

Algumas Dicas para se Utilizar Certo o Google Adwords

Comece com estratégias bem definidas nas suas campanhas. Estas pequenas dicas te ajudarão a chegar no rumo certo! Para quem ainda não está muito habituado com o sistema de Google [AdWords](#), mas que como todo bom homem gosta de perder dinheiro, aqui vou algumas dicas para ajudar a aproveitar da melhor maneira sua verba e gerar o melhor retorno para seu investimento (ROI). Primeiro – Faça um bom briefing antes de iniciar sua campanha Um bom briefing permitirá que você consiga descobrir detalhes importantes e que impactarão diretamente nos resultados de sua campanha. O cliente normalmente conhece muito mais a respeito das características do produto/serviço que deseja anunciar, portanto toda informação que puder ser retirada deste é de vital importância para o sucesso da campanha. Segundo – Defina metas e/ou objetivos A definição de metas e/ou objetivos permitirá um melhor acompanhamento dos resultados da campanha e servir de base para suas melhorias, correções e otimizações. Quanto mais tangíveis e específicos forem os objetivos melhor. Não cometa o erro de ater-se apenas a um macro objetivo. Defina metas para campanha, assim como para grupos de anúncios, palavras-chave e assim por diante. Terceiro – Reavalie constantemente suas metas e objetivos A definição de metas em si é uma tarefa bastante fácil, atingi-la e melhora-la constantemente é o desafio. Para tal é importante que esta ou estas sejam revistas constantemente e que seja avaliado seu potencial de crescimento e/ou necessidade de adequação. Quarto – Avalie a concorrência Um benchmark bem feito, com informações normalmente fornecidas na definição do briefing, pode agregar muito à sua campanha. Explorar os pontos fracos de seu concorrente e igualá-lo ou superá-lo em seus pontos fortes certamente fará a diferença nos resultados de sua campanha. Uma simples consulta no Google já pode dizer muito a respeito da concorrência e de suas técnicas de posicionamento e obtenção de leads. Quinto – Defina e mantenha o foco Muitas empresas e pessoas que trabalham com campanhas de links patrocinados e com o [AdWords](#) acabam deixando-se levar pela desatenção em alguns momentos, e por consequência, acabam perdendo o foco de suas ações. A campanha de links patrocinados precisa ser focada em determinadas palavras-chave que tragam resultados efetivos. Evite trabalhar com palavras-chave muito amplas ou que tragam público desqualificado para seu site. Utilize a exclusão de palavras-chave para complementar o processo de exibição coerente de seus anúncios. Sexto – Segmente sempre! Campanhas são criadas para atender necessidades específicas de determinado público, e por este exato motivo que elas funcionam tão bem. Abandone a ideia de pulverização de informação. A divisão de sua campanha em grupos de anúncios e palavras-chave é uma das melhores dicas para os iniciantes. Segmente cada campanha em pequenos grupos para evitar que seu público alvo receba mensagens não tão adequadas. Os anúncios de cada grupo de palavras-chave deverão ser diretos, objetivos e informar exatamente o que o usuário encontrará ou deseja encontrar, se possível, utilizando no texto dos anúncios as palavras-chave do grupo. Setimo – Faça testes de anúncios Neste ramo lidamos com humanos por consequência com diversos padrões de comportamento. Sem um estudo prévio não é possível definir quais anúncios trarão o melhor resultado para sua campanha nem quais palavras-chave são mais bem aceitas. Por este motivo eu sugiro que para cada grupo de palavras-chave você crie vários anúncios. O sistema do AdWords fará a exibição randômica de todos eles e após um ou dois dias de testes você já poderá ver quais anúncios tem melhor desempenho dentro de sua campanha. Oitavo – Faça testes de landing pages Os usuários clicam em uma promessa e não em um anúncio. Ao clicar o usuário está dizendo inconscientemente que pretende encontrar no site aquilo que estava prometido no anúncio. Esta é uma premissa básica que muitas vezes não é atendida. Desenhe páginas específicas para receber o público que virá de links patrocinados. Certamente este é um público diferenciado e merece ser tratado como tal. Teste páginas e verifique quais delas, entre si, geraram maior retorno e conclusões de meta. Nono – Integre a campanha com o Google Analytics Para ter certeza da efetividade de sua campanha, integre-a com o Google Analytics ou com alguma outra ferramenta de web analytics. O Google Analytics é uma ferramenta gratuita e de fácil instalação que trará a você muito mais segurança na análise do comportamento dos usuários de seu site, principalmente daqueles oriundos de links patrocinados. Dezoito – Avalie os resultados constantemente A avaliação constante de resultados é um dos grandes passos rumo ao sucesso. Avalie diariamente sua campanha. Avalie não apenas suas metas, mas o desempenho de cada campanha, de cada grupo de anúncios, de cada anúncio e de cada palavra-chave. O click-through ou CTR é um ótimo indicador para tal avaliação. Obviamente você é quem define como avaliar cada um destes itens, mas esta é uma decisão que apenas você pode tomar. Espero ter ajudado. Estas são algumas dicas básicas para ajudar os iniciantes, mas que farão uma grande diferença nos resultados de sua campanha. Enviem-me suas dicas e assim poderei esmiúscalas. Rope Online - A sua empresa de Marketing Online www.ROPEONLINE.com.br

Sobre o Autor

Nos mercados em que atua, 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

programa de marketing online, a ROPE oferece [serviços](#) que auxiliam as empresas a atingirem maior visibilidade e a tornarem-se mais competitivas no mercado.

Source: <http://www.artigopt.com>