


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. $300 - 100 / 2 = CPA = R\$ 50$ (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 métricas 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
maior vergara
instrumental

Ao rodar a sua campanha, cuide:

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

#dozeroaotopo