



# Exemplo!

Número	Test	Result
01.	DPA performance	Tivemos um desempenho positivo em DFIA. Testamos isso por 2 dias para novos anúncios em carrossel com uma coleção de produtos baseados em títulos. Além disso, 1 conjunto de anúncios com 1 produto por país. Também testamos um estado dinâmico otimizado na página de destino.
02.	Segmentação com base em CEP ou Estado	A maior parte de nossa receita vem da campanha por CEP. Descobrimos que a campanha por CEP funciona melhor para esse grupo de segmentação em comparação com a segmentação por estado dentro do orçamento escalado. Continuamos testando isso.
03.	Melhor Página de Destino	O Flex-agent/v2 será nossa melhor abordagem vencedora. Flex-satperatso nos dá resultados reais aceitáveis. Atualmente estamos testando V3 com banner de FOMO, V4 (paywall de declínio e paywall de reconexão), e Flex-17 com clickwall.
04.	Público LAL	LAL de 5% de valor de compra nos dá o melhor resultado entre os outros LALs. Testamos LAL de valor de compra de 1%, 5% e 10% e LAL de Pcall.
05.	Starting Budget	Anteriormente, estávamos trabalhando com um orçamento inferior a 1K, mas há 2 dias começamos a campanha com um orçamento de 2-3K por campanha. Atualmente, estamos obtendo um bom ROAS fazendo isso.
06.	Novo Pixel	Tentamos alguns pixels em nossa conta de anúncios para Medicare, mas não obtivemos bons resultados. Continuamos usando nosso pixel anterior chamado Senior Saving Alert-V3.
07.	Nova conta de anúncios	Publicamos nossos anúncios na JB-Med-4, e não parece fazer nenhuma diferença significativa. Continuamos focando os gastos com anúncios na JB-Med-1 e JB-Medi-2.
08.	Estrutura de Conjuntos de Anúncios da Campanha	Estruturamos nossa campanha com até 5 conjuntos de anúncios nos últimos 2-3 dias. Vimos algumas melhorias e continuaremos com essa configuração.
09.	Otimização de Evento	Pcall é o vencedor por enquanto.

