



COMUNIDADE SOBRAL DE TRÁFEGO

Módulo 4

Otimização de palavras-chave



@pedrosobral



pedrosobral.com.br

SUMÁRIO

Introdução - 00'02"	2
Como otimizar as palavras-chave? - 00'38"	2

Introdução - 00'02"

De onde nós vamos tirar as palavras-chave para a nossa campanha? Da própria campanha. Primeiro, você deve fazer a pesquisa de palavras-chave, como te ensinei e nos pdfs anteriores, depois, você precisa verificar o que a sua campanha está mostrando sobre as palavras-chave que estão sendo usadas.

Então, para otimizar as palavras-chave, devemos usar duas estratégias:

- Adicionando mais palavras-chave dentro da campanha,
- adicionando palavras-chave negativas.

Esse é o assunto deste material e a seguir eu vou te mostrar como fazer a otimização das suas palavras-chave dentro das suas campanhas.

Como otimizar as palavras-chave? - 00'38"

Dentro do gerenciador do Google Ads, acesse a campanha que você deseja analisar e otimizar e verifique como estão os custos por conversão e quantas conversões foram possíveis. Entrando na campanha, você deve acessar o grupo de palavras-chave para perceber quais estão dando mais resultados, ou seja, aquelas que estão convertendo mais barato.

“Pedro, então isso significa que se a palavra-chave estiver convertendo a um preço mais alto, eu devo pausar ela?”

Não. Para pausar ou não uma palavra-chave, não leve em conta o resultado do custo por conversão, mas a própria palavra-chave. Olhe para a palavra-chave e pergunte: Essa palavra é ruim? Às vezes não é, ao contrário; Ela pode ser uma boa palavra-chave, mas há outros fatores que atrapalham a conversão. Então, analise a palavra-chave por pelo menos 30 dias, para só depois pausar.

“Mas, Pedro, a minha campanha vai rodar durante 30 dias...”

Então, nem se preocupe em pausar palavras-chave, mas acrescentar se for o caso. E na hora da análise, não se preocupe com palavras que não gastam nada ou que estejam gastando pouco, porque você precisa de mais tempo para ver como a campanha se comporta.

Só depois de 30 dias é que você deve ponderar quais palavras-chave deve pausar, considerando a própria palavra (se é boa ou não) e os resultados. Mas a cada 15 ou 20 dias, você deve consultar os termos de pesquisa dentro do seus grupos de anúncios. Para acessar esses termos, vá até o gerenciador do Google Ads, procure pelo grupo de anúncios e no menu lateral esquerdo, clique em **“termos de pesquisa”**.

Dentro dessa seção, você vai encontrar as palavras-chave para as quais você apareceu. Os critérios de cada tráfego são diferentes, mas na hora de analisar quais palavras são boas, não fique preso ao número de conversões, mas olhe para o número de cliques e outras métricas secundárias.

Se você viu uma palavra-chave que está dando resultados e deseja adicionar ela como palavra-chave dos seus grupos de anúncios, selecione a palavra e em seguida, clique em **“adicionar como palavra-chave”**.

Screenshot of the AdWords interface showing search terms and their performance. The sidebar on the left includes sections for Visão geral, Recomendações, Anúncios e extensões, Páginas de destino, Palavras-chave, Palavras-chave de pesquisa, Palavras-chave negativas, Termos de pesquisa, Informações do leilão, Público-alvo, Configurações, Dispositivos, and Histórico de alterações.

Termos de pesquisa

Você selecionou 1 | Adicionar como palavra-chave | Adicionar como palavra-chave negativa

Termo de pesquisa	Tipo de corresp.	Adicionado/excluído	Conversões	Custo / conv.	CTR	Custo	Cliques	CPC médio
Total: termos de pesquisa (7)			24,00	R\$ 3,66	10,14%	R\$ 87,85	213	R\$ 0,41
<input type="checkbox"/> pedro sobral	Correspondência ampla	Nenhuma	4,00	R\$ 0,85	8,36%	R\$ 3,41	29	R\$ 0,11
<input checked="" type="checkbox"/> o que é tráfego pago	Corresp. de frase	Nenhuma	0,00	R\$ 0,00	14,15%	R\$ 15,50	30	R\$ 0,52
<input type="checkbox"/> tráfego pago	Corresp. exata	✓ Adicionado	0,00	R\$ 0,00	4,93%	R\$ 5,31	10	R\$ 0,51
<input type="checkbox"/> tráfego pago o que é	Corresp. de frase	Nenhuma	1,00	R\$ 6,16	11,54%	R\$ 6,16	15	R\$ 0,41
<input type="checkbox"/> tráfego pago	Corresp. exata	✓ Adicionado	0,00	R\$ 0,00	4,84%	R\$ 1,80	3	R\$ 0,60
<input type="checkbox"/> gestor de tráfego salário	Correspondência ampla	Nenhuma	0,00	R\$ 0,00	4,88%	R\$ 0,82	2	R\$ 0,41
<input type="checkbox"/> o que é tráfego pago	Correspondência ampla	Nenhuma	0,00	R\$ 0,00	0,00%	R\$ 0,00	0	R\$ 0,00
<input type="checkbox"/> tráfego pago o que é	Corresp. de frase	Nenhuma	0,00	R\$ 0,00	0,00%	R\$ 0,00	0	R\$ 0,00
<input type="checkbox"/> o que é tráfego	Correspondência ampla	Nenhuma	0,00	R\$ 0,00	0,00%	R\$ 0,00	0	R\$ 0,00
<input type="checkbox"/> o que é tráfego pago	Correspondência de frase (variação aproximada)	Nenhuma	1,00	R\$ 1,00	100,00%	R\$ 1,00	1	R\$ 1,00
<input type="checkbox"/> pedro sobral curso	Correspondência ampla	Nenhuma	3,00	R\$ 0,90	100,00%	R\$ 9,00	3	R\$ 3,00
<input type="checkbox"/> tráfego pago como funciona	Corresp. de frase	Nenhuma	0,00	R\$ 0,00	0,00%	R\$ 0,00	0	R\$ 0,00
<input type="checkbox"/> curso de tráfego pago	Corresp. de frase	Nenhuma	0,00	R\$ 0,00	0,00%	R\$ 0,00	0	R\$ 0,00



Se você quiser adicionar essa palavra como frase, por exemplo, coloque ela entre aspas e clique em “**salvar**”:

Screenshot of the AdWords interface showing the 'Adicionar como palavra-chave' (Add as keyword) dialog. The sidebar on the left includes sections for Visão geral, Recomendações, Anúncios e extensões, Páginas de destino, Palavras-chave, Palavras-chave de pesquisa, Palavras-chave negativas, Termos de pesquisa, Informações do leilão, Público-alvo, Configurações, Dispositivos, and Histórico de alterações.

Adicionar como palavra-chave

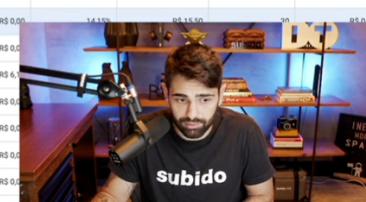
Palavra-chave	URL final (opcional)	CPC máx. (opcional)	Campanha	Grupo de anúncios
“o que é tráfego pago”		R\$	[SEARCH] [AULAS] [F] Convite	Tráfego pago

Para usar o lance de grupo de anúncios padrão, deixe esse campo em branco

Para controlar quais pesquisas podem acionar seus anúncios, use [regras de correspondência](#)

Salvar | **Cancelar**

Termo de pesquisa	Tipo de corresp.	Adicionado/excluído	Conversões	Custo / conv.	CTR	Custo	Cliques	CPC médio
Total: termos de pesquisa (7)			24,00	R\$ 3,66	10,14%	R\$ 87,85	213	R\$ 0,41
<input type="checkbox"/> pedro sobral	Correspondência ampla	Nenhuma	4,00	R\$ 0,85	8,36%	R\$ 3,41	29	R\$ 0,11
<input checked="" type="checkbox"/> o que é tráfego pago	Corresp. de frase	Nenhuma	0,00	R\$ 0,00	14,15%	R\$ 15,50	30	R\$ 0,52
<input type="checkbox"/> tráfego pago	Corresp. exata	✓ Adicionado	0,00	R\$ 0,00	0,00%	R\$ 0,00	0	R\$ 0,00
<input type="checkbox"/> tráfego pago o que é	Corresp. de frase	Nenhuma	1,00	R\$ 6,16	11,54%	R\$ 6,16	15	R\$ 0,41
<input type="checkbox"/> tráfego pago	Corresp. exata	✓ Adicionado	0,00	R\$ 0,00	0,00%	R\$ 0,00	0	R\$ 0,00
<input type="checkbox"/> gestor de tráfego salário	Correspondência ampla	Nenhuma	0,00	R\$ 0,00	0,00%	R\$ 0,00	0	R\$ 0,00
<input type="checkbox"/> o que é tráfego pago	Correspondência ampla	Nenhuma	0,00	R\$ 0,00	0,00%	R\$ 0,00	0	R\$ 0,00
<input type="checkbox"/> tráfego pago o que é	Corresp. de frase	Nenhuma	0,00	R\$ 0,00	0,00%	R\$ 0,00	0	R\$ 0,00
<input type="checkbox"/> o que é tráfego	Correspondência ampla	Nenhuma	0,00	R\$ 0,00	0,00%	R\$ 0,00	0	R\$ 0,00



Então, dentro dessa seção de termos, você vai conseguir muitas palavras como inspiração para as próprias campanhas. Se você quiser ver apenas as palavras que tiveram um bom resultado de conversão, você pode ordenar essas palavras dessa forma.

Ordenar por impressões também é uma ótima opção de análise porque dessa maneira, você está vendo possibilidades, já que está conhecendo as palavras-chave que foram mais pesquisadas. Analise essas palavras e coloque em bloco de notas para os próximos anúncios ou para as próximas otimizações.

Faça esse mesmo processo em todos os grupos de anúncios. Entre em cada um deles, pesquise os termos de pesquisa, analise e adicione como palavras-chave aqueles que podem gerar mais resultados para as suas campanhas. Tenha com você um bloco de anotações para anotar as palavras encontradas que não foram adicionadas como palavras-chave, mas que podem servir como inspiração para as próximas campanhas ou otimizações.

Recapitulando:

Você deve:

- Ordenar as palavras por conversão;
- Ordenar as palavras por custo/conversão;
- Ordenar as palavras por impressão;
- Ordenar as palavras por custo com o filtro conversões < que 1.

Como assim “ordenar as palavras por custo com o filtro conversões < que 1”?

Quando você analisa as palavras através do custo de conversão, aparecem desde as mais caras, como as mais baratas. Porém, se você gastar R\$50,00 (cinquenta reais) em uma palavra-chave que não fez nenhuma conversão, ela não vai aparecer para você nesse filtro, já que ela não tem uma conversão.

Nesse caso, você precisa criar um filtro para analisar resultados assim. Para fazer isso, dentro dos termos de pesquisa no gerenciador do Google Ads, clique em “**adicionar filtro**”:

Google Ads | Todas as campanhas > [2022] [C-CONVERSÃO] [CONVITE AULAS] [SEARCH] [A] Convite para aulas > Gestor de tráfego

Visão geral Recomendações Anúncios e extensões Páginas de destino Palavra-chave Palavra-chave de pesquisa Palavras-chave negativas Termos de pesquisa Informações do leito PÚBLICO-ALVO Configurações Dispositivos Histórico de alterações

Palavras-chave de pesquisa

Palavras-chave negativas

Termos de pesquisa

Informações do leito

PÚBLICO-ALVO

Configurações

Dispositivos

Histórico de alterações

30 dias atrás 7 jan a 5 fev 2022

Termos de pesquisa

Adicionar filtro

Termo de pesquisa	Tipo de correspondência	Adicionado/excluído	Conversões	↓ Custo / conv.	CTR	Custo	Cliques	CPC médio	Impr.	Taxa de conv.
Total: termos de pesquisa			431.95	RS 2.75	7,62%	RS 1.186,59	1.224	RS 0,97	16.058	35,29%
gestor de tráfego curso	Correspondência ampla	Nenhuma	1,00	RS 7,91	13,89%	RS 7,91	5	RS 1,58	36	20,00%
curso gestor de tráfego gratuito	Correspondência de frase	Nenhuma	1,00	RS 7,47	28,00%	RS 7,47	7	RS 1,07	25	14,29%
curso tráfego pago	Correspondência ampla	Nenhuma	1,00	RS 7,30	8,33%	RS 7,30	6	RS 1,22	72	16,67%
curso gestão de tráfego	Correspondência exata (variação aproximada)	Nenhuma	1,00	RS 7,05	8,54%	RS 7,05	7	RS 1,01	82	14,29%
gestor de tráfego	Correspondência exata	Adicionado	2,00	RS 6,63	8,13%	RS 13,27	13	RS 1,02	160	15,38%
curso de gestão de tráfego	Correspondência de frase (variação aproximada)	Nenhuma	1,00	RS 6,61	20,00%	RS 6,61	6	RS 1,10	30	16,67%
aulas online gratuitas pedro sobral	Correspondência ampla	Nenhuma	1,00	RS 5,86	50,00%					
curso de gestor de tráfego	Correspondência de frase (variação aproximada)	Nenhuma	1,00	RS 5,85	17,39%					
gestão de tráfego curso	Correspondência exata (variação aproximada)	Nenhuma	1,00	RS 5,62	9,84%					
curso gestor de tráfego digital	Correspondência de frase (variação aproximada)	Nenhuma	1,00	RS 5,61	14,29%					
curso de tráfego pago gratuito	Correspondência ampla	Nenhuma	1,00	RS 5,50	19,23%					
curso de tráfego pago gratuito	Correspondência ampla	Nenhuma	1,00	RS 5,17	22,22%					
gestão de tráfego	Correspondência ampla	Nenhuma	2,00	RS 5,16	9,09%					
gestor de tráfego curso gratuito	Correspondência de frase (variação aproximada)	Nenhuma	1,00	RS 4,66	11,11%					

Em seguida, selecione “**conversões**” e configure com o “> que 1” (menor que 1). Ao fazer isso, clique em “**aplicar**”:

Google Ads | Todas as campanhas > [2022] [C-CONVERSÃO] [CONVITE AULAS] [SEARCH] [A] Convite para aulas > Gestor de tráfego

Visão geral Recomendações Anúncios e extensões Páginas de destino Palavra-chave Palavra-chave de pesquisa Palavras-chave negativas Termos de pesquisa Informações do leito PÚBLICO-ALVO Configurações Dispositivos Histórico de alterações

Palavras-chave de pesquisa

Palavras-chave negativas

Termos de pesquisa

Informações do leito

PÚBLICO-ALVO

Configurações

Dispositivos

Histórico de alterações

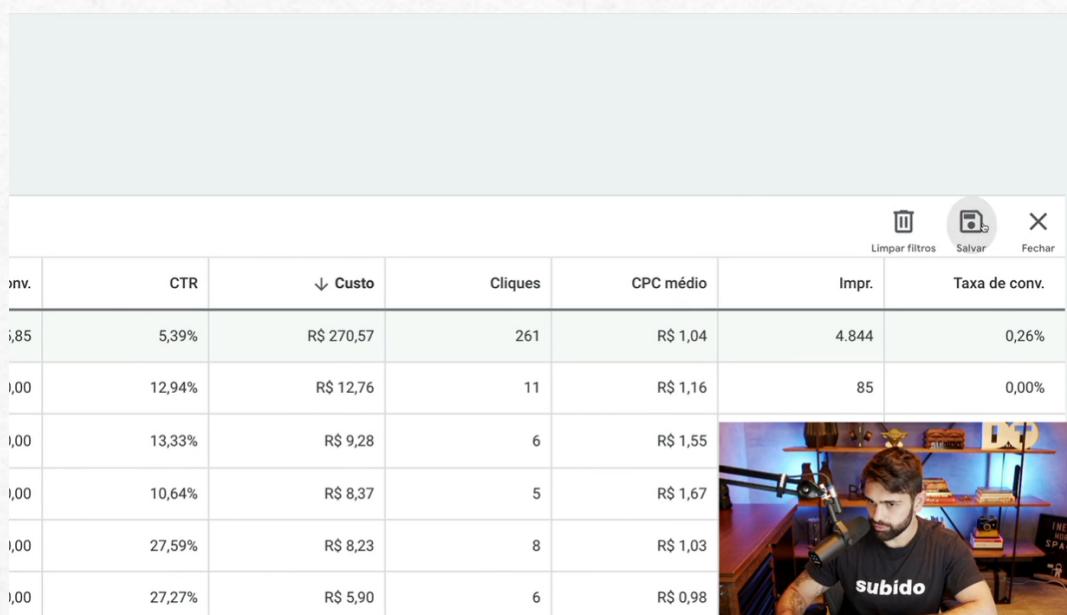
Conversões

Aplicar

Termo de pesquisa	Tipo de correspondência	Adicionado/excluído	Conversões	↓ Custo / conv.	CTR	Custo	Cliques	CPC médio	Impr.	Taxa de conv.
Total: termos de pesquisa			431.95	RS 2,75	7,62%	RS 1.186,59	1.224	RS 0,97	16.058	35,29%
gestor	Correspondência ampla	Nenhuma	1,00	RS 7,91	13,89%	RS 7,91	5	RS 1,58	36	20,00%
curso	Correspondência de frase	Nenhuma	1,00	RS 7,47	28,00%	RS 7,47	7	RS 1,07	25	14,29%
curso tráfego pago	Correspondência ampla	Nenhuma	1,00	RS 7,30	8,33%	RS 7,30	6	RS 1,22	72	16,67%
curso gestão de tráfego	Correspondência exata (variação aproximada)	Nenhuma	1,00	RS 7,05	8,54%	RS 7,05	7	RS 1,01	82	14,29%
gestor de tráfego	Correspondência exata	Adicionado	2,00	RS 6,63	8,13%	RS 13,27	13	RS 1,02	160	15,38%
curso de gestão de tráfego	Correspondência de frase (variação aproximada)	Nenhuma	1,00	RS 6,61	20,00%	RS 6,61	6	RS 1,10	30	16,67%
aulas online gratuitas pedro sobral	Correspondência ampla	Nenhuma	1,00	RS 5,86	50,00%					
curso de gestor de tráfego	Correspondência de frase (variação aproximada)	Nenhuma	1,00	RS 5,85	17,39%					
gestão de tráfego curso	Correspondência exata (variação aproximada)	Nenhuma	1,00	RS 5,62	9,84%					
curso gestor de tráfego digital	Correspondência de frase (variação aproximada)	Nenhuma	1,00	RS 5,61	14,29%					
curso de tráfego pago gratuito	Correspondência ampla	Nenhuma	1,00	RS 5,50	19,23%					
curso gestor de tráfego pdf	Correspondência de frase (variação aproximada)	Nenhuma	1,00	RS 5,50	19,23%					
curso de tráfego pago gratuito	Correspondência ampla	Nenhuma	1,00	RS 5,17	22,22%					
gestão de tráfego	Correspondência ampla	Nenhuma	2,00	RS 5,16	9,09%					
gestor de tráfego curso gratuito	Correspondência de frase (variação	Nenhuma	1,00	RS 4,66	11,11%					

Seu filtro está pronto para ser usado, agora, basta ordenar por custo. Dessa forma, você vai conhecer as palavras-chaves que gastaram dinheiro, mas que não fizeram nenhuma conversão.

Para salvar este filtro, clique no ícone de funil que aparece ao lado de “conversões < 1,00” e em seguida, clique em “**salvar**”. Coloque o nome e clique em “**salvar**” para finalizar a alteração:



The screenshot shows a search results page with a table of ads. The table has columns for CTR, Custo, Cliques, CPC médio, Impr., and Taxa de conv. The last column contains a small image of a man with a beard and a microphone, wearing a t-shirt that says 'Subido'.

Conv.	CTR	↓ Custo	Cliques	CPC médio	Impr.	Taxa de conv.
1,85	5,39%	R\$ 270,57	261	R\$ 1,04	4.844	0,26%
1,00	12,94%	R\$ 12,76	11	R\$ 1,16	85	0,00%
1,00	13,33%	R\$ 9,28	6	R\$ 1,55		
1,00	10,64%	R\$ 8,37	5	R\$ 1,67		
1,00	27,59%	R\$ 8,23	8	R\$ 1,03		
1,00	27,27%	R\$ 5,90	6	R\$ 0,98		

Assim que você usar essa opção, não se esqueça de limpar o filtro para fazer novas consultas. E esse processo deve ser feito uma vez a cada 30 dias em todos os seus grupos de anúncios.

“Ah, Pedro, mas desse jeito é muito trabalhoso...”

É exatamente isso que os gestores de tráfego não têm resultado. Para ter um custo por conversão menor e muitas convenções, você precisa de muita organização e tempo para otimizações. Coloque na sua agenda e faça acontecer. A hora de otimizar é realmente chata, mas se você quiser bons resultados vai ter que se submeter a ela.

No próximo pdf eu vou te ensinar como excluir palavras-chave. Então, se quiser, já leia na sequência para não perder o foco.

Tamo junto!