

Fundamentos dos Lances com Base no Valor

O que são?

Os lances com base no valor (também chamados de *value-based bidding*) são uma estratégia de **Lances Inteligentes** que utiliza **aprendizado de máquina** (machine learning) para maximizar o **valor da conversão**, em vez de apenas a quantidade.

Como Funciona:

- O sistema do Google analisa **bilhões de sinais contextuais** (como dispositivo, hora do dia, local, comportamento do usuário etc.) para prever o **valor potencial** de cada conversão.
- Com base nisso, ele **ajusta os lances automaticamente** para atrair **clientes com maior valor de negócio**, sem ultrapassar o orçamento.

Exemplos de dados considerados:

“ Localização, navegador, dia da semana, lucro, LTV (lifetime value), propensão de compra, tipo de dispositivo etc.

Vantagens Estratégicas:

- Permite priorizar clientes de **alto valor**, otimizando o retorno sobre o investimento (**ROI**) ou **ROAS** (retorno sobre gasto com anúncios).
- Reduz o tempo de **gerenciamento manual** das campanhas.

- Ideal para quem já tem uma boa base de dados sobre clientes e quer usá-la para **potencializar resultados**.
-

Aplicações Práticas:

1. **E-commerce**

Maximize o valor total das vendas respeitando metas de ROAS.

2. **Varejo Omnicanal**

Use o valor médio de visitas à loja para alinhar ações on-line e físicas.

3. **Geração de Leads**

Atribua valores diferentes a leads de maior qualidade para captar os melhores.

Diferença entre CPC e Value-Based:

- Lance padrão (baseado em conversão): R\$10 para todos.
 - Lance por valor: ajusta conforme o valor potencial do cliente (ex: R\$5 para um cliente de R\$100 e R\$15 para um de R\$500).
-

Implementação Requer:

☐ Estrutura de Medição Centrada no Valor (VCM – *Value-Centric Measurement*):

1. **Definição de Valor**

- Real: valor registrado no momento (ex: lucro).
- Proxy: valor estimado (ex: lead scoring).
- Preditivo: valor previsto (ex: LTV calculado com base no comportamento).

2. **Ingestão de Dados**

- Tag do site (ex: Google Tag Manager)
- Importação via API
- Dados próprios e rastreamento direto do Google

Boas Práticas:

- Tenha uma **estrutura robusta de conversão** com tags bem configuradas.
- Use **dados próprios** (first-party data) para enriquecer a estratégia.
- Habilite recursos como **conversões otimizadas** e **modo de consentimento** para respeitar a privacidade.

Resultados Esperados:

- Aumento de até **14% no valor da conversão** ao migrar de CPA para ROAS.
- Mais precisão na **segmentação de público** e maior valor por cliente.

Aprendizado Final:

“Os lances com base no valor usam bilhões de combinações de sinais para prever o valor da conversão.”

Revisão #: contagem de revisões

Criado: duração de tempo por usuário

Atualizado: duração de tempo por usuário