



Análise do retorno das impressões de anúncios

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

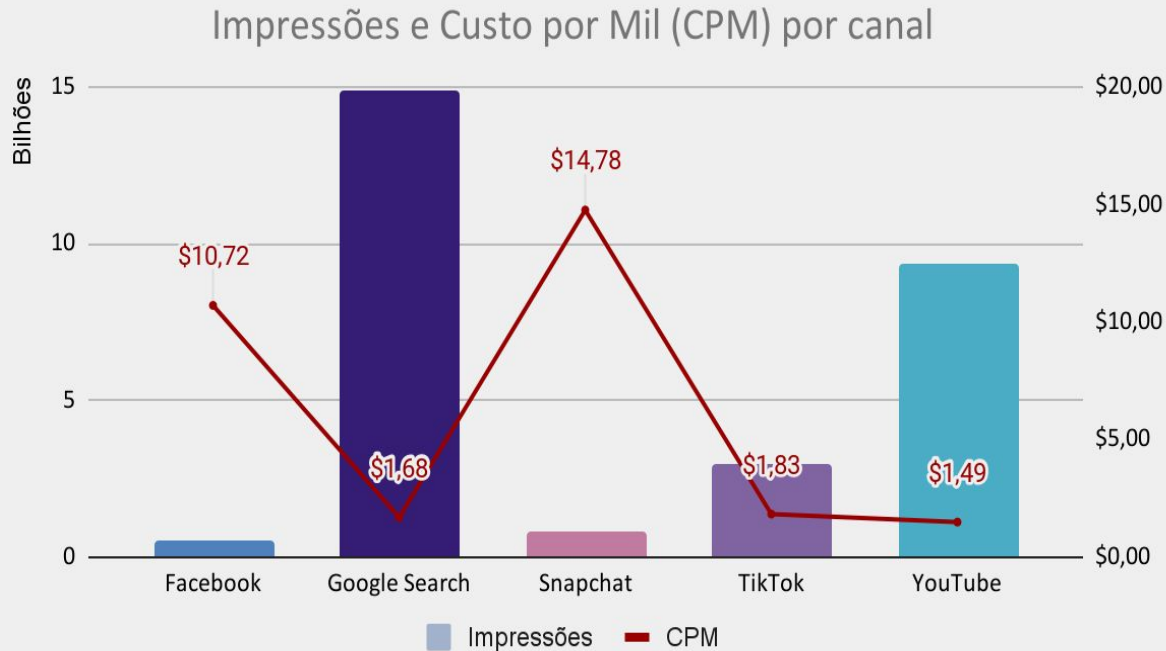
A análise baseou-se na relevante variação observada entre as conversões dos canais, considerando o desempenho proporcional às impressões compradas em cada canal.

02

Comparando os horários

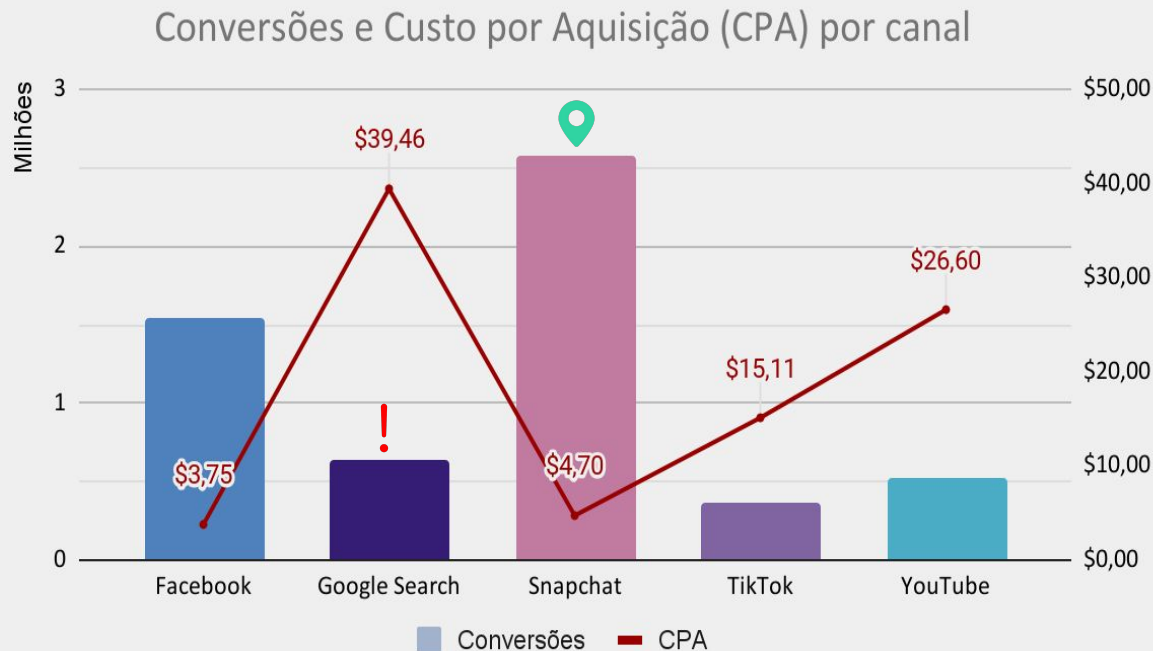
Há uma significativa variação de conversões ao longo do dia, por isso os dados para a análise foram segmentados por horário em cada canal.

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



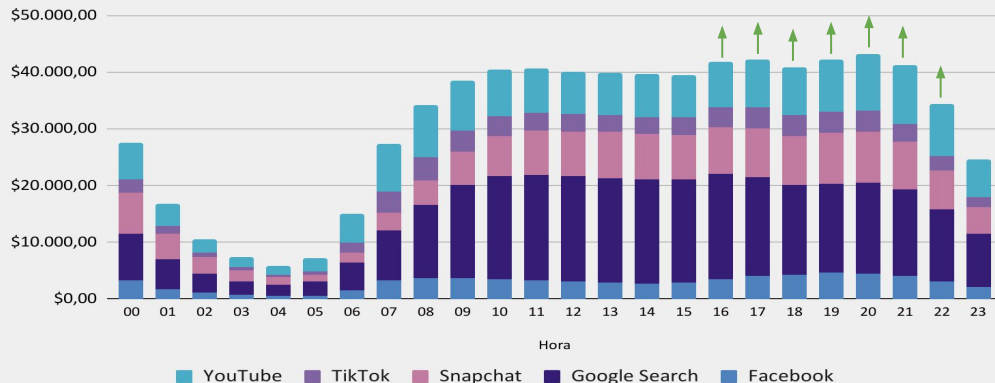
No entanto, justamente o Snapchat apresentou o melhor retorno em conversões e o segundo melhor custo por aquisição (CPA), seguido do Facebook que também apresentou um bom custo-benefício. Já o canal Google Search teve um CPA muito alto, cerca de 8 vezes maior que o do Snapchat, para um retorno 4 vezes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

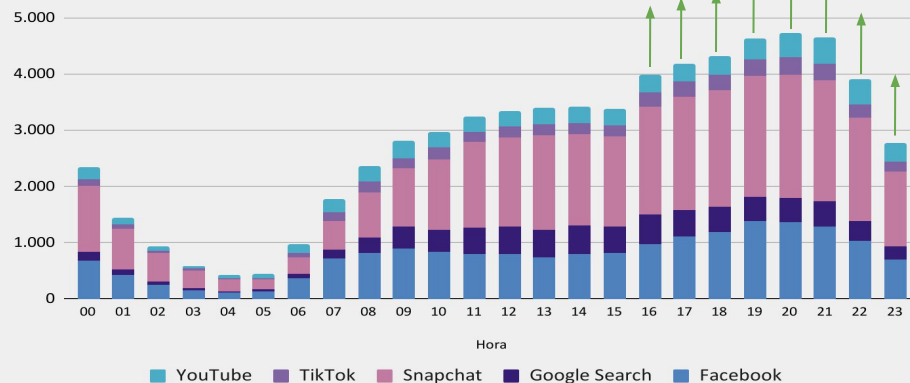
Gastos e conversões por hora

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

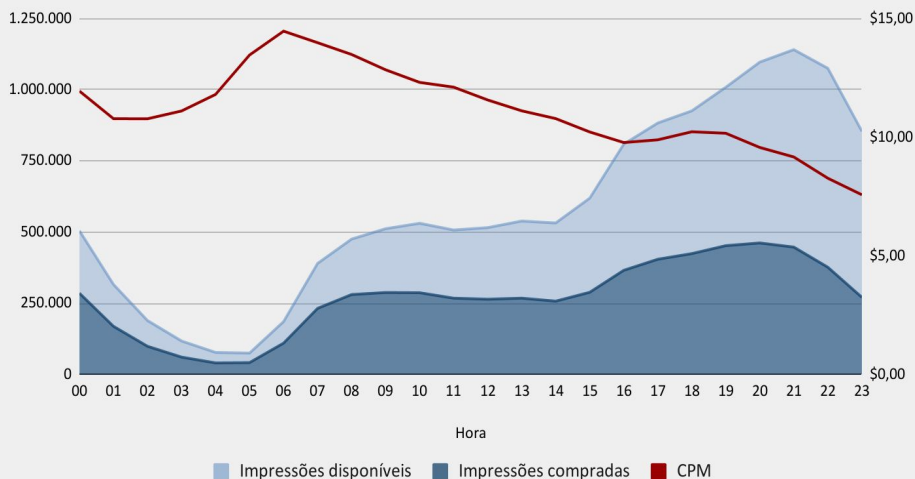


Além disso, analisando as proporções de gastos e conversões dos canais, percebe-se a necessidade de se estudar isoladamente as possibilidades de melhoria no desempenho por horário, para um retorno mais eficaz do investimento em cada canal.

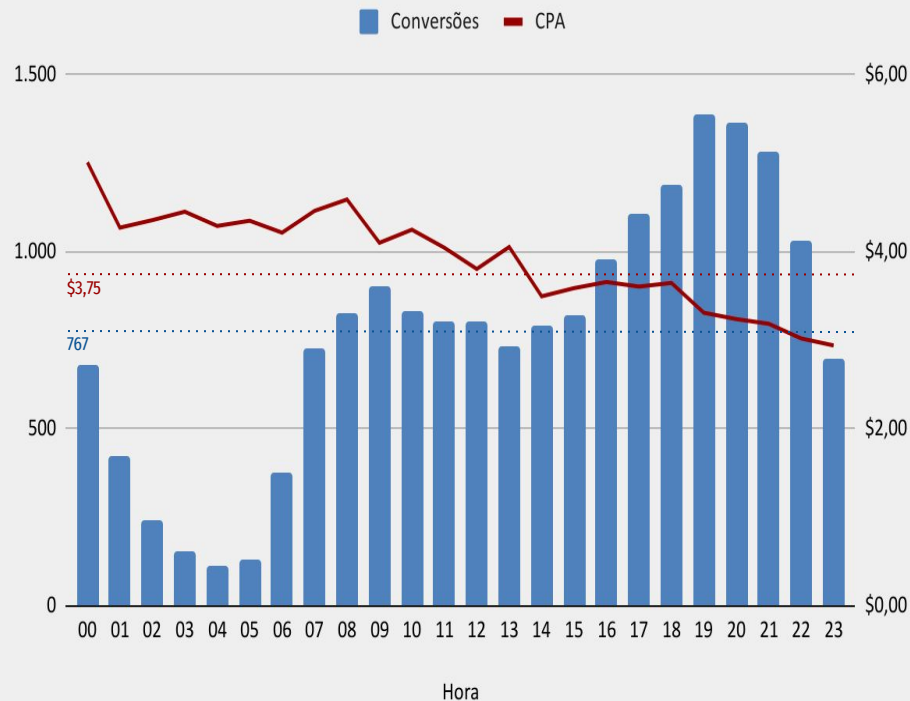
Análise e estratégia: Facebook

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



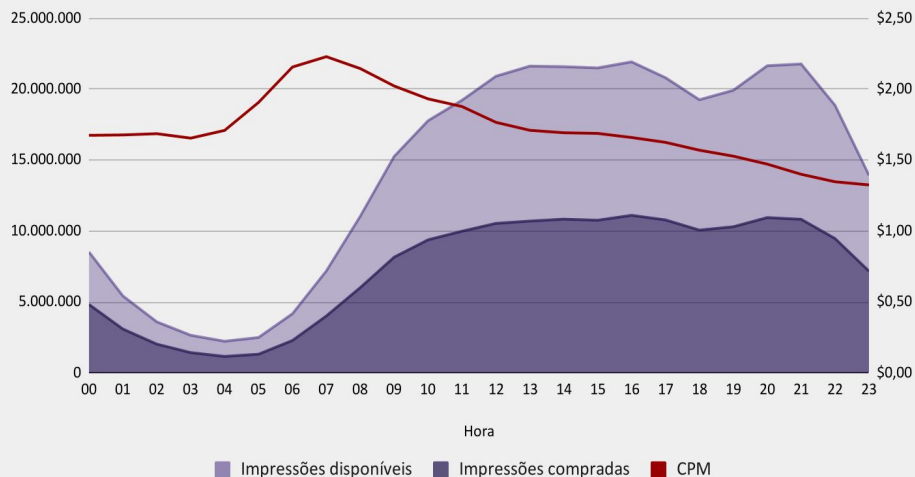
Conversões e CPA do Facebook por hora



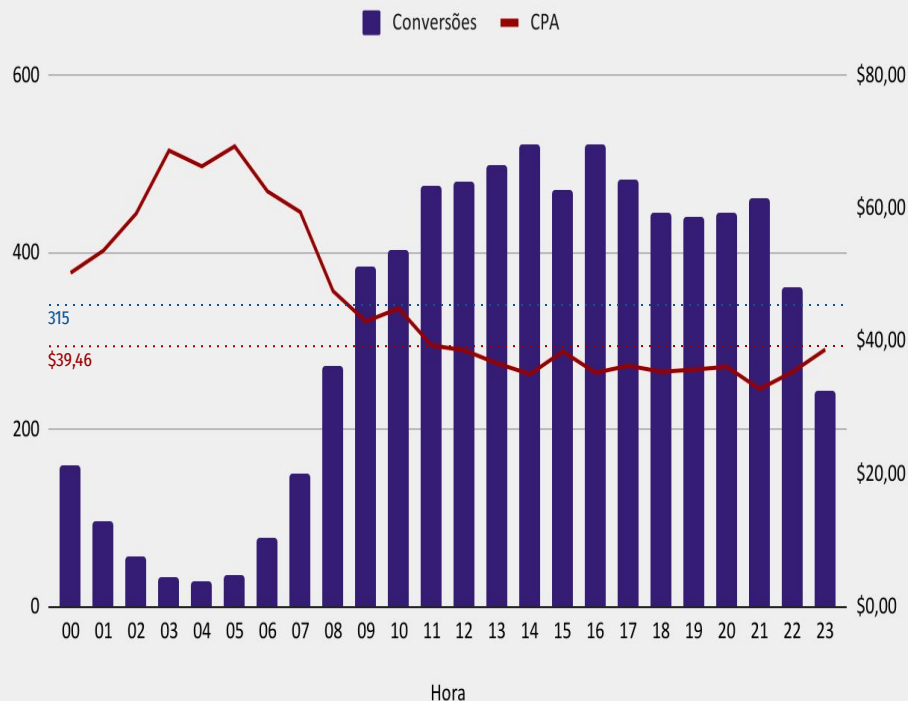
Análise e estratégia: Google Search

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



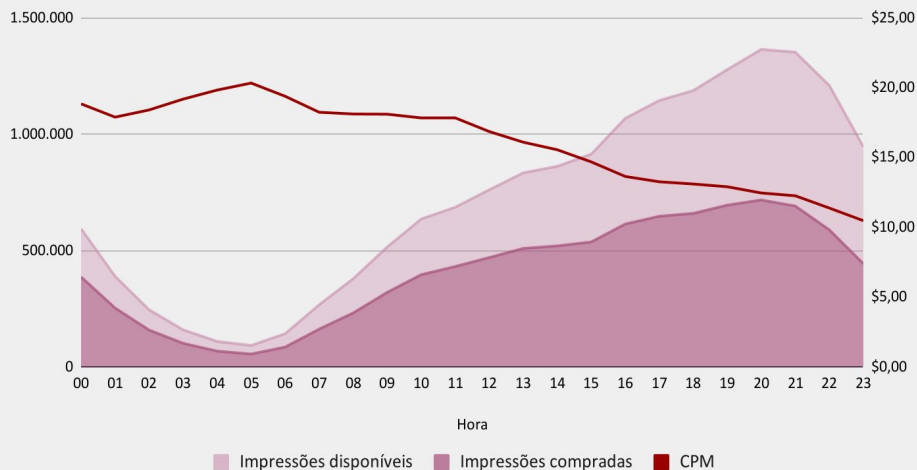
Conversões e CPA do Google Search por hora



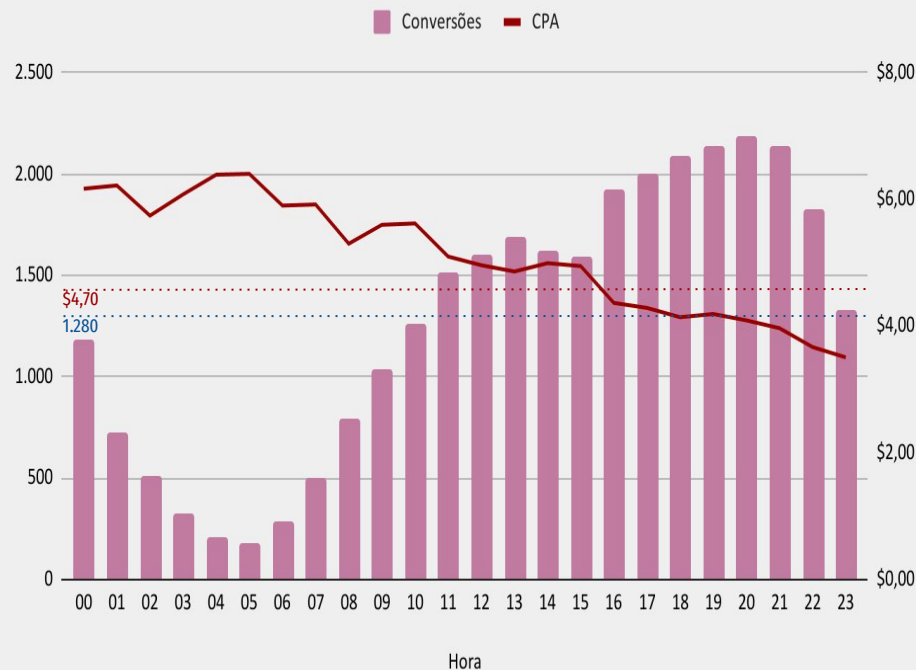
Análise e estratégia: Snapchat

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



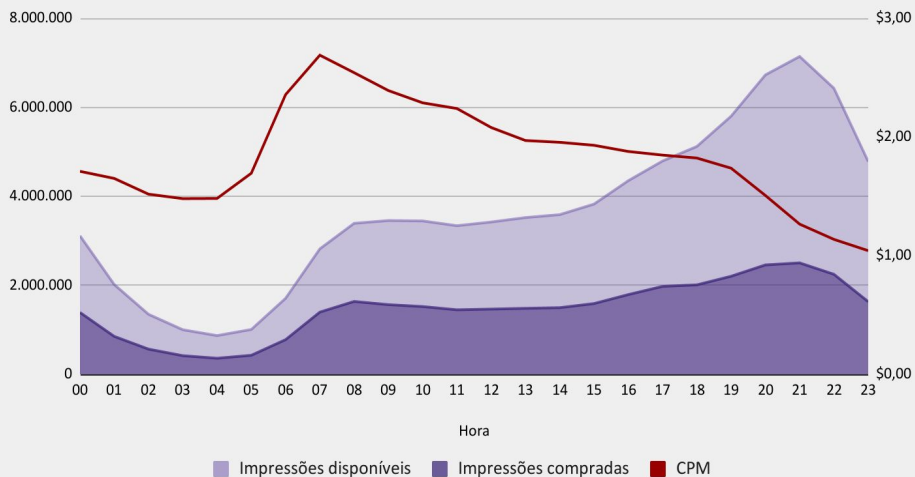
Conversões e CPA do Snapchat por hora



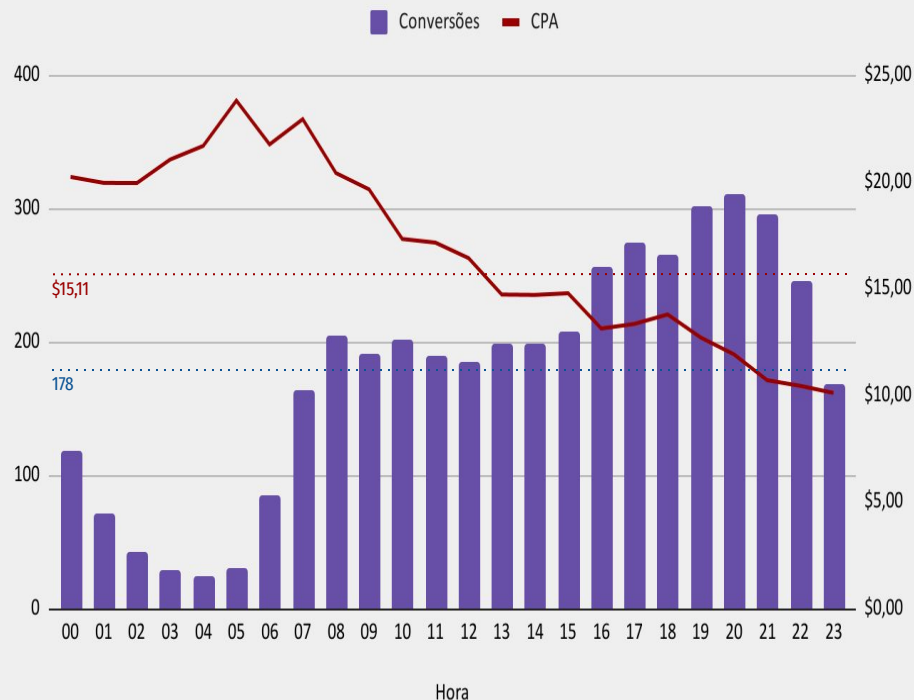
Análise e estratégia: TikTok

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



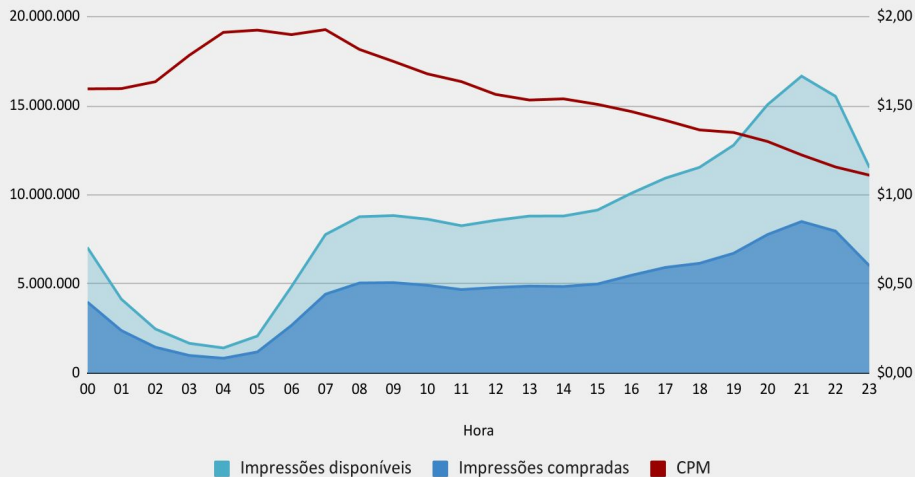
Conversões e CPA do TikTok por hora



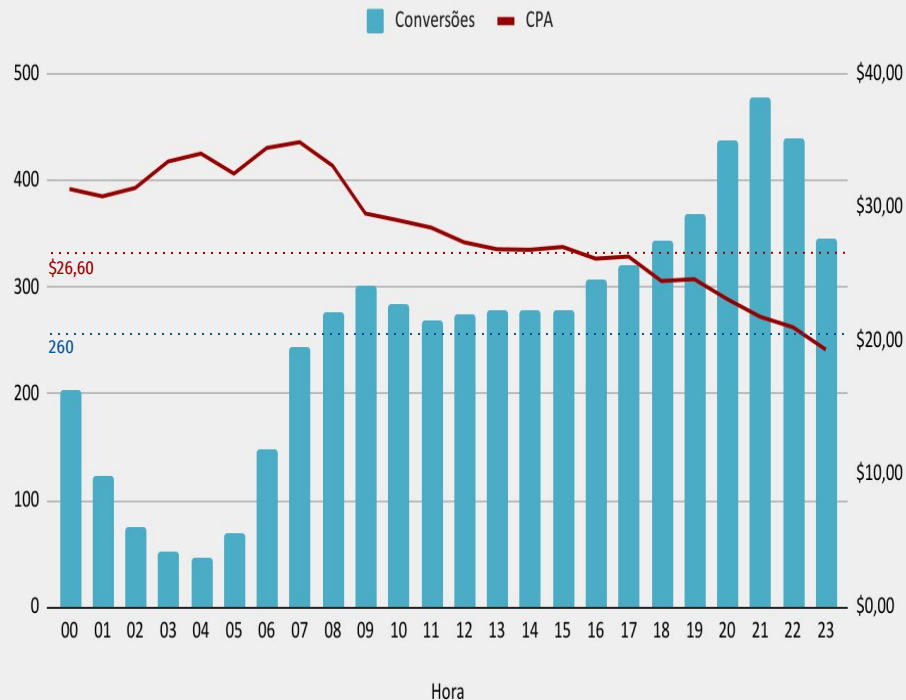
Análise e estratégia: Youtube

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, envie um e-mail para:
camilasparise@gmail.com