

Google™ Partners Academies

Programa Google Partners



Passos do registo no Partners e os seus requisitos



1. Registo individual

1. Conta Google.
2. Visitar: google.pt/partners
3. Aceitar os Termos e Condições de Serviço.

Opcional:
MCC Individual.

2. Registo como Empresa

1. Website
2. MCC
3. Descrição da Empresa
4. Página no G+
5. Adicionar HTML ao código do seu website para verificar a página de G+ ou verificar por email.

3. Consiga o emblema do Partners

1. Gasto: Gasto mínimo de \$10k nos últimos 90 dias.
2. Certificação: Pelo menos um membro da agência deve estar certificado no AdWords, tendo passado em 2 exames
 - Princípios Básicos
 - Pesquisa Avançada ou Display Avançado.
3. Melhores práticas: Estar certificado e gerir de maneira eficaz as campanhas. Ações que melhoram o índice de melhores práticas seriam: adicionar palavras-chave negativas, melhorar o quality score, remarketing, adicionar ligações de lugar e segmentação demográfica.

4. Apareça no Google Partner Search

- Cumprir os 3 critérios:
1. Inscreva a sua empresa no Partners
 2. A empresa deve cumprir os requisitos para conseguir o emblema do Partners. No Partners será mostrado uma barra de progresso para conseguir o emblema.
 3. A empresa deve estar configurada como pública. Se está configurada como privada, não será mostrada nos resultados de pesquisa.

Vantagens para as agências



- Tutoriais e conteúdo sobre as novidades;
- Tornar-se parte da comunidade de Partners no Google+.
 - São partilhados e discutidos os aspectos que afectam os Partners.
- Cupões para os seus novos clientes, os que queira.
 - Contas com apenas 14 dias de antiguidade.
 - Não mais de um cupão por conta.
- Aparecer no mapa de agências.
 - Onde terão acesso a potenciais clientes.

Exame Certificação

Exames e pontuações

80%

Bases do
Adwords

80%

Publicidade
de
Visualização

80%

Publicidade
de Pesquisa

80%

Publicidade
de Vídeo

Certificação de Google AdWords

- Para dar início ao exame:
 - <http://www.google.com/partners>
 - Certificações → Adwords
 - Aparece a informação dos exames realizados.
 - Verá por baixo os exames disponíveis.
 - Escolhe:
 - » “Princípios Básicos”
 - » “Pesquisa Avançada”
 - » “Display Avançado”
 - Para realizar o exame!

Revisão dos Princípios Básicos da Rede de Pesquisa da Google

Segmentar os anúncios: Tipo de rede

Onde podem surgir os anúncios?

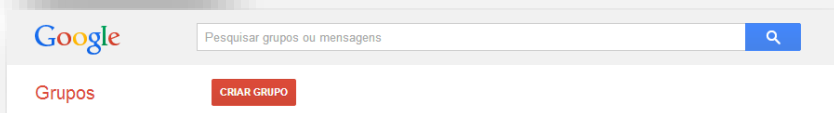
Rede de pesquisa



Rede de parceiros de pesquisa



Google Shopping



Google™ Pesquisa Personalizada

Rede de Display



Segmentação por tipo de rede

- **Rede de Pesquisa**

- Pesquisar no Google
 - **Os anúncios são exibidos quando alguém faz uma pesquisa no Google.**
- Parceiros de pesquisa do Google
 - Os anúncios são exibidos em sites que utilizam o motor de busca do Google.

- **Rede de Display**

- Os anúncios, não apenas os de texto, são publicados em diferentes páginas da Rede de Display do Google.

Estrutura de Conta

Estrutura de uma conta de AdWords

Conta

Campanha

Grupo de Anúncios

Anúncios

Palavras-chave

Conta

Gerir:

- Acessos do utilizador (endereço de e-mail e *password*);
- Notificações;
- Informação de faturação;
- Preferências (moeda e fuso horário).

Conta

Campanha

Gerir:

- Orçamento diário;
- Estilo de licitação;
- Segmentação de rede;
- Segmentação de localização/idioma;
- Adicionar várias localizações em massa
- Ajustes de licitação (Ex: Telemóvel);
- Rotação e “calendário” de anúncios;
- Configurações avançadas de campanha.

Conta

Campanha

Grupo de anúncios

Gerir:

Pesquisa:

- Palavras-chave / correspondência;
- Lances;
- Anúncios.

Nomenclatura das campanhas



●	 SN-CPA-Rede de Pesquisa	Apenas na Rede de Pesquisa	Todas as funcionalidades	0,30 €/dia <input checked="" type="checkbox"/>	Elegível
	 SN-DSA	Apenas na Rede de Pesquisa	Anúncios de Pesquisa Dinâmicos	0,30 €/dia <input checked="" type="checkbox"/>	Elegível
●	 SN-CPC-Google Shopping	Apenas na Rede de Pesquisa	Anúncios de Listagem de Produtos	0,30 €/dia <input checked="" type="checkbox"/>	Elegível
●	 GDN-CPM-Remarketing Dinâmico	Apenas na Rede de Display	Remarketing	0,30 €/dia <input checked="" type="checkbox"/>	Elegível
●	 SN-CPC-Categorias Personalizadas	Apenas na Rede de Pesquisa	Todas as funcionalidades	10,00 €/dia <input checked="" type="checkbox"/>	Elegível

Segmentar os anúncios: Palavras-chave

Correspondência de palavras-chave

- Ampla
- +Ampla +Modificada
- “Expressão”
- [Exacta]
- -Negativa



Correspondência Ampla

- É utilizada quando as palavras-chave não contêm '"', '[]', ou '+';
- Disponibiliza sinónimos, plurais, mudanças de género e outras palavras-chave relevantes relacionados em qualquer ordem;
- Gera informações valiosas a curto e médio prazo sobre outras segmentações possíveis, ideias para campanhas e grupos de anúncios e palavras-chave negativas.

sapatos homem

calçado
para
homem

sapatos
de
cavalheiro

sapatos
homem

tênis
masculinos

botas de
senhor

sapatos
homem
são joão
da
madeira

Correspondência Ampla Modificada

- É utilizada ao colocar um + antes de uma palavra-chave;
- Disponibiliza plurais, mudança de género e outras palavras-chave relevantes em qualquer ordem;
- Útil para ter um bom foco de palavras-chave a médio prazo sem se desviar muito das palavras-chave alvo;
- A longo prazo, deve-se manter em campanhas com CPC's mais baixos.

+sapatos +homem

sapatos
baratos
para
homem

sapatos
homem
castanhos

lojas de
sapatos
para
homem

fotos de
homens
do século
XV com
sapatos

sapatos
de
homem
baratos

sapatos
italianos
de
homem

Correspondência de Expressão

- Utilizada ao colocar as palavras-chave entre aspas duplas;
- Disponibiliza anúncios quando um utilizador realiza uma pesquisa que contém a frase ou pequenas variações, podendo conter texto antes ou depois;
- As palavras-chave irão ser sempre mostradas no anúncio desde que juntas e na mesma ordem.

“sapatos
homem”

loja de
sapatos
homem

bonitos
sapatos
homem
castanhos

outlet
sapatos
homem
de marca

sapatos
homem
baratos

encontrar
sapatos
homem
em lisboa

sapatos
homem
medieval

Correspondência Exata

- Utilizada ao colocar as palavras-chave entre parênteses retos;
- Apenas serão ativados os anúncios quando a pesquisa do utilizador corresponder exatamente à palavra-chave;
- ~~Opcionalmente, há uma configuração de nível de campanha que permite pequenos erros.~~

[sapatos
homem]

sapatos
homem

sapatos
homem








sapatos
homem

Segmentar os anúncios: Localização e idioma

Segmentação por Localização e Idioma

- Domínio do Google (Google.pt ou Google.com.br);
- Termo de pesquisa;
- Endereço do Protocolo de Internet (endereço IP);
- Preferência de idioma definida para o Google;
- Idioma de sites visitados anteriormente.

Opções de localização (avançadas)

- Segmentar 
- ☒ Pessoas que pesquisem, visualizem ou estejam em páginas acerca da minha localização segmentada (recomendado) 
 - ☐ Pessoas na minha localização segmentada 
 - ☐ Pessoas que procurem ou visualizem páginas acerca da minha localização segmentada 
- Excluir 
- ☒ Pessoas que pesquisem, visualizem ou estejam em páginas acerca da minha localização excluída (recomendado) 
 - ☐ Pessoas na minha localização excluída 

Segmentar os anúncios: Dispositivos Móveis

Segmentação por dispositivo

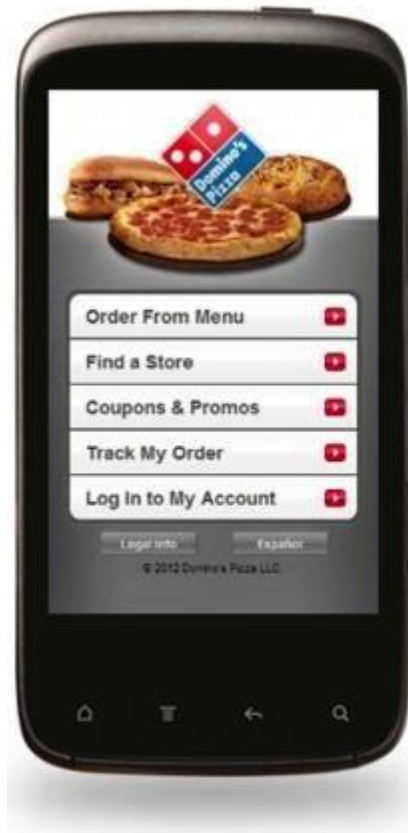


Computadores e Tablets
(Apresentados Sempre)



Disp. Móveis
(Entre -100% e +300%)

Web específica para Dispositivos Móveis



Website Adaptado

VS



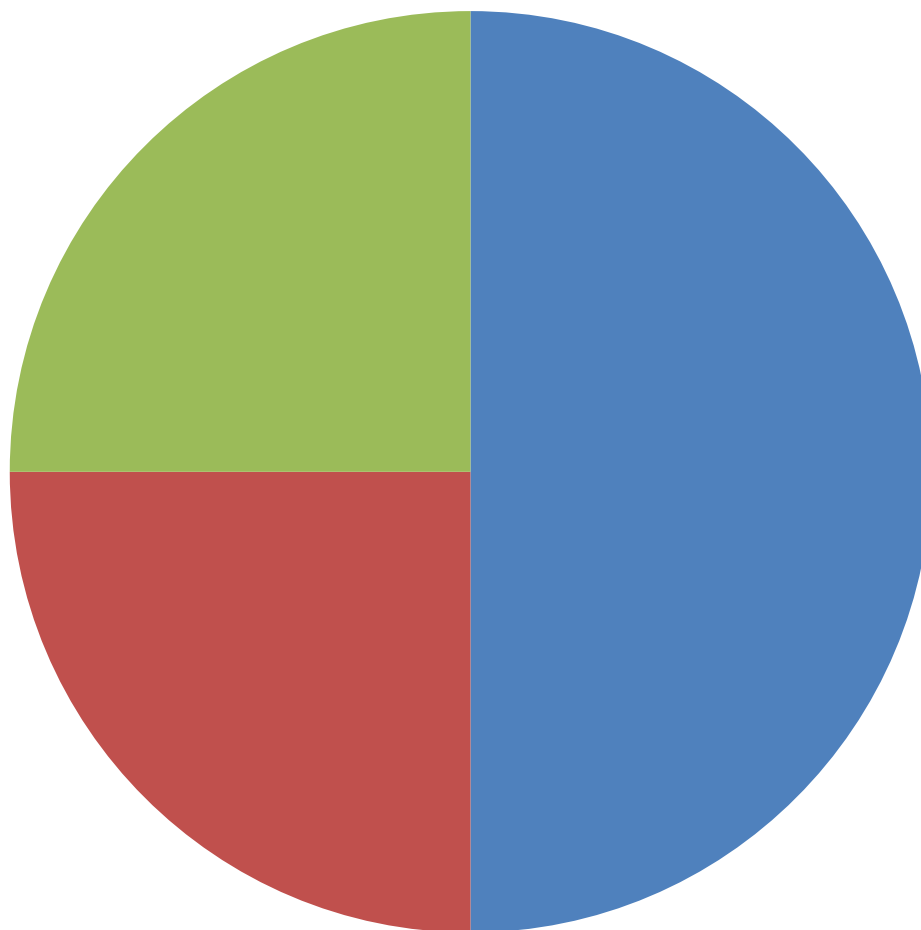
Website Desktop

Design Responsivo (responsive design)



Índice de qualidade e página de destino

Índice de qualidade



■ CTR ■ Relevância do Anúncio ■ UX

Índice de qualidade

- Métrica crítica para manter uma boa relação custo / posição;
- É fulcral otimizar, melhorando o CTR dos nossos grupos de anúncios;
- Fatores como a relevância do anúncio com a palavra-chave e a qualidade da página de destino também afetam o índice de qualidade assim como as extensões de anúncio.

Classificação do
Anúncio

=

CPC Máximo

×

Índice de
Qualidade

O CPC máximo não é tudo!

Um bom índice de qualidade oferece uma melhor classificação de anúncio com um menor custo por clique.

Anunciante	CPC Máximo	Índice de qualidade	Classificação do anúncio	Posição
Anunciante A	0,60€	7	$0,60 \times 7 = 4,2$	3
Anunciante B	0,45€	10	$0,45 \times 10 = 4,5$	1
Anunciante C	0,49€	9	$0,49 \times 9 = 4,41$	2
Anunciante D	1,2€	3	$1,2 \times 3 = 3,6$	4

Tipo de lances

Objetivo

CPC manual

Direcionar o tráfego para o website e **ter o máximo controlo sobre os negócios**. Pode gerir o fornecimento de grupos de anúncios, palavras-chave e locais.

CPC automático

Aumentar o tráfego do website e que o AdWords monitore os lances de CPC individuais para **maximizar o número de cliques**, com base no orçamento-alvo. O CPC automático aplica-se globalmente para toda a campanha.

CPC Otimizado (ECPC)

Aumentar ou diminuir o CPC para controlar as conversões diretas. **Aumenta ou diminui os lances automaticamente se o sistema acreditar que o utilizador pode converter ou não.**

CPA

Estabelecer o custo ideal/máximo de uma venda/oportunidade. Modifica o CPC de forma dinâmica para atingir conversões aproximadas a esse custo. **É necessário ter o “acompanhamento de conversões” ativo e ter pelo menos 15 conversões nos últimos 30 dias.**

Custo por clique (CPC) real

$$\begin{aligned} \text{CPC Real} \\ &= \\ \text{Lance do anúncio concorrente} \\ &\text{inferior ao nosso} \\ &+ \\ &0,01\text{€} \end{aligned}$$

Recomendações para uma boa *landing page*

- Conteúdo pertinente, útil e original;
- Transparência e confiança;
- Facilidade de navegação;
- Utilização correcta das palavras-chave das nossas campanhas nos títulos, conteúdo, descrições, imagens, etc;
- Manter otimizada a velocidade de carregamento da página web (WPO).



Recomendações para um bom *Website* móvel



Carregamento rápido



Navegação Intuitiva



Adaptado para a ponta dos dedos!



Design adaptado para visualização em ecrãs de pequenas dimensões



Capacidade de rápida captação de Feedback



Facilidade de conversão



Preparado para localização



Opções de acessibilidade



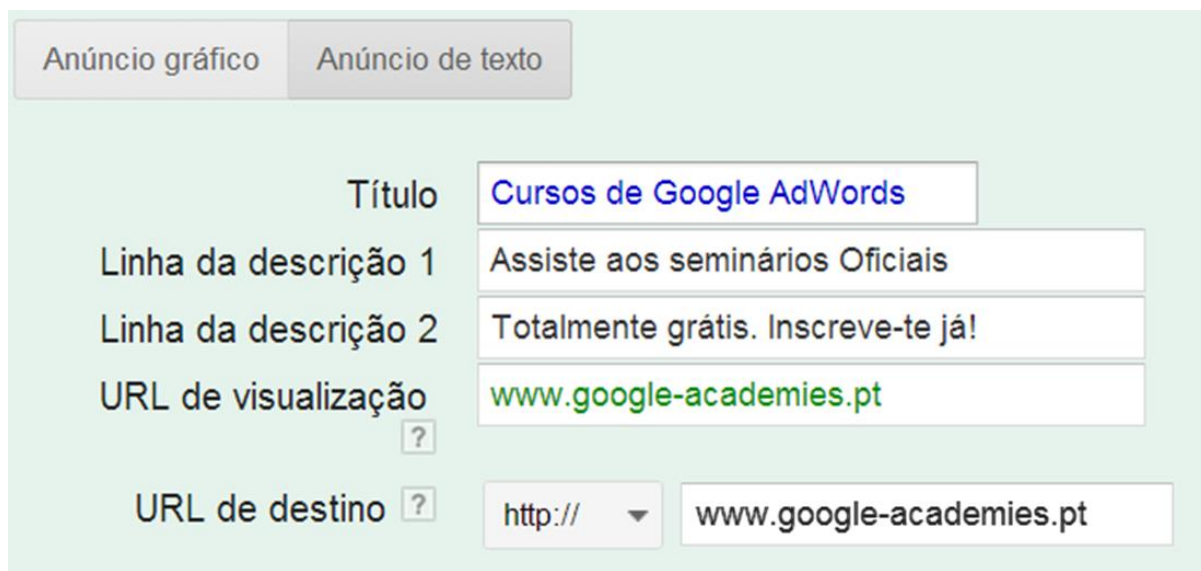
Opções de segurança

www.themobileplaybook.com

Criação e otimização de anúncios de pesquisa

Escrever anúncios de texto

- 1 linha de título de 25 caracteres;
- 2 linhas de descrição de 35 caracteres;
- URL de visualização: O endereço Web será exibido no anúncio;
- URL de destino: O URL de destino do utilizador;
- O URL de visualização e de destino devem estar no mesmo domínio;
- É sempre uma boa ideia adicionar as palavras-chave.



The screenshot shows the Google AdWords interface for creating a text ad. At the top, there are two tabs: "Anúncio gráfico" and "Anúncio de texto", with the latter being selected. Below the tabs, the form fields are as follows:

Field	Value
Título	Cursos de Google AdWords
Linha da descrição 1	Assiste aos seminários Oficiais
Linha da descrição 2	Totalmente grátis. Inscreve-te já!
URL de visualização	www.google-academies.pt
URL de destino	http:// www.google-academies.pt

Each input field has a small question mark icon to its right, indicating help or a character count. The URL de destino field includes a dropdown menu currently showing "http://".

Como criar bons anúncios de texto

- Mínimo de 4 a 6 anúncios por grupo de anúncios;
- Título relevante em relação à intenção de pesquisa / palavras-chave do utilizador;
- Benefícios / promoções / ofertas;
- CTA – *Call to Action*;
- URL visível relacionado com a palavra-chave.

Presentes Personalizados

Presentes únicos e **personalizados**

Envio gratuito em 48h. Ofereça Já!

www.presentespersonalizados.pt

Filtragem e otimização de anúncios

- Nem todos os anúncios têm o mesmo desempenho, por muito pequena que seja a variação;
- Analisem sempre com períodos de tempo a médio/longo prazo;
- Podemos permitir que o sistema escolha a rotação dos anúncios, dependendo das nossas necessidades.

Rotação de Anúncios

Definições avançadas

+ Programação: Data de início, data de conclusão, programação de anúncios

→ - Fornecimento de anúncios: Rotação de anúncios, limite de frequência

→ Rotação de anúncios ?

- ☐ Optimizar para cliques: mostrar anúncios que se espera gerarem mais cliques
Definição ideal para a maioria dos anunciantes.
- ☒ Optimizar para conversões: mostrar anúncios que se espera gerarem mais conversões
Definição ideal se utilizar o controlo de conversões do AdWords ou do Google Analytics.
- ☐ Alternar uniformemente: apresentar anúncios de forma mais uniforme durante 90 dias e, em seguida, otimizar
Pode ser adequado se otimizar anúncios com os seus próprios dados.
- ☐ Alternar indefinidamente: apresentar anúncios de desempenho inferior mais uniformemente com anúncios de desempenho superior e não otimizar
Não recomendado para a maioria dos anunciantes.

Guardar

Cancelar

Extensões de anúncios

Extensões de anúncio

- As extensões de anúncio são funções que permitem, sem nenhum custo adicional, adicionar ao anúncio mais informações relevantes para os nossos potenciais clientes.
- Como entrar em contacto?
 - Extensão de localização.
- É o nosso número de telefone?
 - Extensão de chamada.
- Quantas pessoas recomendam?
 - Extensão social.

Que extensões escolher?



Extensão de localização

- Em algumas pesquisas (*Google Maps*, dispositivos móveis, de pesquisas com localização geográfica nas proximidades), são demonstrados dados de contacto da empresa diretamente no anúncio.
- Podemos utilizar dados do *Google My Business* ou inseri-los manualmente através do editor ou pela API do *AdWords*.
- Uma empresa pode ter vários locais.



A Sua Empresa - www.oseuwebsite.pt
A sua Morada e Telefone

www.google.pt/business

Google My Business

Iniciar sessão ou

Inscriver-se no Google

Página inicial

Deixe-se encontrar

Ligue-se aos seus clientes

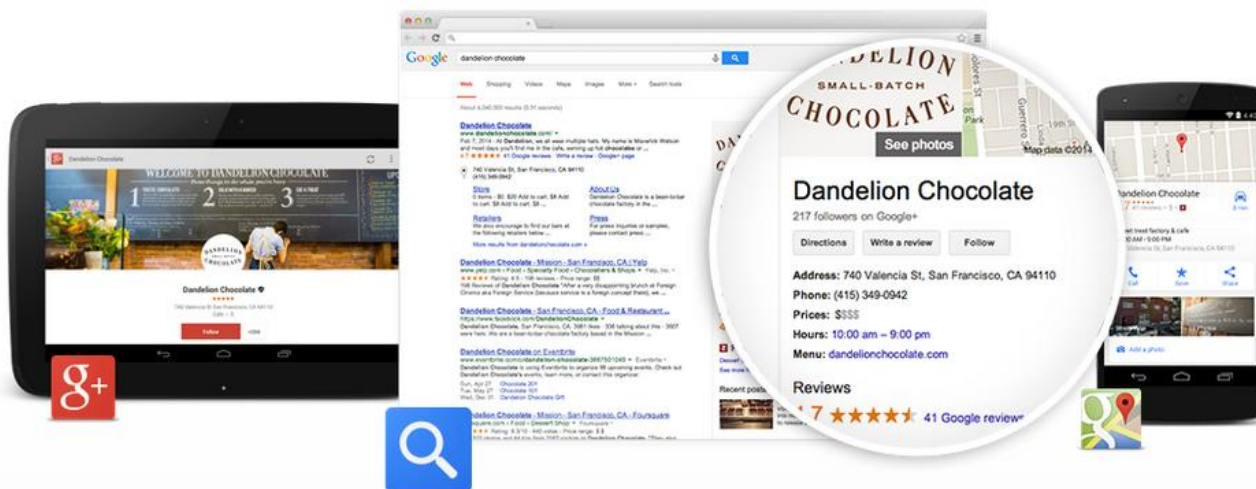
Administre com facilidade

Perguntas frequentes

Coloque a sua empresa no Google gratuitamente

Novo: o Google My Business liga-o(a) diretamente aos clientes, quer estejam à sua procura na Pesquisa Google, no Maps ou no Google+.

Inscriver-se no Google



Extensão de localização

Presentes Personalizados: Surpreenda com um Presente original

www.presentespersonalizados.pt

Presentes personalizados com foto

Mimos de chorar – Detalhes da oficina – Presentes infantis

📍 C/ Portugal, 33, Local 408, C.C. Lisboa 2, Lisboa



Extensão Sitelink

- As regras aplicáveis a anúncios de texto também se aplicam normalmente às extensões de sitelinks;
- Permitem incluir links adicionais no anúncio de texto padrão, para o mesmo *website*.

Extensão de sitelinks

Pousadas.pt - Pousadas De Portugal



Anúncio www.pousadas.pt/ ▼

O país das **Pousadas de Portugal**. Fique nos hotéis mais charmosos!

Pousadas de Portugal tem 249 seguidores no Google+

Última Hora: até -40%

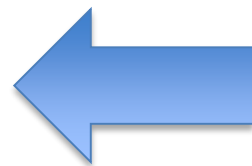
Pousada Serra da Estrela!

Desde 89€/Noite em Quarto Superior.

Oferta de Verão Desde 69€

3 ou Mais Noites Com Pequeno-almoço

Crianças Não Pagam. Reserve Já!



Pousadas De Portugal 99€

2 Noites Com 1 Jantar Grátis.

Reserve Já! Exclusivo Pousadas.pt

Garantia do Melhor Preço

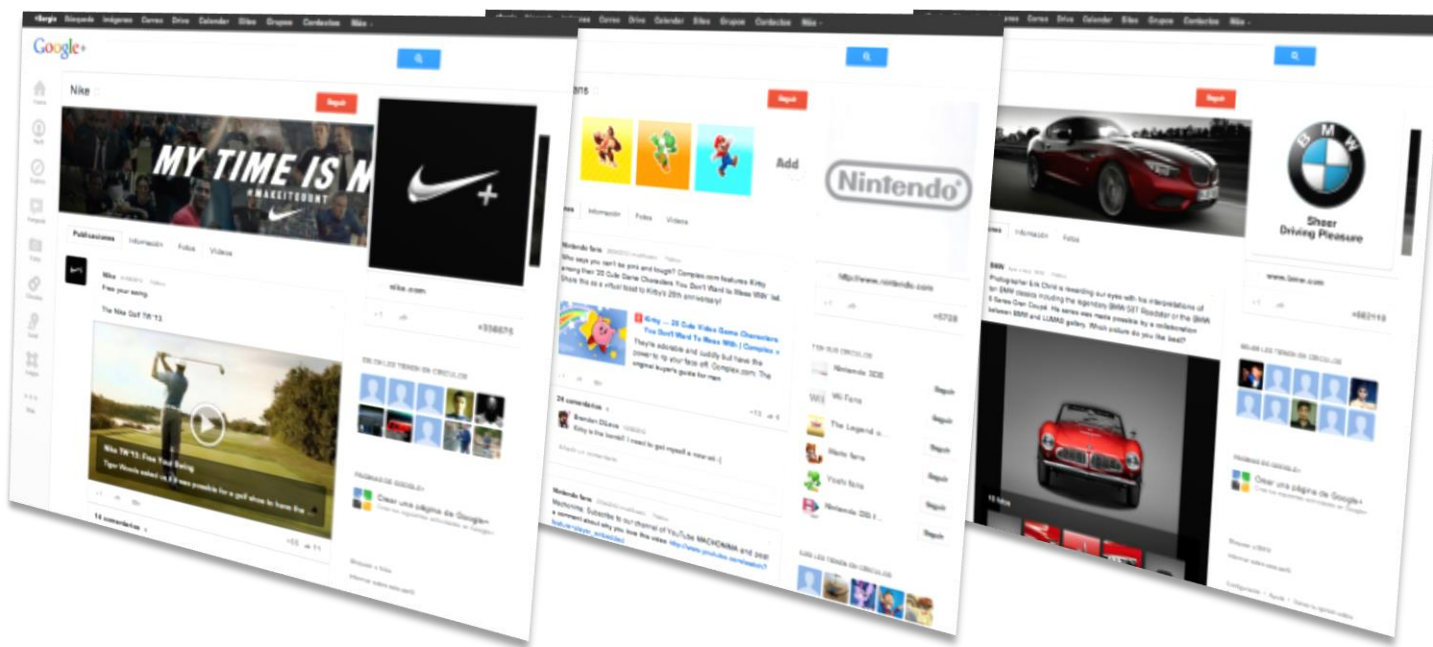
Se Encontrar Preço Inferior

Igualamos e Damos 5% de Desconto!



Extensão social

Permite adicionar todas as recomendações sociais +1 dos nossos anúncios, do nosso Website e da nossa página empresarial Google+.



Extensão de notas de redes sociais

Táxi Lisboa - Chame um táxi - cooptaxis.pt

Anúncio www.cooptaxis.pt/ ▼

Serviços p/ empresas e particulares. Todos os dias, 24h!

Telefone Taxis de Lisboa - O seu serviço de taxis na grand...

taxislisboa.com/telefone.html ▼

Contacto Taxis Lisboa - Disponíveis 24 horas por dia, Contacte-nos - telefone 21 811 9000.

Rádio Taxis de Lisboa - O seu serviço de taxis na grande Li...

taxislisboa.com/radiotaxislisboa.html ▼

Contacte o serviço de Rádio Táxis através do 21 811 9000. A expressão rádio taxi surgiu com os primeiros taxis equipados com rádio ligado à central, na altura ...
taxislisboa.com tem 47 seguidores no Google+

Rádio Táxis de Lisboa - Contactos

www.retalis.pt/pt/contactos ▼

Ligue Grátis; Táxi Online. Morada. Rua General Themudo Barata, n.º 5 - B 1170-403 Lisboa. Telefones Pedidos Táxi 24 Horas. 21 811 9000; 91 978 1000 ...

Taxis em Lisboa

www.pai.pt > Automóveis & Transportes > Táxis > Lisboa ▼

+20 itens - Estás em Lisboa, tens pressa e não tens carro? Não percas ...

1. Rádio Táxis de Lisboa Rua ...
2. Autocoope-Cooperativa de Táxis de Lisboa CRL Avenida ...



Anúncios ⓘ

TAXI - Tel. 91 873 00 90

www.taxi24horas.net/ ▼

Taxis Algés Oeiras e Lisboa
Deslocações - 24 Horas

Táxi Lisboa

www.odilour.pt/taxis ▼

Serviço de táxis disponível 24h.
Telefone e marque já o seu serviço.

Taxis Lisboa Telefone

www.ask.com/Taxis+Lisboa+Telefone ▼

Pesquisar Taxis Lisboa Telefone
Encontre Resultados Rápidos Agora!

Táxi Lisboa

www.taxikingportugal.com/ ▼

Serviço de táxis disponível 24h.
Telefone e marque já o seu serviço.

Lisboa Taxis Telefone

lisboa-taxis.pesquisaweb.pt/ ▼

Busca Lisboa Taxis Telefone?
Obtenha Resultados Rápidos Agora !

Página de Google+

Google+

Pesquisar pessoas, páginas ou mensagens

Perfil ▾

**Jaguar USA**

JaguarUSA.com ✓

Seguir1 158 324 seguidores | 8 321 149
visualizações

Informações

Mensagens**Jaguar USA**

Parti

Even the best families have sibling rivalries. Happy National Sibling Day!



+ 285

22



7 comentários ▾

**David Oneill**

14/04/2014

+Richard Perry hi be my freands

Adicionar um comentário...

Extensão de chamada

- Mostra o número de telefone diretamente dentro do anúncio;
- Válido para computadores e telemóveis;
- Não é possível clicar no número de telefone quando estamos no computador, por isso não é contabilizado como clique;
- Podemos ver os utilizadores que interagiram com o número de telefone em Dimensões > Visualizar: Cliques Gratuitos.

Extensão de chamada



Extensão de chamada

Cerca de 145 000 000 resultados (0,27 segundos)

Taxis de Ermesinde - Precisa de táxi e

Anúncio www.taxisermesinde.pt/ 22 971 0002

Ligue já! Serviço 24h



Calculador de Tarifa de Táxi

www.tarifadetaxi.com/

Ferramenta para calcular o preço de viagens de **táxi** em diversas cidades do Brasil.

São Paulo - SP - Rio de Janeiro - RJ - Belo Horizonte - MG - Salvador

Taxis de Lisboa - O seu serviço de taxis na grande Lisboa

taxislisboa.com/

Taxis disponíveis 24 horas por dia na rea da grande Lisboa, Contacte-nos - Marque dia e hora - Lá estaremos sem falta.

Rádio Táxis de Lisboa - Telefone - Tarifas - Aeroporto

Imagens de taxi

Denunciar imagens



Mais imagens de taxi

Extensões de texto destacado

- Incluir texto descritivo adicional no texto do anúncio;
- Os textos destacados são apresentados nos anúncios de pesquisa Google;
- Promovam aspetos populares e únicos do produto ou serviço.

google.pt - Google AdWords

Anúncio www.google.pt/AdWords ▼

A sua empresa visível para todos Tenha mais clientes e sucesso!

Ajuda gratuita ao iniciar · Só paga por cliques · Usado por +1m de Empresas



Mais extensões de anúncios?

- Extensões de aplicação;

Presentes Personalizados: Surpreenda com um Presente original

www.presentespersonalizados.pt

Presentes personalizados com foto



Faça download da Aplicação

Mais extensões de anúncios?

- Extensões de aplicação;
- Notas de classificação de consumidores;

Presentes Personalizados: Surpreenda com um Presente original

www.presentespersonalizados.pt

Presentes personalizados com foto

Classificações: Atendimento 9/10 - Suporte 8/10 - Descontos 10/10

Mais extensões de anúncios?

- Extensões de aplicação;
- Notas de classificação de consumidores;
- Extensões de comentários;

Presentes Personalizados: Surpreenda com um Presente original

www.presentespersonalizados.pt

Presentes personalizados com foto

“Os produtos têm uma qualidade espectacular!” – Joana Rebelo

Mais extensões de anúncios?

- Extensões de aplicação;
- Notas de classificação de consumidores;
- Extensões de comentários;
- Notas de visita anteriores;

Presentes Personalizados: Surpreenda com um Presente original

www.presentespersonalizados.pt

Presentes personalizados com foto

Visitou presentespersonalizados.pt 3 vezes. Última vez: hoje.

Extensão de localização

Todas as campanhas online

Últ

Campanhas

Grupos de anúncios

Definições

Anúncios

Palavras-chave

Extensões ao anúncio

Dimensões

Rede de Display

Ver: Extensões de sitelinks ▼

Todos exceto os eliminados ▼

Segmentar ▼

Filtro ▼

Colunas ▼



Sitelink

Estado

Cliques ?

Impr. ?

CTR ?

CPC Médio ?

As suas extensões de sitelink atualizadas não têm estatísticas para o intervalo de datas selecionado.

+ EXTENSÃO

Remover

Extensão de campanha

Extensão de grupo de anúncios



Extensão de sitelink da campanha

↑ Campan

Extensão de *sitelinks*

Nova extensão de sitelink da campanha

Campanha 1 [Editar](#)

Selecione pelo menos 4 sitelinks para utilizar com esta campanha.

Sitelinks

Presentes infantis
Os preços mais baratos em Portugal
Com portes grátis, incluídos.
(aprovado)

»

Presentes para o Homem

»

Presentes infantis

»

Bolas de neve com foto

»

Jogos de mesa com foto

»

1 - 5 de 5

+ Novo sitelink

Sitelinks seleccionados: 1

«



Presentes infantis

Os preços mais baratos em Portugal
Com portes grátis, incluídos.



Extensão de *sitelinks*


Novo sitelink



Texto da hiperligação ?

Lenços e Cartazes

URL da hiperligação ?

http://  www.presentespersonalizados.pt

Preferência de dispositivos ? ☐ Telemóveis

Descrição ?
Opcional

Imortaliza a tua foto preferida num

lenço ou cartaz de 30cm a 135cm

 [Datas de início/conclusão, programação](#)

Guardar

Cancelar

Programação de extensões

Editar sitelink

✕

Texto da hiperligação

URL da hiperligação

Preferência de dispositivos ☐ Telemóveis

Descrição
Opcional

☐ [Datas de início/conclusão, programação](#)

Datas de início/conclusão -

Programação : até : ✕
 : até : ✕

[+ Adicionar](#)

Apresentar relógio ☒ 12 horas ☐ 24 horas

Fuso horário Lisboa/Portugal (não é possível alterar)

⚠ A edição desta extensão atualiza todas as campanhas que a utilizam.

Guardar

Cancelar

Optimização de extensões

Sitelink	Estado	↓ Cliques [?]	Impr. [?]	CTR [?]	CPC Médio [?]	Custo [?]	Pos. Média [?]	Cliques convertidos [?]	Custo/clique com conversão [?]	Taxa de conversão por clique [?]
🗨 Peluches personalizados Macios, suaves e adoráveis peluches com uma foto na camisola	Aprovado	6.573	27.136	24,22%	0,20 €	1.308,77 €	1,6	144	9,08 €	2,19%
🗨 Lenços e posters Imortaliza a tua foto num poster ou lenço de 30cm a 135cm	Aprovado	6.492	26.958	24,08%	0,20 €	1.319,99 €	1,6	127	10,39 €	1,96%
🗨 Puzzles personalizados Originais puzzles a partir de foto até 100 peças, madeira e cartão	Aprovado	6.338	26.254	24,14%	0,20 €	1.291,77 €	1,6	129	10,01 €	2,04%
🗨 Canecas personalizadas Originais canecas de cerâmica com foto ou desenho à escolha	Aprovado	6.075	25.053	24,25%	0,20 €	1.244,22 €	1,6	126	9,87 €	2,08%
Total: todos os números de telefone		7.463	31.216	23,91%	0,20 €	1.494,30 €	1,7	152	9,82 €	2,04%

Programação de anúncios

Programação de anúncios

[Grupos de anúncios](#)
[Definições](#)
[Anúncios](#)
[Palavras-chave](#)
[Públicos-alvo](#)
[Extensões ao anúncio](#)
[Segmentações automáticas](#)
[Dimensões](#)
[Rede de Display](#)

[Todas as definições](#)
[Localizações](#)
[Programação de anúncios](#)
[Dispositivos](#)

[+ PROGRAMAÇÃO DE ANÚNCIOS](#)
[Definir ajuste de lance](#)
[Eliminar](#)
[Detalhes da programação ▼](#)

<input type="checkbox"/>	↑ Dia e hora	Ajuste de lance ?	Cliques ?	Impr. ?	CTR ?	CPC Médio ?	Custo ?	Pos. Média ?	Cliques convertidos ?	Custo/clique com conversão ?	Taxa de conversão por clique ?	Conversões através da visualização ?
<input type="checkbox"/>	Segunda-feira: todo o dia	+ 0%	0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	0	0,00 €	0,00%	0
<input type="checkbox"/>	Terça-feira: todo o dia	+ 0%	0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	0	0,00 €	0,00%	0
<input type="checkbox"/>	Quarta-feira: todo o dia	+ 0%	0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	0	0,00 €	0,00%	0
<input type="checkbox"/>	Quinta-feira: todo o dia	+ 0%	0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	0	0,00 €	0,00%	0
<input type="checkbox"/>	Sexta-feira: todo o dia	+ 0%	0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	0	0,00 €	0,00%	0
<input type="checkbox"/>	Sábado: todo o dia	+ 0%	0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	0	0,00 €	0,00%	0
<input type="checkbox"/>	Domingo: todo o dia	+ 0%	0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	0	0,00 €	0,00%	0
	Total: eliminados		0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	0	0,00 €	0,00%	0
	Total		0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	0	0,00 €	0,00%	0

Programação de anúncios

Editar programação de anúncios

Por predefinição, é possível apresentar anúncios elegíveis a qualquer momento num período de 24 horas, a qualquer dia da semana. Utilize as opções de programação de anúncios abaixo para seleccionar dias e horas mais específicos para apresentar os seus anúncios. [Saiba mais](#)

Segunda-feira	12 da manhã	:	00	até	12 da manhã	:	00	X
Terça-feira	9 da manhã	:	00	até	7 da tarde/noite	:	00	X
Quarta-feira	9 da manhã	:	00	até	4 da tarde/noite	:	00	X
Quinta-feira	9 da manhã	:	00	até	4 da tarde/noite	:	00	X
Sexta-feira	9 da manhã	:	00	até	5 da tarde/noite	:	00	X

+ Adicionar

Apresentar relógio ☒ 12 horas ☐ 24 horas

Fuso horário Europe/Lisbon (não é possível alterar)

Guardar

Cancelar

Programação de anúncios

Definir ajuste de lance (3 programas de anúncios selecionados)

O ajuste de lance abaixo substitui os ajustes de lance atuais para os horários selecionados. [Saiba mais](#)

Aumentar em ▾

10 %

Exemplo: um lance de 10,00 € passará a ser de **11,00 €**.

Efetuar alterações

Pré-visualizar alterações

Cancelar

[Enviar comentários acerca da nova funcionalidade de edição](#)

<input type="checkbox"/>	↑ Dia e hora	Ajuste de lance [?]	Cliques [?]	Impr. [?]	CTR [?]	CPC Médio [?]	Custo [?]	Pos. Média [?]	Cliques convertidos [?]	Custo/clique com conversão [?]	Taxa de conversão por clique [?]	Conversões através da visualização [?]
<input checked="" type="checkbox"/>	Segunda-feira: todo o dia	+ 0%	0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	0	0,00 €	0,00%	0
<input type="checkbox"/>	Terça-feira: todo o dia	+ 0%	0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	0	0,00 €	0,00%	0
<input checked="" type="checkbox"/>	Quarta-feira: todo o dia	+ 0%	0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	0	0,00 €	0,00%	0
<input type="checkbox"/>	Quinta-feira: todo o dia	+ 0%	0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	0	0,00 €	0,00%	0
<input checked="" type="checkbox"/>	Sexta-feira: todo o dia	+ 0%	0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	0	0,00 €	0,00%	0

Programação de anúncios

Definições avançadas

[-] [Programação: Data de início, data de conclusão, programação de anúncios](#)

Data de início **27/03/2014**

Data de conclusão **Nenhuma** [Editar](#)

Programação de anúncios [?](#) **Com uma programação personalizada**

[Ver programação de anúncios »](#)



Publicação e rotação de anúncios

Não existem dois anúncios iguais!

		Anúncio	Campanha	Tipo de campanha	Subtipo da campanha	Grupo de anúncios	Etiquetas
<input type="checkbox"/>	●						
<input type="checkbox"/>	●	Sapatos de Couro Vermelho Últimos modelos das melhores marcas Compre Hoje com 20% de Desconto! www.lojadecalçado.pt	Loja Calçado	Redes de Pesquisa e Display	Padrão	Anúncios Google	--
<input type="checkbox"/>	●	Todo o Tipo de Calçado Todas as Marcas, Modelos e Tamanhos Compre Hoje com Portes Grátis! www.lojadecalçado.pt	Loja Calçado	Redes de Pesquisa e Display	Padrão	Anúncios Google	--
		Total - todos exceto os anúncios eliminados					
		Total - Pesquisa					
		Total - Rede de Display					
		Total - toda a conta					

DKI - Inserção dinâmica de palavras-chave

~~É o melhor parceiro para o seu negócio~~
{Core Authority | AdWords Words}

seuwebsite.com/google-adwords

Pretende Campanhas Eficientes?

Parceiro Certificado. Contacte-nos!

DKI - Inserção dinâmica de palavras-chave

- Permite atualizar dinamicamente o texto que aparece no anúncio, com base nas palavras-chave que o ativaram;
- Pode ser utilizado no título ou nas linhas descritivas dos anúncios;
- Potencial amplificador do CTR (os utilizadores vêm no anúncio as palavras-chave que pesquisaram!);
- É activado através da utilização de {keyword:Frase pré-definida} que será mostrada quando não for possível incluir as palavras-chave no anúncio.

DKI - Inserção dinâmica de palavras-chave

O título do seu anúncio	Como é que o título do anúncio aparece aos potenciais clientes	Que parte da palavra-chave tem letras maiúsculas?
Compre Bombons de {keyword:Chocolate}	Compre Bombons de abc	Nenhuma parte
Compre Bombons de {Keyword:Chocolate}	Compre Bombons de Abc	Apenas a primeira letra da primeira palavra (letra maiúscula no início da frase)
Compre Bombons de {KeyWord:Chocolate}	Compre Bombons de Abc	A primeira letra de cada palavra (letras maiúsculas iniciais)
Compre Bombons de {KEYWord:Chocolate}	Compre Bombons de ABC	A primeira palavra completa e a primeira letra de cada palavra adicional
Compre Bombons de {KeyWORD:Chocolate}	Compre Bombons de Abc	A primeira letra da primeira palavra e todas as letras de cada palavra adicional
Compre Bombons de {KEYWORD:Chocolate}	Compre Bombons de Abc	A primeira letra de cada palavra (letras maiúsculas iniciais). Tenha em atenção que esta opção funciona exatamente como o exemplo "Compre Bombons de {KeyWord:Chocolate}" acima.

Anúncios de pesquisa dinâmicos


Anúncios de pesquisa dinâmicos

- Criam anúncios dinâmicos com base nos conteúdos que estejam incluídos no website;
- Especificamos um domínio, um idioma e o *AdWords* irá criar anúncios, automaticamente, utilizando um sistema de *templates*;
- Imaginem criar anúncios e grupos de anúncios para todos os produtos de uma loja online ou de uma empresa com dezenas de serviços;
- Muito úteis para *websites* com centenas ou milhares de produtos, serviços, ou listas que mudam com frequência.

CASIO: F105W ou F91W?



Concorrência!




🔍

[Web](#)
[Imagens](#)
[Vídeos](#)
[Notícias](#)
[Mais ▾](#)
[Ferramentas de pesquisa](#)

Cerca de 247 000 resultados (0,26 segundos)

Imagens de casio f91w

[Denunciar imagens](#)



[Mais imagens de casio f91w](#)

Casio F91W – Wikipédia, a enciclopédia livre

pt.wikipedia.org/wiki/Casio_F91W ▾

O Casio F91W é um popular modelo de relógio de pulso fabricado pela Casio 1 ... Folha: EUA suspeitam de ligação entre uso de relógio Casio e terrorismo, ...

Casio F-91W - Wikipedia, the free encyclopedia

en.wikipedia.org/wiki/Casio_F-91W ▾ [Traduzir esta página](#)

The Casio F-91W is a quartz digital watch, manufactured by the Japanese firm Casio Computer Co., Ltd.. It was introduced in 1991. The watch is available in ...

How to Recognize a Fake CASIO F-91W - YouTube

www.youtube.com/watch?v=UExCRTmwlHU ▾

07/07/2012 - Carregado por TheRailroadJim









F-91W is a quartz digital watch, manufactured by CASIO since 1991. The watch has been highly popular ...

F91W-1 - Casual, Mens, Womens, Ladies, Digital, Analog ...

www.casio-usa.com > ... > Watches > Classic ▾ [Traduzir esta página](#)

A tried and true style great for casual wear. With its daily alarm, hourly time signal and auto calendar, you'll never need to worry about missing an appointment ...

Resultados de Google Shopping para casio F91W

 casio - collection ... 11,00 € Joyerias Zafir	 Reloj casio crono hombre 14,50 € Marjoya	 Reloj Casio F-91W-1 11,75 € KronosPA	 Reloj Casio F-91W Luz... 8,50 € eBay
 Reloj Casio F-91W Digital 6,63 € eBay	 Reloj Casio Digital ... 7,93 € Zuyu	 Reloj Casio Digital F91W 1 7,57 € almacenes L...	 Casio f-91w reloj retro - ... 19,99 € www.Grande...

Anuncios ⓘ

Casio F91W

www.ebay.es/ ▾

Los mejores precios.
¡Compra ahora en eBay!

Casio F91W en Amazon.es




www.amazon.es/casio+F91W ▾

Grandes descuentos en **casio F91W**.

Concorrência?

Google

casio f105w



Web

Imagens

Vídeos

Mapas





Mais ▾

Ferramentas de pesquisa

Cerca de 43 500 resultados (0,26 segundos)

Imagens de casio f105w

Denunciar imagens



Mais imagens de casio f105w

F105W-1A - Casual, Mens, Womens, Ladies, Digital, Analog
www.casio.com › ... › Products › Watches › Classic ▾ Traduzir esta página
A tried and true style great for casual wear. With its daily alarm, hourly time signal and auto calendar, you'll never need to worry about missing an appointment ...

Casio F-105W - Wikipedia, the free encyclopedia
en.wikipedia.org/wiki/Casio_F-105W ▾ Traduzir esta página
The **Casio F105-W-1A** is a quartz digital watch, manufactured by the Japanese firm Casio Computer Co., Ltd.. Specifications[edit]. The **F105W-1A** has a 1/100 ...


Configuração da campanha

Nome da campanha **Pesquisa Dinâmica A** [Editar](#)

Tipo [?](#)

Escolha o tipo de campanha para o qual mudará:

A mudança de um tipo para outro poderá ocultar ou expor alguns relatórios e funcionalidades.

 Apenas na Rede de Pesquisa ▾

☐ **Padrão (não recomendado)** [?](#)

☐ **Todas as funcionalidades** - Todas as funcionalidades e opções disponíveis para a Rede de Pesquisa [?](#)

☐ **Anúncios de Listagem de Produtos (não recomendado)** [?](#)

☒ **Anúncios de Pesquisa Dinâmicos** - Anúncios segmentados com base no conteúdo do seu Website [?](#)

[Saiba mais acerca dos tipos de campanha](#)

Guardar

Cancelar



Configuração da campanha

Nome da campanha **Pesquisa Dinâmica A** [Editar](#)

Tipo [?](#)

Escolha o tipo de campanha para o qual mudará:

A mudança de um tipo para outro poderá ocultar ou expor alguns relatórios e funcionalidades.

 Apenas na Rede de Pesquisa ▾

☐ **Padrão (não recomendado)** [?](#)

☐ **Todas as funcionalidades** - Todas as funcionalidades e opções disponíveis para a Rede de Pesquisa [?](#)

☐ **Anúncios de Listagem de Produtos (não recomendado)** [?](#)

☒ **Anúncios de Pesquisa Dinâmicos** - Anúncios segmentados com base no conteúdo do seu Website [?](#)

[Saiba mais acerca dos tipos de campanha](#)

Guardar

Cancelar

Adicionar novos anúncios

Título	Título gerado dinamicamente ?
Linha da descrição 1	Reserva o teu lugar nas Google Academies
Linha da descrição 2	Formação Gratuita e com Certificação Goog
URL de visualização ?	www.google-academies.pt
URL de destino	Página de destino selecionada dinamicamente ? Editar para adicionar acompanhamento
Preferência de dispositivos ?	<input type="checkbox"/> Telemóveis

Preparar o *Website* para DSA

- Estruture os dados do *Website* de uma forma compreensível;
- Títulos (<title>) de cerca de apróx. 65 caracteres;
- Meta descrição de aprox. 150 caracteres;
- Incluir o máximo de informações relevantes dentro do documento;
- Ter também em conta elementos de estrutura e formação como H1, H2, H3, P, Li, etc;
- Um bom SEO on-site afeta positivamente a criação dinâmica de anúncios.

Definição do público-alvo com DSA

- Categorias
 - Baseada nos critérios de pesquisa orgânica.
 - Obriga à implementação do *rich snippet para breadcrumbs* - <http://goo.gl/7cRaAu>
- Título da página
 - Títulos de página com determinadas palavras (Casio, Puzzles, Relógios).
 - <title>Relógios Casio</title>
- Conteúdo da página
 - Páginas do *Website* que contenham determinadas palavras-chave ou variações.

Definição de público-alvo com DSA

Campanhas Grupos de anúncios Definições Anúncios Palavras-chave Públicos-alvo Extensões ao anúncio Segmentações automáticas Dimensões

Visualizar: Produtos alvo xcto os eliminados Segmentar Filtro Colunas

Selecionar um grupo de anúncios

Escolher...

Adicionar produto alvo

☐ Adicionar todos os produtos

☒ Adicione um grupo de produtos com os atributos de feed do Google Merchant Center. [Saiba mais](#)

id = puzzles [Remover](#)

id

product type (tipo de produto)

brand (marca)

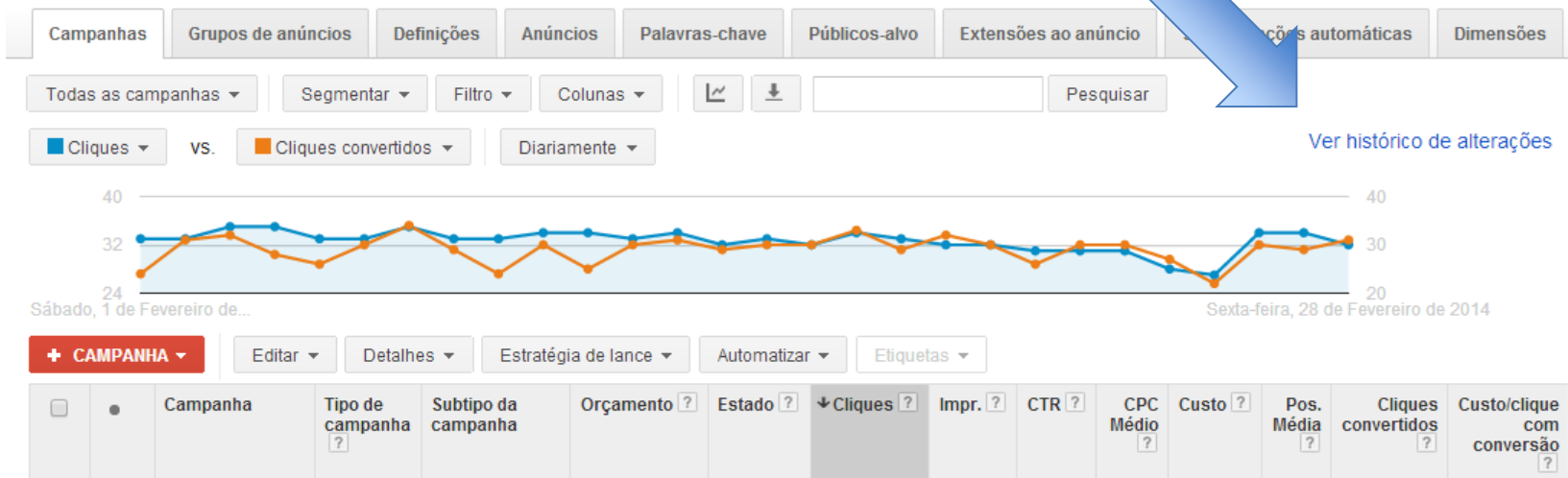
condition (condição)

adwords labels (etiquetas do AdWords)

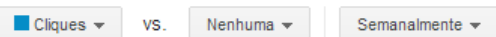
adwords grouping (agrupamento do AdWords)

Ferramentas do *AdWords*

Histórico de alterações



Histórico de alterações completo



Últimos 2 anos: 09/05/2012 - 09/05/2014

Gerir campanhas



Alterado por Todos os utilizadores

Tipos de alteração: ☒ Tudo ☐ Orçamento ☐ Lance ☐ Palavra-chave ☐ Estado ☐ Distribuição ☐ Segmentação ☐ Anúncio

Actualizar

[Mostrar todos os detalhes](#)

Mostrar no máximo 50 linhas 1 - 50 de mais de 50

[illegible]

Histórico de alterações

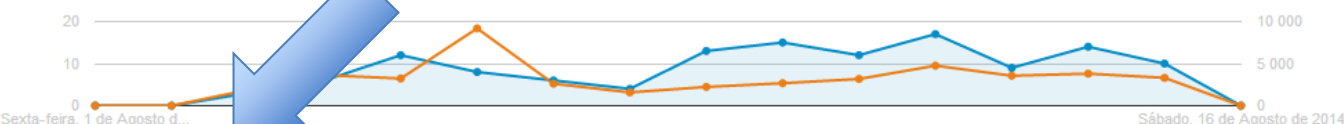
Histórico de alterações completo

Este mês: 01/08/2014 - 16/08/2014

Gráfico

Transferir

Clique vs. Impressões



Gerir campanhas

Alterado por mail@marcogouveia.pt

Tipos de alteração: ☐ Tudo ☐ Orçamento ☐ Lance ☒ Palavra-chave ☐ Estado ☐ Distribuição ☐ Segmentação ☐ Anúncio

Actualizar

Mostrar todos os detalhes


Mostrar no máximo 50 linhas 1 - 23 de 23

DATA E HORA / UTILIZADOR	CAMPANHA	GRUPO DE ANÚNCIOS	ALTERAÇÕES	
14/Ago/2014 22:36:51 mail@marcogouveia.pt	Google AdWords Porto	AdWords Porto	△ 3 alterações do CPC máximo Mostrar detalhes	
13/Ago/2014 20:56:52 mail@marcogouveia.pt	Google AdWords Porto	AdWords Porto	+ 1 Palavra-chave de correspondência ampla(s) adicionado(s) Mostrar detalhes	
13/Ago/2014 20:54:55 mail@marcogouveia.pt	Google AdWords Porto	AdWords Porto	+ 1 Palavra-chave de correspondência ampla(s) adicionado(s) Mostrar detalhes	
13/Ago/2014 20:54:44 mail@marcogouveia.pt	Google AdWords Porto	AdWords Porto	+ 1 Palavra-chave de correspondência exata(s) adicionado(s) Mostrar detalhes	
12/Ago/2014 21:25:23 mail@marcogouveia.pt	Google AdWords Porto	AdWords Porto	△ 5 alterações do CPC máximo Mostrar detalhes	
12/Ago/2014 21:25:07 mail@marcogouveia.pt	Google AdWords Porto	AdWords Porto	△ 1 alterações de estado Mostrar detalhes	
12/Ago/2014 21:24:58 mail@marcogouveia.pt	Google AdWords Porto	AdWords Porto	△ 1 alterações de estado Mostrar detalhes	

Pré-Visualização de Anúncios e de Diagnóstico

Pré-Visualização de Anúncios e de Diagnóstico

- **Prever como aparecem os anúncios para aquele termo;**
- Em diferentes domínios, países, idiomas ou dispositivos;
- Evita impressões sem cliques.



Pré-visualizar

☐ Opções adicionais

Domínio

Idioma

Local **Portugal** [Editar](#)

Dispositivo ☒ Computador ou portátil
☐ Telemóvel com navegador completo (por exemplo, iPhone)
☐ Tablet com navegador completo (por exemplo, iPad)

Planeador de palavras-chave

Planeador de palavras-chave

Google AdWords | Página inicial | **Campanhas** | Oportunidades | Ferramentas

Pesquisa

Todas as campanhas online

- Campanha 1
- Campanha Full + Auto Bid
- Controlo & Experiência - Full + Remarketing
- Listagem de Produtos
- Pesquisa Dinâmica A
- Pesquisa Dinâmica B + Auto Bid
- Remarketing
- Teste

Todas as campanhas online

Campanhas | Grupos de anúncio

Totais

Cliques vs. Cliques convertidos

Quinta-feira, 20 de Março...

Ferramentas

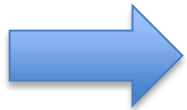
- Histórico de Alterações
- Conversões
- Google Analytics
- Google Merchant Center
- Planeador de Palavras-Chave**
- Planeador da Rede de Display
- Pré-Visualização de Anúncios e de Diagnóstico

Planeador de palavras-chave

Planeador de Palavras-Chave

Planeie a sua próxima campanha de pesquisa

O que pretende fazer?



- ▶ Pesquisar novas ideias de palavras-chave e de grupos de anúncios
- ▶ Obter volume de pesquisa para uma lista de palavras-chave ou agrupá-las em grupos de anúncios
- ▶ Obter estimativas de tráfego para uma lista de palavras-chave
- ▶ Multiplicar listas de palavras-chave para obter novas ideias de palavras-chave

Planeador de palavras-chave

▼ Pesquisar novas ideias de palavras-chave e de grupos de anúncios

Introduza uma ou mais das opções seguintes:

O seu produto ou serviço

presentes personalizados

A sua página de destino

www.presentespersonalizados.pt

Categoria do produto

Presentes

Segmentação ?

Portugal

Todos os idiomas

Google

Palavras-chave negativas
infantil, bebé, berçário,
criança de colo

Personalizar a sua pesquisa ?

Filtros de palavras-chave

Opções de palavras-chave

Mostrar ideias amplamente
relacionadas

Ocultar palavras-chave na
minha conta

Ocultar palavras-chave no meu
plano

Incluir/Excluir

- O planificador de palavras-chave permite encontrar potenciais oportunidades de palavras-chave que podemos adicionar às campanhas e grupos de anúncios, com estimativas de tráfego e simulações de desempenho;
- Para isso, necessitamos de indicar as seguintes variáveis:
 - Produto / serviço;
 - Página de destino;
 - Segmentação geográfica;
 - Segmentação de idioma;
 - Parceiros de pesquisa;
 - Palavras-chave negativas;
 - Outros filtros (pesquisa mensal, CPC médio, palavras-chave já existentes na conta, etc.).

Planeador de palavras-chave

Planeador de Palavras-Chave

Adicionar ideias ao plano

O seu produto ou serviço

presentes personalizados

A sua página de destino

www.presentespersonalizados.pt

Categoria do produto

Presentes

Obter ideias

Modificar pesquisa

Segmentação

Portugal

Todos os idiomas

Google

Palavras-chave negativas

infantil, bebé, berçário, criança de colo

Personalizar a sua pesquisa

Filtros de palavras-chave

Opções de palavras-chave

Mostrar ideias amplamente relacionadas

Ocultar palavras-chave na minha conta

Ocultar palavras-chave no meu plano

Incluir/Excluir

Ideias de grupos de anúncios

Ideias de palavras-chave

Transferir

Adicionar tudo (5)

Grupo de anúncios (por relevância)	Palavras-Chave	Média de pesquisas mensais	Concorrência	Lance sugerido	Quota de impr. do anúncio	Adicionar ao plano
Palavras-chave como: ...	presentes originais, pre...	3 950	Baixa	0,20 €	0%	»
Brindes (19)	brindes personalizados,...	1 460	Alta	0,63 €	0%	»
Canetas (6)	canetas personalizadas...	340	Alta	0,45 €	0%	»
Presentes Personalizad...	presentes personalizad...	130	Baixa	0,06 €	0%	»
Palavras-chave como: ...	presentes personalizad...	490	Baixa	0,08 €	0%	»

1 - 5 de 5 grupos de anúncios

< >

O seu plano

Guardado até 06/04/2014

O seu plano está vazio. Selecione uma ideia do grupo de anúncios ou clique em "+" para começar a criar um novo grupo de anúncios.

Grupos de anúncios: 0


Enviar comentário

Planeador de palavras-chave

Planeador de Palavras-Chave

Planeie a sua próxima campanha de pesquisa

O que pretende fazer?

- ▶ Pesquisar novas ideias de palavras-chave e de grupos de anúncios
-  ▶ Obter volume de pesquisa para uma lista de palavras-chave ou agrupá-las em grupos de anúncios
- ▶ Obter estimativas de tráfego para uma lista de palavras-chave
- ▶ Multiplicar listas de palavras-chave para obter novas ideias de palavras-chave

Planeador de palavras-chave

▼ Obter volume de pesquisa para uma lista de palavras-chave ou agrupá-las em grupos de anúncios

Opção 1: Introduzir palavras-chave

presentes
presentes personalizados
presentes originais
presentes para mulheres
presentes para homens|

Opção 2: Carregar ficheiro

Nenhum ficheiro selecionado

Ficheiros e formatos suportados:

Segmentação ☐

Portugal

Google

Palavras-chave negativas

Introduza ou carregue palavras-chave para pesquisar estatísticas do histórico, como o volume de pesquisa, ou agrupá-las em grupos de anúncios



Planeador de palavras-chave

Grupo de anúncios: **Presentes**

1 de 1 ideias de grupos de anúncios



Adicionar tudo (5)

Palavra-Chave (por relevância)		Média de pesquisas mensais ?	Concorrência ?	Lance sugerido ?	Quota de impr. do anúncio ?	Adicionar ao plano
presentes		880	Baixa	0,22 €	0%	»
presentes para homens		140	Média	0,16 €	0%	»
presentes originais		1 600	Baixa	0,16 €	0%	»
presentes personalizados		390	Média	0,10 €	0%	»
presentes para mulheres		30	Baixa	-	0%	»

1 - 5 de 5 palavras-chave



Planeador de palavras-chave

Planeador de Palavras-Chave

Planeie a sua próxima campanha de pesquisa

O que pretende fazer?

- ▶ Pesquisar novas ideias de palavras-chave e de grupos de anúncios
- ▶ Obter volume de pesquisa para uma lista de palavras-chave ou agrupá-las em grupos de anúncios
- ▶ Obter estimativas de tráfego para uma lista de palavras-chave
- ▶ Multiplicar listas de palavras-chave para obter novas ideias de palavras-chave



Planeador de palavras-chave

Planeador de Palavras-Chave

Introduzir um lance
€ 0,43

Introduzir orçamento diário
€ 50,00

Obter estimativas detalhadas

Obter estimativas e rever plano

Segmentação ?

Portugal

Todos os idiomas

Google

Palavras-chave negativas

Grupo de Anúncios

Palavra-chave

Clique por dia
14,4 – 17,6

Impressões por dia
459 – 561

Custo por dia
4,40 € – 5,30 €

Ad position
1,16 – 1,42

Adicionar palavras-chave

Editar tipos de correspondência ▼

Eliminar ▼

Transferir

	Palavra-chave	Grupo de Anúncios	Cliques	Impr.	Custo	CTR	CPC Médio	Pos. Média
<input type="checkbox"/>	presentes	presentes	2,13	134,14	0,71 €	1,6%	0,33 €	1,25
<input type="checkbox"/>	presentes	presentes 1	0,00	0,00	0,00 €	0,0%	0,00 €	0,00
<input type="checkbox"/>	presentes originais	presentes	7,35	294,81	2,21 €	2,5%	0,30 €	1,22
<input type="checkbox"/>	presentes originais	presentes 1	0,00	0,00	0,00 €	0,0%	0,00 €	0,00
<input type="checkbox"/>	presentes para homens	presentes	0,74	10,90	0,27 €	6,8%	0,36 €	1,54
<input type="checkbox"/>	presentes para homens	presentes 1	0,00	0,00	0,00 €	0,0%	0,00 €	0,00

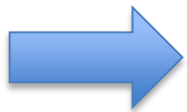
Planeador de palavras-chave

Planeador de Palavras-Chave

Planeie a sua próxima campanha de pesquisa

O que pretende fazer?

- ▶ Pesquisar novas ideias de palavras-chave e de grupos de anúncios
- ▶ Obter volume de pesquisa para uma lista de palavras-chave ou agrupá-las em grupos de anúncios
- ▶ Obter estimativas de tráfego para uma lista de palavras-chave
- ▶ Multiplicar listas de palavras-chave para obter novas ideias de palavras-chave



Planeador de palavras-chave

▼ Multiplicar listas de palavras-chave para obter novas ideias de palavras-chave

Lista 1

presentes
ofertas
prendas

×

Lista 2

personalizados
com foto
originais
únicos
para mulher
para homem

×

Lista 3

baratos
económicos
preciosos

Crie novas combinações de palavras-chave e obtenha estatísticas de volume de pesquisa ou estimativas de tráfego

Segmentação ?

Portugal

Google

Palavras-chave negativas
baratos, tecnológicos





Obter estimativas Obter volume de pesquisa

presentes baratos personalizados, presentes personalizados, presentes preciosos personalizados baratos, presentes com foto baratos, foto-presentes baratos, lindos foto-presentes, presentes originais, presentes baratos originais, presentes originais bonitos, presentes originais baratos, presentes baratos, baratos , originais e preciosos , presentes baratos para homens, presentes para homens, presentes preciosos baratos para homens , presentes para mulheres baratos, presentes baratos para as mulheres , presentes para mulheres bonitas , detalhes personalizados baratos , detalhes feitos sob encomenda baratos , belos detalhes personalizados , detalhes com baratas foto- detalhes foto barato, foto com belos detalhes , características originais baratos, características originais baratos, belas características originais , detalhes únicos baratos , detalhes baratos únicos, preciosos detalhes exclusivos , detalhes para o homem orçamento para baratos Detalhes do homem para o homem precioso , mulheres detalhes baratos , detalhes baratos para mulher, mulher para detalhes preciosos , presentes feitos sob encomenda baratos , presentes personalizados, baratos presentes bonitos , personalizados, presentes baratos com a foto original, foto-presentes com barata, com presentes foto bonita , presentes originais baratos, baratos presentes originais , presentes , pedras preciosas, presentes originais presentes baratos , barato e original, bonito e presentes originais , presentes para homens , presentes baratos para homens, presentes para homem preciosos, presentes baratos para as mulheres, presentes baratos para as mulheres, presentes para mulheres bonitas, etc.

Ferramentas de licitação e orçamento

Simulador de lances

- Fornece informações e ideias sobre os lances;
- Economiza tempo: reúne informações;
- Apenas funciona com a Rede de Pesquisa.

+ CAMPANHA ▼		Editar ▼	Detalhes ▼	Estratégia de lance ▼	Automatizar ▼	Etiquetas ▼				
<input type="checkbox"/>	●	Campanha	Orçamento ?	Estado ?	+ Cliques ?	+ Impr. ?	+ CTR ?	+ CPC médio ?	+ Custo ?	+ Valor total de conv. ?
		Total - todas as campanhas	14 439,80 €/dia		19 287	87 130	22,14%	0,22 €	4 174,01 €	169 896,3
<input type="checkbox"/>	●	 NRT - Região - PT	200,00 €/dia 	Elegível	9 171	18 128	50,59%	0,09 €	841,97 €	57 722,7
<input type="checkbox"/>	●	 NRT - Região - ES	130,00 	Elegível	1 594	4 639	34,36%	0,16 €	256,59 €	27 711,8

Simulador de lances

Simulador de Lance de Campanha

Utilize esta ferramenta para explorar a forma como as alterações de lances podem afetar o tráfego da Rede de Pesquisa. Pode efetuar as alterações aqui e aplicá-las diretamente à sua campanha. [Saiba mais](#) | [Enviar comentários](#)

Modelar e alterar lances em Serviços - Lisboa

☒ Escala de lances (%) ☐ Lance ao nível da campanha ?

CPC máx.		Orçamento simulado ?	Cliques	Custo	Impr.	Impr. topo ?	Cliques convertidos ?	Conv. ?	Valor total de conv. ?
<input type="radio"/> +300%		108,00 €/dia	509	385,16 €	31 900	13 000	117	177	9
<input type="radio"/> +200%		90,00 €/dia	475	325,68 €	27 700	9 320	105	158	8
<input type="radio"/> +100%		60,30 €/dia	410	242,21 €	21 100	4 600	82	124	7
<input type="radio"/> +50%		51,50 €/dia	329	177,07 €	16 600	2 330	56	84	6
<input type="radio"/> +25%		35,20 €/dia	258	133,48 €	13 800	1 350	30	45	4
<input type="radio"/> +10%		20,80 €/dia	142	63,25 €	11 700	931	6	9	4
<input checked="" type="radio"/> 0% (actual)		20,80 €/dia	128	54,84 €	10 900	780	2	3	3
<input type="radio"/> -10%		20,80 €/dia	96	39,05 €	8 870	457	2	2	2
<input type="radio"/> -25%		20,80 €/dia	64	23,25 €	7 240	250	1	2	2
<input type="radio"/> -50%		20,80 €/dia	33	7,64 €	4 840	29	--	--	--

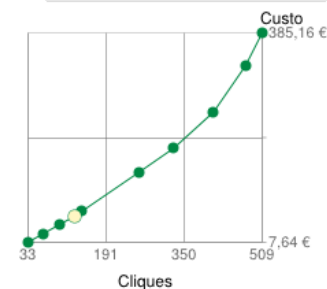
💡 Impacto estimado para Semana: 08/04/2014 - 14/04/2014. Estas estimativas não garantem resultados semelhantes no futuro. [Saiba mais](#)

☒ Definir o meu orçamento para o valor simulado para incluir alterações de lances ?

Aplicar agora

Cancelar

Transferir dados de simulação



Porque é que não funciona?

- Não existem dados suficientes;
- Atingimos o limite do orçamento diário da campanha durante a última semana;
- Funciona apenas com campanhas manuais da Rede de Pesquisa;
- Não funciona com campanhas automáticas ou que utilizem ofertas de CPA;
- Também não funciona em campanhas com experiências ativas.

Orçamento diário

- Orçamentos abaixo do recomendado perdem impressões potenciais;
- O orçamento é uma forma de controlar a exposição dos anúncios enquanto o ROI não é positivo;
- Cada campanha (Pesquisa, Display e outras iniciativas online) vão ter o seu próprio CPA. **Identifiquem cada um deles.**
- Todos nós queremos ficar nas melhores posições, pagar pouco por clique e obter lucros, no entanto, **nem sempre todas as ações pode ser feitas simultaneamente.** Considerem compensações iniciais para se chegar ao objetivo final!

Orçamento restrito

- Cuidado com as campanhas restritas por orçamento:
 - Se o orçamento for abaixo do recomendado, podemos deixar de mostrar anúncios a potenciais clientes;
 - Diminuição do número de cliques: Ao aumentar o valor do CPC, existe a possibilidade de diminuir o número de cliques e consequentemente conversões.

Resumindo: Aumentar o CPC numa campanha limitada por orçamento pode levar a menos conversões e um CPA mais alto.

Informações de leilões

Informações de leilões

- Quais são os meus concorrentes?
- Em que posições aparecem?
- Que posição têm em média?
- Qual a percentagem de pesquisas em que coincidem no mesmo leilão?

Informações de leilões

Relatório Informações do leilão

Compare o seu desempenho com o de outros anunciantes. Com o relatório de Informações do leilão, pode ver o desempenho dos seus grupos de anúncios, palavras-chave ou campanhas em termos da quota de impressão, da posição média e de outras estatísticas, em relação aos outros anunciantes que participam nos mesmos leilões. Nota: As informações presentes neste relatório baseiam-se no tráfego da Pesquisa Google relativo ao intervalo de datas selecionado.

47% de impressões disponíveis (de 2 palavras-chave) utilizadas para gerar este relatório. [Saiba mais](#)


Domínio de URL de visualização [?]	↓ Quota de impressão [?]	Posição média [?]	Taxa de sobreposição [?]	Posição acima da taxa [?]	Taxa no topo da página [?]
O anunciante	92,65%	1,3	--	--	44,44%
ask.com	44,12%	2,6	46,03%	0,00%	0,00%
webuild.pt	26,47%	1,4	26,98%	82,35%	55,56%
softwarerh.com.br	17,65%	2	19,05%	0,00%	0,00%
emprego--casa.com	17,65%	3,1	19,05%	0,00%	0,00%
tinydeal.com	11,76%	6,4	12,70%	0,00%	0,00%
lojadosoftware.pt	10,29%	2,4	11,11%	0,00%	42,86%
pai.pt	< 10%	5,6	7,94%	0,00%	0,00%

Termos de Pesquisa

Como otimizar uma campanha

[Todas as campanhas online >](#)

[Anterior](#) | [Seguinte](#)

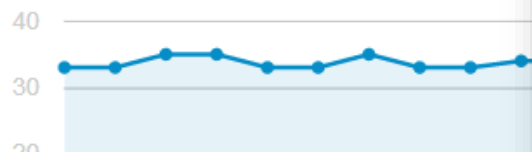
 **Campanha: Campanha Full + Auto Bid**

● Activo Tipo: **Rede de Pesquisa com seleção de Display - Todas as funcionalidades** [Editar](#) Orçamento: **0,30 €/dia** [Editar](#) Segmentação: **Todos os países e territórios** [Editar](#) Ajustes de lance ativos: **Dispositivo**

Grupos de anúncios Definições Anúncios

Todas exceto as palavras-chave eliminadas ▼

■ Cliques ▼ vs. Nenhuma ▼



Sábado, 1 de Fevereiro d...

+ PALAVRAS-CHAVE

Editar ▼

Detalhes

TERMOS DE PESQUISA

Selecionada

Todos

INFORMAÇÕES DE LEILÕES

Selecionada

Todos

Diagnóstico de palavras-chave

Exposições ao anúncio Segmentações automáticas



Pesquisa

[Ver histórico de alterações](#)



Sexta-feira, 28 de Fevere...

Etiquetas ▼

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Palavra-chave	Grupo de anúncios	Estado [?]	CPC máx. [?]	↓ Cliques [?]	Impr. [?]	CTR [?]	CPC Médio [?]	Custo [?]	Pos. Média [?]	Cliques convertidos [?]
		Total - toda a campanha [?]				912	33 026	2,76%	0,01 €	9,12 €	1,0	811

Listagem de Termos de Pesquisa

- Vejam exatamente o que é que os utilizadores têm procurado para que o anúncio seja apresentado;
- Obtenham ideias para novas campanhas e grupos de anúncios;
- Encontrem palavras-chave negativas com as quais não queremos que apareça o anúncio.

Termo de pesquisa	Tipo de correspond. ?	Adicionada/excluída ?	Campanha
curso google adwords	Correspondência exacta	Adicionado	Curso - Google AdWords Porto
curso online de marketing digital	Correspondência ampla	Excluído	Curso - Google AdWords Porto
curso de marketing online gratis	Correspondência ampla	Excluído	Curso - Google AdWords Porto
google adwords curso	Correspondência ampla	Nenhuma	Curso - Google AdWords Porto
curso de google adwords	Correspondência ampla	Nenhuma	Curso - Google AdWords Porto
curso online marketing digital	Correspondência ampla	Excluído	Curso - Google AdWords Porto
formação add words google	Correspondência ampla	Nenhuma	Curso - Google AdWords Porto
curso google addwords e facebook adds	Correspondência ampla	Nenhuma	Curso - Google AdWords Porto

Diagnóstico de palavras-chave

Diagnóstico de palavras-chave

[Todas as campanhas online >](#)

[Anterior](#) | [Seguinte](#)

Campanha: Campanha Full + Auto Bid

● Activo Tipo: **Rede de Pesquisa com seleção de Display - Todas as funcionalidades** [Editar](#) Orçamento: **0,30 €/dia** [Editar](#) Segmentação: **Todos os países e territórios** [Editar](#) Ajustes de lance ativos: **Dispositivo**

Grupos de anúncios

Definições

Anúncios

Palavras-chave

Públicos-alvo

Extensões ao anúncio

Segmentações automáticas

Todas exceto as palavras-chave eliminadas ▼

Segmentar ▼

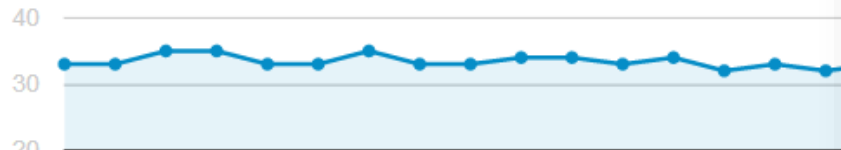
Filtro ▼

■ Cliques ▼

vs.

Nenhuma ▼

Diariamente ▼



Sábado, 1 de Fevereiro d...

+ PALAVRAS-CHAVE

Detalhes ▼

Estratégia de lance ▼

<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	Palavra-chave	Grupo de anúncios	Estado ?	CPC máx. ?	↓ Cliques	os. dia ?	Cliques convertidos ?				
		Total - toda a campanha ?				912	33 026	2,76%	0,01 €	9,12 €	1,0	811

TERMOS DE PESQUISA

Selecionada

Todos

INFORMAÇÕES DE LEILÕES

Selecionada

Todos

Diagnóstico de palavras-chave

Diagnóstico de palavras-chave

Domínio	www.google.	<input type="text" value="pt"/>
Idioma	<input type="text" value="Português"/>	
Local	Lisboa, Portugal	Editar
Dispositivo	Computador ou portátil	Editar

Diagnóstico de palavras-chave

+ PALAVRAS-CHAVE

Editar ▾

Detalhes ▾

Estratégia de lance ▾

Automatizar ▾

Etiquetas ▾

Diagnóstico concluído - 23:23 [?] [Filtrar resultados](#) | [Editar condições de teste](#) | [Fechar](#)

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Palavra-chave	Campanha	Grupo de anúncios	Estado [?]	CPC máx. [?]	↓ Índice qual. [?]	Tipo de campanha [?]	Subtipo da campanha
		Total - toda a conta [?]					--		
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	publicidade online	Pesquisa Dinâmica B + Auto Bid	Anúncios B	<input type="checkbox"/> Elegível	automático: 0,28 €	10/10	Apenas na Rede de Pesquisa	Anúncios de Pesquisa Dinâmicos
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	empresa de seo	Pesquisa Dinâmica B + Auto Bid	Anúncios B	<input type="checkbox"/> Elegível	automático: 0,28 €	10/10	Apenas na Rede de Pesquisa	Anúncios de Pesquisa Dinâmicos
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	agencias seo	Pesquisa Dinâmica B + Auto Bid	Anúncios B	<input type="checkbox"/> Elegível	automático: 0,28 €	10/10	Apenas na Rede de Pesquisa	Anúncios de Pesquisa Dinâmicos
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Consultoria Adwords	Pesquisa Dinâmica B + Auto Bid	Anúncios B	<input type="checkbox"/> Elegível	automático: 0,28 €	10/10	Apenas na Rede de Pesquisa	Anúncios de Pesquisa Dinâmicos
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	cursos de seo	Pesquisa Dinâmica B + Auto Bid	Anúncios B	<input type="checkbox"/> Elegível	automático: 0,28 €	10/10	Apenas na Rede de Pesquisa	Anúncios de Pesquisa Dinâmicos
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	serviços de seo	Pesquisa Dinâmica B + Auto Bid	Anúncios B	<input type="checkbox"/> Elegível	automático: 0,28 €	10/10	Apenas na Rede de Pesquisa	Anúncios de Pesquisa Dinâmicos

Diálogo de diagnóstico rápido

Palavra-chave	Grupo de anúncios	↓ Estado ?
Total - toda a campanha ?		
consultoria estratégica	Anúncio	Elegível
publicidade online	Anúncio	Elegível
publicidade web	Anúncio	Elegível
consultoria em marketing digital	Anúncio	Elegível

Palavra-chave: **Consultor Adwords**

Tem anúncios em apresentação?

Sim

Índice de qualidade [Saiba mais](#)

7/10

Taxa de cliques prevista: **Médio**

Relevância do anúncio: **Médio**

Experiência de página de destino: **Médio**

[Diagnóstico e Pré-visualização de Anúncios](#)

Palavra-chave: **Consultor Search Engine Optimization**

Tem anúncios em apresentação?

Sim

Índice de qualidade [Saiba mais](#)

4/10

Taxa de cliques prevista: **Médio**

Relevância do anúncio: **Abaixo da média**

Experiência de página de destino: **Médio**

[Diagnóstico e Pré-visualização de Anúncios](#)

Cliques inválidos

Cliques inválidos ou atividade fraudulenta

- Cliques manuais destinados a aumentar os custos publicitários da concorrência;
- Cliques realizados por *bots*, *scripts* ou outro tipo de *software* malicioso;
- Cliques irrelevantes, sem valor real para o anunciante, como o segundo clique de um duplo clique.

Cliques inválidos ou atividade fraudulenta

- Google dispõe de sistemas avançados para identificar cliques e impressões inválidas, assim como suprimi-los dos dados da conta;
- A maior parte destes cliques são transparentes para o anunciante e nunca chegam a ser expostos na conta. No entanto, é possível que em revisões posteriores do sistema, estes dados sejam creditados e apareçam indicados no historial de transações, descritos como “Atividade inválida” no separador de “faturação”.

19 Dez	Atividade da campanha: 6695 impressões	7,13	
19 Dez	Atividade da campanha: 1138 cliques	187,19	
19 Dez	Atividade inválida		1,27

Exclusão de IP

Exclusão de endereços IP



Introduza os endereços IP (Internet Protocol) que pretende excluir da visualização dos seus anúncios.

Nota: Pode continuar a obter algumas impressões e cliques de endereços IP excluídos se um site da Rede Google não fornecer informações de IP dos utilizadores. Tenha em atenção que esta lista só é aplicável a anúncios desta campanha.

Introduza um endereço IP por linha.

Formato: 123.145.167.89

Pode utilizar endereços IP completos ou o carácter universal (*) para os últimos 3 dígitos, ao indicar um bloco de endereços.

Exemplos:

- 123.4.5.67
- 123.4.5.*
- 123.45.167.1

Guardar

Cancelar

Experiências de campanha

Experiências de campanha



Experiências de campanha

- O que poderá acontecer se descer os CPC's em 10%?
- E se adicionar mais um grupo de anúncios?
- Este grupo de anúncios irá ter bom desempenho?
- E se adicionar palavras-chave negativas?

Configuração > Experiências

☐ Experiência

Passos para executar uma experiência [Saiba mais](#)

1. Especifique as definições da experiência.

2. Efectue alterações experimentais aos lances, às palavras-chave e aos grupos de anúncios na sua campanha.
3. Inicie a experiência. À medida que o tráfego acumula, poderão surgir [diferenças estatisticamente significativas](#).
4. Avalie a experiência. Aplique alterações integralmente ou remova as alterações.

Especifique as definições da experiência.

Nome

Divisão de controlo/experiência ? ▼

Iniciar ? ☒ Nenhuma data de início (iniciá-la-ei manualmente)

☐

Fim ? ☒ 30 dias a partir do início

☐

Guardar

Cancelar

Realizar experiências

The image shows the Google Ads interface for managing ad groups. On the left, a table lists ad groups. The first row is 'Grupo de anúncios' (grey), and the second row is 'Grupo de anúncios 1' (yellow). A blue arrow points to the yellow row. A context menu is open for 'Grupo de anúncios 1', showing options: 'Controlo e experiência' (green triangle icon), 'Apenas controlo' (grey triangle icon), 'Apenas experiência' (grey triangle icon), 'Em pausa' (grey vertical bar icon), and 'Eliminar' (red X icon). On the right, the 'Segmentar' dropdown menu is open, showing a list of segments: 'Nenhuma', 'Tempo', 'Rede', 'Rede (com parceiros de pesquisa)', 'Tipo de clique', 'Dispositivo', 'Experiência' (highlighted with a blue arrow), 'Parte superior vs Outros', and 'Notas do +1'. The 'Filtro' button is also visible, with a blue arrow pointing to it.

+ GRUPO DE ANÚNCIOS Editar ▼

<input checked="" type="checkbox"/>		Grupo de anúncios
<input checked="" type="checkbox"/>		Grupo de anúncios 1

- Controlo e experiência**
- Apenas controlo
- Apenas experiência
- Em pausa
- Eliminar

Segmentar ▼ Filtro ▼ Colunas ▼

Nenhuma

- Tempo
- Rede
- Rede (com parceiros de pesquisa)
- Tipo de clique
- Dispositivo
- Experiência**
- Parte superior vs Outros
- Notas do +1

Realizar experiências

<input type="checkbox"/>		Palavra-chave	Grupo de anúncios	Estado [?]	CPC máx. [?]	Índice qual. [?]	↑ Cliques [?]	Impr. [?]	CTR [?]	CPC Médio [?]	Custo [?]	Pos. Média [?]	Cliques convertidos [?]	Custo/clique com conversão [?]	Taxa de conversão por clique [?]
<input type="checkbox"/>		seo freelance	Campanha Algarve	Elegível	0,75 € <input checked="" type="checkbox"/>	3/10	0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	0	0,00 €	0,00%
		Experiência externa					0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	0	0,00 €	0,00%
		Controlo - 50%			0,75 €		0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	0	0,00 €	0,00%
		Experiência - 50%	Campanha Algarve												
<input type="checkbox"/>		freelance seo		Abaixo do lance de primeira página Estimativa de lance de primeira página: 1,00 €	<input checked="" type="checkbox"/>								0	0,00 €	0,00%
		Experiência externa					0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	0	0,00 €	0,00%
		Controlo - 50%			0,75 €		0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	0	0,00 €	0,00%

0,75 € % = € 0,75

Defina um lance de palavra-chave experimental.

Deixe em branco para utilizar o lance base de 0,75 €.

Guardar

Cancelar

Realizar experiências

Adicionar palavras-chave


Escolha as expressões que os clientes utilizariam para pesquisar os seus produtos e serviços. Controle como as palavras-chave correspondem às pesquisas com [tipos de correspondência](#).

Introduza uma palavra-chave por linha.

[marketing digital]
[marketing online]
[auditoria seo]

Estimar o volume de pesquisa

Nota importante: Não podemos garantir que estas palavras-chave melhorem o desempenho da sua campanha. Reservamo-nos o direito de reprovocar qualquer palavra-chave adicionada. O anunciante é responsável pelas palavras-chave que selecciona e por garantir que a utilização que faz das palavras-chave não viola qualquer lei aplicável.

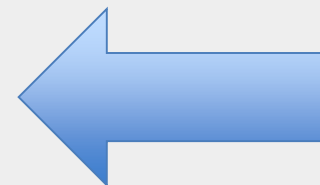
☒  Adicionar como palavras-chave só de experiência

Guardar

Cancelar

Precisa de ideias? Experimente o [Planeador de Palavras-Chave](#) ou consulte estes exemplos de palavras-chave com base numa análise do seu Website.

[-] Categoria: Optimization Search
« Adicionar todas desta categoria
« Adicionar search engines optimization
« Adicionar search engine optimization
« Adicionar top search engine optimization
« Adicionar search engine optimizer
« Adicionar search engine optimization tools
« Adicionar search engine optimization
techniques
« Adicionar search engine optimizers
« Adicionar local search engine optimization
« Adicionar search engine optimization
ranking
« Adicionar search engine optimization tips
« Adicionar website search engine



Aplicando alterações de experiência

☐ Experiência

Passos para executar uma experiência [Saiba mais](#)

1. Especifique as definições da experiência.
2. Efetue alterações experimentais aos lances, palavras-chave, grupos de anúncios e anúncios da sua campanha.
 - Altere [palavras-chave](#), [grupos de anúncios](#) e [anúncios](#).
3. **Inicie a experiência.** À medida que o tráfego acumula, poderão surgir **diferenças estatisticamente significativas**.
4. Avalie a experiência. Aplique alterações integralmente ou remova as alterações.

Em execução


Parar execução de experiência


Aplicar: lançar alterações integralmente


Eliminar: remover alterações

Nome **Baixar Cpa 10%**

Divisão de controlo/experiência  **80% de controlo/20% de experiência**

Iniciar  **01/04/2014**

Fim  **01/05/2014** [Editar](#)

Última modificação da experiência  **01/04/2014**

Editor do *AdWords*

Editor do AdWords

- Ferramenta descarregável que nos permite gerir campanhas de *AdWords* e realizar operações em massa;
- Ideal para trabalhar grandes contas, em equipa e **permite trabalhar em modo offline**;
- Permite copiar, colar e substituir em massa as palavras-chave, grupos de anúncios e campanhas;
- Configurações, filtros e pesquisas avançadas;
- Planifica e realiza alterações nas campanhas sem a necessidade de efectuar as alterações até que tenhamos terminado;
- Partilhar arquivos e propostas com os colegas;
- **OBS:** Atenção à sobreposição de dados!



<http://www.google.com/intl/pt-PT/adwordseditor>

Google AdWords Editor

A ferramenta poderosa do AdWords

O AdWords Editor é uma aplicação transferível e gratuita da Google concebida para gerir eficazmente contas do AdWords de grande dimensão. Transfira as suas campanhas, efetue alterações com poderosas ferramentas de edição e, em seguida, carregue as alterações para o AdWords.

- ✓ Utilize ferramentas de edição em massa para efetuar várias alterações rapidamente.
- ✓ Exporte e importe ficheiros para partilhar propostas ou efetuar alterações a uma conta.
- ✓ Veja as estatísticas de todas as campanhas ou de um subconjunto de campanhas.
- ✓ Copie ou mova itens entre grupos de anúncios e campanhas.
- ✓ Continue a trabalhar mesmo quando estiver offline.

Transferir o AdWords Editor

☒ Windows ☐ Mac

Versão atual: 10.3.2

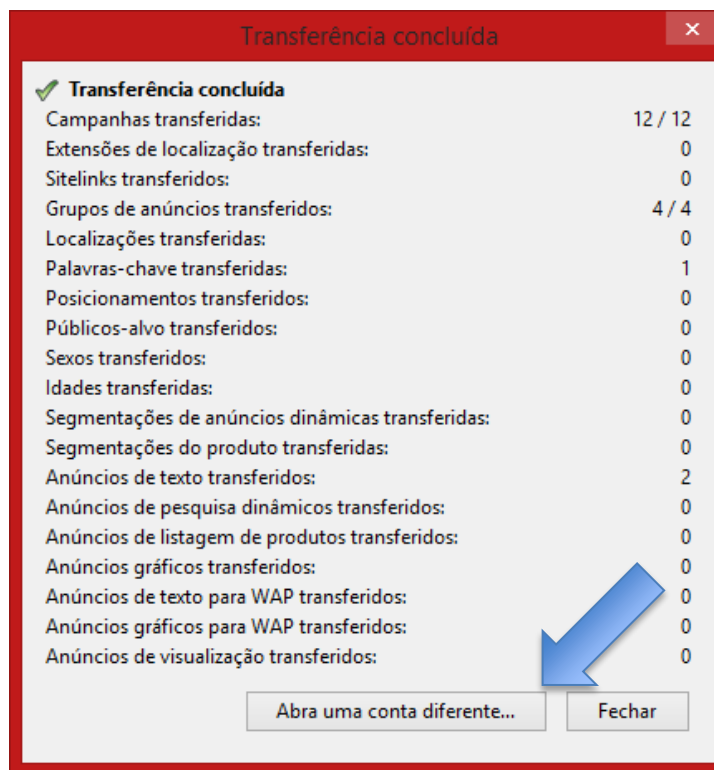
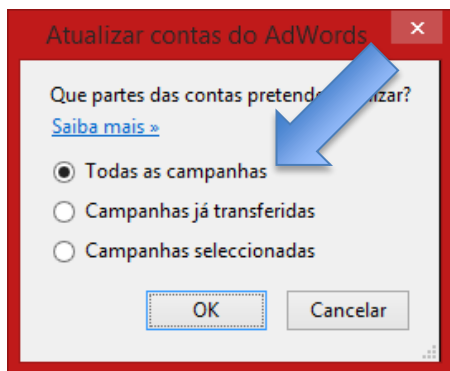
Requisitos do sistema:

Windows XP/Vista/7/8, Mac OS X(10.5+)



Saiba mais acerca do AdWords Editor

Abrir e atualizar contas



O editor do AdWords

The screenshot shows the Google AdWords Editor interface. The top menu bar includes 'Ficheiro', 'Editar', 'Conta', 'Dados', 'Ferramentas', and 'Ajuda'. Below the menu, there are buttons for 'Obter alterações recentes*', 'Verificar campanhas selecionadas', 'Publicar campanhas selecionadas', and 'Visualizar estatísticas*'. The main interface is divided into a left sidebar and a main content area.

Left Sidebar: Contains a tree view of campaigns. The selected campaign is 'Campanha Full + Auto Bid'. Other visible campaigns include 'Campaign #1', 'Controlo & Experiência - Full + Remar...', 'Listagem de Produtos', 'Pesquisa Dinâmica A', 'Pesquisa Dinâmica B + Auto Bid', 'Remarketing', 'Remarketing Novidade', 'Teste', and 'Teste Remarketing'.

Main Content Area: Displays a table of campaigns. The table has columns for 'Palavras-chave', 'Anúncios', 'Grupos de anúncios', 'Segmentação', 'Extensões', 'Campanhas', 'Adicionar campanha*', 'Adicionar/atualizar várias campanhas', and 'Reverter alterações selecionadas'. The table lists various campaigns with their status, budget, start/end dates, and other details.

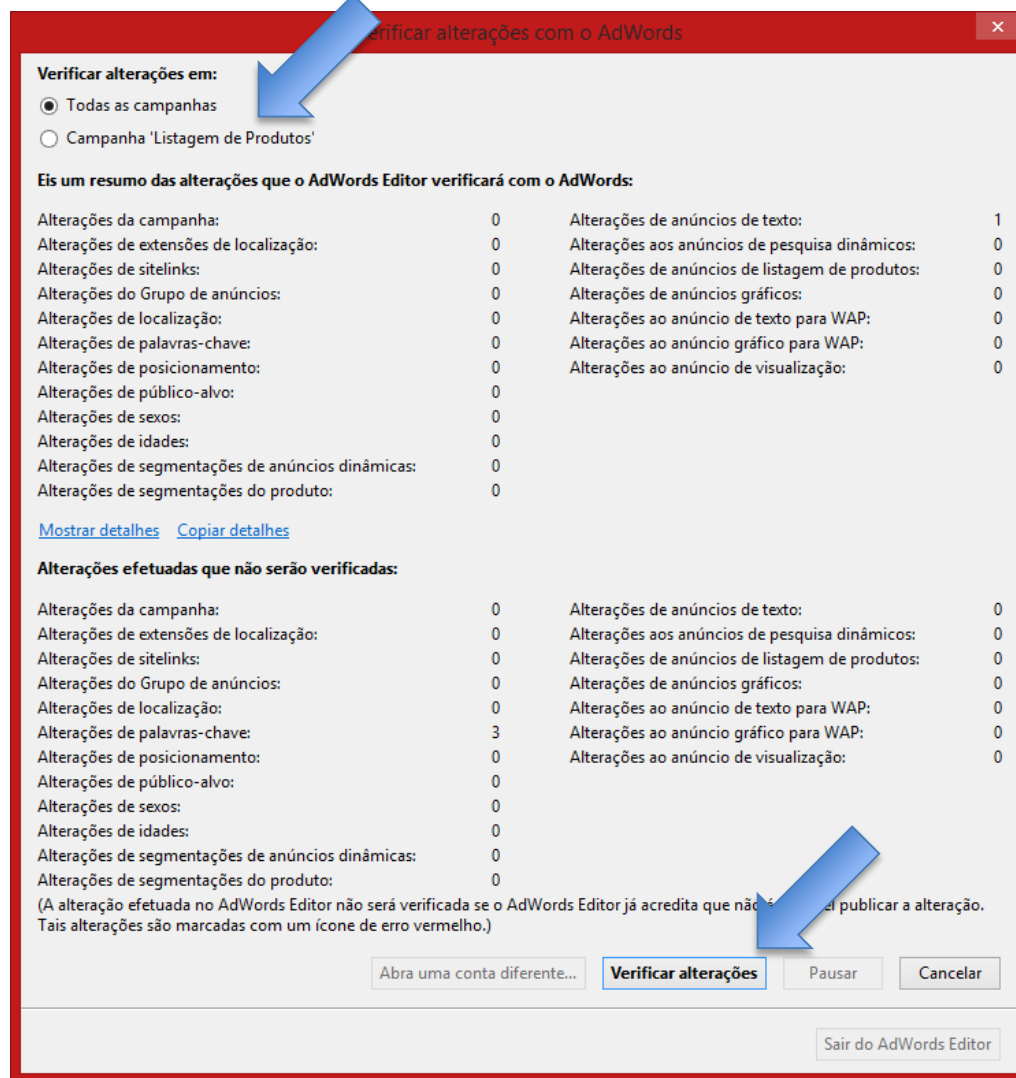
Bottom Panel: Shows the 'Editar campanhas selecionadas' section. It includes fields for 'Nome da campanha' (Campanha Full + Auto Bid), 'Estado' (Ativado), 'Redes' (Rede de pesquisa com seleção de Display), 'Incluir parceiros de pesquisa' (Desativada), 'Ajuste de lance para dispositivos móveis' (Comentários), 'Extensões de localização', and 'Extensão de anúncios de pesquisa dinâmicos'.

Blue arrows point to various elements: the top-left corner, the 'Visualizar estatísticas*' button, the 'Campanhas' tab, the 'Adicionar campanha*' button, the 'Adicionar/atualizar várias campanhas' button, the 'Reverter alterações selecionadas' button, the 'Nome da campanha' field, the 'Estado' dropdown, the 'Redes' dropdown, the 'Incluir parceiros de pesquisa' dropdown, the 'Ajuste de lance para dispositivos móveis' dropdown, the 'Extensões de localização' dropdown, the 'Extensão de anúncios de pesquisa dinâmicos' dropdown, and the bottom status bar.

Palavras-chave	Anúncios	Grupos de anúncios	Segmentação	Extensões	Campanhas	Adicionar campanha*	Adicionar/atualizar várias campanhas	Reverter alterações selecionadas	
Campanha...	Elegi...	300,00	01/08/2009	Nenhum	-20%	Todos	Rede...	Desativada	Otimi...
Remarketi...	Elegi...	0,30	14/07/2013	Nenhum		Todos	Ape...	Desativada	CPC n
Controlo ...	Elegi...	0,30	14/07/2013	Nenhum		Todos	Rede...	Ativado	CPC n
Listagem ...	Elegi...	0,30	17/07/2013	Nenhum		Todos	Ape...	Ativado	CPC n
Pesquisa ...	Elegi...	0,29	17/07/2013	Nenhum		Todos	Ape...	Ativado	CPC n
Pesquisa ...	Elegi...	0,30	17/07/2013	Nenhum		Todos	Ape...	Ativado	CPC n
Teste Re...	Elegi...	0,30	09/08/2013	Nenhum		Todos	Ape...	Desativada	Otimi...
Campaig...	Elegi...	0,30	14/12/2013	Nenhum		Todos	Ape...	Ativado	Otimi...
Teste	Elegi...	0,01	15/04/2014	Nenhum		Todos	Ape...	Desativada	CPC n
Remarketi...	Elegi...	0,01	15/04/2014	Nenhum		Todos	Ape...	Desativada	CPC n

Seleção de Campanhas: 1 de 10

Verificar alterações



Verificar alterações com o AdWords

Verificar alterações em:

☒ Todas as campanhas

☐ Campanha 'Listagem de Produtos'

Eis um resumo das alterações que o AdWords Editor verificará com o AdWords:

Alterações da campanha:	0	Alterações de anúncios de texto:	1
Alterações de extensões de localização:	0	Alterações aos anúncios de pesquisa dinâmicos:	0
Alterações de sitelinks:	0	Alterações de anúncios de listagem de produtos:	0
Alterações do Grupo de anúncios:	0	Alterações de anúncios gráficos:	0
Alterações de localização:	0	Alterações ao anúncio de texto para WAP:	0
Alterações de palavras-chave:	0	Alterações ao anúncio gráfico para WAP:	0
Alterações de posicionamento:	0	Alterações ao anúncio de visualização:	0
Alterações de público-alvo:	0		
Alterações de sexos:	0		
Alterações de idades:	0		
Alterações de segmentações de anúncios dinâmicas:	0		
Alterações de segmentações do produto:	0		

[Mostrar detalhes](#) [Copiar detalhes](#)

Alterações efetuadas que não serão verificadas:

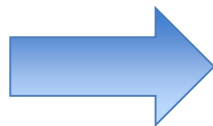
Alterações da campanha:	0	Alterações de anúncios de texto:	0
Alterações de extensões de localização:	0	Alterações aos anúncios de pesquisa dinâmicos:	0
Alterações de sitelinks:	0	Alterações de anúncios de listagem de produtos:	0
Alterações do Grupo de anúncios:	0	Alterações de anúncios gráficos:	0
Alterações de localização:	0	Alterações ao anúncio de texto para WAP:	0
Alterações de palavras-chave:	3	Alterações ao anúncio gráfico para WAP:	0
Alterações de posicionamento:	0	Alterações ao anúncio de visualização:	0
Alterações de público-alvo:	0		
Alterações de sexos:	0		
Alterações de idades:	0		
Alterações de segmentações de anúncios dinâmicas:	0		
Alterações de segmentações do produto:	0		

(A alteração efetuada no AdWords Editor não será verificada se o AdWords Editor já acredita que não é necessário publicar a alteração. Tais alterações são marcadas com um ícone de erro vermelho.)

[Abra uma conta diferente...](#) **Verificar alterações** [Pausar](#) [Cancelar](#)

[Sair do AdWords Editor](#)

Verificar alterações



Verificar alterações com o AdWords

✓ Verificação concluída

Alterações da campanha:	0/0
Alterações de extensões de localização:	0/0
Alterações de sitelinks:	0/0
Alterações do Grupo de anúncios:	0/0
Alterações de localização:	0/0
Alterações de palavras-chave:	1/1 passou nas verificações
Alterações de posicionamento:	0/0
Alterações de público-alvo:	0/0
Alterações de sexos:	0/0
Alterações de idades:	0/0
Alterações de segmentações de anúncios dinâmicas:	0/0
Alterações de segmentações do produto:	0/0
Alterações de anúncios de texto:	1/1 passou nas verificações
Alterações aos anúncios de pesquisa dinâmicos:	0/0
Alterações de anúncios de listagem de produtos:	0/0
Alterações de anúncios gráficos:	0/0
Alterações ao anúncio de texto para WAP:	0/0
Alterações ao anúncio gráfico para WAP:	0/0
Alterações ao anúncio de visualização:	0/0

[Ocultar detalhes](#) [Copiar detalhes](#)

Até agora, verificou:

Resumo global:novos anúncios de texto: 1

Por campanha:

Detalhes da campanha 'Campanha Full + Auto Bid':

Detalhes da campanha 'Controlo & Experiência - Full + Remarketing':

Detalhes da campanha 'Listagem de Produtos':

novos anúncios de texto: 1

Abra uma conta diferente...

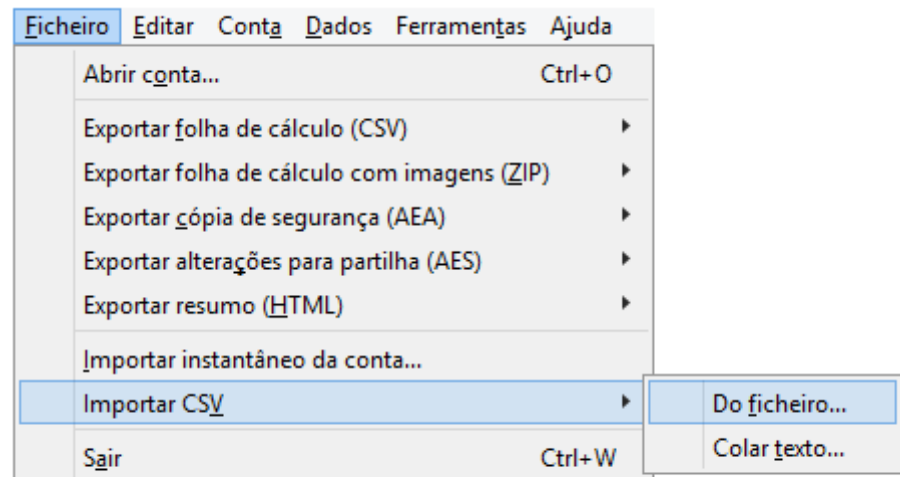
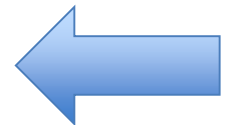
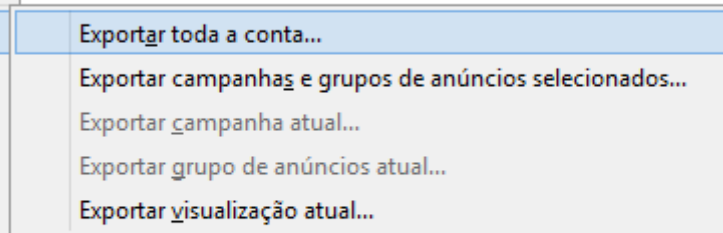
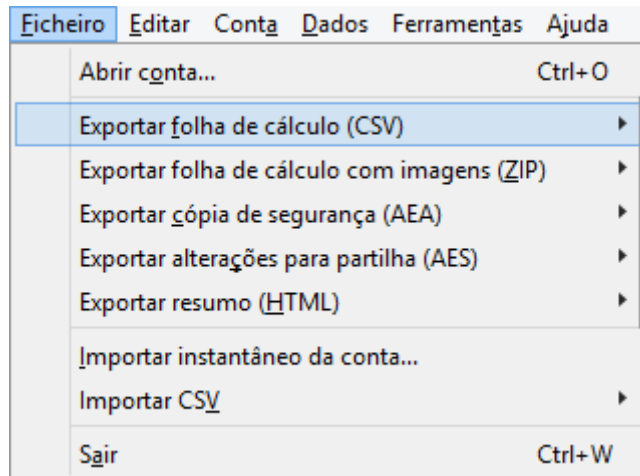
Verificar alterações

Pausar

Fechar

Sair do AdWords Editor

Backup - Importar e exportar



Publicar alterações

Publicar alterações no AdWords

As alterações que fez localmente serão publicadas no AdWords:

Alterações da campanha:	1	Alterações de anúncios de texto:	2
Alterações de extensões de localização:	0	Alterações aos anúncios de pesquisa dinâmicos:	0
Alterações de sitelinks:	0	Alterações de anúncios de listagem de produtos:	0
Alterações do Grupo de anúncios:	0	Alterações de anúncios gráficos:	0
Alterações de localização:	0	Alterações ao anúncio de texto para WAP:	0
Alterações de palavras-chave:	31	Alterações ao anúncio gráfico para WAP:	0
Alterações de posicionamento:	0	Alterações ao anúncio de visualização:	0
Alterações de público-alvo:	0		
Alterações de sexos:	0		
Alterações de idades:	0		
Alterações de segmentações de anúncios dinâmicas:	0		
Alterações de segmentações do produto:	0		

[Mostrar detalhes](#) [Copiar detalhes](#)

Alterações efetuadas pelo utilizador que não serão publicadas:

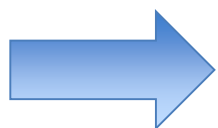
Alterações da campanha:	0	Alterações de anúncios de texto:	0
Alterações de extensões de localização:	0	Alterações aos anúncios de pesquisa dinâmicos:	0
Alterações de sitelinks:	0	Alterações de anúncios de listagem de produtos:	0
Alterações do Grupo de anúncios:	0	Alterações de anúncios gráficos:	0
Alterações de localização:	0	Alterações ao anúncio de texto para WAP:	0
Alterações de palavras-chave:	3	Alterações ao anúncio gráfico para WAP:	0
Alterações de posicionamento:	0	Alterações ao anúncio de visualização:	0
Alterações de público-alvo:	0		
Alterações de sexos:	0		
Alterações de idades:	0		
Alterações de segmentações de anúncios dinâmicas:	0		
Alterações de segmentações do produto:	0		

(As alterações não serão publicadas se o AdWords Editor detetar problemas com a alteração ou, em alguns casos, se o grupo de anúncios ou a campanha que contém a alteração.)

[Abra uma conta diferente...](#) **Publicar** [Pausar](#) [Cancelar](#)

[Sair do AdWords Editor](#)

Publicar alterações



Publicar alterações no AdWords

✓ **Publicação concluída**

Alterações da campanha:	1/1 publicado com êxito
Alterações de extensões de localização:	0/0
Alterações de sitelinks:	0/0
Alterações do Grupo de anúncios:	0/0
Alterações de localização:	0/0
Alterações de palavras-chave:	31/31 publicado com êxito
Alterações de posicionamento:	0/0
Alterações de público-alvo:	0/0
Alterações de sexos:	0/0
Alterações de idades:	0/0
Alterações de segmentações de anúncios dinâmicas:	0/0
Alterações de segmentações do produto:	0/0
Alterações de anúncios de texto:	2/2 publicado com êxito
Alterações aos anúncios de pesquisa dinâmicos:	0/0
Alterações de anúncios de listagem de produtos:	0/0
Alterações de anúncios gráficos:	0/0
Alterações ao anúncio de texto para WAP:	0/0
Alterações ao anúncio gráfico para WAP:	0/0
Alterações ao anúncio de visualização:	0/0

[Mostrar detalhes](#) [Copiar detalhes](#)

[Abra uma conta diferente...](#) [Publicar](#) [Pausar](#) [Fechar](#)

[Sair do AdWords Editor](#)

Editor do *AdWords*

ATENÇÃO:

Cuidado com a sobreposição de dados!

Desempenho, rentabilidade e crescimento

Rentável

1. adj. diz-se daquilo que pode gerar renda ou lucro

Rentabilidade das campanhas

- Devemos ter em conta todas as variáveis!
 - Custos directos:
 - Custos de compra;
 - Custos de produção;
 - Custos de logística;
 - Custos de manutenção;
 - Custos indirectos:
 - Alugueres;
 - Seguros;
 - Impostos;



Calcular o valor real da conversão (ROI)

$$L = R - (Cd + Ci + Cp)$$

Lucro = Receitas - (Custos diretos +
Custos indiretos + Custos publicitários)

Parece fácil... mas não é.

- Sazonalidade;
- Localização Geográfica;
- Dias da semana;
- Horas por dia;
- Palavras-chave com potencial;
- **Palavras-chave com conversão;**
- Anúncios com maior capacidade de conversão;
- Jogar com o CTR. Por vezes CTR's mais baixos em determinados anúncios produzem maior lucro;
- Se tiver que ficar obcecado com alguma coisa, faça-o com o índice de qualidade e o custo por conversão!

Campanhas rentáveis

- Utilize palavras que consigam gerar tráfego qualificado e que tenham custos por conversão interessantes para o negócio;
- Utilizem todas as palavras-chave negativas que possam;
- Variações de anúncios e correspondências, assim como a otimização periódica destes, em prol do desempenho;
- Assumir que por vezes o limite está na procura por parte do público-alvo e não necessariamente no orçamento, CTR ou CPC.

Maximização de Lucros

- É importante descobrir qual o valor do produto mais rentável:
 - Receita média do produto x margem de lucro.
- Cenários:
 - Poucas conversões + alto CPA = poucas vendas e lucro mínimo;
 - Muitas conversões + alto CPA = muitas vendas mas são rentáveis?
 - Poucas conversões + baixo CPA = investe-se pouco mas obtém-se resultados pouco impactantes.
 - Muitas conversões + baixo CPA = muitas vendas e boas margens de lucro.

Relatórios, análise e rendimento

Relatórios

- Mensal e obrigatório para todos os *Google Partners**
 - Cliques;
 - Impressões;
 - Custo.
- Adaptem-se: cada anunciante tem em consideração indicadores (KPI's) diferentes;
- Simplifiquem: criem relatórios recorrentes, personalizem as colunas, criem dashboards com *Google Analytics* ou até com ferramentas de terceiros.

* <http://goo.gl/cqhhlI>

Personalização de colunas

[Todas as campanhas online >](#)

[Anterior](#) | [Seguinte](#)

Campanha: Campanha Full + Auto Bid

● Activo Tipo: **Rede de Pesquisa com seleção de Display - Todas as funcionalidades** [Editar](#) Orçamento: **0,30 €/dia** [Editar](#) Segmentação: **Todos os países e territórios** [Editar](#) Ajustes de lance ativos: **Dispositivo**

Grupos de anúncios

Definições

Anúncios

Palavras-chave

Públicos-alvo

Extensões ao anúncio

Segmentações automáticas

Todas exceto as palavras-chave eliminadas ▼

Segmentação

Colunas ▼



Pesquisa

■ Cliques ▼

vs.

Nenhuma ▼

Diariamente ▼

Personalizar colunas

[Ver histórico de alterações](#)



Sábado, 1 de Fevereiro d...

Sexta-feira, 28 de Fevere...

+ PALAVRAS-CHAVE

Editar ▼

Detalhes ▼

Estratégia de lance ▼

Automatizar ▼

Etiquetas ▼

<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	Palavra-chave	Grupo de anúncios	Estado ?	CPC máx. ?	↓ Cliques ?	Impr. ?	CTR ?	CPC Médio ?	Custo ?	Pos. Média ?	Cliques convertidos ?
		Total - toda a campanha ?				912	33 026	2,76%	0,01 €	9,12 €	1,0	811

Personalização de colunas

Personalizar colunas

Selecionar métricas

Atributos » **Adicionar todas as colunas**

Desempenho	»	Tipo de campanha	Adicionado
Conversões	»	Subtipo da campanha	Adicionado
Métricas de redes sociais	»	Etiquetas	Adicionado
Detalhes de chamada	»	Tipo de estratégia de lances	Adicionar
Métricas competitivas	»	Estratégia de lance	Adicionar
Funis de pesquisa	»		
Desempenho (Vista ativa)	»		

Arrastar e largar para reordenar

Campanha	
Orçamento	
Estado	
⋮ Tipo de campanha	Remover
⋮ Subtipo da campanha	Remover
⋮ Cliques	Remover
⋮ Impr.	Remover
⋮ CTR	Remover
⋮ CPC Médio	Remover
⋮ Custo	Remover
⋮ Pos. Média	Remover
⋮ Cliques convertidos	Remover
⋮ Custo/clique com conversão	Remover
⋮ Taxa de conversão por clique	Remover

Quota de Impressão

- **Quota de Impressão:** % de vezes que o anúncio foi mostrado em relação ao total de pesquisas efetuadas para as palavras-chave;
- **Perdida (orçamento):** % de impressões perdidas por orçamento insuficiente;
- **Perdida (classificação):** % de impressões perdidas devido a baixa classificação do anúncio.
- **Parcela de Impressões Correspondência Exata (IS):** % de impressões de anúncios como se todas as palavras estivessem como correspondência exata.

Criação de relatórios

Transferir e agendar relatório

Tipo de relatório Desempenho da palavra-chave ▾

Nome ☒ Relatório Desempenho da palavra-chave

Formato Excel .csv ▾

Intervalo de datas Últimos 7 dias ▾ Em comparação com Nenhuma ▾

Segmentos [+ Adicionar segmento](#)

Contas e campanhas ☒ Todas as contas e campanhas
☐ Seleccionar contas e campanhas
☐ Etiquetas da conta

Colunas ☒ Colunas predefinidas para este tipo de relatório
☐ Seleccionar colunas

Filtros Estado de palavra-chave ▾ corresponde a qualquer: 3 selecionado(s) ▾ ✕


[+ Adicionar outro](#)

☒ Programar e enviar relatórios por e-mail



☐ Incluir zero impressões


Criar Cancelar

Editar e lançar relatórios

Google AdWords

[Página inicial](#) [Campanhas](#) [Oportunidades](#) [Ferramentas](#)

ID do gestor: 999-999-9999  

[Todas as campanhas online](#) 

[Biblioteca partilhada](#)

[Operações em massa](#)

[Relatórios e carregamentos](#)

[Etiquetas](#)

Relatórios e carregamentos

[Relatórios](#) [Carregamentos](#)

Os relatórios guardados ou programados para execução automática estão listados abaixo.
Pode voltar a executar estes relatórios ou criar relatórios semelhantes com definições diferentes.

[Eliminar](#)

<input type="checkbox"/>	Relatório	Formato	E-mail	Intervalo de datas	Intervalo de datas de comparação	Data de criação	Criado por	Frequência	Editável ?	Ações ?
<input type="checkbox"/>	Relatório de palavras-chave	Excel .csv	Nenhum (não é necessário qualquer e-mail)	Hoje	Nenhuma	12/04/2011		Uma vez	Não	Executar agora Criar semelhante
<input type="checkbox"/>	Relatório de campanha	Excel .csv	Apenas o proprietário do relatório	Hoje	Nenhuma	17/12/2010		Semanalmente, à segunda	Não	Executar agora Criar semelhante
<input type="checkbox"/>	Relatório de anúncios Google	.pdf	Utilizadores seleccionados (2)	Últimos 7 dias	Nenhuma	13/10/2010		Semanalmente, à segunda	Não	Executar agora

Mostrar linhas: 1 - 3 de 3

Os relatórios não são em tempo real. Os cliques e as impressões recebidos nas últimas três horas poderão não ser incluídos aqui. Existe um atraso superior a 18 horas para algumas métricas. Fuso horário para todas as datas e horas: (GMT+00:00) Lisboa. [Saiba mais](#)

© 2014 Google | [Página inicial do AdWords](#) | [Políticas editoriais](#) | [Política de privacidade](#)

Análise de desempenho

Cliques ?	Impr. ?	CTR ?	CPC Médio ?	Custo ?	Pos. Média ?	Etiquetas ?	Cliques convertidos ?	Taxa de conversão por clique ?	Custo/clique com conversão ?
17.500	402.832	4,34%	0,21 €	3.622,46 €	2,1		320	1,83%	11,32 €
6.535	22.412	29,16%	0,20 €	1.294,62 €	2,2	--	125	1,91%	10,35 €
1.806	19.365	9,33%	0,21 €	387,78 €	3,9	--	34	1,88%	11,40 €
916	5.526	16,58%	0,18 €	168,46 €	2,7	--	24	2,62%	7,02 €
361	4.266	8,46%	0,17 €	59,84 €	4,1	--	9	2,49%	6,65 €
88	147	59,86%	0,15 €	13,04 €	1,0	--	9	10,23%	1,45 €

Análise de desempenho

Cliques ?	Impr. ?	CTR ?	CPC Médio ?	Custo ?	Pos. Média ?	Etiquetas ?	Cliques convertidos ?	Taxa de conversão por clique ?	Custo/clique com conversão ?	Conversões através da visualização ?	Estratégia de lance ?	Tipo de estratégia de lances ?	Taxa de Rejeição ?	Páginas por Visita ?	Duração média da visita (segundos) ?	Percentagem de novos visitantes ?
17.500	402.832	4,34%	0,21 €	3.622,46 €	2,1		320	1,83%	11,32 €	14			44,95%	3,83	162	72,65%
6.535	22.412	29,16%	0,20 €	1.294,62 €	2,2	--	125	1,91%	10,35 €	0	--	CPA (objetivo)	37,07%	4,34	183	78,32%
1.806	19.365	9,33%	0,21 €	387,78 €	3,9	--	34	1,88%	11,40 €	0	--	CPA (objetivo)	35,04%	4,63	198	72,34%
916	5.526	16,58%	0,18 €	168,46 €	2,7	--	24	2,62%	7,02 €	0	--	CPA (objetivo)	34,58%	4,61	200	68,02%
361	4.266	8,46%	0,17 €	59,84 €	4,1	--	9	2,49%	6,65 €	0	--	CPA (objetivo)	37,71%	3,87	153	75,14%
88	147	59,86%	0,15 €	13,04 €	1,0	--	9	10,23%	1,45 €	0	--	CPA (objetivo)	17,24%	6,31	321	31,90%

Relatórios, análise e rendimento II

Conversões AdWords

O que é uma conversão?

É a ação que nos interessa que o utilizador faça no nosso website depois de ter clicado no anúncio nos últimos 30 dias (segundo a configuração padrão).

Tipo de ações:

- Preencher um formulário;
- Fazer uma compra online;
- Assinar um boletim de notícias/*newsletter*;
- Visualizar um documento específico;
- Permanecer por determinado período de tempo no website;
- Clicar no número de telefone para ligar.

Porquê configurar o acompanhamento de conversões?

- **História:** Conhecer o custo por conversão para um determinado período;
- **CPC avançado:** O sistema altera o lance máximo do CPC máximo em função do histórico de conversões;
- **Ativação do CPA:** Possibilidade de licitar diretamente a um custo por conversão em vez de custo por clique.

Configurar o acompanhamento de conversões

Google AdWords

Página inicial Campanhas Oportunidades Ferramentas

Pesquisa

Todas as campanhas online

- Campanha 1
- Campanha Full + Auto Bid
- Controlo & Experiência - Full + Remarketing
- Listagem de Produtos
- Pesquisa Dinâmica A
- Pesquisa Dinâmica B + Auto Bid
- Remarketing
- Teste

Biblioteca partilhada

Operações em massa

Relatórios e carregamentos

Etiquetas

Todas as campanhas de vídeo

Alterações às suas campanhas de ALP no anúncio de listagem de produtos no seu site

Histórico de Alterações
Conversões
Google Analytics
Google Merchant Center
Planeador de Palavras-Chave
Planeador da Rede de Display
Pré-Visualização de Anúncios e de Diagnóstico

Todas as campanhas

Campanhas Grupos de anúncios

Todas as campanhas Segmentar

Clique Clipes vs. Cliques convertidos Diariamente

Quarta-feira, 19 de Março ... Terça-feira, 25 de Abril

+ CAMPANHA Editar Detalhes Estratégia de lance Automatizar Etiquetas

	Campanha	Tipo de campanha	Subtipo da campanha	Orcamento ?	Estado ?	Cliques ?	Impr. ?	CTR ?	CPA Médio ?
--	----------	------------------	---------------------	-------------	----------	-----------	---------	-------	-------------

Configurar o acompanhamento de conversões

Google AdWords [Página inicial](#) [Campanhas](#) [Oportunidades](#) [Ferramentas](#)

Adicione 103 palavras-chave... [Ver tudo](#)

Todas as conversões

[Conversões](#) [Páginas Web](#) [Definições](#)

[+ CONVERSÃO](#) [Importar a partir do Google Analytics](#) [Cancelar](#) [Alterar estado...](#) [Todos excepto os eliminados](#)

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Conversão ?	Origem ?	Categoria ?	Estado de controlo ?	Janela de conversão ?	Contagem ?	Taxa de repetição (tudo/únicas) ?
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Angry Bird iPhone	Aplicação para dispositivos móveis	Transferir	<input type="checkbox"/> Não verificado	30 dias	Todas	0
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Angry Birds	Aplicação para dispositivos móveis	Transferir	<input type="checkbox"/> Não verificado	30 dias	Todas	0
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Compra de Bilhete	Página	Compra/Venda	<input type="checkbox"/> Relatórios	30 dias	Todas	1

Configurar o acompanhamento de conversões

Google AdWords [Página inicial](#) [Campanhas](#) [Oportunidades](#) [Ferramentas](#)

Adicione 103 palavras-chave... [Ver tudo](#)

Todas as conversões

[Conversões](#) [Páginas Web](#) [Definições](#)

[+ CONVERSÃO](#) [Importar a partir do Google Analytics](#) [Carregar](#) [Alterar estado...](#) [Todos excepto os eliminados](#)

<input type="checkbox"/>		Conversão	Origem ?	Categoria ?	Estado de controlo ?	Janela de conversão ?	Contagem ?	Taxa de repetição (tudo/únicas) ?
<input type="checkbox"/>		Angry Bird	Aplicação para dispositivos móveis	Transferir	Não verificado	30 dias	Todas	0
<input type="checkbox"/>		Angry Birds	Aplicação para dispositivos móveis	Transferir	Não verificado	30 dias	Todas	0
<input type="checkbox"/>		Compra de Bilhete	Página	Compra/Venda	Relatórios	30 dias	Todas	1

Configurar o acompanhamento de conversões

Google AdWords

Página inicial Campanhas Oportunidades Ferramentas

Todas as conversões

- Angry Bird iPhone
- Angry Birds
- Compra de Bilhete
- Explorar Website**
- Fazer uma enc

Funis de pesquisa

Ver como os utilizadores efetuam a conversão

Nova Conversão Definições Passos seguintes

Nome da conversão ? Formulário - Pedido

Origem ?

- ☒ Página Web
- ☐ Ligar no Website
- ☐ Aplicação para telemóveis ou tablets
- ☐ Importar

Guardar e continuar Cancelar nova conversão

© 2014 Google | [Página inicial do AdWords](#) | [Políticas editoriais](#) | [Política de privacidade](#)

Configurar o acompanhamento de conversões

✓ Nova Conversão

Definições

Passos seguintes

Categoria de conversão ?

Compra/Venda

Janela de conversão ?

2 semanas

[Consulte o relatório de intervalo de tempo de conversões](#)

Contagem ?

Todas as conversões

Valor de conversão ?

☐ Cada conversão tem o mesmo valor.

☐ Cada conversão poderá ter um valor diferente.

☐ Não atribuir um valor

Terá de atualizar o código na sua página Web se alterar estas definições.

Linguagem de Marcação ?

HTML

Indicador de controlo ?

☒ Adicionar uma notificação do "Google Site Stats" ao código gerado para a minha página

Esta notificação aparecerá apenas na página na qual adicionou o código de controlo de conversões.

Esquema de notificação

☒ Uma linha

☐ Duas linhas

Cor de fundo da página ?

Idioma de Notificação ?

Português

Pré-visualizar:

Estadísticas do Web Site do Google - [saiba mais](#)

☐ Não adicionar uma notificação ao código gerado para a minha página

A Google recomenda que informe os utilizadores das páginas que está a controlar, com uma notificação do "Google Site Stats" ou na política de privacidade do seu Web site.

Opções avançadas

Guardar e continuar

Cancelar nova conversão



Contabilizar conversões

Existem duas definições de contabilização:

- **Todas as conversões antes Conversão (muitas por clique):** acontece quando o utilizador clica num anúncio, realiza uma conversão e dentro do período de 30 dias retorna ao site (sem clicar num anúncio) e realiza outra conversão;
- **Conversões únicas antes Conversão (1 por clique):** ocorre quando o utilizador clica num anúncio e realiza uma única conversão no período de 30 dias após o clique.

Código de conversões

- É copiado e cola-se dentro da tag <body> apenas nos documentos que são alcançados depois de uma conversão;
- De preferência, logo após uma mensagem como "Obrigado pela sua compra."

✓ Nova Conversão

✓ Definições

Passos seguintes

Quem efetuou alterações ao código no seu Web site?

☐ O código é alterado por outra pessoa
Escolha esta opção para enviar um e-mail com o código ao seu webmaster ou a outra pessoa

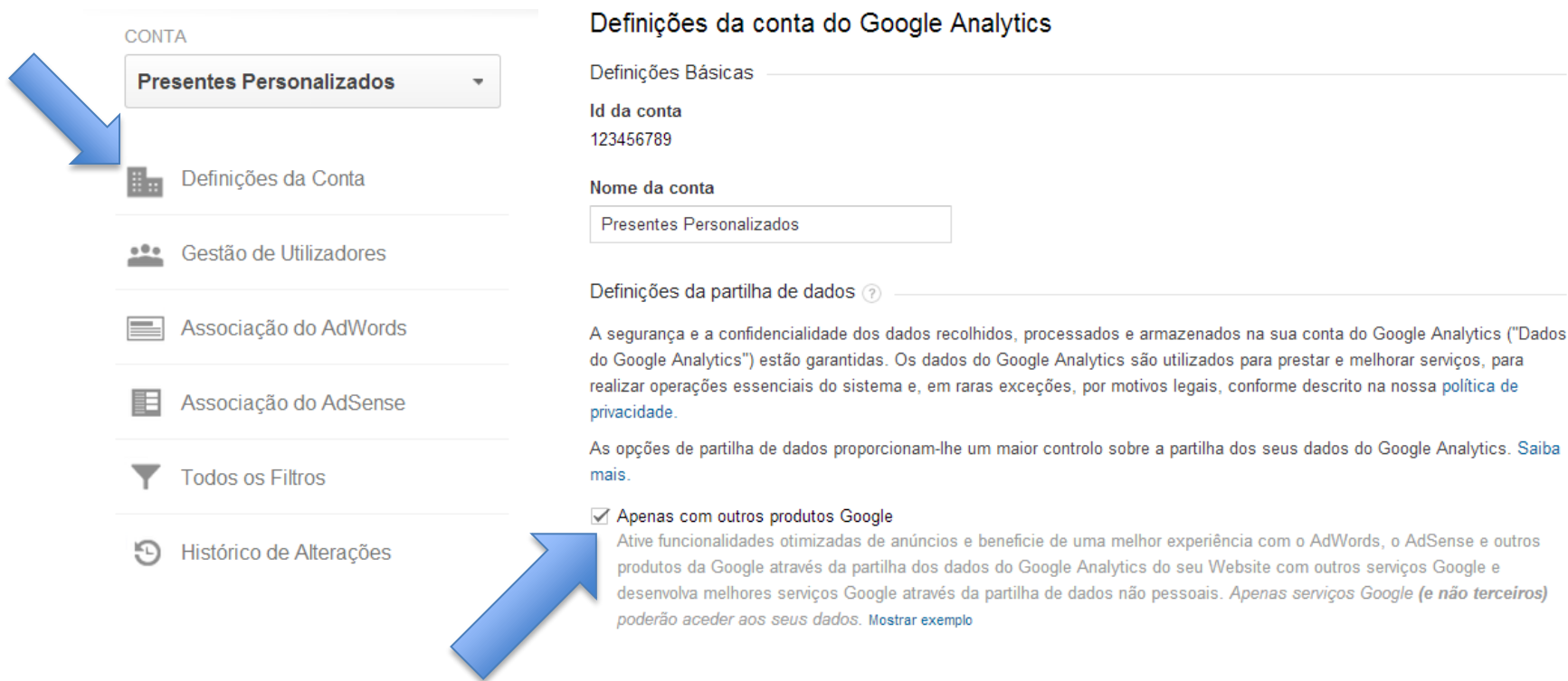
☒ Altero o código
Escolha esta opção para copiar e colar no HTML da sua página Web o código gerado

Copie o código na caixa abaixo. Em seguida, cole-o entre as etiquetas <body></body> da página que pretende controlar. [Saiba mais](#)

Por exemplo, cole este código na página Web visualizada pelo utilizador após a inscrição no seu boletim informativo

```
<!-- Google Code for Formul&aacute;rio - Pedido Conversion Page -->
<script type="text/javascript">
/*  */
var google_conversion_id = 1035919855;
var google_conversion_language = "pt";
var google_conversion_format = "1";
var google_conversion_color = "ffffff";
var google_conversion_label = "zV4iCL2E3AwQp8L77QM";
var google_conversion_value = 1.000000;
var google_remarketing_only = false;
/* ]]]&gt; */
&lt;/script&gt;
&lt;script type="text/javascript" src="//www.googleadservices.com/pagead/conversion.js"&gt;
&lt;/script&gt;
&lt;noscript&gt;
&lt;div style="display:inline;"&gt;
&lt;img height="1" width="1" style="border-style:none;" alt=""
src="//www.googleadservices.com/pagead/conversion/1035919855/?
value=1.000000&amp;amp;label=zV4iCL2E3AwQp8L77QM&amp;amp;guid=ON&amp;amp;script=0"/&gt;
&lt;/div&gt;
&lt;/noscript&gt;</pre></div></div><div data-bbox="502 875 960 906" data-label="Text"><p>Após adicionar o código de Controlo de Conversões ao seu Web site, as conversões podem demorar 24 horas até aparecerem na sua conta do AdWords.</p></div>
```

Conectar AdWords com Analytics



The screenshot shows the Google Analytics account settings interface. On the left, a sidebar menu is visible under the heading 'CONTA'. A blue arrow points to the 'Definições da Conta' option. The main content area is titled 'Definições da conta do Google Analytics' and is divided into two sections: 'Definições Básicas' and 'Definições da partilha de dados'. In the 'Definições Básicas' section, the 'Id da conta' is '123456789' and the 'Nome da conta' is 'Presentes Personalizados'. In the 'Definições da partilha de dados' section, there is a paragraph about data security and a checkbox labeled 'Apenas com outros produtos Google' which is checked. A second blue arrow points to this checkbox. Below the checkbox, there is a paragraph explaining the benefits of linking accounts and a link to 'Mostrar exemplo'.

CONTA

Presentes Personalizados

Definições da Conta

Gestão de Utilizadores

Associação do AdWords

Associação do AdSense

Todos os Filtros

Histórico de Alterações

Definições da conta do Google Analytics

Definições Básicas

Id da conta
123456789

Nome da conta
Presentes Personalizados

Definições da partilha de dados ?

A segurança e a confidencialidade dos dados recolhidos, processados e armazenados na sua conta do Google Analytics ("Dados do Google Analytics") estão garantidas. Os dados do Google Analytics são utilizados para prestar e melhorar serviços, para realizar operações essenciais do sistema e, em raras exceções, por motivos legais, conforme descrito na nossa [política de privacidade](#).

As opções de partilha de dados proporcionam-lhe um maior controlo sobre a partilha dos seus dados do Google Analytics. [Saiba mais](#).

☒ **Apenas com outros produtos Google**
Ative funcionalidades otimizadas de anúncios e beneficie de uma melhor experiência com o AdWords, o AdSense e outros produtos da Google através da partilha dos dados do Google Analytics do seu Website com outros serviços Google e desenvolva melhores serviços Google através da partilha de dados não pessoais. *Apenas serviços Google (e não terceiros) poderão aceder aos seus dados.* [Mostrar exemplo](#)

Conectar AdWords com Analytics

CONTA

Presentes Personalizados ▾



Definições da Conta



Gestão de Utilizadores



Associação do AdWords



Associação do AdSense



Todos os Filtros



Histórico de Alterações

Contas do AdWords associadas a Presentes Personalizados

+ Nova associação

Conta do AdWords ▾

Utilização no Google Analytics

Não existem dados para esta vista.

Mostrar linhas:

25 ▾

Ir para:


1

1 - 0 de 0



Conectar AdWords com Analytics

Associar as contas do AdWords e do Google Analytics


 **Selecionar uma conta** [Editar](#)

111-111-1111 teste

Configuração da associação

Selecione as visualizações de propriedade do Google Analytics que deve ser associada esta conta do AdWords?

0 visualizações de propriedade selecionadas ▼



A criação deste link ativará a etiquetagem automática para a sua conta do AdWords. A etiquetagem automática permite ao Google Analytics associar automaticamente dados do AdWords a cliques de clientes.

[Definições avançadas](#)

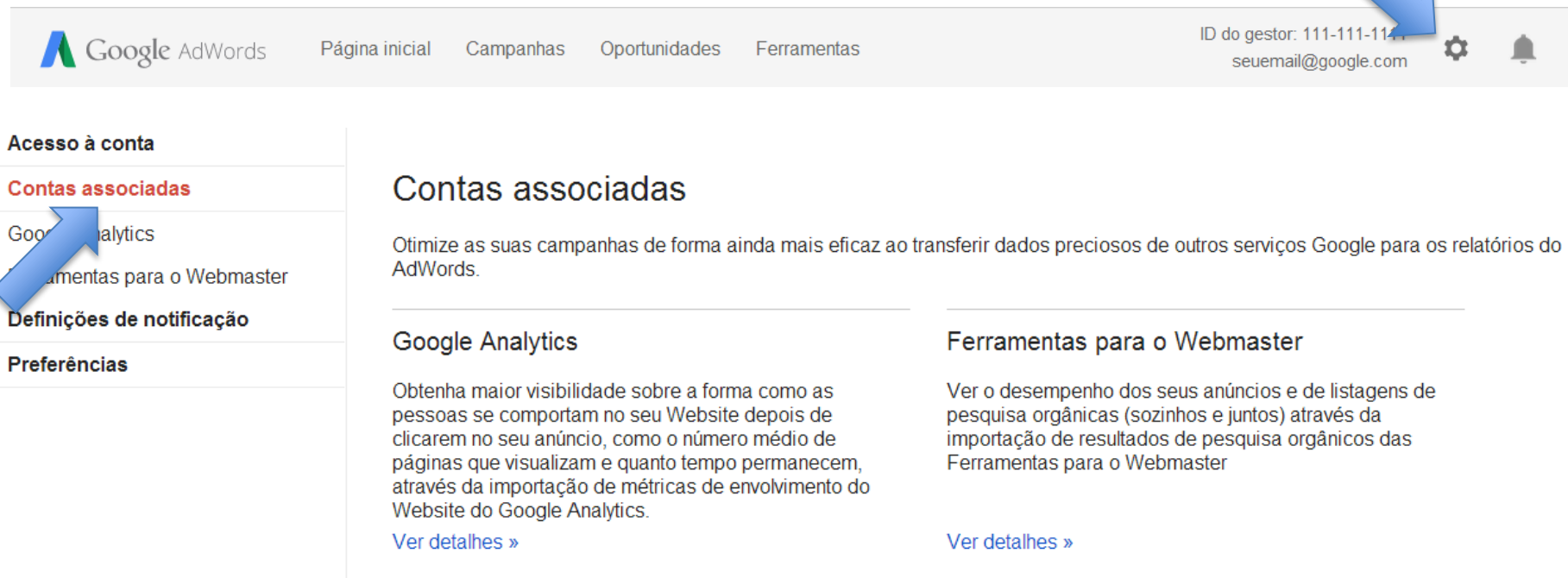
[Associar contas](#) [Cancelar](#)

CONTA

Presentes Personalizados ▼

- Definições da Conta
- Gestão de Utilizadores
- Associação do AdWords**
- Associação do AdSense
- Todos os Filtros
- Histórico de Alterações

Conectar AdWords com Analytics



Google AdWords Página inicial Campanhas Oportunidades Ferramentas

ID do gestor: 111-111-1111
seuemail@google.com

Acesso à conta

- Contas associadas**
- Google Analytics
- Ferramentas para o Webmaster
- Definições de notificação
- Preferências

Contas associadas

Otimize as suas campanhas de forma ainda mais eficaz ao transferir dados preciosos de outros serviços Google para os relatórios do AdWords.

Google Analytics

Obtenha maior visibilidade sobre a forma como as pessoas se comportam no seu Website depois de clicarem no seu anúncio, como o número médio de páginas que visualizam e quanto tempo permanecem, através da importação de métricas de envolvimento do Website do Google Analytics.

[Ver detalhes »](#)

Ferramentas para o Webmaster

Ver o desempenho dos seus anúncios e de listagens de pesquisa orgânicas (sozinhos e juntos) através da importação de resultados de pesquisa orgânicos das Ferramentas para o Webmaster

[Ver detalhes »](#)

Conectar AdWords com Analytics



Google Analytics

Importar métricas do Google Analytics (como a Taxa de Rejeição e as Visualizações de Página/Visita) para melhor compreender o comportamento dos utilizadores no seu Website após clicarem no anúncio. [Saiba mais](#)

Selecione até 1 visualização de propriedade de cada uma das suas propriedades Web do Google Analytics. Atualmente, tem **296 visualizações de propriedade em 93 contas** que não estão disponíveis devido às respetivas definições da conta. Tenha em atenção que todos os utilizadores com acesso a esta conta do AdWords poderão ver dados do Google Analytics importados. [Saiba mais](#)

Mostrar: apenas visualizações de propriedade disponíveis | [todas as visualizações](#)

Visualizações de propriedade: 1

- ☐ ContaTeste 1 propriedade Web
- ☐ PresentesPersonalizados UA-66690099-
Todos os Dados do Website [Adicionar](#)

Visualizações de propriedade selecionadas: 0



Otimizador de Conversões

Otimizador de conversões

- ☒ Realce das **conversões** (Otimizador de conversões) - utilizar lances de CPA

Utilizar os meus lances e dados de acompanhamento de conversões para otimizar a minha definição da **métrica do lance de conversão** atual: Conversões.

Opções avançadas

Tipo de lance

- ☐ CPA máx.: Quantia máxima que pretende pagar por qualquer conversão em particular
- ☒ CPA alvo: Quantia média que pretende pagar por cada conversão

Definir um lance de CPA alvo inicial (muitos por clique) para os seus grupos de anúncios ?

- ☒ Começar com lance recomendado: **2,04 €**

Isto é aproximadamente equivalente a um lance de CPC máximo de 0,33 €

- ☐ Começar com lance de CPA alvo personalizado €

- ☐ Começar com lances de CPA de destino anteriores ?

💡 Os lances máximos de CPC actuais serão guardados para que possa voltar ao lance manual mais tarde.

Otimizador de conversões

- Ajusta automaticamente os **lances de CPC** para atingir conversões dentro do valor de CPA determinado;
- É necessário ter o "acompanhamento de conversões" ativo e ter recebido pelo menos 15 conversões nos últimos 30 dias;
- CPA histórico X Taxa de conversão;
- Evita cliques não rentáveis;
- Devemos ter em atenção o valor recomendado por CPA;
- Não pode ser utilizado em conjunto com lances separados para a rede de display, programação de anúncios avançada ou campanhas Google Shopping.

Relatórios de acompanhamento e conversão

Google AdWords [Página inicial](#) [Campanhas](#) [Oportunidades](#) [Ferramentas](#)

Todas as conversões

- Angry Bird iPhone
- Angry Birds
- Compra de Bilhete
- Explorar Website (www.presentespersonalizados.pt)
- Fazer uma encomenda (www.presentespersonalizados.pt)
- Formulário - Pedido

Todas as conversões

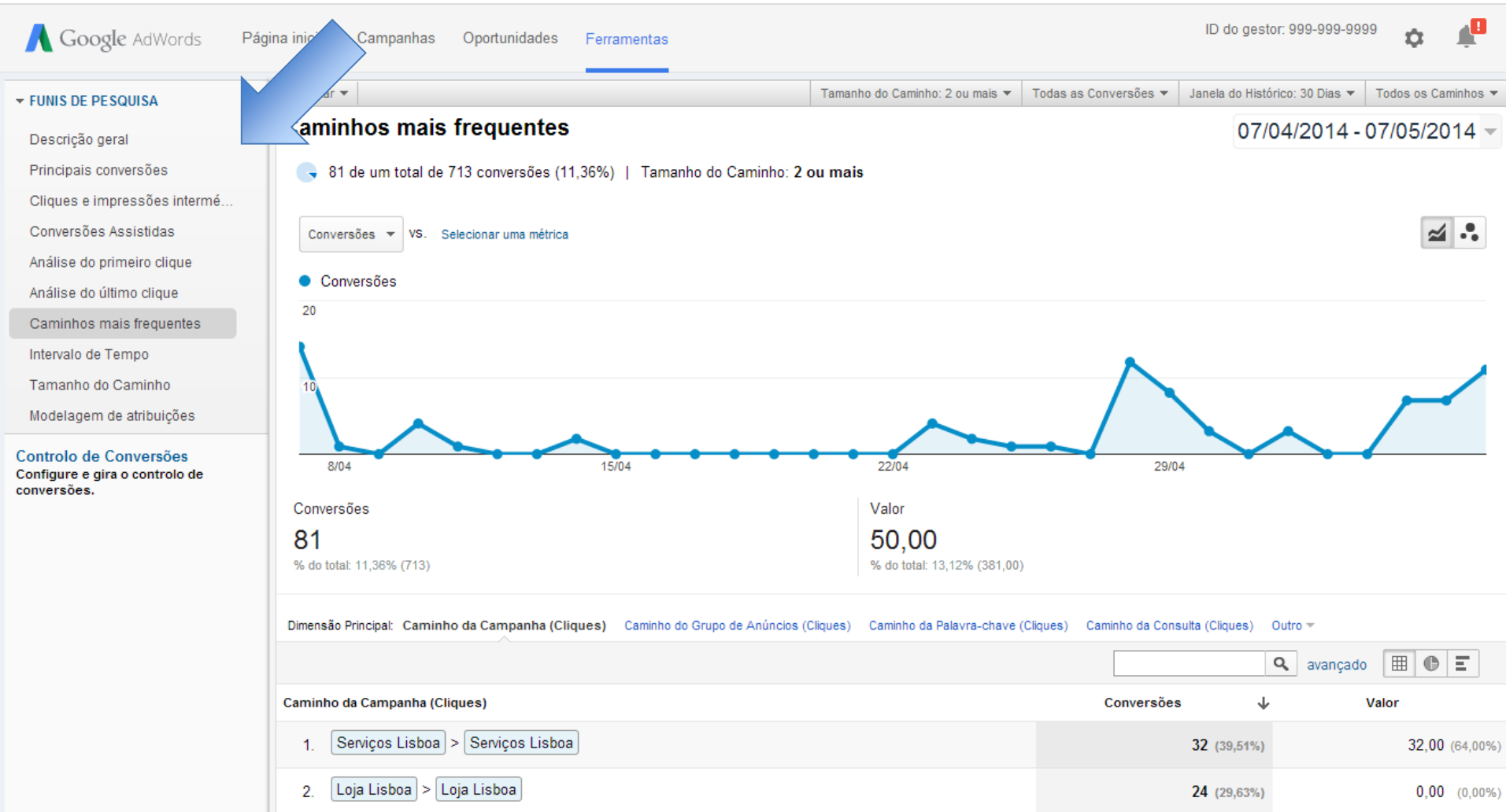
Conversões | Páginas Web | Definições

+ CONVERSÃO | Importar a partir do Google Analytics | Carregar | Alterar estado... | Todos excepto os eliminados

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Conversão ?	Origem ?	↓ Categoria ?	Estado de controlo ?	Janela de conversão ?	Contagem ?
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Explorar Website (www.presentespersonalizados.pt)	Google Analytics	Potencial cliente	Relatórios	30 dias	Todas
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Compra de Bilhete	Página Web	Compra/Venda	Relatórios	30 dias	Todas
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Fazer uma encomenda (www.presentespersonalizados.pt)	Google Analytics	Compra/Venda	Relatórios	30 dias	Todas
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	Formulário - Pedido	Página Web	Compra/Venda	Não verificado	2 semanas	Todas

Funis de pesquisa
Ver como os utilizadores efetuam a conversão

Relatórios de acompanhamento e conversão



Funis de pesquisa

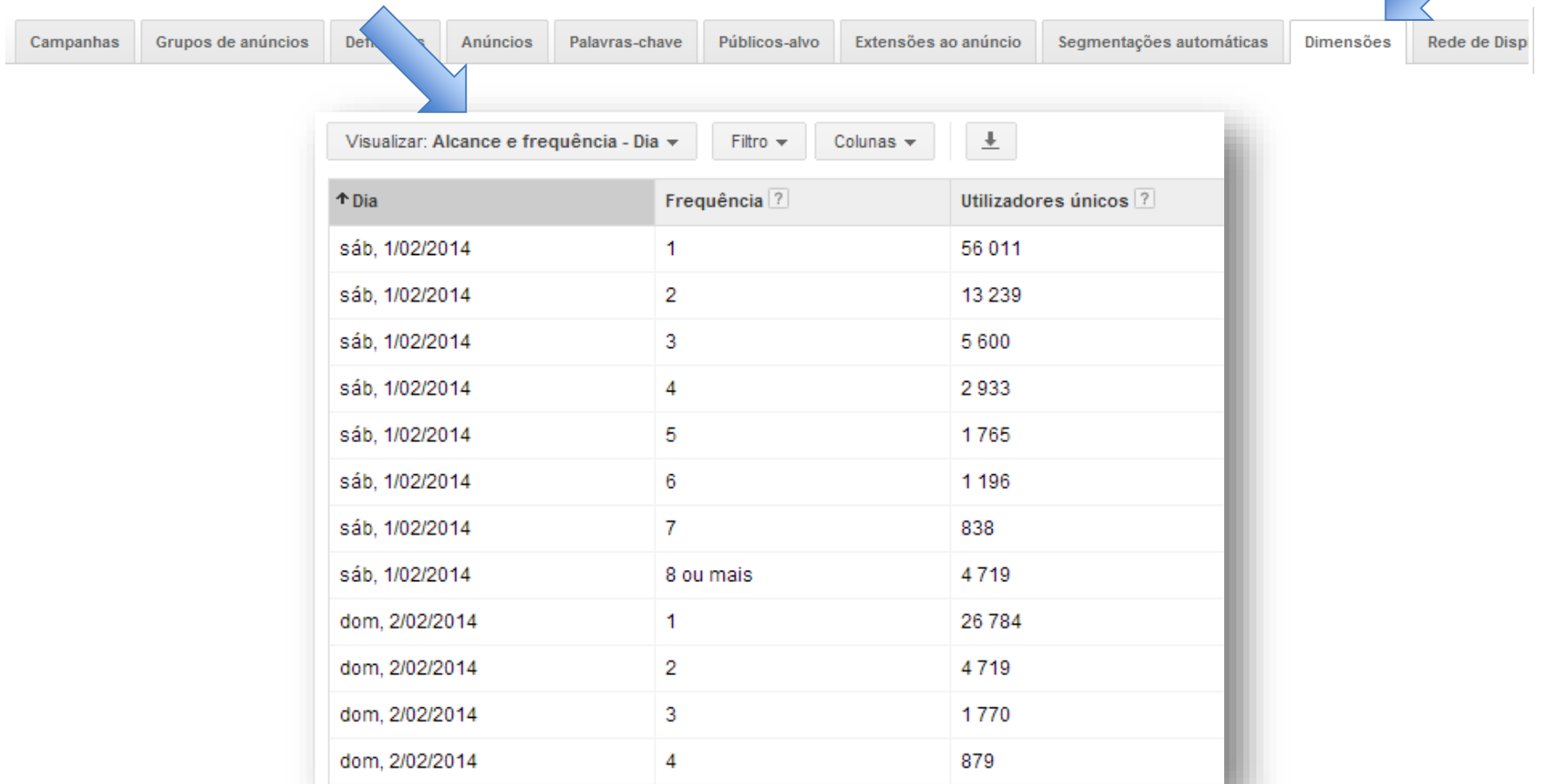
Caminhos da campanha (cliques)	Conversões	↓
1. SN-CPA > SN-CPA		53
2. SN-CPA > SN-CPA > SN-CPA		26
3. SN-CPA > SN-CPA > SN-CPA > SN-CPA		15
4. SN-DSA > SN-DSA		12
5. SN-CPA > SN-CPA > SN-CPA > SN-CPA > SN-CPA		7
6. SN-DSA > SN-CPA		5
7. SN-CPA > SN-DSA		4
8. SN-CPA > SN-CPA > SN-CPA > SN-CPA > SN-CPA > SN-CPA		3
9. SN-CPA > SN-CPA > SN-CPA > SN-CPA > SN-CPA > SN-CPA > SN-CPA		2
10. SN-CPA > Merchant Center > SN-CPA		2

<https://support.google.com/adwords/answer/1722023?hl=pt-pt>

Medição de alcance e frequência

- Ao analisarmos os dados de alcance e de frequência, podemos estimar quantas pessoas viram os anúncios e quantas vezes os viram num determinado período de tempo.

Medição de alcance e frequência



Campanhas Grupos de anúncios **Anúncios** Palavras-chave Públicos-alvo Extensões ao anúncio Segmentações automáticas Dimensões Rede de Disp

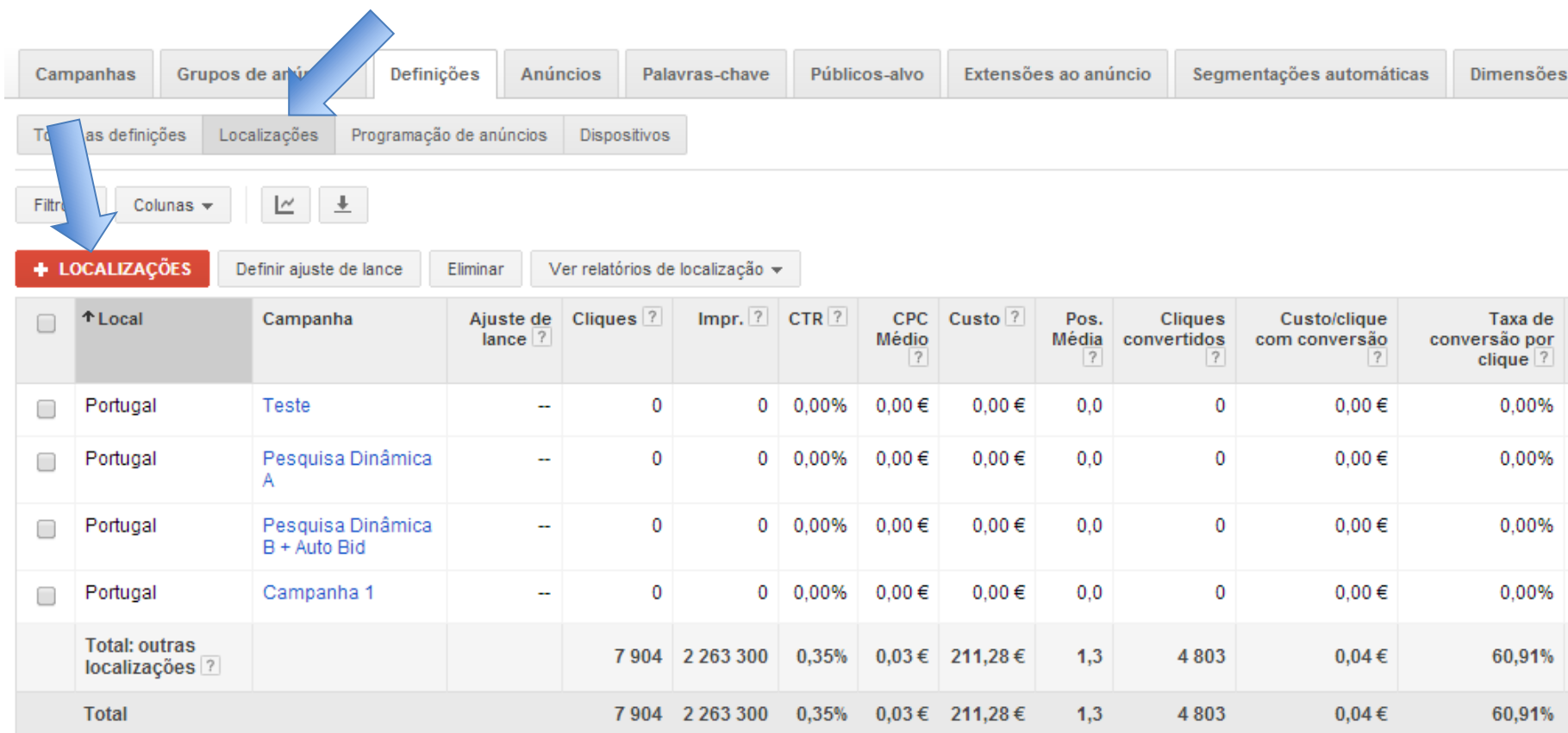
Visualizar: Alcance e frequência - Dia Filtro Colunas

↑ Dia	Frequência ?	Utilizadores únicos ?
sáb, 1/02/2014	1	56 011
sáb, 1/02/2014	2	13 239
sáb, 1/02/2014	3	5 600
sáb, 1/02/2014	4	2 933
sáb, 1/02/2014	5	1 765
sáb, 1/02/2014	6	1 196
sáb, 1/02/2014	7	838
sáb, 1/02/2014	8 ou mais	4 719
dom, 2/02/2014	1	26 784
dom, 2/02/2014	2	4 719
dom, 2/02/2014	3	1 770
dom, 2/02/2014	4	879

Medição de rendimento geográfico

Campanhas	Grupos de anúncios	Definições	Anúncios	Palavras-chave	Públicos-alvo	Extensões ao anúncio	Segmentações automáticas	Dimensões	Rede de Display						
Visualizar: Localização geográfica										Filtro	Colunas				
País/território	Região	Área metropolitana	Cidade	Localização mais específica	Tipo de localização	Cliques	Impr.	CTR	CPC Médio	Custo	Pos. Média	Cliques convertidos	Custo/clique com conversão	Taxa de conversão por clique	Conversões através da visualização
República Popular da China	Não especificado		Não especificado	República Popular da China	Localização física	752	369 338	0,20%	0,01 €	8,16 €	1,1	326	0,02 €	43,41%	0
Filipinas	Não especificado		Não especificado	Filipinas	Localização física	146	60 460	0,24%	0,05 €	7,59 €	1,7	76	0,10 €	52,41%	0
Paquistão	Não especificado		Não especificado	Paquistão	Localização física	123	42 078	0,29%	0,05 €	6,07 €	1,8	80	0,08 €	65,04%	0
Índia	Não especificado		Não especificado	Índia	Localização física	145	41 787	0,35%	0,07 €	10,42 €	1,1	79	0,13 €	54,48%	0
Iraque	Não especificado		Não especificado	Iraque	Localização física	158	36 230	0,44%	0,04 €	5,55 €	1,2	93	0,06 €	58,86%	0
Não especificado	Não especificado		Não especificado	--	Localização física	108	28 310	0,38%	0,01 €	1,49 €	1,3	77	0,02 €	71,30%	0
Outra	Não especificado		Não especificado	Outra	Localização física	111	27 559	0,40%	0,03 €	3,85 €	1,1	66	0,06 €	59,46%	0
Tailândia	Bangkok		Banguecoque	Banguecoque	Localização física	1 068	24 520	4,36%	0,01 €	13,28 €	1,2	975	0,01 €	91,29%	0

Ajuste de lances geográficos



The screenshot shows the Google Ads interface with the 'Localizações' (Locations) tab selected. A blue arrow points to the 'Localizações' tab, and another blue arrow points to the '+ LOCALIZAÇÕES' button. The table below shows the current location settings for various campaigns.

<input type="checkbox"/>	↑ Local	Campanha	Ajuste de lance [?]	Cliques [?]	Impr. [?]	CTR [?]	CPC Médio [?]	Custo [?]	Pos. Média [?]	Cliques convertidos [?]	Custo/clique com conversão [?]	Taxa de conversão por clique [?]
<input type="checkbox"/>	Portugal	Teste	--	0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	0	0,00 €	0,00%
<input type="checkbox"/>	Portugal	Pesquisa Dinâmica A	--	0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	0	0,00 €	0,00%
<input type="checkbox"/>	Portugal	Pesquisa Dinâmica B + Auto Bid	--	0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	0	0,00 €	0,00%
<input type="checkbox"/>	Portugal	Campanha 1	--	0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	0	0,00 €	0,00%
	Total: outras localizações [?]			7 904	2 263 300	0,35%	0,03 €	211,28 €	1,3	4 803	0,04 €	60,91%
	Total			7 904	2 263 300	0,35%	0,03 €	211,28 €	1,3	4 803	0,04 €	60,91%

Comparar entre intervalos temporais

- Comparar entre intervalos temporais é imprescindível quando queremos otimizar campanhas;
- Ação – Reação;
- Alterações em CPC's e novas palavras-chave;
- Períodos anteriores, dias anteriores ou no mesmo período há um ano atrás.



Este mês: 01/03/2014 - 31/03/2014 ▼

Personalizada
Hoje
Ontem
Esta semana (dom - hoje)
Esta semana (seg - hoje)
Últimos 7 dias
Semana passada (seg - sáb)
Semana passada (seg - dom)
Semana útil passada (seg - sex)
Últimos 14 dias
✓ Este mês
Últimos 30 dias
Último mês
Desde o início

COMPARAR ☒

✓ Período anterior
Mesmo período do ano passado
Personalizada

Aplicar

Análise de segmentos



Nenhuma

Tempo ▶

Conversões ▶

Rede

Rede (com parceiros de pesquisa)

Tipo de clique

Dispositivo

Parte superior vs Outros

Notas do +1

Nome da conversão

Categoria de conversão

Análise de segmentos

+ GRUPO DE ANÚNCIOS														
Editar ▾ Detalhes ▾ Estratégia de lance ▾ Automatizar ▾ Etiquetas ▾														
<input type="checkbox"/>	↑ ●	Grupo de anúncios	Nome da campanha	Estado [?]	CPC Máx. Predefinido [?]	Cliques [?]	Impr. [?]	CTR [?]	CPC Médio [?]	Custo [?]	Pos. Média [?]	Cliques convertidos [?]	Custo/clique com conversão [?]	Taxa de conversão por clique [?]
<input type="checkbox"/>	●	Anúncios Loja	Campanha Full + Auto Bid	Elegível	automático: 0,07 € (otimizado)	6 228	1 867 298	0,33%	0,01 €	71,98 €	1,3	3 749	0,02 €	60,20%
		Pesquisa do Google [?]	←			61	8 314	0,73%	0,10 €	5,83 €	4,4	72	0,08 €	118,03%
		Parceiros de pesquisa [?]				0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	0	0,00 €	0,00%
		Rede de Display da Google [?]				6 167	1 858 984	0,33%	0,01 €	66,15 €	1,2	3 677	0,02 €	59,62%
<input type="checkbox"/>	●	Anúncios Produtos	Remarketing	Elegível	3,00 € <input checked="" type="checkbox"/>	0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	0	0,00 €	0,00%
		Pesquisa do Google [?]				0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	0	0,00 €	0,00%
		Parceiros de pesquisa [?]				0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	0	0,00 €	0,00%
		Rede de Display da Google [?]				0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	0	0,00 €	0,00%
<input type="checkbox"/>	●	Anúncio Serviços	Controlo & Experiência - Full + Remarketing	Elegível	0,30 € <input checked="" type="checkbox"/>	2 012	482 710	0,42%	0,08 €	166,27 €	1,5	1 317	0,13 €	65,46%
		Pesquisa do Google [?]				18	2 918	0,62%	0,78 €	13,97 €	2,2	17	0,82 €	94,44%
		Parceiros de pesquisa [?]				10	2 476	0,40%	0,26 €	2,64 €	2,3	7	0,38 €	70,00%
		Rede de Display da Google [?]				1 984	477 316	0,42%	0,08 €	149,66 €	1,4	1 293	0,12 €	65,17%

API do *AdWords*

O que é a API do *AdWords*?

- A API (interface de programação de aplicações) do *AdWords* permite aos programadores criar e utilizar aplicações que **interajam diretamente com os dados da conta no servidor do *AdWords***;
- Permite **gerir de forma massiva** milhões de campanhas, grupos de anúncios, anúncios e palavras-chave;
- Para utilizar a API do *AdWords* devemos ter uma conta MCC (Meu Centro de Clientes) e um **token de programador**;
- A API do *AdWords* é uma boa opção para os anunciantes que tenham programadores com conhecimentos técnicos;
- Ambiente de testes: ***Sandbox*** da API do *AdWords*;
- Alternativas: Editor do *AdWords* ou *Scripts*.

Anúncios da lista de produtos

Os utilizadores procuram artigos...

FIFA PS4

Camera Digital

Casio F50

Aspirador Dyson

Leitor BlueRay

Sapatos

Saldos ECI

Calças Ganga

Tênis de Corrida

Impressora Laser

Colchões

Auscultadores Beats

Carrinho de bebé

TV LED

...a qualquer hora...

FIFA PS4

🕒 7:10 am

Camera Digital

🕒 7:26 am

Casio F50

🕒 8:12 am

Aspirador Dyson

🕒 9:06 am

Leitor BlueRay

🕒 9:18 pm

Sapatos

🕒 7:30 pm

Saldos ECI

🕒 2:35 pm

Calças Ganga

🕒 12:40 pm

Tênis de Corrida

🕒 11:22 am

Impressora Laser

🕒 3:40 pm

Colchões

🕒 2:30 pm

Auscultadores Beats

🕒 2:42 pm

Carrinho de bebé

🕒 1:45 pm

TV LED

🕒 4:30 pm

...e em qualquer dispositivo e local.

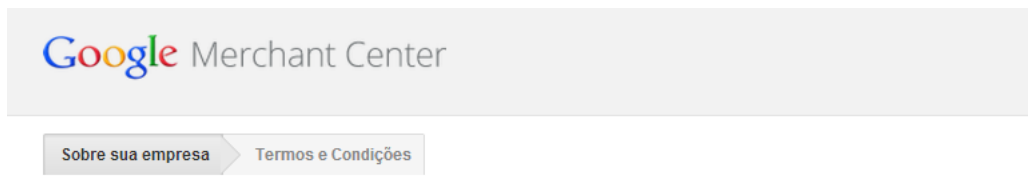


Vantagens dos anúncios de listagem de produtos

- **Mais tráfego e potenciais clientes**, na grande maioria dos casos verifica-se um aumento considerável nas taxas de clique (CTR);
- **Potenciais clientes de melhor qualidade**, através dos realce das informações do produto aumentamos a probabilidade dos utilizadores efetuarem uma compra no website;
- **Gestão fácil**, através dos feeds de dados do Merchant Center os anúncios surgem em pesquisas relevantes sem a necessidade de utilizarmos palavras-chave;
- **Alcance mais alargado**, se for relevante é possível apresentar um anúncio de listagem de produtos e um anúncio de texto ao mesmo tempo.

Criar conta de Google Merchant Center

<http://www.google.pt/merchants>



Inscreva-se no Google Merchant Center

O Google Merchant Center é o lugar no qual você faz o upload dos dados de sua loja e de seus produtos para o Google e os torna disponíveis para o Google Shopping e outros serviços do Google. Configure sua conta com as informações a seguir, que podem ser exibidas publicamente. As informações poderão ser alteradas mais tarde na página "Configurações" da conta.

Sobre sua empresa

Onde fica a sede de sua empresa?

Selecionar país ↕

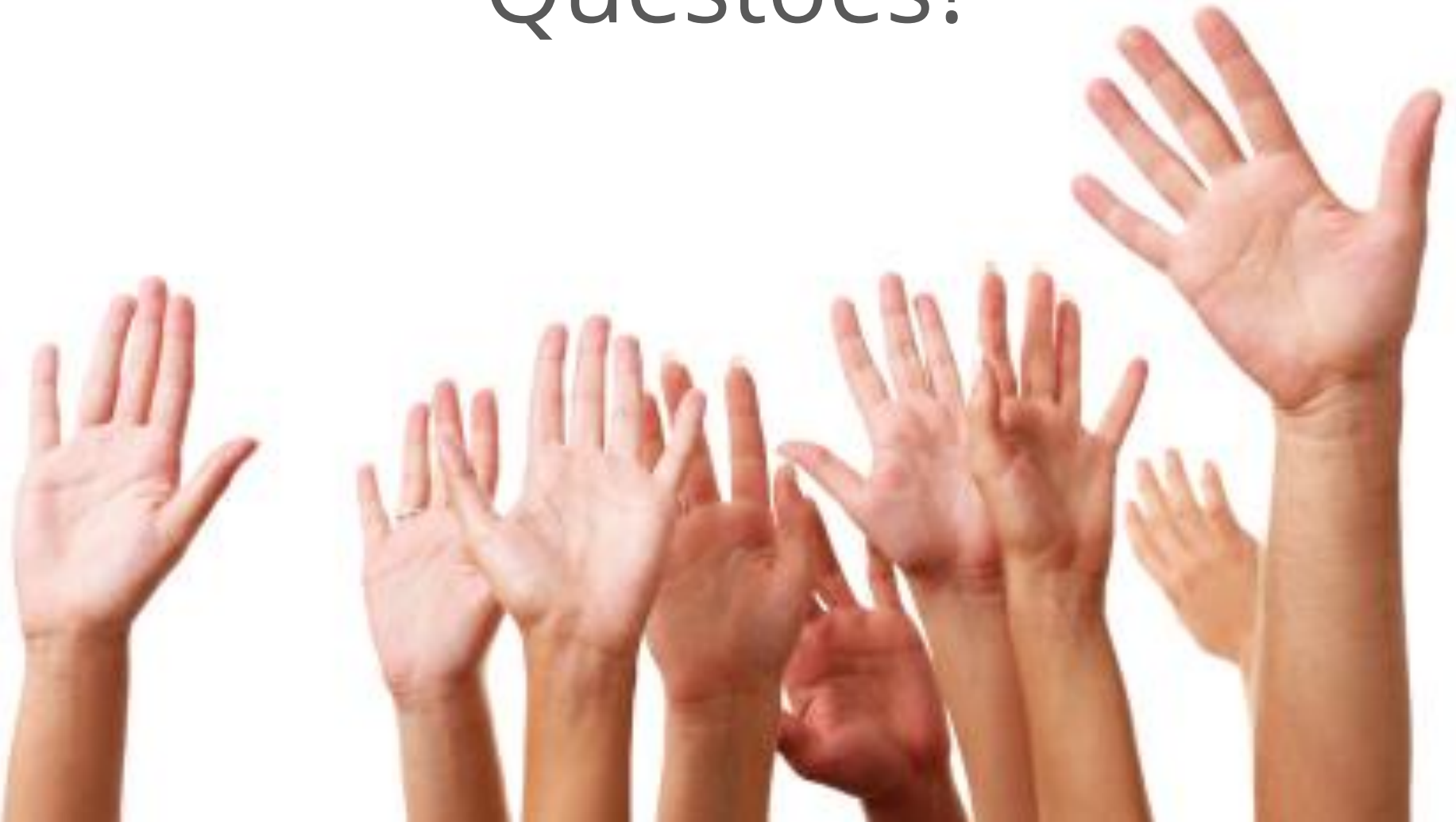
Qual é o nome de sua loja? [?](#)

Qual é seu website? opcional

URL do site

☐ Meu site contém produtos adultos conforme definido pela [política do Google](#)

Questões?

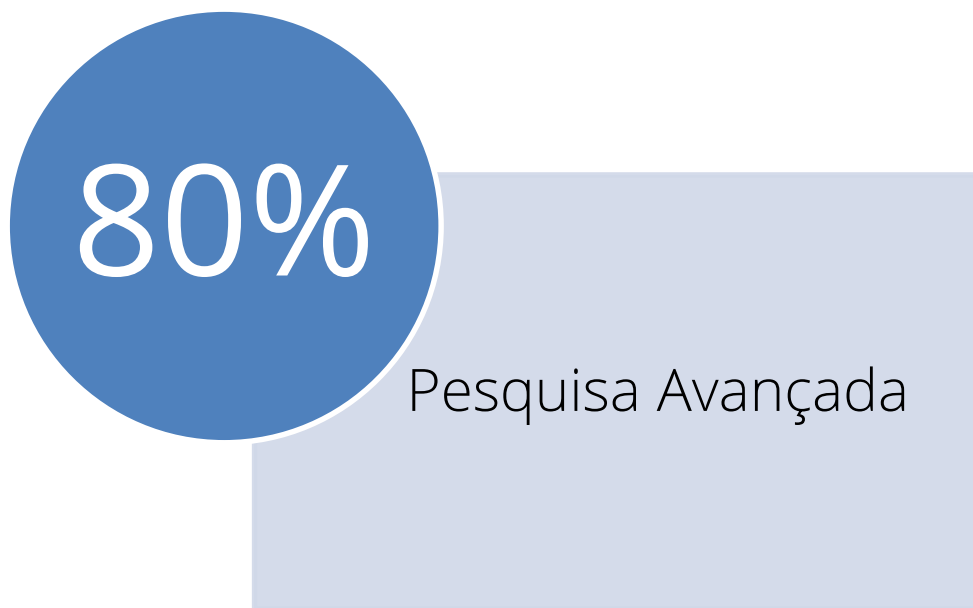


Exame Certificação

Certificação de Google AdWords

- Pontos chave do exame:
 - Tipo teste de resposta única.
 - Perguntas:
 - 98 → Exame de Pesquisa Avançada / 120m.
 - A partir do momento que começar:
 - Não pode parar o tempo.
 - Não pode voltar atrás.
 - Não serão informados das perguntas erradas.
 - Uma palavra só, pode mudar o significado de uma pergunta. Leia duas vezes o enunciado.

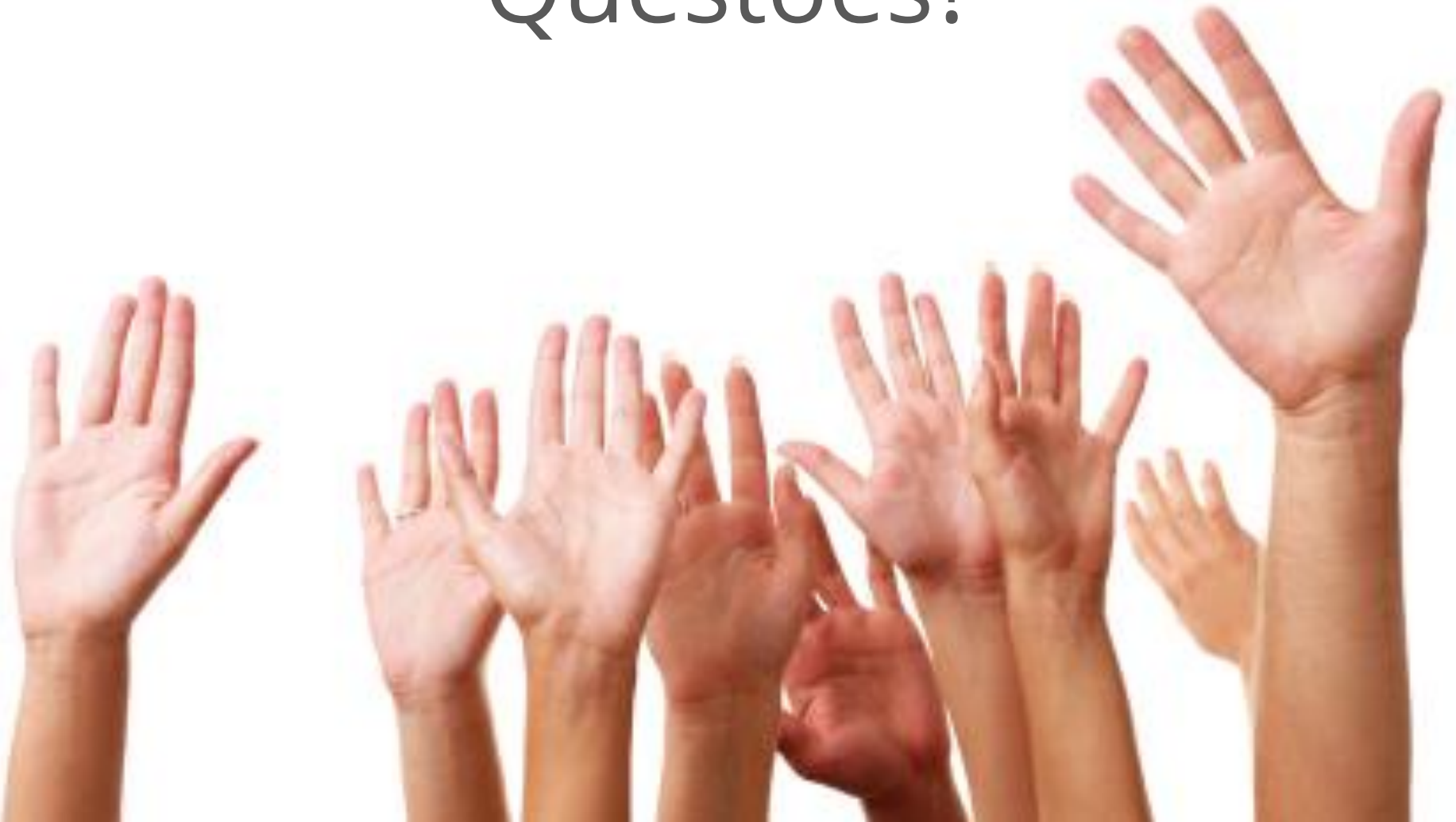
Exames e pontuações



Certificação de Google AdWords

- Para dar início ao exame:
 - <http://www.google.com/partners>
 - Certificações → Adwords
 - Aparece a informação dos exames realizados.
 - Verá por baixo os exames disponíveis.
 - Escolhe:
 - » “Princípios Básicos”
 - » “Pesquisa Avançada”
 - » “Display Avançado”
 - Realizar o exame!

Questões?



Google™ Partners Academies

Boa Sorte!

A horizontal bar at the bottom of the slide, divided into four colored segments: red, blue, green, and yellow.