

# Bradesco promove seu aplicativo para celular com o Google e maximiza o ROI com as ferramentas do AdWords para otimização de campanhas

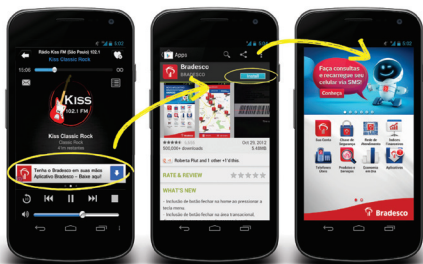


## Sobre o Bradesco

O Banco Bradesco, fundado em 1943, é o segundo maior banco privado do Brasil, com mais de 4.600 agências, e cerca de 47.000 Máquinas de Autoatendimento em todo o país. O Bradesco oferece uma gama de serviços financeiros, incluindo serviços bancários online, seguros, previdência, cartões de crédito, títulos de capitalização e empréstimos pessoais e comerciais.

*“Nossos aplicativos são essenciais para nos relacionarmos com nossos clientes e entregar o valor que eles precisam. Promover nossos aplicativos com o Google nos ajudou a superar nossas metas de retorno sobre o investimento. Com o AdWords, tivemos uma queda de 70% no nosso custo por download. O Google é um parceiro importante para promover os nossos aplicativos móveis.”*

—Luca Cavalcanti, Director of Digital Channels



## Objetivo

Em abril de 2012, o Bradesco atuou em conjunto com uma de suas agências on-line, a One Digital, para promover o seu mais recente aplicativo através da Pesquisa e Rede de Display do Google AdWords. A equipe se concentrou em originar downloads dentro do objetivo de custo por download planejado com a ajuda do otimizador de conversões para aplicativos.

## Solução

O Bradesco criou um aplicativo para celular que permite o acesso à serviços bancários a qualquer hora, de qualquer lugar, para todos os perfis de clientes, para consulta de saldos, pagamentos de contas e transferência de dinheiro entre contas, compra e venda de ações entre outras. Em um esforço para aumentar o número de downloads dos aplicativos, o Bradesco, junto com a One Digital, planejou uma campanha para promover o aplicativo através da funcionalidade click-to-download em anúncios na rede de pesquisa e display. Antes de lançar a campanha, foi implementado o acompanhamento de conversões para Android. A leitura da conversão é feita automaticamente, sem a necessidade de inserção de códigos no aplicativo e possibilita a mensuração dos downloads, além de determinar os anúncios e aplicativos mais suscetíveis de se converter. A One Digital otimizou a campanha diariamente para garantir que o Bradesco atingisse seus objetivos: acrescentaram as palavras-chave mais relevantes para campanhas de pesquisa e selecionaram manualmente os aplicativos da rede de display com maior número de downloads.

Foi utilizado o recurso de lance automático, o otimizador de conversões para apps, para ajudar a atingir a meta de custo por download. Ao utilizar dados históricos do desempenho de conversão no AdWords, o Otimizador automaticamente otimiza a entrega de anúncios para aplicativos parceiros quando as conversões são prováveis de ocorrer. Desde a implementação do otimizador de conversões, o custo-por-download diminuiu em 70% e taxa de cliques aumentou 54%.

## Resultados

- O Bradesco promoveu seus aplicativo para celular com anúncios através das Redes de Pesquisa e Display do Google e utilizou o otimizador de conversões para alcançar sua meta de custo por download.
- Cerca de 1 bilhão de impressões de anúncios e 4,4 milhões de cliques durante o primeiro mês
- Ranking Top 5 na categoria de Finanças do Google Play e App Store
- 31x mais Downloads
- Decréscimo de 70% no custo por download (Redução de >R\$5 para <R\$2)