



COMUNIDADE SOBRAL DE TRÁFEGO

Módulo 4

Palavras-chave negativa



@pedrosobral



pedrosobral.com.br

SUMÁRIO

Introdução - 00'02"	2
Como excluir palavras-chave dentro do grupo de anúncios? - 03'12"	3

Introdução - 00'02"

Em muitos nichos de mercado, as palavras-chave são essenciais. Vou te dar um exemplo pessoal para você entender melhor:

Eu fui gestor de uma empresa que oferecia cursos preparatórios de diplomacia. Existe um carro chamado "diplomata" e toda vez que alguém pesquisava pelo termo "carro diplomata" no Google, o anúncio dessa empresa aparecia para o usuário. Então, na hora de configurar o anúncio, nós excluímos de cara algumas expressões, como [carro diplomata], [diplomata carro], e esses termos entre aspas também.

Isso significa que, se o seu tráfego já tem termos para os quais você não quer aparecer, exclua logo de cara. Não espere sua campanha errar para, então, você consertar.

Por exemplo: Se você oferece serviços pagos, você vai excluir as palavras "grátis", "gratuito", "de graça". E na hora de escolher palavras-chave, sempre pense de acordo com o seu nicho: Quais palavras podem fazer com que meu anúncio apareça para o usuário errado?

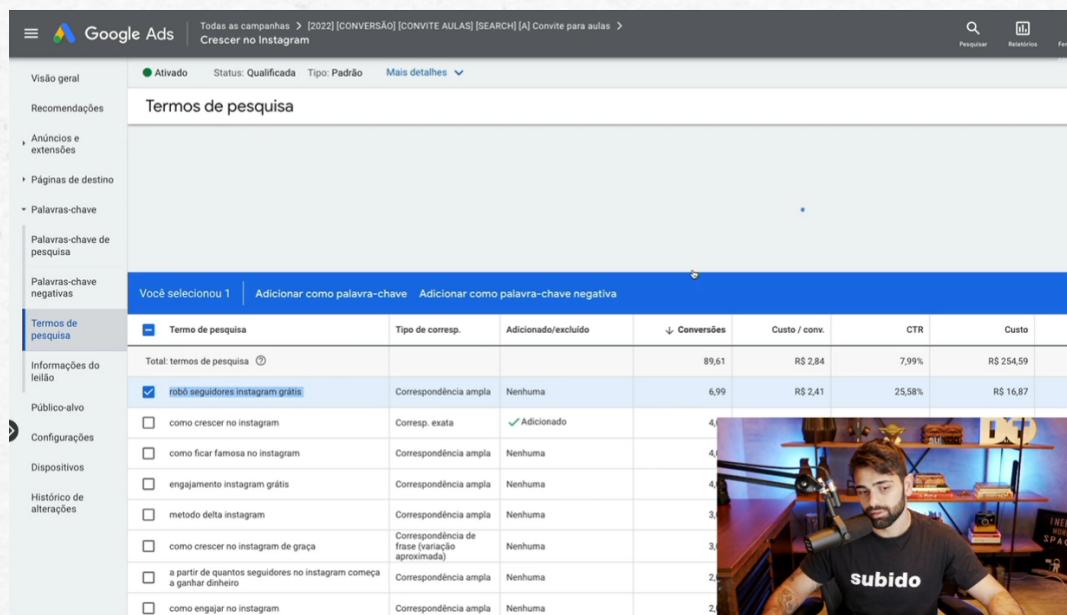
Mas se você não tem esses termos específicos, faça como eu: Coloque sua campanha para rodar durante um tempo e ela mesma vai dizer para você quais termos não tem sentido. Então, no dia que você for analisar as

palavras-chave, entre no seu grupo de anúncios e no menu lateral esquerdo, clique na seção “termos de pesquisa”. Dessa forma, você vai conseguir visualizar quais termos funcionam melhor para o seu tráfego.

Para que você não fique perdido no processo, vou te ensinar agora como excluir uma palavra-chave do grupo de anúncios.

Como excluir palavras-chave dentro do grupo de anúncios? - 03'12"

Dentro do grupo de anúncios, clique em “**termos de pesquisa**” no menu lateral esquerdo. Feito isso, analise os termos de pesquisa que dão pouca ou nenhuma conversão, ou atraem um público não desejado para as suas campanhas. Depois da análise, selecione o termo e clique em “**adicionar como palavra-negativa**”:



Termo de pesquisa	Tipo de corresp.	Adicionado/excluído	Conversões	Custo / conv.	CTR	Custo
Total: termos de pesquisa			89,61	R\$ 2,84	7,99%	R\$ 254,59
<input checked="" type="checkbox"/> robô seguidores instagram grátis	Correspondência ampla	Nenhuma	6,99	R\$ 2,41	25,58%	R\$ 16,87
<input type="checkbox"/> como crescer no instagram	Corresp. exata	<input checked="" type="checkbox"/> Adicionado				
<input type="checkbox"/> como ficar famosa no instagram	Correspondência ampla	Nenhuma				
<input type="checkbox"/> engajamento instagram grátis	Correspondência ampla	Nenhuma				
<input type="checkbox"/> método delta instagram	Correspondência ampla	Nenhuma				
<input type="checkbox"/> como crescer no instagram de graça	Correspondência de frase (variação aproximada)	Nenhuma				
<input type="checkbox"/> a partir de quantos seguidores no instagram começa a ganhar dinheiro	Correspondência ampla	Nenhuma				
<input type="checkbox"/> como engajar no instagram	Correspondência ampla	Nenhuma				

Neste caso, na seção “**adicionar como palavra-chave negativa a**”, vamos selecionar “**grupo de anúncios**”. Agora, clique em “**salvar**”. Dessa forma, seus anúncios não vão aparecer para essa palavra:

Volte ao menu lateral esquerdo e clique em **“palavras-chave negativas”**. Em seguida, clique no ícone **“+”** e adicione uma exclusão de acordo com o seu nicho. Neste caso, colocamos a palavra "robô" porque não queremos que os anúncios apareçam para essa palavra:

Lembrete importante:

Na hora de analisar as palavras-chave, não foque apenas no valor da conversão. Às vezes esse valor pode estar baixo, mas o público que o termo atrai não é bom. O cliente ruim é péssimo para o seu negócio, então, cuidado com o parâmetro focado apenas em valores. O termo é sempre mais importante que o custo.

“Pedro, qual é o segredo da palavra-negativa?”

Quando você caracteriza uma palavra-chave como negativa, você está dizendo para quem você quer e para quem você não quer aparecer. É simples assim. Dessa forma, você otimiza suas campanhas para que elas apareçam para o público certo, o que aumenta as chances de conversão.

Recapitulando:

A adição de palavras-chave negativas pode acontecer de algumas maneiras:

1. Você pode excluir os termos para os quais você não quer aparecer de jeito nenhum na hora de criar a campanha. Para fazer isso, é necessário conhecer essas palavras.
Ou
2. Depois que sua própria campanha te der os termos para os quais você não quer aparecer. Espere alguns dias para entender como sua campanha se comporta e faça as exclusões depois de analisar as palavras-chave.

Use o discernimento para criar suas palavras-chave negativas e analise corretamente antes de excluir os termos.

Fechou? No próximo pdf eu vou te ensinar sobre a otimização de anúncios, então, se quiser ler na sequência, melhor ainda. Mas não deixe de praticar também. É a prática que vai fixar todo o aprendizado.

Tamo junto!