



escola
britânica de
artes criativas
& tecnologia

Marketing Digital



Otimizações de Google Ads



GUIA DA AULA 1



Otimize suas campanhas

- **Objetivos da aula**
- **Importância de otimizações avançadas**
- **Metodologia**
- **Otimizações por palavras-chave**



Acompanhe aqui os temas que serão tratados na videoaula.



Objetivos da aula

- **Análise**
Desenvolvimento da habilidade de identificar a necessidade de otimização em campanhas de pesquisa no Google Ads.
- **Dimensão do problema**
Aprofundamento de conhecimentos sobre otimização de campanhas de pesquisa no Google Ads.
- **Considerações de possíveis soluções**
Ensino de técnicas avançadas de otimização para aprimoramento do desempenho das campanhas.
- **Metodologias de ação**
Capacitação dos alunos para tomada de decisões informadas em relação às ações de otimização.



Importância de otimizações avançadas

- Maximizar o retorno sobre o investimento (ROI).
- Aumentar a relevância e a qualidade dos anúncios para o público-alvo.
- Melhorar a taxa de conversão e o desempenho geral da campanha.
- Alcançar objetivos de negócio específicos, como aumentar vendas, geração de leads ou reconhecimento da marca.



Importância de otimizações avançadas

Recomendações do Google Ads vs. Otimizações personalizadas

Recomendações do Google Ads:

Sugestões de melhoria que o próprio Google, automaticamente, sugere para você na aba da ferramenta.

Otimizações “personalizadas”

Otimizações analisadas e identificadas pelo especialista em performance.



Importância de otimizações avançadas

Vantagens das recomendações do Google Ads

- Baseadas em dados e algoritmos do Google.
- Facilidade de implementação.
- Tempo economizado em análise e pesquisa.
- Melhorias contínuas no sistema de recomendações.

Desvantagens das recomendações do Google Ads

- Pode não estar alinhado com os objetivos específicos do negócio.
- Algumas recomendações podem aumentar custos sem garantir retorno proporcional.
- Falta de personalização e análise aprofundada da campanha.



Metodologia

- ◉ Analisar métricas específicas da campanha e do negócio.
 - Primárias e secundárias
- ◉ Compreender a jornada do cliente e os pontos de contato nas campanhas.
- ◉ Identificar tendências e padrões nos dados de desempenho.
- ◉ Utilizar ferramentas e técnicas de análise de dados.



Otimizações por palavras-chave

Palavras-chave que não geraram resultados:

- Identificar palavras-chave com baixo índice de qualidade, altos custos e/ou baixa taxa de conversão.
- Analisar a semântica e o histórico de desempenho dessas palavras-chave.
- Determinar se elas são relevantes para o negócio e os objetivos da campanha.
- Avaliar se devem ser ajustadas, pausadas ou removidas.



Otimizações por palavras-chave

Análise de desempenho e métricas-chave:

Conversões (compras, leads, ligações [visualizações de vídeos])

CPA (Custo por Aquisição)

ROAS (Retorno do Investimento em Publicidade)

Cliques

Impressões

CTR (Taxa de Cliques)

CPC (Custo por Clique)



Bons estudos!

