



# Marketing Digital

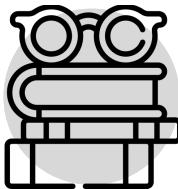


# GLOSSÁRIO



# 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.

### • 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.

### • 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.

### • 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.

### • **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.

### • **Lead**

Potencial cliente que demonstrou interesse em um produto ou serviço.

### • **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.



### 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.



### 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.



# 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!

