



BÔNUS

# **Checklists E-commerce**

# Checklist Campanha de Google Shopping

Preparamos um checklist para te ajudar a verificar todos os pontos importantes de sua campanha de Google Shopping.

## Pré-campanha

- ☐ Criar conta no Google Merchants Center
- ☐ Criar conta no Google Analytics
- ☐ Vincular Google Merchants Center com Google Ads
- ☐ Vincular Google Ads com Google Analytics
- ☐ Verificar e reivindicar a url do site no Merchants Center através do Analytics, Google Tag Manager ou HTML Tag
- ☐ Fazer o upload do XML do Google Shopping no Merchants Center
- ☐ Ao fazer o upload do XML, selecionar a opção de atualizar diariamente
- ☐ Personalizar código para o Remarketing Dinâmico (requer ajuda de um programador)
- ☐ Instalar código de conversão ou importar as transações do Analytics
- ☐ Incluir todos os atributos obrigatórios no cadastro de produtos
- ☐ Otimizar os dados dos produtos do feed (link com imagem de alta qualidade, título, descrição, etc)
- ☐ Não incluir marca d'água nas imagens do feed

## Criando a campanha

- ☐ Definir objetivo (venda)
- ☐ Definir locais (definir de acordo com seu produto)
- ☐ Definir idioma: Português e Inglês
- ☐ Definir orçamento diário
- ☐ Lances Google Shopping Padrão: ROAS desejado, maximizar cliques ou CPC Manual
- ☐ Lances Google Shopping Inteligente: maximizar o valor da conversão, ROAS desejado
- ☐ Google Shopping Inteligente: Criar um anúncio gráfico responsivo

## Pós-campanha

- ☐ Revisar feed de produtos
- ☐ Corrigir erros do feed
- ☐ Revisar lances e orçamentos
- ☐ Acompanhar resultados

## Otimização (após alguns dias rodando)

- ☐ Analisar produtos que estão acima da meta de CPA
- ☐ Analisar anúncio do Shopping Inteligente
- ☐ Negativar palavras chave no Shopping Padrão
- ☐ Controlar ROAS
- ☐ Analisar dispositivos com melhor desempenho
- ☐ Analisar locais com melhor desempenho

# Checklist Campanha Dinâmica

Preparamos um checklist para te ajudar a verificar todos os pontos importantes de sua campanha dinâmica.

## Pré-campanha

- ☐ Verificar se as URL's do site são amigáveis com o nome de cada categoria, subcategoria ou produto (se o site não tiver boa estrutura de url's a campanha não vai rodar)
- ☐ Suas metas precisam estar definidas
- ☐ Verifique se as tags de remarketing e conversão estão instaladas corretamente
- ☐ Tenha sua segmentação dinâmica definida por categorias, subcategorias ou produtos
- ☐ Faça o caminho até a conversão para checar se está tudo funcionando

## Criando a campanha

- ☐ Definir objetivo (venda)
- ☐ Locais (definir de acordo com seu produto)
- ☐ Idioma: Português e Inglês
- ☐ Definir seu público-alvo (se for focada em remarketing ou público alvo de mercado)
- ☐ Orçamento diário
- ☐ Definir informações demográficas
- ☐ Definir programação de anúncios

- ☐ Lances: CPA, maximizar Conversões, CPC otimizado ou ROAS (se os pré-requisitos forem atendidos)
- ☐ Adicionar pelo menos quatro extensões de sitelinks
- ☐ Adicionar extensão de snippets
- ☐ Adicionar extensões de preço
- ☐ Adicionar extensões de promoção
- ☐ Adicionar pelo menos quatro extensões de frase de destaque
- ☐ Adicionar extensão de chamada (dependendo do seu objetivo)
- ☐ Adicionar palavras-chave negativas
- ☐ Mínimo três anúncios diferentes por grupo de anúncio
- ☐ Preencher todos os campos na hora da criação do anúncio

## Pós-campanha

- ☐ Revisar anúncios
- ☐ Revisar públicos
- ☐ Revisar locais
- ☐ Revisar informações demográficas
- ☐ Revisar programação de anúncios
- ☐ Revisar lances e orçamentos
- ☐ Revisar página de destino

## Otimização (após alguns dias rodando)

- ☐ Analisar produtos que estão acima da meta de CPA
- ☐ Analisar anúncios que estão mais convertendo e multiplicá-los

- ☐ Trocar anuncios com baixo desempenho por novos
- ☐ Controlar lances das segmentações dinâmicas boas e ruins
- ☐ Verificar termos de pesquisa
- ☐ Verificar dispositivos que convertem
- ☐ Verificar locais que convertem
- ☐ Verificar extensões que convertem e adicionar mais
- ☐ Verificar informações demográficas que convertem
- ☐ Analisar dias e horários que convertem melhor

# Checklist Campanha de Remarketing dinâmico

Preparamos um checklist para te ajudar a verificar todos os pontos importantes de sua campanha de remarketing dinâmico.

## Pré-campanha

- ☐ Criar conta no Google Merchants Center
- ☐ Criar conta no Google Analytics
- ☐ Vincular Google Merchants Center com Google Ads
- ☐ Vincular Google Ads com Google Analytics
- ☐ Verificar e reivindicar a url do site no Merchants Center através do Analytics, Google Tag Manager ou HTML Tag
- ☐ Fazer o upload do XML do Google Shopping no Merchants Center
- ☐ Ao fazer o upload do XML, selecionar a opção de atualizar diariamente
- ☐ Personalizar código para o Remarketing Dinâmico (requer ajuda do dev)
- ☐ Instalar código de conversão ou importar as transações do Analytics
- ☐ Incluir todos os atributos obrigatórios no cadastro de produtos
- ☐ Otimizar os dados dos produtos do feed (link com imagem de alta qualidade, título, descrição, etc)
- ☐ Não incluir marca d'água nas imagens do feed

## Criando a campanha

- ☐ Definir objetivo (venda)
- ☐ Locais (definir de acordo com seu produto)
- ☐ Idioma: Português e Inglês
- ☐ Orçamento diário
- ☐ Selecionar configurações adicionais e escolher a opção: Anúncios Dinâmicos com feed de dados
- ☐ Lances: CPC Otimizado, Maximizar Conversões, CPA Desejado ou ROAS (se os pré-requisitos forem atendidos)

## Pós-campanha

- ☐ Revisar feed de produtos
- ☐ Corrigir erros do feed
- ☐ Revisar lances e orçamentos
- ☐ Acompanhar resultados

## Otimização (após alguns dias rodando)

- ☐ Analisar produtos que estão acima da meta de CPA
- ☐ Analisar anúncio do com alto desempenho e multiplicar
- ☐ Negativar canais
- ☐ Controlar lances
- ☐ Analisar dispositivos com melhor desempenho
- ☐ Analisar locais com melhor desempenho
- ☐ Inserir novos públicos de remarketing (todos os visitantes, todos os conversores, visitantes produto x, visitantes categoria x...)







*Conversão Extrema*