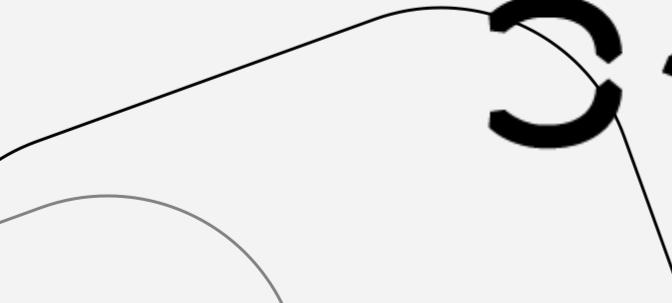


ROCKY

FULL DIGITAL PERFORMANCE



EW CA

escola
britânica de
artes criativas
& tecnologia



Estratégias de Lance

Importância

As estratégias de lance do Facebook são úteis para a obtenção dos resultados comerciais importantes para a empresa, como conseguir mais clientes, aumentar as vendas ou ampliar o alcance da marca.

Para cada resultado desejado, é importante escolher uma estratégia de lance que corresponda melhor ao seu KPI ou outras métricas que deseja acompanhar.

Custo x Controle

Sem controle de custo

Menor custo: Obtenha o máximo de resultados com seu orçamento (sem controle de custos).

Com controle de custo

Limite de custo: Obtenha o máximo de resultados possível, mantendo-se dentro do CPA desejado.

Limite de lance: Alcance o máximo de resultados sem exceder seu limite de lance (lance não é o mesmo que o custo médio de seus resultados em relatórios)

Obs: Um lance representa o quanto você está disposto a pagar para alcançar o resultado desejado de alguém em seu público-alvo. No entanto, o lance não é o custo de seu evento de otimização escolhido. Se você quiser controlar diretamente o custo de um resultado, use o limite de custo.

Limite de custo x Limite de lance

Limite de custo:

Melhor para obter o máximo de volume

Pontos a considerar: O custo pode aumentar conforme o orçamento aumenta

Limite de lance:

Melhor para controlar lances no leilão

Pontos a considerar:
o lance é diferente do custo por resultado

Qual a diferença? O limite de custo reflete o custo dos resultados que você vê nos relatórios. Ele usa aprendizado de máquina para definir lances dinamicamente tão altos quanto necessário para maximizar os resultados e, ao mesmo tempo, mantém os custos iguais ou inferiores ao valor médio. O limite de lance reflete quanto você está disposto a pagar por uma ação desejada. Não reflete o custo real que efetivamente pagou por essa ação. Em outras palavras, o limite de lance nos diz o valor máximo que você está oferecendo em leilões. Ele não limita o custo por ação que você vê nos relatórios.

Estratégias disponíveis*

3 tipos de lances	Estratégia de lance	Quando usar?	Pontos de atenção
Baseado em gastos: Concentre-se em gastar todo o seu orçamento e obter o máximo de resultado ou valor possível.	Menor custo	Objetivo de trazer o maior volume de resultados sem um CPA definido; Utilizada quando os KPI's não são pré-definidos	Pode trazer custos mais altos do que o orçamento suporta
	Valor mais alto (lances automatizados)	Objetivo de trazer compras de valores mais altos	Pixel configurado corretamente e retornando valores de compra; Histórico suficiente para a distribuição correta do investimento
Baseado em metas: Defina um custo ou um valor que deseja alcançar.	Limite de custo	Objetivo de controlar o CPA - a estratégia trará o CPA definido ou mais baixos.	Período de aprendizagem maior; Maior conhecimento com relação a janela de conversão.
	ROAS mínimo	Objetivo de controlar o ROAS	Se a campanha não alcançar o ROAS setado, irá interromper a veiculação; Pixel configurado corretamente e retornando valores de compra
Lance manual	Limite de lance	Objetivo de controlar o valor do lance que o Facebook pode fazer em leilões	Exige capacidade de calcular lances com base em taxas de conversão projetadas e custo marginal

*Vale lembrar que a disponibilidade da estratégia varia de acordo com o objetivo da campanha.

Aplicações:

Tipo de lance	Estratégia de lance	Exemplo
Baseado em metas: Defina um custo ou um valor que deseja alcançar.	Limite de custo	Sua empresa quer aumentar o volume de compras e obter controle maior sobre o custo por compra.
	ROAS mínimo	Sua empresa quer aumentar o retorno sobre as vendas - trazer vendas de valores mais altos.

ROCKY

FULL DIGITAL PERFORMANCE

Ew
32

escola
britânica de
artes criativas
& tecnologia