



COMUNIDADE SOBRAL DE TRÁFEGO

Módulo 4

Princípios da rede de pesquisa



@pedrosobral



pedrosobral.com.br

SUMÁRIO

Introdução - 00'02"	2
Como esses princípios funcionam na prática? - 05'25"	3

Introdução - 00'02"

Se você, gestor de tráfego, não anuncia na rede de pesquisa, você está jogando seu dinheiro fora. E eu vou te ensinar como configurar esse tipo de campanha e você vai conseguir anunciar por lá. Então, leia com atenção este pdf para absorver ao máximo tudo o que eu deixei aqui para você.

“Mas como funciona a rede de pesquisa, Pedro?”

Para explicar quais são os princípios da rede de pesquisa, eu sempre uso a lógica do “bolo de cenoura fofinho”. Como assim?

Quando você vai no Google e digita “bolo de cenoura fofinho”, a primeira coisa que vai aparecer é a receita do bolo de cenoura fofinho e quando você clica no link, a receita é de um bolo de cenoura de liquidificador, mas no título encontramos a mesma chamada que você colocou no Google.

Então, isso nos mostra que a lógica do Google é extremamente simples. Para pesquisar temos:

- **O termo de pesquisa:** Esse termo é o que a pessoa coloca no Google, as palavras-chave que ela usa para pesquisar algo. Para

controlar o termo de pesquisa você precisa fazer uma pesquisa de palavras-chave na hora de criar seus anúncios.

- **O resultado da pesquisa:** É o seu anúncio
- **A página de destino:** Quando a pessoa clica no seu anúncio, ela é direcionada para o seu site (a *landing page*).

Esse três itens precisam estar conectados para que seu anúncio apareça mais vezes para seu público.

Um exemplo para você entender melhor:

Imagine que se a pessoa pesquisou por "meditação transcendental", seu anúncio não pode estar escrito "meditação para iniciantes". Se o seu anúncio estiver escrito "yoga" ela possivelmente não vai clicar porque ela está procurando por outro assunto.

Ou seja, aquilo que a pessoa digita no Google precisa aparecer como resultado, precisa estar no seu anúncio e na sua página.

Como esses princípios funcionam na prática? - 05'25"

Antes de fazer qualquer anúncio no Google Ads, você precisa criar a sua lista de palavras-chave porque elas serão usadas para determinar os grupos dentro dos seus anúncios.

Isso significa que dentro da campanha você terá os grupos de palavras-chave, e dentro deles os anúncios. Na prática, e pegando um exemplo meu, seria assim:

1. Campanha: Convidar as pessoas para a aula ao vivo
2. Grupo de palavras-chave: Gestor de tráfego

3. Anúncios: Anúncios sobre gestor de tráfego

Se eu criar um grupo de palavras-chave sobre Facebook Ads, meus anúncios dentro dele estarão relacionados ao Facebook Ads.

Deu para entender?

Dentro do Google Ads, selecione entre 10 a 20 palavras-chave para as suas campanhas. Dessa forma, você terá mais opções e oportunidades de alcançar seu público. E essa tarefa tem que ser feita antes da configuração de campanhas, não se esqueça.

Nos próximos pdfs eu vou te mostrar como criar uma campanha do zero dentro do Google Ads.

Tamo junto!