

LIVE #12

ANÚNCIO NA PESQUISA DO GOOGLE

TIAGO TESSMANN

“

*O que ganha não é talento, é
comprometimento.*

*Nunca vi um porco sem resultado. O
comprometimento gera resultado.*

Pesquisa do Google é um do melhor canal de venda que existe.

Porque a pessoa está procurando você naquele momento.

Primeiro canal de vendas no marketing digital.

3 PILARES VITAIS PARA GERAR RESULTADO GARANTIDO NO GOOGLE:

- 1.** Landing Page (uma página que vai receber o tráfego) (3. converter) (90%);
- 2.** Segmentação (para quem você vai anunciar) (2. receber o clique qualificado);
- 3.** Anúncio chamativo (anúncio que de fato chama atenção e gera vendas) (1. recebe o clique).

O QUE É CTR?

CTR (click trough rate) (taxa de clique)

CTR = clique/impressão

CTR = 1/100 = 1%

Na rede de pesquisa um CTR acima de 1% já significa que é bom, mas quanto maior esse número, melhor.

Seu anúncio tá sendo relevante para o usuários.

Por que o buscador do Google é o melhor buscador do mundo?

Porque aquilo que vc procura, você encontra.

Comprar celular = comprar TV

O Foco do Google é a experiência do usuário.

IQ - Índice de qualidade. É uma nota que o Google te dá pra falar o quanto relevante você está sendo.

Ser relevante = Quanto mais específico você for, melhor.

15 e 30 palavras por grupo.

Escrita do anúncio é fundamental.

Um anúncio é um anúncio que chama atenção. Como chamar atenção?

5 PONTOS IMPORTANTES:

1. Regrinhas básicas:

- 1.1 - Fonte de informação é o seu cliente;
- 1.2 - Foque na pesquisa pós-compra;
- 1.3 - Colocar tag crowd
- 1.4 - Analisar a pesquisa/tag crowd

2. Comparar os anúncios dos Concorrentes:

Superar os anúncios dos meus concorrentes.

explosão de preços baixos

estoque limitado

melhores marcas

ótimos descontos

frete grátis

3. Seja único, fale de uma forma diferente.

“Tudo que é repetido se torna invisível.”

Dicionário criativo

Frete da loja inteira é só 1 real.

Diferencia os grandes dos pequenos.

4. Leve para urgência/escassez.

Por que o seu cliente tem que comprar o seu produto agora?

O que ele vai ganhar comprando agora ou vai perder se não comprar.

Urgência = falar algo para a pessoa agir agora;

Escassez = mostrar que é limitado.

Somos procrastinadores = deixamos tudo para amanhã...
o amanhã = nunca

Trazer para a PRIORIDADE....

5. Simples, rápido e fácil.

Simples = compra com apenas 2 cliques

Rápido = entrega rápida em até 2 dias

Fácil = fácil de usar

Complicados

Lentos

Difíceis

CRIANDO O ANÚNCIO EM 3 FASES:

1. Atenção: ponto chave para receber cliques.

Fase da atenção:

Título

Assunto

5 segundos iniciais

Texto = primeiro parágrafo

2. Informação

O necessário para o usuário conhecer sobre o que você está vendendo.

3. Ação

CTA - compre aqui, inscreva-se....

4 ERROS QUE VOCÊ NÃO PODE COMETER NOS SEUS ANÚNCIOS:

- 1.** Confuso (foque em uma única coisa);
- 2.** Não crível;
- 3.** Chato;
- 4.** Perde para a concorrência.

A MÉTRICAS MAIS IMPORTANTE É:

CPA - Custo por conversão

Volume

Métricas secundária: CTR

PARTE PRÁTICA:

- 1.** Crie no mínimo 3 anúncios para cada grupo de anúncio para teste A/B;
- 2.** Não repita as mesmas palavras;
- 3.** Utilize o caminho de exibição;
- 4.** Use o máximo de caracateres possível (não encha lin-guiça);
- 5.** Letras maiúsculas (opcional);
- 6.** Inserção de palavra-chave;
- 7.** Contagem regressiva;
- 8.** Função IF;
- 9.** Crie anúncio responsivo;
- 10.** Inclua todas as extensões que puder e o máximo de variações.

TIPOS DE EXTENSÕES:

- 1.** Sitelink;
- 2.** Frase de destaque;
- 3.** Snippets Estruturados;
- 4.** Formulário de Lead (beta);
- 5.** Mensagem;
- 6.** Local;
- 7.** Local de Afiliados;
- 8.** Preço;
- 9.** Aplicativo;
- 10.** Promoção.

Hashtag da aula:

#anunciointeligente

LIVE #12

ANÚNCIO NA PESQUISA DO GOOGLE

TIAGO TESSMANN