

Otimizar orçamentos com o Planejador de performance

Resumo: Como usar o Planejador de Performance

Você talvez não consiga **antecipar** (prever) tudo, mas pode se **preparar estrategicamente** (ajustar) com o Planejador de Performance — uma ferramenta que **projeta cenários futuros** (simula resultados) e alinha campanhas a **objetivos otimizados** (metas de alta performance).

Objetivo do módulo

Aprender as **melhores práticas** (recomendações fundamentais) para:

- Usar previsões para **orientar decisões** (guiar estratégias);
 - Ajustar metas e orçamentos com **base em simulações**;
 - Entender como os **períodos sazonais** impactam a performance.
-

O que é o Planejador de Performance?

Ferramenta do Google Ads que permite:

- Prever desempenho de campanhas até 18 meses à frente;
- Simular **diferentes cenários** (possibilidades);
- Gerenciar **orçamentos multi-campanhas**;
- Planejar com base em sazonalidades e **alterações de mercado**.

Como ele gera as previsões?

- Usa **bilhões de buscas** como referência;
 - Simula leilões reais dos últimos 7 a 10 dias;
 - Considera: sazonalidade, concorrência, comportamento da página de destino e volume de pesquisas;
 - Ajusta continuamente com **aprendizado de máquina** (machine learning).
-

Etapas para criar um plano

- **Acesse:** Ferramentas > Planejamento > Planejador de performance (+ novo plano);
 - **Agrupe campanhas semelhantes** (mesmo objetivo e orçamento);
 - **Escolha uma métrica-chave** (cliques ou conversões);
 - **Defina a janela de análise** (lookback): últimos 7 a 90 dias;
 - **Estabeleça metas:** como CPA médio, volume de conversões ou gasto total;
 - **Use dados históricos** (do mesmo período anterior) para fundamentar;
 - **Simule cenários diferentes** com ajustes de metas e limites.
-

Práticas recomendadas

- Planeje com até **18 meses de antecedência**;
 - Avalie regularmente a performance da campanha;
 - Use a ferramenta **mensalmente** para acompanhar mudanças no mercado.
-

Casos de uso ideais

- Prever diferentes resultados ao mudar configurações da campanha;
 - Gerenciar orçamentos em múltiplas contas/campanhas;
 - Identificar oportunidades sazonais futuras.
-

Exclua da lista de usos:

- Entender quais produtos não vendem bem (isso é para análise de inventário, não planejamento de mídia).
-

Insight final

O Planejador de performance vai além do gerenciamento rotineiro: ele oferece uma **visão estratégica de longo prazo**, permitindo **ajustes precisos** (refinamentos) para maximizar resultados em **mercados voláteis** (ambientes instáveis).

Revisão #: contagem de revisões

Criado: duração de tempo por usuário

Atualizado: duração de tempo por usuário