

EXCELÊNCIA EM PMAX

PMAX RETAIL

PMAX LEAD GEN

PMAX OFFLINE

HERO FACTORY

NEW

Guia de Excelência em AI para

PMAX

Personalize e modele a AI do Google para para atingir seus objetivos de negócio

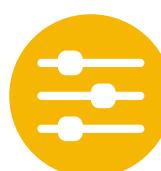


Excelência em Dados



Customize seu Algoritmo

Utilize sinais de audiências (1p e 3p) para reduzir o tempo de aprendizado das suas campanhas e priorizar usuários valiosos



Crie Regras de Negócio

Priorize determinadas localizações, tipos de dispositivos ou audiências, adicionando um multiplicador no valor das conversões



Expanda seu Alcance

Com a Expansão de URL disponível em PMax você pode utilizar o conteúdo do seu site como palavras-chaves em Anúncios Dinâmicos de Pesquisa (DSA)



Atrai Novos Clientes

Dê mais prioridade para novos clientes em suas campanhas ou foque apenas em novos clientes com campanhas exclusivas

Excelência Criativa



Garanta a Cobertura de Peças

Tenha 20 imagens cobrindo os formatos vertical, horizontal e quadrado, inclua 5 variações de logo, 10 títulos e 5 descrições por grupo de recurso



Forneça Peças de Qualidade

Trabalhe **uma única mensagem por peça** e destaque o call to action. Use imagens e vídeos com alta resolução, inclua trilha e narração sempre que possível



Crie Hipóteses Criativas

Use Grupos de Recursos para organizar e testar diferentes abordagens na mesma campanha, aprofundando formas de comunicação para categorias e territórios estratégicos para a marca. [Saiba mais aqui](#)



Planeje uma Agenda de Testes

Desenvolva uma agenda de testes para evolução da estratégia criativa e abastecimento das campanhas com peças que funcionam melhor

Excelência em Mensuração



Utilize KPIs mais Qualificados

Vá além do ROAs otimizando suas campanhas para conversões ainda mais qualificadas como venda faturada ou lucro bruto



Integre sua Base de Dados

Enriqueça suas conversões com base em diferentes fontes de dados (CRM, Analytics, Finance, Data Science) e as integre com o Google Ads através de conversões importadas



Aprimore suas Metas

Use o Performance Planner, e aplique conceitos como ROAs Marginal e adicionando métricas financeiras mais sofisticadas como lucro bruto na hora de alocar bids & budgets



Calibre seus Resultados

Aprimore sua fonte da verdade com inputs do Google Analytics 4, e crie uma cadênciade test & learn usando modelos econôméticos

Cases



+13%

de aumento na taxa de conversão ao adotar melhores práticas de criação com a AI do Google

A Maior Black Friday da Maior Black Friday com até 50% de Desconto!
Ad Casas Bahia

“Através das **melhores práticas do Google**, pudemos comprovar que peças com **menos elementos** e com **variações da mensagem principal** são muito efetivas em gerar **mais interesse e conversão**”

Gabriel Ribeiro

Gerente de Performance

PMAX^{retail}

Multiplique seus resultados, clientes e lucros com a AI do Google,
na data mais importante do varejo



Gmail



Search & Shopping



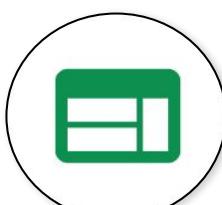
YouTube



Discover



Display



Maps



Melhores Práticas para se Destacar na Black Friday



Verifique seu Orçamento

Aumente seus orçamentos nas campanhas de PMax Retail para garantir que você capture demanda adicional em períodos de alta sazonalidade



Use o Planejador de Performance

Use o Planejador de Performance para otimizar suas campanhas, simulando possíveis cenários de retorno sobre investimento e redistribua seu orçamento da melhor maneira possível



Analise sua Pontuação de Otimização

A pontuação de otimização é exibida com recomendações para melhorar o desempenho das suas campanhas. Elas têm como base o histórico do desempenho, as configurações, tendências e o volume de pesquisas no Google



Flexibilize as Metas de ROAS

Flexibilize suas metas de ROAS para capturar aumento da demanda esperado. Use ajustes de sazonalidade se você acreditar que suas taxas de conversão também irão mudar



Garanta Cobertura

Use o relatório de Mais Vendidos no Merchant Center para planejar seu inventário na Black Friday e identificar itens populares. Disponibilize todos os seus produtos e maximize o uso das listagens gratuitas



Mantenha seus Produtos Aprovados

Monitore produtos desaprovados e fora de estoque para garantir que todo seu inventário esteja qualificado para ser veiculado nas suas campanhas de PMax Retail



Envie suas promoções

Envie seus preços promocionais usando o atributo de sales_price e descontos cumulativos com cupom de desconto para destacar reduções de preço nos seus anúncios



Monitore sua competitividade

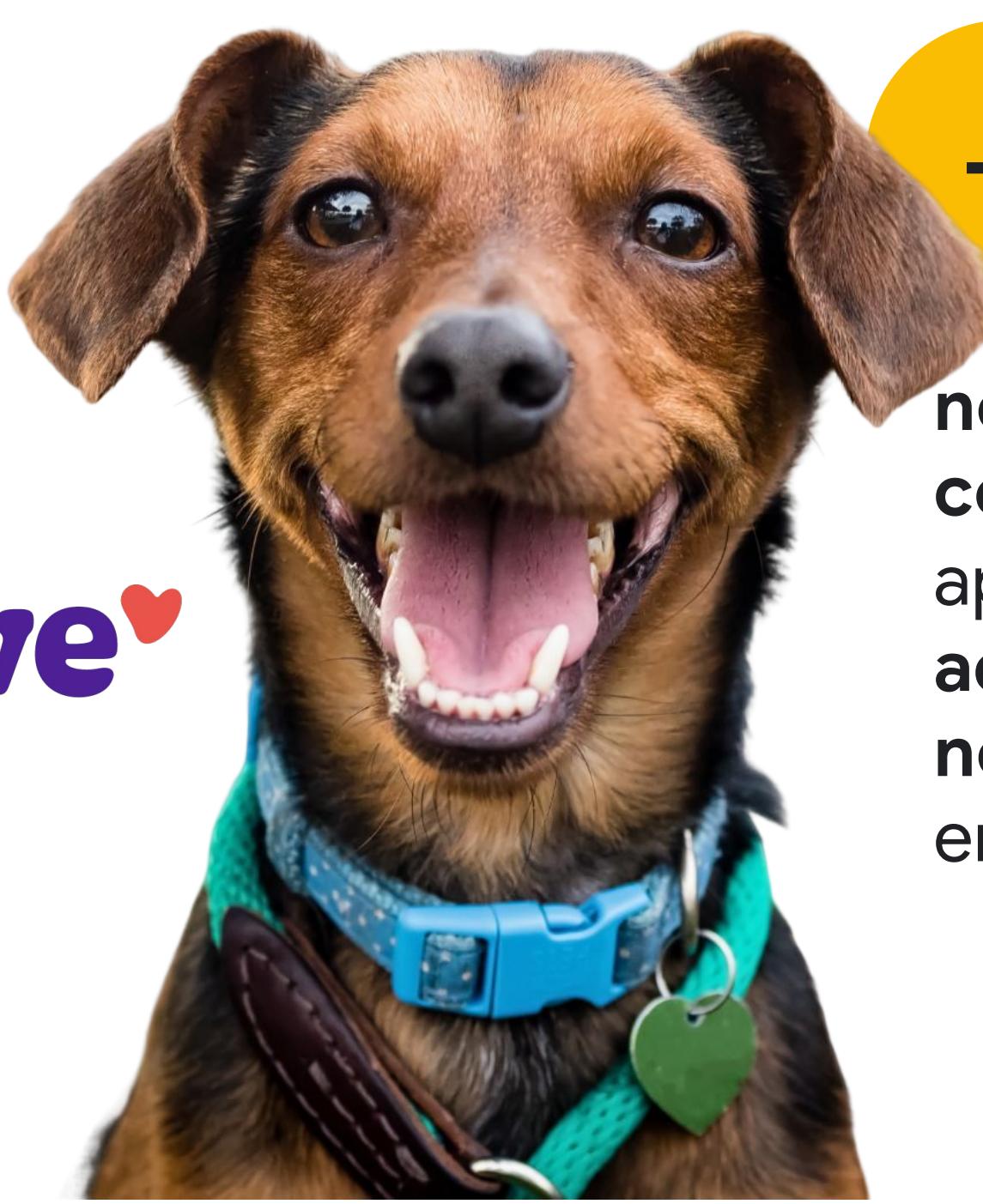
Use o relatório de competitividade de preço para entender a competitividade de suas ofertas e escolher produtos de apostas.

Cases

+42%

novos compradores após ativação da aquisição de novos clientes em PMax

petlove ❤



Ao habilitar a função de **novos clientes** dentro de nossas campanhas de PMax, vimos o **share de novos clientes aumentar de forma satisfatória** em nossas iniciativas no Google e observamos uma **diminuição no valor do CAC**.



Gustavo Souza
Gerente de Performance

Diferenciais Competitivos

Black Friday 23

Exiba seus seus diferenciais competitivos no Google Shopping com as anotações de Promoção, Rápido & Gratuito, Retirada na Loja (LIA) e mais!

Promoções



Use o Promodriver para Enviar suas Promoções

Com o Promodriver é possível criar várias promoções de forma simples e rápida. Mas lembre-se de enviá-las com pelo menos 24h de antecedência



Ofereça Descontos Relevantes

O sucesso das suas promoções também depende do valor do desconto, por isso ofereça descontos atrativos. E lembre-se descontos menores do que 5% ou R\$ 5,00 não são permitidos nas promoções do Shopping



Garanta que suas Promoções estão Ativas

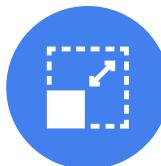
Teste suas promoções no seu site antes de enviá-las para o Merchant Center, assim você pode evitar reparações e atrasos no lançamento da sua promoção



Siga as Boas Práticas para Títulos

Evite títulos em Caixa Alta, muito vagos ou redundantes para prevenir reparações. Acesse os [Requisitos Editoriais](#) e consulte alguns exemplos de títulos válidos

Frete & Devoluções



Comece por Partes

Envie seu custo de frete por etapas, comece com uma categoria, região ou apenas ofertas com frete grátis, e escale aos poucos nos meses/semanas anteriores à Black Friday.



Destaque suas Políticas de Devolução

Conquiste a confiança dos seus clientes ativando as anotações Devolução Grátis ou de prazos de Devolução Estendidos diretamente nas suas ofertas



Ofereça Entregas Rápidas e Grátis

66% dos brasileiros abandonam o carrinho por custos de frete. Ofereça Frete Grátis¹ e entregas em 3 dias ou menos para destacar seus diferenciais logísticos através das novas anotações de frete

Ofertas Regionais (RAAP)



Regionalize seu Sortimento

Agora você pode ter diferentes estratégias de sortimento a nível de estado ou CEP, criando feeds regionais e priorizando ofertas com disponibilidade e preço regional



Aumente sua Eficiência de Mídia

Aumente a performance das suas campanhas focando apenas em regiões onde os seus produtos estão disponíveis para evitar cliques inválidos em produtos fora de estoque

Cases



+81%

de aumento na **taxa de conversão** usando o Shopping Promotions através do Promodriver

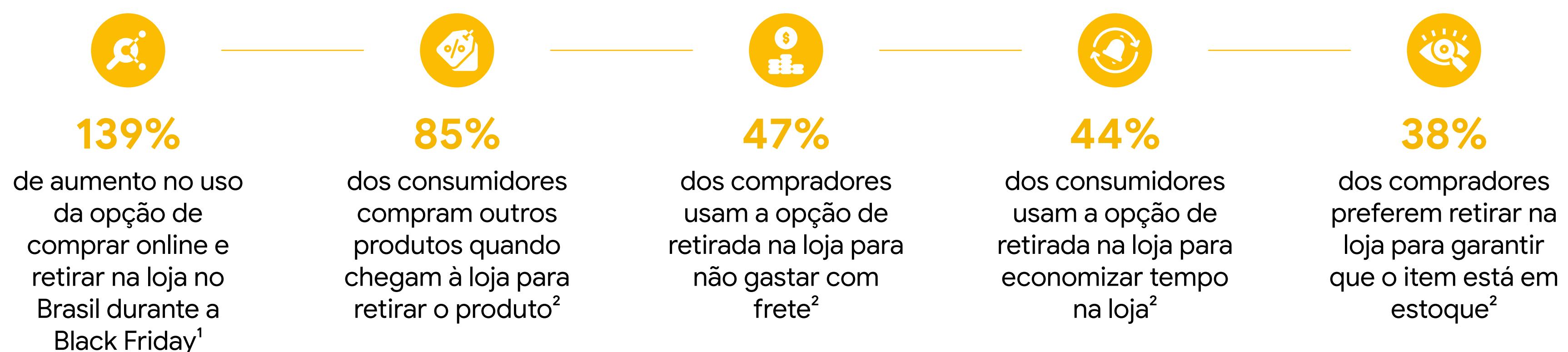
“Com o Promodriver, conseguimos ampliar nossas estratégias dentro do Google Shopping e usar nossas promoções de forma escalável.”

Rafael Pereira

Analista Sr. de Performance

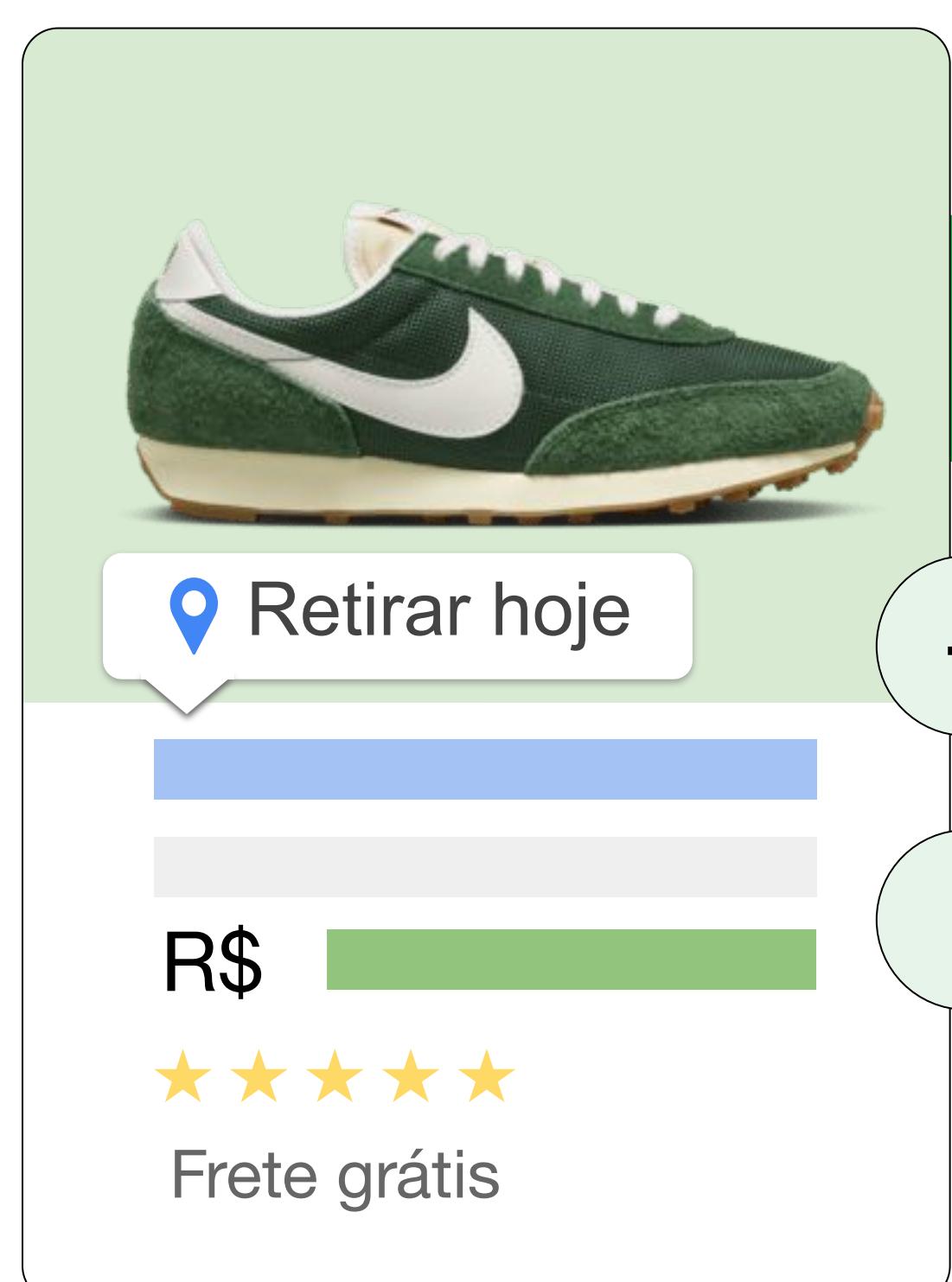
Porque Retirar na Loja

Com o LIA (Retirar na Loja) integrado às suas campanhas de PMax Retail, você será capaz de mostrar seu diferencial logístico oferecendo aos seus clientes novas possibilidades de entrega e aumentar sua eficiência de mídia



Implementação da Opção de Retirada na Loja (Mais Tardes)

1. Confira os requisitos do site para retirada mais tarde. Quando você atender aos requisitos, preencha este formulário de interesse para solicitar uma revisão do site
2. Configure suas contas
3. Ative os anúncios de inventário local
4. Vincule sua conta do Google Meu Negócio e selecione seus grupos de locais
5. Adicione os atributos de feed necessários aos seus dados do produto



Ganhos de Performance

+13% Omni CvR

+2% CTR

Mais informações

- Sobre Retirar Depois
- Sobre Retirar Hoje
- Sobre Local inventory Ads para gerar visitas/vendas na loja

PMAX lead gen

Alcance leads qualificados em escala com a AI do Google

Gmail



Search



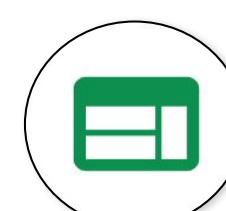
YouTube



Discover



Display



Maps*



Em uma boa estratégia para geração de leads, a busca por qualificação e volume andam juntas



70%

das lideranças de marketing dizem que melhorar a qualidade dos Leads é seu objetivo mais importante¹



55%

dizem que precisam aumentar o volume de leads gerados ao mesmo tempo¹

Boas Práticas



Verifique seu Orçamento

Aumente seus orçamentos nas campanhas de PMax Lead Gen para garantir que você capture demanda adicional nesse período



Use o Planejador de Performance

Use o Planejador de Performance¹ para otimizar suas campanhas, simulando possíveis cenários de retorno sobre investimento e redistribua seu orçamento da melhor maneira possível



Análise a Pontuação de Otimização

A pontuação de otimização é exibida com recomendações para melhorar o desempenho das suas campanhas. Elas têm como base o histórico do desempenho, as configurações, tendências e o volume de pesquisas no Google



Flexibilize as Metas de CPA e ROAs

Flexibilize suas metas de CPA e ROAs para capturar aumento da demanda. Use ajustes de sazonalidade se você acreditar que suas taxas de conversão irão mudar

Cases

iCarros



+7%

volume de leads com CPA 11% menor utilizando PMax Lead Gen

“Estamos muito satisfeitos com o potencial da PMax de entregar criativos no melhor momento para nossos clientes. Além de aumentarmos as conversões, alcançamos melhor desempenho ao nos comunicarmos de forma mais eficiente em todas as plataformas.”

Irineu Neto

Gerente de Performance

Fonte:

1. Convince & Convert | Stat of the Month with Oracle, 2019

2. Aumento médio no desempenho com base em estudos internos. Os resultados individuais podem variar de acordo com os detalhes da campanha

PMAX^{offline}

Impulsiona seus resultados na loja física com a AI do Google



Utilize Performance Max para Alavancar suas Vendas na Loja



Otimize para Objetivos Offline

Alcance consumidores mais propensos a visitar ou comprar em uma loja física.



Simplicidade

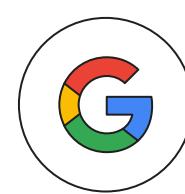
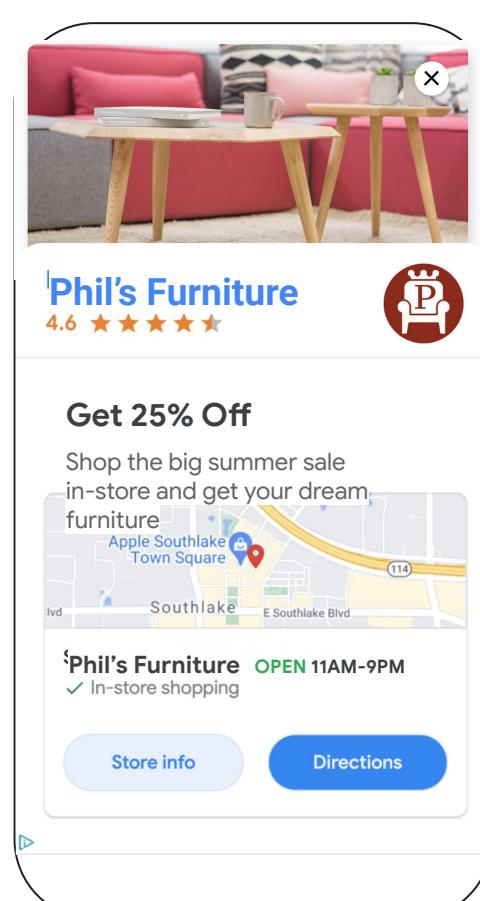
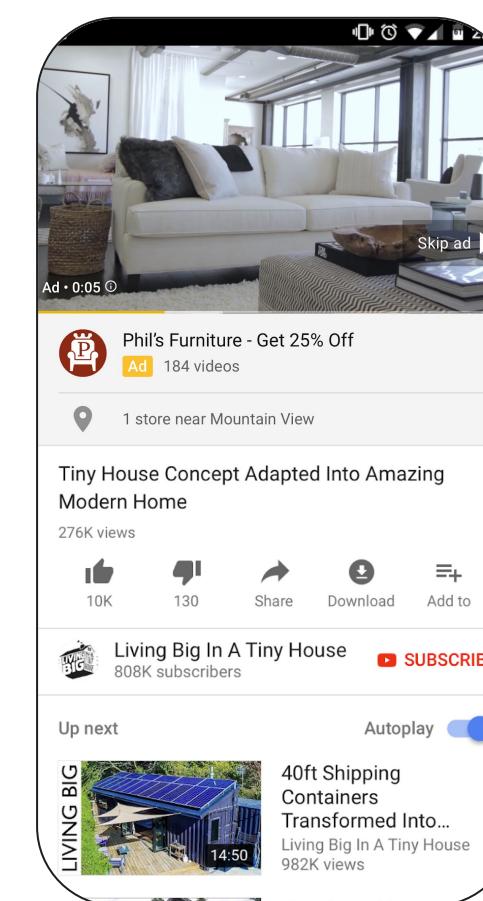
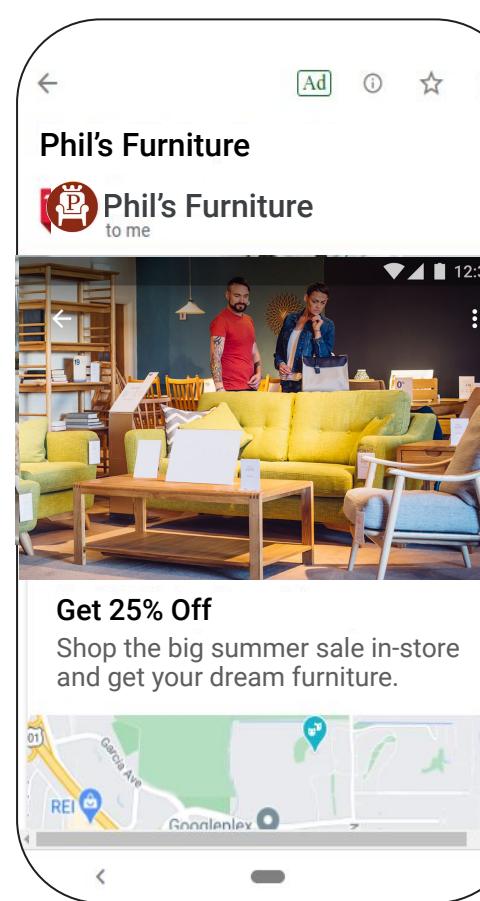
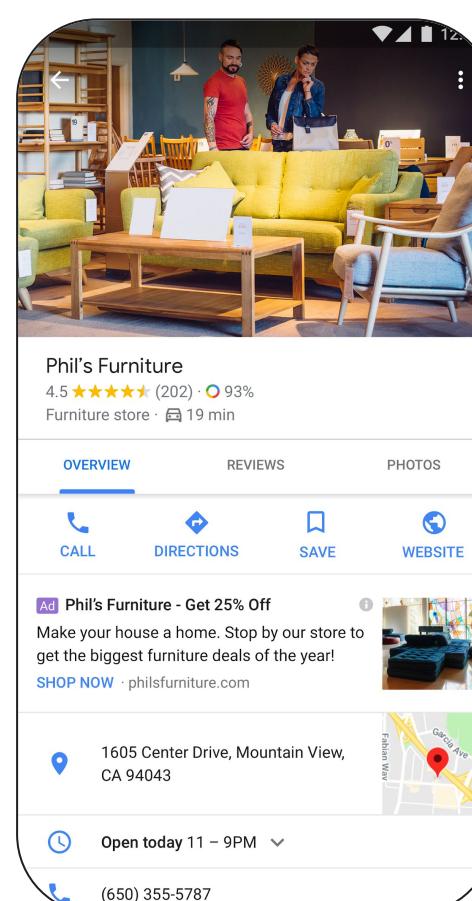
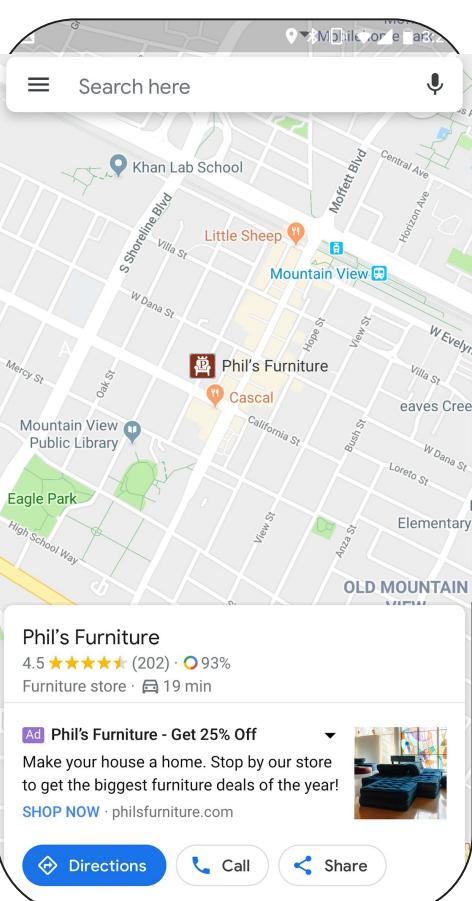
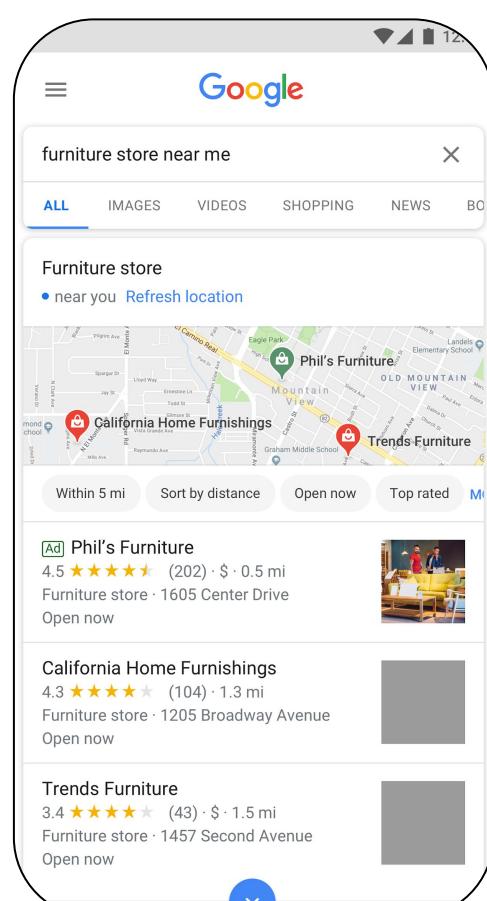
Campanha Universal que te permite estar presente nas principais plataformas do Google com uma implementação simples.



Escala

Através da Inteligência Artificial do Google otimize e posicione o seus criativos nos formatos com melhor performance na geração de visitas e vendas.

Seus Anúncios nas Principais Plataformas do Google



Pesquisa



Mapas



Perfil da Empresa



Gmail

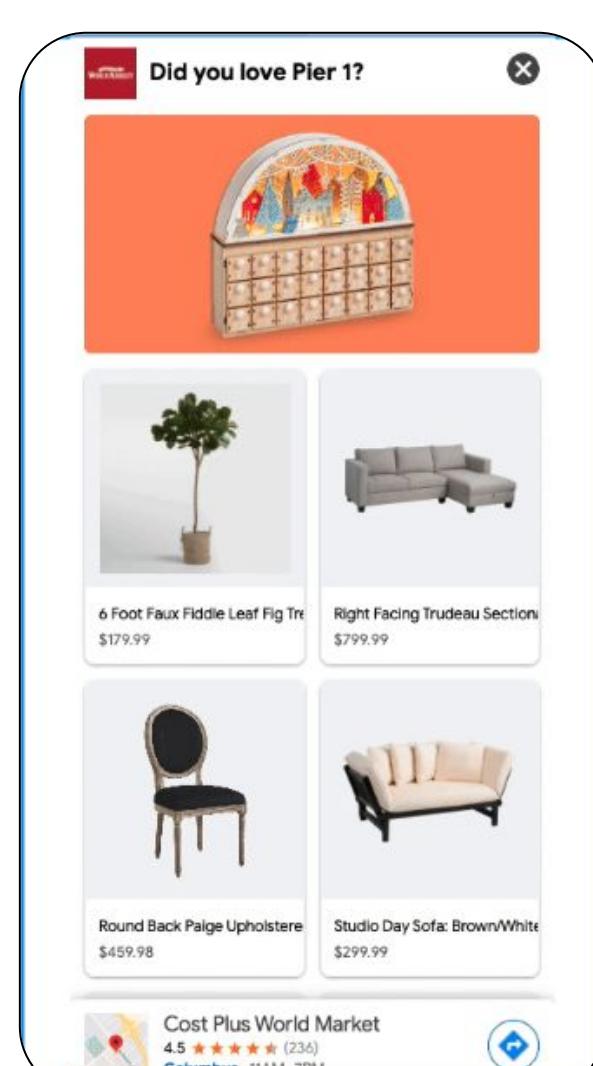


YouTube



Display

Excelência Criativa para PMax Offline



Destaque suas principais ofertas locais incluindo seu Catálogo de Produtos em sua PMax Offline

[Veja aqui](#) como conectar um feed de produtos locais à sua campanha.

Seus assets criativos são a ferramenta mais poderosa para impulsionar o desempenho da sua campanha

- Utilize criativos pensados para levar o consumidor a visitar a sua loja física.
- Quanto mais criativos melhor. Quando você oferece mais recursos criativos, o Google consegue fazer combinações que resultam em um melhor desempenho.
- Destaque produtos e ofertas disponíveis em loja.
- Capture a atenção do usuário nos 3 segundos iniciais do seu vídeo e garanta que sua marca e mensagem principal estejam no início.
- Utilize o Score de Qualidade do anúncio para buscar atingir o nível “excelente”.
- Acompanhe a performance dos criativos ao longo do tempo e substitua os com baixa performance.

PMAX offline

Impulsiona seus resultados na loja física com a AI do Google



Boas Práticas



Inicie com antecedência

Inicie a sua campanha com antecedência de 30 dias. Para promoções por tempo limitado, comece com um criativo genérico e, quando estiver pronto para lançar sua promoção, atualize seu criativo. Isso permite que você crie mensagens por tempo limitado sem prejudicar o desempenho.



Janela de Conversão

Observe sua **janela de conversão**. Os clientes podem levar algum tempo para fazer uma conversão depois de interagir com seu anúncio.



Mínimo 10 lojas

Rode PMax Offline para pelo menos 10 lojas no nível da conta. Quanto maior o número de locais por campanha, melhor será a performance. Se quiser ter um bom desempenho em todos os locais, adote uma estratégia always on para todas as lojas.



Sinais de Audiência (Em Breve)

Adicione sinais de audiência* em sua PMax Offline para indicar os públicos mais relevantes para seu negócio e com a maior probabilidade de conversão, ajudando a acelerar o período de aprendizado da campanha

Se prepare para capturar todo potencial da Black Friday

30 dias antes	15 dias antes	7 dias antes	Black Friday	Pós Black	Dezembro

Inicie sua campanha. Caso ainda não esteja pronto para lançar sua campanha de Black Friday, inicie com um criativo genérico.

Aumente o budget da campanha em 30% e atualize seus criativos, aumentando o senso de urgência e substituindo os com baixa performance.

Aumente o budget da campanha em mais 30% e atualize seus criativos, aumentando o senso de urgência e substituindo os com baixa performance.

Aumente o budget da campanha em mais 30% e atualize seus criativos, destacando as suas top ofertas da Black Friday.

Reduza o budget da campanha em 30% e atualize seus criativos. Caso ainda tenha ofertas de Black Friday, trabalhe mensagens como "Última chance".

Mantenha a sua campanha always on e atualize os criativos para se preparar para o Natal.

Implementação em 4 Passos

1

Perfil da Empresa & Extensões de Local

Conecte o Perfil da Empresa ao Google Ads e mantenha as informações sempre atualizadas. Ative as Extensões de Local ou Extensões de Local de Afiliados na sua conta.

2

Configure sua campanha

Informe seu orçamento, duração da campanha e forneça os seus criativos, incluindo textos, imagens e vídeos.

3

Janela e Contagem de Conversão

Verifique se a janela de conversão está adequada ao perfil do seu negócio. O padrão do Google Ads é de 30 dias, mas é possível reduzi-la. Você pode contar todas as visitas ou apenas a primeira.

4

Valor da Visita

Configure o valor de uma visita à loja para mensurar o ROAS (Valor da visita = Taxa de conversão na loja física X Ticket Médio na loja física).



hero factory

Potencialize sua efetividade criativa com a IA do Google

Segundo estudos da Nielsen Catalina Solutions, a criação é responsável por 49% da influência do marketing em resultados de vendas. **No ambiente digital essa influência chega a 89%**

Hero Factory é a união do processo criativo com a mídia, avançado pela inteligência artificial. Com este **método de teste e aprendizados**, você pode direcionar a energia e investimento de produção para o lugar certo e **gerar insights para desenvolver direcionais de criação** com maiores chances de gerar resultados em escala.

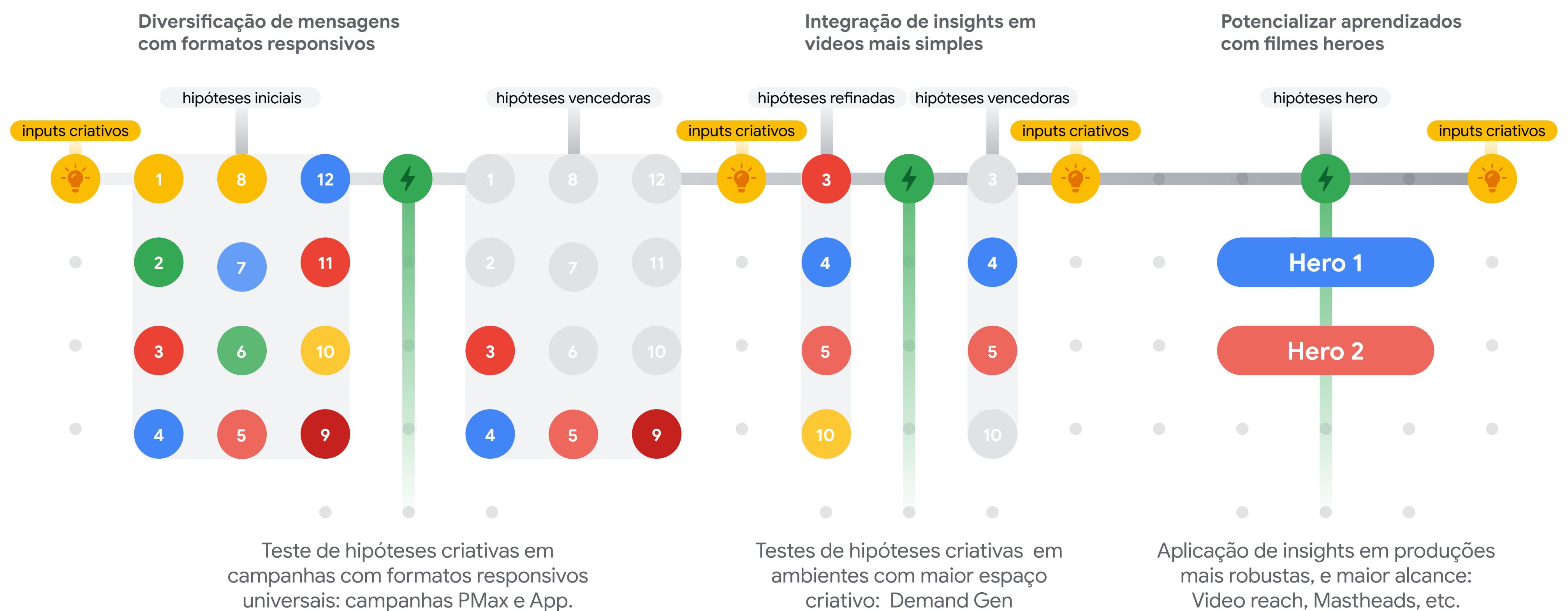
Algumas dicas para montar a sua hero factory em tempo hábil para Black Friday:

- **Comece cedo:** Para testar hipóteses criativas, comece com **maior volume de peças de menor complexidade** de produção (como imagens e texto), para obter insights em tempo hábil para produção de peças com hipóteses refinadas até a Black Friday.
- **Não deixe as ideias paradas!** Garanta a colaboração com pessoas com expertise em design/redação para potencializar os aprendizados e gerar um **direcional refinado para peças/filmes hero, de maior complexidade.**

Processo de evolução da melhor hipótese

Testes com IA

Insights



Saiba mais

Acesse [o artigo do hero factory no Think with Google](#) para aprender como conduzir este método para gerar melhores resultados na Black Friday