

Como Otimizar Campanhas no Google Ads Para Fundo de Funil

Palavras-chave

Sempre olhar os termos de pesquisas e negativas o que for irrelevante

Sempre suba a campanha com a lista de palavras-chave negativas

Olhar as palavras de pesquisa que mais converteram e pausar as que não converteram

Fique de olho nas métricas!!!

Olhar informações do leilão

As vezes, quando entram novos concorrentes, pode diminuir as suas vendas

As palavras-chave devem ser da mesma natureza no mesmo grupo de anúncio

Exemplo

Separar um grupo para o nome do produtor e outra para o nome do produto

Anúncios e Extensões

Olhar qual anúncio converte mais e com o melhor CPA. E pause os anúncios de pior desempenho

Duplica e edita fazendo pequenos ajustes para encontrar o anúncio campeão

Não coloque para o google rotacionar automaticamente, o ideal é você identificar o que performa melhor

Públicos-alvo

Não usar "segmentação", faça no máximo uma "observação"

Exclusões

Dispositivos, Demográficos, Programação e Locais

Identifique padrões para diminuir ou aumentar o seu lance. Inclusive, você pode excluir também.

Como Otimizar Campanhas no Google Ads Para Fundo de Funil

1. Palavras-chave

1.1. Sempre olhar os termos de pesquisas e negativas o que for irrelevante

1.1.1. Sempre suba a campanha com a lista de palavras-chave negativas

1.2. Olhar as palavras de pesquisa que mais converteram e pausar as que não converteram

1.2.1. Fique de olho nas métricas!!!

1.3. Olhar informações do leilão

1.3.1. As vezes, quando entram novos concorrentes, pode diminuir as suas vendas

1.4. As palavras-chave devem ser da mesma natureza no mesmo grupo de anúncio

1.4.1. Exemplo

1.4.1.1. Separar um grupo para o nome do produtor e outra para o nome do produto

2. Anúncios e Extensões

2.1. Olhar qual anúncio converte mais e com o melhor CPA. E pause os anúncios de pior desempenho

2.1.1. Duplica e edita fazendo pequenos ajustes para encontrar o anúncio campeão

2.2. Não coloque para o google rotacionar automaticamente, o ideal é você identificar o que performa melhor

3. Públicos-alvo

3.1. Não usar "segmentação", faça no máximo uma "observação"

3.2. Exclusões

4. Dispositivos, Demográficos, Programação e Locais

4.1. Identifique padrões para diminuir ou aumentar o seu lance. Inclusive, você pode excluir também.