

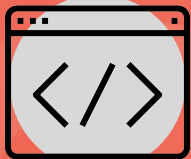


escola  
britânica de  
artes criativas  
& tecnologia

# Marketing Digital

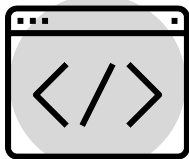


# BOAS PRÁTICAS



# Google Ads II

- **Conheça os tipos de acesso**
- **Crie tags de acompanhamento**
- **Entenda as estratégias de lance**
- **Implemente campanhas DSA**
- **Crie recursos de anúncios**



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



# Conheça os tipos de acesso

Acompanhe algumas boas práticas para gerenciar os níveis de acesso no Google Ads de modo a garantir que as contas estejam seguras e apenas pessoas autorizadas tenham acesso aos dados da conta.



- **Conceda o acesso apropriado:**  
Conceda acesso somente às pessoas que precisam dele e apenas ao nível necessário. Por exemplo, se alguém precisa apenas criar e editar anúncios, não é necessário conceder acesso total à conta.
- **Atualize regularmente os níveis de acesso:**  
Revise regularmente quem tem acesso à conta e atualize os níveis de acesso de acordo com as mudanças na equipe ou nas funções dos colaboradores.
- **Monitore as atividades da conta:**  
Monitore regularmente as atividades da conta e as alterações realizadas para garantir que não haja atividades suspeitas ou alterações não autorizadas na conta.
- **Defina políticas de acesso:**  
Estabeleça políticas claras para o acesso à conta e comunique-as a todos os usuários. Por exemplo, defina quem é responsável por gerenciar o acesso e como as permissões devem ser concedidas.

# Crie tags de acompanhamento

As *tags* de acompanhamento são importantes para rastrear o desempenho das campanhas no Google Ads e ajudam a entender melhor o comportamento dos usuários no *site*. Acompanhe algumas boas práticas para utilizar as *tags* da melhor forma possível.



- Teste e verifique as tags regularmente:**  
 Teste as *tags* de acompanhamento para garantir que elas estão funcionando corretamente e que as conversões estão sendo rastreadas adequadamente. É importante verificar isso regularmente, pois mudanças no *site* podem afetar o funcionamento das *tags*.
- Use os recursos de verificação de tags do Google Ads:**  
 O Google Ads oferece recursos de verificação de *tags* para ajudar a garantir que elas estejam funcionando corretamente. Use esses recursos para solucionar problemas e garantir que as conversões sejam rastreadas corretamente.
- Organize as tags de acompanhamento com nomes claros:**  

 Dê nomes claros e descritivos às suas *tags* de acompanhamento para que seja fácil identificar o que cada uma está rastreando. Isso pode ajudar a evitar erros e confusões na hora de analisar os dados de conversão.

# Crie tags de acompanhamento

As *tags* de acompanhamento são importantes para rastrear o desempenho das campanhas no Google Ads e ajudam a entender melhor o comportamento dos usuários no *site*. Acompanhe algumas boas práticas para utilizar as *tags* da melhor forma possível.



- **Acompanhe as conversões mais importantes:**  
Defina quais ações do usuário são consideradas como conversão para o seu negócio e acompanhe-as de perto. Certifique-se de que as *tags* de acompanhamento estão configuradas para capturar essas ações.
- **Coordene com outras equipes:**  
Se sua equipe trabalha em conjunto com outras equipes, como a de TI ou desenvolvimento de *site*, certifique-se de coordenar com eles para garantir que as *tags* de acompanhamento sejam implementadas corretamente e de forma eficiente.

# Entenda as estratégias de lance

Esses tipos de estratégias permitem aos anunciantes maximizar o desempenho de suas campanhas, atingindo seus objetivos de negócios de maneira eficaz. Acompanhe algumas boas práticas relacionadas às estratégias de lance.

- Defina objetivos de campanha claros:**  
 Antes de escolher uma estratégia de lance, defina seus objetivos de campanha com clareza. Isso ajudará a escolher a estratégia de lance mais adequada para alcançar seus objetivos.
- Teste diferentes estratégias de lance:**  
 Faça essa ação para entender qual funciona melhor para suas campanhas. Isso ajudará você a encontrar a estratégia de lance mais eficaz para o seu negócio.
- Ajuste seus lances com base no desempenho:**
  - Monitore regularmente o desempenho de suas campanhas e faça ajustes nos lances com base nos resultados. Isso ajudará a melhorar o desempenho de suas campanhas e a alcançar seus objetivos.



# Entenda as estratégias de lance

Esses tipos de estratégias permitem aos anunciantes maximizar o desempenho de suas campanhas, atingindo seus objetivos de negócios de maneira eficaz. Acompanhe algumas boas práticas relacionadas às estratégias de lance.



- **Use as opções de lances automáticos:**  
As opções de lances automáticos do Google Ads podem ajudar a economizar tempo e otimizar seu desempenho. Teste diferentes opções de lances automáticos para ver qual funciona melhor para suas campanhas.
- **Ajuste a oferta por dispositivo:**  
Ajuste os lances por dispositivo com base no desempenho do seu anúncio em cada dispositivo. Isso pode ajudar a maximizar seu retorno sobre o investimento e melhorar o desempenho da campanha.
- **Ajuste o lance com base na localização:**  
Ajuste seus lances com base na localização para segmentar áreas geográficas específicas. Isso pode ajudar a alcançar o público-alvo certo e melhorar o desempenho da campanha.



# Implemente campanhas DSA

Acompanhe algumas boas práticas gerais na hora de implementar campanhas de DSA.



- Utilize títulos claros e descritivos:**  
 Os títulos são gerados automaticamente com base no conteúdo da página de destino, mas é importante revisá-los para garantir que sejam claros e descritivos.
- Use descrições concisas e relevantes:**  
 As descrições são geradas automaticamente com base no conteúdo da página de destino, mas é importante revisá-las para garantir que sejam relevantes para o usuário e descrevam adequadamente o produto ou serviço.
- Crie grupos de anúncios específicos:**  
 Agrupe os anúncios dinâmicos em grupos de anúncios específicos com base em temas relevantes. Isso ajudará a manter os anúncios relevantes e a melhorar o desempenho.
- Personalize a página de destino:**  
 Personalize a página de destino para garantir que ela seja relevante e forneça uma boa experiência ao usuário. Isso também ajudará a melhorar o índice de qualidade dos anúncios e a reduzir o custo por clique.

# Implemente campanhas DSA

As palavras-chave negativas são importantes para evitar que os anúncios DSA sejam exibidos para pesquisas irrelevantes. Veja algumas boas práticas na hora de fazer a negatificação de palavras-chave.



- **Use o correspondente exato:**  
Adicione palavras-chave negativas exatas para evitar que seus anúncios sejam exibidos para pesquisas exatas que você sabe que não são relevantes para seus produtos ou serviços.
  - **Analise seus relatórios de termos de pesquisa:**  
Analise regularmente os relatórios de termos de pesquisa para identificar palavras-chave irrelevantes que podem estar gerando impressões e cliques desnecessários. Adicione essas palavras-chave como negativas para evitar o desperdício de dinheiro em anúncios irrelevantes.
- Mantenha suas listas de palavras-chave negativas atualizadas:**
- Revise e atualize regularmente suas listas de palavras-chave negativas para garantir que seus anúncios sejam exibidos apenas para pesquisas relevantes e que você não esteja perdendo oportunidades de exibição de anúncios para pesquisas relevantes.

# Crie recursos de anúncios

Acompanhe algumas boas práticas na hora de criar os recursos de anúncios.

- **Evite sobrecarga de anúncio com recursos:**  
Evite adicionar muitos recursos em um único anúncio, isso pode sobrecarregar o anúncio e confundir o usuário. Escolha os mais relevantes e úteis para cada anúncio específico.
- **Utilize os recursos de anúncio de forma consistente:**  
Mantenha a consistência no uso dos recursos em todas as suas campanhas e anúncios. Isso ajudará a criar uma experiência de usuário consistente e a aumentar o reconhecimento da marca.
- **Selecione recursos relevantes para cada grupo de anúncios:**  
Certifique-se de selecionar os recursos mais relevantes para cada grupo de anúncios. Por exemplo, se você tem um grupo de anúncios que promove uma promoção específica, use um recurso de promoção para esse grupo em particular.



# Crie recursos de anúncios

Acompanhe algumas boas práticas na hora de criar os recursos de anúncios.



- **Adapte seus recursos de anúncios para dispositivos móveis:**  
Verifique se seus recursos de anúncio são otimizados para dispositivos móveis, já que muitos usuários pesquisam e clicam em anúncios em seus *smartphones*.
- **Teste diferentes combinações de recursos de anúncio:**  
Faça essa ação para descobrir o que funciona melhor para sua campanha e público-alvo. Por exemplo, teste usar recursos de chamada e de localização juntos e compare com o desempenho de apenas um dos recursos.
- **Monitore o desempenho:**  
Monitore regularmente o desempenho dos seus recursos de anúncio para garantir que elas estejam gerando o resultado esperado e faça ajustes conforme necessário. Você pode usar as ferramentas de relatórios do Google Ads para acompanhar o desempenho de suas extensões.

# Bons estudos!

