



escola  
britânica de  
artes criativas  
& tecnologia

# Marketing Digital



# Google Ads I



## GUIA DA AULA 2



# Conheça os tipos de canais e anúncios



Acompanhe aqui os temas que serão tratados na videoaula.

- O processo de leilão no Google Ads
- Tipos de anúncio na rede de pesquisa
- Google Shopping
- Youtube
- Google Apps



# O processo de leilão no Google Ads

- Quando alguém faz uma pesquisa no Google, o sistema verifica se há anunciantes interessados em exibir anúncios relacionados àquelas palavras-chave buscadas pelo usuário.
- Se houver, acontece um leilão para determinar quem exibe o anúncio.
- O leilão é baseado em fatores como lance, relevância e qualidade.
- O vencedor é quem tiver o melhor desempenho nos critérios.
- O anunciante paga somente quando alguém clica no anúncio.



# O processo de leilão no Google Ads

Envolve uma competição entre os anunciantes que desejam exibir seus anúncios para usuários que fazem pesquisas no Google. O vencedor do leilão é determinado pelo Ad Rank, que é calculado levando em consideração o lance máximo de CPC e o índice de qualidade.

**Lance máximo de CPC:** valor máximo que o anunciante está disposto a pagar por clique no anúncio. Quanto maior o lance, maior a chance de exibir o anúncio em uma boa posição nos resultados de pesquisa.

**Índice de Qualidade:** Estimativa da qualidade dos anúncios que leva em conta a experiência do usuário, que se baseia na conexão entre as palavras-chave no termo de pesquisa e o conteúdo das páginas de destino. É medido em uma escala de 1 a 10 baseada em diversos fatores, como relevância dos anúncios para a palavra-chave pesquisada, qualidade do conteúdo da página de destino e taxa de cliques (CTR) dos anúncios.



# O processo de leilão no Google Ads

O Google Ads incentiva os anunciantes a criarem anúncios relevantes e de qualidade, o que proporciona uma melhor experiência para os usuários e aumenta a efetividade da publicidade online.

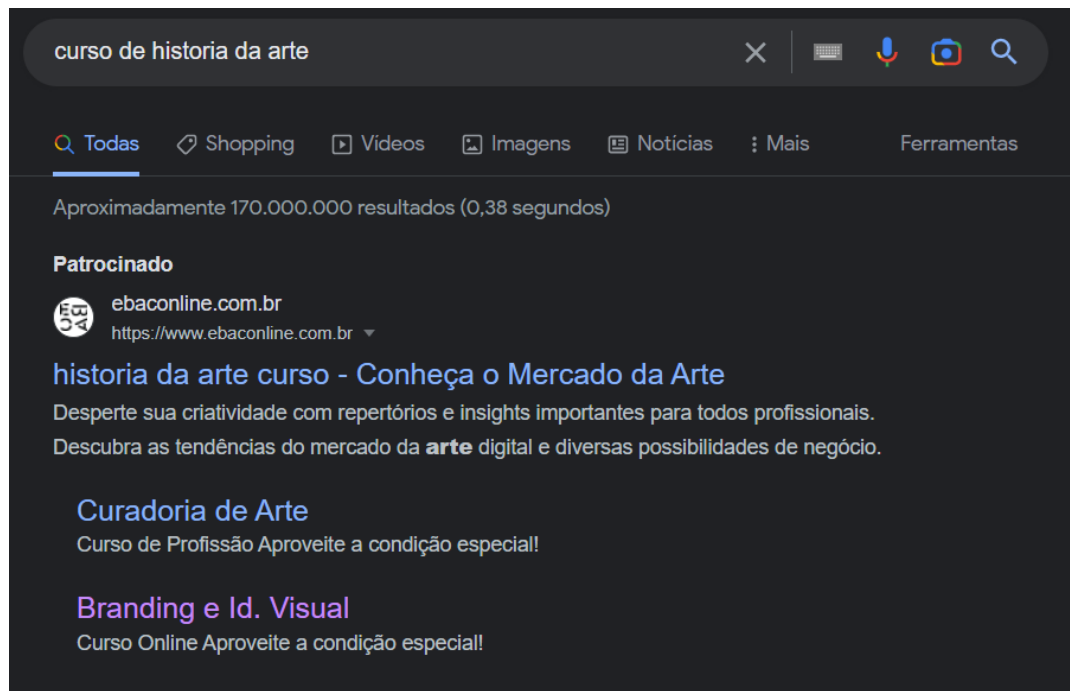


# Tipos de anúncio na rede de pesquisa

- **Anúncios de texto:** compostos por título, descrição e link para a página de destino.
- **Anúncios dinâmicos de pesquisa:** personalizados automaticamente com base no conteúdo do site do anunciante.
- **Anúncios responsivos de pesquisa:** personalizados automaticamente com base no texto e imagens fornecidos pelo anunciante. É o mais utilizado profissionalmente.
- **Anúncios só para chamadas:** permitem que os usuários liguem diretamente para o anunciante ao clicar no anúncio. São exibidos com um rótulo "Anúncio(s)" e podem incluir recursos como local e número de telefone. Também podem aparecer com o rótulo "Anúncios do Google" em sites parceiros do Google Ads.



# Tipos de anúncio na rede de pesquisa





# Recursos de anúncios (antigas extensões de anúncios)

Elementos que compõem seu anúncio como títulos, descrições e outras informações comerciais, incluindo:

- Endereço
- Número de telefone
- Classificação da loja
- Outros links, fotos, frases de destaque e muitos outros itens

São importantíssimos para aumentar a qualidade dos anúncios e o espaço de exibição na tela do usuário buscador.

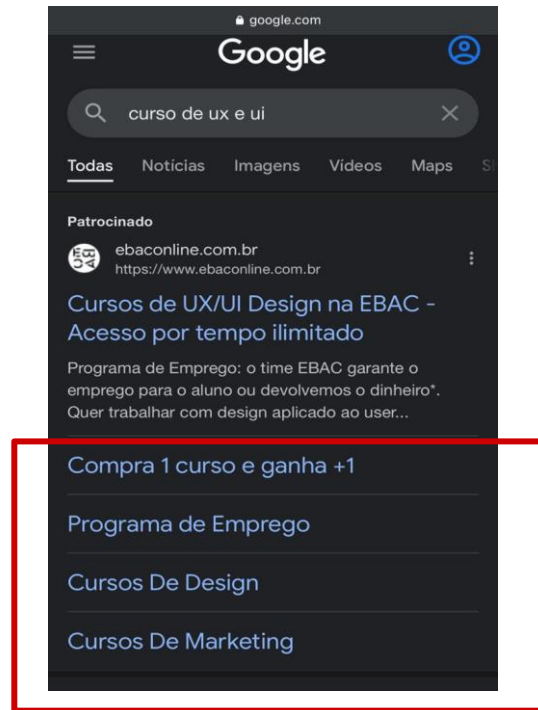
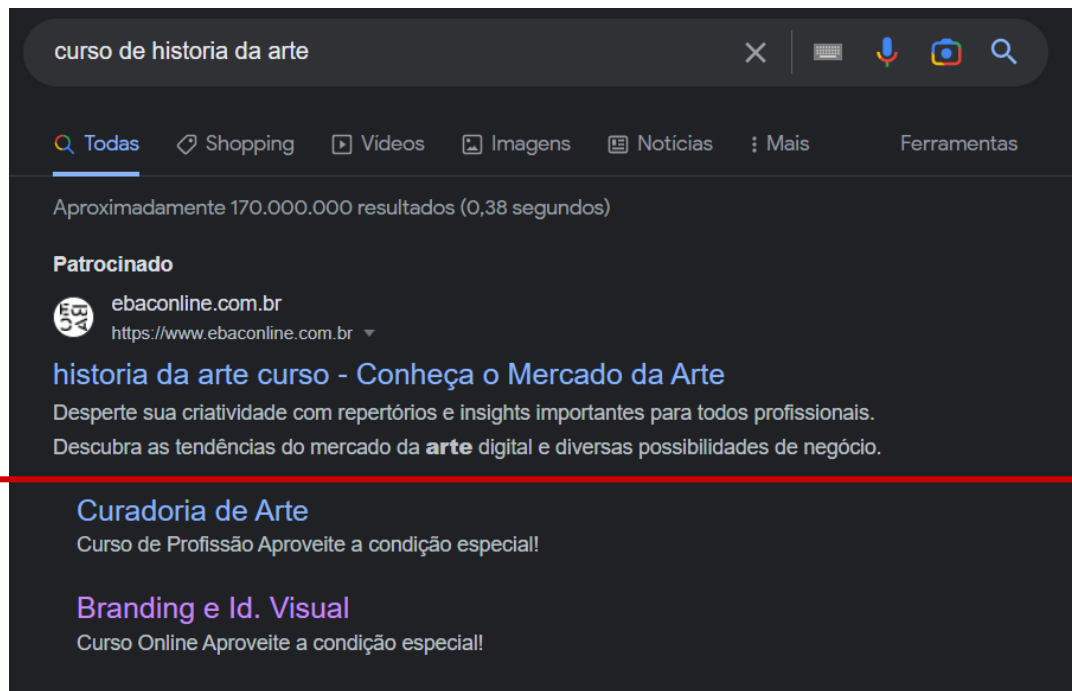


# Recursos de anúncios (antigas extensões de anúncios)

- Ajudam a destacar o anúncio dos concorrentes e fornecem informações úteis para os usuários.
- As extensões podem ser adicionadas a nível de conta, campanha ou grupo de anúncios.
- As extensões de anúncios melhoram a relevância do anúncio e, portanto, podem
- ajudar a melhorar a classificação do anúncio e a taxa de cliques.



# Tipos de anúncio na rede de pesquisa



# Anúncios de display e a Rede de Display do Google

- Google Display é uma rede de anúncios gráficos do Google que exibe anúncios em mais de 2 milhões de sites, vídeos e aplicativos.
- Os anúncios exibidos na rede do Google Display podem incluir banners, anúncios em vídeo, anúncios interativos e anúncios de texto.
- Os anunciantes podem segmentar o público com base em interesses, comportamentos, localização, dispositivos, palavras-chave, tópicos e muito mais.
- A rede do Google Display permite que os anunciantes criem anúncios personalizados usando o Google Web Designer ou o Google Ads.



# Anúncios de display e a Rede de Display do Google



# Anúncios de display e a Rede de Display do Google

## Anúncio? Por quê?

Este anúncio pode ser baseado no seguinte:

- Sua visita ao site ou app do anunciante
- Sites que você visitou
- produtos mostrados juntos com frequência;
- na estimativa do Google sobre seus interesses com base na sua atividade no Google neste dispositivo;



Parar de ver este anúncio



Denunciar este anúncio

## Sobre o anunciante

Nome



# Google Shopping

- Os anunciantes podem criar campanhas de Shopping no Google Ads e definir um lance para cada produto.
- Os anúncios do Shopping são exibidos em uma seção separada na página de resultados da pesquisa do Google, mostrando o preço e a imagem do produto.
- Informações obrigatórias dos produtos para vinculação do feed incluem: código, título, marca, GTIN (código de barras), preço, descrição, disponibilidade, link da imagem, estado e link do produto.



# Google Shopping

- Google Shopping é um recurso de publicidade do Google que exibe anúncios de produtos relevantes na rede de pesquisa.
- Os anúncios do Shopping usam dados do feed de produtos do Merchant Center para determinar como e onde exibir os anúncios.
- Para começar, os varejistas precisam ter um e-commerce e enviar os dados do feed de produtos da plataforma do seu site para o Merchant Center.





# Google Shopping

Existem dois tipos de anúncios do Shopping: anúncios do produto no Shopping e anúncios de inventário local.

## Tradicional (Anúncios do produto no Shopping)

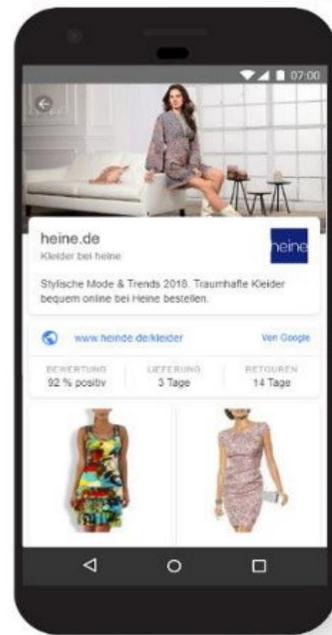
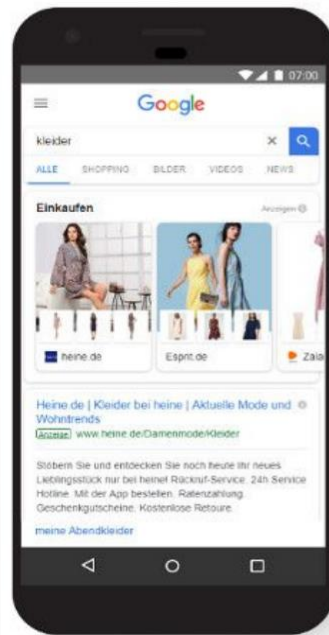
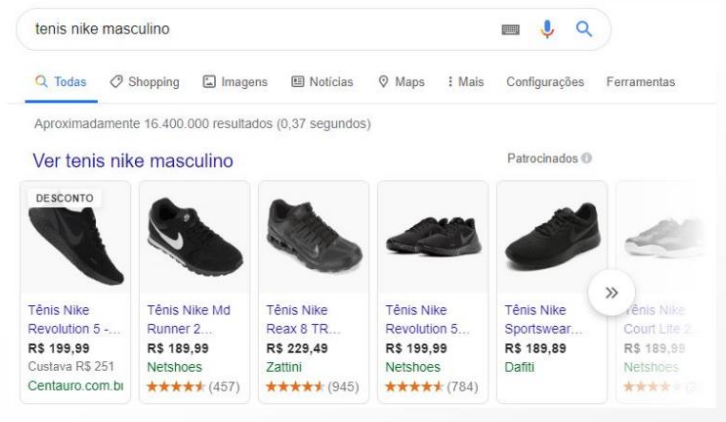
- Criados com base nos dados do produto que você envia no Merchant Center.
- Ajustes manuais de dispositivos e programação de anúncio.
- Definição de tipo de rede do Google.
- Negativação de palavras-chave.
- Utilização de audiências.
- Setup e otimização manuais e lentos.
- Não requer informação/veiculação prévia.

## Inteligente (Anúncios de inventário local)

- Criados combinando dados do produto e dados de inventário enviados na sua conta do Merchant Center.
- Sem possibilidade de ajustes ou otimizações definidas por machine learning (dispositivos, rede do Google, etc.)
- Não existe negativação de palavras-chave.
- Não é possível segmentar por audiências.
- Veicula dentro da rede de display, shopping e search de forma automatizada para atingir o resultado esperado.
- Setup e otimizações automatizadas e ágeis
- Requer informação/veiculação prévia



# Google Shopping



# Anúncios no Youtube

O YouTube é o segundo maior buscador do mundo, atrás apenas do Google.

Existem diferentes tipos de anúncios para essa plataforma, incluindo:

- Anúncios in-stream puláveis (o usuário pode pular após 5 segundos).
- Anúncios in-stream não puláveis (o usuário precisa assistir antes de acessar o conteúdo).
- Anúncios discovery (anúncios banners de displays adaptáveis para diferentes tamanhos e formatos de tela).



# Youtube (bumper)

- Anúncio em formato de vídeo de curta duração exibidos antes do vídeo principal.
- Desenvolvido para alcançar os clientes de forma ampla e aumentar o reconhecimento da marca por meio de uma mensagem curta e marcante.
- São anúncios de seis segundos ou menos que não podem ser pulados pelos espectadores.



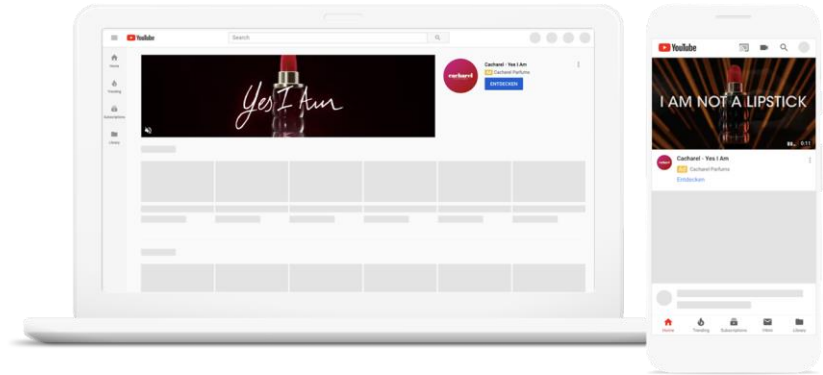
# Youtube (in feed)

- Anúncios exibidos dentro dos feeds de vídeo do Youtube.
- Aparecem nos resultados da pesquisa do YouTube, no feed "Assistir a seguir" e no feed da página inicial.
- Têm a intenção de ser mostrados ao público-alvo de acordo com as palavras-chave da pesquisa.



# Youtube (mastheread)

- Exibidos no topo da página inicial do YouTube.
- Com o masthead do YouTube, é possível exibir a marca, produto ou serviço em um formato de anúncio em vídeo nativo, que aparece no feed da página inicial do YouTube em todos os dispositivos.
- Formato ideal para pessoas que desejam amplo alcance, exibição forçada do anúncio sem depender do leilão e mostrar a marca com um destaque maior.



# Google App

**Objetivo:** promover aplicativos nos maiores serviços do Google

**Serviços incluem:** Pesquisa, Google Play, YouTube, Rede de Display e Discover  
Automação do Google Ads para segmentação, lances e anúncios



# Google App

## Google Search

- Anúncios associados a termos de pesquisa relevantes para o aplicativo ou categoria. Palavras-chave por vários métodos, incluindo termos de pesquisa do Google Play.

## Google Play e Discover

- Anúncios exibidos para pessoas que pesquisam termos e aplicativos relevantes e para usuários que acessam a página de detalhes de um aplicativo semelhante.

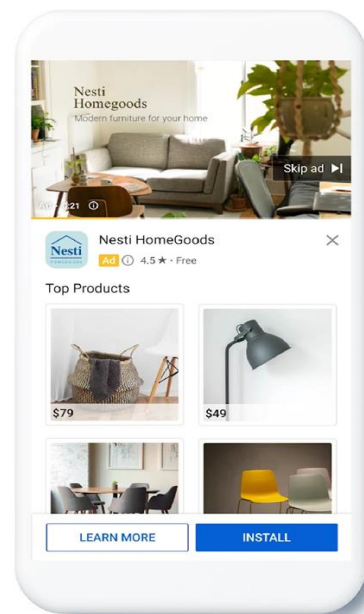
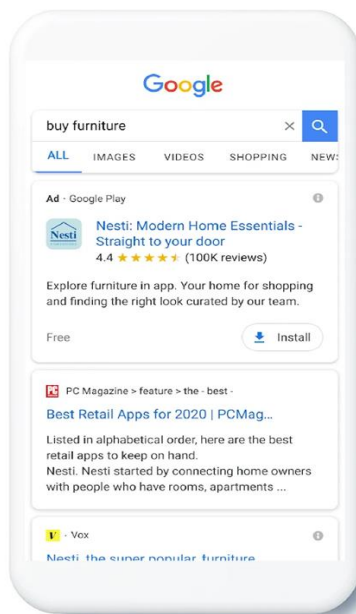
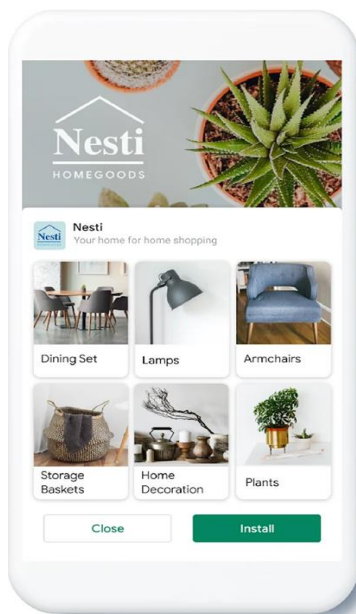
## YouTube e Rede de Display

- Anúncios exibidos em locais com maior probabilidade de cliques e downloads





# Google App



# Bons estudos!

