

Como Treinar e Formar um Gestor de Google Ads

Módulo Contratação e Treinamento de Vendedores

ETAPA 1 - Adequação à rotina de um técnico de Google

1. Processos e cultura: primeiros dias na agência

- Escolher um padrinho para ajudar o novo contratado no período de adaptação;
- O técnico novo vai ver cursos de Google Ads em casa e depois uma parte aqui na agência;
- Integração, onde ele vai conhecer a cultura da agência e vamos reforçar as funções que ele vai fazer na agência;
- Pedimos resumos sobre as aulas que ele viu no dia;
- Explicamos a nossa nomenclatura em nossas contas;
- Explicamos nossas ferramentas internas, como discord, dashgoo, Google Drive, Calendar e CRM;
- No final do dia costumamos fazer um tira dúvidas, a partir das aulas que ela viu no dia, esse tira dúvidas costuma durar de 1h a 1h e meia.
- Temos um trote de onboarding na sexta,, a qual fazemos algumas perguntas e algumas brincadeiras saudáveis, como pedir para contar uma piada.

2. Parte estratégica: entre a primeira e a terceira semana intercalando com outros treinamentos

- Criação de campanhas testes com contas de e-commerce, negócios locais e prestadores de serviço;
- Pelo menos 6 contas testes são criadas(dar prazos para cada uma dela ser finalizada) direcionamos campanhas específicas nos 3 primeiros testes e depois deixamos a criação livre;
- Corrigimos as primeiras contas e apontamos o que deve ser corrigido e damos um prazo para alteração;

ETAPA 2 - Treinamentos

1. Treinamentos específicos para o desenvolvimento do técnico: a partir da terceira semana

- Treinamento de Google Tag Manager
- Treinamento básico de Google Analytics;
- Treinamento de métricas e indicadores;
- Treinamento sobre atendimento, WhatsApp e Google Meet;
- Treinamento de otimizações de contas de um outro técnico(explicar a frequência de otimizações e o que fazer);
- Treinamentos de Briefing(comportamento em um briefing).

2. Role Plays constantes: após os treinamentos específicos

- Envio de áudio teste como apresentação a novos clientes;
- Reuniões fakes com e-commerce e com prestadores de serviços;
- Briefings fakes, pelos 3x com segmentos e objetivos diferentes;

ETAPA 3 - Primeiros clientes

- 1. Passagem dos primeiros clientes(nessa etapa passamos os 5 primeiros): depois de pelo menos 30 dias de treinamento ou de acordo com o desenvolvimento do técnico**
 - Explicar como funciona a MCC onde ele vai ter os seus clientes;
 - Mostrar como conferir os orçamentos e também deixar claro que a falta de créditos é uma responsabilidade dele, caso não seja cobrado;
 - Ele deve enviar um áudio de apresentação para o novo técnico, o antigo deve também avisar sobre a passagem de bastão, sempre avisar antes de trocar, pois o cliente cria um vínculo com o técnico atual;
 - Pedir para o técnico novo anotar o que ele entende que possa melhorar na conta do cliente, nesse caso, o responsável pelo treinamento deve avaliar se realmente as alterações fazem sentido;
 - Apresentação para os novos clientes;

ETAPA 4 - Clientes do zero

- Participar de briefings como ouvinte, escolha técnicos experientes para que o novo colaborador acompanhe;
- Repassar os processos de onboarding do cliente, como NPS, vídeos de alinhamento etc;
- É importante que o técnico veja pelo menos 5 briefings antes de fazer o oficial;
- Acompanhar os primeiros briefings com o novo técnico(pelo menos 3);
- Conferir as primeiras campanhas desses primeiros clientes;

- Após isso, você vai acompanhar o desenvolvimento do novo técnico formado dentro da rotina da sua agência, as otimizações, atendimentos e demais processos ;
- Além dos supervisores, temos alguns líderes de setor, que vão acompanhando esse novo técnico também.

Bônus: O que avaliar para saber se o seu novo contratado está indo bem

Aqui você vai avaliar as Hard skills(são aprendidas com cursos) e as Soft Skills(são habilidades sociocomportamentais)

- Ele conseguiu se adequar à cultura da empresa?
- Ele está cumprindo com os prazos do treinamento?
- Como foi a adaptação com os colegas?
- O nível técnico dela está de acordo com o que você espera para cada etapa?
- É uma pessoa que cumpriu os horários, entrou nas reuniões, foi pró ativa?
- Ela foi criativa na hora de criar um anúncio? Teve uma boa copy?

5 Principais dificuldades de um gestor de Google iniciante:

- Saber escolher as principais palavras-chave;
- Escolher a melhor estratégia de lances;
- Criatividade para fazer muitos anúncios;
- Entender qual campanha faz mais sentido para cada segmento
- Dividir os grupos de anúncio sem misturar as palavras-chave;