

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**
- Analizar 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 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