



**COMO ANUNCIAR SEU SITE
NO GOOGLE ADS**



Google Ads

O **Google AdWords**, atualmente conhecido como **Google Ads**, é a plataforma de anúncios no Google.

Nele, você desenvolve anúncios e determina onde exibi-los, seja na **Rede de Pesquisa**, em diversos sites pela **Rede de Display** ou até em outros produtos como **Youtube** e **Gmail**.

Por meio desse serviço, empresas têm a possibilidade de pagar ao Google para se destacarem na internet.

O grande diferencial do Google Ads é que as empresas que anunciam podem se destacar para um público super segmentado.

Ou seja, não é só pagar para aparecer mais. É investir em **audiência qualificada** e que tenha relação com o seu negócio.

A seguir, você vai ver como funciona a plataforma Google Ads, como criar uma conta e boas práticas para você criar anúncios que gerem resultados reais para o seu negócio.

Como funciona o Google Ads?

Os anúncios no Google podem ser exibidos de diversas maneiras. Isso porque a ferramenta é múltipla: **Rede de Pesquisa, Rede de Display e Vídeo.**

Os anúncios podem ser veiculados em:

- resultados de pesquisas no buscador, relacionados às palavras-chave utilizadas por você;
- sites específicos direcionados por você;
- canais diversos, segmentados pelo interesse do cliente;
- banners em aplicativos;
- banners no YouTube;
- vídeos no YouTube.

Um bom anúncio precisa atingir o cliente ideal e o Google Ads pode ser o seu aliado, já que você pode direcionar, segmentar e também mensurar os resultados das campanhas.

Com o **Google Ads**, você tem controle sobre o que foi investido.

Você pode configurar os investimentos por dia, mês, ou por toda a campanha.

Como anunciar no Google Ads?

Vamos para a prática, aqui você vai ver como configurar sua conta e criar seu anúncio.

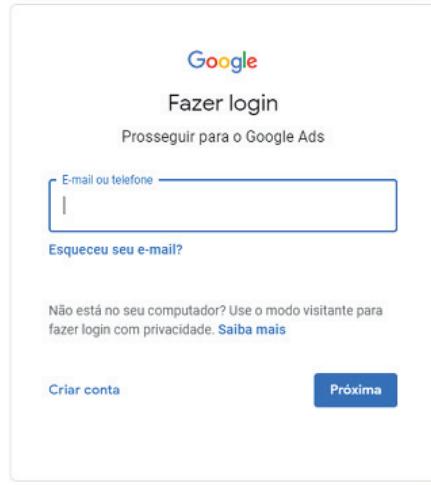
Passo a passo para anunciar no Google Ads

1. Crie sua conta

Primeiramente, entre no site do [Google Ads](#). Em seguida, clique em: **começar agora**.

The image shows a screenshot of the Google Ads website. On the left, there's a large green arrow pointing right towards a blue button labeled "Começar agora". To the right of the button, there's a preview of a search result for "Aula de tênis". The preview includes the Google logo, the search term "Aula de tênis", and a snippet of the ad copy: "Anúncio • marcioluis.tennis Aulas de tênis sensacionais Descubra o mundo do tênis! Professor especializado." At the bottom of the page, there's a phone number "0800 727 0278" and some small legal text.

Faça login na sua conta no *Google* usando a mesma senha do seu e-mail.



The image shows the Google login interface. At the top center is the Google logo. Below it is the text "Fazer login". Underneath that is a link "Prosseguir para o Google Ads". A large input field labeled "E-mail ou telefone" is centered, with a blue outline indicating it is active. Below the input field is a link "Esqueceu seu e-mail?". A note below says "Não está no seu computador? Use o modo visitante para fazer login com privacidade. Saiba mais". At the bottom left is a "Criar conta" link, and at the bottom right is a blue "Próxima" button. At the very bottom of the page, there are links for "Português (Brasil) ▾", "Ajuda", "Privacidade", and "Termos".

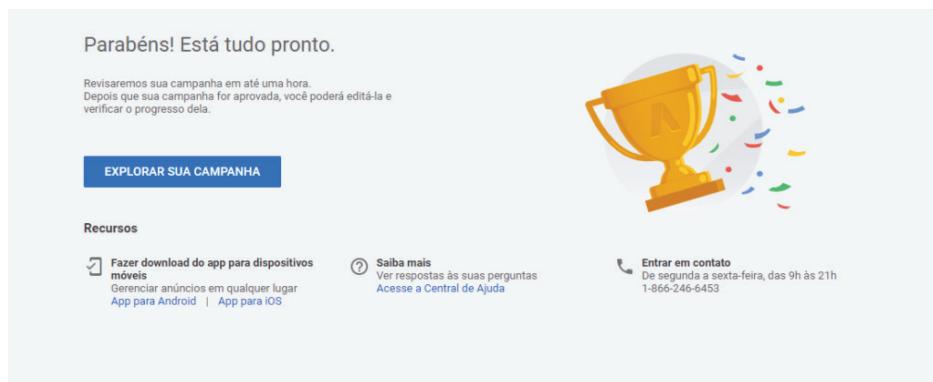


The image shows the first step of creating a new Google Ads campaign. The header reads "Google Ads | Nova campanha". Below the header, a progress bar shows four steps: "1 Seu negócio e o público-alvo", "2 Seu anúncio", "3 Orçamento e revisão", and "4 Configuração do faturamento". The main area has a light gray background. It asks the user to "Descreva sua empresa" (Describe your company). A note says "Essas informações serão usadas para criar um anúncio que alcance os clientes certos". There are two input fields: "Nome da empresa" (Company name) and "Site da empresa" (Company website), with a placeholder "Exemplo: www.example.com". At the bottom are "VOLTAR" (Back) and "PRÓXIMO" (Next) buttons. A character count indicator "0 / 120" is shown above the website input field.

Esses dados incluem tipo de conta (individual ou comercial), número de sua identidade, data de nascimento, nome do seu negócio, endereço comercial, número para contato (opcional), e formas de pagamentos pelos anúncios.

Observação: Ao definir o valor do orçamento (*budget*), você irá perceber que o Google define um valor mínimo exigido, colocando menos disso você não poderá continuar nos próximos passos.

Agora, aceite os [Termos de Uso](#) do *Google Ads* e clique em **Registrar**. Aparecerá uma nova tela mostrando que a sua conta foi criada com sucesso.



2. Criar uma campanha no *Google Ads*

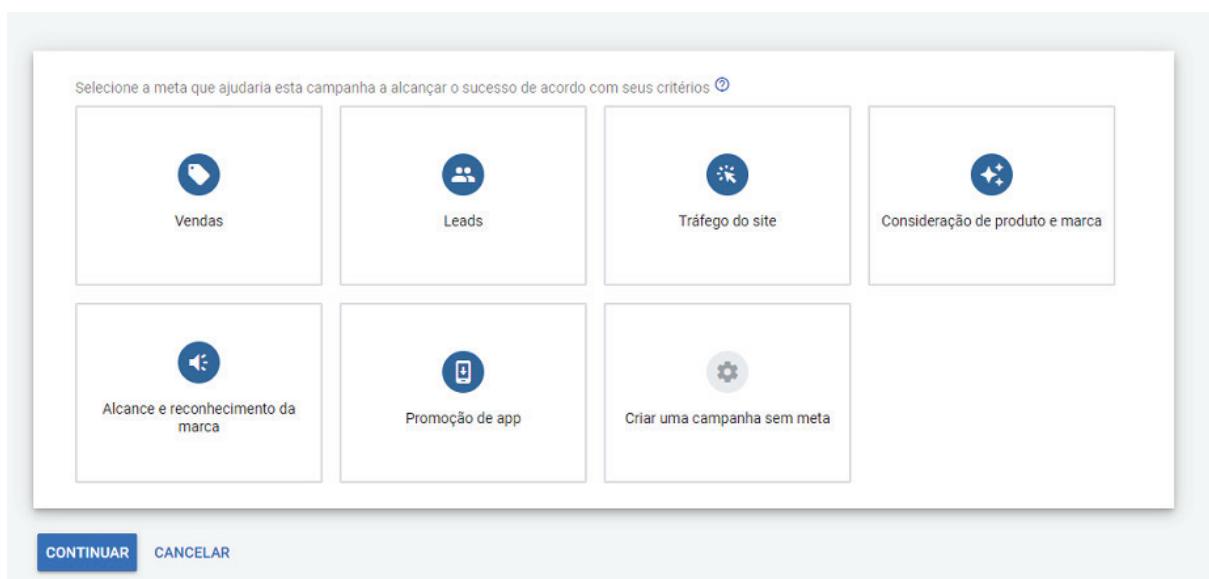
Agora você está praticamente preparado para criar sua primeira campanha no *Google Ads*.

Clique no botão azul (+) para criar uma nova campanha:

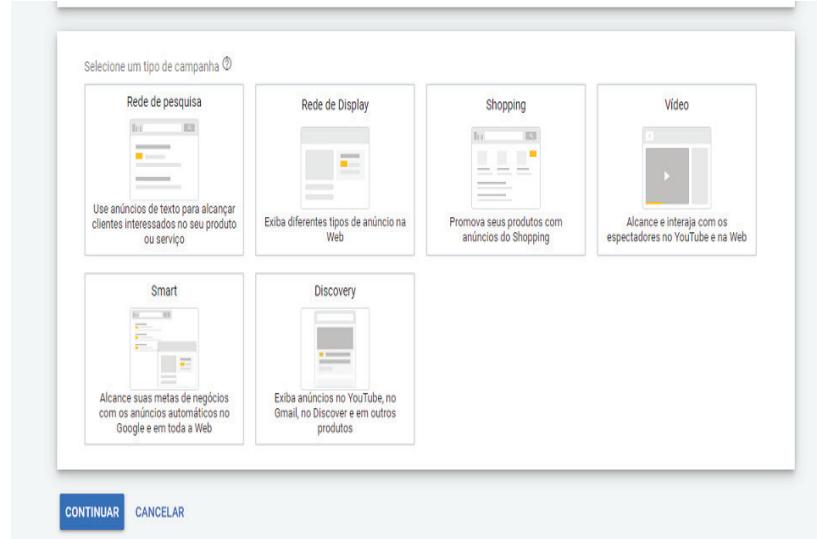
A screenshot of the Google Ads interface. On the left, there's a sidebar with "Visão geral", "Campanhas" (which is selected and highlighted in blue), "Configurações", "Menos", "Locais", and "Histórico de alterações". The main area is titled "Campanhas" and shows a chart with two bars: one at level 1 and one at level 0. Below the chart, it says "Não há dados". There's a blue "+" button with a white circle. At the bottom, there's a table with columns for "Campanha", "Orçamento", "Status", "Conversões", "Custo / conv.", and "Taxa de conv.". A message at the bottom of the table says "Você não tem campanhas ativas." and a button labeled "+ NOVA CAMPANHA".

Defina uma meta , pensando no seguinte:

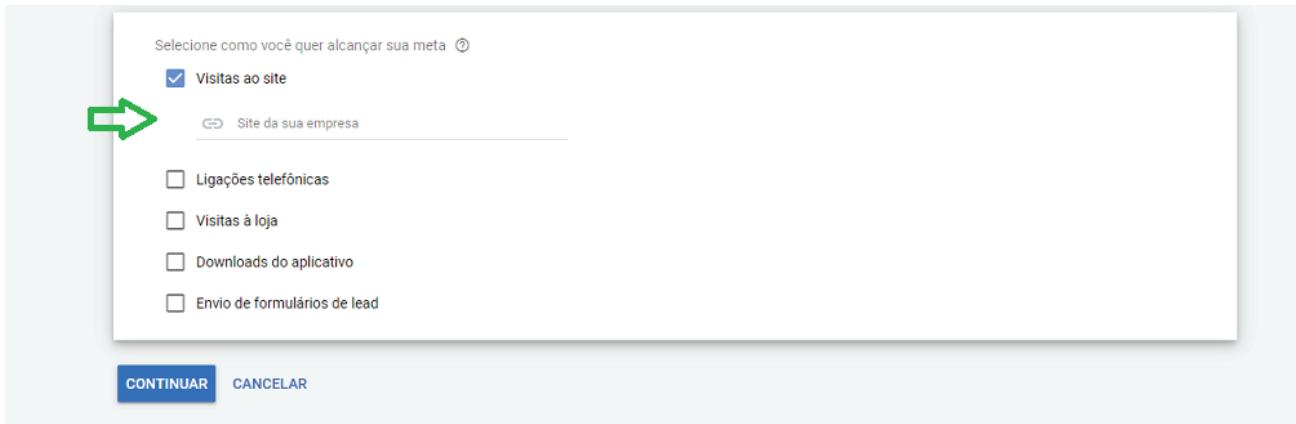
- Por que estou criando essa campanha? A fim de vender um produto na internet? Então escolha '**vendas**', como objetivo.
- Caso você queira convidar pessoas para se cadastrar no seu site ou se inscreverem na newsletter, seu objetivo da campanha deve ser '**Leads**'.
- Se é para ganhar mais tráfego para seu site, seu blog, escolha então '**Tráfego na Web**'.



Defina o **tipo da sua campanha**, você precisa escolher o tipo que combine com sua estratégia de Marketing e tipo de seu negócio.



Defina como irá atingir seu objetivo, vamos escolher **Visitas ao site**.



Agora você deve instalar o código de conversão dentro do seu site, você pode contar com o próprio *Google* para lhe enviar as instruções da instalação, ou pode executá-la sozinho. Escolha o que quiser clicando nas **opções da instalação**.

Escolha um nome para a campanha na página seguinte, defina as redes nas quais ela irá aparecer: Pesquisas de rede **Network** ou outros sites on-line **Display Network** ou ambas opções.

Configurações gerais

Tipo: Pesquisa Meta: Leads

Nome da campanha: Leads-Search-2

Redes

Rede de pesquisa
Os anúncios podem ser exibidos ao lado dos resultados da Pesquisa Google e em outros sites do Google quando as pessoas pesquisam termos relevantes para suas palavras-chave.
 Incluir parceiros de pesquisa do Google

Rede de Display
Amplie seu alcance com a exibição de anúncios para clientes relevantes que navegam em sites, vídeos e aplicativos na Internet.
 Incluir a Rede de Display do Google

Usando o mouse, deslize na página para baixo e defina seu público-alvo.

Segmentação e públicos-alvo

Escolha o público-alvo que você quer alcançar

Locais
Selecionar locais para segmentar
 Todos os países/territórios
 Brasil
 Inserir outro local
 Opções de local

Idiomas
Selecionar os idiomas que seus clientes falam
Comece a digitar ou selecione um idioma
Português

Com base nas suas regiões de segmentação, é recomendável adicionar estes idiomas:
Inglês
ADICIONAR TODOS

Públicos-alvo
Selecionar públicos-alvo para adicionar à sua campanha

Idiomas

Selecionar os idiomas que seus clientes falam ⓘ

Comece a digitar ou selecione um idioma

Português X

Com base nas suas regiões de segmentação, é recomendável adicionar estes idiomas:

Inglês

ADICIONAR TODOS

Escolha o idioma do navegador nos dispositivos do público.

Quanto às características da audiência, você pode pesquisar na web (usando as opções que aparecerão) ou escolher algumas das alternativas que o próprio Google exibe clicando em: navegar ou até aproveitar alguma ideia que o Google Ads oferece para você (opção ideias).

Públicos-alvo

Selecionar públicos-alvo para adicionar à sua campanha. Você pode criar novos públicos-alvo no Gerenciador de públicos-alvo. ⓘ

PESQUISA	IDEIAS (9)	PROCURAI >	Nenhum selecionado	LIMPAR TUDO
<input type="text"/> Fente "ingressos para eventos"			Selecione um ou mais públicos-alvo para observar.	

Você verá aqui os públicos-alvo que já foram selecionados.
Use a pesquisa para encontrar um público-alvo.

Configuração de segmentação de públicos-alvo desta campanha ⓘ

Segmentação
Restringir o alcance da sua campanha aos públicos-alvo selecionados, com a opção de ajuste de lance

Observação (recomendado)
Não restringir o alcance da sua campanha, com a opção de ajustar os lances nos públicos-alvo selecionados

Agora, é hora de configurar o orçamento da campanha.

The screenshot shows the 'Orçamento e lances' (Budget and Bidding) section of the AdWords interface. It includes fields for setting a daily budget and selecting bidding strategies. A note indicates that bids will not exceed the daily budget multiplied by the average number of days in the month. The 'Lances' (Bidding) section allows choosing between 'Conversões' (Conversions) and 'Recomendada para a sua campanha' (Recommended for your campaign), with a checkbox for defining a cost per desired action. A note states that the campaign will use the 'Maximizar conversões' (Maximize Conversions) strategy. A general note at the bottom suggests selecting a bidding strategy directly.

- Defina o orçamento da campanha e o valor do lance
- Decida o valor do orçamento (*budget*) diário para a campanha e como irá gastá-lo: com os cliques? Com as impressões?

Caso você queira acrescentar alguns materiais publicitários ou mais informações relacionadas à campanha, você poderá fazer isso no item: '**extensões dos anúncios**'.

Para finalizar, clique em **salvar e prosseguir**.

3. Configurar um grupo ou grupos ads

Configurada sua campanha, é hora de criar seus anúncios para serem veiculados ao público.

Ou seja, pense no objetivo de cada anúncio e também nas palavras-chave nas quais seus prospects irão pensar na hora que estiverem pesquisando temas relacionados ao seu negócio.

Defina um grupo dessas palavras-chave que têm a ver com cada grupo de anúncio.

Configurar grupos de anúncios

Tipo de grupo de anúncios : Padrão

Um grupo de anúncios contém um ou mais anúncios e um conjunto de palavras-chave relacionadas. Para melhores resultados, tente concentrar todos os anúncios e palavras-chave de um grupo de anúncios em um produto ou serviço.

<p>Nome do grupo de anúncios Grupo de anúncios 1 </p> <p>Insira ou cole as palavras-chave, uma palavra ou frase por linha</p> <p>Os tipos de correspondência ajudam a controlar quais pesquisas podem acionar seus anúncios palavra-chave = Correspondência ampla "palavra-chave" = Correspondência de frase [palavra-chave] = Correspondência exata Saiba mais</p> <p>+ NOVO GRUPO DE ANÚNCIOS</p>	<p>Veja ideias de palavra-chave</p> <p>www.bbb.com</p> <p>Insira seu produto ou serviço</p> <p>Palavras-chave (por relevância)</p> <p>+ bbb</p> <p>+ gshow bbb</p> <p>+ bbb canada</p> <p>+ bbb ao vivo</p> <p>ADICIONAR TODAS AS IDEIAS</p>
<p>SALVAR E CONTINUAR</p>	<p>CANCELAR</p>

- Defina um grupo dessas palavras-chave

Depois clique em: **salvar e continuar** para prosseguir.

4. Criar anúncio(s) dentre do grupo Ad

Continue e crie os demais anúncios de acordo com suas estratégias de Marketing, coloque a URL do site que quer divulgar, preencha os campos: Título (headline) 1, 2 e 3 com descrição que atraia seu público.

Escreva uma mini descrição que aparecerá abaixo da linha vermelha (que leva a URL) como na imagem, assim seu produto ou seu site ficará mais claro para o público e, com isso, seus clientes em potencial se tornam mais animados para saber mais.

The screenshot shows the Google Ads interface at step 4: 'Criar anúncios'. The top navigation bar includes icons for 'Selecionar configurações da campanha', 'Configurar grupos de anúncios', 'Criar anúncios' (which is highlighted in blue), and 'Confirmação'. The main area is divided into two sections: 'Anúncios de texto' (Text ads) and 'Anúncios responsivos de pesquisa' (Responsive search ads). Under 'Anúncios de texto', there is a card labeled 'EM ANDAMENTO' and two others labeled 'PENDENTE'. Below this, a 'Novo anúncio de texto' form is open, showing fields for 'URL final' (www.bbb.com), 'Título 1', 'Título 2', 'Título 3', 'Caminho de exibição' (www.bbb.com / Caminho 1 / Caminho 2), 'Descrição 1', and 'Descrição 2'. To the right, a 'Dispositivos móveis' (Mobile devices) preview shows the ad's layout on a smartphone screen. The preview includes the titles, the URL 'www.bbb.com', and a 'Descrição 1'. A note below the preview states: 'O anúncio nem sempre exibirá o texto todo, pois alguns formatos são reduzidos. Você pode escolher quais textos aparecerão no anúncio.' (The ad may not always show the full text, as some formats are reduced. You can choose which texts appear in the ad.)

Note que você pode visualizar seu anúncio antes de divulgá-lo. Estando tudo OK, clique em **Salvar e continuar**.

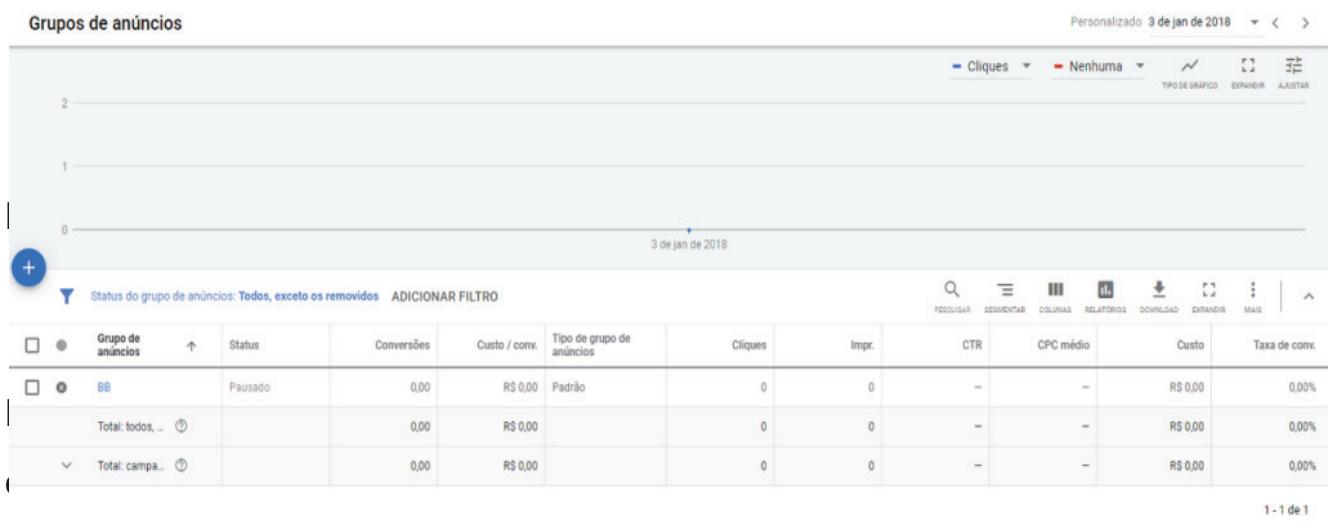
Tudo pronto com seu Grupo Ad e sua campanha como um todo.

Parabéns! Sua campanha está pronta.

Confira o resumo da campanha

2 de jun de 2020 – sem data de término	Orçamento da campanha R\$ 10,00/dia	Estratégia de lances Maximizar conversões
Brasil	Meta da campanha	
Português	Leads	
1 Grupos de anúncios 1 Palavras-chave 1 Anúncios		
CONTINUAR NA CAMPANHA		

Pronto, seu anúncio foi criado! Aperte em **Continuar na Campanha** para ser direcionado à página principal da campanha.



Para pausar, habilitar ou remover a campanha clique no quadro do lado esquerdo do nome dela (como na imagem) que aparece uma barra azul acima da tabela, escolha a aba ‘editar’ e, a partir do menu de opções que aparecer, escolha o que quiser.

The screenshot shows a Google Ads dashboard titled 'Grupos de anúncios' (Campaign Groups). At the top, there are filters set to 'Cliques' (Clicks) and 'Nenhuma' (None) for the date range '3 de jan de 2018'. Below the header, there is a chart with three horizontal bars at levels 0, 1, and 2. The main table displays three rows of data:

	Conversões	Custo / conv.	Tipo de grupo de anúncios	Clique	Imp.	CTR	CPC médio	Custo	Taxa de conv.
0,00	R\$ 0,00	Padrão	0	0	—	—	R\$ 0,00	0,00%	
0,00	R\$ 0,00		0	0	—	—	R\$ 0,00	0,00%	
0,00	R\$ 0,00		0	0	—	—	R\$ 0,00	0,00%	

A context menu is open on the first row, listing options: Copiar (Copy), Colar (Paste), Ativar (Enable), Pausar (Pause), and Remover (Delete). Other options like Alterar a rotação de anúncios (Change ad rotation), Alterar modelos de acompanhamento (Change tracking models), Alterar parâmetros personalizados (Change personalized parameters), and Criar uma regra automatizada (Create an automated rule) are also visible.

Dicas para criar anuncio no Google Ads:

A melhor forma de obter sucesso com o seu anúncio é dizer de alguma forma para quem está pesquisando, que o anúncio é “**feito pra ele**”.

- a) Colocar no título exatamente a mesma palavra chave da busca**, por exemplo, costuma gerar ótimos resultados, porque os termos usados pelo cliente na busca, ficam em **negrito** e se destacam.
- b) Outra opção é citar alguns qualificadores no anúncio**. Já que no modo **CPC** você paga ao Google apenas pelo clique, os

qualificadores servem também para eliminar aqueles cliques que sua empresa não está interessada.

c) Incluir preços e formas de pagamento também funcionam como um filtro e influenciam positivamente na taxa de conversão do anúncio.

Ao visualizar um anúncio sem informações de preço, é necessário acessar o site e avaliar essa informação, gerando um clique e consequentemente uma cobrança.

d) Alguns estudos também mostraram que escrever todas as palavras com as iniciais maiúsculas chama a atenção e atrai mais cliques (inclusive o próprio Google recomenda isso).

e) Outra coisa: não economize caracteres! Eles estão lá para ser usados, então tente usar a maior quantidade possível deles no seu anúncio.