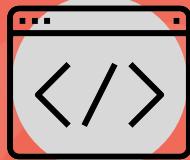




Marketing Digital

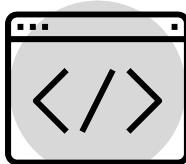


BOAS PRÁTICAS



Otimizações do Google Ads

- Potencialize palavras-chave e termos
- Otimize anúncios e recursos



Confira as boas práticas da comunidade de Marketing Digital com assuntos relacionados às aulas.



Otimize palavras-chave e termos

Acompanhe algumas dicas de análise semântica para otimizar suas palavras-chave.



Entenda o contexto:

Ao realizar análises de semântica das palavras-chave, é importante entender o contexto em que as palavras são usadas. Considere o propósito da pesquisa e o significado subjacente das palavras para garantir que suas palavras-chave sejam relevantes para o que os usuários estão procurando.



Pesquise palavras-chave relacionadas:

Realize uma pesquisa detalhada de palavras-chave relacionadas ao seu negócio, produto ou serviço. Use ferramentas de pesquisa de palavras-chave, como o Planejador de Palavras-Chave do Google Ads, para identificar variações, sinônimos e palavras-chave de cauda longa relevantes. Isso ajudará você a expandir sua lista de palavras-chave e alcançar um público mais amplo.



Agrupe palavras-chave por tema:

Organize suas palavras-chave em grupos temáticos. Isso facilitará a criação de anúncios relevantes e a segmentação de grupos de anúncios específicos. Agrupe palavras-chave que tenham um significado semântico semelhante para garantir que seus anúncios sejam direcionados ao público certo.

Otimize palavras-chave e termos

Acompanhe algumas dicas de análise semântica para otimizar suas palavras-chave.



Analise os resultados da pesquisa:

Analise os resultados da pesquisa para suas palavras-chave e observe os termos e frases relacionados que estão sendo pesquisados pelos usuários. Isso pode fornecer *insights* valiosos sobre o contexto em que suas palavras-chave estão sendo usadas e ajudar a identificar novas oportunidades de palavras-chave relevantes.



Considere sinônimos e variações:

Além das palavras-chave exatas, leve em consideração sinônimos e variações das palavras-chave. As pessoas podem usar diferentes termos para pesquisar o mesmo produto ou serviço. Incluir sinônimos relevantes e variações na sua lista de palavras-chave ampliará sua cobertura e aumentará suas chances de exibir anúncios relevantes.



Acompanhe e analise o desempenho:

Monitore regularmente o desempenho das suas palavras-chave e faça ajustes com base nos dados coletados. Identifique quais palavras-chave estão gerando mais impressões, cliques e conversões. Analise também os termos de pesquisa que acionaram seus anúncios para entender melhor o contexto em que suas palavras-chave estão sendo usadas.

Otimize palavras-chave e termos

Acompanhe algumas dicas de análise semântica para otimizar suas palavras-chave.



Use correspondência de palavras-chave adequada:

Utilize os diferentes tipos de correspondência de palavras-chave no Google Ads (correspondência ampla, correspondência de frase, correspondência exata e correspondência ampla modificada) para controlar a exibição dos seus anúncios com base na semântica das palavras-chave. Isso ajudará você a direcionar suas campanhas de maneira mais precisa.



Atualize regularmente sua lista de palavras-chave:

À medida que você analisa e optimiza suas campanhas, é importante manter sua lista de palavras-chave atualizada. Adicione novas palavras-chave relevantes, remova palavras-chave pouco relevantes e ajuste sua estratégia com base nos *insights* obtidos.

Otimize recursos e anúncios

Uma maneira eficaz de destacar os benefícios do seu produto ou serviço para o público-alvo é criando anúncios persuasivos. Para isso, a técnica CVBA (característica, vantagem, benefício e atração) pode ser uma grande aliada. Acompanhe algumas dicas de como utilizar essa técnica em suas campanhas no Google Ads.



Identifique as características do seu produto ou serviço:

Comece identificando as características únicas do que você está promovendo. Por exemplo, se você estiver anunciando um *smartphone*, as características podem incluir tela de alta resolução, câmera de qualidade superior, processador rápido etc.



Destaque as vantagens:

Traduza as características do seu produto ou serviço em vantagens claras para o cliente. Pense em como essas características podem resolver um problema ou atender a uma necessidade específica do seu público-alvo. Por exemplo, a tela de alta resolução do *smartphone* oferece uma experiência visual imersiva e nítida.



Aponte os benefícios:

Vá além das vantagens e pense nos benefícios que essas vantagens trazem para o cliente. Os benefícios são os resultados tangíveis que o cliente obtém ao usar seu produto ou serviço. No caso do *smartphone*, um benefício pode ser capturar fotos de alta qualidade para criar memórias duradouras.

Otimize recursos e anúncios

Uma maneira eficaz de destacar os benefícios do seu produto ou serviço para o público-alvo é criando anúncios persuasivos. Para isso, a técnica CVBA (característica, vantagem, benefício e atração) pode ser uma grande aliada. Acompanhe algumas dicas de como utilizar essa técnica em suas campanhas no Google Ads.



Crie atração e apelo emocional:

Transforme os benefícios em algo atraente para o cliente. Use palavras e frases que despertem emoções positivas e incentivem a ação. Por exemplo, em vez de simplesmente mencionar a qualidade da câmera, você pode dizer: "Capture momentos inesquecíveis com fotos de tirar o fôlego".



Personalize para seu público-alvo:

Lembre-se de adaptar a estratégia CVBA de acordo com as necessidades e desejos específicos do seu público-alvo. Conheça-os bem para que você possa comunicar as características, vantagens, benefícios e atrações que realmente ressoam com eles.



Use CVBA no título do anúncio:

Utilize o título do anúncio para destacar a característica, vantagem, benefício ou atração mais convincente do seu produto ou serviço. Isso ajudará a chamar a atenção do usuário e incentivar o clique.

Otimize recursos e anúncios

Uma maneira eficaz de destacar os benefícios do seu produto ou serviço para o público-alvo é criando anúncios persuasivos. Para isso, a técnica CVBA (característica, vantagem, benefício e atração) pode ser uma grande aliada. Acompanhe algumas dicas de como utilizar essa técnica em suas campanhas no Google Ads.



Use CVBA nos textos descritivos:

Expanda a estratégia CVBA nos textos descritivos do seu anúncio. Use frases curtas e impactantes para transmitir as características, vantagens, benefícios e atrações do seu produto ou serviço. Destaque o valor que ele oferece aos clientes.



Faça testes A/B:

Realize testes A/B com diferentes variações de anúncios usando a estratégia CVBA. Teste diferentes combinações de características, vantagens, benefícios e atrações para descobrir qual mensagem ressoa melhor com o seu público-alvo.

Bons estudos!

