

# Guia Programa de Performance



Práticas recomendadas pra melhorar a eficiência e os resultados da sua marca

Fortalecer os sinais



Otimizar a configuração da campanha



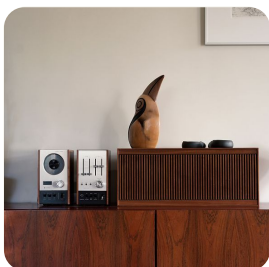
Aprimorar o criativo



Testar e repetir



API



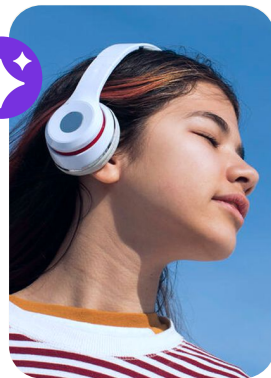
Rehns

Patrocinado



Rehns

Patrocinado



Rehns

Patrocinado



# Resumo executivo

## Fortaleça seus sinais

Pra criar uma campanha bem-sucedida no Pinterest, você precisa ter uma base sólida. Com as ferramentas e os sinais certos, você pode acompanhar a performance, otimizar suas campanhas e alcançar resultados mensuráveis.

## Otimize a configuração da sua campanha

O Pinterest oferece ferramentas e soluções pra você veicular campanhas de todos os tamanhos de um jeito mais fácil e rápido.

## Aprimore seu criativo

No Pinterest, veicular criativos otimizados faz toda a diferença. Use estas estratégias pra aprimorar seus criativos e destacar suas ofertas, buscando sempre a melhor performance possível.

## Teste e repita

Otimize com inteligência, aprimore suas campanhas, melhore a performance e aproveite todo o potencial do Pinterest.

# Fortaleça seus sinais

## Recomendações



### → **API de conversões:**

Faça a integração direta ou por um parceiro.

### → **Pontuação de qualidade**

**do evento:** Busque uma pontuação "boa" em seus sinais web, de aplicativo e offline para ter a melhor performance na plataforma. Priorize os seguintes componentes enviando o máximo de sinais de alta, média e baixa prioridade em cada evento:

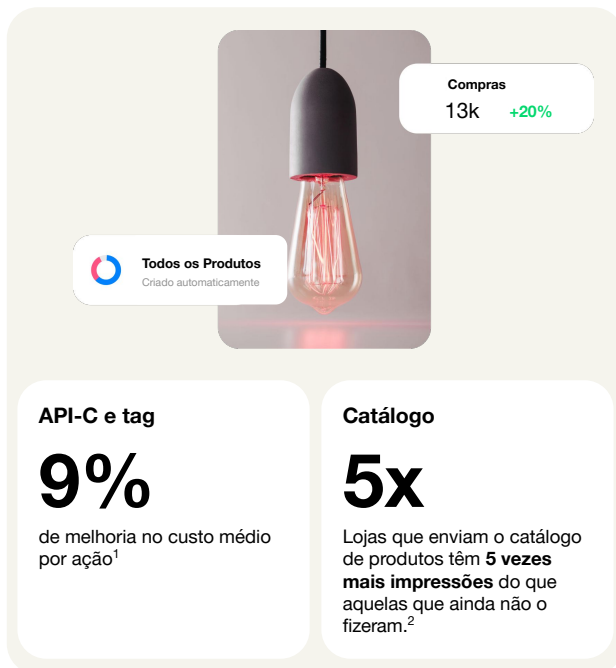
- **Informações do cliente**
- **Insights do evento**
- **Duplicar eventos**

Para conferir a lista completa de parâmetros, consulte nossa [documentação](#).

### → **Integridade do catálogo:**

Quanto mais produtos e informações você tiver no feed, mais otimizados serão seus anúncios, tornando seu conteúdo mais relevante pra quem está comprando. Melhore a qualidade do seu feed incluindo a categoria do produto, além de títulos e descrições relevantes e detalhados.

Pra criar uma campanha bem-sucedida no Pinterest, você precisa ter uma base sólida. Com as ferramentas e os sinais certos, você pode acompanhar a performance, otimizar suas campanhas e alcançar resultados mensuráveis.



## História de sucesso



A Stradivarius implementou a API de conversões pra acompanhar ações importantes como compras, cadastros e downloads do app. Com isso, houve um **aumento de 82% nas vendas** atribuídas ao Pinterest, enquanto o CPA foi reduzido em **28%**.<sup>3</sup>

Imagens apenas para fins ilustrativos.

Fontes: 1. Análise interna global do Pinterest. Comparação entre anunciantes que usaram apenas a tag do Pinterest e aqueles que usaram a API de conversões no período de 26/05/2024 a 01/06/2024, n=5.638.2. Dados internos do Pinterest, dezembro de 2021. Comparação entre Lojas verificadas que enviaram um catálogo e lojas permitidas.

3. Dados internos da Stradivarius, Espanha, 2023.

## Recomendações



### → **Pinterest Performance+**

**Pacote:** Ative o Pinterest Performance+ na campanha para melhorar a performance.

**ou**

#### **Recursos individuais:**

Use os recursos do Pinterest Performance+ individualmente em campanhas tradicionais para ter mais transparência e controle. Se for fazer isso, lembre-se de buscar oportunidades de consolidação e simplificação (por exemplo, remover restrições de segmentação).

### → **MDL**

Leve as pessoas do seu anúncio às páginas do seu aplicativo nativo para incentivar mais ações e compras no app.

### → **Oportunidade total**

Alinhe seus objetivos de negócios com os objetivos das campanhas e, pra ter resultados ainda melhores, otimize para cliques e conversões.

# Otimize a configuração da sua campanha

O Pinterest oferece ferramentas e soluções pra você veicular campanhas de todos os tamanhos de um jeito mais fácil e rápido.

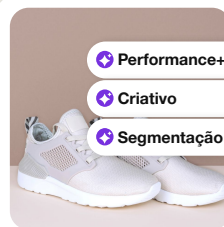


Tênis de corrida

MILE45



Pinterest Performance+



Tênis de corrida

MILE45



R\$ 2,50

## Pinterest Performance+

# +20%

Média de aumento do CPA para anunciantes que usam campanhas de vendas de catálogo do Pinterest Performance+ em relação à configuração tradicional de campanha.<sup>1</sup>

## História de sucesso



A Prada fez uma parceria com o Pinterest para testar o Pinterest Performance+ no lançamento de uma nova coleção. Os resultados foram **ROAS de 2,9x** para ações de finalização da compra e **aumento de 88% na taxa de engajamento** em comparação com campanhas tradicionais. Ao adotar uma segmentação mais ampla, impulsionada por IA e uma configuração de campanha simplificada, a Prada viu melhorias significativas tanto no engajamento quanto na eficiência.<sup>2</sup>

Imagens meramente ilustrativas.

Fontes: 1. Dados internos globais do Pinterest de 200 anunciantes em teste beta, de junho a setembro de 2024. As melhorias de CPA em campanhas Pinterest Performance+ não são garantidas.

2. Análise interna do Pinterest. Teste alfa de conversões do Pinterest Performance+ nos EUA com janela de atribuição 7/7/1, realizado entre abril e maio de 2023.

# Aprimore seu criativo

## Recomendações



### → Diversificação de formatos

Use o Criativo Pinterest Performance+ para produzir anúncios em escala e melhorar seus Pins de Produto.

### → Promoções

Aplique promoções direto nos seus anúncios, para ajudar as pessoas a encontrarem as melhores ofertas e facilitar o caminho até a compra. Para campanhas que usam o catálogo, agora você pode adicionar essas promoções direto pelo feed, o que torna a configuração muito mais simples.

### → Os 4 Cs da Eficácia Criativa

#### Contexto

##### Leve o ambiente em consideração

Pense no contexto do feed em que seu anúncio aparece.

##### Crie com o ambiente móvel em mente

Priorize a experiência para dispositivos móveis.

#### Conteúdo

##### Mantenha a autenticidade

Crie anúncios mais autênticos com uma narrativa natural.

##### Rostos importam

Inclua pessoas reais com expressões genuínas.

#### Criatividade

##### Descentralize o texto

Posicione as imagens no centro e use o texto na parte superior e inferior.

##### Mantenha o ritmo

Saber usar movimento e animação faz toda a diferença no seu anúncio.

#### Cor

##### Aposte no contraste

Encontre um equilíbrio natural entre brilho, contraste e nitidez.

##### Combine cores

Escolha sua paleta de cores logo no início do processo.

No Pinterest, veicular criativos otimizados faz toda a diferença. Use estas estratégias pra aprimorar seus criativos e destacar suas ofertas, buscando sempre a melhor performance possível.

#### Oferta



Frete grátis ao gastar mais de R\$ 65,00

Aproveite o verão com chinelos novos  
Sonla Trac

Patrocinado

#### Criativo Pinterest Performance+

## +14%

de aumento médio na taxa de conversão ao usar o Criativo Pinterest Performance+<sup>1</sup>

#### Promoções

## +18%

Aumento na iCVR para anúncios com promoção, em comparação com os mesmos anúncios sem promoção.<sup>2</sup>

## História de sucesso



A Ruggable usou o Criativo Pinterest Performance+ pra diversificar as imagens de seu catálogo e teve um aumento de 37% na taxa de cliques nos formatos criados automaticamente (em comparação com anúncios de shopping tradicionais).<sup>3</sup>

Fonte: 1. Dados internos globais do Pinterest de mais de 200 anunciantes em testes beta com anúncios tratados com planos de fundo gerados e/ou otimizações de criativos, de junho a agosto de 2024. As melhorias de performance não são garantidas.

2. Análise interna do Pinterest, EUA, outubro a novembro de 2024. Média com base na iCVR beta para resultados de conversões na web, comparando mais de 250 anunciantes que veiculam anúncios idênticos com e sem promoções de selo de canto.

3. Dados internos da Ruggable, EUA, 2023 a 2024.

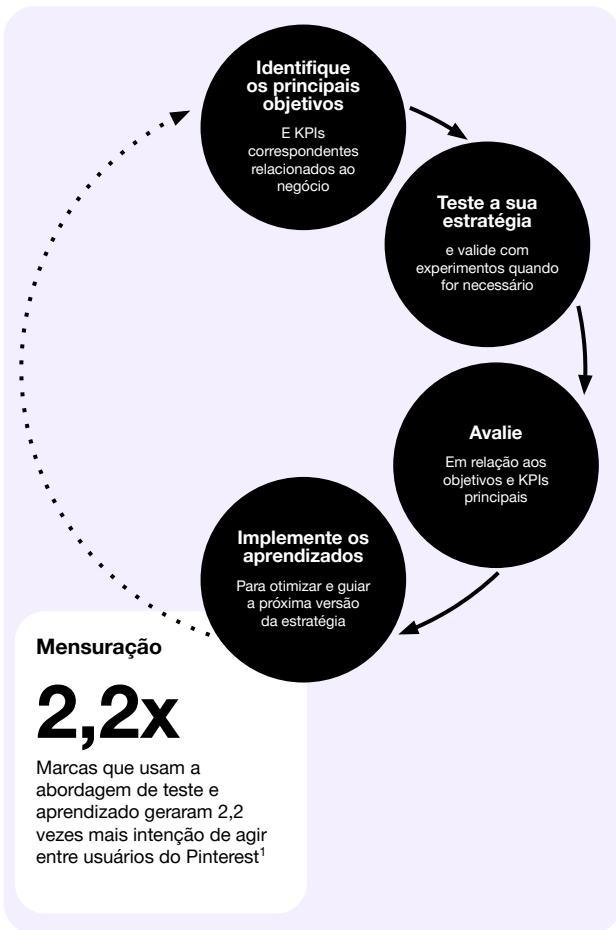
# Teste e repita

Otimize com inteligência, aprimore suas campanhas, melhore a performance e aproveite todo o potencial do Pinterest.

## Recomendações



- No cenário de mensuração de hoje, não há uma única fonte de informações. Valide os resultados com diferentes métodos de mensuração.
- Use estudos de brand lift para entender a performance real, como conversões, vendas ou receita incremental para um momento específico da campanha.
- Use a Modelagem do Mix de Marketing para comprovar o valor do marketing.
- Use testes A/B para identificar estratégias bem-sucedidas e otimizar campanhas.



Fonte: 1. Meta-análise global do Pinterest Brand Lift, julho de 2021 a junho de 2022 (n = 709). Diferença medida na intenção de agir observada para anunciantes que fizeram dois estudos de brand lift em relação aos que fizeram um estudo de brand lift com uma pergunta de intenção de agir no mesmo ano. As estatísticas refletem os anunciantes que usaram uma abordagem de teste e aprendizado em comparação com os anunciantes que não o fizeram.

# Vamos recapitular

| Pilar                                         | Área de foco                    | Tática                                         | Referência                                                                                                                     |
|-----------------------------------------------|---------------------------------|------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Fortaleça seus sinais</b>                  | Integridade do sinal            | Sinal da web                                   | Pontuação de qualidade do evento mínima: Razoável*                                                                             |
|                                               |                                 | Sinal do aplicativo                            | Pontuação de qualidade do evento mínima: Razoável*                                                                             |
|                                               |                                 | Sinal offline                                  | Pontuação mínima de qualidade do evento: Razoável*                                                                             |
|                                               | Integridade do feed de catálogo | Ingestão de catálogo                           | Ingestão do feed > 85%**                                                                                                       |
|                                               |                                 | Integridade do feed de catálogo                | Pontuação de integridade do feed igual ou superior a 80%                                                                       |
| <b>Otimize a configuração da sua campanha</b> | Automação                       | Pinterest Performance+ (campanhas ou recursos) | No mínimo 80% da receita no fim do funil usando o Pinterest Performance+                                                       |
|                                               | Experiência após o clique       | Mobile Deep Linking                            | MDL ativado para qualquer anunciante com um aplicativo                                                                         |
|                                               | Oportunidade plena              | Vários objetivos                               | Mídia ativa em objetivos de vendas de catálogo, otimização de conversão e CPC                                                  |
| <b>Aprimore seu criativo</b>                  | Criativo                        | Diversificação de formatos                     | Usando no mínimo 3 formatos nos últimos 90 dias                                                                                |
|                                               |                                 | Promoções                                      | Veiculou anúncios de promoções nos últimos 90 dias                                                                             |
| <b>Teste e repita</b>                         | Validação dos resultados        | Integrações de mensuração de terceiros         | Usando uma integração de API/MMM de MMM e/ou MTA de terceiros                                                                  |
|                                               |                                 | Mensuração da incrementalidade                 | Realizou um estudo de brand lift usando PCL, um estudo de MMT com terceiros ou um ambiente de "Clean Room" nos últimos 6 meses |
|                                               | Otimização                      | Testes A/B                                     | Teste A/B nos últimos 90 dias                                                                                                  |

\*A fonte do evento é a API de conversões

\*\*A partir da data de extração dos dados