

13.10

COMUNIDADE SOBRAL DE TRÁFEGO

MATERIAL EXTRA

Curso Subido de Prospecção



@pedrosobral



pedrosobral.com.br

Como criar uma campanha no Google Ads para trazer mais clientes? Essa pergunta será respondida neste tutorial. Então, acompanhe este passo a passo com atenção e leia quantas vezes julgar necessário.

Acompanhe.

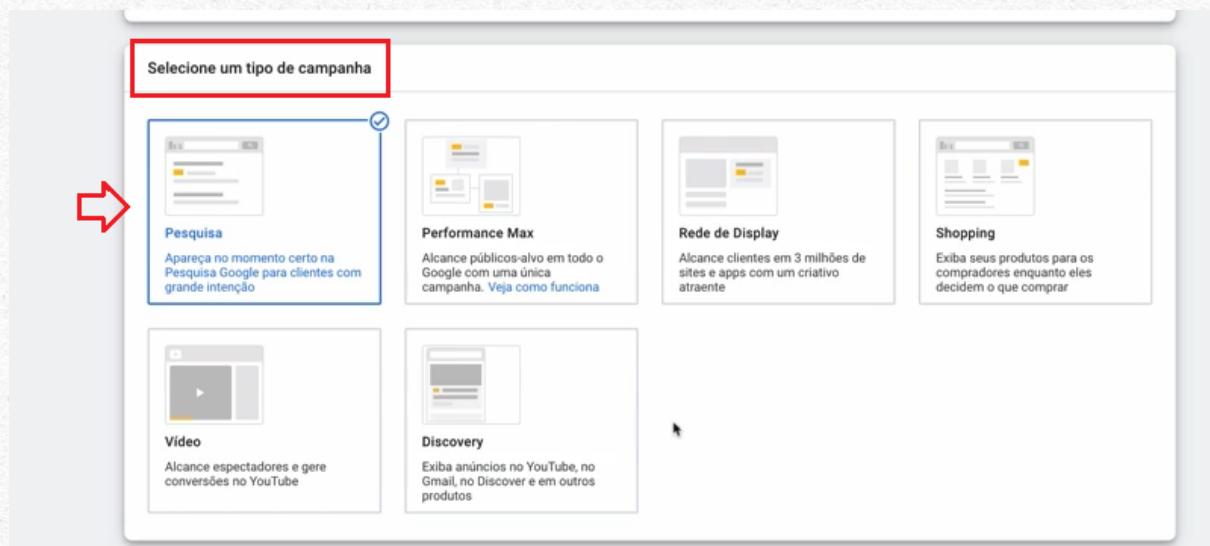
01 Dentro do gerenciador de anúncios do Google Ads, clique em “**nova campanha**”:

The screenshot shows the Google Ads dashboard with the 'Campanhas' section selected. A red box highlights the 'Nova campanha' button at the top left of the main content area. The interface includes various filters and a search bar at the top, and a detailed table of campaigns below.

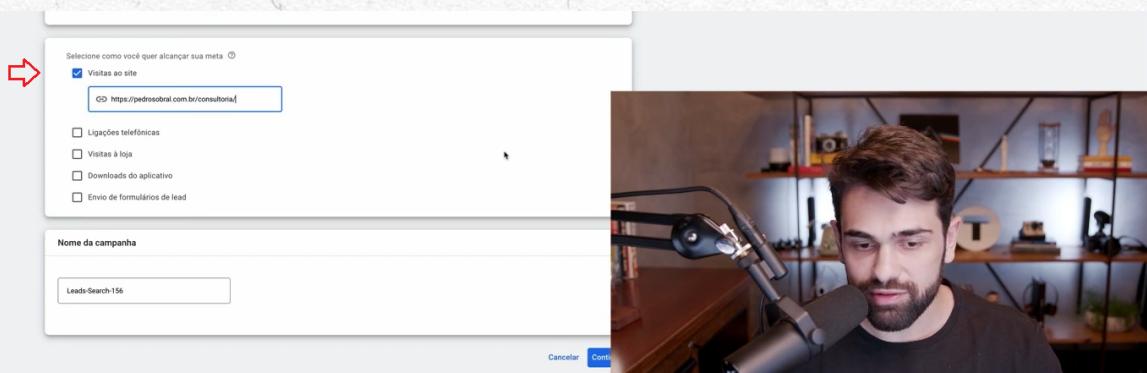
02 Agora, escolha o objetivo da campanha. Neste exemplo vamos criar uma campanha focada em “**leads**”. Feito isso, clique em “**próximo**”:

This screenshot shows the 'Escolher seu objetivo' (Choose your objective) step in the campaign creation process. A red box highlights the 'Leads' option, which is described as 'Incentivar clientes a realizar ações para gerar leads ou conversões'. Other options shown include 'Vendas', 'Promoção de app', 'Visitas e lojas locais e parceiros', and 'Criar uma campanha sem meta'.

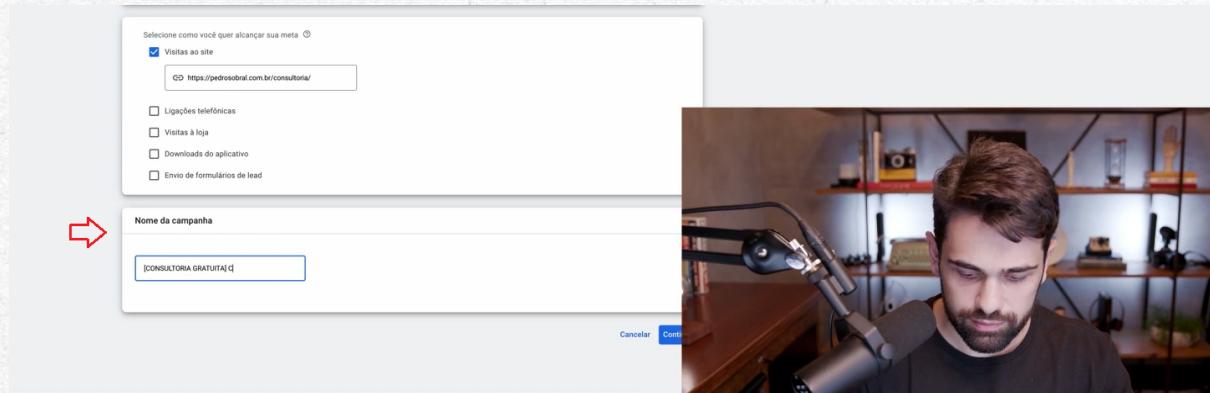
03 Eu recomendo que você comece testando uma campanha de pesquisa. Para isso, selecione “**pesquisa**” no painel “**selecione um tipo de campanha**”:



04 No painel “selecione como você quer alcançar sua meta”, selecione a opção “visitas ao site”. Em seguida, coloque a URL do site em questão:



05 Ao final da página, não se esqueça de colocar um nome em sua campanha. Em seguida, clique em “continuar”:



06 Em “**lances**” defina em qual métrica você quer focar. Caso você escolha “**cliques**”, eu aconselho que você coloque um limite para ele e aumente caso o resultado não seja bom. O mesmo raciocínio se aplica para a métrica “**conversões**”. Neste caso, eu recomendo que o CPA desejado seja de R\$10,00 (dez reais). Feito isso, clique em “**próxima**”:

07 Em “**locais**” selecione onde que você quer que seu anúncio seja veiculado:

08 Agora, coloque os idiomas português, espanhol e inglês no campo “idiomas”:

The screenshot shows the Google Ads interface for creating a new campaign. On the left, the sidebar has 'Configurações da campanha' (Campaign settings) selected. In the main area, under 'Locais', 'Brasil' is chosen. Under 'Idiomas', 'Português' and 'Inglês' are selected. A red arrow points to the 'Idiomas' section. A message at the top right says 'Usar a Inclusão da Rede de Display: Mostrar seus anúncios em mais lugares e aumente o número de conversões pelo mesmo custo por ação (CPA)' with an 'Aplicar' button.

09 Em “segmentos de público-alvo” coloque todos aqueles que estão relacionadas a marketing:

The screenshot shows the 'Segmentos de público-alvo' section. The sidebar still shows 'Configurações da campanha' selected. In the main area, under 'Segmentos de público-alvo', a red arrow points to the 'Pesquisa' field where 'peças e acessórios automotivos' is typed. Below it, 'Selecionar tudo' is checked. Other options like 'Serviço de publicidade e marketing' and 'Serviço de SEO e SEM' are also listed. A message at the bottom says 'A performance estimada vai ser mostrada depois que você inserir:' followed by a bullet point '• Palavras-chave'.

10 Clique em “procurar” e adicione mais informações sobre o seu público-alvo:

Segments de público-alvo

Selecione segmentos de público-alvo para adicionar à sua campanha. Você pode criar novos segmentos com o [Gerenciador de públicos-alvo](#).

Pesquisa	Procurar	9 itens selecionados	Limpar tudo
← Quem são eles		Afinidade	
Status parental		Tecnologia	X
Estado civil		Estilos de vida e hobbies	X
Ensino		Profissionais de negócios	X
Status de proprietário		Tecnologia	X
<input type="checkbox"/> Inquilinos		Entusiastas de mídias sociais	X
<input type="checkbox"/> Proprietários			
Emprego		No mercado	
		Serviços comerciais > Tecnologia de negócios > Softwares em Soluções de CRM	
		Empreendedorismo	

Configuração de segmentação para essa campanha

Segmentação
Restringir o alcance da sua campanha aos segmentos selecionados, com a opção de ajustar os lances

Observação (recomendado)
Não restringir o alcance da sua campanha, com a opção de ajustar os lances nos segmentos selecionados

11 Como deixamos selecionada a opção “**observação**” isso significa que você não vai anunciar para essas pessoas, mas que o Google vai te avisar quando essas pessoas pesquisarem por esses assuntos selecionados:

Segments de público-alvo

Selecione segmentos de público-alvo para adicionar à sua campanha. Você pode criar novos segmentos com o [Gerenciador de públicos-alvo](#).

Pesquisa	Procurar	24 itens selecionados	Limpar tudo
← O que eles pesquisam ou planejam ativamente			
<input type="checkbox"/> Serviços comerciais		Empreigo > Tamanho da empresa	X
<input type="checkbox"/> Serviços de encontros		Empregador de porte muito grande (mais de 10.000 funcionários)	X
<input type="checkbox"/> Serviços financeiros			
<input type="checkbox"/> Software		Empreigo > Tamanho da empresa	X
<input type="checkbox"/> Telecomunicações		Empregador de grande porte (250 a 10.000 funcionários)	X
<input type="checkbox"/> Vestuário e acessórios		Empreigo > Tamanho da empresa	X
<input type="checkbox"/> Viagens		Empregador de pequeno porte (1 a 249 funcionários)	X
		Ensino > O nível mais alto de realização educacional	
		Bacharelado	X
		Ensino > O nível mais alto de realização educacional	
		Graduação avançada	X

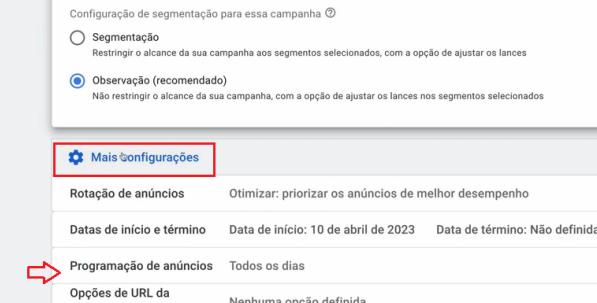
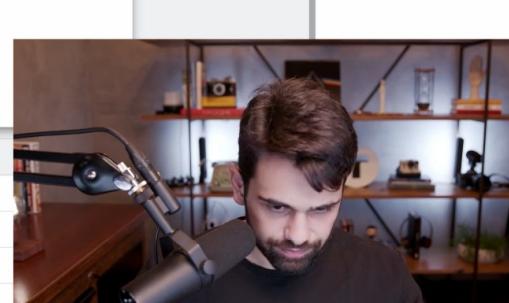
Configuração de segmentação para essa campanha

Segmentação
Restringir o alcance da sua campanha aos segmentos selecionados, com a opção de ajustar os lances

Observação (recomendado)
Não restringir o alcance da sua campanha, com a opção de ajustar os lances nos segmentos selecionados

[Mais configurações](#)

12 Clique em “**mais configurações**” e coloque a programação do seu anúncio de segunda a domingo de preferência. Feito isso, clique em “**próximo**”:

Configuração de segmentação para essa campanha ⓘ

Segmentação
Restringir o alcance da sua campanha aos segmentos selecionados, com a opção de ajustar os lances

Observação (recomendado)
Não restringir o alcance da sua campanha, com a opção de ajustar os lances nos segmentos selecionados

Mais configurações

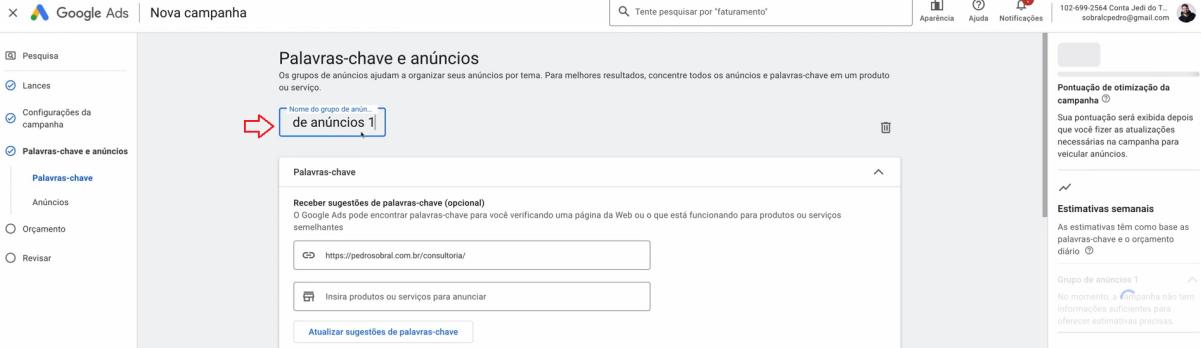
Rotação de anúncios Optimizar: priorizar os anúncios de melhor desempenho

Datas de início e término Data de início: 10 de abril de 2023 Data de término: Não definida

Programação de anúncios Todos os dias

Opções de URL da campanha Nenhuma opção definida

13 Comece as alterações do seu grupo de anúncio. Dê um nome a ele no campo “**“nome do grupo de anúncios”**”:



Pesquisa | Nova campanha | Tente pesquisar por "faturamento" | Aparência | Ajuda | Notificações | 102-699-2564 Conta Jedi do T... sobralcpedro@gmail.com

Pesquisa

Lances

Configurações da campanha

Palavras-chave e anúncios

Palavras-chave

Anúncios

Orcamento

Revisar

Palavras-chave e anúncios
Os grupos de anúncios ajudam a organizar seus anúncios por tema. Para melhores resultados, concentre todos os anúncios e palavras-chave em um produto ou serviço.

Nome do grupo de anúncios: **de anúncios 1**

Palavras-chave

Receber sugestões de palavras-chave (opcional)
O Google Ads pode encontrar palavras-chave para você verificando uma página da Web ou o que está funcionando para produtos ou serviços semelhantes

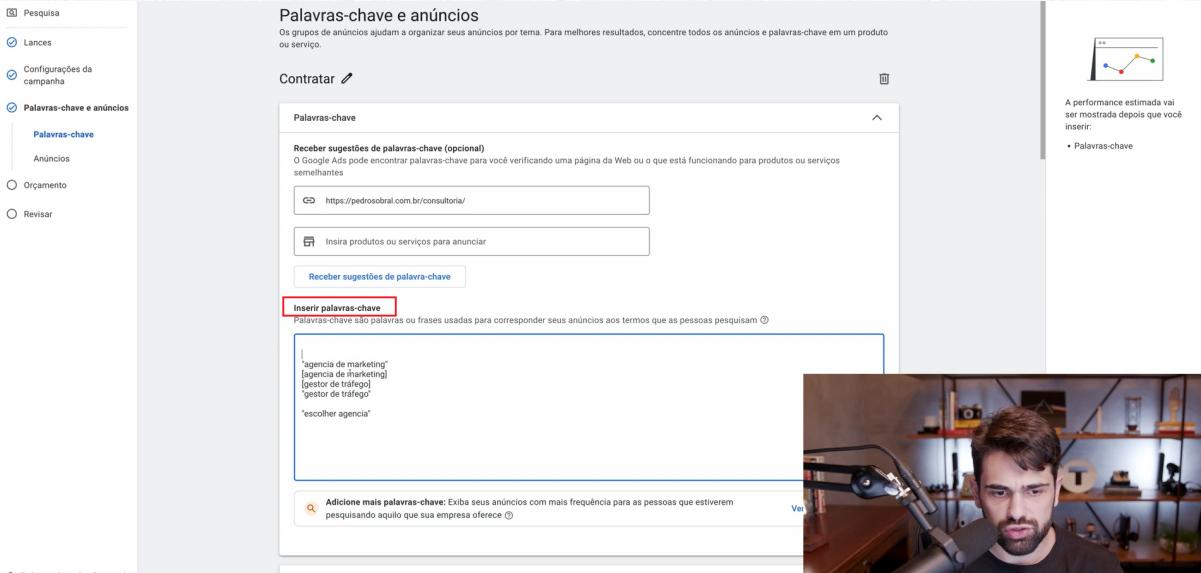
Atualizar sugestões de palavras-chave

Pontuação de otimização da campanha
Sua pontuação será exibida depois que você fizer as atualizações necessárias na campanha para veicular anúncios.

Estimativas semanais
As estimativas têm como base as palavras-chave e o orçamento diário

Grupo de anúncios 1
No momento, a campanha não tem informações suficientes para oferecer estimativas precisas.

14 Agora, insira as palavras-chave para as quais você deseja anunciar:



Pesquisa | Lances | Configurações da campanha | Palavras-chave e anúncios

Palavras-chave

Anúncios

Orcamento

Revisar

Palavras-chave e anúncios
Os grupos de anúncios ajudam a organizar seus anúncios por tema. Para melhores resultados, concentre todos os anúncios e palavras-chave em um produto ou serviço.

Contratar

Palavras-chave

Receber sugestões de palavras-chave (opcional)
O Google Ads pode encontrar palavras-chave para você verificando uma página da Web ou o que está funcionando para produtos ou serviços semelhantes

Receber sugestões de palavra-chave

Inserir palavras-chave
Palavras-chave são palavras ou frases usadas para corresponder seus anúncios aos termos que as pessoas pesquisam ⓘ

Adicione mais palavras-chave: Exiba seus anúncios com mais frequência para as pessoas que estiverem pesquisando aquilo que sua empresa oferece ⓘ

Anúncios

Todas as alterações foram salvas



15 Agora, vamos configurar o anúncio. Acrescente seus títulos de acordo com a sua estratégia. Lembre-se que quanto mais títulos, melhor:

The screenshot shows the Google Ads interface for creating a new campaign. On the left, a sidebar lists campaign settings like Pesquisa, Lances, Configurações da campanha, Palavras-chave e anúncios (selected), Palavras-chave, Anúncios, Orçamento, and Revisar. The main area displays a card titled 'Qualidade do anúncio' with a 'Ruim' rating. It suggests adding titles to increase performance. Below this, there's a section for 'Mais ideias' with several title suggestions: 'Contrate um gestor de tráfego' (Obrigatório, 29/30), 'Faça anúncios como este' (Obrigatório, 23/30), 'Contratar um gestor de tráfego' (Obrigatório, 30/30), 'Quer um gestor de tráfego?' (26/30), 'Aplique para um consultoria' (27/30), and two empty title fields. A video player in the bottom right corner shows a man speaking.

16 Coloque também descrições para seus anúncios:

The screenshot shows the Google Ads interface for creating a new campaign, focusing on descriptions. The sidebar and campaign settings are similar to the previous screenshot. The main area now shows a card for 'Descrição' with an 'Excelente' rating. It suggests inserting exclusive descriptions. Below this, there's a section for 'Descrições 1/4' with several description suggestions: 'Domine o topo do Google' (23/30), 'Agencia de marketing online' (27/30), 'Seu novo gestor de tráfego' (26/30), 'Gestão de tráfego a 1 clique' (28/30), and 'Escolha agora seu novo gestor' (29/30). There's also an empty 'Descrição' field. A red arrow points to the 'Ver ideias' link next to the suggestion 'Venda Todos Os Dias Com Anúncios Na Internet'. A video player in the bottom right corner shows a man speaking.

17 Sempre clique no “**ver ideias**” para receber do Google algumas sugestões para fazer melhores anúncios:

18 Em “**imagens**”, selecione as peças gráficas dos seus anúncios. Feito isso, clique em “**aplicar**”:

19 Não se esqueça de colocar o nome da sua empresa:

The screenshot shows the Google Ads interface for creating a new campaign. On the left, there's a sidebar with navigation options like Pesquisa, Lances, Configurações da campanha, Palavras-chave e anúncios (selected), Orçamento, and Revisar. The main area displays the following steps:

- Nome da empresa**: BETA. Step 20 highlights the 'Nome da empresa' input field with a red arrow.
- Logotipo da empresa**: BETA. Step 21 highlights the 'Adicionar logotipo da empresa' section with a red arrow.
- Sitelinks**: Step 21 highlights the 'Adicione quatro ou mais para maximizar a performance' section with a red arrow.
- Mais tipos de recursos (0/7)**: Step 21 highlights the 'Melhore a performance do anúncio e a interatividade dele adicionando mais detalhes sobre seu negócio e site' section with a red arrow.

On the right, there are sections for 'Considerar incluir um texto sobre esses tópicos', 'Produtos ou serviços', 'Disponibilidade on-line', and 'Entregas e devoluções'. A summary table on the far right shows metrics like Conv. semanal (36,4), Custo./conv. (R\$ 9,44), and Custo.semanal (R\$ 343,00). A video feed of a man with a beard is visible in the bottom right corner.

20 Adicione também o logotipo da sua empresa e os sitelinks com cases de sucesso, por exemplo:

This screenshot continues from the previous one, showing the progression of the campaign setup. The sidebar now includes Palavras-chave (selected) instead of Palavras-chave e anúncios. The main area shows the following steps:

- Adicionar logotipo da empresa**: Step 21 highlights the 'subido' logo thumbnail with a red arrow.
- Sitelinks**: Step 21 highlights the 'Adicione quatro ou mais para maximizar a performance' section with a red arrow.
- Mais tipos de recursos (0/7)**: Step 21 highlights the 'Melhore a performance do anúncio e a interatividade dele adicionando mais detalhes sobre seu negócio e site' section with a red arrow.
- Opções de URL do anúncio**: Step 21 highlights the 'Mais tipos de recursos (0/7)' section with a red arrow.

On the right, the 'Qualidade do anúncio' is shown as 'Excelente' with a blue circle icon. A 'Pontuação de otimização da campanha' bar is at 79,4%. A video feed of a man with a beard is visible in the bottom right corner.

21 Lembre-se que quanto mais detalhes sobre o seu produto tiver no seu anúncio, melhor. Você pode adicionar promoções, preços, formulários, entre outras opções:

22 Feito isso, clique em “**concluído**” e na sequência, selecione o orçamento. Eu recomendo que você use R\$30,00 por dia pelo menos. Agora, clique em “**próximo**”:

23 E pronto, você acabou de fazer uma campanha no Google Ads. Agora, revise sua campanha e se tudo estiver correto, clique em “**publicar campanha**”:

A campanha já pode ser publicada

Publicar campanha

Recomendações
Aplique essas recomendações para otimizar a performance da campanha

Atualizar as palavras-chave para correspondência ampla: Aumente o alcance da sua campanha e gere mais conversões com um ROI igual ou superior 8,5% Ver Aplicar tudo

Visão geral

Nome da campanha	[CONSULTORIA GRATUITA] [CLIENTES]
Tipo de campanha	Pesquisa
Objetivo	Leads
Meta	Contatos, Visualizações de página, Compras, Inscrições, Enviar formulários de lead

Lances

Lances	Maximizar conversões (CPA desejado: R\$ 10,00)
--------	--

Configurações da campanha

Redes	Rede de pesquisa do Google
-------	----------------------------

74,1%

Pontuação de otimização da campanha

Estimativas semanais

As estimativas têm como base as palavras-chave e o orçamento diário

Contratar

Conv. semanal	Custo / C.COV.
28,4	R\$ 7,38
Custo semanal	
R\$ 210,00	

Fechou? Coloque sua campanha para rodar, veja o que funciona e o que não funciona, otimize seus resultados e alcance o maior número de pessoas possível. Caso precise, leia este material quantas vezes quiser, só não deixe de colocar em prática tudo o que aprendeu agora.

Tamo junto!