



Google Ads

Sessões 1 e 2

Diogo Santos Cruz

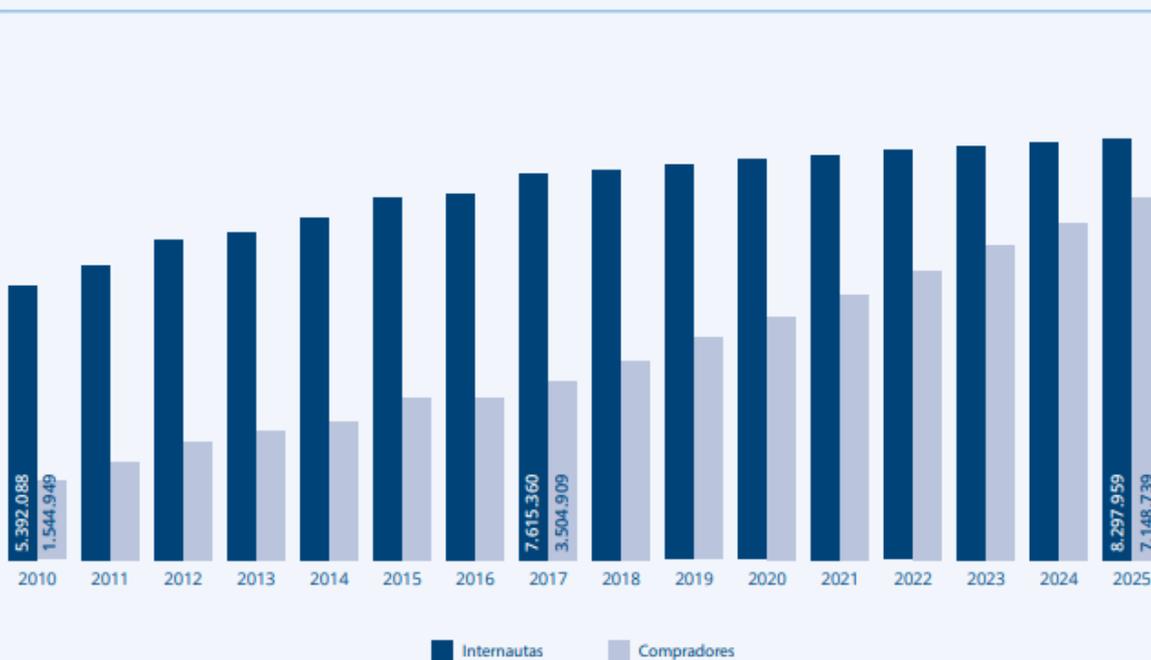


Alguns dados estatísticos



aicep Portugal Global

Mais de 7,6 milhões de portugueses utilizam a Internet e cerca de 2,5 milhões compram online



Fonte: Eurostat e IDC, 2018

Número de portugueses que utilizaram Internet nos primeiros 3 meses do ano

Número de portugueses que utilizaram comércio eletrónico para fins privados nos últimos 12 meses



Alguns dados estatísticos



aicep Portugal Global

O processo de decisão de compra dos Portugueses é cada vez mais complexo, considera touchpoints diferentes e portanto é cada vez mais omnicanal



42%

Proporção de tempo
despendido online (media)



58%

Proporção de tempo
despendido na loja (media)

5.9 (of 18)

Touchpoints
Online
utilizados na
passada
semana (media)

2.6 (of 6)

Touchpoints
Offline
utilizados na
passada
semana (media)

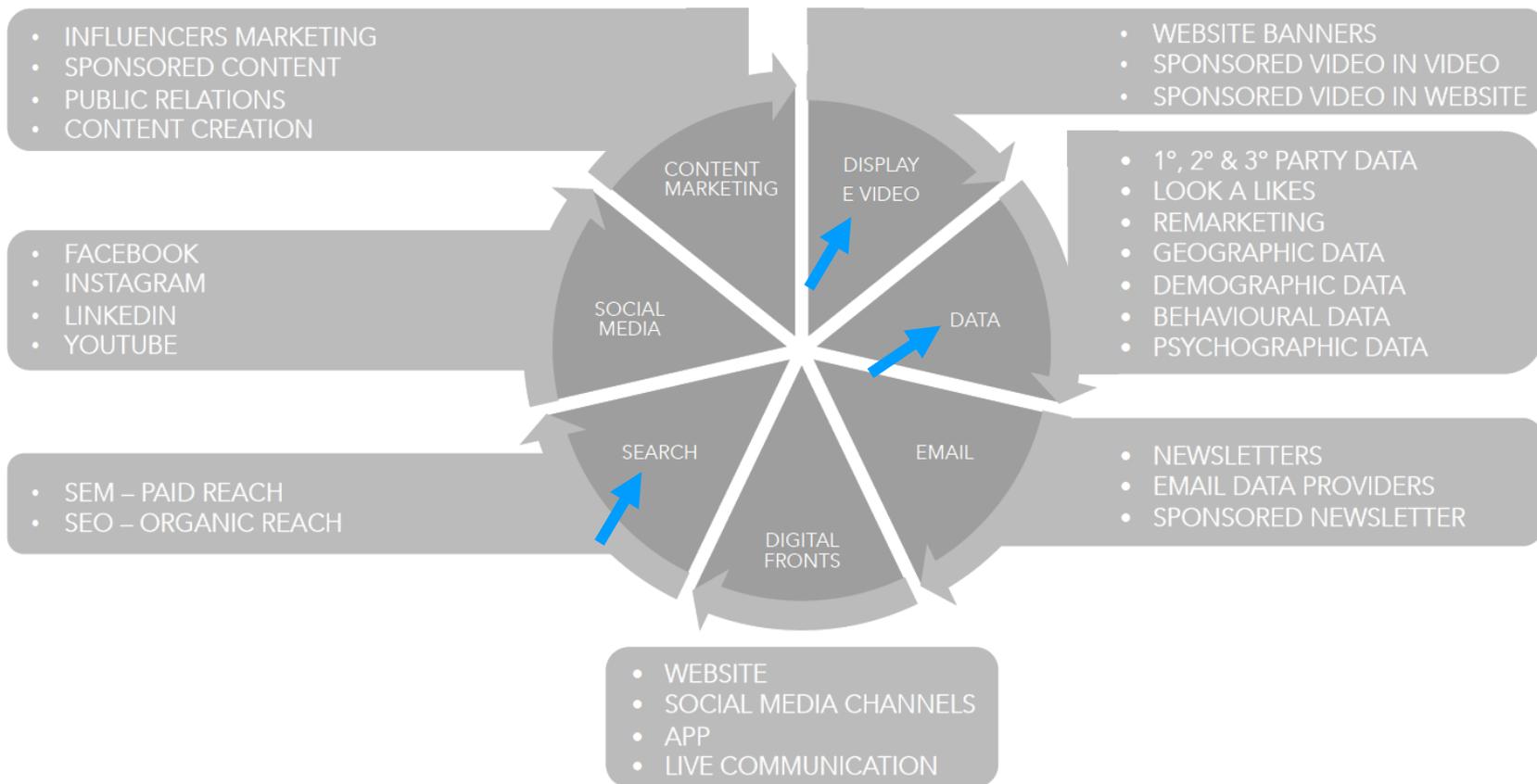
Google, 2018, Indexed Global Score – caminhos até conversão



Áreas de Atuação



aicep Portugal Global





Áreas de Atuação: **Google Ads**



aicep Portugal Global



SEARCH

VÍDEO (serve em YouTube)

DISPLAY (conhecido por GDN)

SHOPPING (comparador de preços)



FORMATOS MAIS COMUNS



aicep Portugal Global



Selecione um tipo de campanha ?

Pesquisa



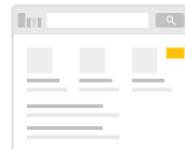
Alcance clientes interessados no seu produto ou serviço com anúncios de texto

Rede de Display



Apresente diferentes tipos de anúncio na Web

Shopping



Promova os seus produtos com anúncios do Shopping

Vídeo



Alcance e interaja com visitantes no YouTube e na Web

+ Performance Max



Objetivos de trabalhar Full-funnel



aicep Portugal Global





SEARCH



aicep Portugal Global

credito pessoal online - Pesquisa x +

google.com/search?rlz=1C1GCEU_pt-ptPT854PT854&ei=q3G0XcKzFsWZjLsPqO2ekAs&q=credito+pessoal+online&oq=c

Google credito pessoal online

Tudo Notícias Imagens Vídeos Compras Mais Definições Ferramentas

Cerca de 1 920 000 resultados (0,32 segundos)

➔ **Crédito Pessoal Online | Resposta Imediata na Cofidis | cofidis.pt**
Anúncio www.cofidis.pt ▾
Crédito Pessoal Cofidis, com TAEG desde 9,8%. Simule online sem compromisso!

Faça aqui a sua Simulação Escolha do Consumidor pelo 7º ano Consecutivo. Confie na Cofidis	Simule Já o seu Crédito Peça um crédito na Cofidis. Sem Comissões e sem Surpresas.
---	---

➔ **Crédito Pessoal Rápido - Empréstimo Pessoal Online - Banco ...**
<https://www.bancoctt.pt> > o-seu-credito > credito-pessoal ▾
Conheça o Crédito Pessoal do Banco CTT, e peça online um empréstimo online. É rápido, fácil e pela internet. Contacte-nos!

➔ **Crédito Rápido - Consiga até 50.000€ em 48h | Comparajá.pt**
<https://www.comparaja.pt> > Instituiu00e7u00f5es > Banco Best ▾
Crédito Rápido Online: simule e obtenha resultados para crédito online ... Crédito pessoal online resposta imediata: que documentos são necessários?

➔ **Crédito Pessoal Unibanco | Simulador de Crédito | Unibanco**
<https://www.unibanco.pt> > solucoes-credito > credito-pessoal ▾
Crédito Pessoal? Aproveite a Super Taxa Unibanco de 5.000€ a 50.000€ para prazos de 24 a 120 meses. TAN desde 8,50%. Utilize o nosso Simulador de ...

Search

(pode ser servida em canais diferentes + ter vários objetivos | Ex. Download App)

SEO

Meta-title
Meta-description
Veloc. Carregamento
Conteúdo único
Friendly url's
Estrutura Headers



SEARCH



aicep Portugal Global

The screenshot shows a YouTube search results page for the query "credito pessoal online". The browser address bar shows "youtube.com/results?search_query=credito+peessoal+online". The page features a sidebar on the left with navigation options: Início, Tendências, Subscrições, Biblioteca, and Histórico. Below these is a login prompt: "Inicie sessão para gostar de vídeos, fazer comentários e subscrever." with an "INICIAR SESSÃO" button. The main content area displays search results, including two sponsored advertisements and two video results. The first ad is for "Crédito Pessoal Online - Resposta Imediata na Cofidis" with a link to "www.cofidis.pt/credito/pessoal" and a "VISITE O WEB SITE" button. The second ad is for "Crédito Pessoal Credistar - de 500€ a 50.000€ em 48 horas" with a link to "www.credistar.pt/" and a "VISITE O WEB SITE" button. The video results include "A Batalha dos EMPRÉSTIMOS! Geru, Lendico, Just, Simplic, Moneyman e Creditas, qual é o mais barato?" and "Empréstimo online é seguro? Como funciona? Onde fazer?". Two pink arrows point from the left sidebar to the "Biblioteca" and "Inicie sessão" sections.

credito pessoal online - YouTube x +

youtube.com/results?search_query=credito+peessoal+online

YouTube^{PT} credito pessoal online

INICIAR SESSÃO

FILTRAR

Crédito Pessoal Online - Resposta Imediata na Cofidis - cofidis.pt

Crédito Pessoal Cofidis, com TAEG desde 9,8%. Simule online sem compromisso! Pré-Aprovação Imediata. Eleito Marca de Confiança. Eleito Escolha Consumidor. Crédito em 48h.

Anúncio www.cofidis.pt/credito/pessoal VISITE O WEB SITE

Crédito Pessoal Credistar - de 500€ a 50.000€ em 48 horas

Simule Já! Sem Compromissos. Sem Burocracias. Prestação Fixa. Sem Mudar de Banco. Rápido. Fácil. Simples. Tipos: Crédito Consolidado, Crédito Pessoal, Crédito Online.

Anúncio www.credistar.pt/ VISITE O WEB SITE

BATALHA DOS EMPRÉSTIMOS

Qual é o mais barato? 5:23

A Batalha dos EMPRÉSTIMOS! Geru, Lendico, Just, Simplic, Moneyman e Creditas, qual é o mais barato? EconoMira 214 mil visualizações · há 1 ano

A Batalha dos EMPRÉSTIMOS online mais baratos! Geru, Lendico, Just, Simplic, Moneyman e Creditas, qual é o melhor?! Existem ... Legendas

EMPRÉSTIMO ONLINE É SEGURO?

COMO CONSEGUIR? ONDE FAZER? 14:23

Empréstimo online é seguro? Como funciona? Onde fazer? Juros Baixos 256 mil visualizações · há 1 ano

Ainda tem medo da tecnologia? Não se preocupe! Nesse vídeo explicamos tudo sobre empréstimo online e tiramos todas as suas ... Legendas

O MELHOR DO YOUTUBE

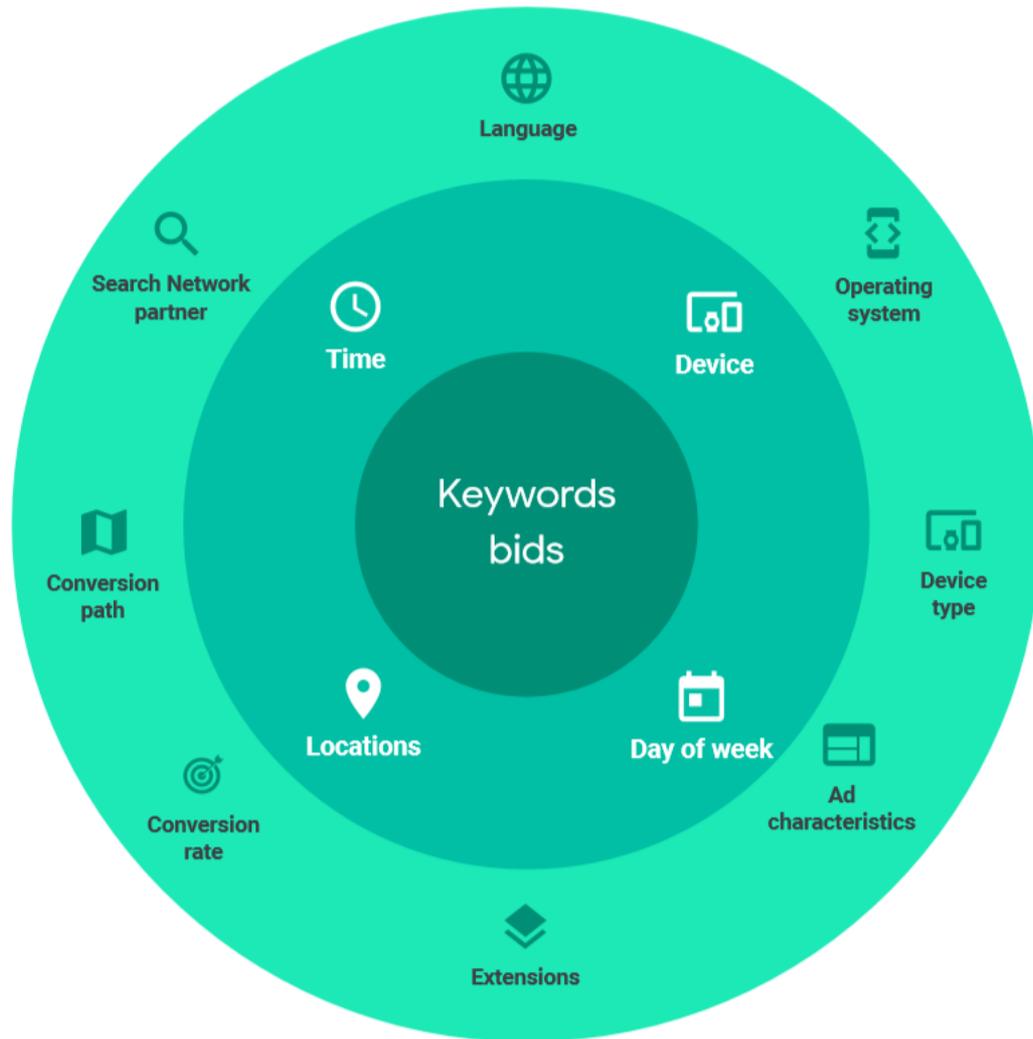
- Música
- Desporto
- Videojogos
- Filmes
- Noticias
- Em direto



SEARCH



aicep Portugal Global





VÍDEO: Como funcionam as campanhas em YouTube através do Google Ads?



aicep Portugal Global

Passos para a implementação:

1. Criar conta de Google Ads
2. Instalar a tag de Google Ads, através do Google Tag Manager
3. Vincular o canal do Youtube à conta de Google Ads (não precisa de ter conteúdo)
4. Configurar o objetivo (ver o tema da Landing Page)
5. Criar a campanha do YouTube em si





VÍDEO: Algumas dúvidas



aicep Portugal Global

E se eu não tiver Landing Page? Posso fazer na mesma (para IG, Google My Business, etc.), mas não é recomendado, não consigo gerar leads e conversões.

Orçamento baixo? Sim, funciona, sobretudo com “capping”

Em que fase está o Youtube? Awareness, vejo a maioria dos resultados no final de funil, sobretudo em Search

Fazer anúncios de TV? Sim, segmentando em Youtube. Exemplo campanha: Bumba

Brand Lift?

Exemplo de awareness a custo 0

Além dos vídeos comerciais, apostar em conteúdo: bastidores, como funciona, processo de fabrico, etc.

Posso fazer upload de vídeo privado? Não | Posso fazer upload de vídeo não listado? Sim



VÍDEO: Importância do formato



aicep Portugal Global

Youtube: 2.º site mais visitado na Internet

Resultados dos 50 sites principais. [Faça o upgrade e veja a lista completa.](#)

Última atualização: outubro 2022 [Share](#) [Tweatar](#)

Classificação	Site	Categoria	Alteração	Duração Média da Visita	Páginas/Visita	Taxa de Rejeição
1	google.com	Computadores Eletrônicos e Tecnologia > Mecanismos de pesquisa	=	00:11:05	8.67	28.44%
2	youtube.com	Artes e entretenimento > Streaming e TV online	=	00:21:19	12.29	19.95%
3	facebook.com	Computadores Eletrônicos e Tecnologia > Redes sociais	=	00:09:44	8.60	32.84%
4	twitter.com	Computadores Eletrônicos e Tecnologia > Redes sociais	=	00:11:03	10.49	31.52%
5	instagram.com	Computadores Eletrônicos e Tecnologia > Redes sociais	=	00:07:38	10.85	34.50%
6	baidu.com	Computadores Eletrônicos e Tecnologia > Mecanismos de pesquisa	=	00:05:24	7.94	20.26%
7	wikipedia.org	Materiais de referência > Dicionários e enciclopédias	+1	00:03:51	3.09	58.83%
8	yandex.ru	Computadores Eletrônicos e Tecnologia > Mecanismos de	-1	00:09:29	9.42	21.97%



VÍDEO: 80% do conteúdo gerado nas redes sociais é vídeo



aicep Portugal Global

Tiktok: 100% vídeo

Instagram: 50% vídeo

Youtube: 100% vídeo. Vídeos de conteúdo orgânico, lives, anúncios, etc.





VÍDEO: 3 tipos de formato



aicep Portugal Global

1. Anúncios in-stream ignoráveis >> antigo TrueView
2. Anúncios in-stream (não ignoráveis)
3. Bumpers

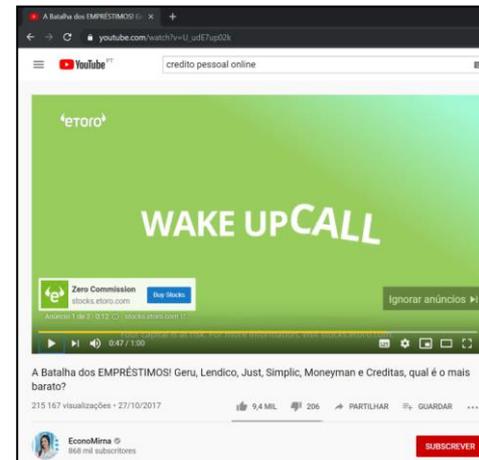
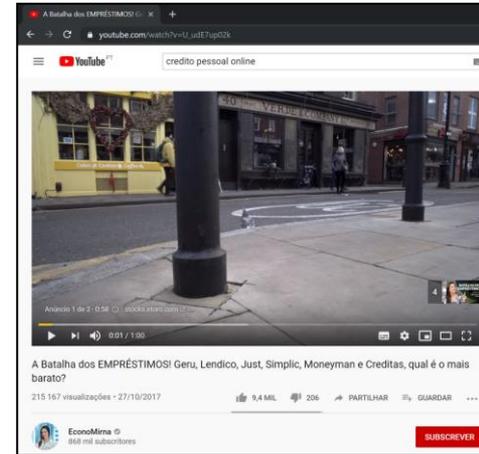
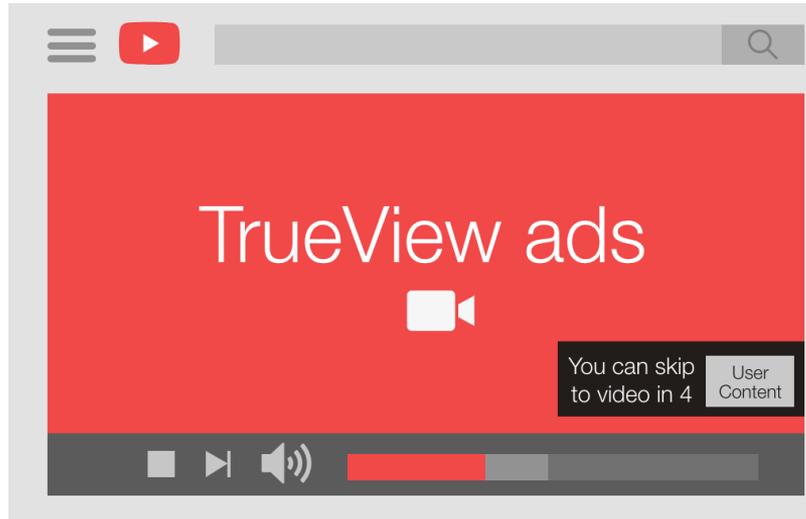




VÍDEO: Anúncios in-stream ignoráveis >> antigo TrueView



aicep Portugal Global





VÍDEO: Anúncios in-stream não ignoráveis (max 15”)



aicep Portugal Global

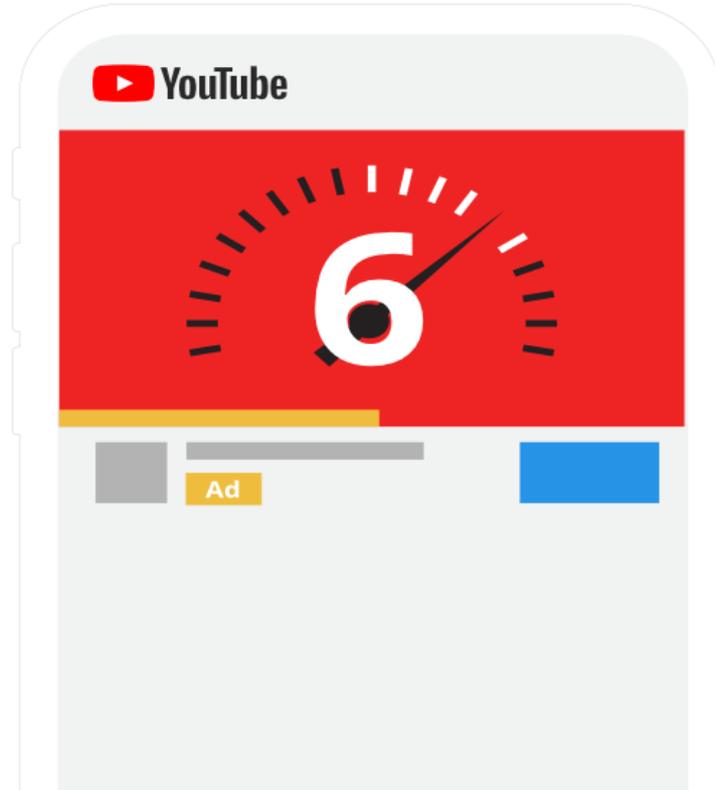




VÍDEO: Anúncios breves/bumpers (max 6" / consideration)



aicep Portugal Global



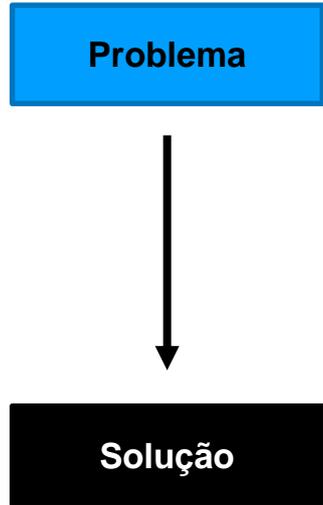


VÍDEO: No digital a história conta-se ao contrário

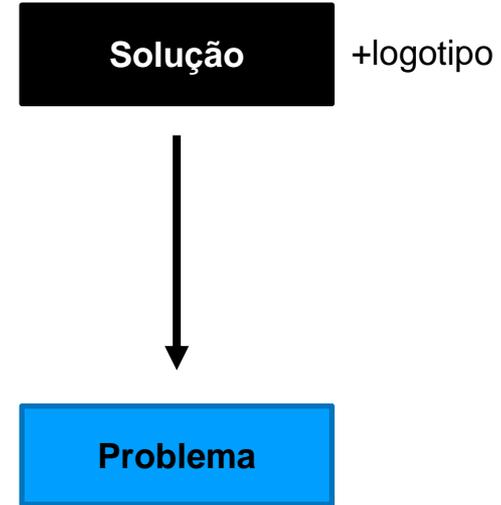


aicep Portugal Global

TV



DIGITAL





DISPLAY



aicep Portugal Global

Campanhas de Display Awareness (upper funnel)

OBSERVADOR

Banco de Portugal facilita crédito pessoal às famílias

A pandemia alterou "de forma abrupta e significativa" as condições económicas e financeiras. O Banco de Portugal tornou a obtenção de crédito mais flexível aos consumidores.

Tire os seus sonhos do papel.

Peça o seu Crédito Pessoal na App. TAEG 9,2% | TAN 7,000%

Agência Lusa

Portugal capta mega-investime

eco.sapo.pt/2019/10/26/portugal-capta-mega-investimento-na-aeronautica/

Portugal capta mega-investimento na aeronáutica

ECO 14:24

Está tudo ainda em segredo, mas vem aí um grande investimento no setor da aeronáutica em Portugal. O anúncio está por dias e o valor do projeto poderá igualar os 400 milhões de euros que a Embraer já investiu desde que se instalou em Évora. Pouco se sabe ainda, mas será o Norte do país para a localização do projeto que gerará 400 empregos.

A notícia é avançada este sábado pelo Expresso (acesso pago), que adianta que há vários

Apple Pay, já está aqui com Mastercard

Pague de forma fácil e segura com o seu cartão Mastercard com Apple Pay

Google Display Network
(compramos perfis de utilizadores/audiências, dentro dos espaços da rede Google)

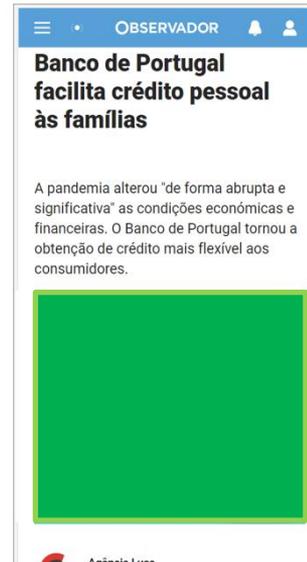


DISPLAY



aicep Portugal Global

Campanhas de Display Awareness (upper funnel)



Display é um formato. Pode servir:

- 1- Banners de Awareness
- 2- Banners de Remarketing

Eu publisher, posso “vender” o meu espaço:

- 1- à rede da Google
- 2- a outra rede de Display (por ex. Brightroll)
- 3- diretamente a uma marca (compra direta)



DISPLAY

Campanhas de Display Awareness (upper funnel)

Homepage

The screenshot shows the SAPO homepage layout. At the top, there's a navigation bar with categories like 'MÉDIA', 'ATUALIDADE', 'DESPORTO', etc. Below that, a sports banner for 'Primeira Liga - Temporada Regular' is visible. A prominent green banner advertises a '50% DESCONTO' on 'ALARME ANTI-INTRUSÃO' by Ditect. To the right of this banner is a 'OBTER OFERTA' button. Below the banner, there's a news article featuring John Keane with the headline 'Entrevista: John Keane: "São só precisos dez anos para as democracias se transformarem em despotismo"'. At the bottom, there are three small thumbnail images with captions: 'PSD quer "reclutamento total" do caso "vittorini"', 'Vulcão no Equador gera 122 explosões e provoca uma coluna de cinza', and 'Português detido por atropelamento mortal em Espanha entregue à Polícia Nacional'.

Compra direta



aicep Portugal Global

Página de Notícias

The screenshot shows a news article on the SAPO website. The main headline is 'Vulcão no Equador gera 122 explosões e provoca uma coluna de cinza'. The article text describes the eruption of the Tungurahua volcano, mentioning 122 explosions in 24 hours and a column of ash reaching 1500 meters. A large image shows the volcano at night with a bright red glow. To the right of the article is a sidebar with various product recommendations, including 'Biscoitos', 'Café', and 'Cafeteira'. At the bottom of the page, there's a 'Porque o seu tempo é preciso.' banner for 'Biscoitos a 1000 por pacote'.

Rede Google



SHOPPING



aicep Portugal Global

colunas jbl - Pesquisa Google

google.com/search?q=colunas+jbl&rlz=1C1GCEU_pt-ptPT854PT854&oq=colun&aqs=chrome.0.69i59j69i57.1034j

Google colunas jbl

Tudo Imagens Compras Vídeos Notícias Mais Definições Ferramentas

Cerca de 217 000 resultados (0,32 segundos)

Ver colunas jbl Patrocinado

Coluna High Power JBL...
286,99 €
Worten.pt
★★★★★ (24)
De Google

Coluna Bluetooth JBL...
89,75 €
FNAC Portugal
★★★★★ (9k+)
De Google

Coluna Bluetooth JBL...
239,99 €
Worten
★★★★★ (2k+)
De Kelkoo

Coluna Portátil JBL Flip 4...
79,90 €
PCDiga
★★★★★ (9k+)
De Google

SIST ALTAPOTEN...
269,99 €
Radio Popular
De Google

JBL Coluna Go 2 Black - Kuantokusta - Kuantokusta.pt
[Anúncio](#) www.kuantokusta.pt/
 Somos o Maior Shopping Online de Portugal. Mais de 700 Lojas e 2 Milhões de Produtos. Multibanco. Mais de 700 Lojas. Cartão de Crédito. MB Way. Fácil, Rápido e Gratuito. Apoio ao Cliente. Compra Segura. + de 2 Milhões Produtos. Shopping Online Nº1.

Colunas JBL - Todas as Colunas - Fnac.pt
 Fnac.pt › pt › Som, Hi-Fi, Colunas › Todas as Colunas
 Colunas JBL . Compra online na FNAC com portes grátis ou levanta grátis em 1h em loja. Descontos exclusivos para Aderentes.

É o comparador de preços da Google

- Cliques mais qualificados
- Taxa de conversão mais alta para quem vende produtos
- 1.ª linha de anúncios

Descrição geral Personalizado 1 - 31 de jan de 2019

Estado da campanha: Todas; Estado do grupo de anúncios: Todas ADICIONAR FILTRO

Custo/conv.	Conversões	Valor de conv.	Custo
4,42 €	377,16	69,2 mil	1,67 mil €

$$ROI = (Vendas - Custos) / Custos$$

$$ROI = (69,2 - 1,67) / 1,67 = 40,4x$$



Como funciona isto do Google Shopping?

Passos para a implementação:

1. Criar conta de Google Ads
2. Instalar a tag de Google Ads, através do Google Tag Manager
3. Configurar o Google Merchant Center
4. Vincular o Google Merchant ao Google Ads
5. Criar a campanha de Google Shopping em si, através do Google Ads





SHOPPING: Algumas dúvidas



aicep Portugal Global

Só funciona para produtos? Sim, e se forem físicos. Serviços ou produtos digitais não funcionam em Google Shopping.

Se tivesse que definir o Google Shopping numa frase? É um comparador de preços.

2 tipos de campanha: Padrão (controlo totalmente manual) | Inteligente: não tem definições de setup, é tudo AI (definir públicos alvo, segmentação, seleccionar valores do clique, etc. = orientado para um Maximizar Conversões ou ROAS).

Posso ter as 2 ao mesmo tempo? O inteligente terá prioridade e a padrão irá deixar de servir. Só voltará quando o budget da inteligente terminar.

Só serve em Search? A inteligente serve automaticamente em Display, YouTube, Gmail e Search. Só a normal consigo segmentar.

Faço tudo no Google Ads? Não tenho de ter uma conta no Google Merchant Center. A ferramenta que serve para fazermos o upload dos produtos do nosso eCommerce para utilizar no Google Shopping, via feed de produtos.



SHOPPING: Algumas dúvidas



aicep Portugal Global

Shopping inteligente também tem Remarketing dinâmico integrado.

Quando devo começar a otimizar? A partir dos 5 dias de campanha. Ex. negativar termos, adicionar audiências, segmentar, etc. (apenas na padrão) | Na inteligente apenas dá para trabalhar o ROAS. (Explicar ROAS altíssimo OU CPA muito baixo).

Compro keywords em Google Shopping? Não, os resultados das pesquisas não só controlados por nós e são baseados nos nomes que damos aos produtos.

Boas práticas de páginas de produto? 2/3 imagens do produto em diferentes ângulos. Boas descrições, se é preciso sair do nosso site para irmos procurar informação noutra site, é porque está errado (ex. marketplace Worten) + avaliações nas páginas de produto (+ temas do checkout). **Na internet não compramos produtos, compramos fotografias.**

Como compito com as grandes marcas? Com uma oferta diferenciadora (Ex. nike e loja pequena: free shipping, possibilidade de compra fracionada, garantia, personalização grátis, cupão para próxima compra, etc.)



SHOPPING: O mais importante?



aicep Portugal Global

Já fiz tudo isto e ainda assim converto pouco. O que devo fazer?

Colocar-se nos sapatos do cliente.





ALGUMAS MÉTRICAS RELEVANTES



aicep Portugal Global

Impressões

N.º de vezes que um anúncio aparece às pessoas

Cliques

N.º de vezes que alguém clica num anúncio que apareceu (cliques \leq impressões)

CTR (Click-through-Rate)

N.º de cliques / N.º de impressões (idealmente deveriam ser 100%)

Conversões

N.º de pessoas que, após clicar, efetua a ação desejada no site (conversões \leq cliques)

Taxa de Conversão

N.º de conversões / N.º de cliques (100% no caso ótimo)



ALGUMAS MÉTRICAS RELEVANTES



aicep Portugal Global

Custo/Conversão

Quantas vezes as pessoas têm de clicar num anúncio meu (ao custo por clique que for), até que alguém converta

Ex. 10 cliques a 1€ de CPC e alguém compra ao 10.º = 10€ de Custo/Conversão

Valor de Conversão

Métrica exclusiva de eCommerce. Permite-me saber o valor do carrinho total daquilo que a pessoa comprou e depois comparar com o meu custo por conversão dessa mesma pessoa.

Quota de Impressão

De todos os players que estão, por exemplo, a comprar a mesma keyword, qual a % de vezes em que o meu anúncio aparece (permite-nos saber se estamos a pagar abaixo do valor do leilão)

ROI

Métrica de performance: $(\text{Vendas} - \text{Custos}) / \text{Custos}$

ROAS

Métrica de performance dos back-offices da Google (não tem em conta o custo no numerador): $\text{Vendas} / \text{Custos} \mid \text{ROI} = \text{ROAS} - 1$



AUDIÊNCIAS = GOOGLE LIFE MOMENTS



aicep Portugal Global

Transversais a todos os produtos Google

Conseguimos aumentar a probabilidade de clique e conversão, adaptando o copy, as criatividades e até mesmo o valor em que entramos no leilão para cada tipo de público.

● Público-alvo	Tipo	Grupo de anúncios	Estado	Ajuste de lance
● Viagens	Público-alvo no mercado		Elegível	+10% <input checked="" type="checkbox"/>
● Automóveis e Veículos	Público-alvo no mercado		Elegível	- <input checked="" type="checkbox"/>
● Casa e Jardim	Público-alvo no mercado		Elegível	- <input checked="" type="checkbox"/>
● Imobiliário	Público-alvo no mercado		Elegível	- <input checked="" type="checkbox"/>
● Educação	Público-alvo no mercado		Elegível	- <input checked="" type="checkbox"/>
● Serviços Financeiros	Público-alvo no mercado		Elegível	- <input checked="" type="checkbox"/>
● Estatuto parental > Pais de bebés (0-1 ano)	Dados demográficos detalhados		Elegível	- <input checked="" type="checkbox"/>
● Estatuto parental > Pais de crianças (1-3 anos)	Dados demográficos detalhados		Elegível	- <input checked="" type="checkbox"/>
● Estatuto parental > Pais de crianças em idade pré-escola...	Dados demográficos detalhados		Elegível	- <input checked="" type="checkbox"/>
● Estatuto parental > Pais de crianças em idade do ensino ...	Dados demográficos detalhados		Elegível	- <input checked="" type="checkbox"/>
● Estatuto parental > Pais de adolescentes (13-17 anos)	Dados demográficos detalhados		Elegível	- <input checked="" type="checkbox"/>

● Visitas-site-AB	Visitantes do Website		Elegível	- <input checked="" type="checkbox"/>
● version 5.8.07	Utilizadores da aplicação		Elegível	- <input checked="" type="checkbox"/>
● Demasiado pequeno para segmentar para as Propriedades da Google	Utilizadores da aplicação		Elegível	- <input checked="" type="checkbox"/>
● Purchasers	Utilizadores da aplicação		Elegível	- <input checked="" type="checkbox"/>
● All Users	Utilizadores da aplicação		Elegível	+50% <input checked="" type="checkbox"/>
● AdWords optimized list	Lista combinada		Elegível	- <input checked="" type="checkbox"/>



SEGMENTAÇÃO POR LOCALIZAÇÃO



aicep Portugal Global



ADICIONAR FILTRO

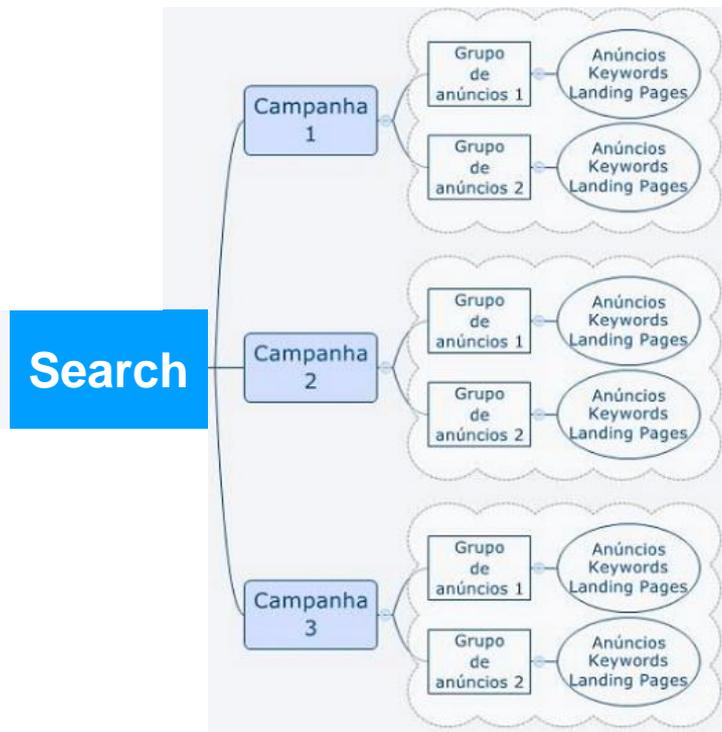
<input type="checkbox"/>	Localização segmentada	Ajuste de lance	↓ Cliques	Impr.	CTR	CPC médio	Custo	Conversões	Custo/conv.	Taxa de conv.
<input checked="" type="checkbox"/>	Portugal	-75%	6 755	54 856	12,31%	1,69 €	11 429,76 €	3 970,00	2,88 €	58,77%
<input type="checkbox"/>	5,0 km em redor de Centro Colombo, Avenida Lusitana, Lisboa	–	817	6 750	12,10%	1,50 €	1 223,05 €	466,00	2,62 €	57,11%
<input type="checkbox"/>	5,0 km em redor de Centro Vasco da Gama, Avenida Dom João II, Lisboa	–	801	7 207	11,11%	1,55 €	1 244,41 €	472,00	2,64 €	58,93%
<input type="checkbox"/>	5,0 km em redor de Norte Shopping, Rua Sara Afonso, Senhora da Hora	–	784	5 898	13,29%	1,52 €	1 194,58 €	479,00	2,49 €	61,10%
<input type="checkbox"/>	5,0 km em redor de Praça Bom Sucesso, Porto	–	343	2 358	14,55%	1,53 €	523,90 €	207,00	2,53 €	60,35%
<input type="checkbox"/>	5,0 km em redor de Praça Conde de Agrolongo, Braga	–	284	1 957	14,51%	1,51 €	427,62 €	168,00	2,55 €	59,15%
<input type="checkbox"/>	5,0 km em redor de Amoreiras Shopping Center, Avenida Engenheiro Duarte Pacheco, Lisboa	–	267	2 023	13,20%	1,44 €	385,76 €	159,00	2,43 €	59,55%
<input type="checkbox"/>	5,0 km em redor de Cascais Shopping, Rua São João, Alcabideche	–	214	1 805	11,86%	1,51 €	323,24 €	119,00	2,72 €	55,61%
<input type="checkbox"/>	5,0 km em redor de Oeiras Parque, Avenida António Bernardo Cabral de Macedo, Oeiras	–	175	1 787	9,79%	0,97 €	169,88 €	116,00	1,46 €	66,29%
<input type="checkbox"/>	5,0 km em redor de Alma Shopping, Rua General Humberto Delgado, Coimbra	–	170	1 156	14,71%	1,31 €	222,73 €	102,00	2,18 €	60,00%



ESTRUTURA DE UMA CAMPANHA



aicep Portugal Global





TIPOS DE KEYWORDS A COMPRAR EM SEARCH



aicep Portugal Global

Os quatro tipos de correspondência são os seguintes:

1. Correspondência ampla - Ex: restaurantes sushi
2. Correspondência de expressão - Ex: “restaurantes sushi”
3. Correspondência exata - Ex: [restaurantes sushi]
-
4. Correspondência negativa - Ex: -restaurantes sushi

KEYWORDS





COMO É CALCULADA A QUALIDADE DE UM ANÚNCIO?



aicep Portugal Global

Qualidade do Anúncio

$$\text{Ad Rank} = \text{Lance CPC} \times \text{Índice de Qualidade}$$

 X 

Como posso melhorar a minha posição?





COMO É CALCULADA A QUALIDADE DE UM ANÚNICO?



aicep Portugal Global



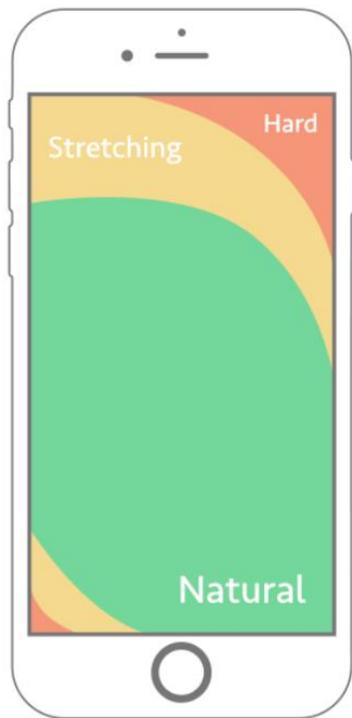
	LANCE CPC	ÍNDICE DE QUALIDADE	AD RANK	POSIÇÃO
Anunciante 1	1€	10	10	1ª
Anunciante 2	2€	4	8	2ª
Anunciante 3	3€	2	6	3ª
Anunciante 4	4€	1	4	4ª



QUALIDADE LANDING PAGE



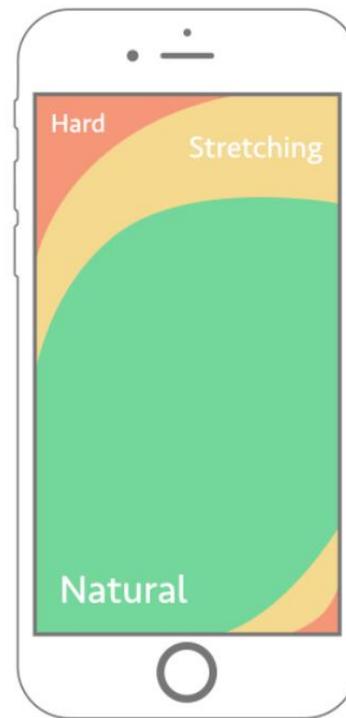
aicep Portugal Global



Left Hand



Combined



Right Hand

<3 segundos em mobile

CTA above the line

Flutuante ao scroll

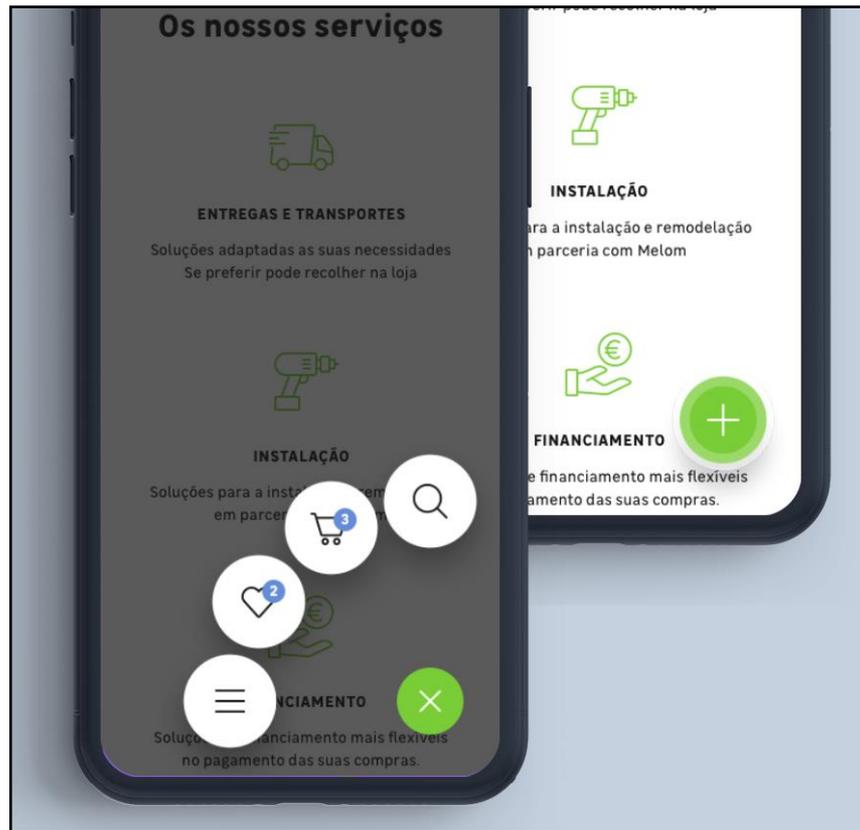
Evitar pontos de fuga



QUALIDADE LANDING PAGE



aicep Portugal Global





Outros produtos Google interessantes



aicep Portugal Global

1. Google Trends (analisar tendências) <https://trends.google.com/trends/?geo=US>
2. Google Barometer (dados reais web – país) <https://www.consumerbarometer.com/en/>
3. Global Market Finder (através de search) <https://marketfinder.thinkwithgoogle.com/intl/en/>
4. Google Consumer Surveys (única paga) <https://marketingplatform.google.com/about/surveys/>
5. Google Public Data (base de dados mundial pública) <https://www.google.com/publicdata/directory>
6. Think with Google (resolver problemas com a Google) <https://www.thinkwithgoogle.com/>



VAMOR PÔR AS MÃOS NA MASSA!



aicep Portugal Global

Selecione um tipo de campanha [?]

Pesquisa



Alcance clientes interessados no seu produto ou serviço com anúncios de texto

Rede de Display



Apresente diferentes tipos de anúncio na Web

Shopping



Promova os seus produtos com anúncios do Shopping

Vídeo



Alcance e interaja com visitantes no YouTube e na Web

Smart



Alcance os objetivos da sua empresa com anúncios automáticos no Google e na Web



