

# Estratégias de Conversão em Campanhas de Pesquisa no Google Ads

## Objetivo da campanha

Quando o objetivo (meta) de marketing é **gerar conversões** (ações desejadas, como preenchimento de formulários ou vendas), é essencial escolher estratégias de lances alinhadas com esse foco.

---

## 1. Estratégia "Maximizar conversões"

Essa estratégia é recomendada para quem deseja obter **o maior número possível de conversões** dentro do orçamento disponível.

### 📋 Por que usar?

- Usa **automação** (automatização) para identificar os leilões mais promissores.
- Ideal para campanhas que estão **iniciando** ou que ainda não têm uma meta de CPA bem definida.

### 📋 Sinônimos:

- Maximizar = **Aumentar ao máximo, potencializar**
  - Conversões = **Resultados, ações desejadas**
-

## 2. Otimização com CPA desejado (Custo por Aquisição)

Depois que a campanha já tem **dados históricos**, é possível trocar a estratégia para **CPA desejado**, buscando manter o **custo por conversão** (aquisição) dentro de um valor fixo.

☐ Como definir o CPA desejado?

- Analise a coluna **Custo/Conversão** no histórico de desempenho.
- Exclua períodos recentes com menos dados (devido ao tempo até a conversão).
- Use a recomendação do Google Ads para definir um valor inicial próximo do atual.

☐ Sinônimos:

- CPA = **Custo por Ação, Custo por Aquisição**
  - Desejado = **Estipulado, almejado**
- 

## 3. Aumentar o alcance e a relevância

- Adicione **palavras-chave de correspondência ampla** para ampliar a cobertura.
- Utilize **anúncios dinâmicos de pesquisa** (DSA) para capturar intenções variadas dos usuários.
- **Combine com públicos-alvo**, como visitantes anteriores do site, para refinar o direcionamento.

☐ Sinônimos:

- Alcance = **Cobertura, exposição**
  - Relevância = **Pertinência, adequação**
- 

## 4. Criativos otimizados

- Use **anúncios responsivos** (flexíveis) que testam automaticamente diferentes títulos e descrições.
- Personalize os anúncios com:

- **Extensões** (expansões)
  - **Inserção de palavras-chave** (inclusão dinâmica)
  - **Personalizadores de anúncios** (variáveis personalizadas)
- 

## 5. Monitoramento constante

- Verifique o **Relatório de estratégia de lances**.
- Observe o **tempo até a conversão**.
- Use a **pontuação de otimização** na aba "Recomendações" do Google Ads para encontrar melhorias automáticas sugeridas.

☐ Sinônimos:

- Monitorar = **Acompanhar, supervisionar**
  - Ajustar = **Aprimorar, adaptar**
- 

## Resumo final (em bullet points):

- Comece com "Maximizar conversões" se ainda não tiver uma meta definida de custo por ação.
  - Após reunir dados, troque para "CPA desejado" para controlar os gastos com mais precisão.
  - Use palavras-chave amplas e DSA para **expandir o alcance** (aumentar visibilidade).
  - Combine com públicos-alvo para tornar a campanha mais **direcionada** (segmentada).
  - Otimize anúncios com variações criativas e mensagens **personalizadas** (customizadas).
  - Consulte relatórios e a pontuação de otimização para ajustes contínuos.
- 

Revisão #: contagem de revisões

Criado: duração de tempo por usuário

Atualizado: duração de tempo por usuário