

DESAFIO DA
GESTÃO DE TRÁFEGO

TUTORIAL EXTRA 3

**COMO CRIAR SUA
CONTA DE ANÚNCIOS E
SUA CAMPANHA DE
VENDAS NO GOOGLE ADS**

Este é um **material de apoio técnico** para você entender o passo a passo:

- Da **criação de uma conta no gerenciador** do Google Ads.
- Da **configuração da conta no gerenciador** do Google Ads.
- Da **criação de uma campanha de vendas** no Google Ads.

Por isso, **leia com atenção todo este conteúdo** e pratique simultaneamente para otimizar o seu tempo de estudo.

Faça bom proveito e bora para o tutorial!

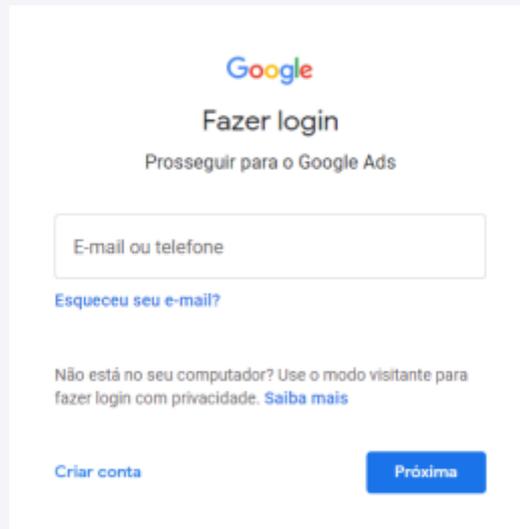
COMO CRIAR UMA CONTA NO GERENCIADOR DO GOOGLE ADS?

01 Para criar uma conta no Google Ads, basta digitar o seguinte link <https://ads.google.com/> no seu navegador de internet. Caso você já tenha uma conta, pule para a configuração da campanha.

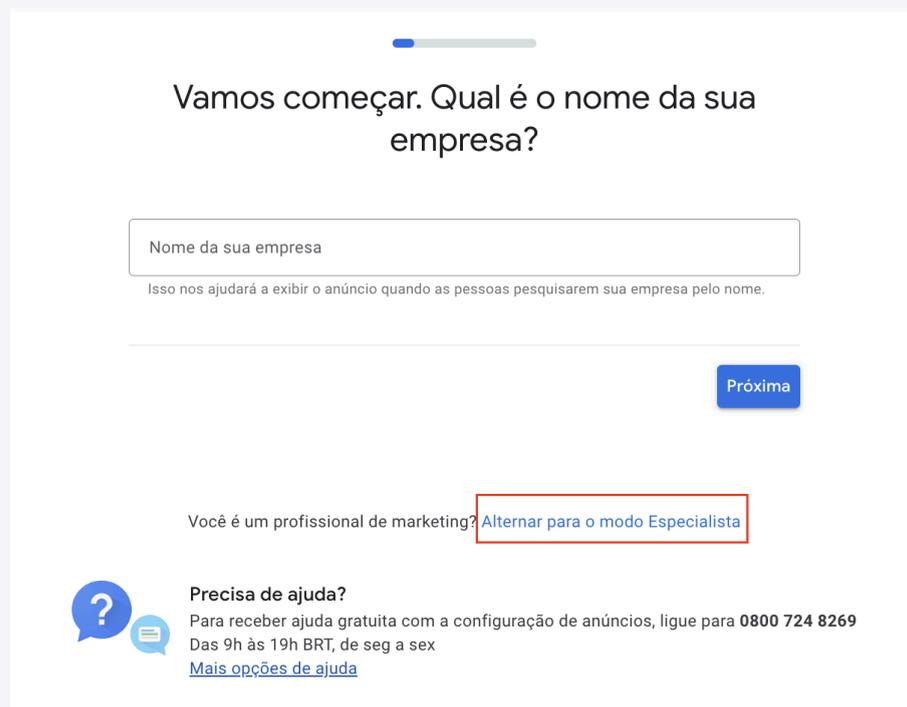
02 Acesse a página oficial da plataforma pelo link e em seguida clique em **“começar agora”**, que fica localizado no canto superior direito:



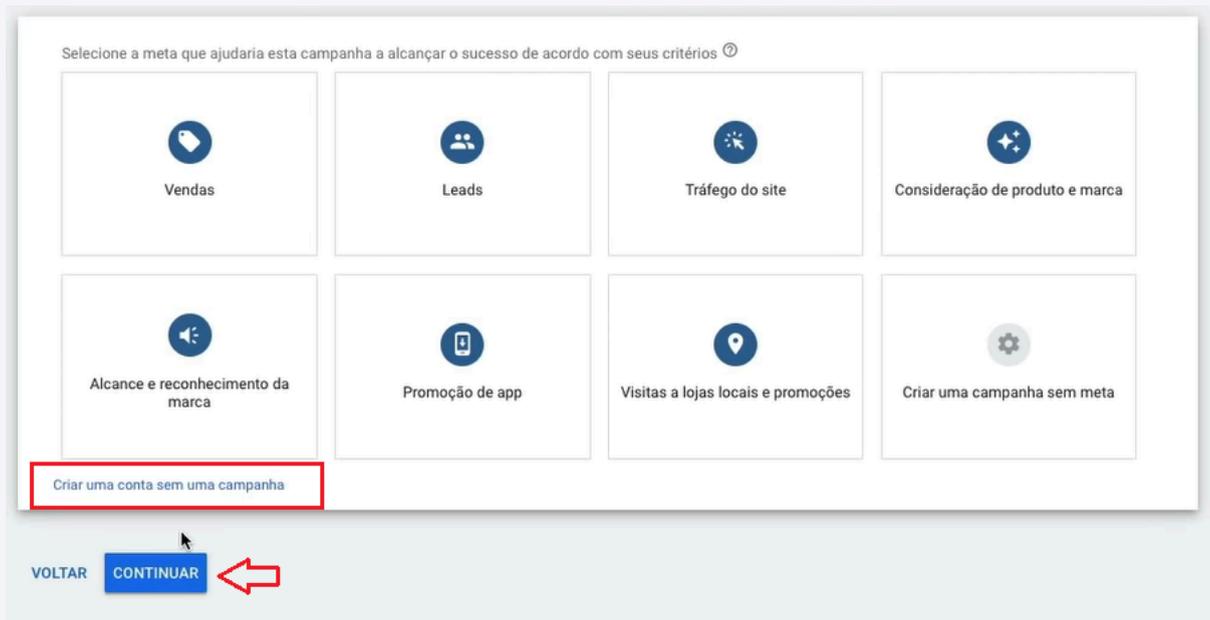
03 Em seguida, se você não estiver logado em sua conta do Google, coloque o e-mail que será usado para gerenciar as campanhas. Logo após, insira a senha para fazer o login:



04 Você vai perceber que a página vai apresentar algumas opções de metas para sua publicidade. Ignore essas possibilidades agora e, no final da página, clique em **“alterar para o modo especialista”**:



05 Vai aparecer a opção de criar sua primeira campanha, mas vamos fazer essa criação depois de finalizar a criação da conta. Então, clique em **“Criar uma conta sem uma campanha”** e, na sequência, clique em **“continuar”**:



06 Agora é hora de colocar seus dados corretamente. Confira e clique em “enviar”:

Confirmar as informações da sua empresa
Estas informações serão usadas para criar sua conta. Não será possível alterar as configurações depois, então escolha com cuidado.

Pais de faturamento
Brasil

Fuso horário
(GMT-03:00) Horário São Paulo

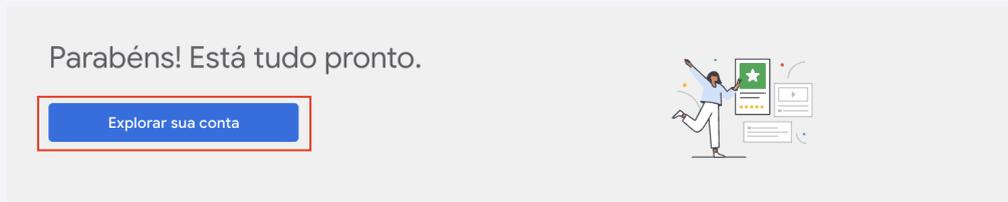
Unidade monetária
Real brasileiro (BRL R\$)

Quer receber orientações personalizadas sobre campanhas de um especialista do Google Ads por telefone? ⓘ

Sim Não

Cancelar Enviar

07 E, pronto: sua conta está criada. Clique em **"explorar sua conta"**:



COMO CONFIGURAR SUA CONTA NO GOOGLE ADS?

01 Para configurar os dados da sua conta, vá até a barra de ferramentas no topo da página e clique em **"tools & settings"**. Em seguida, vá até a coluna **"configuração"** e clique em **"preferências"**:



02 No painel **"suas preferências"**, preencha corretamente a maneira como você deseja configurar sua conta e não se esqueça de dar um nome para ela no campo **"nome da conta"**:

Suas preferências

Estas preferências se aplicam apenas às contas do Google Ads a que sobral@comunidadesobraldetrafego.com.br tem acesso. Para atualizar os detalhes da conta, como a senha, ou para ativar os recursos de acessibilidade, visite [Minha Conta do Google](#).

Idioma de exibição e formato de número Idioma de exibição: Português (Brasil) Formato de número: Brasil

Preferências de 574.934.5948 (esta conta)

Estas preferências só se aplicam aos usuários que têm acesso a esta conta.

Nome da conta Google Ads - Comunidade Sobral Este é o nome que será visto por todo mundo com acesso a essa conta.

CANCELAR SALVAR

Fuso horário (GMT-03:00) Horário Padrão de Brasília

Status da conta Conta: Ativa

03 Em **“dados de contato”** coloque todas as informações solicitadas. Esses dados são importantes caso o Google queira entrar em contato com você:

Dados de contato

Contato principal

Nome (obrigatório)

Endereço de e-mail (obrigatório)

Estados Unidos Telefone
Exemplo: (201) 555-0123

Endereço

Oficial de proteção de dados

O mesmo que o contato principal

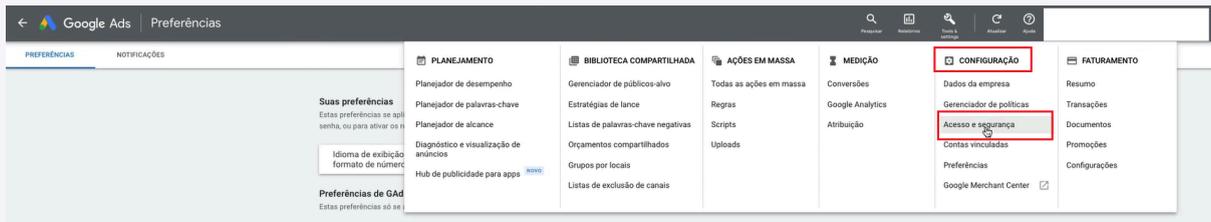
Nome

Endereço de e-mail

Estados Unidos Telefone

O Google enviará avisos relacionados aos [Termos de Processamento de Dados do Google Ads](#) ao seu contato principal. Se a organização tiver um oficial de proteção de dados ou um representante da UE, adicione as informações de conta

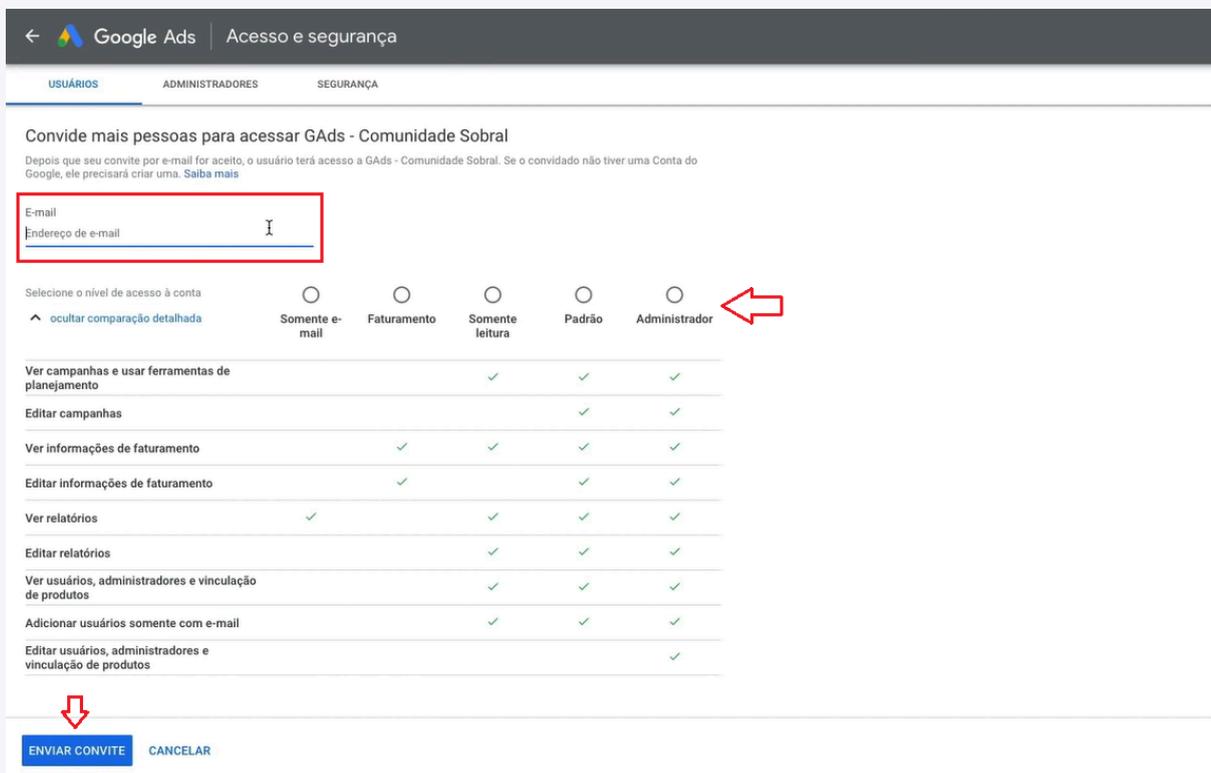
04 Feito isso, volte para a barra de ferramentas superior e clique em **“tools & settings”**. Em seguida, vá até a coluna **“configuração”** e clique em **“acesso e segurança”**:



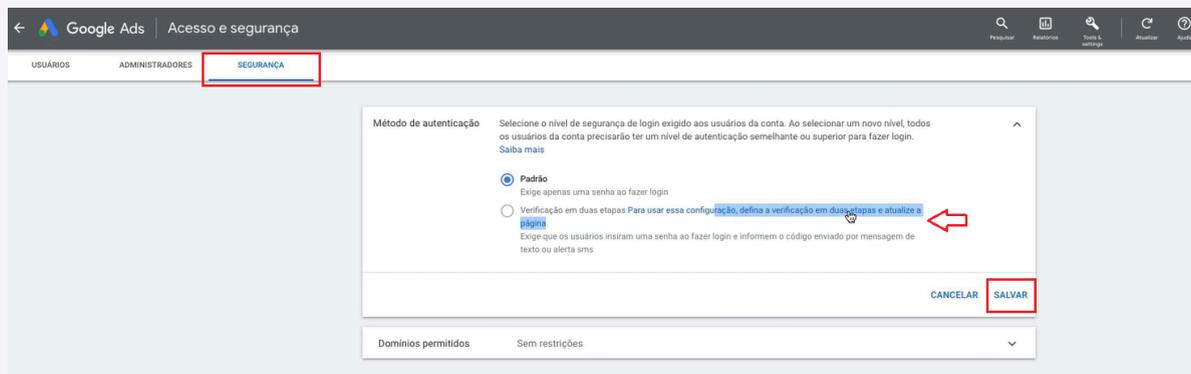
05 Para permitir que outros colaboradores acessem essa conta, clique no ícone “+”:



06 No campo “e-mail” digite o e-mail do colaborador em questão (tem que ser gmail). Em seguida, indique qual é o nível de acesso que ele terá a sua conta e por fim, finalize essa etapa clicando em “enviar convite”:



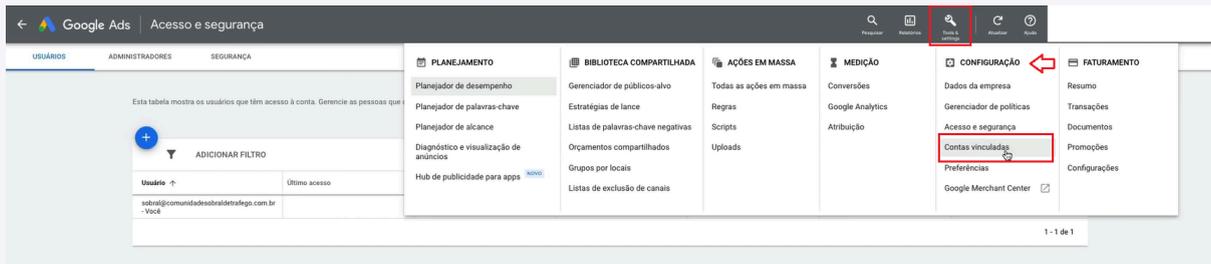
07 Clique em **“segurança”**, abaixo da barra de ferramentas, e, em seguida, clique na opção **“verificação em duas etapas”** e siga as instruções. Ao finalizar, clique em **“salvar”**:



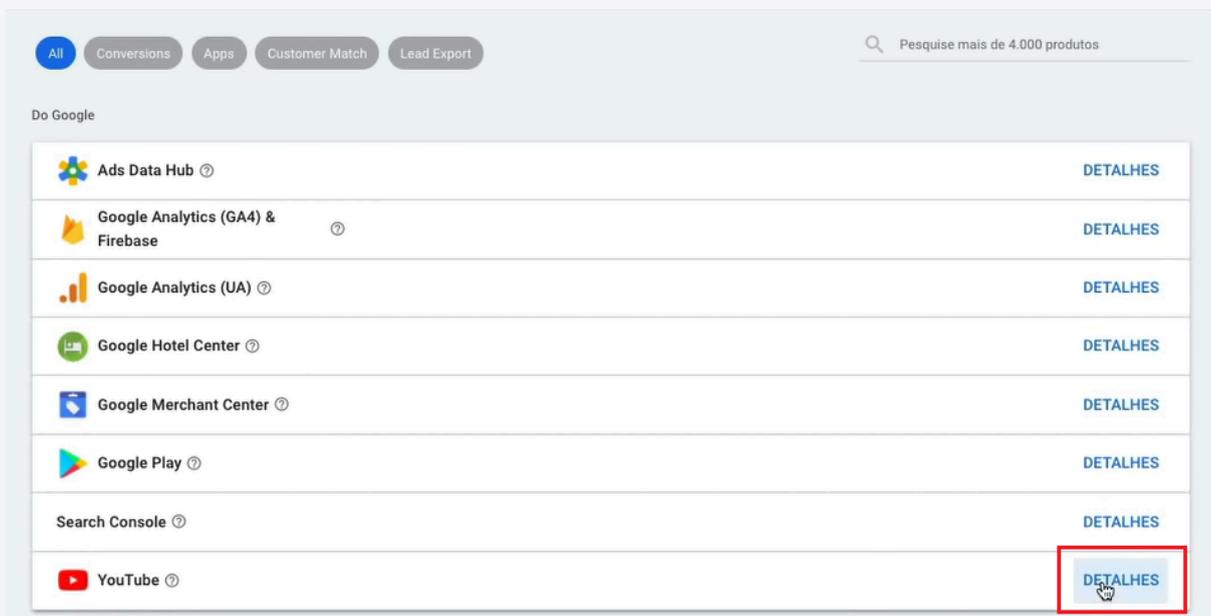
08 Preencha a seção **“domínios permitidos”** apenas se você quiser que apenas contas de determinado domínio acesse seu gerenciador. Se você quiser reforçar a segurança da sua conta, faça essa configuração (eu, particularmente, não faço). Ao terminar essa etapa, clique em **“salvar”**:



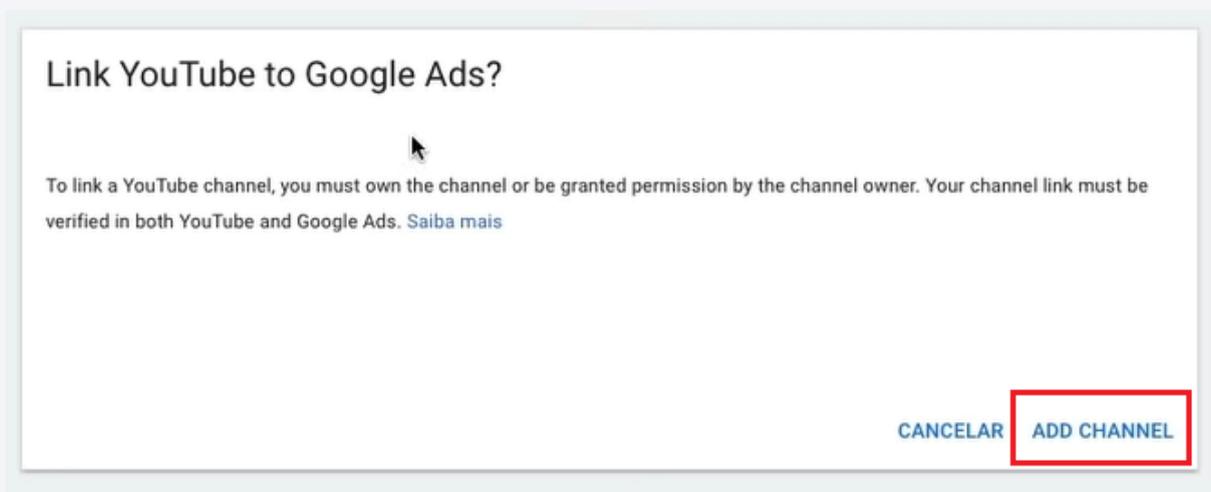
09 Agora, volte para a barra de ferramentas superior e clique em **“tools & settings”**. Em seguida, vá até a coluna **“configuração”** e clique em **“contas vinculadas”**:



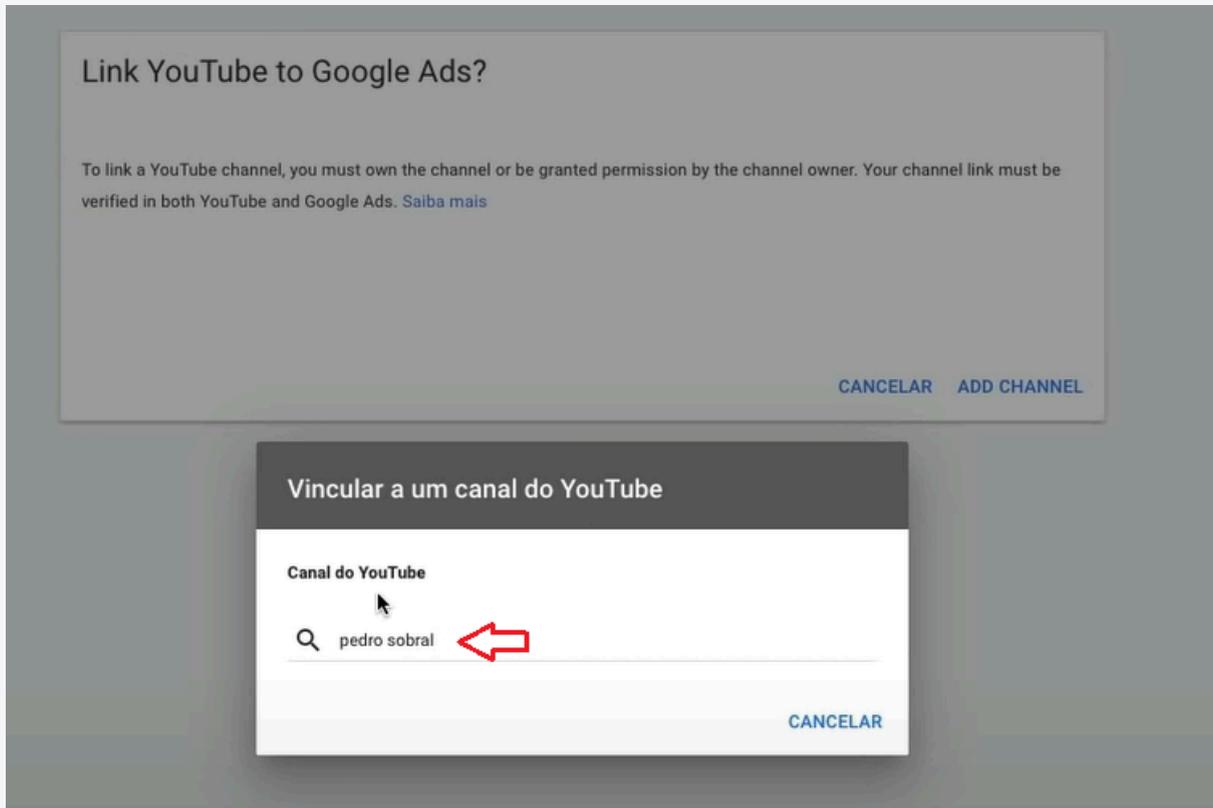
10 Entre essas opções, vá até **“YouTube”** e clique em **“detalhes”**:



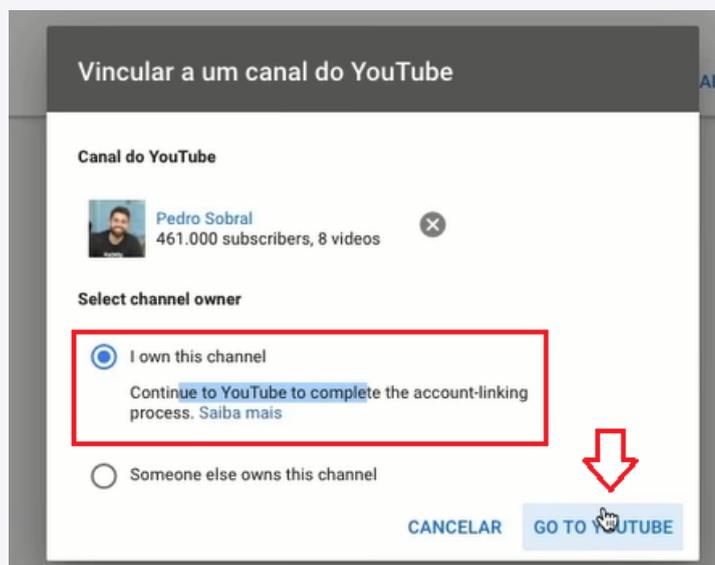
11 Clique em **“add channel”**:



12 Na seção **“vincular a um canal do YouTube”** procure pelo seu canal ou coloque a URL dele no campo indicado abaixo:



13 Agora, confirme que este canal é seu em **“I own this channel”** e, em seguida, clique em **“go to YouTube”**:



14 Faça esse mesmo processo com todas as outras plataformas que você quiser vincular ao Google Ads. Agora, volte para a barra de ferramentas superior e clique em **“tools & settings”**. Em seguida, vá até a coluna **“medição”** e clique em **“conversões”**:



15 Em seguida, clique em **“+ conversões”**:



16 No painel **“iniciar o acompanhamento de conversões”**, clique em **“site”**:



17 Em “**categoria**”, selecione a opção que você deseja descobrir no seu site. Nesse exemplo coloquei “compras”:

Crie uma ação de conversão para seu site

Depois de criar sua ação de conversão, você receberá o código de acompanhamento que precisará adicionar ao site para começar a enviar dados de conversão ao Google. [Saiba mais](#)

Categoria	Selecione a ação que você quer acompanhar	Você pode usar essas categorias para segmentar relatórios de campanha.
Nome da conversão	0 / 100	Exemplos: "Inscrições na newsletter em junho", "Candidaturas para vagas de gerência" ou "Grande promoção de brigadeiros"
Valor	Use o mesmo valor se você estiver monitorando leads, inscrições ou visualizações de página. Use valores diferentes se você vende vários produtos com preços distintos e quer registrar um valor para cada conversão.	

⚠ Não usar um valor para essa conversão (não recomendado)

18 Não se esqueça de dar um nome para a sua conversão na seção “**nome da conversão**”:

Crie uma ação de conversão para seu site

Depois de criar sua ação de conversão, você receberá o código de acompanhamento que precisará adicionar ao site para começar a enviar dados de conversão ao Google. [Saiba mais](#)

Categoria	Selecione a ação que você quer acompanhar	Você pode usar essas categorias para segmentar relatórios de campanha.
Nome da conversão	Compra 6 / 100	Exemplos: "Inscrições na newsletter em junho", "Candidaturas para vagas de gerência" ou "Grande promoção de brigadeiros"

19 Na seção “valor”, selecione a opção “**não usar um valor para essa conversão**”. Inicialmente eu recomendo que você use essa opção:

The screenshot shows the 'Valor' section of the Google Ads interface. The conversion name is 'Compra' with a character count of 6 / 100. The section title is 'Atribua um valor a cada conversão e avalie o impacto da sua publicidade'. There are three radio button options: 'Usar o mesmo valor para todas as conversões', 'Usar valores diferentes para cada conversão', and 'Não usar um valor para essa conversão (não recomendado)'. The third option is selected. A blue highlight is over the text 'Não usar um valor para essa conversão (não recomendado)'. Below it, a blue highlight is over the explanatory text: 'Esta opção não é recomendada para a maioria das conversões porque o valor ajuda você a medir o impacto dos seus anúncios. Nesse caso, o valor da conversão é sempre zero.' A red box highlights the 'Valor' tab label on the left.

20 Em “contagem”, você pode escolher entre “todas” e “uma”. Para você entender como funciona essa escolha eu preciso te dar um exemplo: suponha que eu configure uma ação de inscrição no meu site. Se eu escolho “todas” na seção contagem, se o João se inscrever 10 vezes no meu site, Google vai entender aquilo com 10 conversões. Por isso, eu recomendo que você selecione a opção “**todas**”:

The screenshot shows the 'Contagem' section of the Google Ads interface. The conversion name is 'Inscritos - DAO' with a character count of 16 / 100. The section title is 'Selecione quantas conversões serão contabilizadas por clique ou interação'. There are two radio button options: 'Todas' and 'Uma'. The 'Todas' option is selected. A red arrow points to the 'Todas' option. Below it, a blue highlight is over the text: 'É recomendada para compras porque todas as conversões têm valor.' To the right, there is explanatory text: 'Se alguém clicar no seu anúncio e realizar duas compras separadas em ocasiões diferentes, serão registradas duas conversões.' A red box highlights the 'Contagem' tab label on the left.

21 As seções indicadas abaixo não precisam de alteração. Então, clique em **“criar e continuar”**:



22 Agora, você vai se deparar com 3 formas de configurar a tag para adicionar ao seu site. Nesse exemplo, eu escolhi a opção **“instalar a tag por conta própria”**:



23 Esses códigos que aparecem no painel **“tag global do site”** é a global site tag, um código que precisa estar em todas as páginas do seu site (no head do site):

Tag global do site

A tag global do site adiciona visitantes às listas básicas de remarketing e configura novos cookies no seu domínio. Esses cookies armazenam informações sobre os cliques nos anúncios que levaram os usuários ao seu website. Você precisa instalar essa tag em todas as páginas do website.

- A tag global do site não está instalada em todas as suas páginas HTML
- Instalei a tag global do site em todas as páginas usando outro produto do Google (por exemplo: Google Analytics) ou outra conta do Google Ads
- A tag global do site já estava instalada em todas as páginas quando você criou outra ação de conversão nesta conta do Google Ads (574-934-5948)

Copie a tag abaixo e cole-a entre as tags <head></head> de todas as páginas do seu website. Você só precisa instalar a tag global do site uma vez em cada conta, mesmo que queira acompanhar várias ações.

```
<!-- Global site tag (gtag.js) - Google Ads: 10841736626 -->
<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=AW-10841736626"></script>
<script>
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];
  function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
  gtag('js', new Date());

  gtag('config', 'AW-10841736626');
</script>
```

FAZER DOWNLOAD DO SNIPPET

24 Já o **“snippet de evento”**, deve estar instalado apenas nas páginas em que a pessoa converteu (no head do site):

Snippet de evento

O snippet de evento funciona com a tag global do site para acompanhar ações que devem ser contabilizadas como conversões. Escolha se quer acompanhar conversões ao carregar a página ou quando ocorre um clique. ?

- Carregamento da página**
Adicione o snippet à página que o cliente acessa depois de realizar uma conversão
- Clique**
Adicione o snippet à página com um botão ou link cujos cliques você quer acompanhar

Copie o snippet abaixo e cole-o entre as tags <head></head> das páginas que você quer acompanhar após a tag global do site

```
<!-- Event snippet for Inscritos - DAO conversion page -->
<script>
  gtag('event', 'conversion', {'send_to': 'AW-10841736626/1mpuCP_h0pEDELKL37Eo'});
</script>
```

FAZER DOWNLOAD D

25 Caso o seu site seja criado por outra plataforma, você deve compartilhar o código da Global site tag com elas. Esse código está indicado abaixo:

GLOBAL SITE TAG

-> EM TODAS AS SUAS PAGINAS NO "HEAD"

```
<!-- Global site tag (gtag.js) - Google Ads: 10841736626 -->
<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=AW-10841736626"></script>
<script>
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];
  function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
  gtag('js', new Date());

  gtag('config', 'AW-10841736626');
</script>
```

26 Na hora de informar o código do “snippet de evento” (tag de conversão) para a plataforma, você não precisa compartilhar o código inteiro, mas apenas o que está sinalizado abaixo:

SNIPPET DE EVENTO

-> SOMENTE NAS PÁGINAS EM QUE A PESSOA CONVERTEU (NO HEAD)

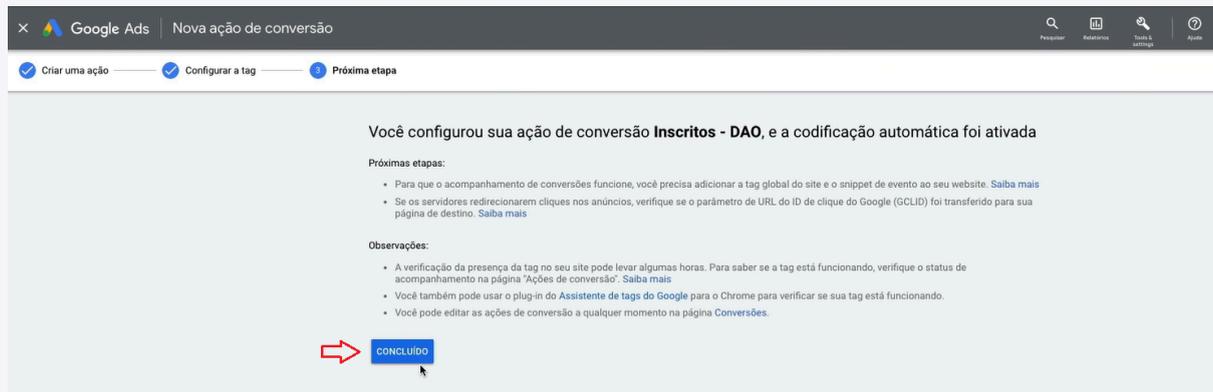
```
<!-- Event snippet for Inscritos - DAO conversion page -->
<script>
  gtag('event', 'conversion', {'send_to': 'AW-10841736626/1mpuCP_h0pEDELKL37Eo'});
</script>
```

Lembrete importante: cada conta tem seus códigos. As imagens acima estão apontando onde você deve retirar o seu código para compartilhar com a plataforma do seu site.

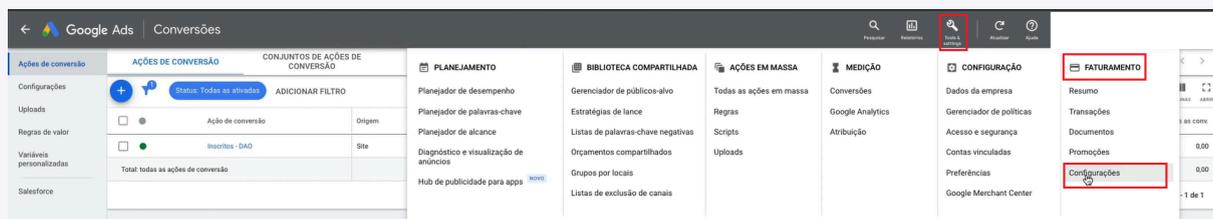
27 Feito isso, clique em “próxima” na barra inferior da página:



28 Agora, clique em "concluído":



29 E pronto, temos uma tag do Google para traquear todas as ações que acontecem no nosso site. Feito isso, volte para a barra de ferramentas superior e clique em **"tools & settings"**. Em seguida, vá até a coluna **"faturamento"** e clique em **"configurações"**:



30 No painel **"configuração de pagamentos"**, preencha corretamente todos os dados solicitados:

Configuração de pagamentos

Especifique quem é responsável pelos custos do Google Ads e como os pagamentos são efetuados. [Saiba mais sobre os perfis para pagamentos](#)

País de faturamento

Brasil

BRL

Conforme definido na conta que usa esta configuração de faturamento

Informações do cliente

Tipo de conta ? ✎

Organização

Informações fiscais ?

Nome e endereço ?

Contato principal ? ✎

Pedro Sobral
sobral@comunidadesobraldetrafego.com.br

Como você fará o pagamento

Pagamentos automáticos

Você pagará por esse serviço apenas depois de acumular custos. O pagamento será efetuado por meio de uma cobrança automática quando você atingir o limite de faturamento ou 30 dias após o último pagamento automático, o que ocorrer primeiro.

Forma de pagamento ?

Detalhes do cartão

O endereço do cartão de crédito ou débito é igual ao endereço acima

31 Na seção **“como você fará o pagamento”**, selecione a opção **“pagamentos automáticos”**. Adicione os dados do seu cartão de crédito ou débito na seção **“forma de pagamento”**. Depois você poderá pagar no boleto, caso prefira, mas neste momento você precisa adicionar os dados do seu cartão. Ao final, selecione a caixa **“aceito os termos e condições do Google Ads”** e clique em **“enviar”**:

 **Como você fará o pagamento**

 **Pagamentos automáticos**

Você pagará por esse serviço apenas depois de acumular custos. O pagamento será efetuado por meio de uma cobrança automática quando você atingir o limite de faturamento ou 30 dias após o último pagamento automático, o que ocorrer primeiro.

 **Forma de pagamento ?**

Número do cartão

MM / AA CVC

O número do cartão é obrigatório

Nome do titular do cartão

Pedro Sobral

O endereço do cartão de crédito ou débito é igual ao endereço acima

Leia estes termos com atenção. Eles incluem o uso de arbitragem vinculativa para resolver disputas, em vez de ações legais. Se você preferir não aceitar essa disposição, siga as instruções nos termos abaixo.

publicidade da Contratante, feed de dados e a tecnologia (conjuntamente “Anúncios” ou “Criativos”) em qualquer conteúdo ou propriedade (cada qual uma “Propriedade”) fornecido pela Google LLC ou, conforme o caso, em nome de um terceiro (“Parceiro”). A Contratante será a única responsável por: (i) todos os Anúncios, (ii) todas as decisões de tráfego de Anúncios ou de segmentação (ex.: palavras-chave) (“Opções de Segmentação”), (iii) destinos aos quais os Anúncios direcionam os visitantes (ex.: páginas eletrônicas, aplicativos móveis) em conjunto com os URLs relacionados, *waypoints* e quaisquer redirecionamentos (“Destinos”) e (iv) os serviços e produtos anunciados nos

[Imprimir](#)

 Aceito os termos e condições do Google Ads.

As informações pessoais fornecidas aqui serão adicionadas ao seu perfil para pagamentos. Elas serão armazenadas com segurança e tratadas de acordo com a [Política de Privacidade do Google](#).

O Google também coletará dados de endereço de terceiros com base nas informações que você enviar.



Agora, você está pronto para começar a anunciar no Google Ads.

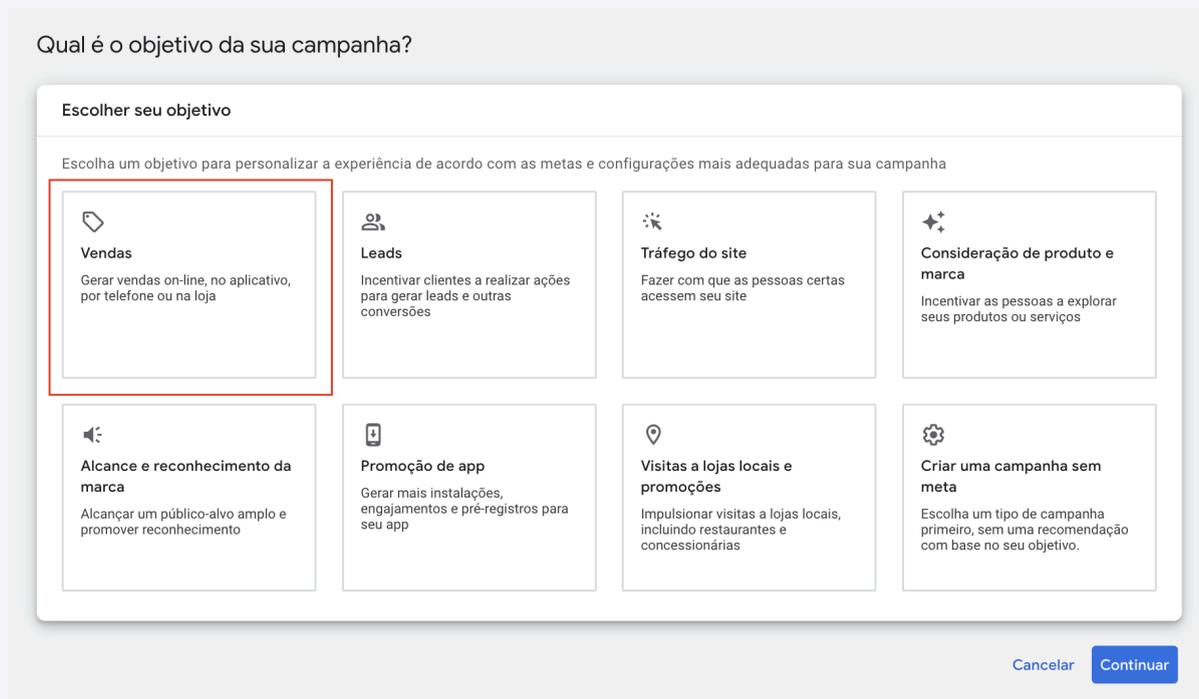
COMO CRIAR UMA CAMPANHA DE VENDAS NO GOOGLE ADS?

Você já tem uma conta no Google Ads criada e configurada e chegou a hora de criar sua campanha de vendas. Para isso, acompanhe o passo a passo a seguir:

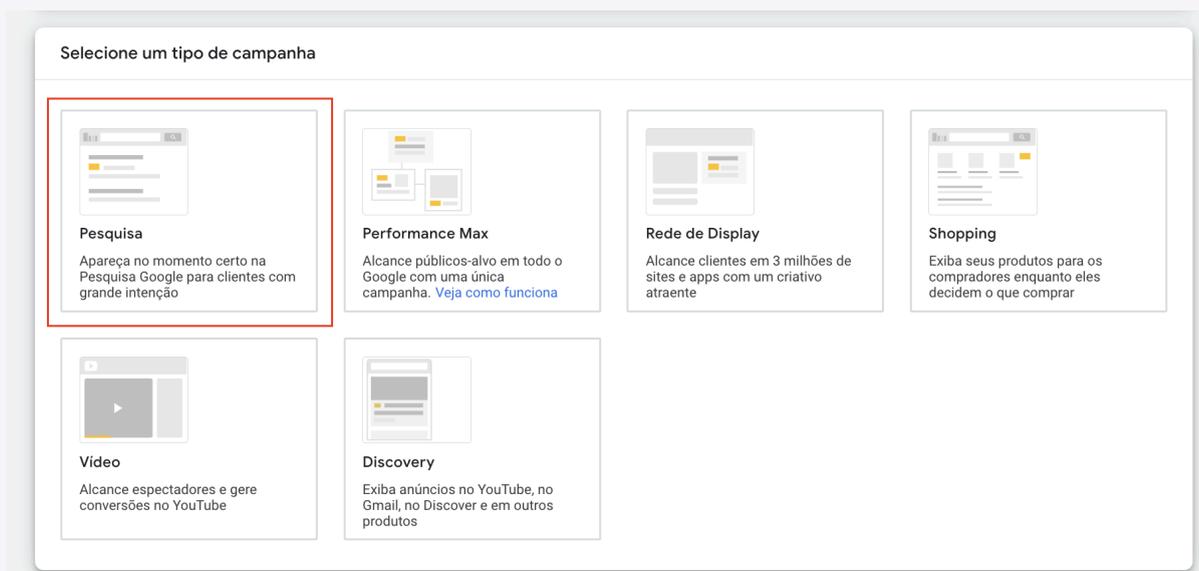
01 Para criar a sua campanha, clique em “+ nova campanha”



02 Selecione o objetivo da sua campanha. Essa escolha depende da estratégia de tráfego. Nesse tutorial, vamos utilizar o objetivo de “**vendas**”:



03 Vão aparecer os tipos de campanha que você pode criar para o objetivo escolhido. Clique em “**pesquisa**”:



04 Logo após, você deverá selecionar como você quer alcançar a sua meta. No nosso exemplo, vamos selecionar **"visitas ao site"**:

Selecione como você quer alcançar sua meta

- Visitas ao site
- Ligações telefônicas
- Visitas à loja
- Downloads do aplicativo

pedrosobral.com.br

05 Agora, nomeie sua campanha no campo **"nome da campanha"**. Dê um nome para sua campanha que deixa claro do que ela se trata. Na sequência, clique em **"continuar"**:

Nome da campanha

[SEARCH] Campanha de exemplo

Cancelar Continuar

06 Na seção **"lances"**, selecione a métrica em que você quer focar. Aqui nesse exemplo vamos focar em **"Conversões"**:

Lances

Em qual métrica você quer focar?

Conversões

Definir um custo por ação desejado (opcional)

CPA desejado

R\$ 10,00

Estratégias de lances alternativas, como portfólios, são disponibilizadas nas configurações depois que você cria sua campanha

07 Ainda nessa seção defina o **"CPA desejado"**:

Lances

Em qual métrica você quer focar? ⓘ

Conversões ▾

Definir um custo por ação desejado (opcional)

CPA desejado ⓘ

R\$ 10,00

Estratégias de lances alternativas, como portfólios, são disponibilizadas nas configurações depois que você cria sua campanha

08 Na seção **"redes"** desmarque a opção **"Incluir a Rede de Display do Google"**:

Configurações da campanha

Para alcançar as pessoas certas, defina as principais configurações da sua campanha

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

Uma maneira fácil de gerar mais conversões por custos semelhantes ou inferiores aos da Pesquisa com o orçamento não utilizado.

Incluir a Rede de Display do Google ⓘ

09 Agora, em **"locais"**, escolha os locais onde seu anúncio vai aparecer. Se for colocar um CEP, digite apenas os cinco primeiros números. Em **"Idioma"**, sempre coloque português, inglês e espanhol, porque esses são os idiomas em que os navegadores dos brasileiros costumam estar:

Locais

Selecione locais para segmentar [?]

Todos os países/territórios

Brasil

Inserir outro local

Opções de local

Idiomas

Selecione os idiomas que seus clientes falam. [?]

Comece a digitar ou selecione um idioma

Português × Inglês × Espanhol ×

10 Logo abaixo, você vai localizar a seção **"mais configurações"**. Clique e selecione a seção de **"datas de início e término"**. Aqui você vai escolher a data de início e fim da sua campanha:

Mais configurações

Datas de início e término

Data de início

31 de jan. de 2023

Data de término

Nenhuma

9 de fev. de 2023

Seus anúncios continuarão sendo exibidos, a menos que você especifique uma data de término.

11 Edite o nome do seu conjunto em **"grupo de anúncios 1"**:

Palavras-chave e anúncios

Os grupos de anúncios ajudam a organizar seus anúncios por tema. Para melhores resultados, concentre todos os anúncios e palavras-chave em um produto ou serviço.

Grupo de anúncios 1 



É importante que você crie uma nomenclatura adequada para identificar as especificações do seu conjunto. Neste tutorial, a identificação será feita pelo grupo de palavras-chave criado.

12 Na seção **“palavras-chave”**, adicione à lista de palavras-chave no campo em branco:

Pesquisas relacionadas a Tráfego Pago

Palavras-chave

Receber sugestões de palavras-chave (opcional)
O Google Ads pode encontrar palavras-chave para você verificando uma página da Web ou o que está funcionando para produtos ou serviços semelhantes

Insira um URL para buscar palavras-chave

Insira produtos ou serviços para anunciar

Inserir palavras-chave
Palavras-chave são palavras ou frases usadas para corresponder seus anúncios aos termos que as pessoas pesquisam

tráfego pago como funciona
como fazer tráfego pago
[tráfego pago]
"tráfego pago"

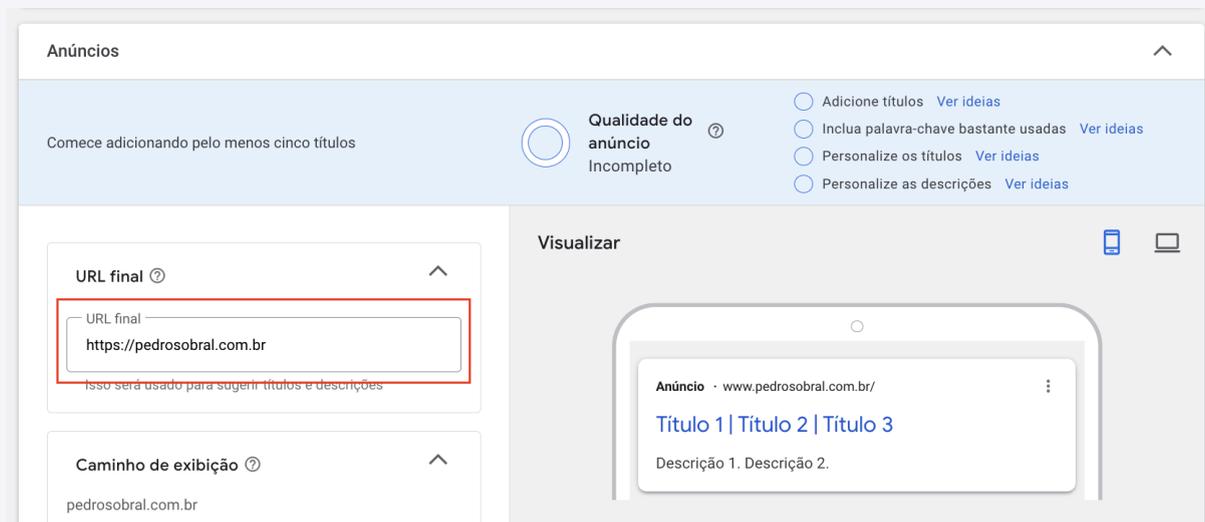
Os tipos de correspondência ajudam a controlar quais pesquisas podem acionar seus anúncios
palavra-chave = Correspondência ampla "palavra-chave" = Correspondência de frase [palavra-chave] = Correspondência exata [Saiba mais](#)

Observação importante: Quando você escreve sua palavra-chave entre colchetes ([]), o Google mostra seu anúncio apenas para pessoas que pesquisaram *exatamente* os termos que você escreveu. Quando você escreve sua palavra-chave entre aspas (" "), o Google mostra seu anúncio apenas em pesquisas feitas com os termos na ordem que você escreveu ou em pesquisas que possam ter também outros termos junto; se você escreve, por exemplo, **“loja de sofás”**, seu anúncio também aparece para quem pesquisou **“loja de sofás em são paulo”**. Quando você escreve sua palavra-chave sem colchetes nem aspas, o Google mostra seu anúncio

para todos que pesquisaram os termos que você escreveu e outros termos semelhantes também.

Dica: se você ou seu cliente tem pouca verba para investir, use palavras-chave entre aspas e colchetes.

13 Agora é hora de configurar seu anúncio. Primeiro, no campo **“URL final”**, adicione a URL da página para onde a pessoa vai depois de clicar no seu anúncio:



14 Em **“caminho de exibição”**, adicione palavras (nada mais do que a forma como a URL vai aparecer para as pessoas). Obs: como as palavras-chave neste exemplo envolvem tráfego pago, as palavras usadas no anúncio também devem ter esses termos:

Anúncios

Comece adicionando pelo menos cinco títulos

Qualidade do anúncio
Incompleto

- Adicione títulos [Ver ideias](#)
- Inclua palavra-chave bastante usadas [Ver ideias](#)
- Personalize os títulos [Ver ideias](#)
- Personalize as descrições [Ver ideias](#)

URL final

URL final

Isso será usado para sugerir títulos e descrições

Caminho de exibição

pedrosobral.com.br

12 / 15 0 / 15

Visualizar

Anúncio · www.pedrosobral.com.br/trafego-pago

Título 1 | Título 2 | Título 3

Descrição 1. Descrição 2.

Esta visualização mostra versões de anúncios montados com seus recursos. Nem todas as combinações são exibidas. Os recursos podem ser exibidos em qualquer ordem, então, precisam fazer sentido tanto separadamente quanto em diferentes combinações. Além disso, não podem violar nossas políticas nem a legislação local. Alguns formatos podem ser reduzidos. É possível definir que textos específicos não deixem de ser exibidos. [Saiba mais](#)

15 Adicione os títulos e as descrições que estão relacionados às palavras-chave e à página de destino para onde a pessoa está indo. Considere que o ideal é ter mais de um anúncio, com palavras diferentes, para o Google ver qual funciona melhor. Não tenha medo de criar o anúncio errado, errado é apenas não dar mais de uma opção de anúncio para o Google:

Títulos 9/15

Inclua estas palavras-chave nos títulos para que os anúncios tenham um desempenho ideal

- Como fazer tráfego pago
Obrigatório 23 / 30
- Aula ao vivo 100% grátis
Obrigatório 24 / 30
- Tráfego para iniciantes
Obrigatório 23 / 30
- Quer aprender a fazer tráfego?
30 / 30
- Faça anúncios como esse
23 / 30
- Faça seu cadastro em 1 minuto
29 / 30
- Passo a passo para iniciantes
29 / 30
- Aprenda tráfego pago do zero

Visualizar

Anúncio · www.pedrosobral.com.br/trafego-pago

Aula ao vivo 100% grátis | Quer aprender a fazer tráfego?

Acesse o conteúdo gratuito que é melhor que qualquer curso de tráfego pago da internet. O passo a passo para você aprender tráfego pago, mesmo que não saiba nada.

Esta visualização mostra versões de anúncios montados com seus recursos. Nem todas as combinações são exibidas. Os recursos podem ser exibidos em qualquer ordem, então, precisam fazer sentido tanto separadamente quanto em diferentes combinações. Além disso, não podem violar nossas políticas nem a legislação local. Alguns formatos podem ser reduzidos. É possível definir que textos específicos não deixem de ser exibidos. [Saiba mais](#)

Descrições 4/4 [Ver ideias](#)

- O passo a passo para você aprender tráfego pago, mesmo que não saiba nada
Obrigatório 73 / 90
- Aula 100% gratuita e inédita sobre como fazer tráfego pago
Obrigatório 58 / 90
- Acesse o conteúdo gratuito que é melhor que qualquer curso de tráfego pago da internet
86 / 90
- Você dominar tráfego pago virou apenas uma questão de clicar nesse anúncio ou não.
82 / 90

Visualizar

Anúncio · www.pedrosobral.com.br/trafego-pago

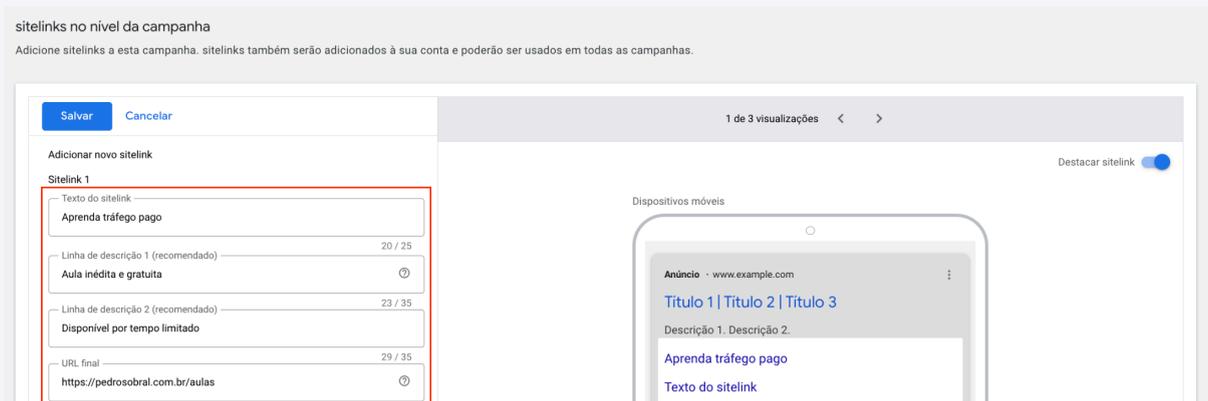
Tráfego para iniciantes | Aula ao vivo 100% grátis | Quer aprender a fazer...

Acesse o conteúdo gratuito que é melhor que qualquer curso de tráfego pago da internet. Aula 100% gratuita e inédita sobre como fazer tráfego pago.

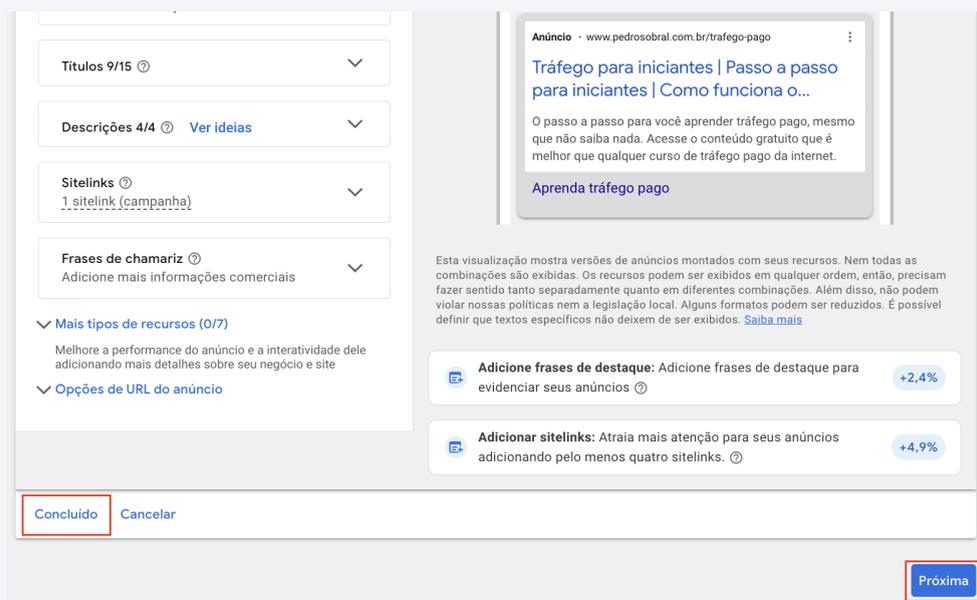
Esta visualização mostra versões de anúncios montados com seus recursos. Nem todas as combinações são exibidas. Os recursos podem ser exibidos em qualquer ordem, então, precisam fazer sentido tanto separadamente quanto em diferentes combinações. Além disso, não podem violar nossas políticas nem a legislação local. Alguns formatos podem ser reduzidos. É possível

16 Por fim, adicione extensões ao seu anúncio. Elas nada mais são do que informações extras que podem ou não aparecer. Uma das categorias mais úteis na Rede de Pesquisa é a de sitelinks: links alternativos que ficam próximo a descrição, que a pessoa pode clicar. Clique em **“+ sitelinks”** e logo após, coloque títulos e descrições relacionados à palavra-chave. Você

pode adicionar links alternativos, como uma outra página, o canal do YouTube ou o seu perfil do Instagram. Feito isso, clique em **“salvar”**:



17 Ao terminar as configurações de títulos, descrições e extensão de anúncios, clique em **“concluído”** e, logo após, em **“próxima”**:



18 Clique em **"definir orçamento personalizado"** e defina o quanto você quer gastar por dia na campanha (pode ser quanto quiser). Logo após, clique em **"próxima"**:

Orçamento
Selecione o valor médio que você quer gastar por dia

R\$ 303,70

R\$ 288,50 **Recomendado**

R\$ 274,10

Definir orçamento personalizado

Defina seu orçamento diário médio para esta campanha

R\$ 100,00

Cliques semanais	Custo semanal	CPC médio
309	R\$ 700,00	R\$ 2,27

⚠ Definir um valor mais baixo do que R\$ 288,50 como seu orçamento impede que os anúncios sejam mostrados sempre que possível.

Você não pagará mais do que o valor do seu orçamento diário multiplicado pelo número médio de dias do mês. O gasto poderá ser menor do que o orçamento diário em alguns dias e, em outros, até duas vezes maior. [Saiba mais](#)

Próxima

19 Na aba de revisão, revise os dados da sua campanha e clique em **"publicar campanha"**:

Obs: caso o botão **"publicar campanha"** não esteja aparecendo para você, revise as alterações e veja se nenhuma configuração está faltando. Caso esteja tudo ok, clique novamente na seção **"revisar"** para o sistema atualizar.

Fechou?

Agora, você já sabe como criar uma campanha de vendas no Google Ads, mas ainda temos muito a aprender nos próximos dias do Desafio da Gestão de Tráfego. **Leia este material quantas vezes quiser** e não deixe de praticar o quanto antes para fixar melhor o conteúdo que você acabou de estudar.

Tamo junto!