

Leilão e CTR

Seu cliente quer melhorar o CTR das suas campanhas. Entendendo a importância dessa métrica, você:

Selecione 3 alternativas

A negativa de palavras-chave para reduzir o número de impressões irrelevantes

B edita os anúncios com call-to-action e palavra-chave

C aumenta o número de impressões para aumentar o número de cliques

D analisa o lance máximo e índice de qualidade dos seus anúncios

E edita URL final para uma página com melhor conversão