



# GOOGLE ADS

Aqui você pode colocar um subtítulo ou uma breve descrição do assunto abordado. No máximo 4 linhas de texto



# Sumário

0101001 0110110 0110111 0110110 0110001 1110011  
1110011 0110111 01000000 0110101 01000000  
0110011 0110101 0110011 0110100 1110011 0110111

## Aula 1.0

Aula 1.1  
Aula 1.2  
Aula 1.3  
Aula 1.4

## Aula 3.0

Aula 3.1  
Aula 3.2  
Aula 3.3  
Aula 3.4

## Aula 5.0

Aula 5.1  
Aula 5.2  
Aula 5.3  
Aula 5.4

## Aula 2.0

Aula 2.1  
Aula 2.2  
Aula 2.3  
Aula 2.4

## Aula 4.0

Aula 4.1  
Aula 4.2  
Aula 4.3  
Aula 4.4



// Aula 01 \_

# TÍTULO DA AULA SEMPRE EM CAIXA ALTA



// Aula 1.2 \_

# O QUE É GOOGLE ADS

# O QUE É GOOGLE ADS?





**Ferramenta de publicidade**  
do maior buscador do mundo

# O QUE É GOOGLE ADS?






Variedade de **formatos de anúncio**

# O QUE É GOOGLE ADS?

-  Variedade de **formatos de anúncio**
-  Segmentação avançada

# O QUE É GOOGLE ADS?

-  Variedade de **formatos de anúncio**
-  Segmentação avançada
-  Flexibilidade de orçamento





**Antes de iniciar:**

Traçar a melhor estratégia



# Antes de iniciar:

Definir o investimento



## Antes de iniciar:

Escolher o tipo de campanha

# CONHEÇA NOSSO CLIENTE

Site de adoção que liga tutores à  
animais em busca de um lar



# CONHEÇA NOSSO CLIENTE

Site de adoção que liga tutores à animais em busca de um lar

**Objetivo:** aumentar a visualização do site



// Aula 1.3 \_

# TIPOS DE CAMPANHA E FORMATOS DE ANÚNCIO

# REDE DE PESQUISA

Patrocinado



Alura

<https://www.alura.com.br> ⋮

## Cursos e Formações completas - Mergulhe na Alura

Desenvolva na prática suas habilidades em programação, dados, infraestrutura e muito mais.

Na **Alura** você tem acesso a formações completas para todos os níveis de conhecimento.

### Cursos de Programação

Java, PHP, .NET, Python e outras linguagens de programação.

# REDE DE DISPLAY

The image shows a screenshot of the Estadão website. The top navigation bar is blue and contains the Estadão logo, a menu icon, and several navigation links: 'Notícias & Editorias', 'Ver & Ouvir', 'Dia a dia', and 'Produtos'. There is also a search bar and a yellow button that says 'ASSINE ESTADÃO'. Below the navigation bar, the main content area features a large headline: 'Show da Madonna: Veja as regras de lotação, segurança, transporte público e mais'. Underneath the headline is a short paragraph of text. At the bottom of the screenshot, there is a dark blue advertisement for Monday CRM. The ad includes the text 'Auto-enrich company data with Crunchbase' and a 'Show me how' button. A small window is overlaid on the ad, showing a form with fields for 'Account name', 'Account info', 'URL', and 'Company name'. The URL field contains 'www.company-urf.com'. A blue button with the text '+ Add to board' is also visible in the ad's interface.

ESTADÃO

Notícias & Editorias Ver & Ouvir Dia a dia Produtos Buscar... ASSINE ESTADÃO Entrar

## Show da Madonna: Veja as regras de lotação, segurança, transporte público e mais

Trânsito será interditado em Copacabana, e metrô e ônibus terão operação especial; conheça o esquema de segurança para o show que deve levar mais de 1,5 milhão de pessoas à praia no sábado, 4

PUBLICIDADE

monday sales CRM

Auto-enrich company data with Crunchbase

Show me how

Account name

Account info

URL

www.company-urf.com

Company name

cb

When URL is filled, enrich account info

+ Add to board



# SHOPPING

Google

garrafa térmica



Todas

Shopping

Imagens

Videos

Notícias

Mais

Ferramentas

SafeSearch

Café

Stanley

Água

1 Litro

5 Litros

Inox

Termolar

Infantil

2 litros

Patrocinado



Garrafa  
Térmica Fresca

R\$ 139,90

Gocase

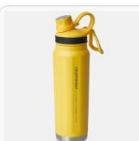
★★★★★ (2k+)



Garrafa Steel  
Mix

R\$ 169,90

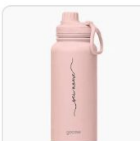
Track&Field



Garrafa  
Térmica Galapagos

R\$ 149,00

Galapagos O...

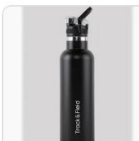


Garrafa  
Térmica Fresca

R\$ 179,90

Gocase

★★★★★ (2k+)



Garrafa Steel  
Sport

R\$ 189,90

Track&Field

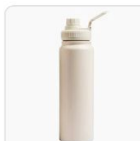


Garrafa  
squeeze de Riachuelo

R\$ 29,90

R\$ 60

Riachuelo



Garrafa De  
Água Térmica

R\$ 72,99

Amazon.com...



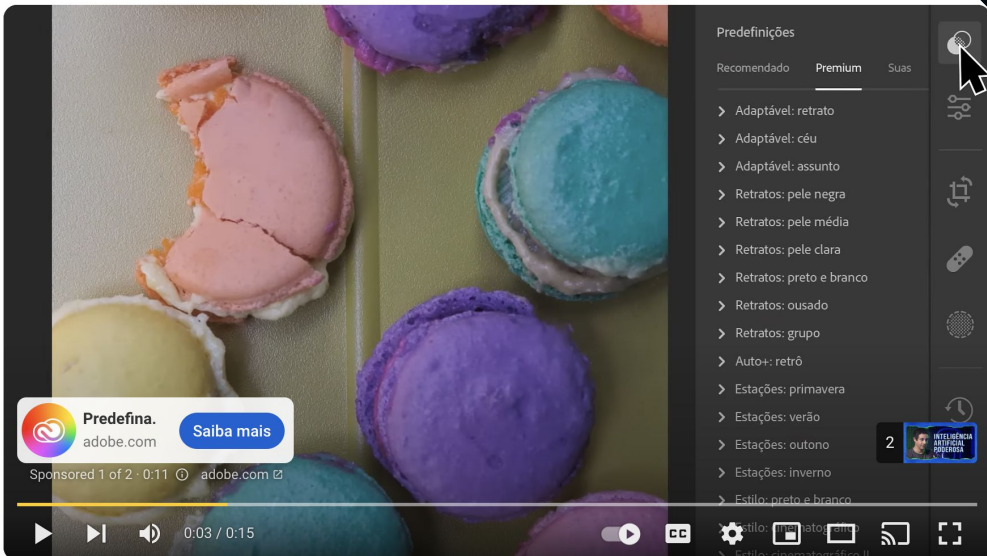
Garrafa  
Térmica Quic

R\$ 245,00

Stanley Brasil

★★★★★ (1k+)

# VÍDEO



The screenshot shows a YouTube video player. The video content is a close-up of several colorful macarons (pink, blue, purple, yellow) on a light green surface. An Adobe Predefina overlay is visible in the bottom left of the video frame, with the text "Predefina. adobe.com" and a "Saiba mais" button. A sponsored notice below the video reads "Sponsored 1 of 2 · 0:11 © adobe.com". The video progress bar shows 0:03 / 0:15. On the right side, a settings menu is open, titled "Predefinições", with tabs for "Recomendado", "Premium", and "Suas". A mouse cursor is pointing at the "Premium" tab. The menu lists various preset categories such as "Adaptável: retrato", "Retratos: pele negra", etc. At the bottom of the video frame, a small thumbnail for another video is visible with the text "2" and "INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL PODEROSA".

Predefinições


Recomendado Premium Suas


- > Adaptável: retrato
- > Adaptável: céu
- > Adaptável: assunto
- > Retratos: pele negra
- > Retratos: pele média
- > Retratos: pele clara
- > Retratos: preto e branco
- > Retratos: ousado
- > Retratos: grupo
- > Auto+: retrô
- > Estações: primavera
- > Estações: verão
- > Estações: outono
- > Estações: inverno
- > Estilo: preto e branco


2


INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL PODEROSA


Será que a inteligência artificial será tão poderosa quanto os seres humanos? com Gui Silveira


 Alura  
428K subscribers

 Subscribed

 1K

 Share

 Download



# APLICATIVO

Podem ser exibidos em Pesquisas, na Rede de Display, no YouTube e no Google Play.

# FORMATOS DE ANÚNCIO



## **Texto**

Rede de pesquisa e Rede de display

# FORMATOS DE ANÚNCIO



## **Texto**

Rede de pesquisa e Rede de display



## **Imagem**

Rede de display e Shopping

# FORMATOS DE ANÚNCIO



## Vídeo

Youtube e outros locais

# FORMATOS DE ANÚNCIO



## **Vídeo**

Youtube e outros locais



## **Shopping**

Shopping, Pesquisa e Display

// Aula 1.4 \_

# DEFININDO A CAMPANHA IDEAL





Objetivo bem definido

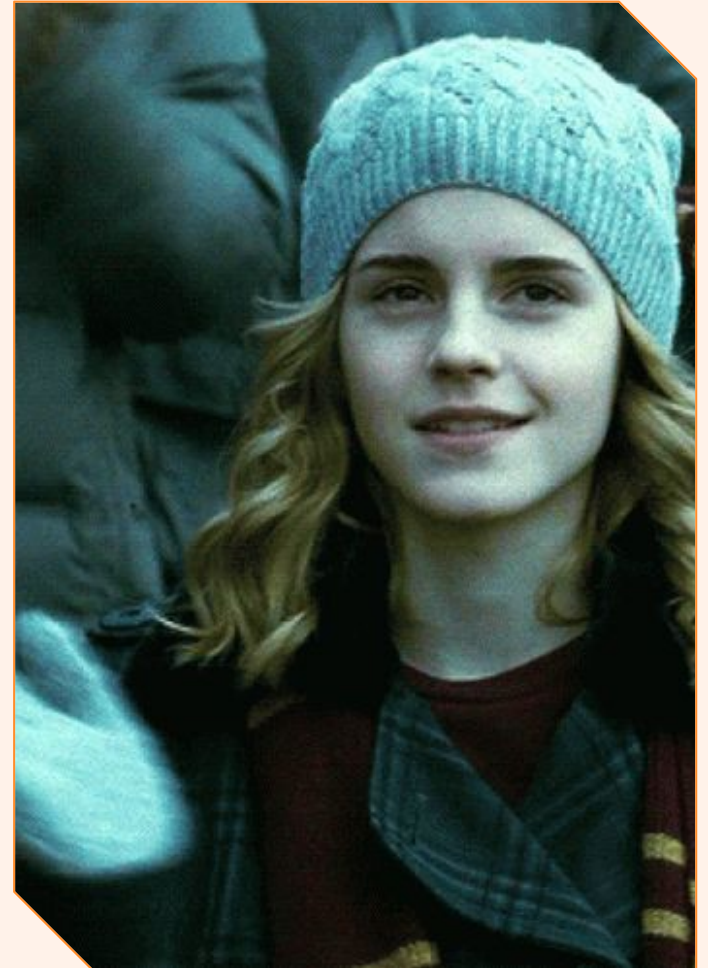


● Objetivo bem definido

● Tenha atenção com o **público alvo**



- Objetivo bem definido
- Tenha atenção com o **público alvo**
- Finalmente defina tipo de campanha e o formato de anúncio



## Boas-vindas!

Adotar pode mudar uma vida. Que tal buscar seu novo melhor amigo hoje? Vem com a gente!

Já tenho conta

Quero me cadastrar



// Aula 2.4 \_

# ORÇAMENTO E LEILÃO

# ORÇAMENTO



O orçamento no Google Ads é o **valor máximo** que um anunciante está disposto a gastar em uma campanha publicitária

# ORÇAMENTO



Orçamento diário VS  
Orçamento total

# ORÇAMENTO






Orçamento diário VS  
Orçamento total

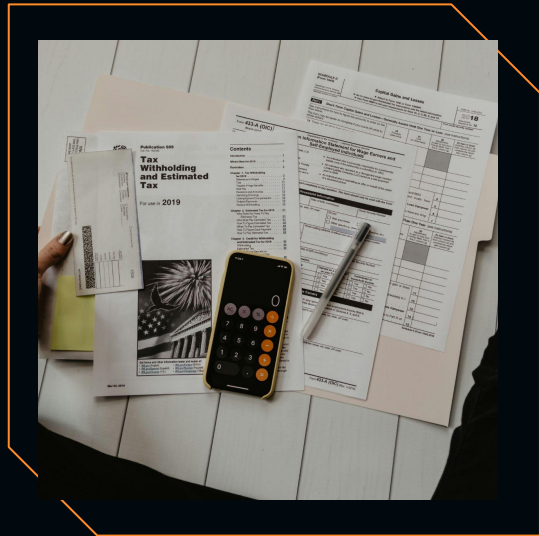


Quando o valor total é  
atingido, o anúncio para de  
aparecer



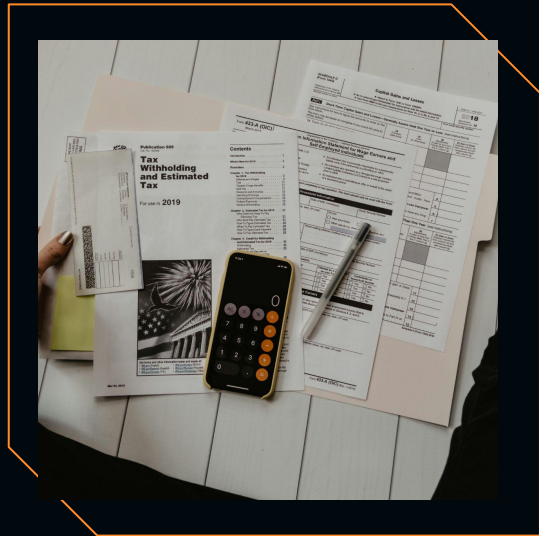
# ORÇAMENTO

-  Orçamento diário VS  
Orçamento total
-  Quando o valor total é atingido, o anúncio para de aparecer
-  Não há valor máximo ou mínimo



# Como calcular

Orçamento  $\div$  média de dias do mês  
= Orçamento diário



# Como calcular



$$1000 \div 30,4 = 32,89$$

# LEILÃO



Define quais anúncios serão exibidos e em qual posição

# LEILÃO

-  Define quais anúncios serão exibidos e em qual posição
-  Realizado toda vez que alguém faz uma pesquisa no Google ou visita um site parceiro

# LEILÃO



Fatores: lance, qualidade do anúncio, qualidade do site, palavra-chave, etc.

# LEILÃO

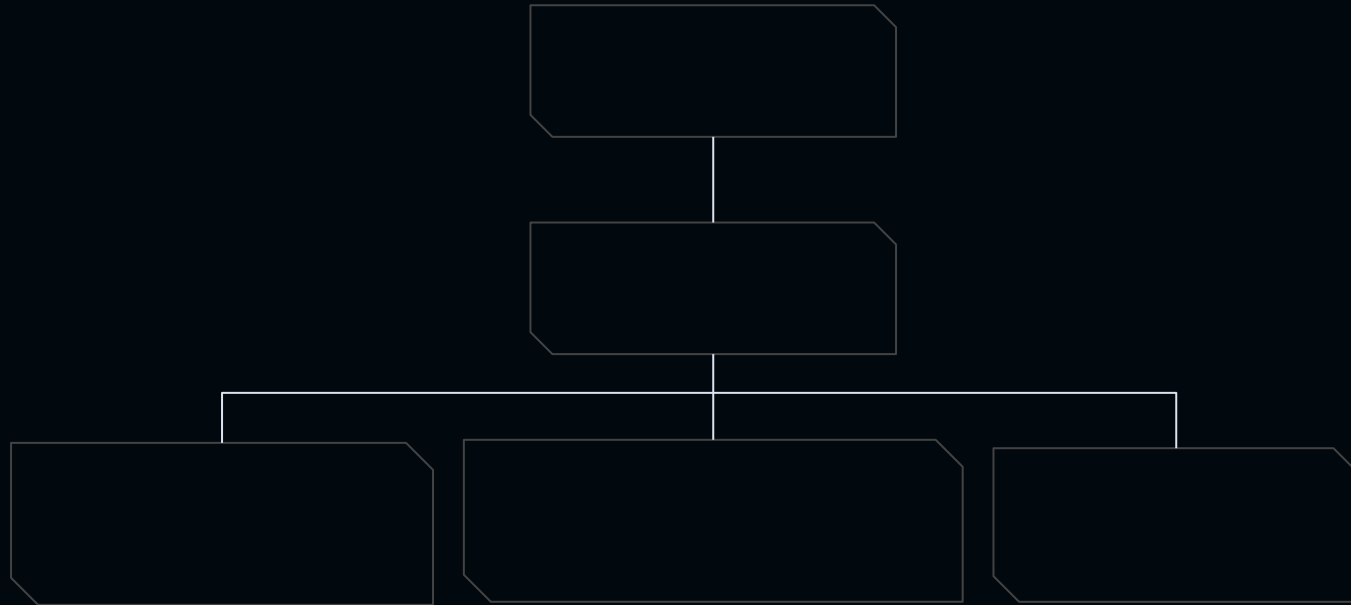
- ⊗ Fatores: lance, qualidade do anúncio, qualidade do site, palavra-chave, etc.
- ⊗ Cobrança: somente quando o usuário clica no anúncio

// Aula 3.1 \_

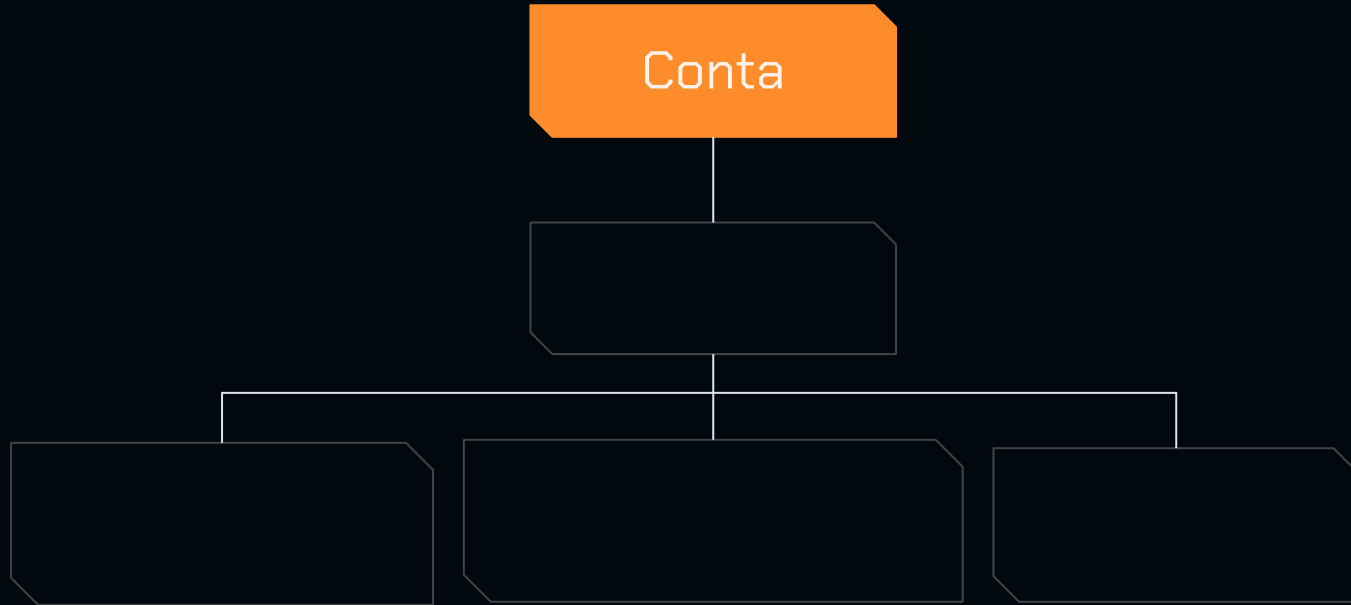
# GRUPOS DE ANÚNCIO



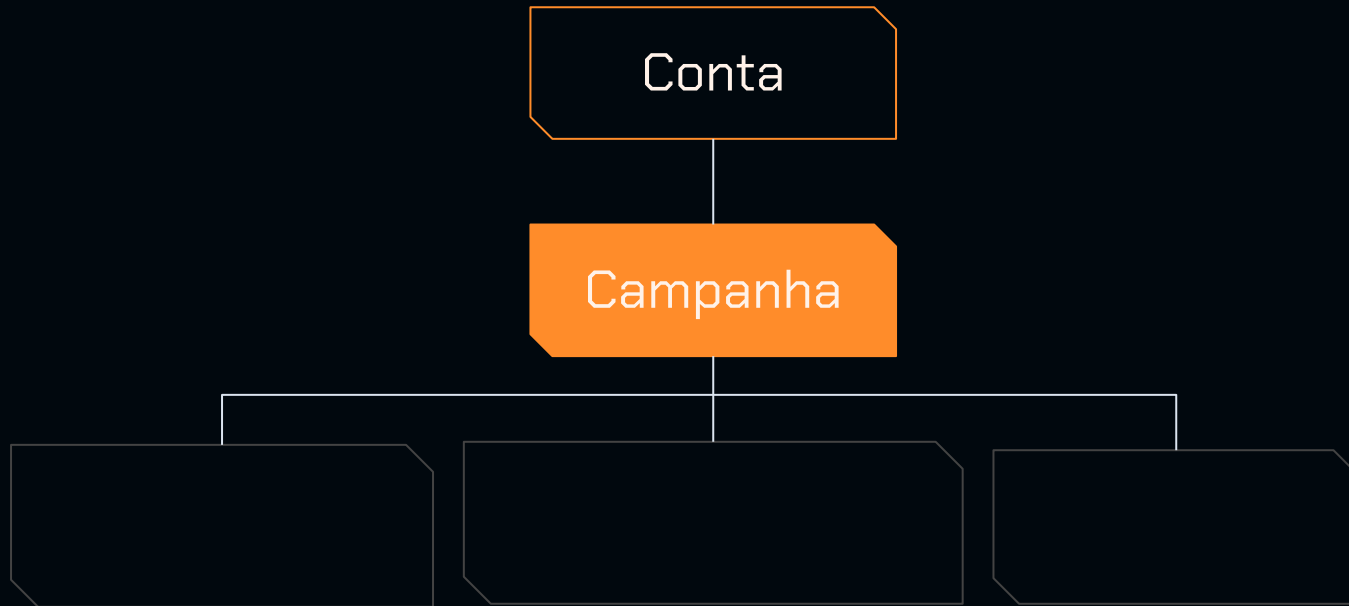
# ORDEM DE CRIAÇÃO DE CAMPANHA



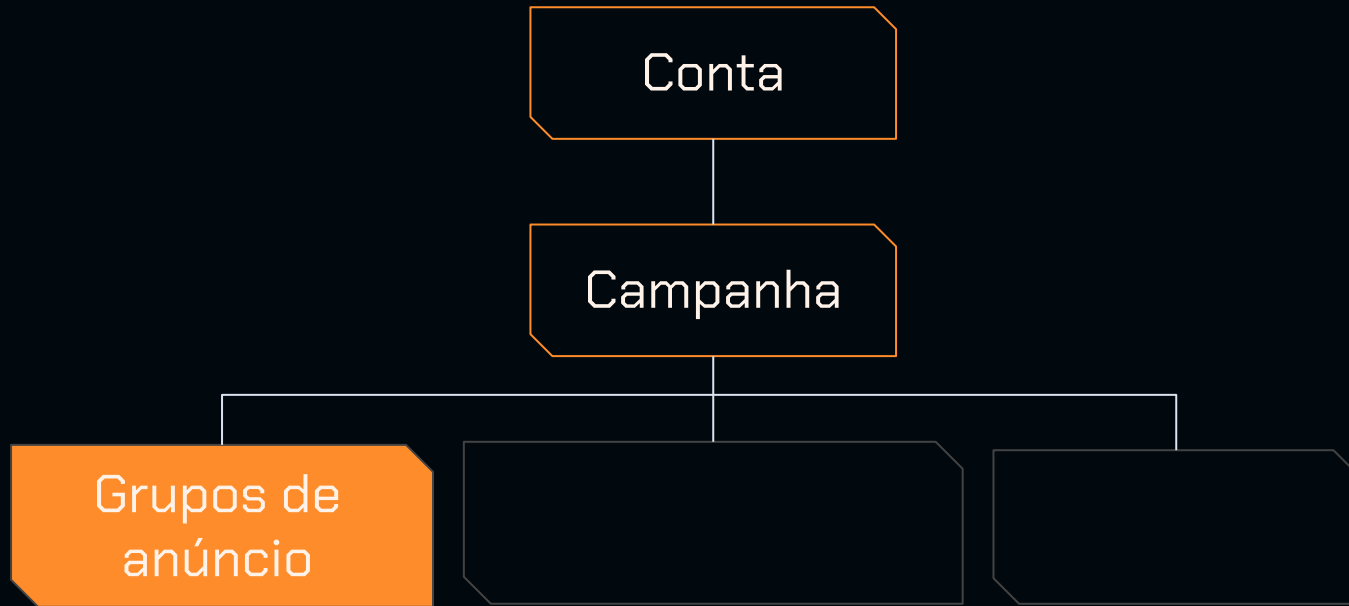
# ORDEM DE CRIAÇÃO DE CAMPANHA



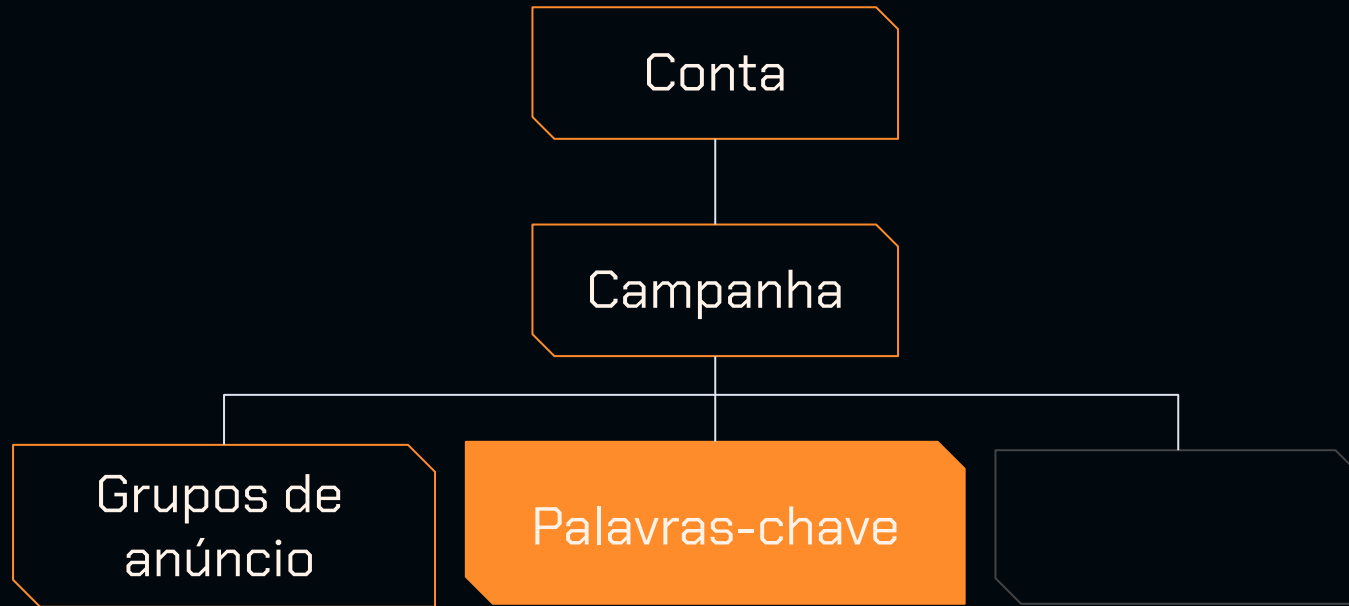
# ORDEM DE CRIAÇÃO DE CAMPANHA



# ORDEM DE CRIAÇÃO DE CAMPANHA



# ORDEM DE CRIAÇÃO DE CAMPANHA



# ORDEM DE CRIAÇÃO DE CAMPANHA



# GRUPOS DE ANÚNCIO



Unidades organizacionais dentro de campanhas publicitárias que **agrupam anúncios e palavras-chave relacionados**



# GRUPOS DE ANÚNCIO



Organização estruturada das  
campanhas





# GRUPOS DE ANÚNCIO



Organização estruturada das campanhas



Aumentam a relevância dos anúncios para as palavras-chave específicas



# GRUPOS DE ANÚNCIO



Facilitam testes e otimizações



# GRUPOS DE ANÚNCIO



Facilitam testes e otimizações



Facilitam o controle do orçamento



<b>Adoção</b>	<b>Veterinário</b>	<b>Pet shop</b>
Adoção de cachorro	Veterinária	Pet shop banho e tosa perto de mim
Adoção de gatos	Veterinário 24h	Pet shop tosa e banho
Adoção de animais	Veterinário perto de mim	Pet shop banho e tosa

# GRUPOS DE ANÚNCIO



Maior controle sobre cada  
serviço e mais fácil de realizar  
ajustes





Podemos definir um lance máximo para cada palavra-chave ou cada grupo de anúncio



Podemos definir um lance máximo para cada palavra-chave ou cada grupo de anúncio



## **CPC MÁXIMO** Custo Por Clique Máximo





// Aula 3.2 \_

# PALAVRAS-CHAVE

a



# PALAVRAS-CHAVE



# PALAVRAS-CHAVE



Termos ou frases que os anunciantes selecionam para acionar a exibição de seus anúncios quando um usuário realiza uma pesquisa no Google.



# PALAVRAS-CHAVE



Elas são escolhidas com base em sua relevância para os produtos, serviços ou conteúdos anunciados.



# CORRESPONDÊNCIA DE PALAVRAS-CHAVE



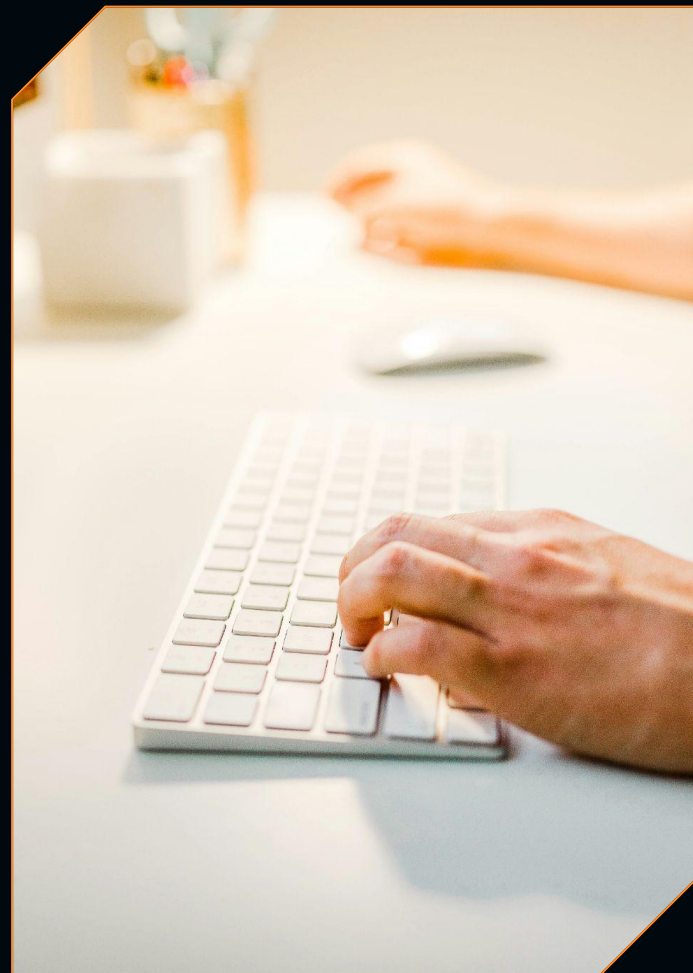
Amplas



“Frases”



[Exatas]



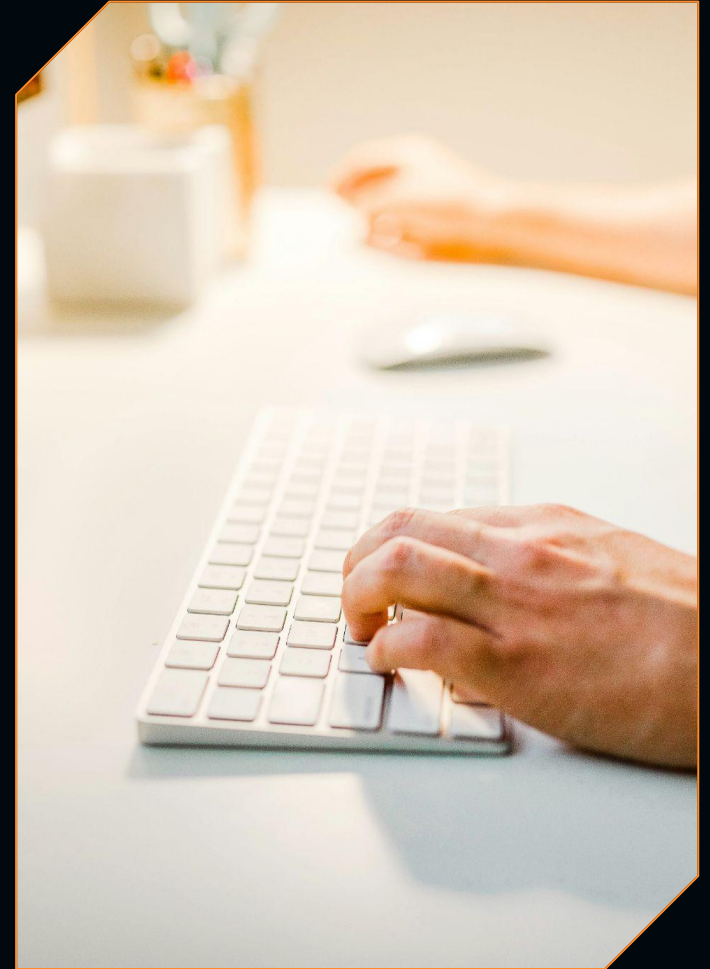
# AMPLA



Os anúncios podem aparecer para pesquisas relacionadas com a palavra-chave



Ex: Adoção de animais, adoção de crianças, etc.



# AMPLA



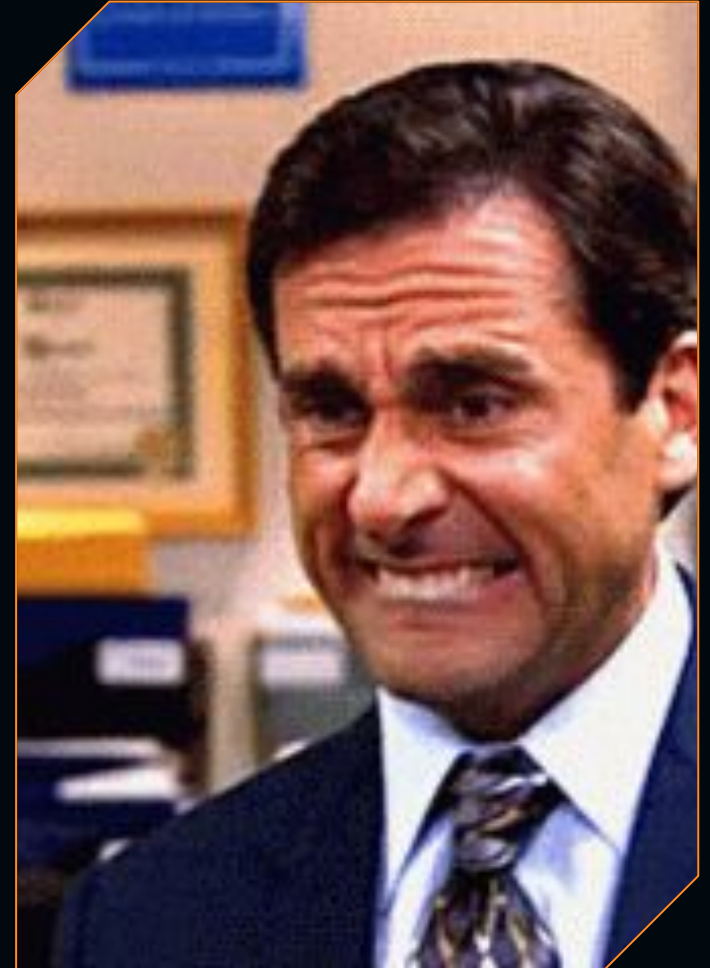
Os anúncios podem aparecer para pesquisas relacionadas



Podem trazer buscas indesejadas



Não são interessantes para serviços específicos



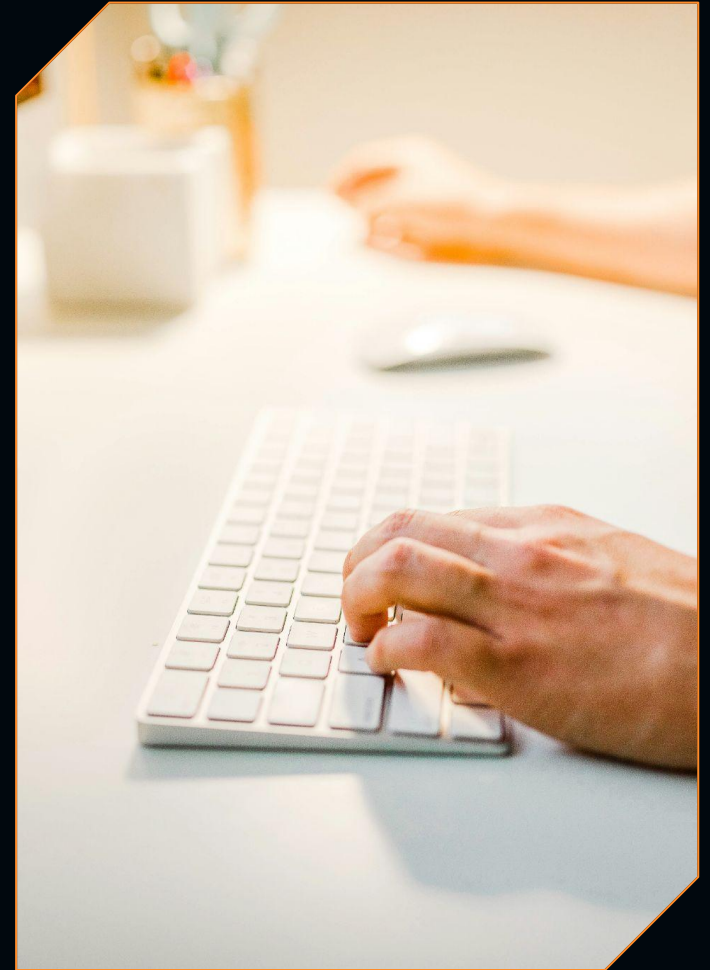
# “FRASE”



Podem aparecer com palavras antes, no meio e depois do termo, porém tem que ter o termo adicionado



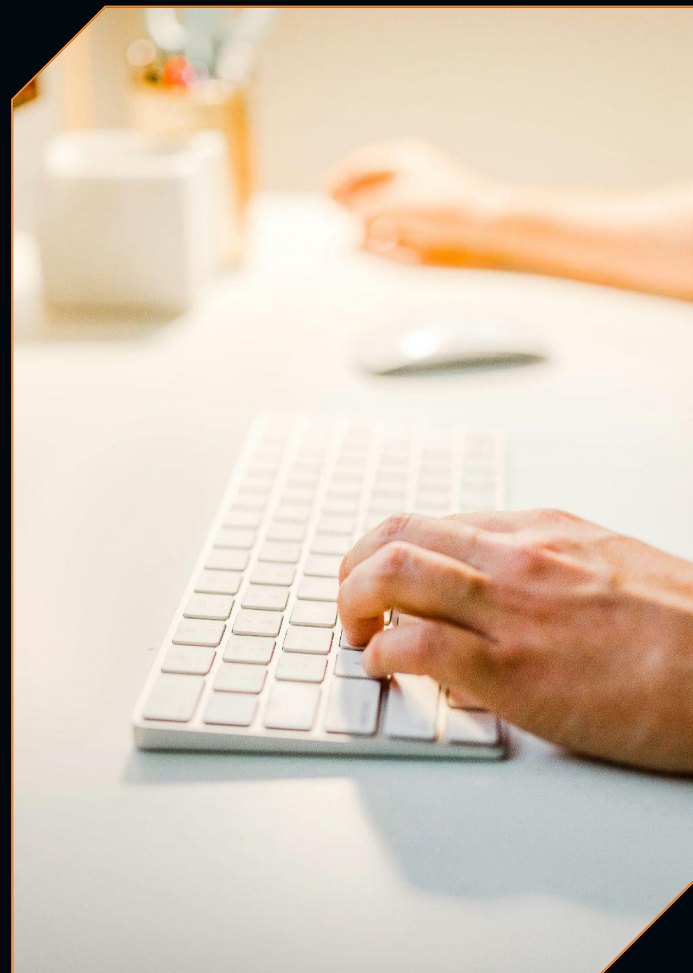
**Pet shop perto de mim**



# [EXATAS]

Os anúncios aparecem para buscas com o mesmo significado do termo inserido e termos com erros ortográficos

»»» Veterinário: veterinario, veterinario, etc.





# PALAVRAS-CHAVE NEGATIVAS



Aquelas-que-não-devem-ser  
-nomeadas



Palavras que **não**  
queremos que ativem  
nosso anúncio



# PALAVRAS-CHAVE NEGATIVAS

- ⊗ Vaga
- ⊗ Emprego
- ⊗ Grátis
- ⊗ PDF



An orange L-shaped graphic element consisting of a vertical line on the left and a horizontal line at the top, meeting at a rounded corner at the bottom left. A small orange rectangular block is positioned on the vertical line.

// Aula 3.3 \_

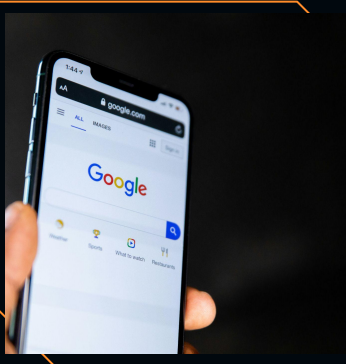
# LANCES

a



## O que são?

Os lances são os valores máximos que os anunciantes estão dispostos a pagar



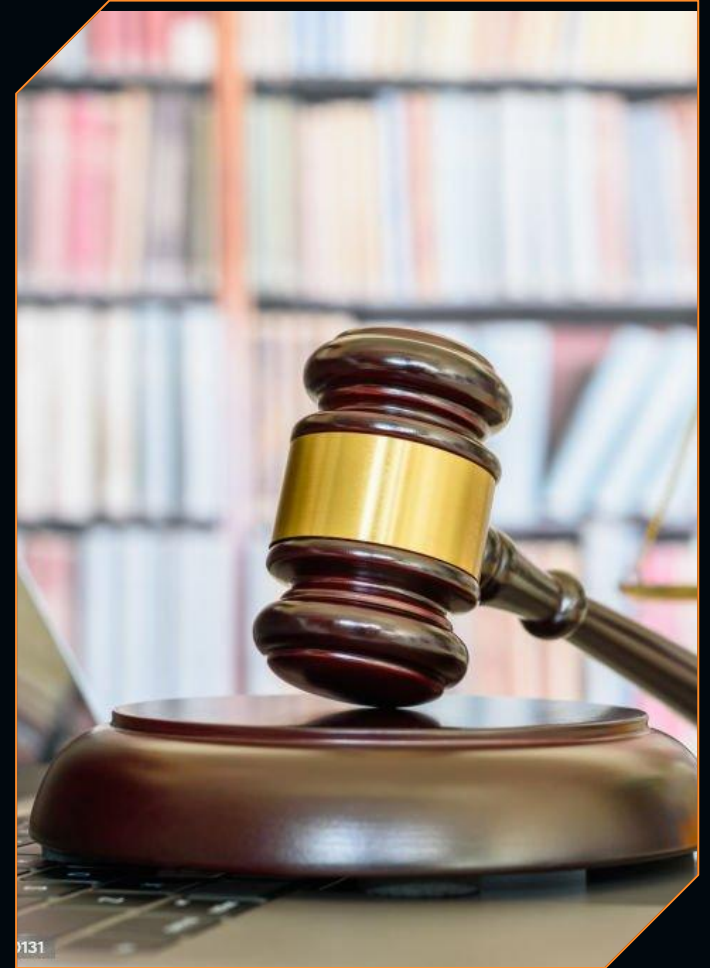
## O que são?

Determinam a posição dos anúncios nos resultados de pesquisa

# LEILÃO



Determina qual anúncio será exibido e em que posição



# LEILÃO



Determina qual anúncio será exibido e em que posição



Diversos fatores determinantes



# CPC MÁXIMO



É possível definir um valor máximo de lance para cada grupo de anúncio



# CPC MÁXIMO



É possível definir um valor máximo de lance para cada grupo de anúncio



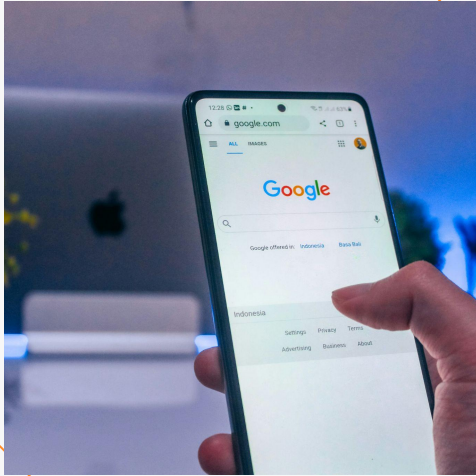
Ex: Veterinário perto de mim - R\$2,00





// Aula 4.1 \_

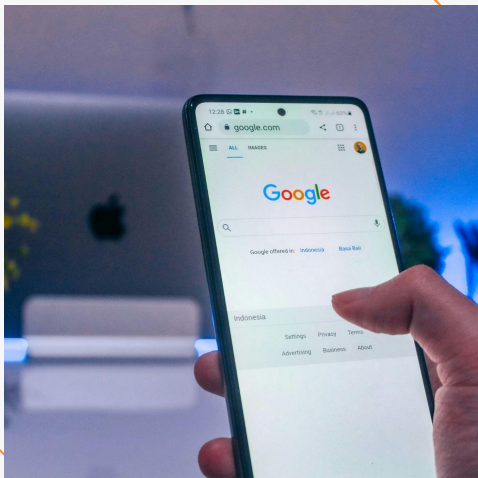
# CRIANDO ANÚNCIO



# Anúncios de texto responsivo



Flexíveis e ajustáveis



# Anúncios de texto responsivo

- 🌀 Flexíveis e ajustáveis
- 🌀 Várias opções fornecidas ao Google

# ANÚNCIO DE TEXTO RESPONSIVO



## **Título**

15 títulos com 30 caracteres




## **Descrição**

4 descrições de até 90  
caracteres





# Anúncios de chamada

 Projetados para dispositivos móveis



# Anúncios de chamada

- ⊗ Projetados para dispositivos móveis
- ⊗ Número de telefone e chamada para ação



# Anúncios de chamada

- ⊗ Projetados para dispositivos móveis
- ⊗ Número de telefone e chamada para ação
- ⊗ Direcionamento de tráfego

// Aula 4.2 \_

# IA NA CRIAÇÃO DE ANÚNCIO



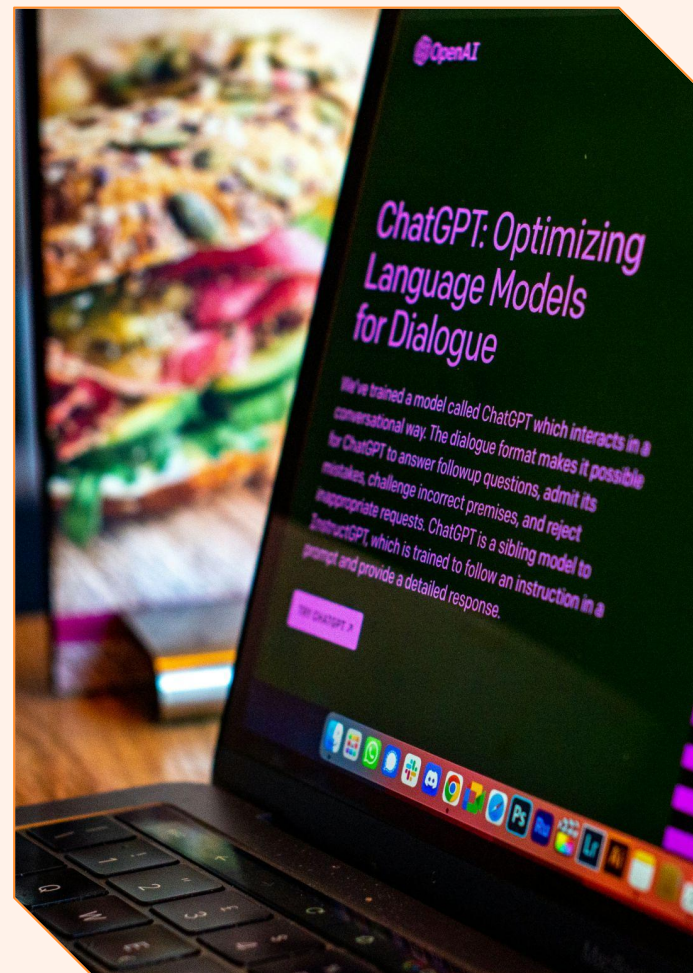
# OTIMIZAÇÃO DE PALAVRAS-CHAVE



Identificar as palavra-chave mais relevantes e efetivas para o anúncio



Chat GPT; Gemini



# OTIMIZAÇÃO DE LANCE

⊗ Ajustar automaticamente os lances para maximizar o retorno sobre o investimento

»» Smart Bidding (Lances inteligentes)



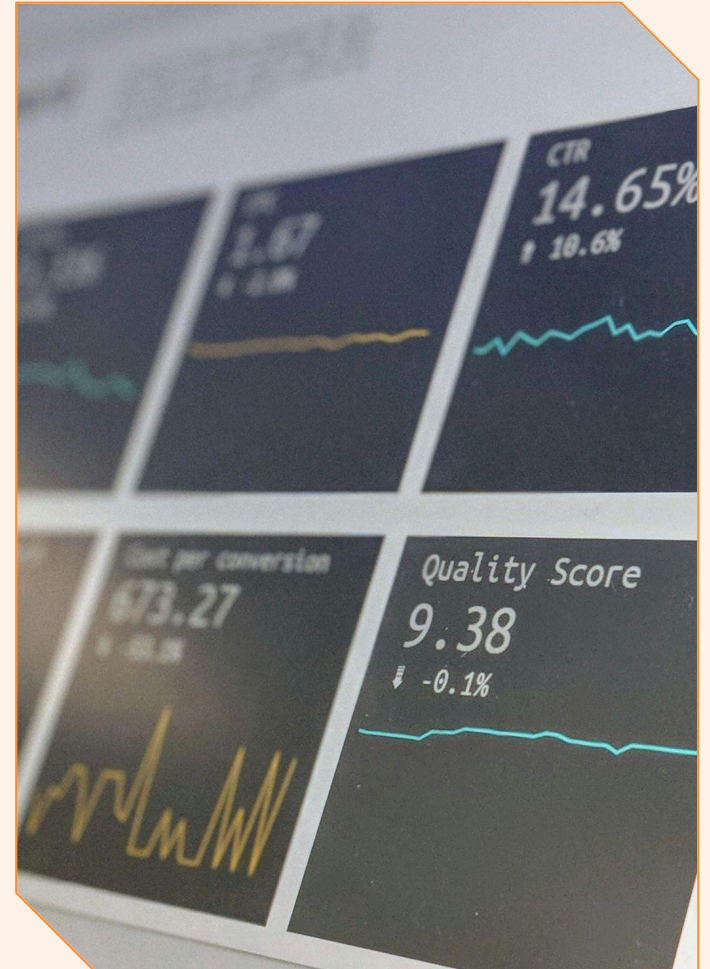
# OTIMIZAÇÃO DE DESEMPENHO



Analisar continuamente o desempenho dos seus anúncios



Performance Planner  
(Planejador de Desempenho)



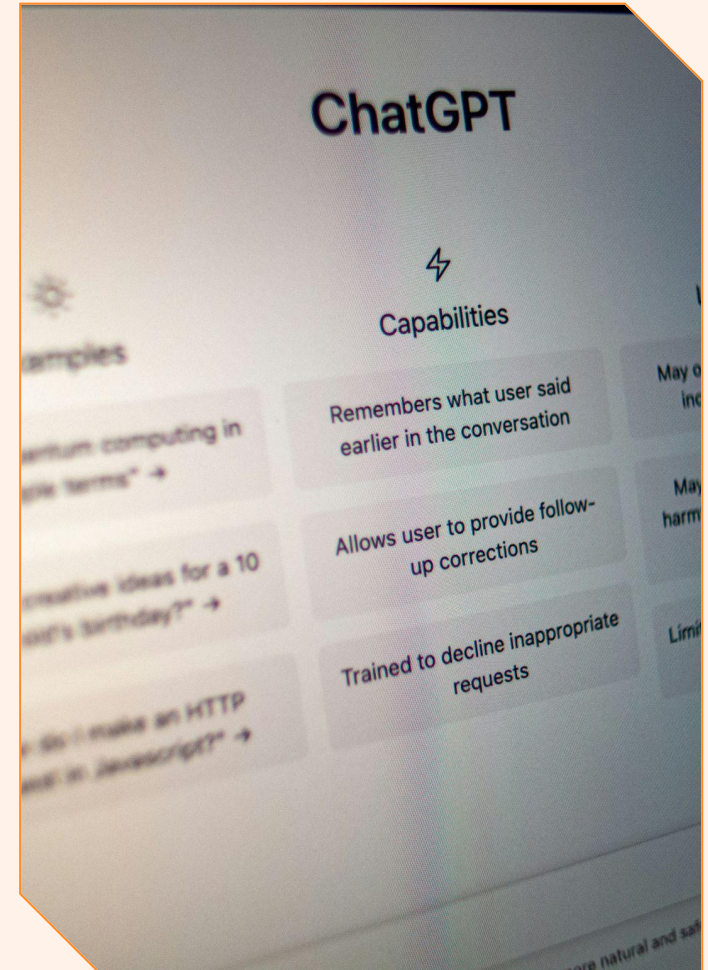
# TÍTULOS E DESCRIÇÕES



A IA pode sugerir títulos e descrições com base nas informações fornecidas



Chat GPT; Gemini



// Aula 5.1 \_

# LOCAL E PROGRAMAÇÃO DE CAMPANHA



# Local



Por país, cidade, bairro ou município reconhecido pelo Google



# Local

 Por raio a partir de um ponto fixo

 Ideal para comércios locais



# Programação



É possível organizar os dias e horários de veiculação dos anúncios





// Aula 5.2 \_

# IDIOMAS, DISPOSITIVOS E PÚBLICO-ALVO

# IDIOMA



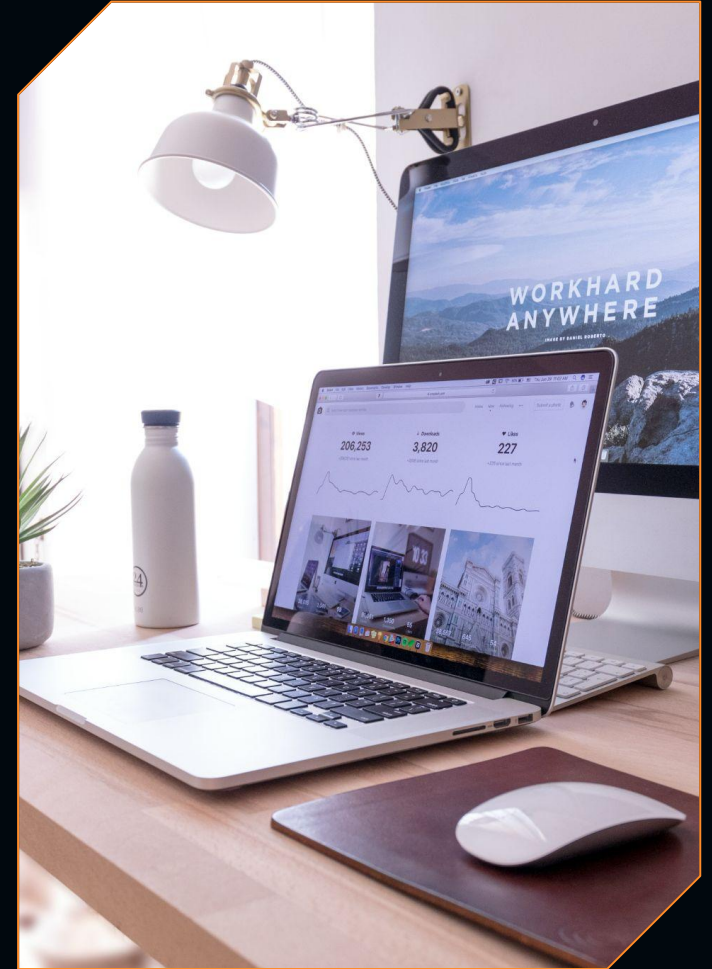
É possível segmentar o idioma em que o anúncio aparece de acordo com o seu **segmento, público-alvo e locais específicos.**



# DISPOSITIVO



É possível definir em quais tipos de dispositivos o anúncio será exibido e também selecionar **lances específicos** para cada tipo de dispositivo.

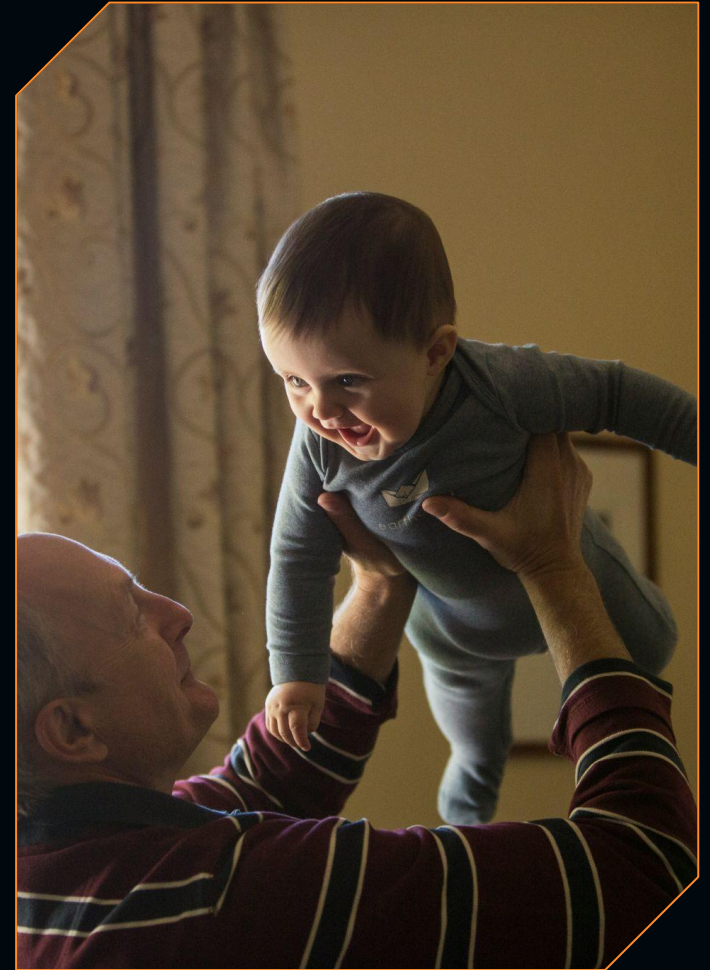


# PÚBLICO-ALVO



O Google Ads oferece três opções iniciais de seleção de público-alvo:

»»» Idade, sexo e renda familiar



// Aula 5.3 \_

# ESTRATÉGIAS DE LANÇAMENTO



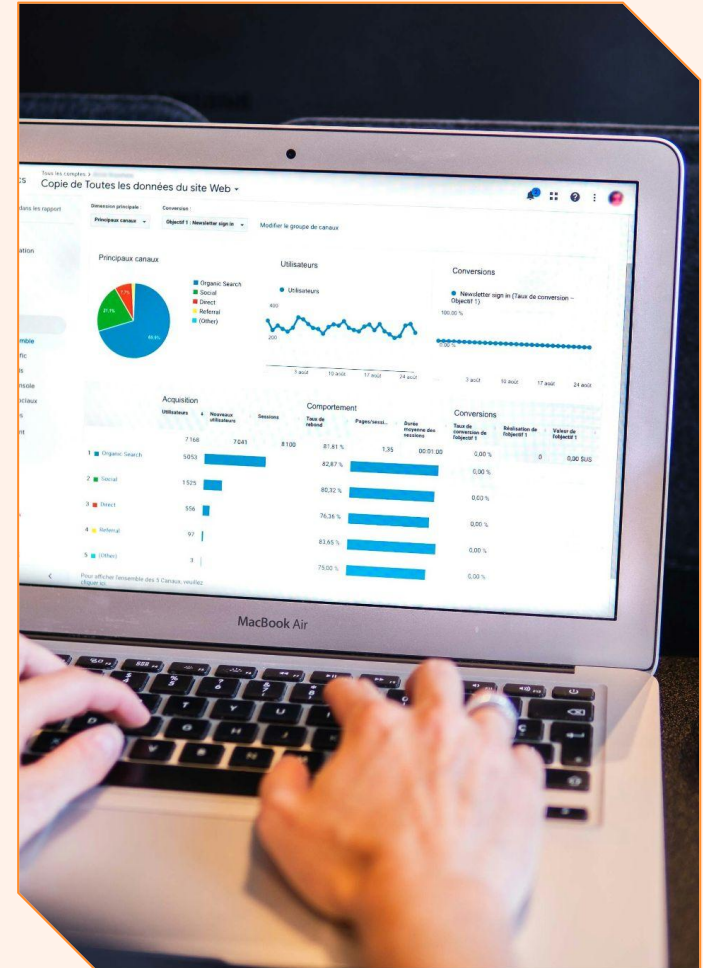
**Métodos usados para definir o valor que você está disposto a pagar por cliques, impressões, conversões ou outras interações em seus anúncios.**

# TIPOS DE ESTRATÉGIAS

🌀 Custo por Aquisição (CPA)

🌀 Retorno sobre o Investimento em Publicidade (ROAS)

🌀 Maximizar Conversões





# TIPOS DE ESTRATÉGIAS



Maximizar o Valor da Conversão



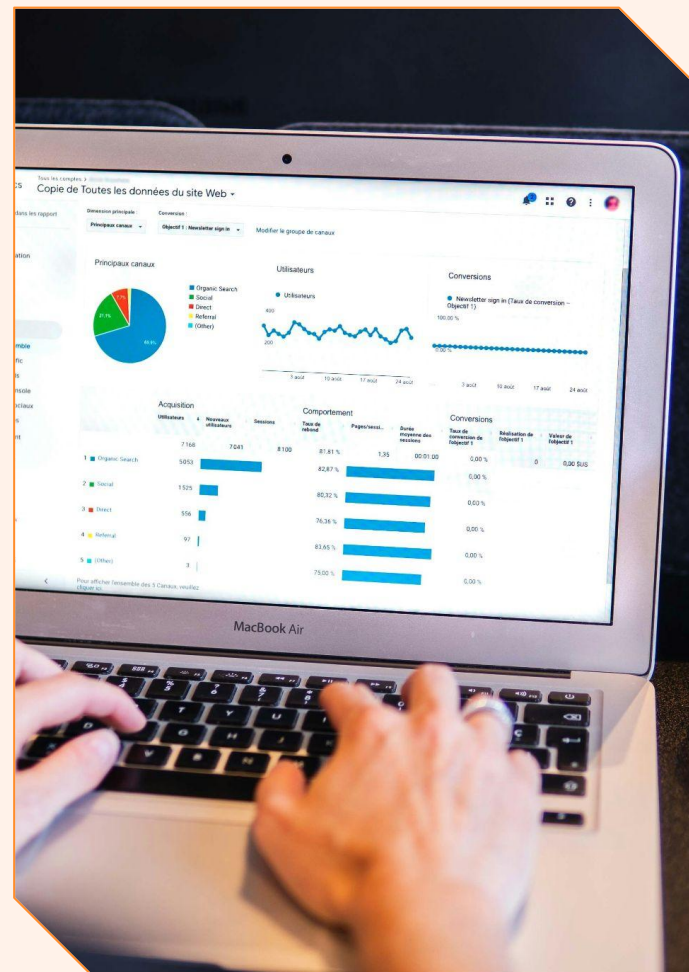
Custo por Clique Otimizado (ECPC)



Maximizar Cliques



**CPC Manual**





# CPC Manual

»»» Maior controle do orçamento.



## CPC Manual

- »»» Maior controle do orçamento.
- »»» Definição de lance máximo para todo o grupo de anúncios ou por palavra-chave

// Aula 6.1 \_

# CONFIGURAR E ANALISAR CONVERSÕES

# CONVERSÕES



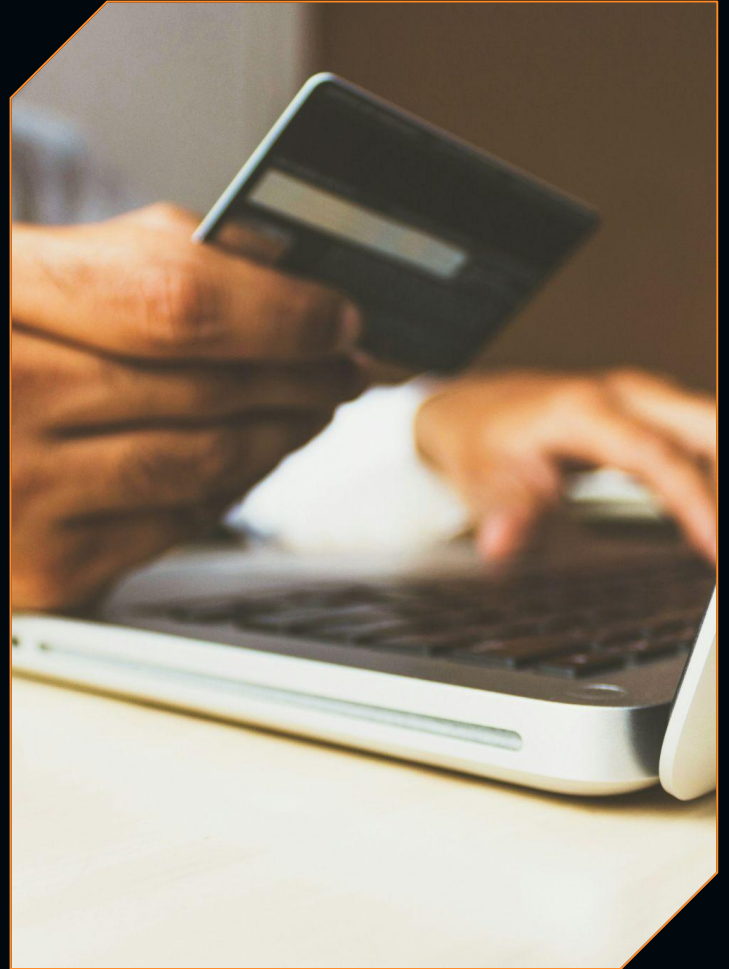
Uma conversão é uma ação específica e preciosa realizada por um usuário em resposta ao seu anúncio



# COMPRA



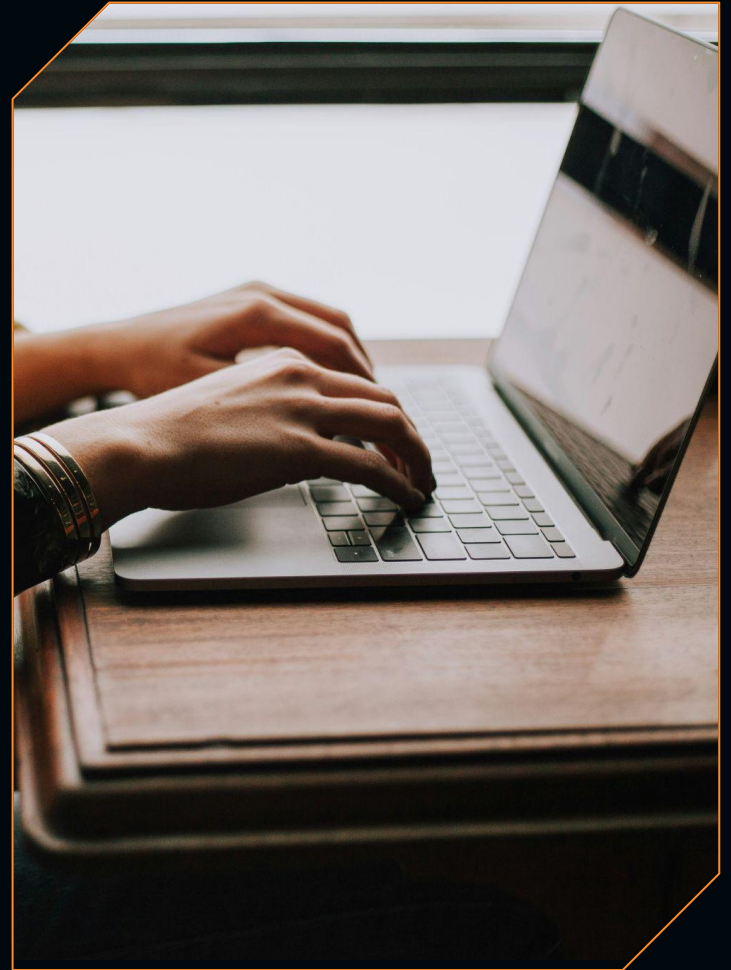
Uma das conversões mais comuns é quando um usuário faz uma compra em seu site.



# FORMULÁRIO



Quando um usuário preenche um formulário de contato, solicitação de orçamento ou inscrição.



# LIGAÇÃO



Quando um usuário faz uma ligação para a sua empresa usando um número de telefone clicável no anúncio.





# Acompanhando as conversões, você pode:

- Avaliar o desempenho das suas campanhas publicitárias.

# Acompanhando as conversões, você pode:

- Avaliar o desempenho das suas campanhas publicitárias.
- Otimizar lances e orçamento com base em dados de conversão.

# Acompanhando as conversões, você pode:

- Avaliar o desempenho das suas campanhas publicitárias.
- Otimizar lances e orçamento com base em dados de conversão.
- Identificar quais anúncios, palavras-chave ou estratégias estão gerando mais valor para o seu negócio.

# ADOPET



Busca atrair mais usuários e fazê-los agendar uma visita ao abrigo



// Aula 6.2 \_

# PRINCIPAIS **KPIs**



# KPIs

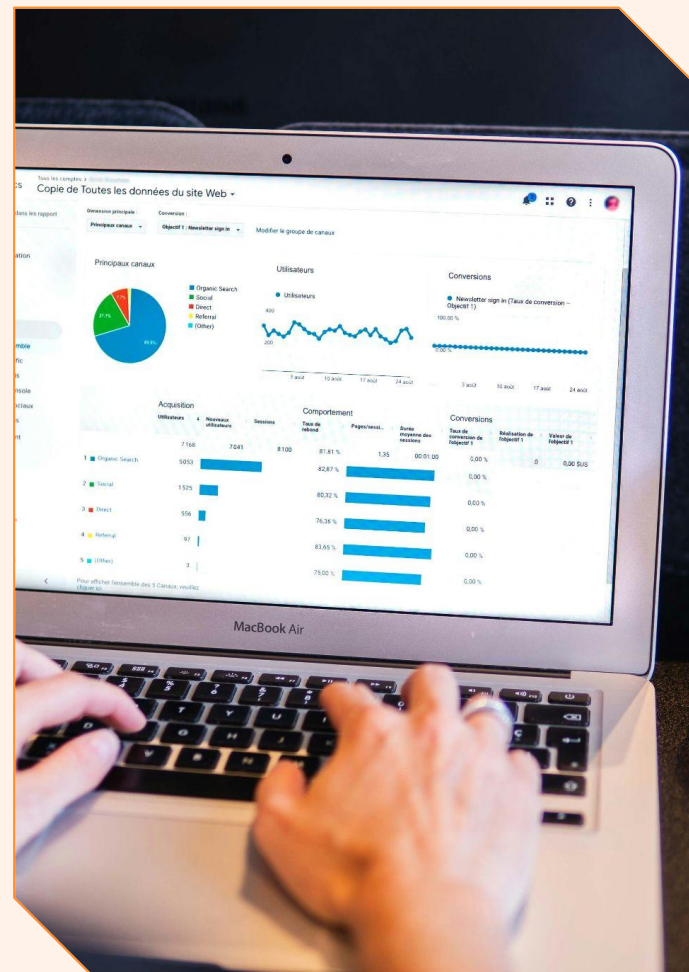


Vem do inglês Key Performance Indicator, ou seja, Indicadores-chave de Performance

# CLIQUES



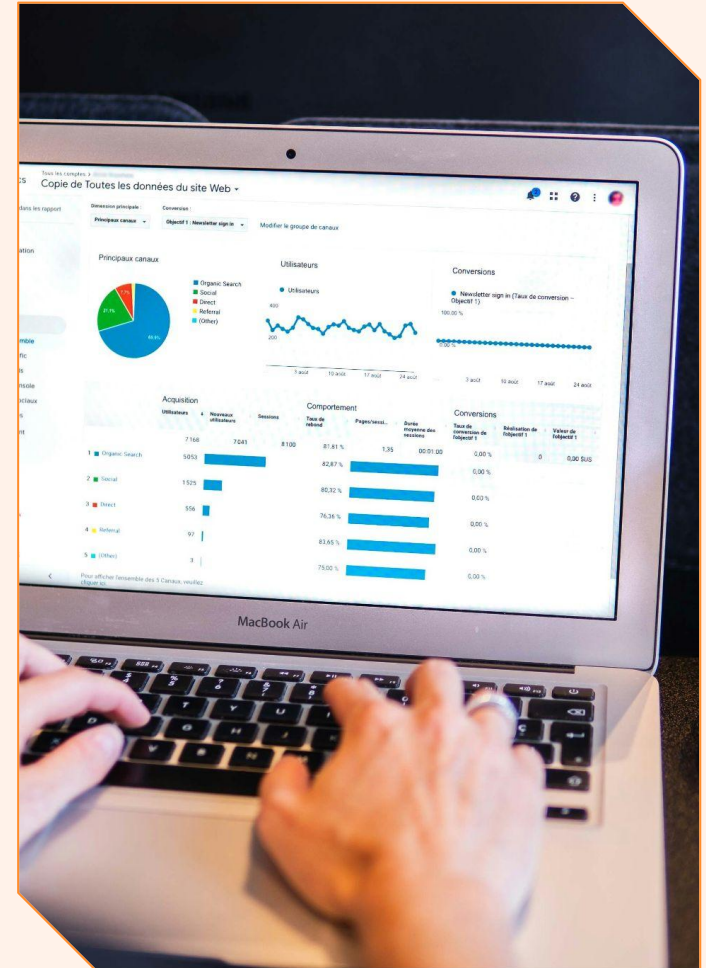
Conseguimos analisar a quantidade de cliques a nível de palavras-chave, grupo de anúncio, campanha, público-alvo.



# IMPRESSÕES



É a quantidade de vezes que o anúncio apareceu na rede de busca do Google.





# CUSTO



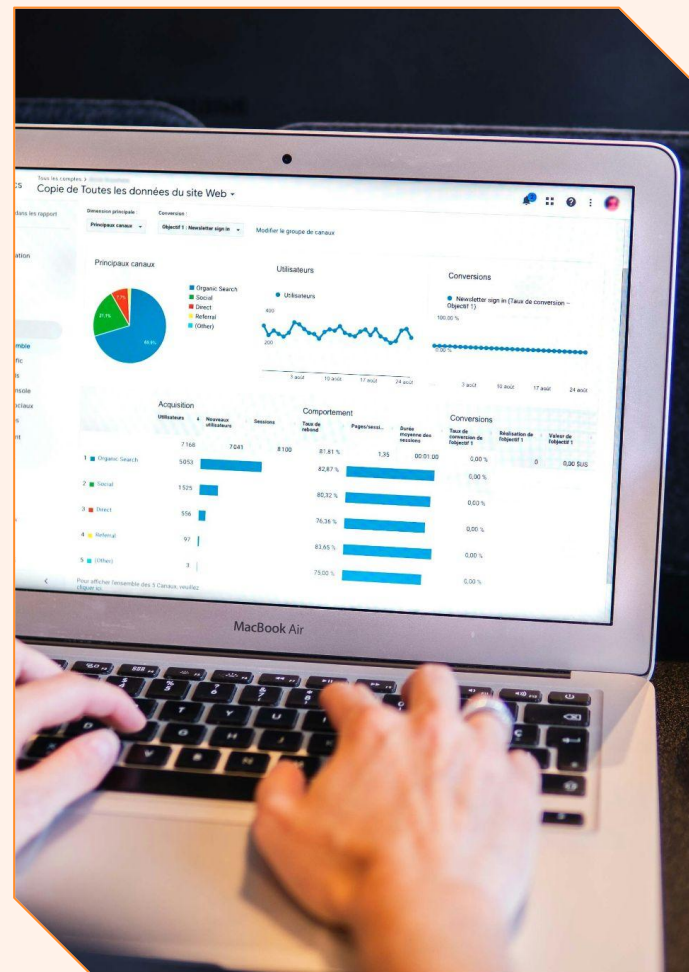
Valor gasto em determinado período dentro da campanha.



# CTR



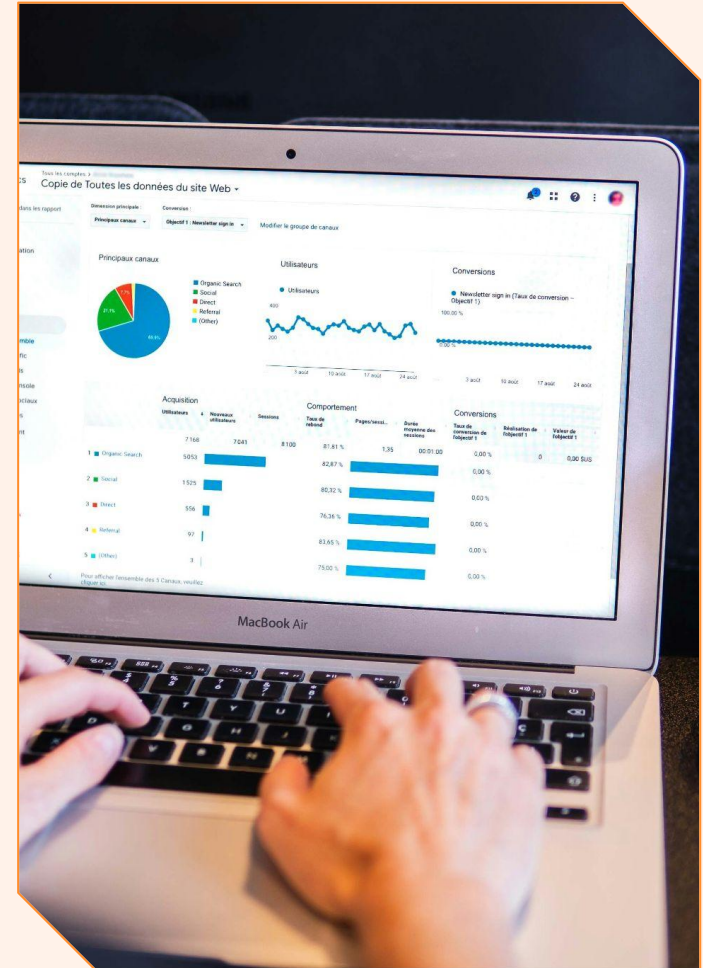
O CTR é uma média, em porcentagem, da relação entre o número de cliques e o número de visualizações do anúncio.



# CPC Médio



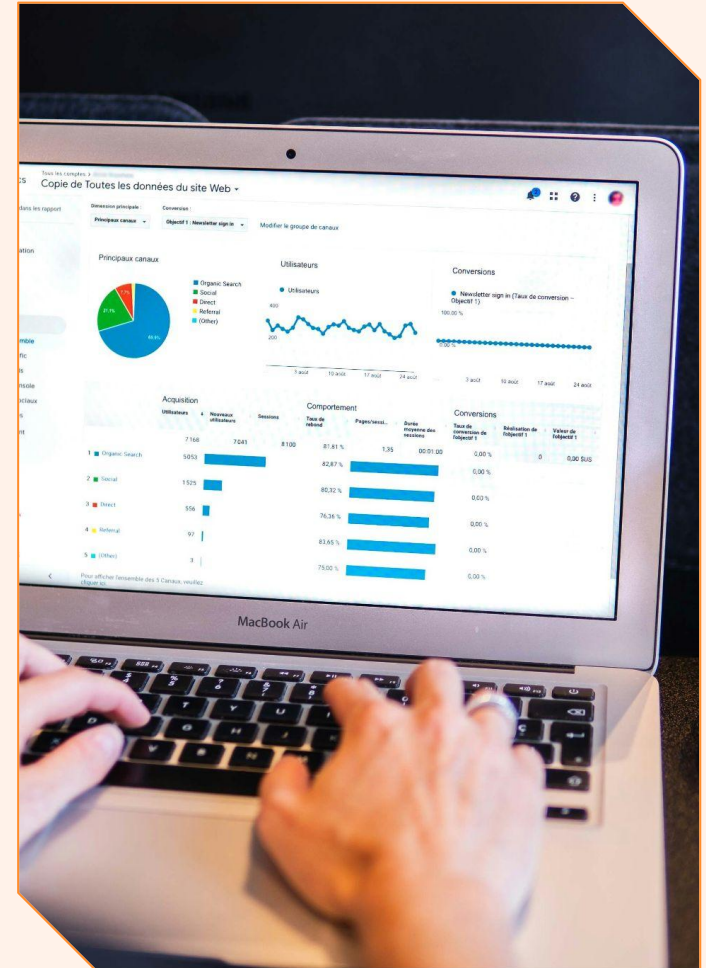
É o Custo por Clique Médio. Pode ser analisado de diversas formas, como a nível de palavra-chave e grupo de anúncio.



# CONVERSÕES



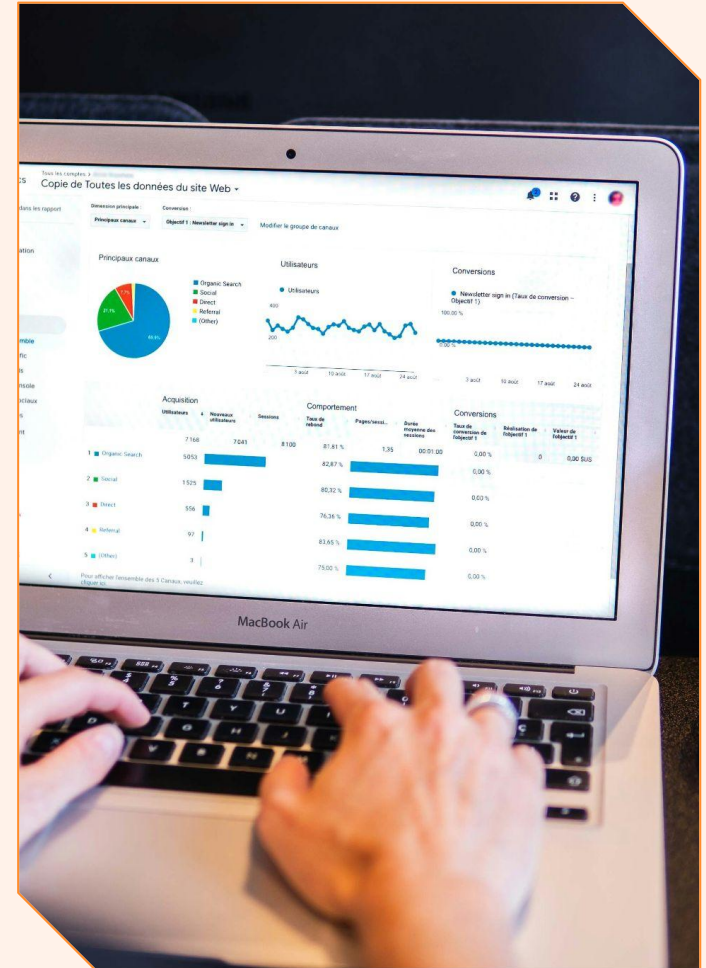
As conversões indicam se a campanha está tendo um bom desempenho



# % DE IMPRESSÕES



É a porcentagem de vezes que o anúncio podia ter aparecido entre os primeiros resultados da busca e a porcentagem de que ele realmente apareceu.



# Avalie o curso e deixe um comentário.

Compartilhe um resumo de seus novos conhecimentos em suas redes sociais.

[#aprendizadoalura](#)

alura



Escola Inovação & Gestão

0101001 010110 0110111 011010 0110001 110011  
1100011 0110111 0010000 01100101 0010000  
0100111 01100101 0110011 0110100 11100011 0110111

alura

