

Índice de Qualidade no Google Ads

O que é?

Basicamente, o Índice de Qualidade informa se o seu anúncio está bom ou ruim para a experiência do usuário.

É uma métrica que vai de 1 a 10, onde 1 é muito ruim e 10 é excelente.

O ideal é no mínimo 7

Como colocar no painel do Google?

Vá na aba de "palavras-chave"

Depois em "colunas" e "modificar colunas"

E selecione "índice de qualidade"

O que determina o seu Índice de Qualidade?

3 Pilares:

Palavras-chave

Palavra-chave que o usuário pesquisou

Texto do anúncio

Texto do seu anúncio relacionado àquela palavra-chave

Página de destino

O clique na página de destino deve ter coerência com o que o usuário buscava encontrar

O Google sabe identificar o comportamento do usuário na página de destino.

Então, se a pessoa passa um bom tempo olhando a página, o Google vai entender que o seu anúncio é relevante.

Já se a pessoa passar pouco tempo olhando a página, o Google vai entender que aquela página é ruim e isso vai prejudicar a sua nota do Índice de Qualidade.

PS: Se você está anunciando para a página de vendas e com o link de afiliado direto, você não tem controle sobre isso.

Importante

Tudo isso precisa estar interligado

A palavra-chave que o usuário pesquisou precisa estar no texto do seu anúncio e também na página de destino

No que o Índice de Qualidade vai influenciar nos seus anúncios?

Relevância

Determina se o seu anúncio é elegível para participar do leilão com aquela busca.

O Google preza pelos dois lados: anunciante e usuário. Ele quer mostrar o anúncio certo para a pessoa certa. Então, se o anúncio estiver uma bosta, ele prefere nem mostrar.

Posição

Determina a posição relativa do seu anúncio em relação a outros que estão na mesma página.

Não importa que você tá pagando mais caro, se seu anúncio estiver ruim, o Google vai te colocar em último lugar ou nem vai te mostrar.

Preço

Um bom índice de qualidade diminui o preço do seu CPC (custo por clique)

Você pode ficar em 1o lugar no leilão pagando bem menos do que os seus concorrentes, caso o seu IQ esteja alto.

Impressões

O seu anúncio aparece mais

Se você estiver mandando tráfego para o link de afiliado e se o seu índice de qualidade estiver alto, o seu anúncio irá aparecer mais do que o dos concorrentes que estão mandando tráfego pro mesmo link.

As extensões do seu anúncio aparecem mais também, como por exemplo: as extensões de frases de destaques, sitelinks, etc.

Como melhorar o seu Índice de Qualidade?

Sempre coloque as palavras-chave no seu anúncio (título, descrição, em todo lugar) e na sua Página de Destino

Quando a palavra-chave que o usuário pesquisou aparece exatamente daquele jeito no seu anúncio, isso faz com que ele clique no seu anúncio e isso aumenta mais o seu CTR (taxa de cliques).

Um bom CTR influencia no seu Índice de Qualidade

Então crie anúncios chamativos ao clique, com uma boa copy e com gatilhos mentais

Tenha uma boa Página de Destino

Cuide da velocidade do site, pois precisa carregar rápido

Tenha o site seguro (https)

Coloque as palavras que o usuário esperava encontrar ali

Não misture muitas palavras-chave nos grupos de anúncios, mesmo que elas sejam sinônimas, pois isso irá afetar o IQ.

Índice de Qualidade no Google Ads

1. O que é?

1.1. Basicamente, o Índice de Qualidade informa se o seu anúncio está bom ou ruim para a experiência do usuário.

1.2. É uma métrica que vai de 1 a 10, onde 1 é muito ruim e 10 é excelente.

1.3. O ideal é no mínimo 7

2. Como colocar no painel do Google?

2.1. Vá na aba de "palavras-chave"

2.1.1. Depois em "colunas" e "modificar colunas"

2.1.1.1. E selecione "índice de qualidade"

3. O que determina o seu Índice de Qualidade?

3.1. 3 Pilares:

3.1.1. Palavras-chave

3.1.1.1. Palavra-chave que o usuário pesquisou

3.1.2. Texto do anúncio

3.1.2.1. Texto do seu anúncio relacionado àquela palavra-chave

3.1.3. Página de destino

3.1.3.1. O clique na página de destino deve ter coerência com o que o usuário buscava encontrar

3.1.3.1.1. O Google sabe identificar o comportamento do usuário na página de destino.

3.1.3.1.1.1. Então, se a pessoa passa um bom tempo olhando a página, o Google vai entender que o seu anúncio é relevante.

3.1.3.1.1.2. Já se a pessoa passar pouco tempo olhando a página, o Google vai entender que aquela página é ruim e isso vai prejudicar a sua nota do Índice de Qualidade.

3.1.3.1.2. PS: Se você está anunciando para a página de vendas e com o link de afiliado direto, você não tem controle sobre isso.

3.1.4. Importante

3.1.4.1. Tudo isso precisa estar interligado

3.1.4.1.1. A palavra-chave que o usuário pesquisou precisa estar no texto do seu anúncio e também na página de destino

4. No que o Índice de Qualidade vai influenciar nos seus anúncios?

4.1. Relevância

4.1.1. Determina se o seu anúncio é elegível para participar do leilão com aquela busca.

4.1.2. O Google preza pelos dois lados: anunciante e usuário. Ele quer mostrar o anúncio certo para a pessoa certa. Então, se o anúncio estiver uma bosta, ele prefere nem mostrar.

4.2. Posição

4.2.1. Determina a posição relativa do seu anúncio em relação a outros que estão na mesma página.

4.2.2. Não importa que você tá pagando mais caro, se seu anúncio estiver ruim, o Google vai te colocar em último lugar ou nem vai te mostrar.

4.3. Preço

4.3.1. Um bom índice de qualidade diminui o preço do seu CPC (custo por clique)

4.3.2. Você pode ficar em 1o lugar no leilão pagando bem

menos do que os seus concorrentes, caso o seu IQ esteja alto.

4.4. Impressões

4.4.1. O seu anúncio aparece mais

4.4.2. Se você estiver mandando tráfego para o link de afiliado e se o seu índice de qualidade estiver alto, o seu anúncio irá aparecer mais do que o dos concorrentes que estão mandando tráfego pro mesmo link.

4.4.3. As extensões do seu anúncio aparecem mais também, como por exemplo: as extensões de frases de destaques, sitelinks, etc.

5. Como melhorar o seu Índice de Qualidade?

5.1. Sempre coloque as palavras-chave no seu anúncio (título, descrição, em todo lugar) e na sua Página de Destino

5.1.1. Quando a palavra-chave que o usuário pesquisou aparece exatamente daquele jeito no seu anúncio, isso faz com que ele clique no seu anúncio e isso aumenta mais o seu CTR (taxa de cliques).

5.2. Um bom CTR influencia no seu Índice de Qualidade

5.2.1. Então crie anúncios chamativos ao clique, com uma boa copy e com gatilhos mentais

5.3. Tenha uma boa Página de Destino

5.3.1. Cuide da velocidade do site, pois precisa carregar rápido

5.3.2. Tenha o site seguro (https)

5.3.3. Coloque as palavras que o usuário esperava encontrar ali

5.4. Não misture muitas palavras-chave nos grupos de anúncios, mesmo que elas sejam sinônimas, pois isso irá afetar o IQ.