



# Análise do retorno das impressões por canais

Camila Parise Dias

# Estratégia da análise

A análise foi baseada em dados coletados de um período de 85 dias. Foram consideradas as segmentações dos dados em que apresentaram variações significativas das conversões nesse período analisado.

01

## Comparando os canais

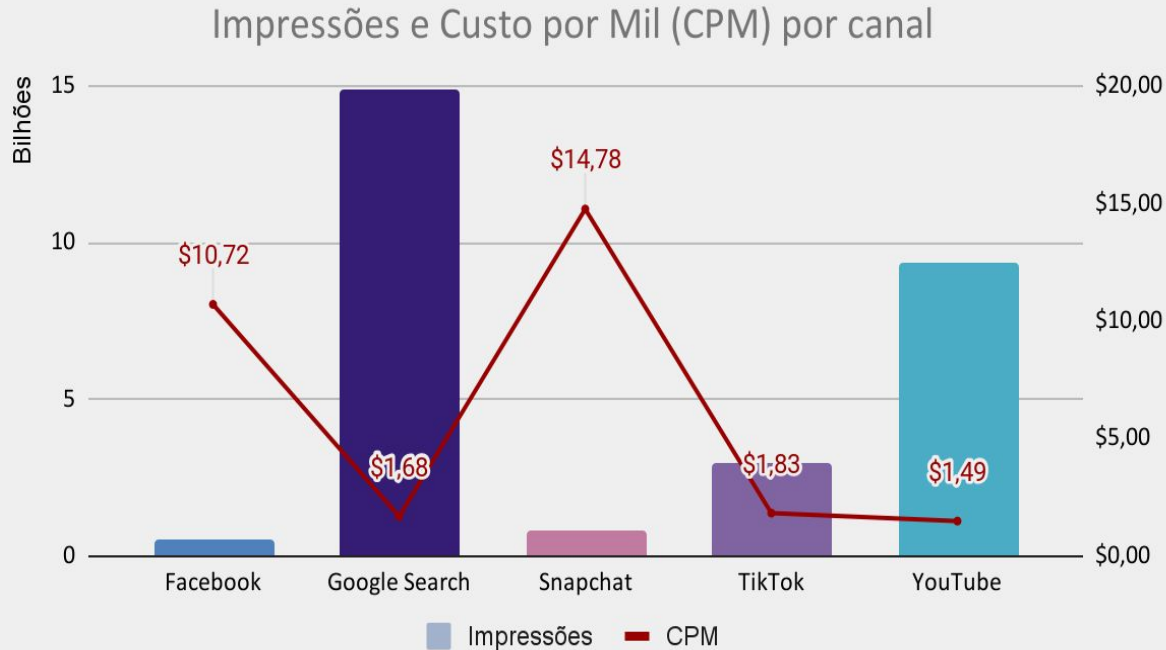
A análise baseou-se na relevante variação observada entre as conversões dos canais, considerando o desempenho proporcional às impressões compradas em cada canal.

02

## Comparando os horários

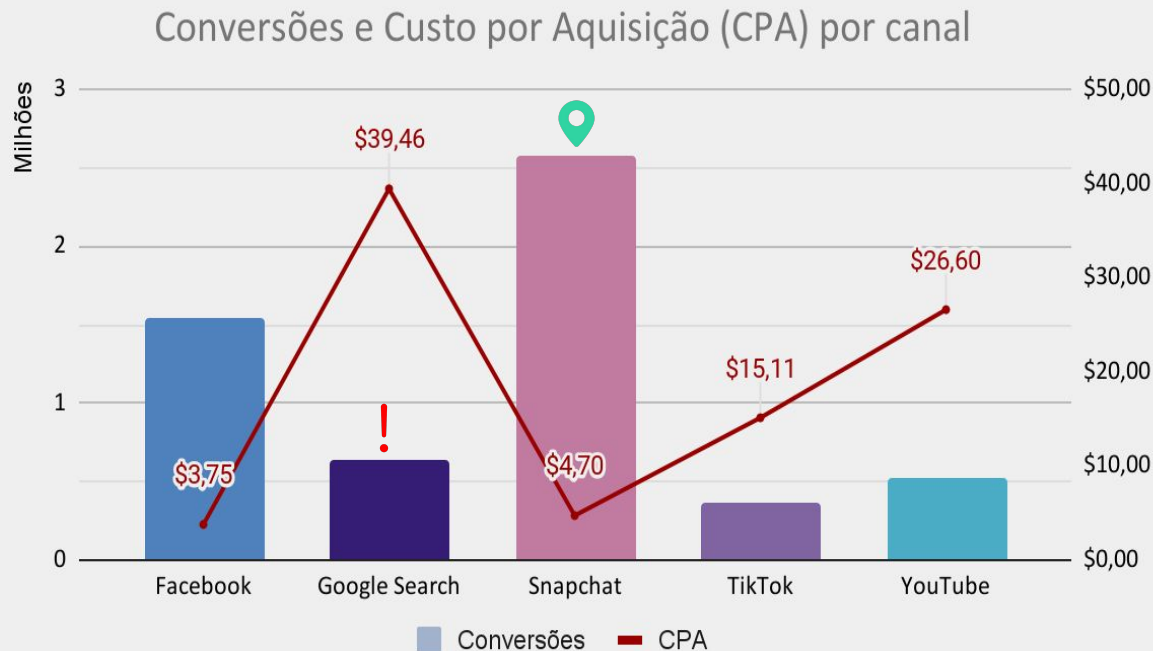
Há uma significativa variação de conversões ao longo do dia, por isso os dados para a análise foram segmentados por horário em cada canal.

# Impressões e CPM por canal



O custo por mil impressões (CPM) pode parecer atraente em alguns casos, como é o caso do preço baixo do Google Search dada a quantidade de impressões possíveis de se comprar. Assim como pode-se ter certa hesitação à compra de impressões com valor bem mais alto, como é o caso do Snapchat e também do Facebook.

# Conversões e CPA por canal



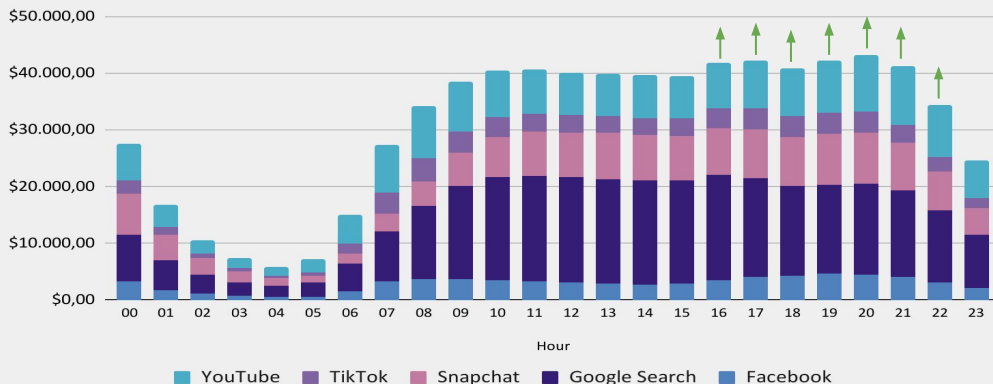
No entanto, justamente o Snapchat apresentou o melhor retorno em conversões e o segundo melhor custo por aquisição (CPA), seguido do Facebook que também apresentou um bom custo-benefício. Já o canal Google Search teve um CPA muito alto, cerca de 8 vezes maior que o do Snapchat, para um retorno 4 vezes menor de conversões em relação ao mesmo canal.

É interessante repensar nas proporções investidas por canal e, com base no retorno que vem sendo apresentado, direcionar a maior parte dos investimentos para aqueles que apresentaram melhores desempenhos.

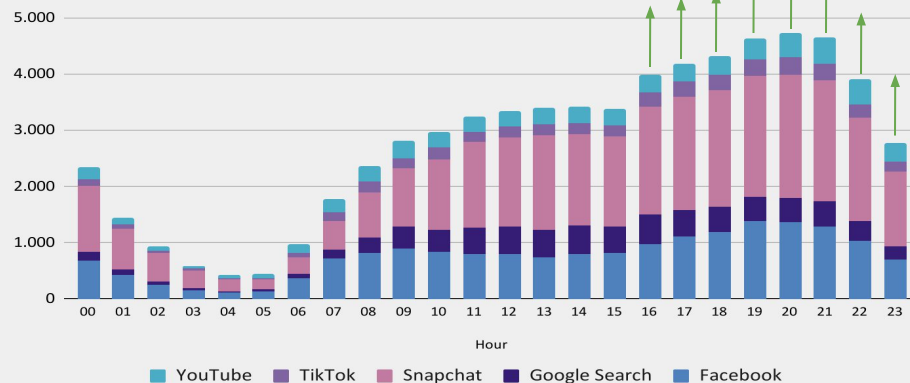
# Gastos e conversões por hora

No geral, há um crescimento gradual nas conversões ao longo do dia, conforme os gastos com as impressões disponíveis em cada horário. No entanto, das **16h às 22h** há um aumento significativo nas conversões, abrindo oportunidade de converter ainda mais se for disponibilizado um maior investimento em impressões nesse período.

## Gasto com impressões por hora



## Conversões por hora

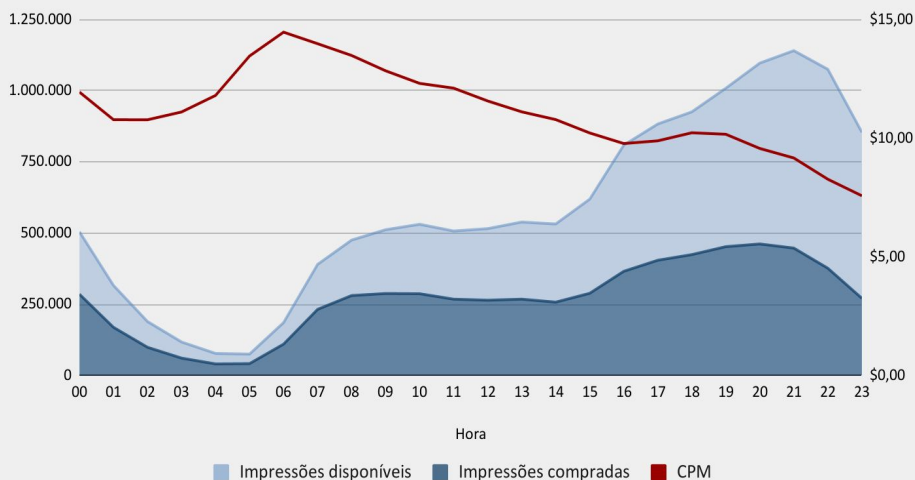


Além disso, analisando as proporções de gastos e conversões dos canais, percebe-se a necessidade de se estudar isoladamente as possibilidades de melhoria no desempenho por horário, para um retorno mais eficaz do investimento em cada canal.

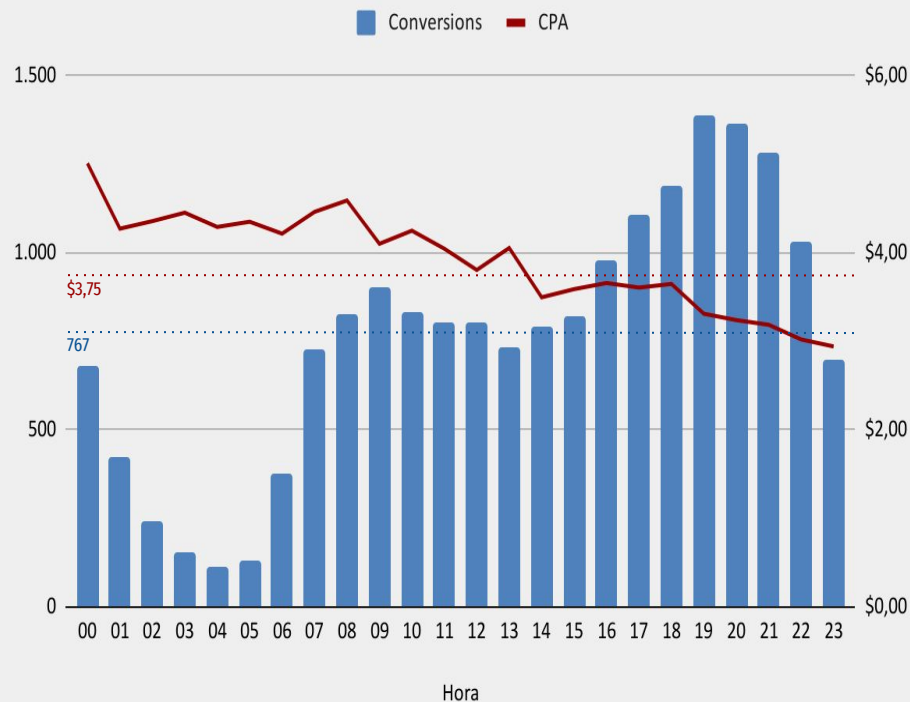
# Análise e estratégia: Facebook

As impressões disponíveis e mais baratas do Facebook estão no período da tarde e da noite, sendo que o Custo por Aquisição (CPA) foi de **\$3,75** e a média das conversões foi de **767** por hora. Dessa forma, os melhores horários para se investir e aumentar o número de conversões são das **14h às 22h**, beneficiando-se dos custos menores do que a média e com mais possibilidades de se obter conversões acima da média.

Impressões e CPM do Facebook por hora



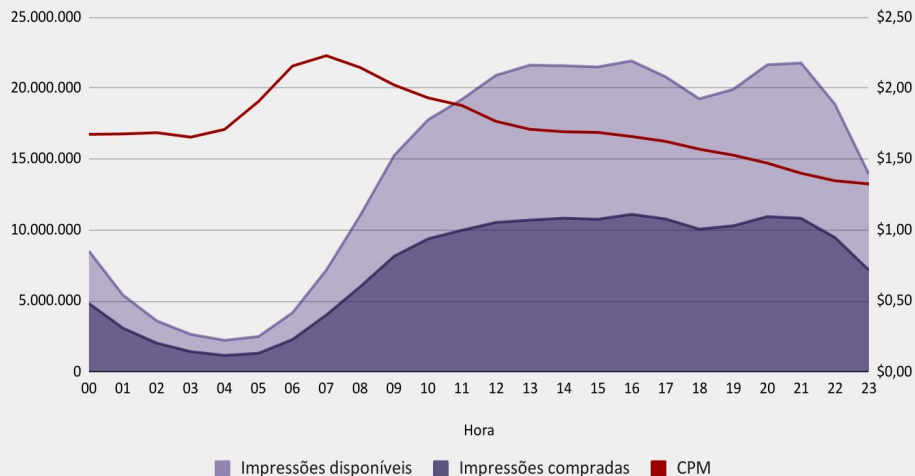
Conversões e CPA do Facebook por hora



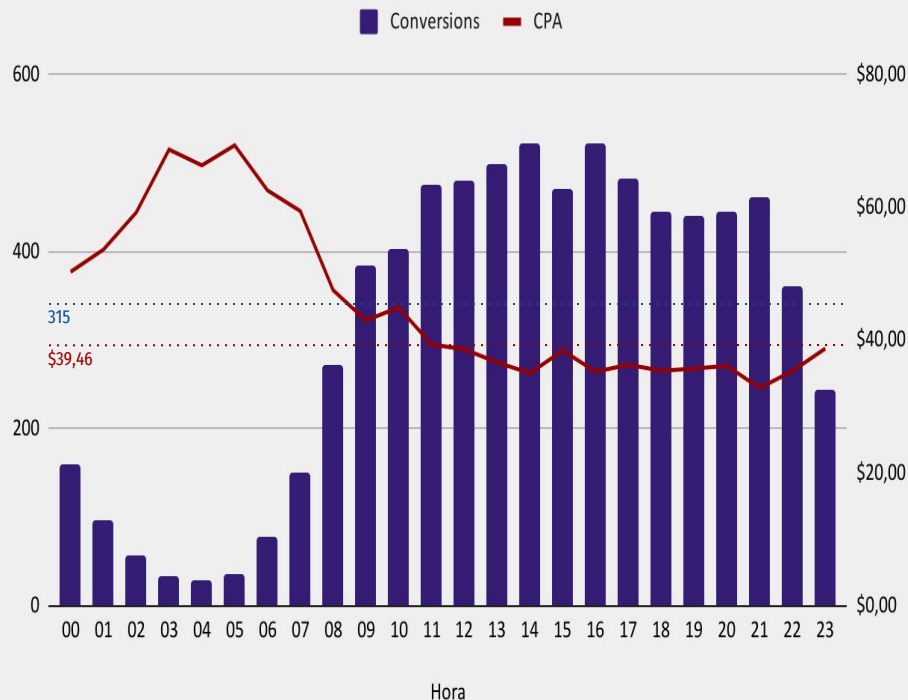
# Análise e estratégia: Google Search

Há mais impressões disponíveis e mais baratas num período até maior do que o Facebook, mas o Custo por Aquisição (CPA) do Google Search foi de **\$39,46** e a média das conversões foi de **315** por hora. Assim, para mais conversões e abaixar o CPA, os melhores horários para se realizar uma realocação de investimento são das **11h às 22h**, em que há custos menores do que a média e com mais chances de se gerar conversões acima da média.

Impressões e CPM do Google Search por hora



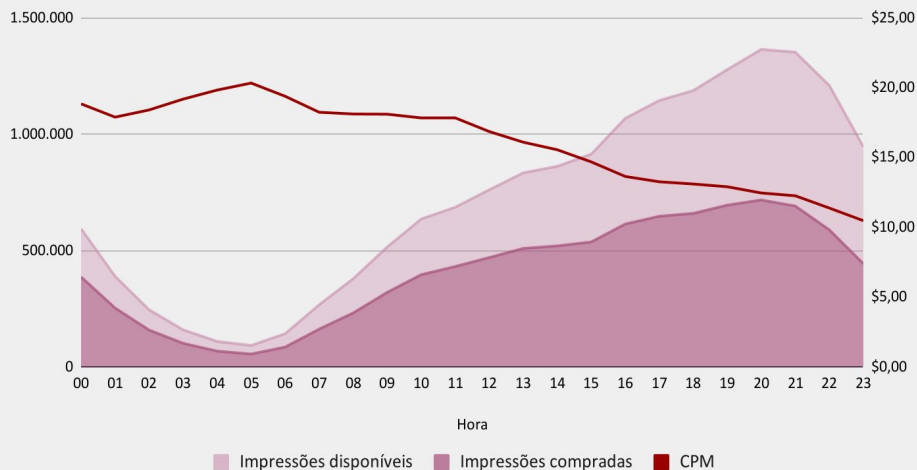
Conversões e CPA do Google Search por hora



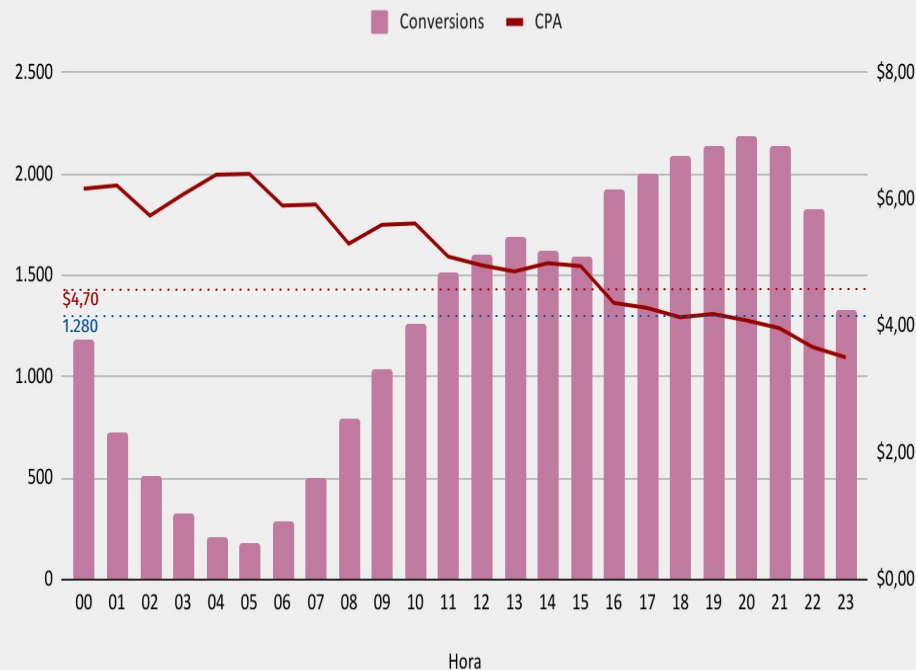
# Análise e estratégia: Snapchat

O Snapchat foi o canal que trouxe melhores resultados em relação ao investimento com impressões, tendo o Custo por Aquisição (CPA) por **\$4,70** e a média das conversões de **1.280** por hora. Por isso, é interessante que se aproveite as impressões ainda disponíveis ao final da tarde e à noite, das **16h às 23h**, em que há custos menores do que a média e com mais possibilidades de se obter mais conversões acima da média.

Impressões e CPM do Snapchat por hora



Conversões e CPA do Snapchat por hora

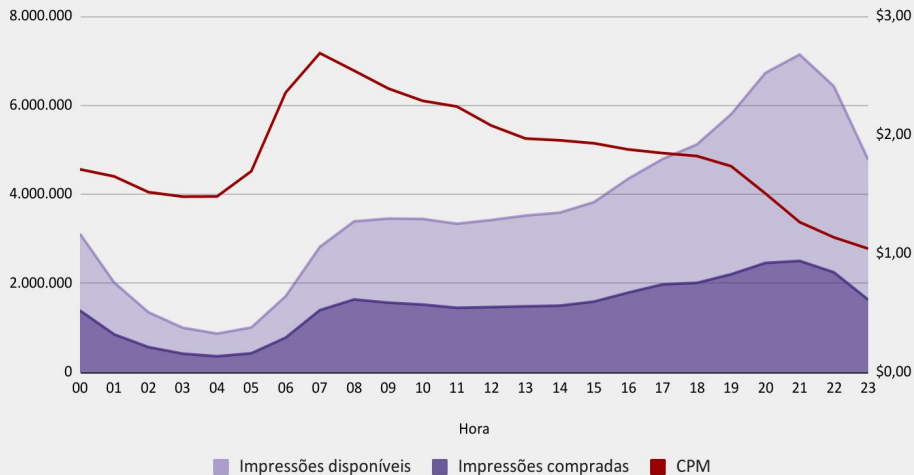




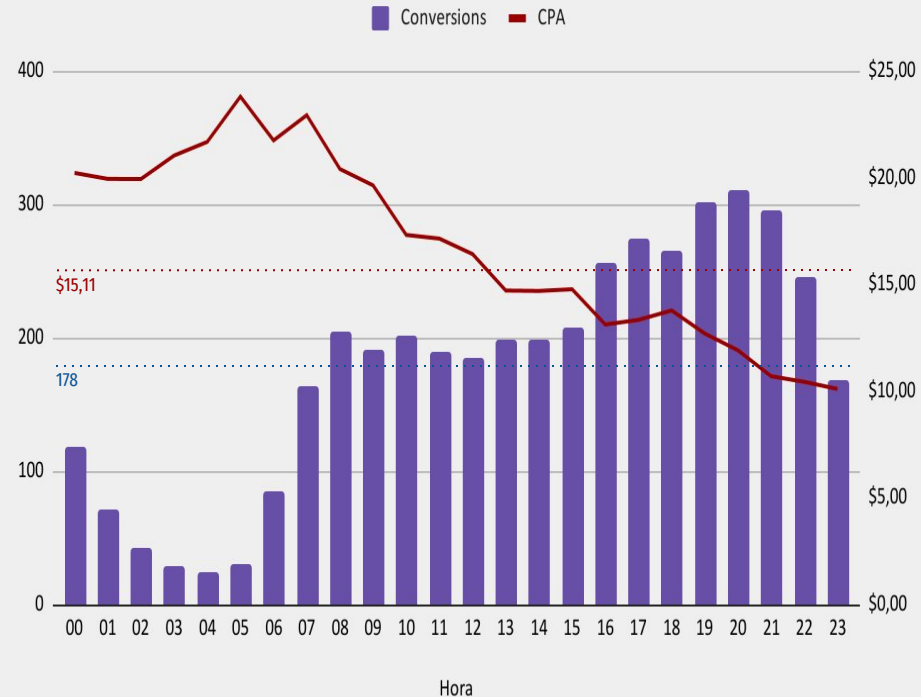
# Análise e estratégia: TikTok

O Custo por Aquisição (CPA) das impressões do TikTok foi de **\$15,11** e a média das conversões por hora foi de **178**. Neste caso, os melhores horários para se investir e gerar mais conversões são das **13h às 22h**, já que os custos são menores do que a média e com mais chances de se gerar conversões acima da média.

Impressões e CPM do TikTok por hora



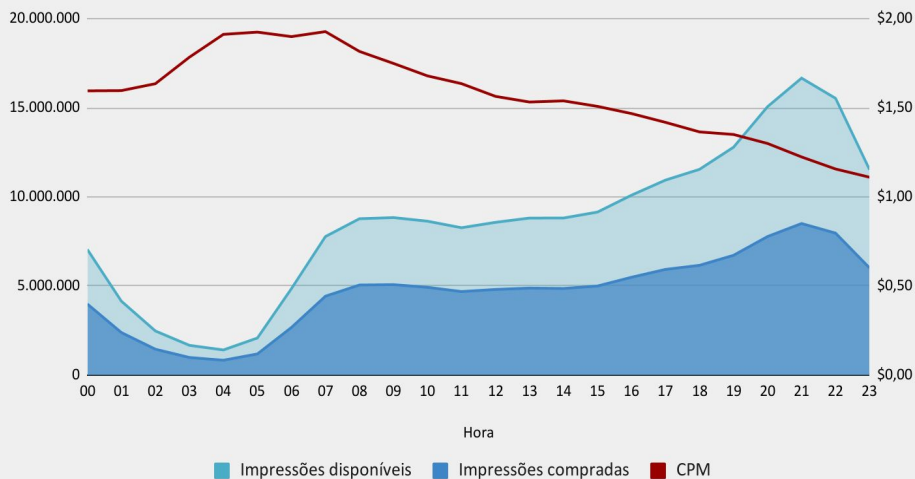
Conversões e CPA do TikTok por hora



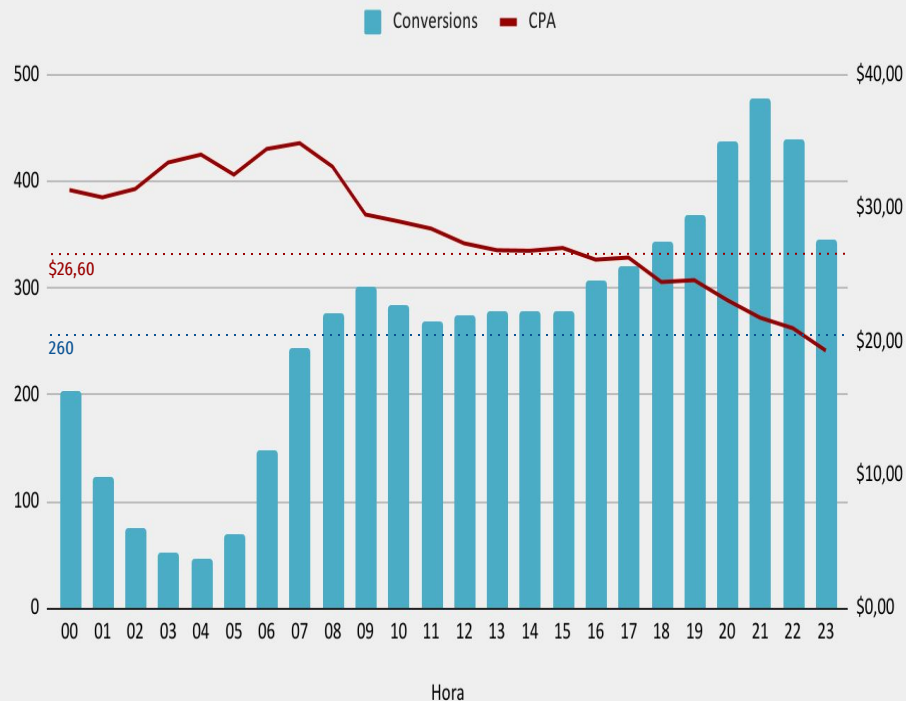
# Análise e estratégia: Youtube

No caso do Youtube, o Custo por Aquisição (CPA) foi de **\$26,60** e a média das conversões por hora foi de **260**. Há mais impressões disponíveis à noite e os melhores horários para se obter mais conversões são das **16h às 23h**, aproveitando-se dos custos menores do que a média e com mais possibilidades de se obter conversões acima da média.

Impressões e CPM do Youtube por hora



Conversões e CPA do Youtube por hora



**Obrigada pela atenção!**

Em caso de dúvidas, enviar para o e-mail:  
[camilasparise@gmail.com](mailto:camilasparise@gmail.com)