

Introdução às campanhas de Display no Google Ads

BY
CO

ROCKY

FULL DIGITAL PERFORMANCE



Anúncio de display



Rede de Display do Google



**A Rede de Display do Google
foi criada para auxiliar na
busca do público-alvo certo.**

**Exibir o anúncio de forma
estratégica para clientes em
potencial.**



- **Remarketing:** exibir anúncios em sites e aplicativos da Rede de Display para as pessoas que já acessaram seu site ou interagiram com sua empresa.
- **Segmentação por público:** alcançar as pessoas com base nos interesses delas.
- **Públicos-alvo de afinidade:** selecionar um público alvo de afinidade para alcançar clientes em potencial e informá-los sobre o negócio.



- **Públicos-alvo de mercado:** esses públicos-alvo tem a intenção de receber conversões de clientes altamente qualificados.
- **Segmentação demográfica:** alcançar as pessoas que estão associadas a determinadas categorias demográficas.
- **Segmentação por listas de clientes:** exibição de anúncios para os clientes com base em dados.



E commerce de roupas

- **Remarketing:** anúncios de calça jeans para quem já navegou na seção deste tipo de produto no site.
- **Público-alvo de afinidade:** entusiastas de calças.
- **Público-alvo de mercado:** vestuário masculino.
- **Informações demográficas:** anúncios desses produtos para pessoas do sexo masculino.
- **Lista de clientes:** anúncios para pessoas que se inscreveram com um desconto exclusivo.

Anúncios responsivos



Recursos: títulos, descrições, imagens, vídeos e logo.

O Google usa um modelo de aprendizado de máquina para determinar a combinação ideal de recursos para cada exibição de anúncio.

Os anúncios que o Google cria se ajustam automaticamente aos espaços disponíveis em termos de tamanho, aparência e formato.



Obrigada