

Como Ter Uma Campanha de Sucesso com o Adwords

O Google Adwords é um sistema de links patrocinados, que funciona com PPC e tem feito muita diferença na publicidade de grandes empresas. Vamos conferir algumas dicas de como montar sua campanha para que ela seja bem sucedida. Primeiro= Trace um objetivo. Não adianta iniciar uma campanha de Adwords com o pensamento "quero vender mais". É preciso estabelecer uma quantidade, uma proporção, algo plausível para análise de desempenho. É preciso também saber em quanto tempo esse "aumento de vendas" deve ser alcançado. Por exemplo, tenho um site que vende meias. Uma média de 300 visitas diárias e 2 vendas. Quero passar a 3000 visitas ao dia em 4 meses. Isso influencia diretamente no investimento financeiro a ser feito. Segundo= Se situe. Para que as pessoas se interessem pela sua campanha, é preciso que ela seja muito objetiva e exponha o melhor do seu produto. Identifique precisamente o que seu produto ou serviço oferece e suas maiores qualidades. Meu site de meias, por exemplo, não vou vender meias de seda ou algodão. Vendo pernas bonitas e pés quentes. Terceiro= O ponto de partida. Recolha o maior número de informações sobre a sua situação atual que for possível. Com o Google Analytics, você pode obter informações do tipo: quantas visitas tenho atualmente, de onde elas vem, quanto tempo ficam no site, pelo que mais procuram, por onde entram no meu site, quanto cada cliente gasta em média... Quanto mais dados recolher, melhor. Conheça sua clientela. Quarto= Conheça os concorrentes. Seu site pode ser muito bom e seu produto de muita qualidade e, mesmo assim, não conseguir os clientes que queria. O problema pode ser a concorrência. Recolha informações do tipo: Quem são seus concorrentes no Google? O que, como e quando anunciam? Onde se posicionam? Os anúncios são sempre os mesmos ou mudam? Onde levam os anúncios? Quinto= Trace uma estratégia. Talvez, para alcançar seus objetivos, você não precise aparecer em primeiro lugar para todas as buscas, ou fazer uma campanha PPC por muito tempo. Analisando todas as informações recolhidas, estabeleça a estratégia a ser seguida. Sexto= Comece a campanha. Organize sua campanha por tópicos, cada produto ou serviço pode ser melhor explorado com uma campanha específica. Aproveite também os recursos de localização geográfica, idioma e tipo de anúncio para mostrar uma propaganda para o público que realmente está interessado no seu produto. Sete= Não use palavras-chave duplicadas. Mesmo o Google desaconselha fazer campanhas diferentes focando a mesma keyword. Isso apenas fará seus anúncios concorrer entre si. Além disso, o Google mostra apenas um anúncio de cada anunciante em cada página de resultados. Oitavo= Atenção aos detalhes. Menor número de keywords, mas mais específicas, dão mais resultado nas campanhas do que uma lista enorme e genérica de propagandas. Coloque a keyword no texto do seu anúncio. Coloque os aspectos exclusivos do seu produto/serviço no anúncio. Novo= Não se engane. Direcionar seus clientes apenas para a sua página inicial não é um bom negócio. Manda-los para as páginas específicas dos produtos nos quais clicaram nos anúncios pode trazer uma taxa de conversão melhor. Unir uma campanha SEM a uma otimização do SEO de sua página pode melhorar muito os resultados. Deva= Acompanhe seu desempenho. Você estudou, recolheu informações, estabeleceu objetivos e montou suas campanhas. Então, não se esqueça de acompanhar e monitorar de perto o resultado de suas campanhas. Elas também podem ajudar a definir o melhor caminho a seguir. Por ROPE Online - A ROPE gera resultados com o marketing digital e soluções customizadas para internet. O que a nossa empresa pensa é que não adianta apenas estar na web, é preciso ser encontrado nela. Com anos de prática em programação e marketing online, a ROPE oferece serviços que auxiliam as empresas a atingirem maior visibilidade e a tornarem-se mais competitivas no mercado. <http://www.ropeonline.com.br>

Sobre o Autor

A ROPE gera resultados com o marketing digital e soluções customizadas para internet. O que a nossa empresa pensa é que não adianta apenas estar na web, é preciso ser encontrado nela. Com anos de prática em programação e marketing online, a ROPE oferece serviços que auxiliam as empresas a atingirem maior visibilidade e a tornarem-se mais competitivas no mercado. <http://www.ropeonline.com.br>