

# AULA DE MÉTRICAS

## CPM

O QUE PREJUDICA?

- COPY ( POLÍTICAS )
- PÚBLICO ( PEQUENO )
- PÁGINA DE DESTINO ( POLÍTICAS E VELOCIDADE )
- EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO ( EVENTOS )
- QUALIDADE DO ANUNCIANTE ( FEEDBACK DO CLIENTE )
- REDUZIR POSICIONAMENTOS
- RAMO DE ATUAÇÃO

O QUE MELHORA?

- PÚBLICOS MAIS AMPLOS
- COPY CLARA E OBJETIVA
- PÁGINA DE DESTINO RÁPIDA
- + EVENTOS NO SITE ( EXPERIÊNCIA )
- TRABALHAR A EXPERIÊNCIA PÓS COMPRA
- AMPLIAR POSICIONAMENTOS

QUAIS OS NÚMEROS IDEAIS

FRIOS	BOM	< R\$ 12,00
	RUIM	> R\$ 12,01
QUENTES	BOM	< R\$ 30,00
	RUIM	> R\$ 30,01

## CTR

O QUE PREJUDICA?

- CRIATIVO RUIM
- OFERTA RUIM
- PÚBLICO ( FORA DA SEGMENTAÇÃO IDEAL )
- COPY ( FALTA DE CONTEXTO )
- FALTA DE CTA ( GATILHOS DE CLIQUE )

O QUE MELHORA?

- CRIATIVO CHAMATIVO
- OFERTA ATRATIVA
- PÚBLICO DE QUALIDADE
- COPY ATRATIVA
- CTA ATRATIVO

QUAIS OS NÚMEROS IDEAIS

FRIOS	BOM	>1%
	RUIM	<1%
QUENTES	BOM	>2,5%
	RUIM	<2,5%

## CPS

O QUE PREJUDICA?

- CPM ALTO
- CTR BAIXO

O QUE MELHORA?

- CPM BAIXO
- CTR ALTO

QUAIS OS NÚMEROS IDEAIS

FRIOS	BOM	< R\$ 0,50
	RUIM	> R\$ 0,51
QUENTES	BOM	< R\$ 1,50
	RUIM	> R\$ 1,51

## TAXA DE CONVERSÃO

O QUE PREJUDICA?

- SITE RUIM
- VELOCIDADE
- FRETE E PRAZO
- GRADE QUEBRADA
- FALTA DE PROVA SOCIAL
- CHECKOUT
- FORMAS DE PAGAMENTO
- FORMAS DE ENVIO
- PÁGINA DE PRODUTO
- NAVEGABILIDADE
- OFERTA RUIM

O QUE MELHORA?

- SITE CONFIÁVEL
- SITE RÁPIDO
- FRETE GRÁTIS OU FIXO
- PROFUNDIDADE DE ESTOQUE
- DEPOIMENTOS
- CHECKOUT RÁPIDO
- FORMAS DE PAGAMENTO / ENVIO ( VARIEDADE )
- FÁCIL DE NAVEGAR
- QUEBRA DE OBJEÇÃO
- OFERTA BOA

QUAIS OS NÚMEROS IDEAIS

FRIOS	BOM	> 0,5%
	RUIM	< 0,4%
QUENTES	BOM	> 1,5%
	RUIM	< 1,4%

## ROAS

O QUE PREJUDICA?

- TICKET MÉDIO BAIXO
- TAXA DE CONVERSÃO BAIXA
- CPS ALTO

O QUE MELHORA?

- TICKET MÉDIO ALTO
- TAXA DE CONVERSÃO ALTA
- CPS BAIXO
- UPSELL

QUAIS OS NÚMEROS IDEAIS

FRIOS	BOM	> 4
	RUIM	< 3
QUENTES	BOM	> 7
	RUIM	< 6