REDTRACK realize:

Publicidade nativa no Brasil: do primeiro teste à escala



Giuliano Mancine (Taboola), Linecker Nunes (Aponia Digital) &
Alessandra Costa (RedTrack)

Maior Rede de Anúncios Nativos Do Mundo!

9K+
Publishers Globais

15K+
Anunciantes Globais

600M
Usuários Ativos por Dia

220B
Impressões Mensais

CAPITAL ABERTO
NASDAQ: TBLA

Maior Rede de Anúncios Nativos Do Mundo!

Acesso direto exclusivo a todos os publishers premium

- Tecnologia integrada em mais de 1.500 publishers no Brasil.
- Inventário seguro para marcas e de alta visibilidade (controle onde seu anúncio aparece).
- Sem intermediários de SSPs
- **37.5 milhões** de usuários/dia
  9 milhões de cliques/dia



realize:

O Antigo Playbook de Performance

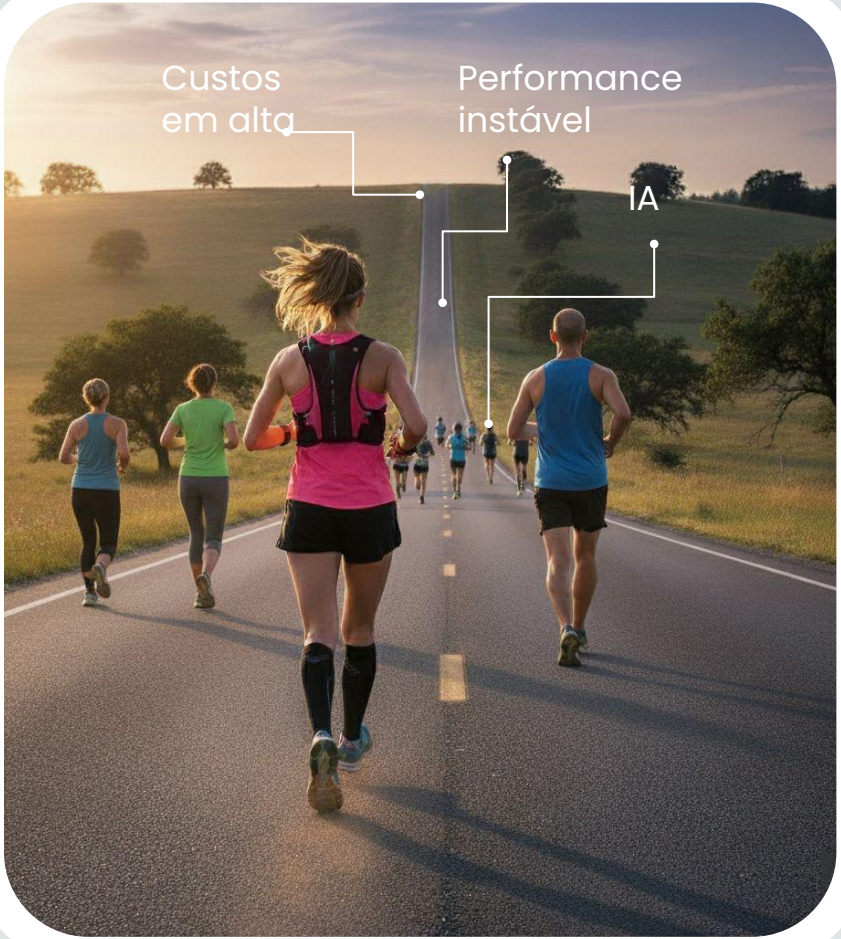
Por muitos anos, os **profissionais de marketing construíram crescimento principalmente em Search e Social**.

Esses canais eram vistos como motores **confiáveis** e **previsíveis** de performance.

Eles definiram a primeira era do marketing digital orientado a performance.

O *Novo Normal* para Performance

- Search está sendo impactado pela IA, tornando os resultados menos previsíveis
- Mais transparência e controle passou a ser um foco estratégico
- Os custos estão aumentando — CPAs e ROAS estão cada vez mais imprevisíveis



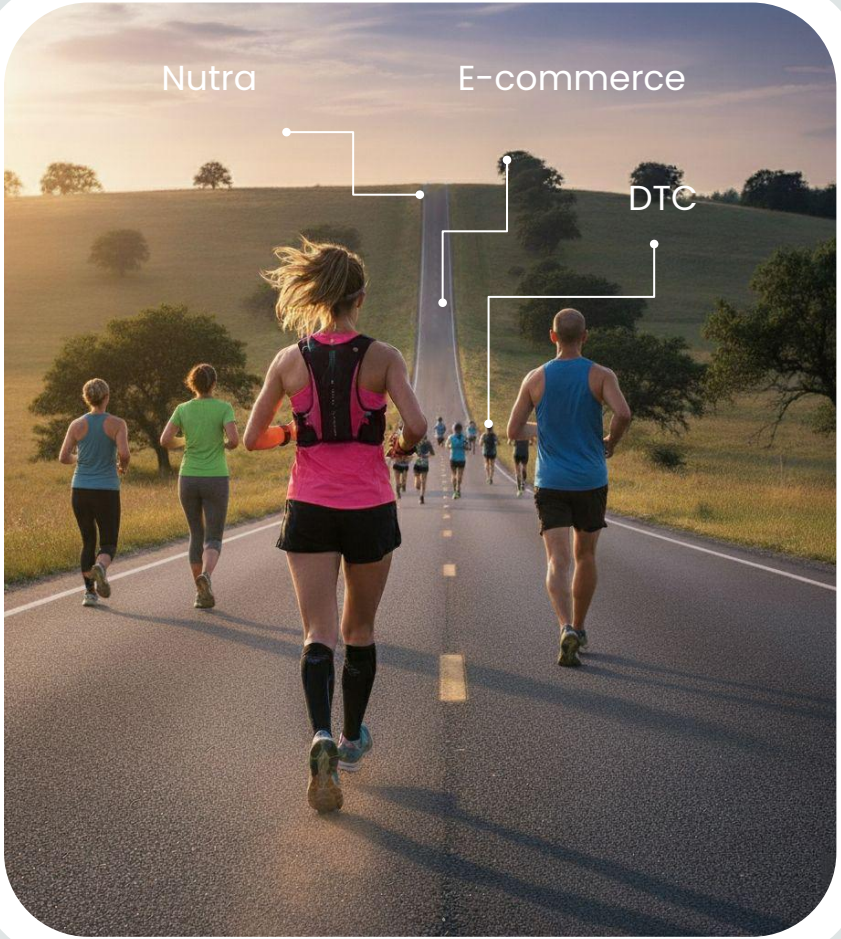
realize:

realize:

A Visão do Media Buyer: O Que Está Funcionando Hoje - *Linecker Nunes*

Onde o *nativo* performa no Brasil

- Nutra e saúde: leitor de bem-estar e advertorial como ponte até a oferta
- E-commerce: descoberta de produto e retargeting, com pico na Black Friday
- DTC: storytelling e conteúdo que educa antes da compra



realize:

Visão de Quem Rastreia: O Que Está Funcionando Hoje - *Linecker Nunes*

O mercado *mudou* de lado

ANTES	AGORA
Afiliação e infoproduto	E-commerce, DTC e produto físico
Cloaker, deepfake e conta comprada	Conta própria, criativo white e negócio verificável
Venda de ocasião	Marca que o cliente lembra na recompra
Número no achismo	Tracking validado do clique à venda

O que vamos *conversar*

Perguntas que chegam para mim **toda semana**. Quem responde é o **Giu, do lado do Taboola**.

1. Por que tanta conta está sendo negada ou derrubada?
2. Quem errou no passado tem segunda chance?
3. Infoproduto funciona no Taboola?
4. O que está escalando hoje com criativo white?
5. Como entrar do jeito certo desde o primeiro dia?

realize:

O que os *dados* do Taboola mostram

4 contas de clientes da Aponia Digital na RedTrack · EUA, Austrália, Reino Unido e Brasil · 29/08 a 27/10/2026

4%

dos sites que receberam o anúncio fizeram pelo menos uma venda.

DICA

Bloqueie por regra quem gasta sem vender: esses sites levaram cerca de 1 em cada 6 reais.

89%

das compras aconteceram até 1 hora depois do clique. Quase todas em até 6 horas.

DICA

Dá para ler o resultado no mesmo dia. Venda que aparece dias depois pede revisão do tracking.

2,4×

mais conversão por clique no desktop que no celular, nos EUA. No Brasil, 98% dos cliques vêm do celular.

DICA

Separe campanhas por dispositivo e desenhe a página para o celular.

15%

dos criativos venderam. Os 10% melhores trouxeram mais de 90% da receita.

DICA

Suba vários títulos e imagens e corte rápido o que não vende.

Seu primeiro *teste*

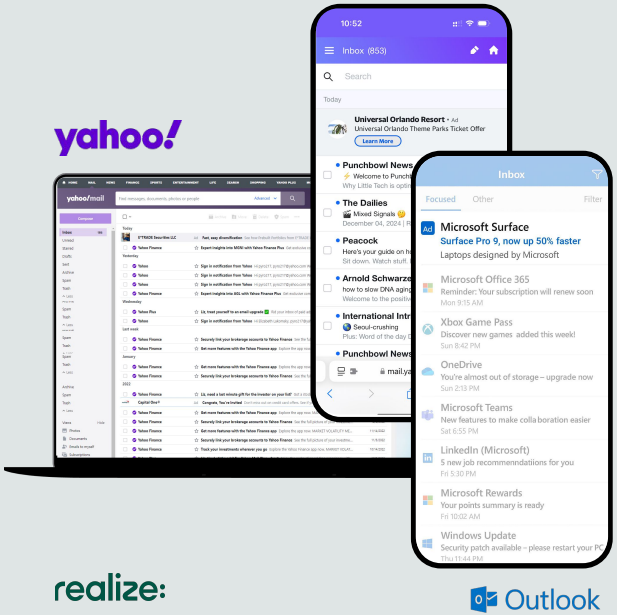
A partir do dia 1 você terá um time obcecado por sucesso

- Account Manager
- Solutions Engineer
- Creative Strategists

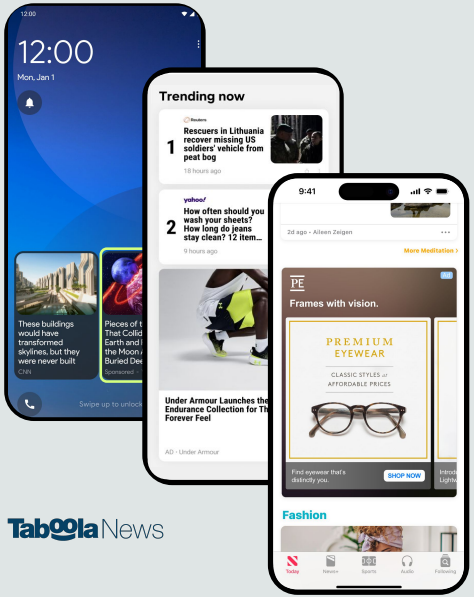
1. Tracking: pixel ou S2S validado antes de investir
2. Conta e Campanha: uma oferta, um objetivo e vários títulos e imagens por subconta para o algoritmo funcionar melhor
3. Orçamento: verba diária de $300/dia que gere conversões para o algoritmo aprender
4. Lançamento: otimize para conversão e só fixe CPA alvo depois de ter volume

Inventário: performance em todos os formatos e ambientes

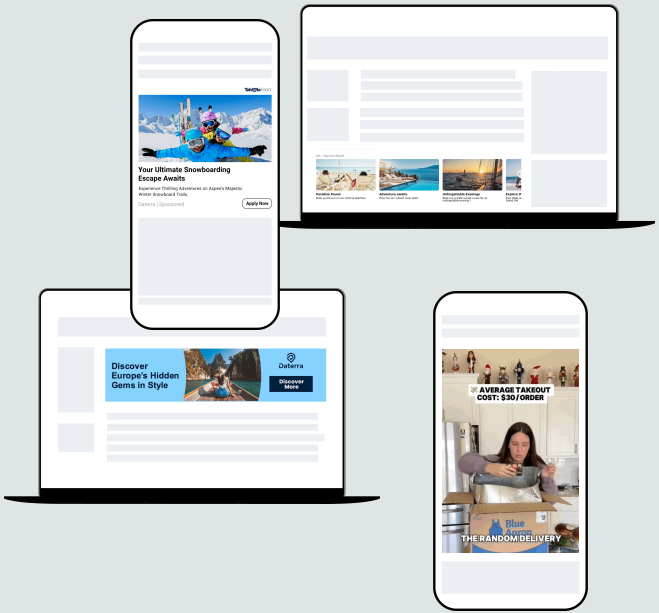
Inventário de Mail



Experiências Mobile



Editorial Premium



realize:

Chegou a hora de escalar?

Escale quando **o CPA estiver estável dentro da meta** e o volume de conversões for consistente.

Aumente o orçamento **aos poucos** e mude **uma variável por vez**, para não reiniciar o aprendizado.

Depois, expanda o que funciona para novos públicos, formatos, regiões e inventários.

As primeiras *dúvidas* dos clientes

O que a integração oferece?

- Sincronização de custos
- Criação de Regras para as campanhas
- Envio de conversões S2S para a Taboola

Por que os números não batem?

- Janela de atribuição diferente
- Data do clique em uma plataforma × data da conversão na outra
- Fuso horário ou moeda diferente entre as contas

Diferença pequena é normal. Grande indica erro de configuração.

Qual evento devo otimizar?

O mais próximo da receita real que ainda tenha volume para o algoritmo aprender.

REDTRACK

Configurar do *jeito certo*

Sincronização de custos

- Conecte via API com Account ID, Client ID e Client Secret
- Dados são atualizados através de IDs

- Conta de gerente: use a conta de onde vem o tráfego
- Tipo de conta de rede vs Tipo de subconta
- Alinhe fuso e moeda: BRL × USD

Postbacks S2S

- O link passa o {click_id} e a RedTrack o devolve no postback
- Passe macros de site, campanha e anúncio

- Nome do evento idêntico nos dois lados, em minúsculas
- Envie a receita para otimizar por valor

Regras automáticas

- Ajuste lances por site com base em ROI
- Pause criativos com desempenho ruim

Dica: comece com regras conservadoras e volume mínimo de gasto ou cliques antes de agir.

REDTRACK

Como conferir se os dados *chegam* à Taboola

1

Teste primeiro

Gere um clique, registre uma conversão de teste e acompanhe o caminho completo.

2

Na RedTrack

Verifique o log de postbacks enviados e se a resposta da Taboola foi de sucesso.

3

Na Taboola

Confira se o evento ficou ativo e se conversões e receita aparecem nos relatórios.

4

Compare sempre

Conversões na RedTrack × na Taboola, por campanha, de tempos em tempos.

RedTrack mostra vendas e a Taboola mostra zero? O problema quase sempre está no click_id ou no nome do evento.

REDTRACK

Rastreando o *funil brasileiro*

Checkout iniciado → **Pix gerado** → **Boleto gerado** → **Compra aprovada**

1

Rastreie cada status separado para ver onde o funil vaza.

2

Estornos e chargebacks atualizam o status, para o ROI ser real

3

Evento principal: só venda real, com receita

ANTES DE ESCALAR

Checklist: o rastreamento está *sólido?*

- Custos sincronizados via API, com moeda e fuso corretos
- Postback S2S testado e confirmado nos dois lados, com receita enviada
- click_id e macros passados em todas as campanhas
- Status separados: Pix/boleto gerado × aprovado
- Nome do evento idêntico na Taboola e na RedTrack
- Regras automáticas ativas, com volume mínimo no começo