

Estratégias de lances em campanhas de pesquisa no Google Ads

1. Seleção de estratégia conforme metas

Antes de qualquer coisa, defina objetivos claros—seja **tráfego** (tráfego), **conversões** (conversões), **visibilidade** (visibilidade) ou **interações de vídeo** (interações). Cada finalidade exige uma abordagem diferente: clique, custo por mil impressões visíveis (vCPM), custo por visualização (CPV), entre outros.

2. Maximização de cliques

- **Maximizar cliques:** lance automático (orçamento diário médio); ideal para gerar tráfego sem precisar ajustar cada lance.
 - **CPC manual** (CPC): permite gerenciar manualmente o valor máximo por clique, com controle sobre termos específicos, grupos de anúncios ou dispositivos.
-

3. Lances inteligentes (Smart Bidding)

Para quem quer otimizar conversões:

- **CPA alvo** (CPA): define um custo por ação desejado; o sistema ajusta lances para atingir esse valor

- **ROAS alvo** (ROAS): foca no retorno sobre o investimento publicitário, valorizando conversões com maior impacto.
 - **Maximizar conversões** (conversões): gasta o orçamento buscando o maior número possível de conversões .
 - **Maximizar valor de conversão** (valor): otimiza para o maior valor total de conversões possível.
 - **CPC otimizado** (CPCO): ajuste automático de lances manuais para aumentar conversões .
-

4. Foco em notoriedade e impressões

- **Quota de impressão alvo**: garante posicionamento em primeiro lugar ou topo de página.
 - **CPM / tCPM** (CPM): paga por mil impressões; o modo tCPM busca manter um custo médio por mil dentro de um limite.
 - **vCPM**: custo por mil impressões visíveis, voltado para campanhas de branding ou awareness.
-

5. Estratégias para anúncios de vídeo

- **CPV** (CPV): paga por visualizações de vídeo ou interações relacionadas, ideal para campanhas no YouTube.
-

Guia prático por estágio da conta

Contas sem histórico de conversões

- Use **CPC manual** para total controle e coleta de dados.
- Aplique **Maximizar cliques** com teto de lance para acelerar tráfego.
- Em campanhas de marca, use **Quota de impressão alvo**, buscando topo da SERP com limite de CPC .

Contas com dados consolidados (30-50+ conversões)

- Comece com **Maximizar conversões** para alimentar o sistema.
- Evolua para **tCPA** ou **tROAS** quando o algoritmo tiver dados suficientes.
 - Para TCPA, ajuste alvo $\pm 10-15\%$ se quiser mais volume ou eficiência.
 - O mesmo vale para tROAS, com variação de $\pm 10-15\%$.

Recomendações estratégicas

- Avance conforme a maturação dos dados — *não pule etapas*.
- Evite alterações grandes durante sazonalidades ou mudanças simultâneas — isso pode “resetar” o aprendizado do algoritmo.
- Otimize janelas de atribuição alinhadas ao ciclo de decisão do cliente (ex.: 30 dias) .

Roteiro resumido

| Estágio da conta | Estratégia recomendada |
|------------------|------------------------------|
| Sem dados | CPC manual → Max. Cliques |
| Dados iniciais | Max. Cliques + teto CPC |
| Com conversões | Max. Conversões → tCPA/tROAS |

As **estratégias de Lances inteligentes** (Smart Bidding) utilizam o aprendizado de máquina (inteligência artificial) do Google para **otimizar automaticamente os lances** em tempo real, com base na **probabilidade de conversão** em cada leilão. Essa automação permite que os anunciantes **maximizem o desempenho** (resultado) com base nas metas estabelecidas.

Alguns dos principais **modelos de lance automatizado** incluem:

- **Maximizar conversões**: o Google busca obter o maior número possível de conversões com o orçamento disponível.
 - **CPA desejado** (custo por aquisição): o sistema tenta alcançar um custo médio por conversão específico.
 - **ROAS desejado** (retorno sobre o gasto com anúncios): o foco é maximizar a receita com base no valor de conversão e no investimento.
-

☐☐ Indicadores que influenciam o desempenho da estratégia

Para analisar e ajustar a performance da estratégia de lances, o Google Ads oferece ferramentas como:

- **Relatório da estratégia de lances:** fornece uma visão geral do comportamento do sistema, como o histórico de CPA, taxas de conversão, e alterações feitas.
 - **Simuladores de lance:** permitem visualizar estimativas de impacto ao ajustar lances, como CPA ou orçamento.
 - **Indicadores de desempenho:** como taxa de conversão, volume de impressões qualificadas, e variações na concorrência.
-

⚙️ Melhores práticas para estratégias de Lances Inteligentes

Ao configurar ou revisar uma estratégia de lance automatizado, é importante:

- **Definir metas claras e alinhadas** com os objetivos da empresa.
 - **Evitar orçamentos limitados** demais, que podem restringir o aprendizado da máquina.
 - **Revisar o tempo até a conversão:** se o funil for mais longo, ajustes prematuros podem prejudicar os resultados.
 - Considerar **ajustes finos em CPA ou ROAS**, e observar os reflexos antes de alterar novamente.
 - Utilizar os **simuladores para prever resultados**, em vez de aplicar mudanças no escuro.
-

☐☐ Estudo de caso: Gabriel e a previsão de resultados com ajuste de CPA

Gabriel está usando Lances Inteligentes com CPA desejado. Sua campanha está performando bem, e ele quer **aumentar o número de conversões mantendo o CPA atual**. Para isso, está avaliando **possíveis ações**.

Das opções apresentadas a ele, a **mais eficaz e fundamentada** é:

“ ☐ **Usar o simulador de estratégia de lances para prever o impacto de um possível aumento no CPA desejado ou no orçamento.**

Essa ferramenta permite que Gabriel **visualize projeções realistas** com base em dados históricos da conta. Assim, ele pode tomar uma **decisão embasada (justificada)** sobre como ajustar seus parâmetros, reduzindo o risco de prejuízo ou instabilidade.

Por outro lado, **ações como simplesmente aumentar o orçamento ou o CPA sem previsão** são mais arriscadas, pois podem elevar o custo sem garantir o crescimento proporcional de conversões.

☐ Conclusão

O uso de **Lances Inteligentes exige monitoramento, alinhamento com metas e o uso estratégico das ferramentas de análise**. Ao entender as variáveis envolvidas e utilizar recursos como os **simuladores**, é possível ajustar as campanhas com mais segurança, obter mais conversões (vendas ou ações) e manter a eficiência do investimento.

Revisão #: contagem de revisões

Criado: duração de tempo por usuário

Atualizado: duração de tempo por usuário