



escola
britânica de
artes criativas
& tecnologia

Marketing Digital

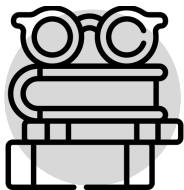


GLOSSÁRIO



Google Ads II

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



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







Conheça os tipos de acesso



Conheça os tipos de acesso

Glossário

- 
Campanha
 Conjunto de anúncios, palavras-chave e configurações que são agrupados com base no objetivo de marketing e são usadas para organizar e gerenciar anúncios e direcioná-los a um grupo específico.
- 
Nível de acesso
 Permissão que um usuário tem para acessar e gerenciar uma conta. Cada nível de acesso tem diferentes níveis de permissão para acessar e gerenciar a conta.
- 
Faturamento
 Processo de cobrança de anúncios. Os anunciantes podem escolher entre diversos métodos de pagamento e definir um orçamento diário ou mensal para suas campanhas.
- 
Veiculação de campanha
 Refere-se à exibição de anúncios em diferentes locais na internet, incluindo resultados de pesquisa, *sites* parceiros e aplicativos móveis.



Crie tags de acompanhamento



Crie tags de acompanhamento

Glossário

● Ação primária de conversão

É a ação mais importante que um anunciante deseja que um usuário execute após clicar em um anúncio. Isso pode incluir fazer uma compra, preencher um formulário de contato ou fazer uma ligação.

● Ação secundária de conversão

É uma ação adicional que um anunciante deseja que um usuário execute após realizar a ação primária de conversão. Isso pode incluir inscrever-se em um boletim informativo ou seguir a empresa nas redes sociais.

● Campanha de *display*

Campanha de publicidade que exibe anúncios em *sites* parceiros, como *blogs*, *sites* de notícias e outras propriedades da *web*. Os anúncios podem incluir imagens, vídeos ou texto.

● Conversão

Ação que um usuário realiza após clicar em um anúncio, como preencher um formulário de contato, fazer uma compra, fazer *download* de um arquivo ou ligar para a empresa.



Crie tags de acompanhamento

Glossário

● **Head de página**

Também conhecido como cabeçalho, é a seção superior de uma página da *web* que geralmente contém o logotipo e o menu de navegação.

● **Lead**

Potencial cliente que demonstrou interesse em um produto ou serviço.

● **Janela de conversão**

Período de tempo após o clique em um anúncio durante o qual uma conversão pode ser contabilizada. O Google Ads permite que os anunciantes definam a janela de conversão com base em suas necessidades de negócios.

● **Remarketing**

Técnica de publicidade que exibe anúncios para usuários que já visitaram um *site* ou realizaram uma ação específica.



Entenda as estratégias de lance



Entenda as estratégias de lance

Glossário

CPA (Custo por ação)

É um modelo de cobrança usado em publicidade online no qual os anunciantes pagam por cada vez que um usuário realiza uma ação específica, como fazer uma compra ou preencher um formulário de contato.

CPC (Custo por clique)

É um modelo de cobrança usado em publicidade *online* no qual os anunciantes pagam por cada vez que um usuário clica em um anúncio.

Estratégias de lance

Configurações que os anunciantes podem usar para definir o valor máximo que desejam pagar por um clique ou por uma conversão.

Impressão

Quantidade de vezes que um anúncio foi entregue aos usuários. Ela é contabilizada sempre que o seu anúncio é exibido.



Entenda as estratégias de lance

Glossário

- **Parcela de impressão desejada**
Porcentagem de impressões de anúncios que um anunciante deseja receber para um determinado tipo de campanha ou palavra-chave.
- **ROAS (Retorno sobre o Investimento em Publicidade)**
É uma métrica que mede a eficácia de uma campanha de publicidade *online*. É calculada dividindo a receita gerada pela campanha pelo custo da campanha. Uma campanha com um ROAS alto é considerada eficaz, pois gera mais receita do que o custo investido.






Implemente campanhas DSA



Implemente campanhas DSA

Glossário

- 
Alcance
 Número total de pessoas que visualizaram um anúncio, independentemente de terem clicado nele ou não. É uma métrica importante para avaliar o desempenho de uma campanha de publicidade.
- 
URL (*Uniform Resource Locator*)
 Traduzido para o português como localizador uniforme de recursos, é o endereço de rede no qual se encontra algum recurso informático, como um arquivo de computador ou um dispositivo periférico.
- 
Anúncios dinâmicos
 São uma opção de anúncio do Google Ads que permite que o próprio sistema do Google gere automaticamente anúncios com base no conteúdo do *site* de destino.



Crie recursos de anúncios



Crie recursos de anúncios

Glossário

CTR (*Click through rate*)

Traduzido para o português como taxa de cliques, é uma métrica que calcula a relação entre o número de cliques e o número de visualizações de um anúncio.

Sitelinks

Links adicionais que aparecem abaixo do texto do anúncio e que direcionam os usuários para páginas específicas do *site*, como uma página de produtos ou serviços específicos.

Recursos

Elementos adicionais que os anunciantes podem colocar em seus anúncios para fornecer informações mais detalhadas aos usuários e aumentar a relevância dos anúncios.



Bons estudos!

