|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Date | Versoin | Discussed with |  | Edited By |
| 22-01-2024 | 1.00 | Daniel Miscoi |  | Lilian Baxan |
| 23-01-2024 | 1.01 | Daniel Miscoi |  | Lilian Baxan |
| 30-01-2024 | 1.01.google | Daniel Miscoi |  | Lilian Baxan |
| 1-02-2024 | 1.01.1 | Daniel Miscoi | Corectari | Lilian Baxan |

**Proces de Consolidare a Datelor pentru Campanii Facebook și Google**

1. **Extragerea Datelor Originale:**
   * Datele originale ale campaniilor (C) se află pe paginile respective din Google Sheets. Acestea pot fi accesate la adresa: [ <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1KQPJnhVMbp5yaWVgp-I06wdE12l0f39O3Q8M075dOXc/edit#gid=380527209>

].

* + Procesul se orientează după denumirea fiecărei pagini și nu după ordinea lor în workbook. Paginile relevante sunt:
    - Facebook export data
    - Google export

1. **Structura Datelor exportului:**
   * Structura datelor rămâne constantă pe durata perioadelor de timp; metadatele nu se schimbă, iar denumirea coloanelor este permanentă în linia 1. Colonele standard includ:
     + AdSetName – denumirea campaniei (C) – string. Se identifica 8 tipuri ale C de la FB
       1. BAU | Control\_AdSet
       2. BAU | DC Type
       3. BAU | LLAs
       4. BAU | RTG
       5. BAU | Lead Generation
       6. BAU | PPE
       7. BAU | Page Likes
       8. nBAU | FB

**Google Campaigns**

1. Brand Protect | MCPC

2. ⁠BAU | Search

3. ⁠BAU | PMAX

4. ⁠nBAU | GOOGLE

Toate C raportate urmeaza a fi plasate in coloanele respective a raportului intermediar dupa principiu – daca denumirea C contine una din 8 tipuri identificate, aceasta C se SUMEAZA la totalul zilei a C identificate.

*ATENTIE ! in cazul cind C raportata nu este identificata – procesarea se opreste cu mesajul in dreapta campaniei neidentificate pe pagina exportului.*

* + - Date – rezultatele aduse de campanie pe ziua indicată (cheltuielile efectuate pentru reclamă în ziua curentă). Exportul este sortat dupa data C, si este extrem de important de mentinut aceasta abordarea – de oarece ea influenteaza procesarea ulterioara a datelor in raportul intermediar.
    - Amount Spent – suma cheltuită - Float format (0.00)
    - Contacts (website) – numărul de leaduri sau clienți potențiali, cunoscut și sub numele de LEADS în alte rapoarte Integer
    - (FB) - Post Comments - Integer
    - Impressions –Integer

(\*) – Integer se subintelege numar intreg cu valoarea intre 0- 9,007,199,254,740,991 / Float – se subintelege o valoare cu 2 cifre dupa (,)

**Notă:** Metadatele suplimentare pot apărea, dar nu sunt incluse în procesul de automatizare la acest moment.

* + Deși metadatele din Google diferă ca denumire, acestea au aceeași semnificație ca și cele din Facebook:
    - Amount Spent la Facebook și Google denotă aceeași semnificație
    - Conversions în Google este echivalent cu Contacts în Facebook
  + Pe parcursul anului, pot apărea campanii (C) noi care sunt procesate conform aceluiași algoritm stabilit pentru perioadele precedente.

**Notă:** Campaniile nu își schimbă denumirea pe parcursul anului.

1. **Consolidarea Datelor:**
   * **Pas 1:** Se realizează o consolidare intermediară separat pentru Facebook și Google. Etapa intermediară nu poate fi omisă.
     + Dacă în datele originale lipsește valoarea pentru o anumită campanie (C), se setează valoarea zilnică la 0 (zero) pentru campania respectivă.
     + Consolidările se efectuează per campanie, iar formula Total CPL este preluată din pagina existentă.
   * **Pas 2:** Toate datele consolidate intermediar de la Facebook și Google sunt ulterior consolidate în pagina "Total Summary – Technical reporting-Summarize".
     + Secțiunea 'Online' reprezintă doar sumarizarea coloanelor de la Google și Facebook.
     + 'Intent Metrics' pentru Facebook nu este inclus în automatizare la acest moment.

**(!)Notă:** În cazul în care datele pentru o anumită perioadă **sunt exportate de mai multe ori**, informațiile din ultimul export sunt cele care se vor lua în considerare, **rescriindu-se peste datele anterioare**.

**Formatarea paginii de prezentare a datelor** urmeaza sa tina cont de urmatoarele nuante

(paragraful dat poate fi modificat ulterior !)

Consolidarea datelor se face dupa principiu – Luna{ Saptamina{Setul zilelor cu inceputul din data de 1 paina Duminica, saptamina intreaga contine zilelelLUNI- Duminica}}

S-a terminat luna – saptamaina se incepe iarasi din 1-a adica fiecare luna are 4-max 5 saptamini

Diagrame

1) Lista diagramelor

2) Exemple pentru fiecare a setului de date

1-02-2024 DISCISSION

Se va schimba denumirea nBAU la Facebook si Google respective nBAU | FB si nBAU | Google

In caz ca s-a identificat in datele de export o Campanie care nu este prevazuta in lista – aceste date nu sunt importate automat – insa lista consolidata a datelor exp[ortate de la FB si Google nu se sterge – si ramaine cu date respective pentru procesarea urmatoare manuala.

Total summary – aici sunt prezente graphuri necesare si anume

1. 100% Stacked Column

