

## LIVE MONSTRA #44

**Como anunciar no Google do zero**

**Você precisa de 2 animais para fazer aquele omelete de bacon gostoso.  
Do porco e da galinha.**

-  **Galinha - Ovo - Envolvida;**
-  **Porco - Bacon - Comprometido.**

**há 2 tipos de pessoas no mundo, quem é você?**

 ou  ?

**O campo de batalha é A MELHOR ESCOLA.**

**3 recados rápidos:**

- 1. Inscreva-se no Youtube;**
- 2. No final da aula vai rolar um PDF do poder;**

**Imersão em Anúncios Online**

=====

**Como anunciar no Google do zero - 100% prática**

**Google Ads = ferramenta para gerenciar o seus anúncios que aparecer no Google ou em parceiros do Google.**

**Google Ads = A ferramenta número #1 da internet.**

**E não deu resultado. Faça até dar certo.**

**Passo a passo prático:**

- 1. Criar uma conta no Google Ads (modo especialista);**
- 2. Instalar a TAG do Google Ads;**
- 3. Qual é o meu objetivo?;**
- 4. Definir as metas;**
- 5. Criação a sua campanha no Google do zero.**

**Eu posso (RECOMENDA) anunciar no Google sem site?**

**Sim. NÃO.**

**2 metas:**

- 1. CPA = custo por aquisição (quanto você quer pagar pro Google para gerar uma venda?)**
- 2. QTD = quantidade diárias (volume de conversões)**

**1.  $300 - 100 / 2 = \text{CPA} = \text{R\$ 50 (ME MOSTRE UM INVESTIMENTO MELHOR)}$**

**2. Comece pequeno e aumente conforme o resultado.**

### **Tessmann Escola de Inglês**

**Criação de campanha no Google:**

- 1. Clique no “+”**
- 2. Nova campanha;**
- 3. Vendas ou Leads**
- 4. Rede de Pesquisa;**
- 5. Visitas no site;**
- 6. Nome da campanha;**
- 7. Foque apenas em Pesquisa (retire a display);**
- 8. Defina a programação de anúncios;**
- 9. Localização**
- 10. Idioma**
- 11. Orçamento**
- 12. Lance (CPC ou CPA) Defina o limite do lance;**
- 13. Selecione a conversão que você otimizar;**
- 14. Cria o grupo de anúncios (quanto mais específico você for, melhor)**
- 15. Criação de anúncios (no mínimo 3 por grupo de anúncio)**
- 16. Selecionar as melhores palavras-chave**
- 17. Extensões de anúncios. (aumenta em 15% os cliques)**

**Palavras-chave são o coração da campanha no Google Ads.**

**A principal métrica ROI = retorno sobre o investimento. (semanal)**

**A segmentação da rede pesquisa: Palavras-chave. (com públicos-alvo)**

**Selecionar as melhores palavras-chave**

- 1. Palavra principal;**
- 2. Palavras bem focadas de pessoas que querem comprar o produto;**
- 3. 15 a 30 de palavras por grupo;**

4. Planejador de palavras-chave;
5. Tonelada de palavras-negativas;
6. Correspondência de palavras-chave.

**Palavras-chave Positivas:**

curso de ingles  
aula de ingles  
escola de ingles  
curso de inglês

**Palavras-chave Negativas:**

online  
virtual  
gratis  
grátis  
gratuito  
gratuita  
mairo vergara  
instrumental

**Ao rodar a sua campanha, cuide:**

1. Anúncios;
2. Termos de pesquisa (refinar as palavras-chave)

#dozeroaotopo