

Modelo Resumo de Google ADs feito por colaborador

Módulo Contratação e Treinamento de Vendedores

O que é o Google Ads e como funcionam os seus serviços

O Google Ads é uma solução de publicidade on-line que as empresas usam para promover os seus produtos e serviços, a ferramenta do Google Ads começa com uma meta e uma campanha, ou seja, você escolhe um tipo de campanha com base nas suas metas de marketing, na estratégia da marca e no tempo que pode dedicar.

E dentro das metas definidas e bem estipuladas você seleciona o tipo de campanha certa para suas necessidades de publicidade, seja ela na Pesquisa Google, no YouTube e em outros sites na Web, porém isso é só uma idéia dentre tantas opções de campanhas dentro da ferramenta, pois de acordo com a necessidade da empresa ou marca conseguimos ter uma boa definição da melhor campanha ou até mais de um tipo dentro das possibilidades que vamos citar abaixo.

Hoje dentro do Google Ads, existem algumas campanhas principais e como falamos anteriormente de acordo com a meta definida podemos ser muito eficazes no resultado.

Falando das principais opções temos 8 tipos de campanhas, são elas:

- 1- Campanhas de pesquisa
- 2- Campanhas de display
- 3- Campanhas de vídeo

- 4- Campanhas do Shopping
- 5- Campanhas para apps
- 6- Campanhas locais
- 7- Campanhas inteligentes
- 8- Campanhas de maior desempenho

Essas são as 8 principais campanhas hoje de Google Ads, vamos falar um pouco sobre cada uma delas, o que são, para que servem, em que situação optar por cada uma delas, entre outras particularidades.

Vamos iniciar pela que talvez seja a mais conhecida dentre todos os públicos que hoje acessam o Google, que são as:

1- Campanhas de pesquisa

As campanhas de pesquisa são basicamente os anúncios de texto nos resultados da pesquisa do buscados do Google, ou seja, são anúncios de texto nos resultados da pesquisa que permitem alcançar pessoas enquanto elas pesquisam no Google os produtos e serviços que a empresa ou a marca oferecem.

Cerca de 327 000 000 resultados (0,41 segundos)

Anúncio campanhas.santander.pt/seguros/safecare-vida ▾**Procura um Seguro para a Saúde - Encontre aqui no Santander**SafeCare: O **Seguro** de Vida que lhe garante Assistência Médica 24 horas por dia

Rua Visconde da Coriscada, 132, Covilhã - 275 320 930 - Horários e serviços podem variar

Seguro Proteção Vida

Um seguro que protege a sua família

Simule já o seu seguro.

Seguro de Acidentes

Seguro Santander contra acidentes

com assistência médica. Adira já!

Anúncio www.saudeprime.pt/ ▾ 21 049 5830**Saúde Prime - Saúde para Todos****Seguro de Saúde** sem franquia, sem limite de utilização desde do primeiro dia. Simule Já!

Serviços médicos Ilimitados mesmo no Período de Carência ou caso Exceda o seu Plafond.

Mais 34 Mil Prestadores. Sem franquia. Utilização Imediata. **Seguro** a Preço Reduzido.

Video-Consulta Grátis · Plano Saúde Ideal

www.medis.pt ▾

Médis | O seu seguro de saúdeA Médis é o **seguro de saúde** que o protege a si e à sua família, em qualquer momento da vida.

Escolha a opção mais adequada: individual, família ou vintage.

Simulador de seguro · Seguro de saúde individual · Seguro de saúde família

Visitou esta página 4 vezes. Última visita: 26-07-2020

www.multicare.pt ▾

Multicare | Nº1 em Seguros de SaúdeEscolha um **seguro de saúde** Multicare e beneficie da maior rede privada de prestadores de saúde em Portugal. Multicare - Nº1 em **Seguros de Saúde**.

www.comparaja.pt › seguros-de-saude ▾

Seguros de Saúde: os melhores para 2020 | ComparaJá.ptEstá à procura dos melhores **seguros de saúde**? Compare aqui várias seguradoras, encontre o**EXEMPLO DE CAMPANHA DE PESQUISA**

Essas campanhas são ótimas para aumentar as vendas, os leads ou o tráfego do seu site, já que você pode exibir anúncios para clientes que pesquisam ativamente seus produtos e serviços.

As primeiras posições são dos anúncios patrocinados o que dá muito mais visibilidade, os listados abaixo que não estão marcados com a linha vermelha em volta conforme exemplo acima, são de forma orgânica que

aparecem ali devido há inúmeros fatores que influenciam, só para você ter uma ideia 90% das pessoas que fazem pesquisas clicam apenas nos resultados que aparecem na primeira página de busca, os 10% restantes não vão nem para a segunda página, imagina se a sua empresa aparecer da terceira em diante? Impossível alguém encontrar com essa busca, em virtude disso, as campanhas de pesquisa são uma excelente opção de anúncio para sua empresa alcançar vendas e leads, além de uma segmentação altamente específica: alcance as pessoas que estão pesquisando ativamente o que você oferece.

Por isso é muito importante conhecer as particularidades da ferramenta para criar campanhas com anúncios que tenham alta relevância na rede de pesquisa do Google Ads, um exemplo é a análise de palavras-chave (são palavras ou frases que descrevem seu produto ou serviço, selecionadas para determinar quando e onde seu anúncio pode ser exibido) Ao definir as palavras-chave você mostra ao Google que pretende aparecer quando determinados termos são pesquisados, em detrimento de outros. Assim, relaciona aos seus anúncios apenas as palavras e expressões que são importantes para o seu negócio.

2- Campanhas de display

As campanhas de display são realizadas com anúncios gráficos em sites.

Com esse tipo de campanha, você pode alcançar um público-alvo relevante com anúncios chamativos exibidos em milhões de sites, apps e propriedades do Google (como o YouTube) para atingir seus objetivos de marketing. As campanhas de display são uma ótima maneira de expandir seu alcance e manter a empresa visível com um público-alvo que vai além da Pesquisa Google.

The screenshot shows the homepage of O Jornal Económico. At the top, there's a red header bar with the site's logo and navigation links like 'EDIÇÃO SEMANAL', 'ASSINAR', 'SUPLEMENTOS', 'BARÔMETRO EY', 'EASY TAX', 'JE EDITORS', 'ECONOMIZE', and a search/menus icon. Below the header, a news article is displayed with the headline 'Medidas de alívio da economia animam investidores e Wall Street fecha no 'verde''. The article has a small thumbnail, a date ('30 Setembro 2020, 21:29'), and social sharing icons. A text snippet below the headline discusses economic relief measures and their impact on investors. To the right of the article, there are two Google Display ads. The top ad is for 'DAIKIN altherma' with the text 'TROQUE JÁ A SUA CALDEIRA E POUPE NA FATURA DO AQUECIMENTO' and a 'Descubra aqui' button. The bottom ad is for 'Buy Gold and Silver' with the text 'Buy Gold and Silver' and a 'Shop now' button.

Website d'O Jornal Económico com anúncio da rede Display da Google

Também é possível criar uma campanha de display que usa segmentos dos seus dados para exibir anúncios a pessoas que acessaram seu site ou usaram seu app.

Mas como funciona? Estas campanhas fazem corresponder os anúncios aos websites que contenham conteúdos relacionados com a segmentação que foi feita no momento em que se criou a campanha. Quer tenha sido por canais (websites), tópicos ou públicos-alvo.

Ao contrário da rede de pesquisa, os anúncios em Display ajudam a captar a atenção de um utilizador numa fase mais precoce do ciclo de compra. Isto significa que o utilizador pode não estar necessariamente em "modo de compra", mas pode ser impactado enquanto está a ler um artigo ou a jogar numa aplicação.

210 milhões de visitantes únicos veem anúncios veiculados pela rede de display do Google todos os meses Fonte: ComScore

Por esse motivo, a rede de Display do Google Ads é o recurso mais indicado para as empresas que pretendem expandir a sua presença online e/ou promover a consciencialização da marca.

3- Campanhas de vídeo

Esse tipo de campanha, são os anúncios em vídeo no YouTube.

Com as campanhas de vídeo, você pode exibir anúncios em vídeo no YouTube e em outros sites e apps de parceiros de vídeo do Google

Alguns tipos de campanhas de vídeo aumentam o reconhecimento geral da sua marca. Outros foram criados para gerar conversões ou atrair mais pessoas que farão compras no seu site.

Abaixo listamos alguns modelos de anúncios dentro de campanhas de vídeos que estão disponíveis:

Anúncios in-stream puláveis são exibidos antes, durante ou depois de outros vídeos. O espectador poderá pular depois que o anúncio for reproduzido por cinco segundos.

Anúncios in-stream não puláveis podem ter até 15 segundos e permitem que você alcance os clientes transmitindo toda sua mensagem.

Anúncios bumper são vídeos de curta duração, tem uma mensagem breve e marcante. Eles podem ter até seis segundos e não são puláveis.

Anúncios em vídeo In-feed só são exibidos no YouTube e alcançam as pessoas nos locais onde elas descobrem conteúdo. A aparência varia de acordo com os tamanhos e formatos de anúncio aceitos pelos editores de conteúdo. Quando um espectador clica na miniatura do seu anúncio, o vídeo é reproduzido na página de exibição ou do canal do YouTube.

Os anúncios out-stream aparecem em sites e apps de parceiros de vídeo do Google. Eles só estão disponíveis em smartphones e tablets e foram criados para ajudar os usuários a tocar na tela para reproduzir seu vídeo. Esse formato aumenta o reconhecimento da marca, e amplia seu alcance para além do YouTube.

A plataforma de vídeos do Google é a preferida para o consumo desse tipo de conteúdo. Por isso, os anúncios no YouTube são uma ótima oportunidade para alcançar a sua audiência. Tudo isso contando com recursos como controle de gastos, segmentação de público-alvo e mensuração dos resultados.

4- Campanhas do Shopping

Que tal uma lista dos seus produtos no google quando seu cliente fizer uma pesquisa relacionada ao seu negócio?

É exatamente isso que as campanhas de Google Shopping permitem fazer.

Os anúncios são exibidos com a foto do produto, o título, o preço e o nome da loja que pretende vender o produto. Além disso, a própria disposição em carrossel permite que exista um termo de comparação entre produtos, preços e lojas.

Olhe um exemplo para perceber melhor como aparecem no Google estes anúncios:

The screenshot shows a Google search results page for the query "Ar condicionado". At the top, there's a snippet from a website (clisafer.com) advertising a free quote for air conditioning. Below it, a snippet from Leroy Merlin promotes their online store for air conditioning. To the right, a vertical shopping carrousel displays nine different air conditioning units from various sellers, each with a thumbnail, product name, price, and source (e.g., De Google, De Kelkoo). The entire shopping section is highlighted with a red border.

Thumbnail	Product Name	Price	Source
	Ar Condicionado SAMSUNG Wind...	200,97 €	Worten.pt
	Ar condicionado Multisplit 2x1...	899,00 €	El Corte Inglés
	AR CONDICIONADO...	389,99 €	Radio Popular
	De Google		De Kelkoo
	Ar Condicionado Fixo Mitsubishi...	879,00 €	MediaMarkt Port...
	Ar condicionado fixo (1X1) ICELU...	299,00 €	Leroy Merlin Por...
	Ar Condicionado Portátil Daitsu AP...	229,90 €	PCDiga
	★★★★★ (4)		De Google
	Ar Condicionado Unidade Interior L...	232,48 €	Dott
	Ar Condicionado Unidade Interior L...	212,22 €	FNAC Portugal
	Ar Condicionado Mitsubishi Electri...	449,00 €	El Corte Inglés

Estes anúncios são muito interessantes para empresas que vendam produtos físicos, porque uma vez que existe uma comparação direta de preços, sempre que há um clique de um utilizador, essa será uma visita muito qualificada.

São muitas vantagens neste formato de campanhas, no entanto, para conseguir utilizar esses anúncios no Google Ads, é obrigatório ter um website de e-commerce.

Os anúncios do Shopping são exibidos nos resultados da pesquisa e na guia "Shopping" do Google.

Os proprietários de lojas também podem usar os anúncios do Google shopping para promover os produtos disponíveis nas lojas físicas.

Campanhas onde você pode usar informações de produtos visualmente atraentes para promover seus produtos de varejo, além de potencializar as vendas incentivando as pessoas a comprar na sua loja on-line também pode cadastrar leads, aos potenciais clientes se inscreverem para receber mais informações.

E com o Google shopping também criar promoções de uma loja por perto, com isso as pessoas próximas são direcionadas a comprar em sua loja local.

5- Campanhas para apps

As campanhas para apps são para promover o app em diversos canais.

As campanhas para aplicativos permitem encontrar novos usuários e aumentar as vendas dentro do app.

Quando usar campanhas para apps?

Para promover o aplicativo gerando mais downloads e instalações. É o objetivo ideal para quem busca aumento no número de usuários;

Para gerar engajamento e ações de conversão específicas pelos usuários do app.

6- Campanhas locais

As campanhas locais ajudam você a atrair as pessoas para suas lojas físicas, e te possibilita promover seu negócio em vários canais.

Seus anúncios serão otimizados automaticamente para exibição na Pesquisa, na Rede de Display, no Google Maps e no YouTube.

As possibilidades em campanhas locais são as vendas presenciais na loja, onde seus anúncios on-line irão promover seus produtos e levar os compradores até suas lojas físicas.

Você pode divulgar ofertas e eventos na loja e promoções locais.

Com certeza você já buscou um endereço no google ou foi ver o horário de funcionamento de um restaurante ou loja, sim, essas informações detalhadas do local, ajudam as pessoas a encontrar esses dados tão importantes da sua empresa.

Então, quando um cliente pesquisa empresas semelhantes à sua ou exploram uma área local no Maps, o Google faz a correspondência entre essas ações e o local da empresa. Pessoas que estejam por perto ou tenham interesse na sua região podem ver seu anúncio.

Obs: As campanhas locais vão ser atualizadas automaticamente para Performance Max a partir de agosto

7- Campanhas inteligentes

As campanhas inteligentes são a maneira mais fácil de automatizar suas campanhas e exibir anúncios.

Insira suas informações comerciais, crie alguns anúncios, e o Google encontrará a melhor segmentação para que você aproveite ao máximo seu tempo e dinheiro.

As principais vantagens de usar as campanhas inteligentes do Google Ads são os lances automáticos, a segmentação automática e os anúncios automáticos.

Lances automáticos: nos leilões de anúncios, é possível definir lances de acordo com a possibilidade que cada anúncio apresenta de ter conversão. Isso é possível pela otimização de anúncios.

Segmentação automática: a configuração é feita de forma automática, para direcionar o anúncio a um público que tenha mais chances de consumir o produto ou serviço anunciado.

Criação automática de anúncios: exige menos tempo e conhecimentos técnicos para a geração de anúncios, já que basta definir pontos principais para que o anúncio seja gerado automaticamente.

Criar anúncios com a ajuda de inteligência artificial vai te ajudar a poupar seu tempo, uma vez que a máquina fará toda a aprendizagem e trabalhará por você. Além disso, você pode utilizar a memória e o histórico da aprendizagem para campanhas futuras.

8- Campanhas de maior desempenho

As campanhas de maior desempenho ou Performance Max são o novo tipo de campanha do Google Ads, essas campanhas acessam todos os canais com uma única campanha usando a otimização automática

Com elas, os anunciantes de performance podem acessar todo o inventário do Google Ads em uma única campanha. Esse recurso impulsiona a performance com base nas metas de conversão especificadas, além de gerar mais conversões e valor com uma otimização em tempo real e em todos os canais usando os Lances inteligentes.

Esse novo modo de campanha tem uma configuração simples, com otimização automática: as campanhas de maior desempenho são fáceis de lançar e, assim que estiverem ativas, elas serão otimizadas automaticamente para atingir a melhor performance possível. Você controla a automação enviando recursos do criativo de alta qualidade e compartilhando sua experiência sobre quais públicos-alvo têm mais chances de conversão.

Aumenta as conversões e o valor, a automação otimiza seu orçamento e seus lances em vários canais para ajudar você a capturar novas oportunidades de conversão em tempo real.

As campanhas de maior desempenho agora fazem parte da página "Insights" para ajudar você a entender como a automação funciona e como melhorar sua campanha. Usando o relatório "Combinações", é possível ver como seus recursos de melhor performance estão sendo associados para montar criativos.

Como isso é cobrado?

Agora que já falamos um pouco sobre Google ADS, de como funciona, quais os serviços oferecidos vamos colocar abaixo a tabela de valores desses serviços que a Agência Blueberry trabalha.

Nos nossos planos você tem 3 opções de contratação, mensal, período de 8 meses* ou período de 12 meses*. Além disso você pode optar por 3 níveis de plano, são eles:

Prata, Ouro e Diamante.

*Esses períodos têm contrato mínimo de 8 meses.



Basicamente nos planos o que vai mudar de um nível para o outro é o valor investido na plataforma, o plano prata é para investimentos até R\$ 4.000,00 por mês, já no plano ouro é para até R\$ 10.000,00 por mês, e para valores acima de R\$ 10.000,00 por mês é no plano diamante.

Os valores dos planos são valores pagos à Blueberry pelos serviços prestados, os demais valores são pagamentos direto para a plataforma do Google.

Dentro de tudo que o Google ADS oferece, a Blueberry tem como principais serviços atrair mais clientes para seu negócio, alavancando suas vendas e suas ligações, alcançando o público correto, você será encontrado por quem estiver realmente interessado em seu produto ou serviço.

Faremos isso através de uma otimização constante, isso porque contamos com uma equipe qualificada que irá fazer otimizações constantes em suas campanhas.

Enviamos relatórios semanais com as informações mais importantes para seu negócio.

Você estará muito bem amparado por um suporte de qualidade, pois nossa equipe está preparada para atender você e tirar todas suas dúvidas sobre suas campanhas.

O Google oferece diversos tipos de campanhas, mas a Blueberry faz tudo personalizado para sua marca ou negócio, pois confeccionamos as campanhas com as melhores estratégias e as últimas novidades do Google para seu negócio.