTube, o prazo pode ser de até 72 horas, devido a integração de dados com o YouTube.

### 1.2. Custo/conversão

1.2.1. É o quanto vc gasta por cada conversão realizada (custo/conversão)

### 1.3. Valor da Conversão

1.3.1. É a soma dos valores das suas conversões (vendas)

### 1.4. Custo

1.4.1. É o quanto você gastou

### 1.5. Conversão de visualização

1.5.1. A pessoa viu o seu anúncio, não interagiu com ele, mas converteu depois

1.6. Você pode personalizar as métricas no painel do jeito que você achar melhor

## 2. Otimização a nível de grupo de anúncio

2.1. Veja quais grupos estão convertendo mais e quais não estão convertendo tanto assim.

2.1.1. Identifique os porquês dos outros grupos não estarem vendendo

2.2. Ajuste o CPV dos grupos que vc quer aparecer mais

### **3. Otimização a nível de anúncio**

3.1. Veja qual vídeo está se saindo melhor

3.2. Pause os vídeos de pior desempenho

3.3. Ou mude o texto do anúncio

3.3.1. Veja também as métricas de visualizações

3.3.1.1. Impressões

3.3.1.2. Visualizações

3.3.1.3. Taxa de visualização

### **4. Canais**

4.1. Veja onde os seus anúncios foram exibidos e negative os canais irrelevantes

### **5. Dispositivos, locais, programação, etc.**

5.1. Fique de olho nas suas métricas de conversão para aumentar ou diminuir o lance naquilo que te traz mais resultado