



**COMO ANUNCIAR SEU SITE
NO GOOGLE ADS**



Google Ads

O **Google AdWords**, atualmente conhecido como **Google Ads**, é a plataforma de anúncios no Google.

Nele, você desenvolve anúncios e determina onde exibi-los, seja na **Rede de Pesquisa**, em diversos sites pela **Rede de Display** ou até em outros produtos como **Youtube** e **Gmail**.

Por meio desse serviço, empresas têm a possibilidade de pagar ao Google para se destacarem na internet.

O grande diferencial do Google Ads é que as empresas que anunciam podem se destacar para um público super segmentado.

Ou seja, não é só pagar para aparecer mais. É investir em **audiência qualificada** e que tenha relação com o seu negócio.

A seguir, você vai ver como funciona a plataforma Google Ads, como criar uma conta e boas práticas para você criar anúncios que gerem resultados reais para o seu negócio.

Como funciona o Google Ads?

Os anúncios no Google podem ser exibidos de diversas maneiras. Isso porque a ferramenta é múltipla: **Rede de Pesquisa, Rede de Display e Vídeo.**

Os anúncios podem ser veiculados em:

- resultados de pesquisas no buscador, relacionados às palavras-chave utilizadas por você;
- sites específicos direcionados por você;
- canais diversos, segmentados pelo interesse do cliente;
- banners em aplicativos;
- banners no YouTube;
- vídeos no YouTube.

Um bom anúncio precisa atingir o cliente ideal e o Google Ads pode ser o seu aliado, já que você pode direcionar, segmentar e também mensurar os resultados das campanhas.

Com o **Google Ads**, você tem controle sobre o que foi investido.

Você pode configurar os investimentos por dia, mês, ou por toda a campanha.

Como anunciar no Google Ads?

Vamos para a prática, aqui você vai ver como configurar sua conta e criar seu anúncio.

Passo a passo para anunciar no Google Ads

1. Crie sua conta

Primeiramente, entre no site do [Google Ads](#). Em seguida, clique em: **começar agora**.



Faça sua empresa crescer com Google Ads

Exiba seus anúncios para os clientes quando eles procurarem empresas como a sua na Pesquisa Google e no Maps. Pague somente pelos resultados, como cliques para acessar seu site ou chamados feitas para sua empresa.

Começar agora

0800 727 0278*

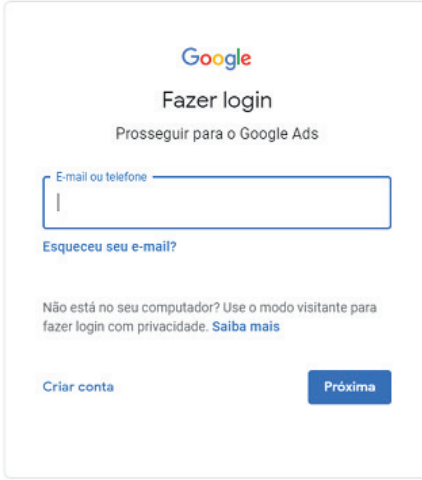
* O número de telefone varia de acordo com o país de origem do anunciante.

Aula de tênis

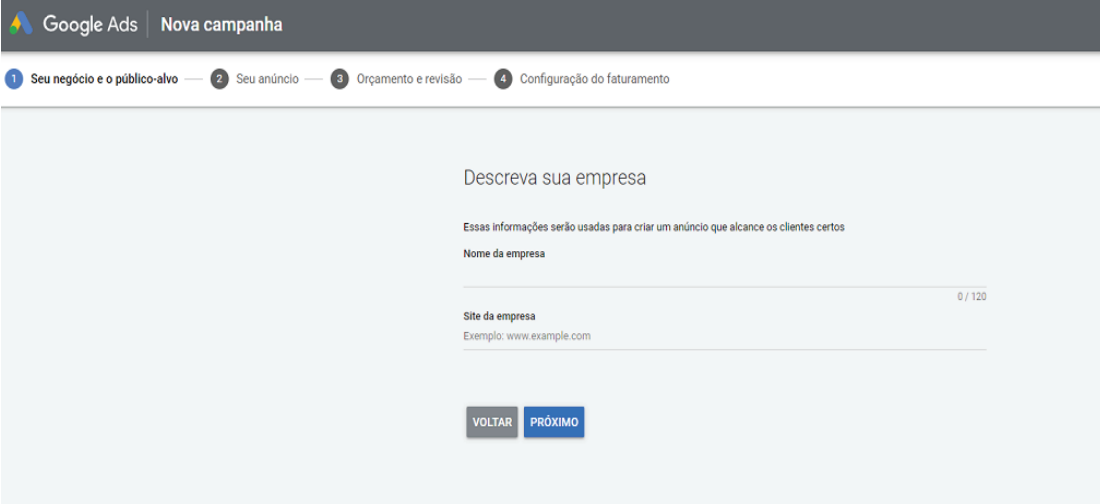
Anúncio - marcioluis.tennis

Aulas de tênis sensacionais
Descubra o mundo do tênis! Professor especializado.

Faça login na sua conta no *Google* usando a mesma senha do seu e-mail.



The image shows a Google login form titled "Fazer login" (Log in) with the subtitle "Prosseguir para o Google Ads" (Proceed to Google Ads). It features a text input field for "E-mail ou telefone" (Email or phone) with a cursor. Below the field is a link "Esqueceu seu e-mail?" (Forgot your email?). A message states: "Não está no seu computador? Use o modo visitante para fazer login com privacidade. Saiba mais" (Not on your computer? Use visitor mode to log in with privacy. Learn more). At the bottom are two buttons: "Criar conta" (Create account) and "Próxima" (Next). The footer includes "Português (Brasil)" with a dropdown arrow, and links for "Ajuda", "Privacidade", and "Termos".

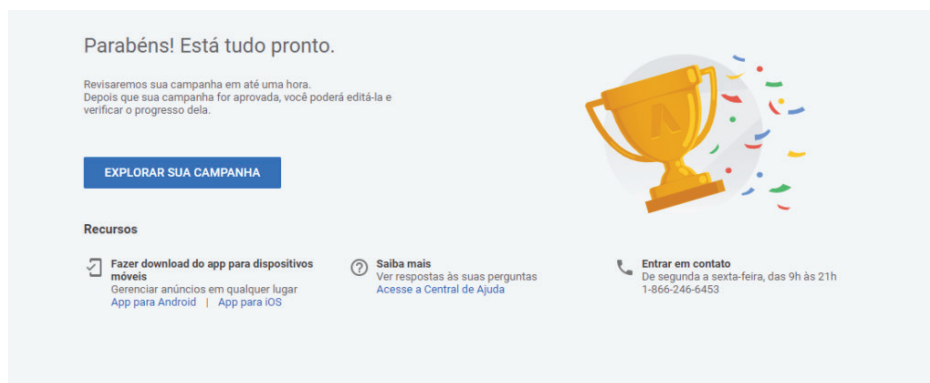


The image shows a Google Ads campaign setup screen titled "Google Ads | Nova campanha" (New campaign). A progress bar at the top indicates four steps: 1. "Seu negócio e o público-alvo" (Your business and target audience), 2. "Seu anúncio" (Your ad), 3. "Orçamento e revisão" (Budget and review), and 4. "Configuração do faturamento" (Billing configuration). The current step is "Descreva sua empresa" (Describe your business). A note says: "Essas informações serão usadas para criar um anúncio que alcance os clientes certos" (This information will be used to create an ad that reaches the right customers). There are two input fields: "Nome da empresa" (Company name) with a character count of "0 / 120" and "Site da empresa" (Company website) with an example "Exemplo: www.example.com". At the bottom are two buttons: "VOLTAR" (Back) and "PRÓXIMO" (Next).

Esses dados incluem tipo de conta (individual ou comercial), número de sua identidade, data de nascimento, nome do seu negócio, endereço comercial, número para contato (opcional), e formas de pagamentos pelos anúncios.

Observação: Ao definir o valor do orçamento (*budget*), você irá perceber que o Google define um valor mínimo exigido, colocando menos disso você não poderá continuar nos próximos passos.

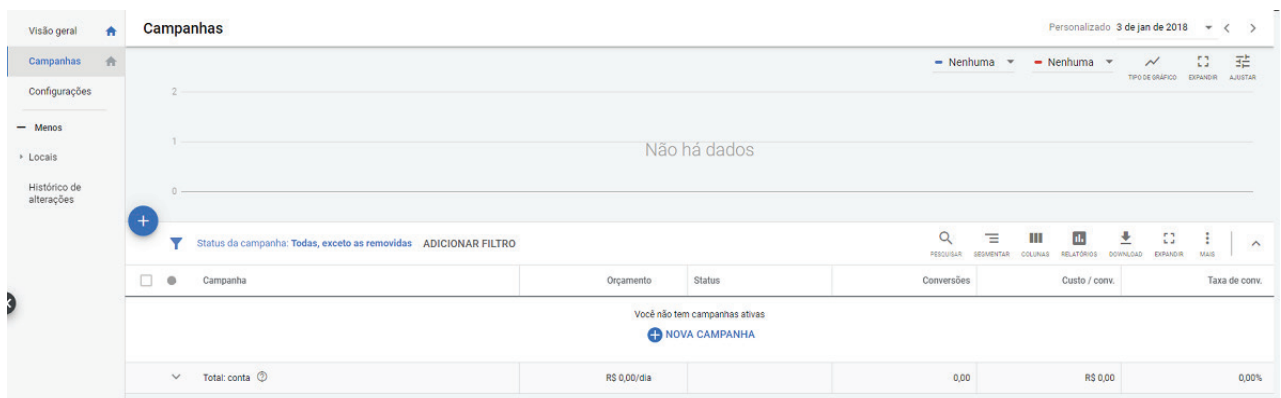
Agora, aceite os [Termos de Uso](#) do *Google Ads* e clique em **Registrar**. Aparecerá uma nova tela mostrando que a sua conta foi criada com sucesso.



2. Criar uma campanha no *Google Ads*

Agora você está praticamente preparado para criar sua primeira campanha no *Google Ads*.








Clique no botão azul (+) para criar uma nova campanha:



Defina uma meta , pensando no seguinte:

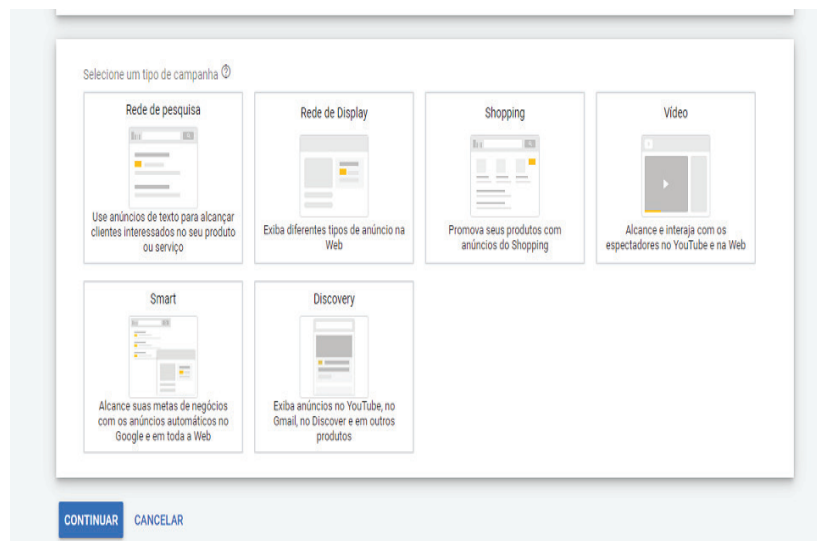
- Por que estou criando essa campanha? A fim de vender um produto na internet? Então escolha '**vendas**', como objetivo.
- Caso você queira convidar pessoas para se cadastrar no seu site ou se inscreverem na newsletter, seu objetivo da campanha deve ser '**Leads**'.
- Se é para ganhar mais tráfego para seu site, seu blog, escolha então '**Tráfego na Web**'.

Selecione a meta que ajudaria esta campanha a alcançar o sucesso de acordo com seus critérios ⓘ

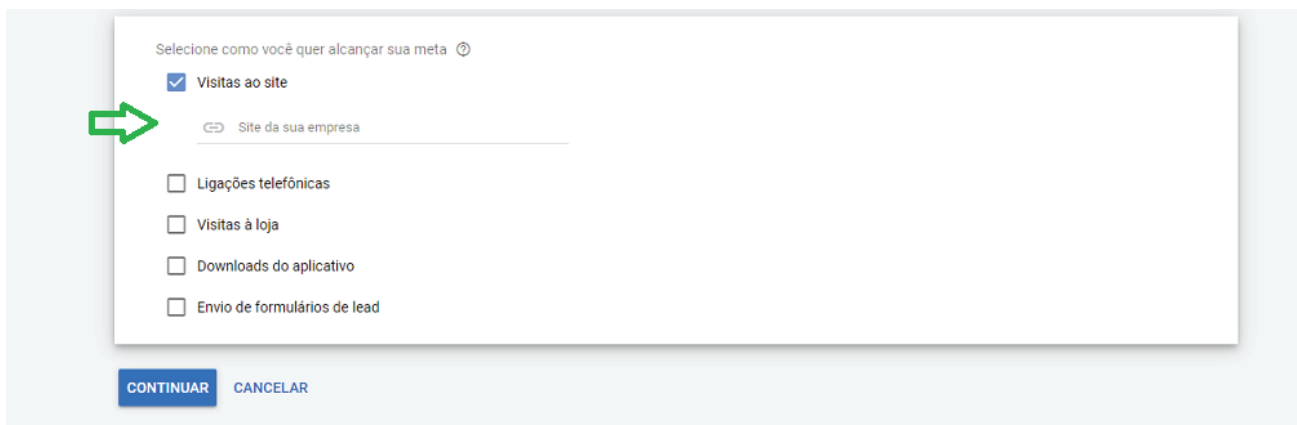
 Vendas	 Leads	 Tráfego do site	 Consideração de produto e marca
 Alcance e reconhecimento da marca	 Promoção de app	 Criar uma campanha sem meta	

CONTINUAR CANCELAR

Defina o **tipo da sua campanha**, você precisa escolher o tipo que combine com sua estratégia de Marketing e tipo de seu negócio.



Defina como irá atingir seu objetivo, vamos escolher **Visitas ao site**.



Agora você deve instalar o código de conversão dentro do seu site, você pode contar com o próprio *Google* para lhe enviar as instruções da instalação, ou pode executá-la sozinho. Escolha o que quiser clicando nas **opções da instalação**.

Escolha um nome para a campanha na página seguinte, defina as redes nas quais ela irá aparecer: Pesquisas de rede **Network** ou outros sites on-line **Display Network** ou ambas opções.

Configurações gerais

Tipo: Pesquisa Meta: Leads

Nome da campanha Leads-Search-2

Redes

Rede de pesquisa

Os anúncios podem ser exibidos ao lado dos resultados da Pesquisa Google e em outros sites do Google quando as pessoas pesquisam termos relevantes para suas palavras-chave.

Incluir parceiros de pesquisa do Google

Rede de Display

Amplie seu alcance com a exibição de anúncios para clientes relevantes que navegam em sites, vídeos e aplicativos na Internet.

Incluir a Rede de Display do Google

Usando o mouse, deslize na página para baixo e defina seu público-alvo.

Segmentação e públicos-alvo

Escolha o público-alvo que você quer alcançar

Locais Selecione locais para segmentar

Todos os países/territórios

Brasil

Inserir outro local

Opções de local

Idiomas Selecione os idiomas que seus clientes falam

Com base nas suas regiões de segmentação, é recomendável adicionar estes idiomas:

Português

Inglês

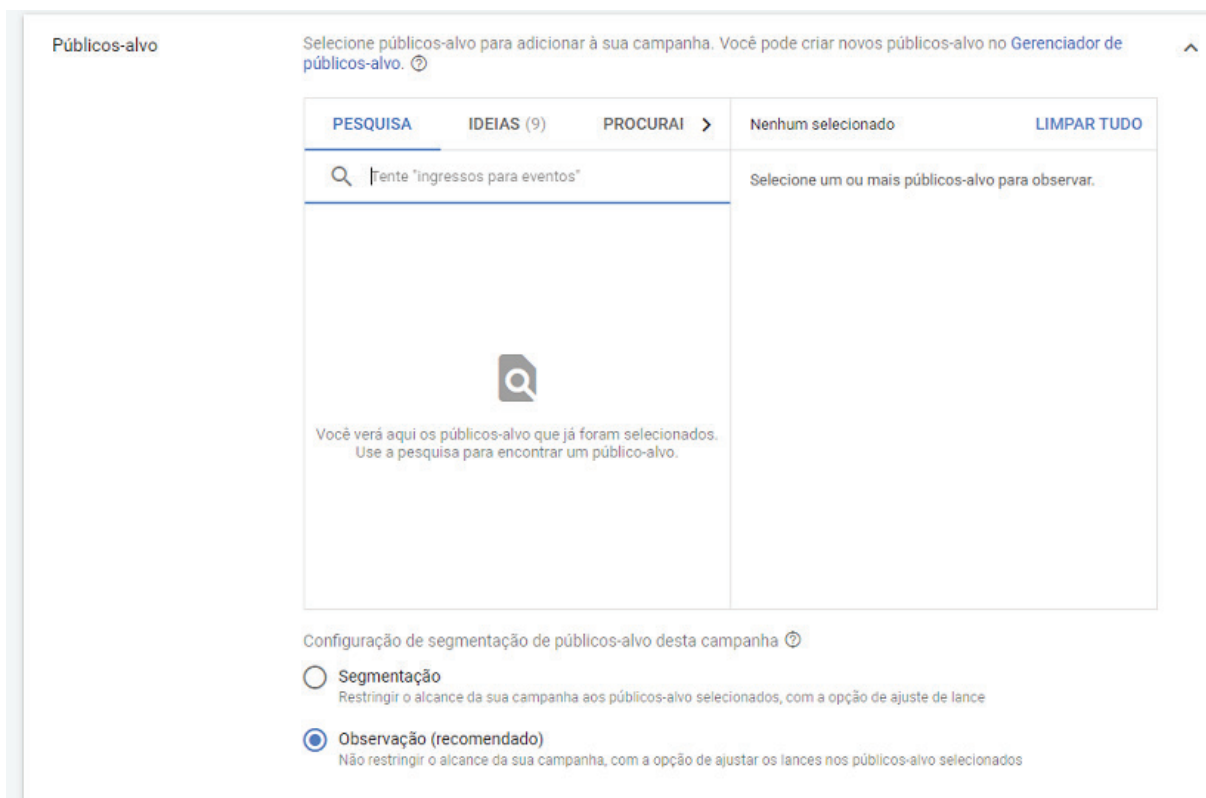
ADICIONAR TODOS

Públicos-alvo Selecione públicos-alvo para adicionar à sua campanha



Escolha o idioma do navegador nos dispositivos do público.

Quanto às características da audiência, você pode pesquisar na web (usando as opções que aparecerão) ou escolher algumas das alternativas que o próprio Google exibe clicando em: navegar ou até aproveitar alguma ideias que o Google Ads oferece para você (opção ideias).



Agora, é hora de configurar o orçamento da campanha.

Orçamento e lances

Defina quanto e como você quer gastar

Orçamento

Insira o valor médio que você quer gastar por dia

R\$ _____

Você não pagará mais do que o valor do seu orçamento diário multiplicado pelo número médio de dias do mês. O gasto poderá ser menor do que o orçamento diário em alguns dias e, em outros, até duas vezes maior. [Saiba mais](#)

Lances

Em qual métrica você quer focar? ⓘ

Conversões ▾

Recomendada para a sua campanha

Definir um custo por ação desejado

✓ Esta campanha usará a estratégia de lances **Maximizar conversões** para ajudar você a gerar o maior número de conversões possível com seu orçamento definido

[Você também pode selecionar uma estratégia de lances diretamente \(essa ação não é recomendada\)](#)

- Defina o orçamento da campanha e o valor do lance
- Decida o valor do orçamento (*budget*) diário para a campanha e como irá gastá-lo: com os cliques? Com as impressões?

Caso você queira acrescentar alguns materiais publicitários ou mais informações relacionadas à campanha, você poderá fazer isso no item: **'extensões dos anúncios'**.

Para finalizar, clique em **salvar e prosseguir**.

3. Configurar um grupo ou grupos ads

Configurada sua campanha, é hora de criar seus anúncios para serem veiculados ao público.

Ou seja, pense no objetivo de cada anúncio e também nas palavras-chave nas quais seus prospects irão pensar na hora que estiverem pesquisando temas relacionados ao seu negócio.

Defina um grupo dessas palavras-chave que têm a ver com cada grupo de anúncio.

The screenshot shows the 'Configurar grupos de anúncios' (Configure ad groups) interface. At the top, it says 'Tipo de grupo de anúncios (?) : Padrão' (Ad group type: Standard). Below this is a descriptive paragraph: 'Um grupo de anúncios contém um ou mais anúncios e um conjunto de palavras-chave relacionadas. Para melhores resultados, tente concentrar todos os anúncios e palavras-chave de um grupo de anúncios em um produto ou serviço.' (An ad group contains one or more ads and a set of related keywords. For better results, try to concentrate all ads and keywords of an ad group on a product or service.)

The main configuration area is split into two columns. The left column has a text input for 'Nome do grupo de anúncios' (Ad group name) with the value 'Grupo de anúncios 1'. Below it is a larger text area for 'Insira ou cole as palavras-chave, uma palavra ou frase por linha' (Enter or paste keywords, one word or phrase per line). At the bottom of this column is a legend: 'Os tipos de correspondência ajudam a controlar quais pesquisas podem acionar seus anúncios' (Match types help control which searches can trigger your ads). It lists: 'palavra-chave = Correspondência ampla' (keyword = Broad match), '"palavra-chave" = Correspondência de frase' ('keyword' = Phrase match), and '[palavra-chave] = Correspondência exata' ([keyword] = Exact match), with a link 'Saiba mais' (Learn more).

The right column is titled 'Veja ideias de palavra-chave' (See keyword ideas). It shows a search bar with 'www.bbb.com' and another with 'Insira seu produto ou serviço' (Enter your product or service). Below is a list of 'Palavras-chave (por relevância)' (Keywords (by relevance)): '+ bbb', '+ gshow bbb', '+ bbb canada', and '+ bbb ao vivo'. At the bottom of this column is a button 'ADICIONAR TODAS AS IDEIAS' (Add all ideas).

At the bottom of the interface, there is a '+ NOVO GRUPO DE ANÚNCIOS' (New ad group) button and two buttons: 'SALVAR E CONTINUAR' (Save and continue) and 'CANCELAR' (Cancel).

- Defina um grupo dessas palavras-chave

Depois clique em: **salvar e continuar** para prosseguir.

4. Criar anúncio(s) dentre do grupo Ad

Continue e crie os demais anúncios de acordo com suas estratégias de Marketing, coloque a URL do site que quer divulgar, preencha os campos: Título (headline) 1, 2 e 3 com descrição que atraia seu público.

Escreva uma mini descrição que aparecerá abaixo da linha vermelha (que leva a URL) como na imagem, assim seu produto ou seu site ficará mais claro para o público e, com isso, seus clientes em potencial se tornam mais animados para saber mais.

The screenshot shows the Google Ads 'Criar anúncios' (Create Ads) step. At the top, there are four progress indicators: 'Selecionar configurações da campanha', 'Configurar grupos de anúncios', 'Criar anúncios' (active), and 'Confirmação'. Below this, the campaign details are shown: 'Grupo de anúncios: BB Leads-Search-2' and 'Palavras-chave: produtos'. The main area is divided into 'Anúncios de texto' (Text Ads) and 'Anúncios responsivos de pesquisa' (Responsive Search Ads). Under 'Anúncios de texto', there is a button labeled 'EM ANDAMENTO' (In Progress) and two buttons labeled 'PENDENTE' (Pending). The 'Novo anúncio de texto' (New Text Ad) form is visible, with the following fields: 'URL final' (www.bbb.com), 'Título 1', 'Título 2', 'Título 3', 'Caminho de exibição' (www.bbb.com / Caminho 1 / Caminho 2), 'Descrição 1', 'Descrição 2', and 'Opções de URL do anúncio'. To the right, a preview of the ad on a mobile device is shown, displaying 'Título 1 | Título 2', 'Anúncio www.bbb.com', and 'Descrição 1'. A note below the preview states: 'O anúncio nem sempre exibirá o texto todo, pois alguns formatos são reduzidos. Você pode escolher quais textos aparecerão no anúncio. Saiba mais'.

Note que você pode visualizar seu anúncio antes de divulgá-lo. Estando tudo OK, clique em **Salvar e continuar**.

Tudo pronto com seu Grupo Ad e sua campanha como um todo.

Parabéns! Sua campanha está pronta.

Confira o resumo da campanha

2 de jun de 2020 - sem data de término	Orçamento da campanha R\$ 10,00/dia	Estratégia de lances Maximizar conversões
Brasil	Meta da campanha Leads	
Português		

1 Grupos de anúncios 1 Palavras-chave 1 Anúncios

CONTINUAR NA CAMPANHA

Pronto, seu anúncio foi criado! Aperte em **Continuar na Campanha** para ser direcionado à página principal da campanha.

Grupos de anúncios

Personalizado 3 de jan de 2018

Cliques Nenhuma

Status do grupo de anúncios: Todos, exceto os removidos ADICIONAR FILTRO

<input type="checkbox"/>	Grupo de anúncios	Status	Conversões	Custo / conv.	Tipo de grupo de anúncios	Cliques	Impr.	CTR	CPC médio	Custo	Taxa de conv.
<input type="checkbox"/>	BB	Pausado	0,00	R\$ 0,00	Padrão	0	0	-	-	R\$ 0,00	0,00%
	Total: todos, ...		0,00	R\$ 0,00		0	0	-	-	R\$ 0,00	0,00%
	Total: campa...		0,00	R\$ 0,00		0	0	-	-	R\$ 0,00	0,00%

1 - 1 de 1

Para pausar, habilitar ou remover a campanha clique no quadro do lado esquerdo do nome dela (como na imagem) que aparece uma barra azul acima da tabela, escolha a aba 'editar' e, a partir do menu de opções que aparecer, escolha o que quiser.

	Conversões	Custo / conv.	Tipo de grupo de anúncios	Cliques	Impr.	CTR	CPC médio	Custo	Taxa de conv.
<input checked="" type="checkbox"/>	0,00	R\$ 0,00	Padrão	0	0	-	-	R\$ 0,00	0,00%
<input checked="" type="checkbox"/>	0,00	R\$ 0,00		0	0	-	-	R\$ 0,00	0,00%
	0,00	R\$ 0,00		0	0	-	-	R\$ 0,00	0,00%

Dicas para criar anuncio no Google Ads:

A melhor forma de obter sucesso com o seu anúncio é dizer de alguma forma para quem está pesquisando, que o anúncio é **“feito pra ele”**.

a) **Colocar no título exatamente a mesma palavra chave da busca**, por exemplo, costuma gerar ótimos resultados, porque os termos usados pelo cliente na busca, ficam em **negrito** e se destacam.

b) Outra opção é **citar alguns qualificadores no anúncio**. Já que no modo **CPC** você **paga ao Google apenas pelo clique**, os

qualificadores servem também para eliminar aqueles cliques que sua empresa não está interessada.

c) Incluir preços e formas de pagamento também funcionam como um filtro e influenciam positivamente na taxa de conversão do anúncio.

Ao visualizar um anúncio sem informações de preço, é necessário acessar o site e avaliar essa informação, gerando um clique e consequentemente uma cobrança.

d) Alguns estudos também mostram que **escrever todas as palavras com as iniciais maiúsculas chama a atenção e atrai mais cliques** (inclusive o próprio Google recomenda isso).

e) Outra coisa: **não economize caracteres!** Eles estão lá para ser usados, então tente usar a maior quantidade possível deles no seu anúncio.