

Estratégias de Lances no Google Ads (Pesquisa)

O que são estratégias de lances?

São métodos usados no Google Ads para **definir automaticamente quanto pagar por um clique**, com base nos **objetivos da campanha**. Podem focar em **conversões, valor, tráfego ou visibilidade**.

Passo 1: Identifique seu objetivo de marketing

A escolha da estratégia depende do que você quer alcançar:

Se seu objetivo é gerar mais vendas ou leads:

- **Maximizar conversões** (estratégia mais comum):
→ Usada quando se quer o **máximo de conversões** com o orçamento disponível.
 - **CPA desejado (Custo por Ação)**:
→ Ideal para obter conversões dentro de um **custo-alvo por resultado**.
 - **Maximizar o valor da conversão**:
→ Boa para campanhas que visam **valor financeiro total**, como vendas de diferentes preços.
 - **ROAS desejado (Retorno sobre o investimento publicitário)**:
→ Estratégia voltada a gerar **lucro proporcional ao que se gasta** em mídia.
-

Se seu objetivo é aumentar o tráfego ou reconhecimento:

- **Maximizar cliques**:
→ Usado para obter o **maior número de visitantes** ao site com seu orçamento.

- **Parcela de impressões desejada:**

→ Indicado para **aparecer em lugares estratégicos** da página do Google (topo, 1ª posição etc.), com foco em **visibilidade e marca**.

O que são Lances Inteligentes?

São estratégias **automatizadas com uso de IA** que otimizam os lances em tempo real com base em:

- Local do usuário
- Dispositivo
- Hora do dia
- Histórico de busca e muito mais.

Usa o que se chama de **lance durante o leilão**, ou seja, o sistema ajusta cada lance no momento em que o anúncio vai para o ar.

Como configurar estratégias de lance?

1. Na criação de uma nova campanha:

- Escolha o objetivo → Conversões ou Valor da conversão.
- Defina se quer:
 - CPA desejado (custo por ação) ou
 - ROAS desejado (retorno sobre gasto com anúncios)

2. Criar uma estratégia de portfólio:

- Acesse a **Biblioteca compartilhada** → “Estratégias de lances”
- Útil para aplicar **a mesma lógica de lance em várias campanhas**.

3. Editar campanhas já existentes:

- Mude o tipo de estratégia direto na aba de configurações da campanha.

Práticas recomendadas (boas práticas):

Para estratégias de **conversão ou valor**:

- **Tenha dados suficientes de conversão** (o algoritmo aprende com o histórico).
- **Não defina metas muito agressivas** de CPA ou ROAS inicialmente.
- **Dê tempo para otimização** (as campanhas precisam de tempo para se ajustarem).
- Use o **relatório de estratégia de lances** para analisar resultados.

Para **parcela de impressões**:

- Defina **posições estratégicas** (ex.: topo da página).
 - Tenha **CPC máximo razoável**.
 - Certifique-se de que o orçamento seja compatível com a meta de exibição.
-

Como avaliar se sua campanha pode melhorar?

- Consulte a **pontuação de otimização** no menu “Recomendações” do Google Ads.
 - O sistema sugere ajustes como troca de estratégia de lances.
-

Resumo com palavras-chave (com sinônimos):

- **Conversão** (ação desejada: compra, lead)
- **Valor da conversão** (retorno financeiro)
- **CPA** (Custo por Ação → valor gasto por resultado)
- **ROAS** (Retorno sobre investimento)
- **Tráfego** (visitas ao site)
- **Impressão** (visualização do anúncio)
- **Visibilidade** (exposição da marca)
- **Parcela de impressões** (frequência com que o anúncio aparece)

- **Otimização** (ajuste automático para melhor desempenho)
-

Revisão #: contagem de revisões

Criado: duração de tempo por usuário

Atualizado: duração de tempo por usuário