



Marketing Digital



GLOSSÁRIO



Google Ads I

- **Conheça os tipos de canais e anúncios**
- **Impacte a sua audiência**
- **Crie sua conta I**
- **Crie sua conta II**
- **Crie sua conta III**



Dica: para encontrar rapidamente a palavra que procura aperte o comando CTRL+F e digite o termo que deseja achar.



Conheça os tipos de canais e anúncios



Conheça os tipos de canais e anúncios

Glossário

• **Ad Rank (Classificação do anúncio)**

Métrica utilizada pelo Google Ads para determinar a posição do anúncio em uma página de resultados de pesquisa. Leva em consideração o lance do anunciante, a relevância do anúncio e a experiência da página de destino.

• **Ativação de anúncio**

Refere-se ao processo de colocar um anúncio em exibição, tornando-o visível para os usuários em um determinado canal de publicidade.

• **Feed**

Conjunto de dados estruturados que contém informações atualizadas sobre produtos, conteúdos ou outras informações relevantes para um anúncio. É usado para criar anúncios dinâmicos e personalizados.

• **Imprimir**

Refere-se à exibição de um anúncio na página de resultados de pesquisa do Google quando um usuário realiza uma pesquisa relevante para os termos ou palavras-chave associados ao anúncio.



Conheça os tipos de canais e anúncios

Glossário

● **In-stream (em transmissão)**

Anúncios em vídeo exibidos antes, durante ou após o conteúdo de vídeo que está sendo reproduzido, como em vídeos do YouTube ou serviços de *streaming* (transmissão).

● **Palavra-chave**

Palavra ou frase escolhida pelos anunciantes como relevante para seus produtos ou serviços. Quando um usuário faz uma pesquisa usando essa palavra-chave, o anúncio correspondente pode ser ativado para exibição.

● **Página de destino**

Página específica de um site para a qual um usuário é direcionado ao clicar em um anúncio. Geralmente, é projetada para fornecer informações relevantes e incentivar a conversão do usuário, como uma compra ou preenchimento de formulário.

● **Setup (Configurações)**

Preparação necessária para executar uma campanha de publicidade *online*, incluindo a definição de metas, configuração de orçamento, escolha de palavras-chave e ajustes de segmentação.



Conheça os tipos de canais e anúncios

Glossário

• **Snippet (Trecho)**

Parte do texto exibido nos resultados de pesquisa do Google que fornece informações adicionais sobre um anúncio. Geralmente, inclui detalhes relevantes para atrair a atenção do usuário e aumentar a taxa de cliques.

• **Taxa de rejeição**

Porcentagem de visitantes que acessam uma página de destino e saem do site sem interagir com ela. Uma taxa de rejeição alta pode indicar falta de relevância, experiência ruim do usuário ou problema de usabilidade.

• **Termo de pesquisa**

Palavra ou frase inserida pelo usuário em um mecanismo de pesquisa para buscar informações específicas. Os anunciantes podem segmentar termos de pesquisa relevantes para seus produtos ou serviços em suas campanhas.



Impacte a sua audiência



Impacte a sua audiência

Glossário

• Clientes frios

Clientes que ainda não têm um alto nível de interesse ou conhecimento sobre a marca ou produto. Eles ainda estão no estágio inicial do processo de compra e podem não ter interagido ou demonstrado interesse direto na oferta.

• Clientes quentes

Clientes que demonstraram um alto nível de interesse ou estão mais propensos a comprar um produto ou serviço. Geralmente, são pessoas que já estão familiarizadas com a marca.

• Observação

Recurso do Google Ads que permite acompanhar e coletar dados sobre uma determinada audiência, sem aplicar nenhuma alteração ou ajuste nas estratégias de segmentação ou lances.



Crie sua conta I



Crie sua conta I

Glossário

● Cluster de produto

Grupo de produtos relacionados ou semelhantes que são agrupados para fins de organização, segmentação ou estratégia de marketing.

● Correspondência de palavra-chave

Configuração utilizada em campanhas de publicidade *online* para determinar quais palavras-chave acionam a exibição de anúncios.

● Taxa de conversão

Porcentagem de visitantes ou usuários que realizam uma ação desejada, como fazer uma compra, preencher um formulário ou se inscrever em uma lista de e-mails. É usada para avaliar a eficácia e o sucesso de uma campanha de marketing.

● Overlap (Sobreposição)

Indica a proporção de usuários que estão presentes em mais de um grupo ou segmento de público-alvo.



Crie sua conta I

Glossário

● **Long tail (cauda longa)**

Termos de pesquisa mais específicos e detalhados, geralmente compostos por quatro ou mais palavras. São altamente segmentadas e têm um volume de busca menor, porém mais segmentado.

● **Medium tail (cauda média)**

Termos de pesquisa que geralmente consistem em três a quatro palavras. Elas são mais específicas do que as palavras-chave de cauda curta e geralmente têm um volume de busca moderado.

● **Short tail (cauda curta)**

Termos de pesquisa que geralmente consistem em uma ou duas palavras. Elas são mais genéricas e abrangentes, e podem ter um alto volume de busca.



Crie sua conta II



Crie sua conta II

Glossário

● Grupo de anúncios

Unidade dentro de uma campanha de publicidade *online* que agrupa anúncios relacionados. São usados para melhorar a segmentação e o desempenho das campanhas, permitindo ajustes específicos.

● Slug

Parte legível de uma URL que identifica e descreve o conteúdo de uma página específica. É geralmente uma versão amigável para o usuário do título ou nome da página.

● Tráfego de site

Número de visitantes ou usuários que acessam um *site* em um determinado período de tempo. É uma métrica importante para avaliar a popularidade, a visibilidade e o desempenho de um *site*.

● Urchin Tracking Module (Módulo de rastreamento)

O UTM é um código de rastreamento adicionado a uma URL para monitorar e rastrear o desempenho de campanhas. Permitem identificar a origem, a mídia, o canal e outras informações sobre o tráfego de referência de um *link* específico.



Crie sua conta III



Crie sua conta III

Glossário

• Atração

Aspecto persuasivo ou cativante de um produto, serviço ou oferta, que atrai e chama a atenção do cliente. Pode incluir elementos como *design* atraente, recursos exclusivos, apelo emocional, entre outros.

• Benefício

Resultados positivos ou ganhos que um cliente obtém ao utilizar a característica e vantagem do produto ou serviço.

• Característica

Atributo específico de um produto, serviço ou oferta. É uma propriedade mensurável ou tangível que pode ser descrita objetivamente.

• Vantagem

Diferencial que um produto ou serviço oferece em relação aos concorrentes. É o que torna o produto ou serviço superior ou mais atraente para os clientes.



Bons estudos!

