

Google Ads Fundamentals



MARCOGOUVEIA®
DIGITAL MARKETING
TRAINING & CONSULTING



DIANA CHAGAS

www.marcogouveia.pt

chagas.dianalima@gmail.com

[dianalimachagas](#)

EXPERIÊNCIA

- Digital Marketing Manager @ Pestana Hotel Group
- Head of Marketing @ Landing.jobs - Responsável pelas equipas de aquisição, conteúdo, comunicação e eventos
- Head of Digital Marketing @ Pestana Hotel Group
- Apaixonou-se pelo Digital, e especialmente por Google Ads, por influência do Marco Gouveia, com quem tem vindo a trabalhar desde 2013

FORMAÇÃO

- Licenciatura em Economia pela Nova School of Business and Economics
- Mestrado em Gestão pela Nova School of Business and Economics

Agenda

- > Introdução
- > Estrutura
- > Como Criar um MCC e uma Conta?
- > Navegação
- > Métricas
- > Como Configurar uma Conversão?
- > Como Conectar o Google Ads com o Google Analytics?



Introdução



O que é o Google Ads?

- > É uma plataforma da Google dedicada a publicidade online
- > O anunciante cria anúncios sobre o seu negócio, que serão apresentados às pessoas que procuram ou que podem estar interessadas em produtos/serviços como o seu
- > A sua utilização é gratuita e tem um carácter self-service, embora exista uma versão premium

Quais as vantagens do Google Ads?

- > Alcançar utilizadores com interesse potencial no produto/serviço/marca que estamos a anunciar, bem como excluir as audiências que não nos interessam
- > Escolher e controlar quanto queremos investir
- > Resultados mensuráveis, sendo possível saber se as campanhas estão a atingir os objectivos propostos



Que tipos de campanha existem?

Search



Reach customers interested in your product or service with text ads

Display



Run different kinds of ads across the web

Shopping



Promote your products with Shopping ads

Video



Reach and engage viewers on YouTube and across the web

App



Drive app promotion across Google's networks

Smart



Reach your business goals with automated ads on Google and across the web

Local



Drive customers to a physical location

Discovery



Run ads on YouTube, Gmail, Discover, and more

Que tipos de campanha existem?

Search



Reach customers interested in your product or service with text ads

Display



Run different kinds of ads across the web

Shopping



Promote your products with Shopping ads

Video



Reach and engage viewers on YouTube and across the web

App



Drive app promotion across Google's networks

Smart



Reach your business goals with automated ads on Google and across the web

Local



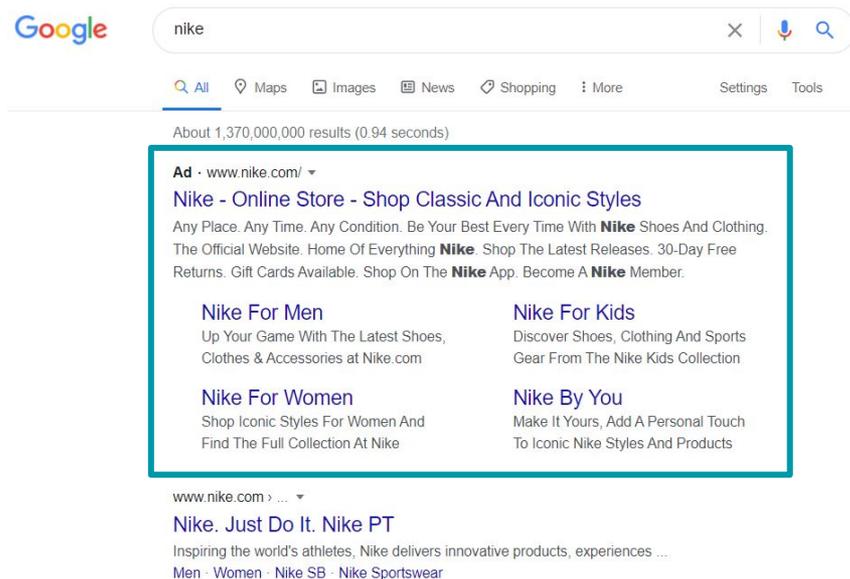
Drive customers to a physical location

Discovery



Run ads on YouTube, Gmail, Discover, and more

O que são campanhas de Search?



The image shows a Google search interface with the query 'nike'. The search results page displays an advertisement for Nike's online store, which is highlighted with a red border. The ad includes the Nike logo, the text 'Nike - Online Store - Shop Classic And Iconic Styles', and a description: 'Any Place. Any Time. Any Condition. Be Your Best Every Time With Nike Shoes And Clothing. The Official Website. Home Of Everything Nike. Shop The Latest Releases. 30-Day Free Returns. Gift Cards Available. Shop On The Nike App. Become A Nike Member.' Below the main ad text are four sub-sections: 'Nike For Men', 'Nike For Kids', 'Nike For Women', and 'Nike By You', each with a brief description of the offerings. Below the ad, the search results for 'nike' are shown, including the text 'Nike. Just Do It. Nike PT' and 'Inspiring the world's athletes, Nike delivers innovative products, experiences ...'.

Google

nike

All Maps Images News Shopping More Settings Tools

About 1,370,000,000 results (0.94 seconds)

Ad · www.nike.com/ ▾

Nike - Online Store - Shop Classic And Iconic Styles

Any Place. Any Time. Any Condition. Be Your Best Every Time With **Nike** Shoes And Clothing. The Official Website. Home Of Everything **Nike**. Shop The Latest Releases. 30-Day Free Returns. Gift Cards Available. Shop On The **Nike** App. Become A **Nike** Member.

Nike For Men
Up Your Game With The Latest Shoes, Clothes & Accessories at Nike.com

Nike For Kids
Discover Shoes, Clothing And Sports Gear From The Nike Kids Collection

Nike For Women
Shop Iconic Styles For Women And Find The Full Collection At Nike

Nike By You
Make It Yours, Add A Personal Touch To Iconic Nike Styles And Products

www.nike.com > ... ▾

Nike. Just Do It. Nike PT

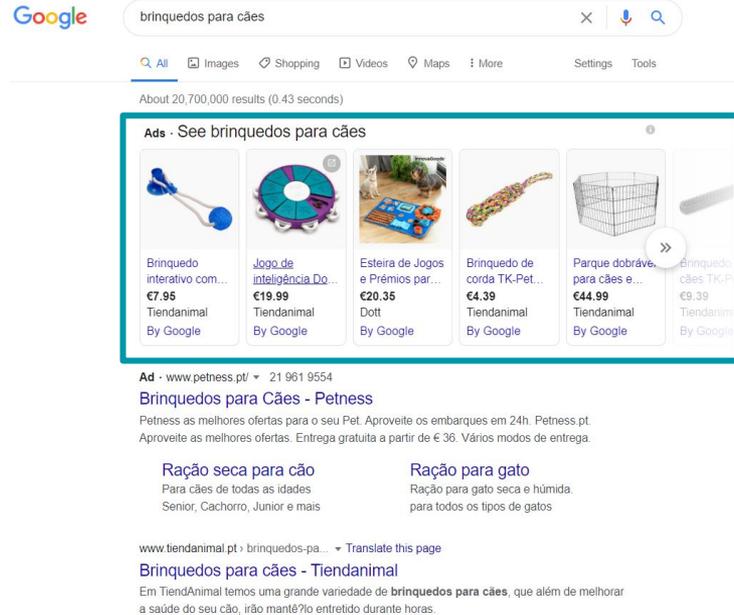
Inspiring the world's athletes, Nike delivers innovative products, experiences ...

Men · Women · Nike SB · Nike Sportswear

O que são campanhas de Display?

The image shows a screenshot of a social media post on the 9GAG platform. The post is titled "Classic Remy, have a nice day" and is from a user named "Funny" posted 3 days ago. It has 2,775 points and 58 comments. Below the title are buttons for "Upvote", "Downvote", "Facebook", "Pinterest", and a "Next Post" button. The main content is a video player showing a small, fluffy puppy. Overlaid on the right side of the video is a large advertisement for DODOT baby cream. The ad features a baby's face and the text: "Vai correr tudo bem.", "Ajudamos-te a proteger a delicada pele do teu recém-nascido", "DODOT", "SABER MAIS", and "sensitive".

O que são campanhas de Shopping?



Google brinquedos para cães

About 20,700,000 results (0.43 seconds)

Ads - See brinquedos para cães

 Brinquedo interativo com... €7.95 Tiendanimal By Google	 Jogo de inteligência Do... €19.99 Tiendanimal By Google	 Esteira de Jogos e Prêmios par... €20.35 Dott By Google	 Brinquedo de corda TK-Pet... €4.39 Tiendanimal By Google	 Parque dobrável para cães e... €44.99 Tiendanimal By Google	 Brinquedo para cães TK-P... €9.39 Tiendanimal By Google
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Ad · www.petness.pt/ · 21 961 9554

Brinquedos para Cães - Petness

Petness as melhores ofertas para o seu Pet. Aproveite os embarques em 24h. Petness.pt
Aproveite as melhores ofertas. Entrega gratuita a partir de € 36. Vários modos de entrega.

Ração seca para cão
Para cães de todas as idades
Senior, Cachorro, Junior e mais

Ração para gato
Ração para gato seca e húmida
para todos os tipos de gatos

www.tiendanimal.pt › brinquedos-pa... › Translate this page

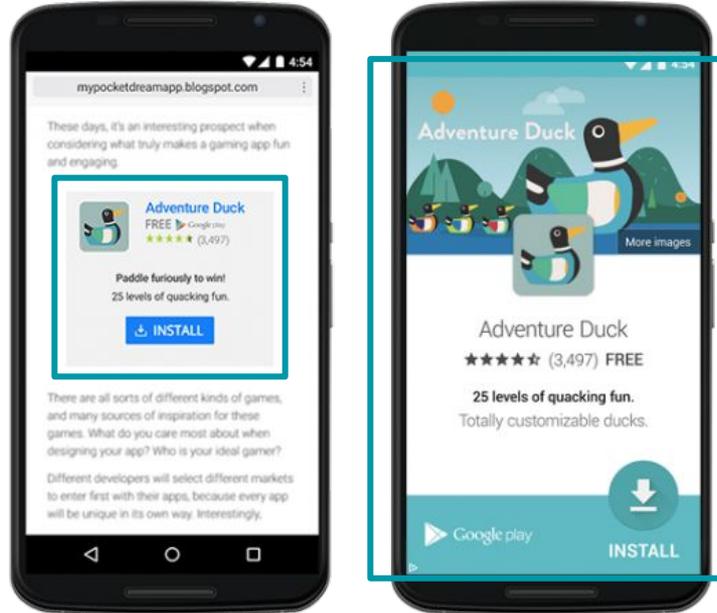
Brinquedos para cães - Tiendanimal

Em Tiendanimal temos uma grande variedade de **brinquedos para cães**, que além de melhorar a saúde do seu cão, irão mantê-lo entretido durante horas.

O que são campanhas de Vídeo?

The screenshot shows a YouTube interface. The main video player displays an advertisement for Nurofen. The ad features the Nurofen logo at the top left and the 'rb' logo at the top right. The central image shows a person's back with a glowing red spot on the lower back, indicating pain. Text on the ad includes: '2 ADHESIVOS MEDICAMENTOSOS', 'NUROFEN MUSC 200 mg Emplastro medicamentoso Ibuprofeno', '1x 1 APLICAÇÃO POR DIA', 'DISCRETO E ODOR SUAVE', and 'FLEXÍVEL E MOLDÁVEL'. A '24HR' clock icon is also present. Below the ad, there is a warning: 'Tomar especial precaução se tiver hipersensibilidade ao medicamento, no caso de doentes que anteriormente tenham tido reações de hipersensibilidade em resposta ao ibuprofeno, de modo semelhante a outros AINEs e no terceiro trimestre de gravidez. Não aplicar em pele não intacta e não utilizar nos olhos, lábios ou membranas mucosas. Em caso de dúvida ou de persistência dos sintomas, consulte o seu médico ou farmacêutico.' The video player shows 'Ad 1 of 2 - 0:00' and 'Ad will end in 1'. Below the video, the title '10 MIN ABS WITH WEIGHTS - for an extra strong core! you can also use a bottle of water | Pamela Reif' is visible, along with '665,358 views · Oct 28, 2020' and engagement icons for likes (17K), comments (130), share, and save. To the right of the main video, there is a sidebar with an 'Ad Nurofen Portugal' section containing a 'SUBSCRIBE' button and a 'Visit Advertiser's Site' link. Below this, an 'Up next' section with an 'AUTOPLAY' toggle shows a list of workout videos: '15 MIN SIXPACK WORKOUT - Intense ab workout / No...', '10 MIN AB WORKOUT // No Equipment | Pamela Reif', '12 MIN LEG WORKOUT - Butt, Thighs & Calves // No...', and '20 MIN BOOTY + THIGHS - with weights | build your booty &...'. The YouTube interface includes a search bar, navigation icons, and a user profile picture in the top right corner.

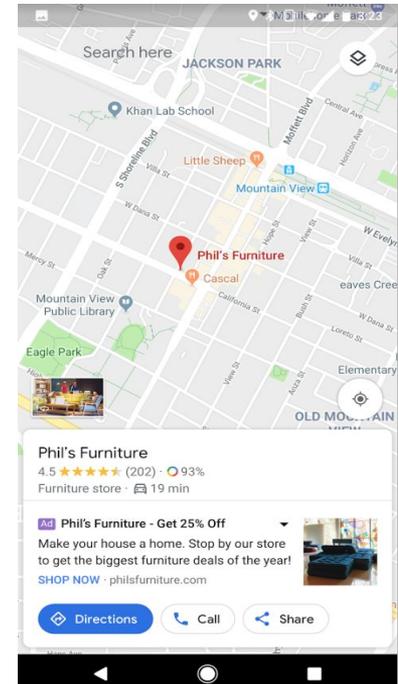
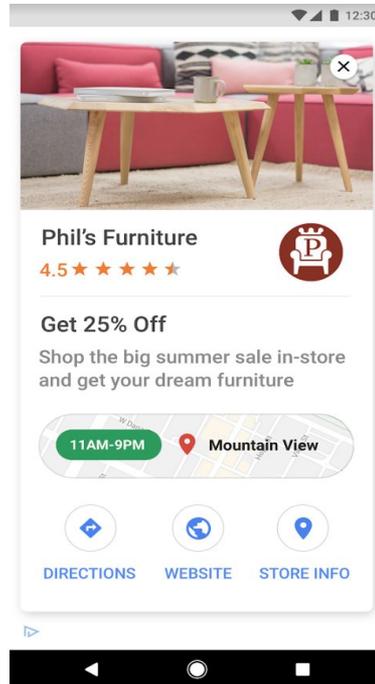
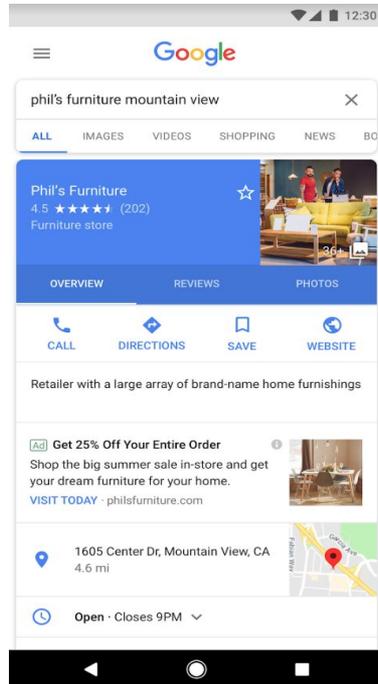
O que são campanhas de App?



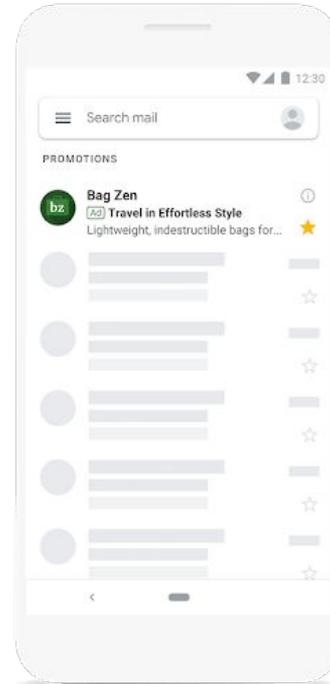
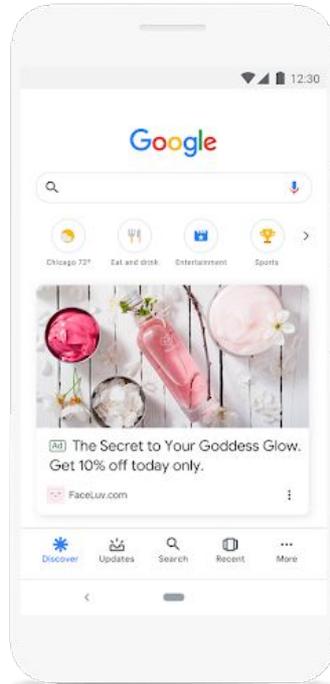
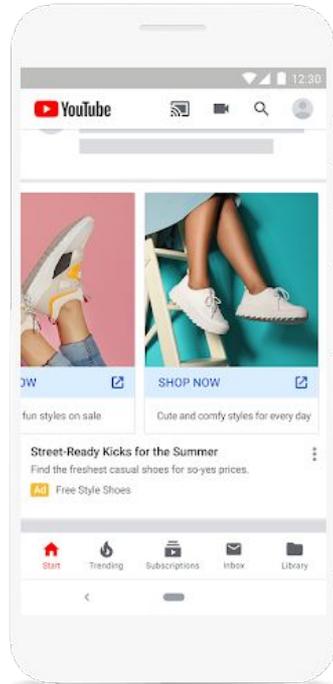
O que são campanhas Smart?

- > As campanhas inteligentes podem ser mostradas tanto na rede de pesquisa como na rede de display
- > A grande diferença entre estas campanhas e as campanhas tradicionais consiste no facto de toda a sua gestão ser muito mais automática, utilizando algoritmos nestes momentos de otimização

O que são campanhas de Local?



O que são campanhas de Discovery?



O que são campanhas de Hotel?

Overview **Prices** Reviews Location About Photos

Check in < > Check out < > >

Nightly total Free cancellation only

Ads - Featured options

 Hoteis.com Price Guarantee · Flexible Payment Options	€762	Visit site
 Room, 1 King Bed 1 king bed · Free cancellation until 13 Apr · Free Wi-Fi	€762	Visit site
 Room, 1 King Bed 1 king bed · Free cancellation until 13 Apr · Free breakfast · Free Wi-Fi	€833	Visit site
22 more room rates ▾		
 Expedia.com Free cancellation until 13 Apr	€761	Visit site
 FindHotel Free cancellation until 14 Apr	€759	Visit site
 ebookers.ie Free cancellation until 13 Apr	€761	Visit site

All options

 Park Hyatt New York Official site Free cancellation until 13 Apr	€757	Visit site
 trivago.com	€761	Visit site

Estrutura



Que componentes existem na estrutura?



Que componentes existem na estrutura?

Meu Centro Clientes (MCC)

> Gestão de várias contas em simultâneo, funcionando como uma espécie de agregador de contas

Que componentes existem na estrutura?

Conta

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

Que componentes existem na estrutura?

Campanha

- > Tipo de campanha
- > Segmentação de localização/idioma
- > Orçamento diário
- > Estratégia de licitação
- > Dispositivos
- > Rotação e calendarização de anúncios

Que componentes existem na estrutura?

Grupo de Anúncios

> Search:

Palavras-chave

Anúncios

> Display:

Posicionamentos

Anúncios

Como estruturar a minha conta?

- > Organizar as campanhas e os grupos de anúncios em temas comuns
- > Não esquecer que a localização impactada é definida ao nível da campanha
- > Criar diversos grupos de anúncios para assegurar a relevância entre a palavra-chave/posicionamento, o anúncio e a página de destino



Como estruturar a minha conta?



Como Criar um MCC e uma Conta?



Como criar um MCC?

- > Ir a <https://ads.google.com/home/tools/manager-accounts/>
- > Clicar em “Criar uma conta de gestor”

 CONTAS DE GESTOR DO GOOGLE ADS

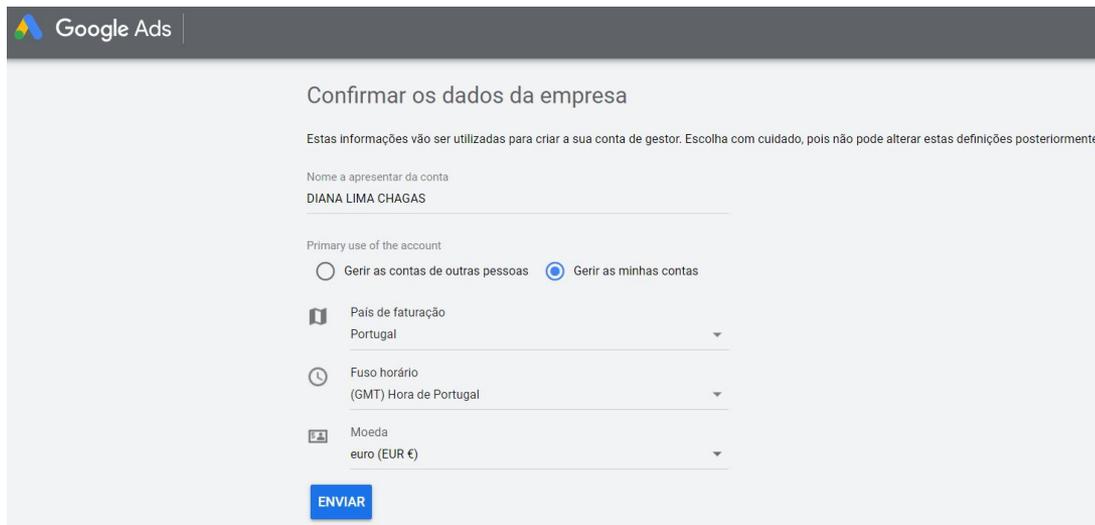
Faça a gestão de todas as suas contas do Google Ads a partir de um único local

Anteriormente denominada de O meu centro de clientes (MCC), a funcionalidade Contas de gestor pode ajudar a gerir várias contas. Através de um único início de sessão e painel de controlo, este gestor de publicidade online pode poupar-lhe tempo na criação de relatórios, no controlo de acessos e na faturação consolidada.

[Criar uma conta de gestor](#)

Como criar um MCC?

- > Preencher os dados solicitados
- > Clicar em “Enviar”



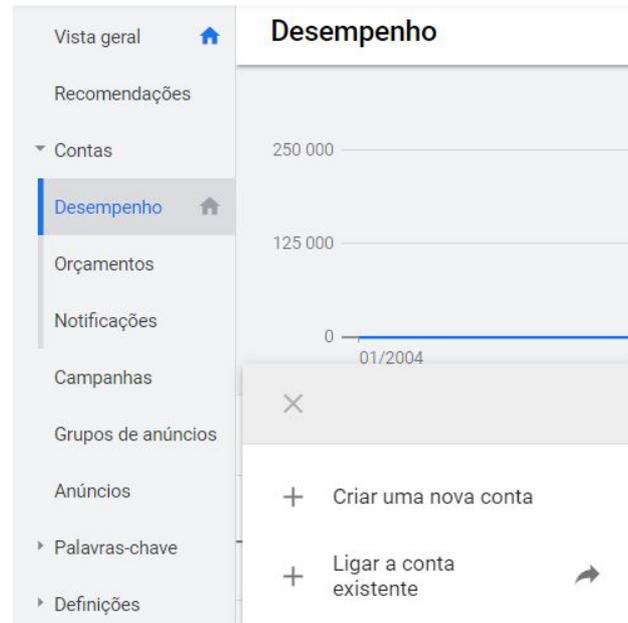
The screenshot shows the Google Ads interface for confirming company data. At the top, the Google Ads logo is visible. The main heading is 'Confirmar os dados da empresa'. Below this, a warning states: 'Estas informações vão ser utilizadas para criar a sua conta de gestor. Escolha com cuidado, pois não pode alterar estas definições posteriormente.' The form includes the following fields:

- Nome a apresentar da conta:** DIANA LIMA CHAGAS
- Primary use of the account:** Two radio buttons are present: 'Gerir as contas de outras pessoas' (unselected) and 'Gerir as minhas contas' (selected).
- Pais de faturação:** Portugal
- Fuso horário (GMT) Hora de Portugal:** (GMT) Hora de Portugal
- Moeda:** euro (EUR €)

A blue 'ENVIAR' button is located at the bottom of the form.

Como criar um MCC?

> Criar novas contas ou associar contas já existentes



Como criar um MCC?

- > Caso se opte por ligar contas já existentes, temos de colocar o ID de cliente que queremos associar ao nosso MCC
- > A conta que recebe o nosso pedido, tem de o aceitar

Associar contas existentes

Introduza os IDs de cliente que pretende associar à sua conta de gestor

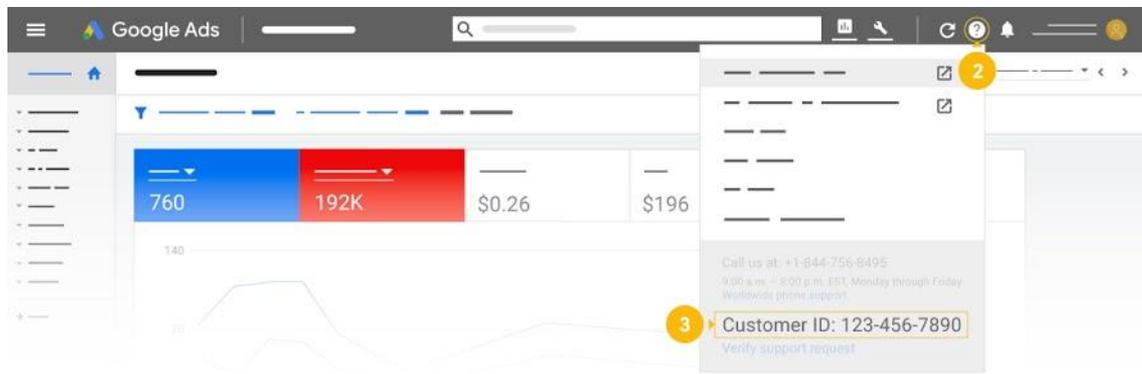
Introduza ou cole os seus IDs de cliente, um por linha

ENVIAR PEDIDO

CANCELAR

Como criar um MCC?

> O ID de cliente é um número exclusivo utilizado para identificar a nossa conta de Google Ads



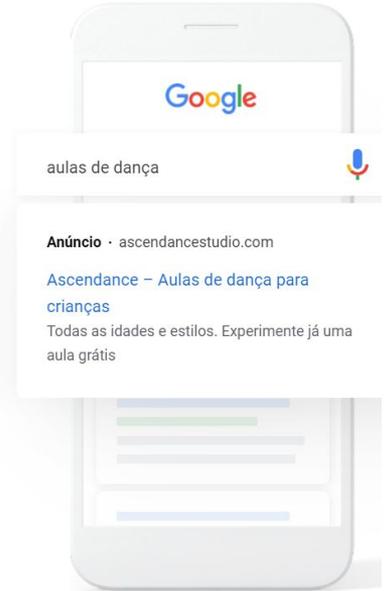
Como criar uma conta?

- > Ir a <https://ads.google.com/>
- > Clicar em “Começar agora”

Fazer a sua empresa crescer com o Google Ads

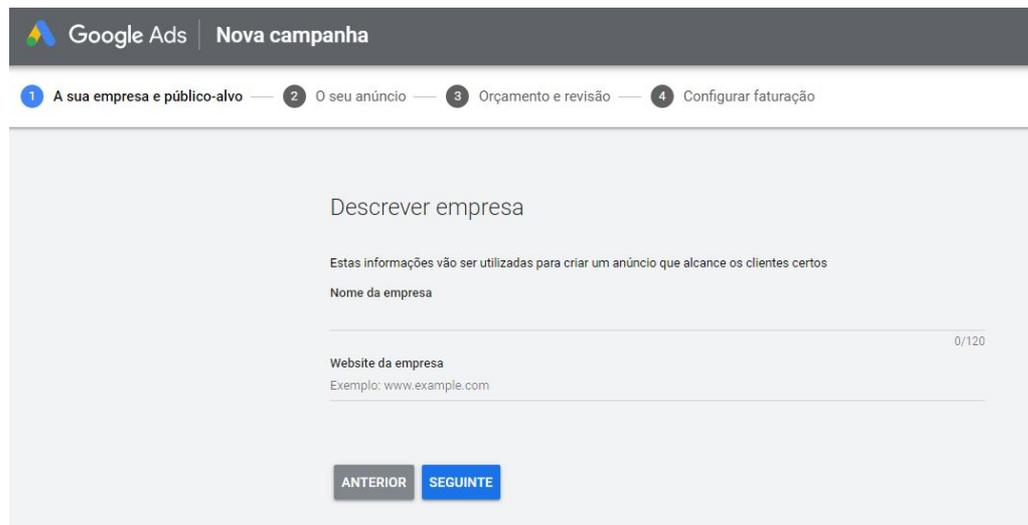
Alcance clientes quando estes pesquisarem empresas como a sua na Pesquisa Google e no Maps. Pague apenas pelos resultados, como cliques para o seu Website ou chamadas para a sua empresa.

Começar agora



Como criar uma conta?

- > Preencher os dados solicitados
- > Clicar em “Seguinte”



Google Ads | Nova campanha

1 A sua empresa e público-alvo — 2 O seu anúncio — 3 Orçamento e revisão — 4 Configurar faturação

Descrever empresa

Estas informações vão ser utilizadas para criar um anúncio que alcance os clientes certos

Nome da empresa

Website da empresa
Exemplo: www.example.com

0/120

ANTERIOR SEGUINTE

Como criar uma conta?

> Preencher os dados solicitados

> Clicar em “Guardar e Continuar”

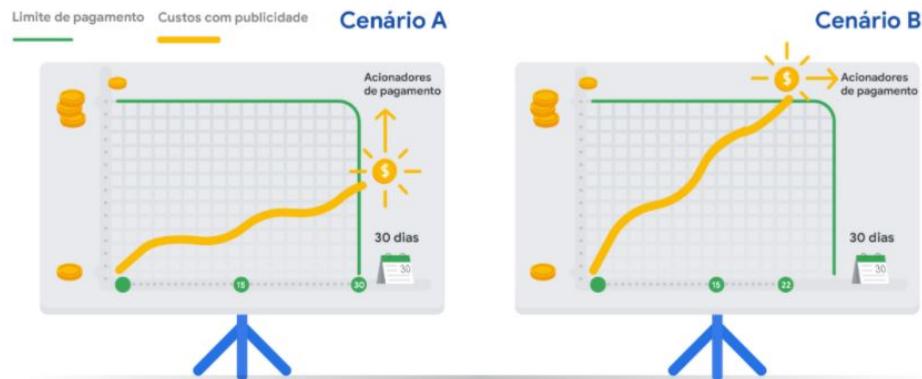
1 Crie uma conta — 2 Configuração de faturação — 3 Configuração do orçamento

Nome	<input type="text" value="Introduzir nome da conta"/>	^
Tipo	<input type="text" value="Conta do Google Ads"/>	^
País	<input type="text" value="Portugal"/>	^
Fuso horário	<input type="text" value="(GMT) Hora de Portugal"/>	^
Moeda	<input type="text" value="euro (EUR €)"/> <small>Esta é a moeda que irá utilizar para pagar à Google. Reveja as opções de pagamento disponíveis.</small>	^
Convidar utilizador	<input type="text" value="Convidar utilizadores para esta conta (opcional)"/> <input type="text" value="Introduzir endereço de email"/> <input type="text" value="Acesso administrativo"/>	^

GUARDAR E CONTINUAR CANCELAR

Como criar uma conta?

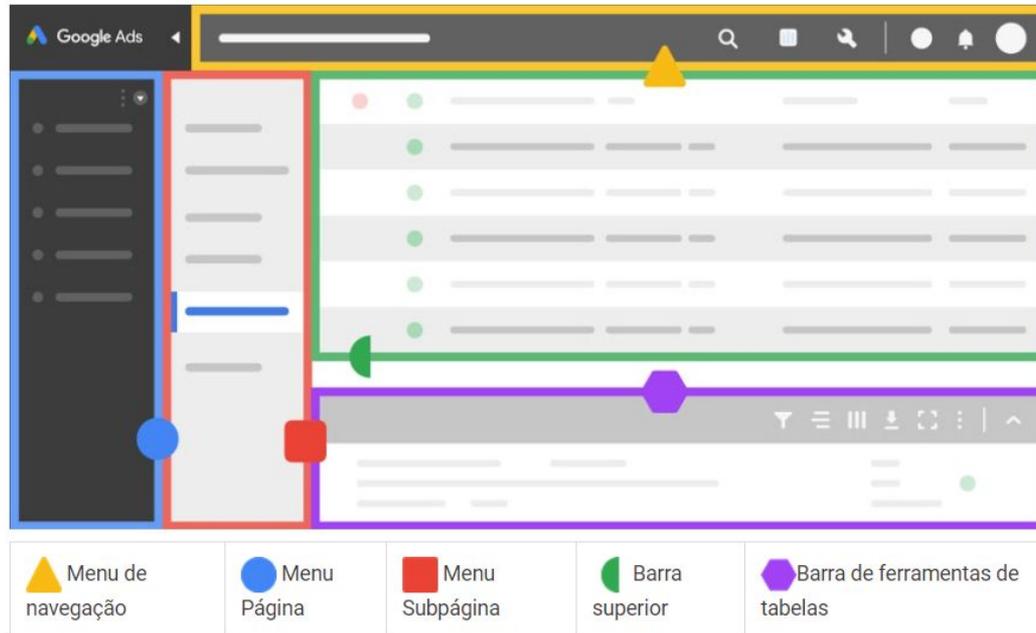
- > Configurar os dados de faturação
- > Definir o orçamento da conta



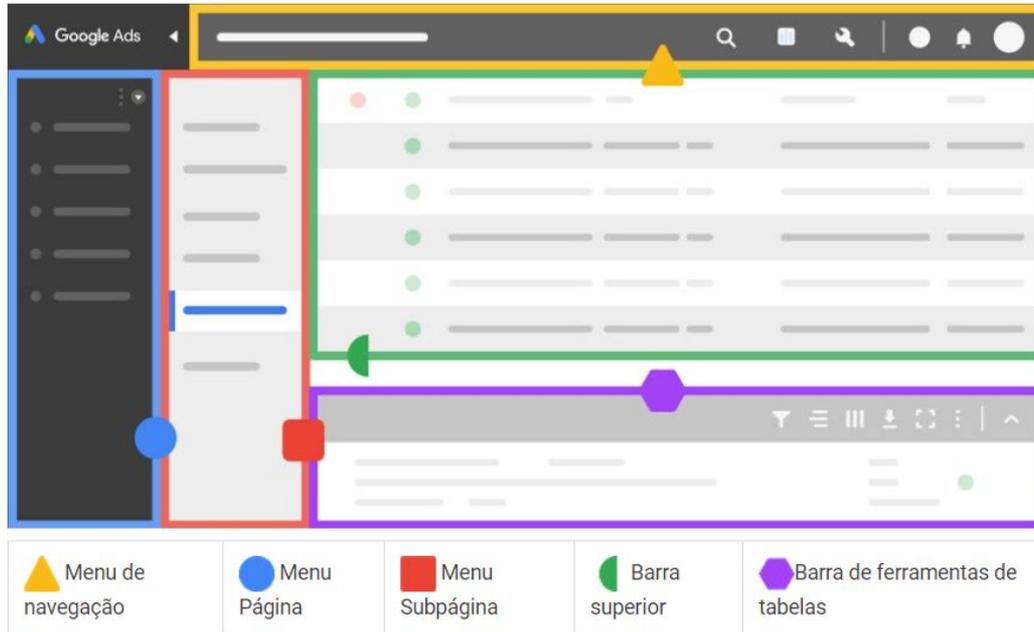
Navegação



Qual o layout do Google Ads?



Como navegar no Google Ads?



Métricas



Que métricas existem no Google Ads?

Modify columns for keywords



Your columns

Drag and drop to reorder

Performance



Keyword

Conversions



Campaign

Attribution



Ad group

Attributes



Status

Bid simulator



Competitive metrics



Google Analytics



Call details



Message details



Quality score



Custom columns



Como Configurar uma Conversão?



O que é uma conversão?

> A ação que queremos que o utilizador complete no nosso website depois de ter clicado no anúncio

- Preencher um formulário
- Fazer uma compra online
- Subscrever uma newsletter
- Ver um vídeo
- Etc

Quais as vantagens de configurar uma conversão?

- > Histórico: Conhecer o número de conversões obtidas através de uma campanha
- > Otimização da Rentabilidade: Conhecer o custo por conversão ou a taxa de conversão num determinado período
- > Estratégias de Lance Automáticas: O sistema altera o lance em função do histórico de conversões



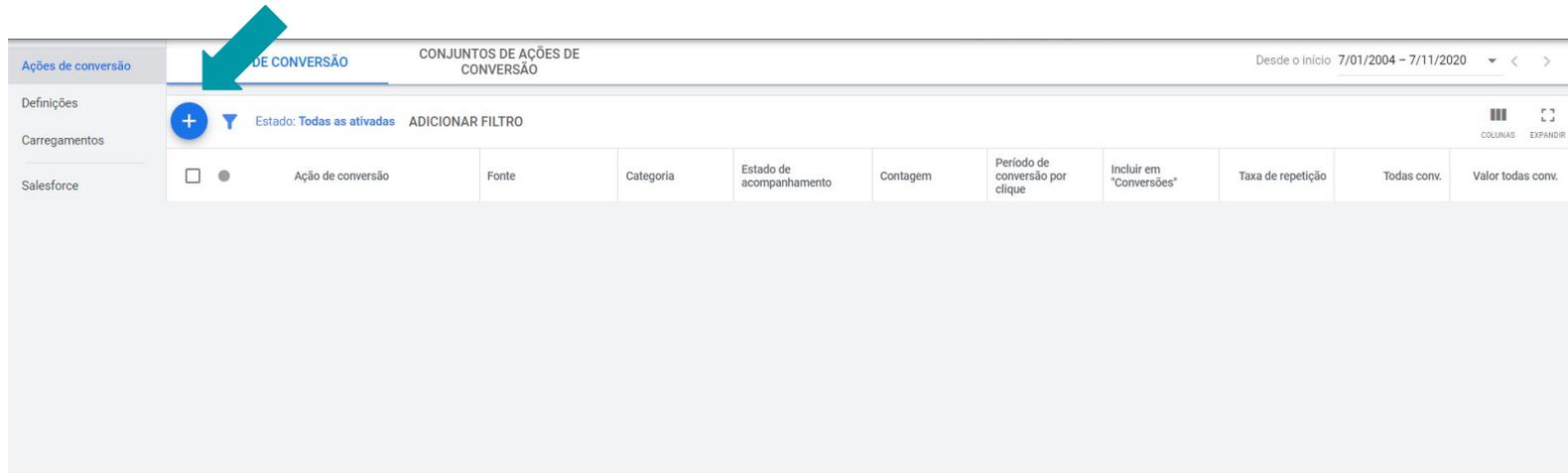
Como configurar o acompanhamento de conversões?



The image shows the Google Ads interface with the following structure:

- Top Bar:** PESQUISAR, RELATÓRIOS, FERRAMENTAS E DEFINIÇÕES (highlighted with a teal arrow), ? (help), and a notification bell.
- Left Sidebar:**
 - PLANEAMENTO:** Planeador de desempenho (highlighted), Planeador de palavras-chave, Planeador de alcance.
 - BIBLIOTECA PARTILHADA:** Gestor de públicos-alvo, Estratégias de lance, Listas de palavras-chave negativas, Listas de exclusão de posicionamento.
 - AÇÕES EM MASSA:** Todas (highlighted with a teal arrow), Regras, Scripts, Carregamentos.
 - MEDIÇÃO:** Conversões (highlighted with a teal arrow), Google Analytics, Atribuição.
 - CONFIGURAÇÃO:** Mapa da conta **NOVO**, Acesso e segurança, Contas associadas, Preferências, Centro da API, Google Merchant Center.

Como configurar o acompanhamento de conversões?



The screenshot displays the Salesforce 'Ações de conversão' (Conversion Actions) configuration page. The page title is 'CONJUNTOS DE AÇÕES DE CONVERSÃO'. The date range is set to 'Desde o início: 7/01/2004 - 7/11/2020'. The left sidebar shows navigation options: 'Ações de conversão', 'Definições', 'Carregamentos', and 'Salesforce'. The main content area features a table with columns for conversion action configuration. A red arrow points to the '+ ADICIONAR FILTRO' button, which is used to add filters to the table.

Ação de conversão	Fonte	Categoria	Estado de acompanhamento	Contagem	Período de conversão por clique	Incluir em "Conversões"	Taxa de repetição	Todas conv.	Valor todas conv.
-------------------	-------	-----------	--------------------------	----------	---------------------------------	-------------------------	-------------------	-------------	-------------------

Como configurar o acompanhamento de conversões?

Iniciar o acompanhamento de conversões

O acompanhamento de conversões é essencial para o sucesso dos seus esforços de marketing online. Permite-lhe ver o que as pessoas fazem, isto é, as ações de conversão que efetuam, após verem o seu anúncio. Configura uma ação de conversão de cada vez, mas pode acompanhar várias ações de conversão em simultâneo. [Saber mais](#)

Selecione o tipo de conversões que pretende acompanhar. 

Website



Acompanhe ações no seu Website

App



Acompanhe ações na sua aplicação

Chamadas telefónicas



Acompanhe chamadas provenientes dos seus anúncios ou Website

Importar



Importe dados do Google Analytics ou de outra origem

Como configurar o acompanhamento de conversões?

1 Criar uma ação — 2 Configurar a etiqueta — 3 O que se segue?

Criar uma ação de conversão para o seu Website

Depois de criar a ação de conversão, receberá o código de acompanhamento de que precisa para adicionar ao seu Website para começar a enviar dados de conversão para a Google. [Saber mais](#)

Categoria		▼
Nome da conversão		▼
Valor	Utilize valores diferentes. Se não existir um valor, utilize 1 €.	▼
Contagem	Todas as conversões	▼
Período de conversão por clique	30 dias	▼
Janela de conversão através de visualização	1 dia	▼
Incluir em "Conversões"	Sim	▼
Modelo de atribuição	Último clique	▼

CRIAR E CONTINUAR CANCELAR

Como configurar o acompanhamento de conversões?

- ✓ Criar uma ação — 2 Configurar a etiqueta — 3 O que se segue?

Criou uma ação de conversão. Agora, configure a etiqueta a adicionar ao seu Website.

Configuração da etiqueta

Selecionar como pretende instalar a etiqueta

Instalar a etiqueta por si próprio



Adicionar a etiqueta ao código do seu Website

Enviar a etiqueta por email



Enviar a etiqueta por email para o seu webmaster

Usar o Gestor de Etq. do Google



Instalar a etiqueta com o Gestor de Etiquetas do Google

Como configurar o acompanhamento de conversões?

Instalar a etiqueta

Copie a etiqueta da caixa abaixo e cole-a entre as etiquetas <body></body> da página que pretende acompanhar. Em seguida, utilize o plug-in [Assistente de Etiquetas Google](#) do Chrome para garantir que a etiqueta está corretamente posicionada.

► Escolha se pretende acompanhar conversões num carregamento de página ou num clique

Etiqueta para FORMULÁRIO CONTACTO

```
<!-- Google Code for FORMULÁRIO CONTACTO Conversion Page -->
<script type="text/javascript">
/*  */
var google_conversion_id = 881162744;
var google_conversion_language = "en";
var google_conversion_format = "3";
var google_conversion_color = "ffffff";
var google_conversion_label = "nbf-CJPw9mYQ-POVpAM";</pre></div><div data-bbox="280 651 403 671" data-label="Text"><p>Guardar instruções e etiqueta</p></div><div data-bbox="412 651 534 671" data-label="Text"><p>Instruções e etiqueta de email</p></div><div data-bbox="275 755 329 776" data-label="Text"><p>Concluído</p></div><div data-bbox="266 810 611 844" data-label="Text"><p>A Google recomenda que informe os utilizadores das páginas que está a acompanhar com uma notificação do "Google Site Stats" ou na política de privacidade do site. <a href="#">Saiba mais</a></p></div><div data-bbox="37 947 211 982" data-label="Page-Footer"><p>MARCOGOUVEIA®</p></div><div data-bbox="268 937 297 988" data-label="Page-Footer"><img alt="Facebook icon" data-bbox="268 937 297 988"/></div><div data-bbox="298 947 427 982" data-label="Page-Footer"><p>marcogouveia.pt</p></div><div data-bbox="448 937 477 988" data-label="Page-Footer"><img alt="Instagram icon" data-bbox="448 937 477 988"/></div><div data-bbox="478 947 607 982" data-label="Page-Footer"><p>marcogouveia.pt</p></div><div data-bbox="615 937 644 988" data-label="Page-Footer"><img alt="LinkedIn icon" data-bbox="615 937 644 988"/></div><div data-bbox="645 947 746 982" data-label="Page-Footer"><p>marcogouveia</p></div><div data-bbox="752 937 781 988" data-label="Page-Footer"><img alt="Globe icon" data-bbox="752 937 781 988"/></div><div data-bbox="782 947 953 982" data-label="Page-Footer"><p>www.marcogouveia.pt</p></div>
```

Como Conectar o Google Ads com o Google Analytics?



Quais as vantagens desta conexão?

- > Utilizar os objetivos configurados em Google Analytics como conversão do Google Ads
- > Recolher informação de Google Ads no Google Analytics

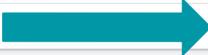


Como conectar o Google Ads com o Google Analytics?

The image shows the Google Ads interface with a dark header bar containing navigation icons: a magnifying glass for 'PESQUISAR', a bar chart for 'RELATÓRIOS', a wrench for 'FERRAMENTAS E DEFINIÇÕES', a question mark, and a notification bell. Below the header, the interface is divided into five columns:

- PLANEAMENTO**:
 - Planeador de desempenho
 - Planeador de palavras-chave
 - Planeador de alcance
- BIBLIOTECA PARTILHADA**:
 - Gestor de públicos-alvo
 - Estratégias de lance
 - Listas de palavras-chave negativas
 - Listas de exclusão de posicionamento
- AÇÕES EM MASSA**:
 - Todas as ações em massa
 - Regras
 - Scripts
 - Carregamentos
- MEDIÇÃO**:
 - Conversões
 - Google Analytics
 - Atribuição
- CONFIGURAÇÃO**:
 - Mapa da conta **NOVO**
 - Acesso e segurança
 - Contas associadas
 - Preferências
 - Centro da API
 - Google Merchant Center

Como conectar o Google Ads com o Google Analytics?

 Google Analytics (UA) <p>Gain insight into the actions people take on your website after an ad click or impression. Import site engagement metrics, track Universal Analytics (UA) goals and transactions as conversions, and import UA remarketing audiences.</p>	 Google Attribution <p>Melhore os dados de conversão ao atribuir conversões em vários dispositivos e canais. Poderá atribuir conversões num modelo orientado por dados, em vários canais, ou utilizar um modelo de atribuição tradicional baseado em regras, como primeiro clique, último clique, desvalorização temporal ou linear.</p>
 DETALHES	DETALHES
 Google Analytics (GA4) & Firebase <p>Veja como as campanhas publicitárias aumentam as instalações de aplicações, as visitas a páginas Web e as ações que as pessoas realizam nas suas propriedades. Utilize eventos do Google Analytics para criar ou importar dados de conversões e públicos-alvo.</p>	 Google Play <p>Crie listas de remarketing com base nos utilizadores atuais da sua aplicação. Acompanhe compras na aplicação como conversões para obter estatísticas sobre os anúncios que incentivam à ação.</p>
DETALHES	DETALHES
 Salesforce® <p>Avalie a forma como os seus anúncios online geram conversões offline ao importar dados do funil de vendas das suas contas do Sales Cloud da Salesforce.</p>	Análise para aplicações de terceiros <p>Associe um fornecedor terceiro de análise para aplicações ou o seu próprio SDK (Software Development Kit) à sua conta do Google Ads para ver listas de utilizadores e conversões das suas aplicações para Android e para iOS.</p>
DETALHES	DETALHES

Como conectar o Google Ads com o Google Analytics?

If you don't see your Analytics property below, make sure you have "Edit" access to the Analytics property and that your login email in Analytics matches your login email in Google Ads. [Saber mais](#)

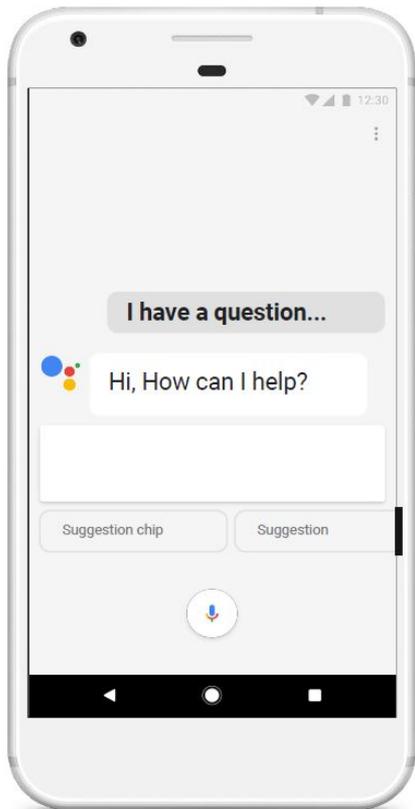
Analytics property	Estado	Visualiz.	Objetivos	Públicos-alvo	Ações
	Not linked				LINK 
	Not linked				LINK
	Not linked				LINK
	Not linked				LINK
	Not linked				LINK
	Not linked				LINK

Como conectar o Google Ads com o Google Analytics?

To link this property, select which views to link to Google Ads. You can also choose to import site metrics from 1 view.

Visualiz.	Link	Import site metrics
All Web Site Data	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

[CANCELAR](#) [GUARDAR](#)





Contactos



211629542



www.marcogouveia.pt



geral@marcogouveia.pt

Redes



[marcogouveia.pt](https://www.instagram.com/marcogouveia.pt)



[marcogouveia.pt](https://www.facebook.com/marcogouveia.pt)



[marcogouveia](https://www.linkedin.com/company/marcogouveia)

Google Ads Search



MARCOGOUVEIA®
DIGITAL MARKETING
TRAINING & CONSULTING



www.marcogouveia.pt

chagas.dianalima@gmail.com

[dianalimachagas](https://www.linkedin.com/in/dianalimachagas)

EXPERIÊNCIA:

- Marketing Digital - Grupo Pestana
- Head of Marketing - Responsável pelas equipas de aquisição, conteúdo, comunicação e eventos - Landing.jobs
- Head of Marketing - Grupo Pestana
- Apaixonou-se pelo Digital, e especialmente pelo Google Ads, por influência do Marco Gouveia, com quem tem vindo a trabalhar desde 2013.

FORMAÇÃO:

- Licenciatura em Economia pela Nova School of Business and Economics
- Mestrado em Gestão pela Nova School of Business and Economics

Agenda

- > Introdução
- > Como Funciona o Google Ads em Search?
- > Como Criar uma Campanha?
- > Como Criar um Grupo de Anúncios?
- > Como Definir as Palavras-Chave?
- > Como Criar um Anúncio?
- > Como Otimizar uma Campanha?



1.

Introdução



O que é o Google Ads?

- > É o produto de publicidade online da Google
- > Tem como objetivo ajudar os anunciantes a atrair novos clientes para o seu website e a desenvolver o seu negócio
- > O anunciante cria anúncios para o seu respectivo negócio, que serão apresentados às pessoas que procuram produtos/serviços como o seu

Quais as vantagens do Google Ads?

- > Alcançar utilizadores com interesse potencial no produto/serviço/marca que estamos a anunciar
- > Escolher e controlar quanto queremos investir
- > Resultados mensuráveis, sendo possível saber se as campanhas estão a atingir os objectivos propostos
- > Não existem compromissos temporais



Introdução



Que tipos de campanha existem?

Search



Reach customers interested in your product or service with text ads

Display



Run different kinds of ads across the web

Shopping



Promote your products with Shopping ads

Video



Reach and engage viewers on YouTube and across the web

App



Drive app promotion across Google's networks

Smart



Reach your business goals with automated ads on Google and across the web

Local



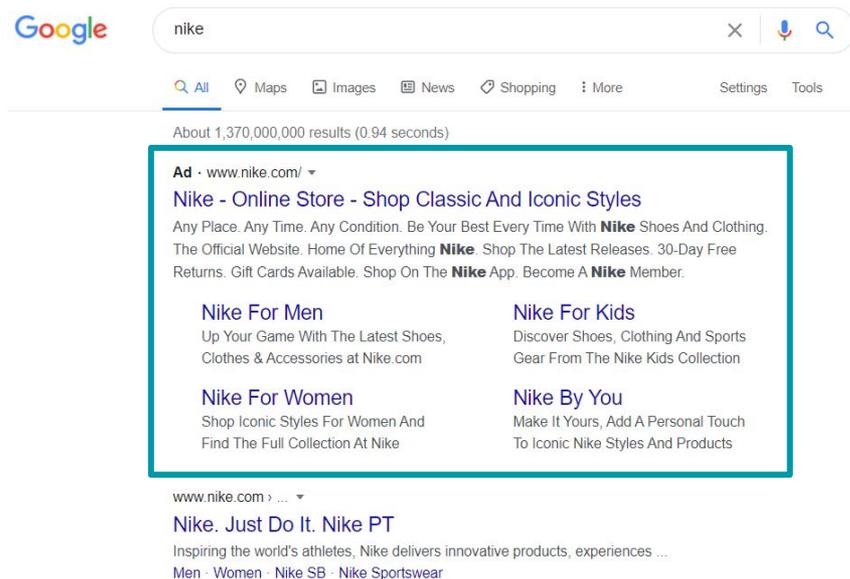
Drive customers to a physical location

Discovery



Run ads on YouTube, Gmail, Discover, and more

O que são campanhas de Search?



The image shows a Google search interface with the query 'nike'. The search results page displays an advertisement for Nike's online store, which is highlighted with a red border. The ad includes the Nike logo, the text 'Nike - Online Store - Shop Classic And Iconic Styles', and a description: 'Any Place. Any Time. Any Condition. Be Your Best Every Time With Nike Shoes And Clothing. The Official Website. Home Of Everything Nike. Shop The Latest Releases. 30-Day Free Returns. Gift Cards Available. Shop On The Nike App. Become A Nike Member.' Below the main ad text are four sub-sections: 'Nike For Men', 'Nike For Kids', 'Nike For Women', and 'Nike By You', each with a brief description of the products offered.

Google

nike

All Maps Images News Shopping More Settings Tools

About 1,370,000,000 results (0.94 seconds)

Ad · www.nike.com/ ▾

Nike - Online Store - Shop Classic And Iconic Styles

Any Place. Any Time. Any Condition. Be Your Best Every Time With **Nike** Shoes And Clothing. The Official Website. Home Of Everything **Nike**. Shop The Latest Releases. 30-Day Free Returns. Gift Cards Available. Shop On The **Nike** App. Become A **Nike** Member.

Nike For Men
Up Your Game With The Latest Shoes, Clothes & Accessories at Nike.com

Nike For Kids
Discover Shoes, Clothing And Sports Gear From The Nike Kids Collection

Nike For Women
Shop Iconic Styles For Women And Find The Full Collection At Nike

Nike By You
Make It Yours, Add A Personal Touch To Iconic Nike Styles And Products

www.nike.com > ... ▾

Nike. Just Do It. Nike PT

Inspiring the world's athletes, Nike delivers innovative products, experiences ...

Men · Women · Nike SB · Nike Sportswear

Como Funciona o Google Ads em Search?



O que acontece quando fazemos uma pesquisa?



hotel no algarve



hotel no algarve

All Maps Images News Videos More

Settings Tools

About 47,700,000 results (1.00 seconds)

Tip: Search for **English** results only. You can specify your search language in Preferences

Ad · www.vilagale.com/hoteis/vilagale

Hotéis Vila Galé - Clima apetecível todo o ano

Estadias dedicadas ao sol e mar, ao surf e a atividades ao ar livre. Reserve Já!

Crianças até aos 14 anos

Estadias Gratuitas para crianças.
Reserve Já! Cancelamento até 48h.

Reservas Vila Galé

Melhor Preço Garantido
Cancelamento Gratuito

Ad · www.booking.com/

Hotels in Algarve, Portugal - Great Rates, No Booking Fees

Choose from a wide range of properties which Booking.com offers. Search now! Book your **Hotel in Algarve**, Portugal now. Quick, Easy Booking. Great Rates. Villas. Save 10% with Genius. Motels. Get Instant Confirmation. Apartments. **Hotels**. Read Real Guest Reviews. Book Now · No Booking Fees · Book for Tonight · Rent out your property · Secure Booking £0 - £45 Hotels - up to £45.00/day - Book Now · More

O que acontece quando fazemos uma pesquisa?

- > O que acontece neste processo, chamado leilão, define que anúncios vão aparecer na página de resultados e em que posição
- > Mas que fatores são tidos em conta neste processo?

Como é definida a posição do anúncio?

> A posição do nosso anúncio é decidida com base em três fatores

**Custo por Clique
(CPC) Máximo**

**Índice de
Qualidade**

**Extensões de
Anúncio/Outros
Formatos**

A melhor combinação destes três fatores define a melhor posição do anúncio

Como é definida a posição do anúncio?

> O Índice de Qualidade é uma medida de avaliação atribuída às palavras-chave com base em 3 fatores

**Taxa de Cliques
(CTR) Prevista**

Relevância

**Qualidade da
Página de
Destino**

O Índice de Qualidade pode variar entre 1 (Mau) e 10 (Excelente)

Como é definida a posição do anúncio?

- > Assim sendo, para que os nossos anúncios tenham uma boa posição, não é suficiente pagarmos mais que os restantes anunciantes
- > Temos também de garantir que os nossos anúncios têm uma qualidade elevada



Como é definida a posição do anúncio?

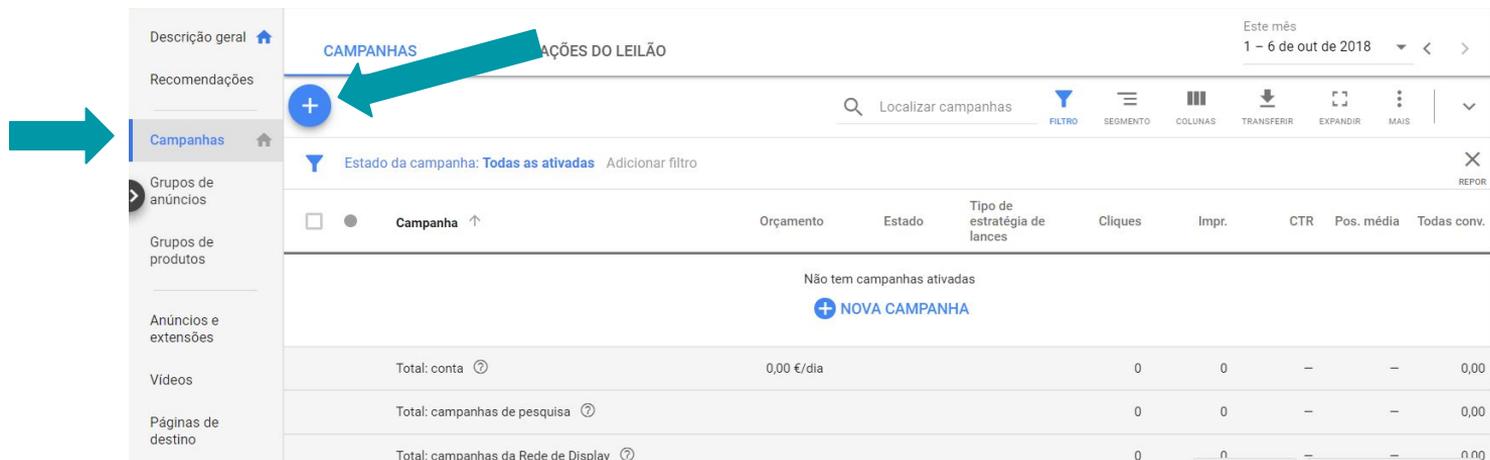
> Se estes três anunciantes estiverem a licitar na mesma palavra-chave, quem aparecerá na primeira posição?

Anunciante	CPC Máximo	Índice de Qualidade
João	3.00 €	6
Teresa	2.00 €	10
David	5.00 €	3

Como Criar uma Campanha?



Como criar uma campanha?



The screenshot shows a web interface for managing campaigns. On the left is a sidebar menu with options: Descrição geral, Recomendações, **Campanhas**, Grupos de anúncios, Grupos de produtos, Anúncios e extensões, Vídeos, and Páginas de destino. The main content area is titled 'CAMPANHAS' and 'AÇÕES DO LEILÃO'. It features a search bar 'Localizar campanhas', a filter icon, and a table of active campaigns. The table is currently empty, displaying the message 'Não tem campanhas ativadas' and a '+ NOVA CAMPANHA' button. A teal arrow points to the '+ NOVA CAMPANHA' button, and another teal arrow points to the '+ Campanhas' menu item in the sidebar.

Este mês
1 - 6 de out de 2018

Localizar campanhas

FILTRO SEGMENTO COLUNAS TRANSFERIR EXPANDIR MAIS

Estado da campanha: **Todas as ativadas** Adicionar filtro

<input type="checkbox"/>	Campanha ↑	Orçamento	Estado	Tipo de estratégia de lances	Cliques	Impr.	CTR	Pos. média	Todas conv.
Não tem campanhas ativadas									
+ NOVA CAMPANHA									
Total: conta		0,00 €/dia			0	0	-	-	0,00
Total: campanhas de pesquisa					0	0	-	-	0,00
Total: campanhas da Rede de Display					0	0	-	-	0,00

Como criar uma campanha?

Selecionar o objetivo que tornaria esta campanha num sucesso para si [?]

 Vendas	 Potenciais clientes	 Tráfego do Website	 Ponderação do produto e da marca
 Alcance e notoriedade da marca	 Promoção de aplicações	 Criar uma campanha sem a orientação de um objetivo	



Como criar uma campanha?

Selecione um tipo de campanha ⓘ

Pesquisa



Alcance clientes interessados no seu produto ou serviço com anúncios de texto

Rede de Display



Apresente diferentes tipos de anúncio na Web

Shopping



Promova os seus produtos com anúncios do Shopping

Vídeo



Alcance e interaja com visitantes no YouTube e na Web

Aplicação universal



Aumente as instalações de aplicações nas redes Google

Como criar uma campanha?

- 1 Selecionar definições da campanha — 2 Configurar grupos de anúncios — 3 Criar anúncios — 4 Rever

Definições gerais

Tipo: Pesquisa

Nome da campanha Brinquedo Cão - Kong Max - Portugal - Lisboa ^

Redes

 **Rede de Pesquisa** ^

Os anúncios podem ser apresentados junto aos resultados da Pesquisa Google e noutros sites Google quando as pessoas pesquisam termos relevantes para as suas palavras-chave.

Incluir parceiros de pesquisa Google ⓘ

 **Rede de Display**

Expanda o seu alcance ao apresentar anúncios a clientes relevantes enquanto navegam em sites, vídeos e aplicações na Internet.

Incluir Rede de Display da Google ⓘ

! Não perca a oportunidade de alcançar mais pessoas em três milhões de sites e aplicações

Como criar uma campanha?

1 Selecionar definições da campanha Incompleto — 2 Configurar grupos de anúncios — 3 Criar anúncios — 4 Rever

Públicos-alvo Seleccione públicos-alvo a adicionar à sua campanha. Pode criar novos públicos-alvo no [Gestor de públicos-alvo](#).

PESQUISA **IDEIAS (23)** PROCURAR > 1 selecionado **LIMPAR TUDO**

- Viagens**
Com base em anunciantes semelhantes
- Viajantes em férias de família**
Com base em anunciantes semelhantes
- Viagens por destino**
Com base em anunciantes semelhantes
- Viajantes de luxo**
Com base em anunciantes semelhantes
- Arrendamento de casas de férias**
Com base em anunciantes semelhantes
- Viajantes de destinos de praia**
Com base em anunciantes semelhantes

Públicos-alvo com afinidades

- Viagens > Entusiastas de viagens**
- Viajantes de luxo**

Definição da segmentação por público-alvo desta campanha

- Segmentação**
Restrinja o alcance da sua campanha aos públicos-alvo selecionados com a opção de ajustar os lances
- Observação (recomendado)**
Não restrinja o alcance da sua campanha com a opção de ajustar os lances nos públicos-alvo selecionados

Como criar uma campanha?

1 Selecionar definições da campanha Incompleto — 2 Configurar grupos de anúncios — 3 Criar anúncios — 4 Rever

Orçamento e lance

Defina quanto pretende gastar e como o pretende gastar.

Orçamento

Introduzir a média que pretende gastar por dia

€

Num mês, não irá pagar mais do que o orçamento diário multiplicado pelo número médio de dias de um mês. Em alguns dias poderá gastar menos do que o seu orçamento diário e noutros poderá gastar até duas vezes mais. [Saiba mais](#)

Lances

Maximizar o valor de conversão

[Alterar estratégia de lance](#) ⓘ

Editar Maximizar o valor de conversão ^

O Google Ads define automaticamente os lances para o ajudar a obter o maior valor de conversão dentro do orçamento.

[Saiba mais](#)

O que ter em conta na definição do nome de uma campanha?

> Devemos indicar o nome da marca/produto/serviço e a localização escolhida, bem como outras informações que nos ajudem a trabalhar as campanhas no futuro (extração de relatórios, etc)

> Exemplos:

- Search - Pestana Collection Hotels - Pestana Porto Vintage - Portugal
- Display - Brinquedo para Cão - Kong - Portugal - Lisboa

Que redes existem?

- > Rede de Pesquisa: 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 (globo.com no Brasil, iol.pt em Portugal, Google Maps, etc)
- > Rede de Display: Os anúncios são publicados em diferentes páginas da Rede de Display do Google



O que ter em conta na segmentação por idioma?

- > Que idiomas falam os meus clientes?
- > Os meus clientes residem nalguma área onde sejam faladas várias línguas?
- > Em que idiomas estão disponíveis os conteúdos do meu website?
- > Tenho a capacidade de criar anúncios em vários idiomas?



Como segmentar a campanha por público-alvo?

- > Podemos querer orientar a nossa campanha especificamente para uma audiência com determinadas características.
- > Por exemplo, se estamos a anunciar um hotel de luxo, pode fazer sentido impactar apenas pessoas que estão interessadas neste produto, ao invés de impactar a generalidade das pessoas.
- > De facto, restringimos o nosso investimento a uma audiência com maior probabilidade de conversão.



Como definir o orçamento da campanha?

- > O orçamento diário é aplicado ao nível da campanha, sendo este equivalente ao valor que o anunciante está disposto a investir por dia
- > O número de cliques que uma determinada campanha pode alcançar depende de vários fatores, tais como o volume de pesquisa que existe para as palavras-chave escolhidas e a posição do anúncio, mas também como o orçamento diário escolhido
- > Se uma campanha alcança constantemente o orçamento diário definido, os seus anúncios estão certamente a perder potenciais impressões

Como definir o orçamento da campanha?

- > O Google Ads tem em conta um orçamento diário, mas o anunciante pode ter em mente um orçamento mensal
- > Para aproximar estes valores a um valor médio, devemos dividir ou multiplicar o valor por 30,4

Orçamento diário * 30,4

=

Custo máximo mensal

Custo máximo mensal / 30,4

=

Orçamento diário

Que estratégias de lance existem?

- > As estratégias de lance devem ser definidas considerando a finalidade dos nossos anúncios
- > A maioria dos anunciantes concentra-se nos cliques, nas impressões ou nas conversões
- > Existem estratégias de lance manuais, semi-manuais e automáticas



Que estratégias de lance existem?

Estratégia de Lance	Objetivo
CPC Manual	Definir o seu próprio custo por clique (CPC) máximo para os anúncios
CPC Otimizado	Aumentar os lances de CPC Máx para cliques com maior probabilidade de gerarem conversões e diminuir os lances de CPC Máx para cliques com menor probabilidade de gerarem conversões

Que estratégias de lance existem?

Estratégia de Lance	Objetivo
CPA Alvo	Obter o maior número possível de conversões com o custo por ação (CPA) alvo que definir
ROAS Alvo	Obter o maior valor de conversão possível com o retorno do investimento publicitário (ROAS) alvo que definir
Quota de Impressão Alvo	Aumentar a probabilidade de os anúncios serem apresentados na área da página de pesquisa que selecionar

Que estratégias de lance existem?

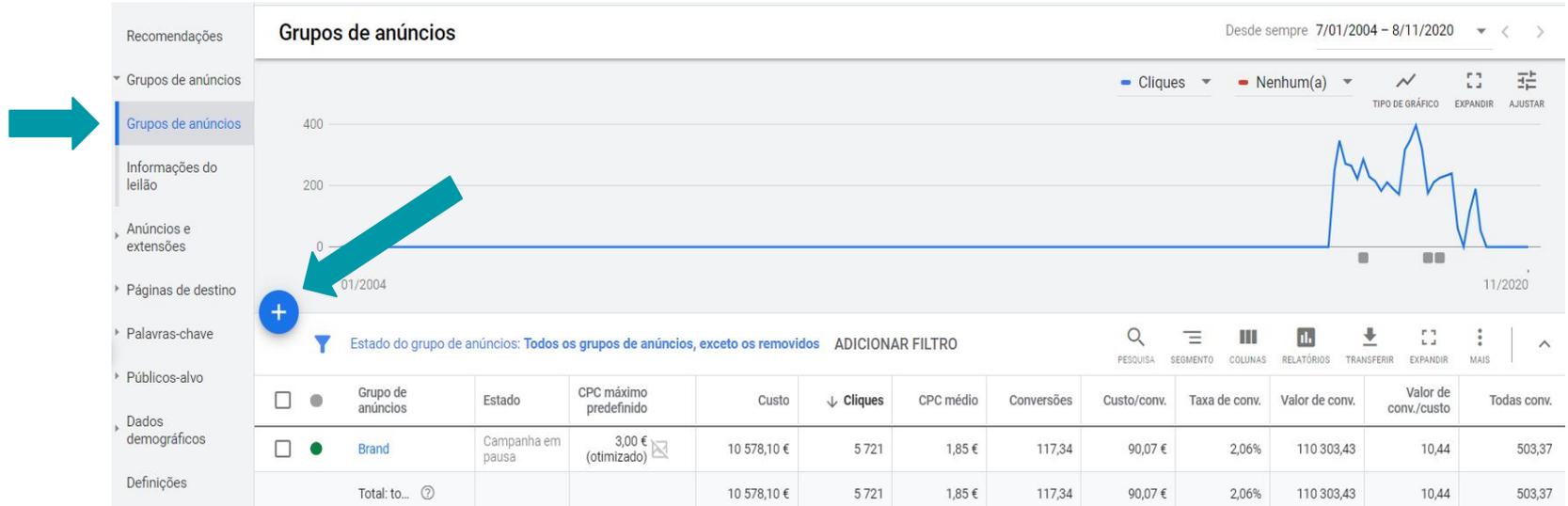
Estratégia de Lance	Objetivo
Maximizar os Cliques	Obter o maior número possível de cliques dentro do orçamento
Maximizar as Conversões	Obter o maior número possível de conversões dentro do orçamento
Maximizar o Valor de Conversão	Obter o maior valor de conversão possível dentro do orçamento

7.

Como criar um grupo de **anúncios**?



Como criar um grupo de anúncios?



Recomendações

Grupos de anúncios

Grupos de anúncios

Informações do leilão

Anúncios e extensões

Páginas de destino

Palavras-chave

Públicos-alvo

Dados demográficos

Definições

Desde sempre 7/01/2004 – 8/11/2020

TIPO DE GRÁFICO EXPANDIR AJUSTAR

Estado do grupo de anúncios: Todos os grupos de anúncios, exceto os removidos ADICIONAR FILTRO

<input type="checkbox"/>	Grupo de anúncios	Estado	CPC máximo predefinido	Custo	↓ Cliques	CPC médio	Conversões	Custo/conv.	Taxa de conv.	Valor de conv.	Valor de conv./custo	Todas conv.
<input type="checkbox"/>	Brand	Campanha em pausa	3,00 € (otimizado)	10 578,10 €	5 721	1,85 €	117,34	90,07 €	2,06%	110 303,43	10,44	503,37
	Total: to...			10 578,10 €	5 721	1,85 €	117,34	90,07 €	2,06%	110 303,43	10,44	503,37

Como criar um grupo de anúncios?

- 1 Configurar grupo de anúncios — 2 Criar anúncios

Tipo de grupo de anúncios ⓘ : Padrão ▾

Um grupo de anúncios contém um ou mais anúncios e um conjunto de palavras-chave relacionadas. Para obter os melhores resultados, experimente concentrar todos os anúncios e palavras-chave de um grupo de anúncios num único produto ou serviço.

Nome do grupo de anúncios
Grupo de anúncios

Lance predefinido ⓘ
€

Introduza ou cole as suas palavras-chave, uma palavra ou expressão por linha

Obtenha sugestões de palavras-chave
🔗 <https://www.pestanacollection.com/br/hotel/pestanapo>

📄 Introduza o seu produto ou serviço

Palavras-chave (por relevância)

- + hotéis em porto portugal
- + hotel no porto
- + alojamento porto
- + hotel no porto portugal

[ADICIONAR TODAS AS IDEIAS](#)

Os tipos de correspondência ajudam a controlar quais as pesquisas que podem acionar os seus anúncios

palavra-chave = correspondência ampla "palavra-chave" = correspondência de expressão
[palavra-chave] = correspondência exata Saiba mais

[GUARDAR E CONTINUAR](#) [CANCELAR](#)

8.

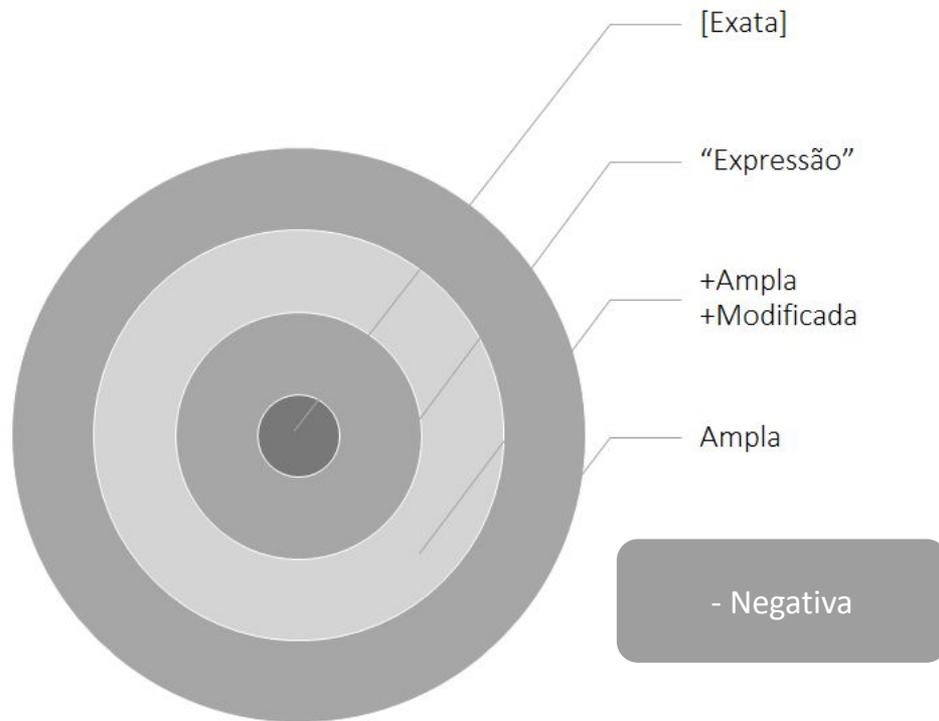
Como definir as
palavras-chave?



Que correspondências de palavras-chave existem?

- > Quando definimos as nossas palavras-chave, devemos indicar à plataforma quão semelhante à nossa palavra-chave deve ser o termo de pesquisa para que o nosso anúncio seja despoletado
- > A este nível de semelhança entre a palavra-chave e o termo de pesquisa chamamos a correspondência de palavra-chave

Que correspondências de palavras-chave existem?



Que correspondências de palavras-chave existem?

AMPLA

- > Disponibiliza sinónimos, plurais, mudanças de género e outras palavras-chave relevantes em qualquer ordem
- > Gera informações valiosas sobre outras segmentações possíveis, bem como ideias para palavras-chave ou palavras-chave negativas



Que correspondências de palavras-chave existem?

AMPLA MODIFICADA

- > Disponibiliza plurais, mudanças de género e outras palavras-chave relevantes em qualquer ordem
- > Útil para conseguirmos abranger vários termos de pesquisa, sem perdermos o controlo do investimento



Que correspondências de palavras-chave existem?

EXPRESSÃO

> Disponibiliza anúncios quando um utilizador realiza uma pesquisa que contém a expressão (junta e na mesma ordem) ou pequenas variações da mesma, podendo conter texto antes ou depois



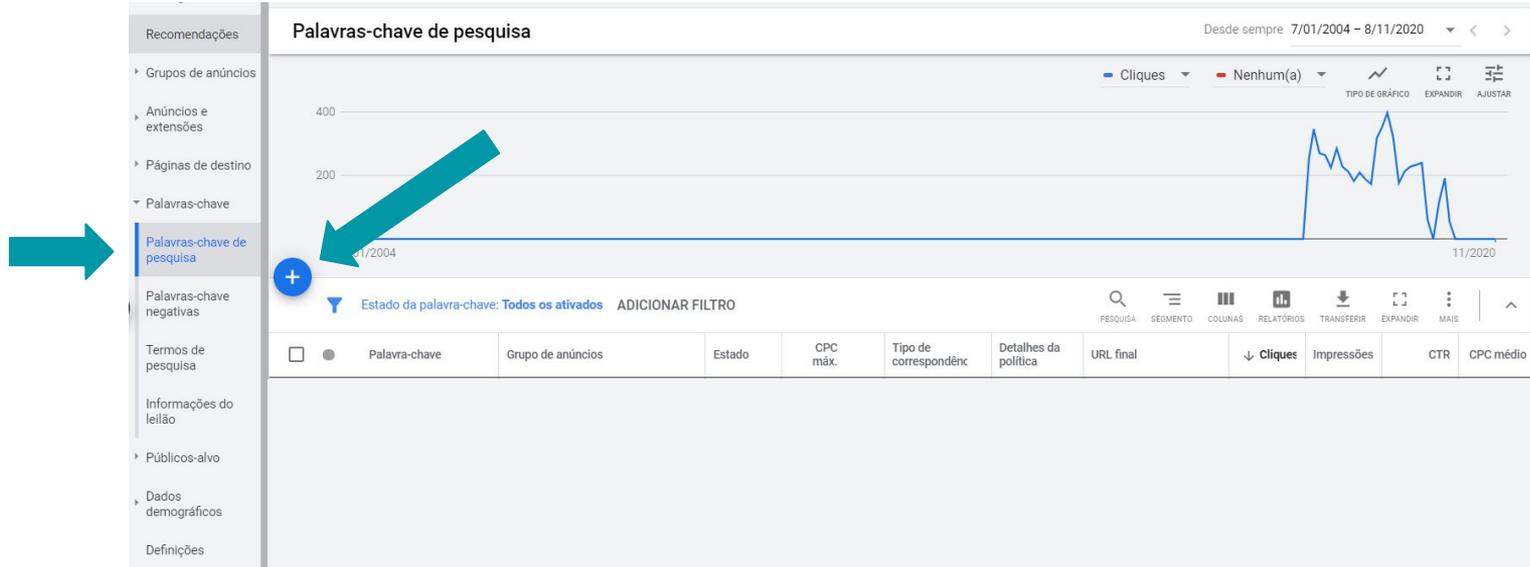
Que correspondências de palavras-chave existem?

EXATA

> Apenas serão ativados os anúncios quando a pesquisa do utilizador corresponder exatamente à palavra-chave



Como adicionar palavras-chave?



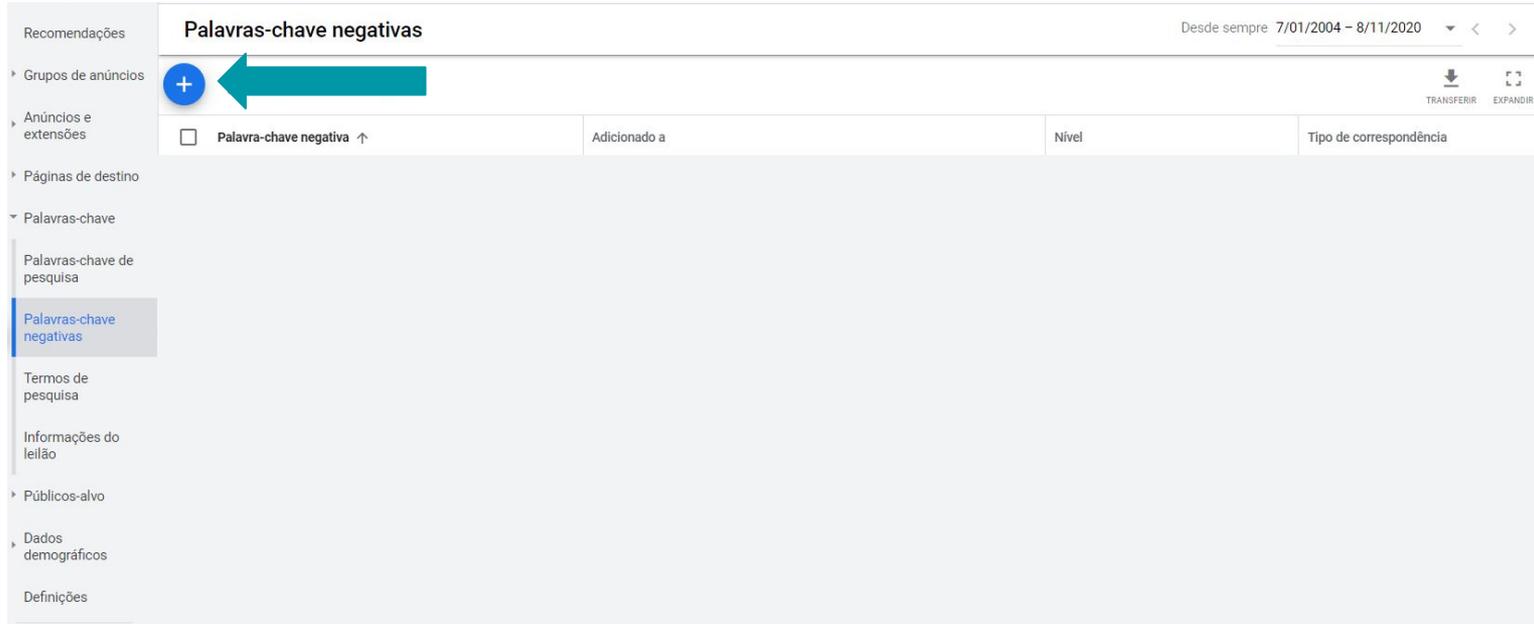
The screenshot displays the Google Ads interface for 'Palavras-chave de pesquisa'. The left sidebar contains a navigation menu with 'Palavras-chave de pesquisa' highlighted. A teal arrow points to the '+' button in this menu. The main area shows a line graph of 'Cliques' over time, with a teal arrow pointing to the '+' button in the top-left corner of the graph area. Below the graph, there is a table with columns for 'Palavra-chave', 'Grupo de anúncios', 'Estado', 'CPC máx.', 'Tipo de correspondênc', 'Detalhes da política', 'URL final', 'Cliques', 'Impressões', 'CTR', and 'CPC médio'. The table is currently empty.

Que correspondências de palavras-chave existem?

NEGATIVA

- > Quando queremos excluir determinadas palavras-chave, ou seja, quando não queremos que o nosso anúncio seja despoletado para certos termos de pesquisa
- > Podemos utilizar as palavras-chave negativas em qualquer tipo de correspondência

Como excluir palavras-chave?



Recomendações **Palavras-chave negativas** Desde sempre 7/01/2004 – 8/11/2020

Grupos de anúncios  

Anúncios e extensões

Páginas de destino

Palavras-chave

Palavras-chave de pesquisa

Palavras-chave negativas 

Termos de pesquisa

Informações do leilão

Públicos-alvo

Dados demográficos

Definições

<input type="checkbox"/> Palavra-chave negativa ↑	Adicionado a	Nível	Tipo de correspondência
---------------------------------------------------	--------------	-------	-------------------------

TRANSFERIR EXPANDIR

Como criar grupos de palavras-chave negativas?



The image shows a screenshot of the Google Ads interface. At the top, there is a navigation bar with the text "Todas as campanhas" and several icons: a magnifying glass for "PESQUISAR", a document icon for "RELATÓRIOS", a wrench and screwdriver icon for "FERRAMENTAS E DEFINIÇÕES", a question mark, and a bell. A red arrow points to the "FERRAMENTAS E DEFINIÇÕES" icon. Below the navigation bar, the interface is divided into six main sections: PLANEAMENTO, BIBLIOTECA PARTILHADA, AÇÕES EM MASSA, MEDIÇÃO, CONFIGURAÇÃO, and FATURAÇÃO. The "BIBLIOTECA PARTILHADA" section is expanded, showing a list of options: Gestor de públicos-alvo, Estratégias de lance, Listas de palavras-chave negativas, Orçamentos partilhados, Grupos de localizações, and Listas de exclusão de posicionamento. A red arrow points to the "Listas de palavras-chave negativas" option.

PLANEAMENTO	BIBLIOTECA PARTILHADA	AÇÕES EM MASSA	MEDIÇÃO	CONFIGURAÇÃO	FATURAÇÃO
Planeador de desempenho	Gestor de públicos-alvo	Todas as ações em massa	Conversões	Dados da empresa	Resumo
Planeador de palavras-chave	Estratégias de lance	Regras	Google Analytics	Gestor de Políticas	Docs
Planeador de alcance	Listas de palavras-chave negativas	Scripts	Atribuição	Acesso e segurança	Transacções
Pré-Visualização de Anúncios e de Diagnóstico	Orçamentos partilhados			Contas associadas	Definições
	Grupos de localizações			Preferências	Promoções
	Listas de exclusão de posicionamento			Google Merchant Center	

Como criar grupos de palavras-chave negativas?

Edite, remova ou aplique listas de palavras-chave negativas abaixo. [Saiba mais](#)



EXPANDIR

<input type="checkbox"/> Lista de palavras-chave negativas ↑	Palavras-chave	Campanhas
<input type="checkbox"/> Collection Hotels Propriedade de uma conta de gestor	59	0
<input type="checkbox"/> Comp Set Propriedade de uma conta de gestor	201	10
<input type="checkbox"/> COVID Propriedade de uma conta de gestor	210	10
<input type="checkbox"/> CR7 Hotels Propriedade de uma conta de gestor	36	0
<input type="checkbox"/> Localização Propriedade de uma conta de gestor	230	10

Como criar grupos de palavras-chave negativas?

Adicionar lista de palavras-chave negativas

Nome da lista

Adicionar palavras-chave negativas

Introduza ou cole as palavras-chave negativas, uma por linha

GUARDAR CANCELAR



1 seleccionada Editar Aplicar a campanhas		
<input type="checkbox"/> Lista de palavras-chave negativas ↑	Palavras-chave	Campanhas
<input checked="" type="checkbox"/> Collection Hotels Propriedade de uma conta de gestor	59	0
<input type="checkbox"/> Comp Set Propriedade de uma conta de gestor		
<input type="checkbox"/> COVID Propriedade de uma conta de gestor		
<input type="checkbox"/> CR7 Hotels Propriedade de uma conta de gestor		
<input type="checkbox"/> Localização Propriedade de uma conta de gestor		

Selecionar campanhas

Pesquisar por nome ou ID da campanha



2 seleccionados

LIMPAR TUDO

10 campanhas

Pestana Porto Vintage BR - Brand

Pestana Porto Vintage DE - Brand

Pestana Porto Vintage EN - Brand

Pestana Porto Vintage ES - Brand

Pestana Porto Vintage FR - Brand

Pestana Porto Vintage IT - Brand

Pestana Porto Vintage NL - Brand

Pestana Porto Vintage DE - Brand

Pestana Porto Vintage BR - Brand

CANCELAR APLICAR

9.

Como criar um anúncio?



Como criar um anúncio?

> Quando criamos um anúncio, devemos ter em conta os seguintes pontos:

- Mínimo de 3 anúncios por grupo de anúncios
- Título relevante em relação à intenção de pesquisa do utilizador
- URL visível relacionado com a palavra-chave
- Utilizar CTAs (Call to Action) relevantes
- Introduzir informação relativa a preços / promoções / ofertas

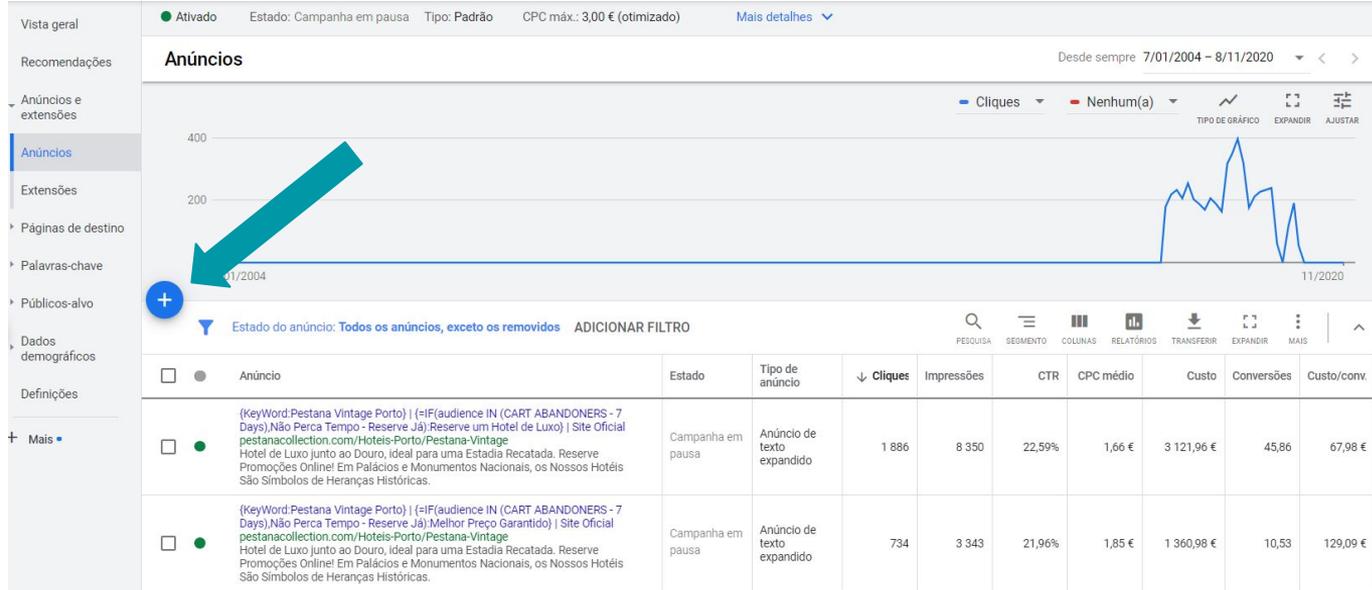


Como criar um anúncio?

> Notem que existem várias regras que também devemos cumprir ao definir o conteúdo do nosso anúncio, pois este pode ser desaprovado caso não o façamos:

- Não utilizar Caps Lock
- Não utilizar muitos pontos de exclamação ou interrogação
- Não utilizar expressões como “Clique aqui”

Como criar um anúncio?



Como criar um anúncio?

Com os anúncios de pesquisa adaptáveis, introduz vários títulos e descrições que a Google combina para criar anúncios. [URL Test](#)

URL de visualização [pestanacollection.com/br/hotel/pestana-porto](#)

URL de visualização [pestanacollection.com](#) / [Hotéis-Porto](#) / [Pestana-Vintage](#)

12/15 15/15

Títulos [Ver ideias](#)

(Keyword Pestana Vintage Porto)

Melhor Preço Garantido	21/30
Site Oficial	22/30
Reserve um Hotel de Luxo	12/30
pestanabr	24/30
Ofertas Pestana Vintage Porto	10/30
Reserve Pestana Vintage Porto	29/30
Hotel de Luxo junto ao Douro	29/30
Pestana Collection	28/30
Novo título	18/30
ADICIONAR TÍTULO	0/30

Descrições [Ver ideias](#)

Hotel de Luxo junto ao Douro, ideal para uma Estadia Recatada. Reserve Prom	88/90
Em Palácios e Monumentos Nacionais, os Nossos Hotéis São Símbolos de He	89/90
Hotel Vintage Localizado na Zona Histórica da Ribeira do Porto. Reserve Prom	89/90
Hotel de Luxo no Local mais Privilegiado do Porto. Reserve Promoções Online	76/90

Opções do URL do anúncio

Eficácia do anúncio [Deixar comentários](#)

Bom

Adicione mais títulos para aumentar a probabilidade de melhorar o desempenho

- ✓ Adicione mais títulos [Ver ideias](#)
- ✓ Inclua palavras-chave populares nos títulos. [Ver ideias](#)
- ✓ Torne os seus títulos mais únicos. [Ver ideias](#)
- ✓ Torne as suas descrições mais únicas. [Ver ideias](#)

Pré-visualizar

Anúncio · www.pestanacollection.com/Hotéis-Porto

Hotel de Luxo junto ao Douro | Pestana Collection | Melhor Preço Garantido

Hotel Vintage Localizado na Zona Histórica da Ribeira do Porto. Reserve Promoções Online! Em Palácios e Monumentos Nacionais, os Nossos Hotéis São Símbolos de Heranças Históricas.

Esta pré-visualização mostra potenciais anúncios compostos com os seus recursos. Nem todas as combinações são apresentadas. Os recursos podem ser apresentados em qualquer ordem, portanto, certifique-se de que fazem sentido individualmente ou em conjunto e que não violam as nossas políticas nem a lei local. Este elemento poderá ter de ser encurtado nalguns formatos. Pode certificar-se de que determinado texto aparece no anúncio. [Saiba mais](#)

O que são extensões de anúncio?

- > Depois de criarmos o nosso anúncio em si, podemos adicionar extensões ao mesmo
- > As extensões de anúncio ajudam-nos a providenciar informação relevante sobre o nosso produto/serviço/marca, o que pode aumentar a nossa taxa de clique (CTR)



Que tipo de extensões de anúncio existem?

> Existem diversos tipos de extensão de anúncio:

Extensão de sitelink

Extensão de texto
destacado

Extensão de fragmentos
estruturados

Extensão de imagem ^{BETA}

Extensão de chamada

Extensão de formulário de
potenciais clientes ^{BETA}

Que tipo de extensões de anúncio existem?

> Existem diversos tipos de extensão de anúncio:

Extensão de sitelink

Extensão de localização

Extensão de texto
destacado

Extensão de localização
afiliada

Extensão de fragmentos
estruturados

Extensão de preço

Extensão de imagem ^{BETA}

Extensão de app

Extensão de chamada

Extensão de promoção

Extensão de formulário de
potenciais clientes ^{BETA}

Que tipo de extensões de anúncio existem?

> Extensão de Sitelink

Anúncio · www.nike.com/ ▾

NIKE - Loja online - O site oficial Nike

Em qualquer lugar, hora ou condição. Dá sempre o teu melhor com roupa e calçado da **Nike**. O site oficial. A casa de tudo o que é **Nike**. Compra já os novos lançamentos! Descobre a app **Nike** SNKRS. Compra na app da **Nike**. Cartão-oferta disponível.

Tens 25% desconto em tudo

Usa o código MEMBER25 e desfruta de 25% de desconto para Nike Members.

Nike para homem

Melhora o teu jogo com as últimas sapatilhas, roupas, etc. Nike.com.

Nike para mulher

Compra estilos icónicos para mulher e encontra toda a coleção na Nike.

Nike para criança

Descobre sapatos, roupa e material de desporto da coleção Nike criança

Que tipo de extensões de anúncio existem?

> Extensão de Texto Destacado

Anúncio · www.leroymerlin.pt/ ▾

[LEROY MERLIN - Descubra todas as soluções](#)

Tudo para bricolage, construção, decoração, jardim, casa de banho e cozinha. Saiba mais!

Encontre as soluções, produtos e dicas para tornar as suas ideias realidade. Saiba mais!

Serviço de Transporte. Garantias de Serviços. Produtos de Qualidade. Opções funcionais.

📍 Caldas da Rainha · 3 locais próximos

Casa de Banho

Inspire-se com as nossas soluções para o seu projeto de casa de banho

Decoração

Descubra as nossas soluções de decoração e ponha mãos à obra.

Jardim

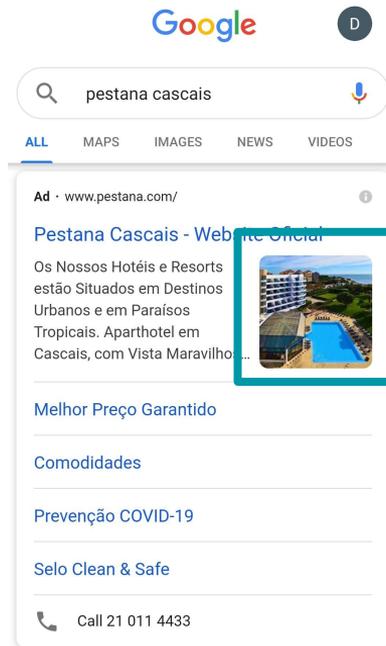
Tudo para quem quer aproveitar mais o ar livre. Saiba mais!

Cozinhas

Descubra as nossas soluções. Mãos à obra ao seu projeto de cozinha.

Que tipo de extensões de anúncio existem?

> Extensão de imagem



Que tipo de extensões de anúncio existem?

> Extensão de chamada

Ad · www.pestana.com/ ⓘ

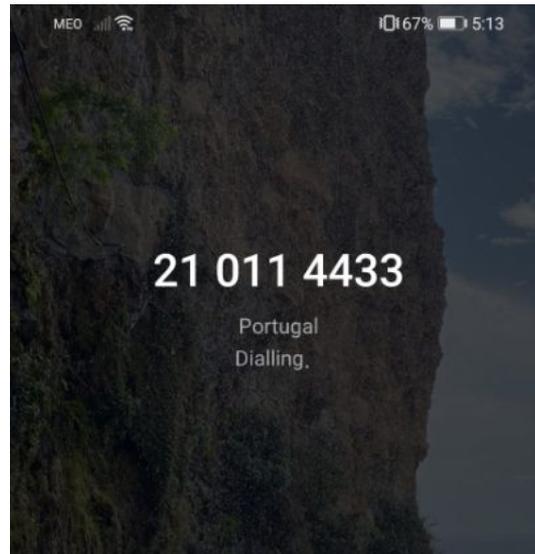
Pestana Carlton Madeira - Hotel 5 Estrelas no Funchal

Hotel 5 Estrelas no Funchal, a 10 minutos do Centro da Cidade. Reserve Promoções Online! Os Nossos Hotéis e Resorts estão Situados em Destinos Urbanos e em Paraísos Tropicais. Seguro de Estadia Pestana.

[Os Restaurantes](#) [Veja As Promoções](#) [Reuni](#)

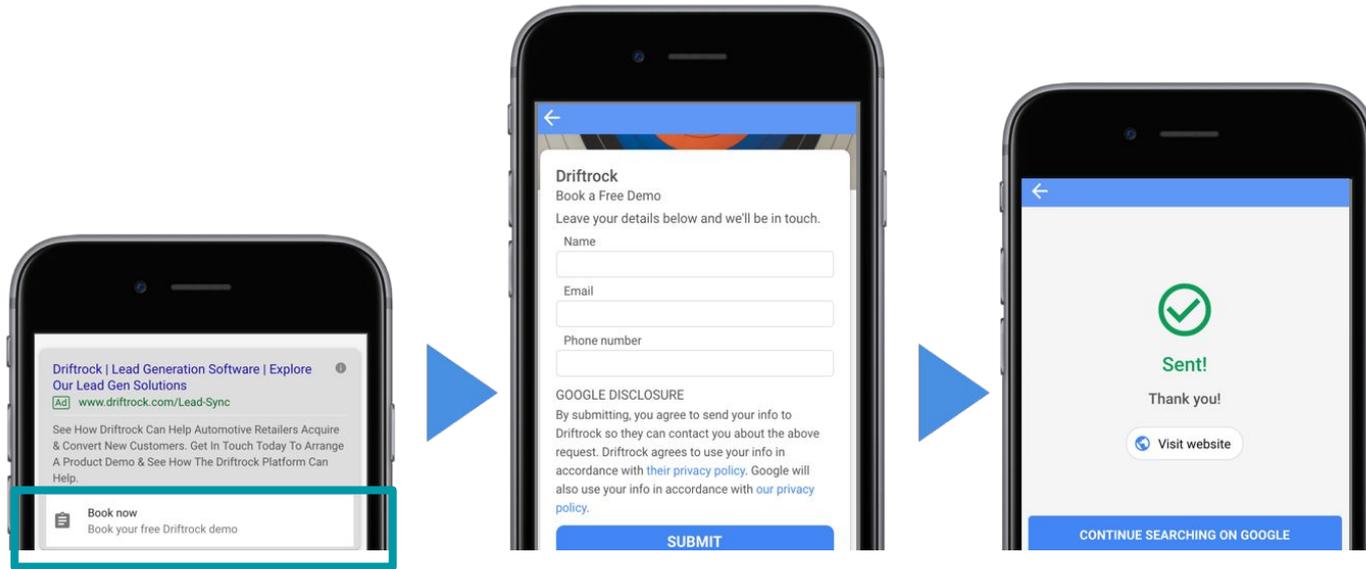
 Call 21 011 4433

 Funchal · Largo António Nob... 



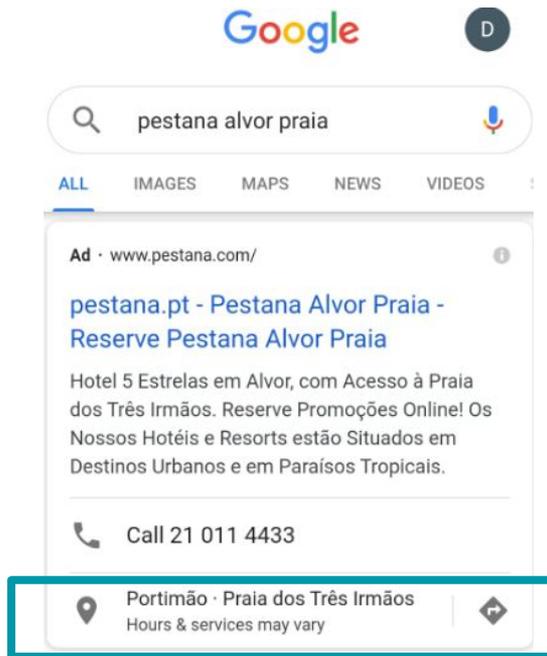
Que tipo de extensões de anúncio existem?

> Extensão de formulário de potenciais concorrentes



Que tipo de extensões de anúncio existem?

> Extensão de localização



Que tipo de extensões de anúncio existem?

> Extensão de localização afiliada

Anúncio · www.leroymerlin.pt/ ▾

[LEROY MERLIN - Descubra todas as soluções](#)

Tudo para bricolage, construção, decoração, jardim, casa de banho e cozinha. Saiba mais!

Encontre as soluções, produtos e dicas para tornar as suas ideias realidade. Saiba mais!

~~Serviço de Transporte. Garantias de Serviços. Produtos de Qualidade. Opções funcionais.~~

📍 Caldas da Rainha · 3 locais próximos

Casa de Banho

Inspire-se com as nossas soluções para o seu projeto de casa de banho

Decoração

Descubra as nossas soluções de decoração e ponha mãos à obra.

Jardim

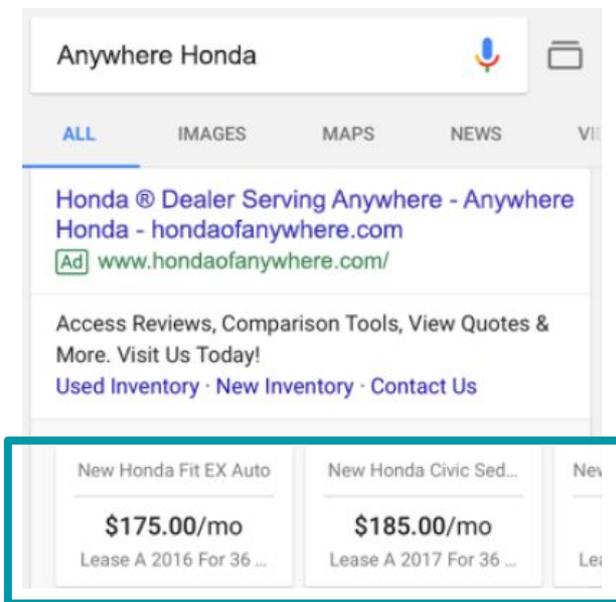
Tudo para quem quer aproveitar mais o ar livre. Saiba mais!

Cozinhas

Descubra as nossas soluções. Mãos à obra ao seu projeto de cozinha.

Que tipo de extensões de anúncio existem?

> Extensão de preço

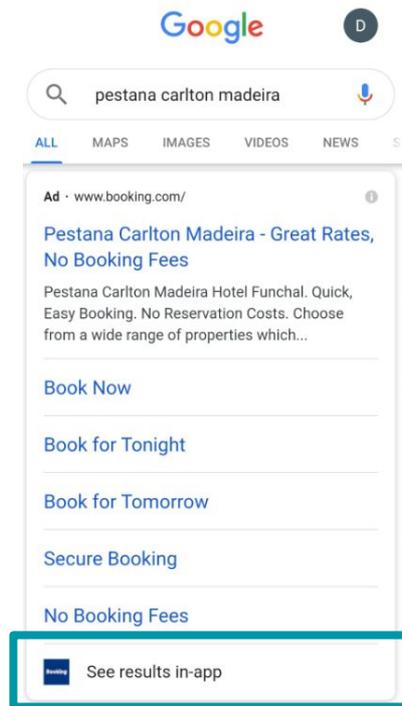


The image shows a search result for 'Anywhere Honda'. The search bar contains 'Anywhere Honda' and a microphone icon. Below the search bar are tabs for 'ALL', 'IMAGES', 'MAPS', 'NEWS', and 'VID'. The main result is a link to 'Honda @ Dealer Serving Anywhere - Anywhere Honda - hondaofanywhere.com' with a green 'Ad' icon and the URL 'www.hondaofanywhere.com/'. Below the link is a snippet: 'Access Reviews, Comparison Tools, View Quotes & More. Visit Us Today!' and 'Used Inventory · New Inventory · Contact Us'. At the bottom, there is a price extension section highlighted with a blue border, showing two car lease options:

New Honda Fit EX Auto	New Honda Civic Sed...	New
\$175.00/mo	\$185.00/mo	
Lease A 2016 For 36 ...	Lease A 2017 For 36 ...	Lei

Que tipo de extensões de anúncio existem?

> Extensão de app



Que tipo de extensões de anúncio existem?

> Extensão de promoção

Anúncio · www.worten.pt/ ▾

Worten Black Friday - Compra Online em Worten.pt

Compra Agora. Se Ficar Ainda Mais Barato, Devolvemos a Diferença. Aproveita em **Worten.pt!**

Devoluções até 31 de Janeiro. Opção Financiamento S/ Juros. Entregas em

Oferta especial: Até 50% de desconto em Seleção Artigos - Válido de 3/11 a 9/11

Como criar uma extensão de anúncio?

The screenshot displays the Google Ads 'Extensões' (Extensions) management page. On the left sidebar, the 'Extensões' menu item is highlighted with a teal arrow. In the main content area, a teal arrow points to a blue '+' button used for creating new extensions. Below this, a 'Sitelink' extension is shown in a preview state. The extension details include:

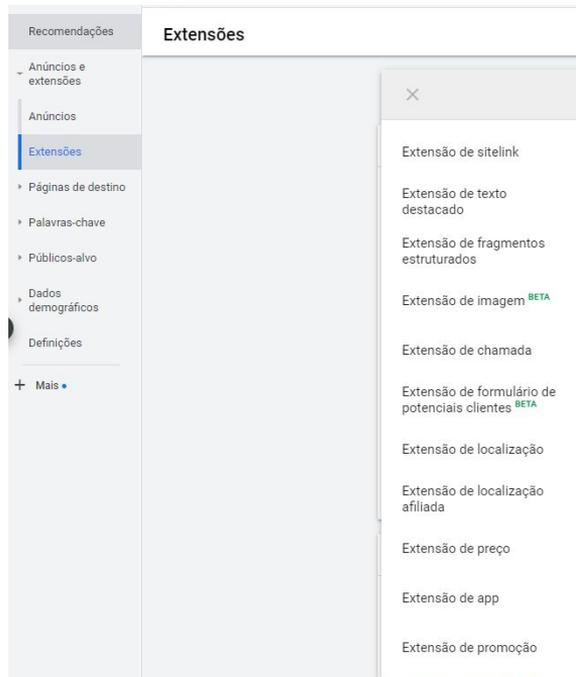
- Sitelink >**
- 20,6 mil Impressões
- 4,53 mil Cliques
- 22% CTR
- Campanha Adicionado a

The preview shows the following content:

- Anúncio** - pestanacollection.com/Hoteis-Porto/Pestana-...
- Pestana Vintage Porto | Não Perca Tempo - Reserve Já**
- Hotel de Luxo Junto ao Douro, ideal para uma Estadia Recatada. Reserve Promoções Online! Em Palácios e Monumentos Nacionais, os Nossos Hotéis São Símbolos de Heranças Históricas.
- Promoções Pestana Porto
- Melhor Preço Garantido
- Pestana Priority Guest

At the bottom of the preview, it says 'Mostre links para páginas específicas do seu Website'. To the right of the preview, there are three extension buttons: 'Melhor Preço Garantido', 'Promoções Pestana Porto', and 'Pestana Priority Guest'. Below these buttons, it indicates '3 extensões'.

Como criar uma extensão de anúncio?



10.

Como otimizar
uma **campanha?**



Como otimizar uma campanha?

- > Devemos analisar a performance das nossas campanhas por dispositivo ou por dados demográficos, bem como analisar a performance em cada hora do dia ou em cada dia da semana/mês
- > Isto permite-nos perceber como podemos potenciar os resultados para cada uma das segmentações escolhidas



Como otimizar uma campanha?

- > Exemplo 1: podemos ter um dispositivo com poucos cliques, mas com uma boa taxa de conversão (ação: aumentar os cliques, para potenciar as conversões ainda mais)
- > Exemplo 2: podemos ter uma certa faixa etária com um custo muito elevado, sem ter gerado qualquer conversão (ação: diminuir o investimento, de forma a que o orçamento seja alocado a faixas etárias que geram conversões)
- > Exemplo 3: podemos fazer campanhas promocionais ao domingo, querendo alocar a maioria do nosso orçamento a esse dia da semana



Como segmentar a campanha por dispositivo?



Como segmentar a campanha por dispositivo?

Ajuste de lances 

Aumentar ▼

900 %

Exemplo: um lance de 10,00 € passa a ser de 100,00 €.
Para remover um ajuste de lance, deixe este campo em branco.

[CANCELAR](#) [GUARDAR](#)

Ajuste de lances 

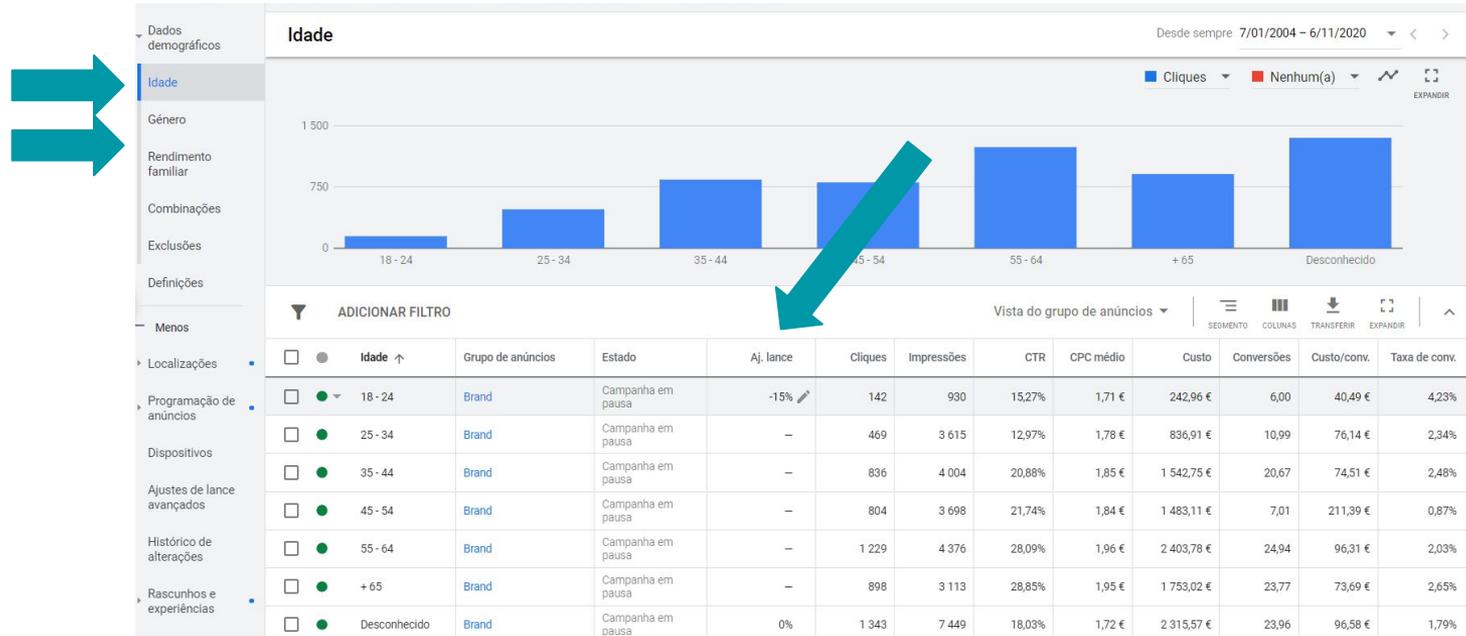
Diminuir ▼

100 %

Exemplo: um lance de 10,00 € passa a ser de 0,00 €.
Para remover um ajuste de lance, deixe este campo em branco.

[CANCELAR](#) [GUARDAR](#)

Como segmentar a campanha por dispositivo?



Como segmentar a campanha por dados demográficos?

Ajuste de lances 

Aumentar ▼

900 %

Exemplo: um lance de 10,00 € passa a ser de 100,00 €.
Para remover um ajuste de lance, deixe este campo em branco.

[CANCELAR](#) [GUARDAR](#)

Ajuste de lances 

Diminuir ▼

100 %

Exemplo: um lance de 10,00 € passa a ser de 0,00 €.
Para remover um ajuste de lance, deixe este campo em branco.

[CANCELAR](#) [GUARDAR](#)

Como definir a programação de anúncios?



Programação de anúncios Desde sempre 20/05/2016 - 6/11/2020

ADICIONAR FILTRO

<input type="checkbox"/>	Dia e hora	Ajuste de lance	↓ Cliques	Impressões	CTR	CPC médio	Custo	Conversões	Custo/conv.	Taxa de conv.
--------------------------	------------	-----------------	-----------	------------	-----	-----------	-------	------------	-------------	---------------

Os seus anúncios são elegíveis para apresentação todos os dias da semana e a qualquer hora do dia

[+ EDITAR PROGRAMAÇÃO DE ANÚNCIOS](#)

Os relatórios não ocorrem em tempo real. Fuso horário para todas as datas e horas: (GMT) Hora da Europa Ocidental. Saiba mais
Algum inventário pode ser fornecido através de intermediários terceiros.
Ira ver a acreditação do Media Rating Council (MRC) incluída no texto que aparece ao colocar o cursor do rato sobre o cabeçalho da coluna de métricas acreditadas.

© Google, 2020.

Como definir a programação de anúncios?

Programação de anúncios Desde sempre 20/05/2016 - 6/11/2020

Editar a sua programação

Só vamos apresentar os seus anúncios durante estas horas

Segunda a sexta 12:00 da man a 12:00 da man

Sábado a domingo 1:00 da tarde a 5:00 da tarde

ADICIONAR

Com base no fuso horário da conta: (GMT) Hora da Europa Ocidental

Ao guardar isto, vai remover as alterações efetuadas às definições e adicionar novas definições, o que vai repor os dados do desempenho

GUARDAR **CANCELAR**

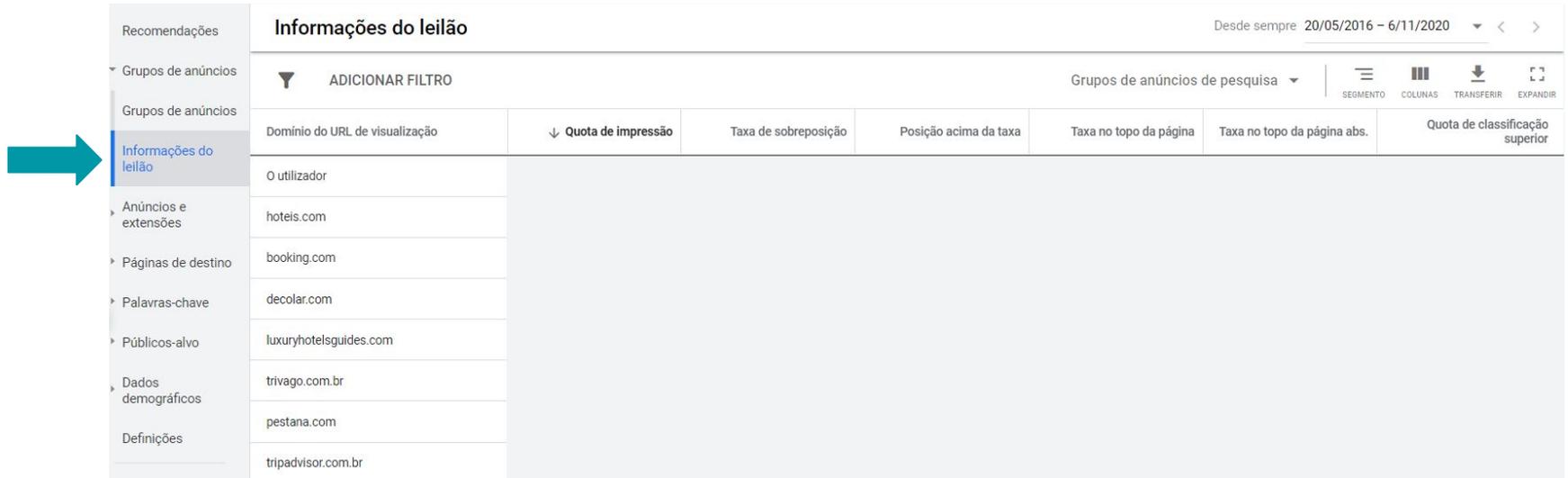
Os seus anúncios são elegíveis para apresentação em qualquer horário

— Cliques

S	
T	
Q	
Q	
S	
S	
D	

00 03 06 09 12 15 18 21 00

Como analisar a informação de leilões?



Recomendações

Informações do leilão

Desde sempre 20/05/2016 - 6/11/2020

Grupos de anúncios

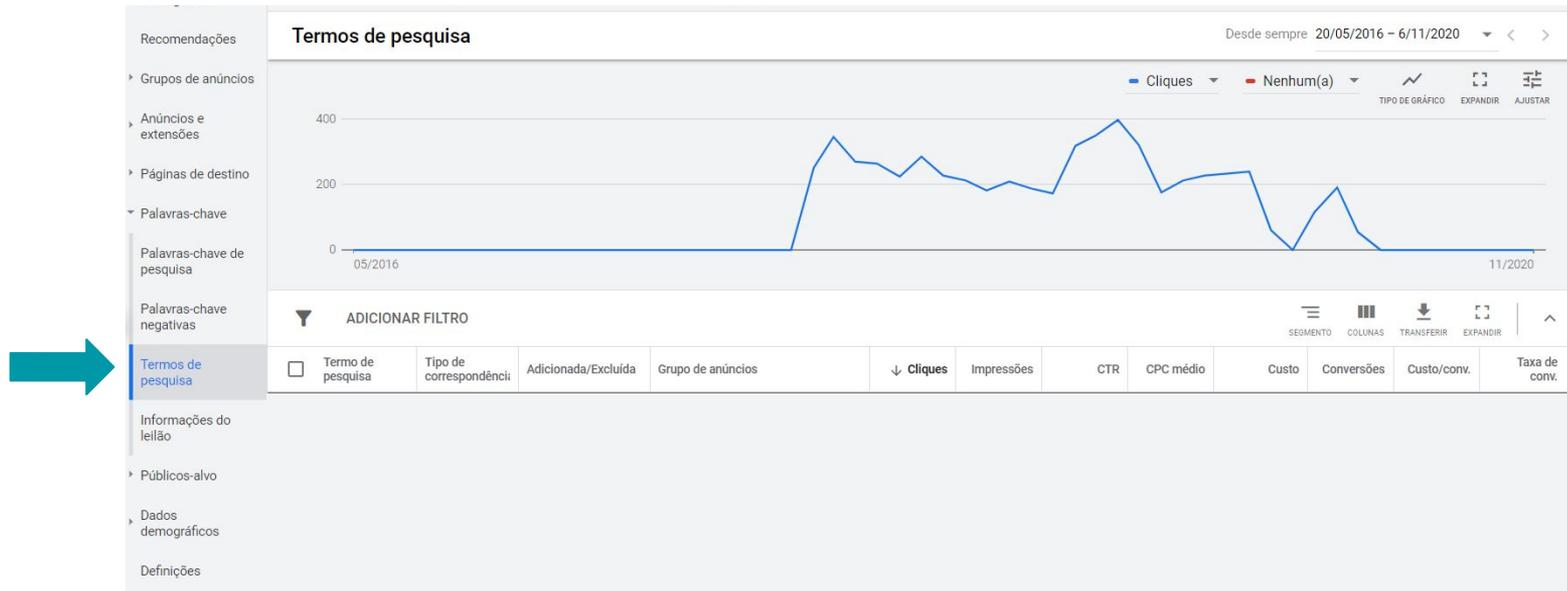
ADICIONAR FILTRO

Grupos de anúncios de pesquisa

SEGMENTO COLUNAS TRANSFERIR EXPANDIR

Domínio do URL de visualização	↓ Quota de impressão	Taxa de sobreposição	Posição acima da taxa	Taxa no topo da página	Taxa no topo da página abs.	Quota de classificação superior
O utilizador						
hotels.com						
booking.com						
decolar.com						
luxuryhotelsguides.com						
trivago.com.br						
pestanas.com						
tripadvisor.com.br						

Como analisar os termos de pesquisa?



Como excluir os termos de pesquisa?

1 selecionada | Adicionar como palavra-chave | Adicionar como palavra-chave negativa

<input type="checkbox"/>	Termo de pesquisa	Tipo de correspondência	Adicionada/Excluída	Grupo de anúncios	↓ Cliques	Impressões	CTR	CPC médio	Custo	Conversões	Custo/conv.	Taxa de conv.
Total: termos de ...					5 696	17 631	32,31%	1,85 €	10 532,78 €	117,09	89,86 €	2,06%
<input checked="" type="checkbox"/>	hotel pestana vintage porto portugal	Correspondência de expressão	Nenhum(a)	Brand								

Recomendações

Grupos de anúncios

Anúncios e extensões

Páginas de destino

Palavras-chave

Palavras-chave de pesquisa

Palavras-chave negativas

Termos de pesquisa

Informações do leilão

Públicos-alvo

Dados demográficos

Como excluir certos públicos-alvo?

The screenshot displays the Facebook Ads interface, specifically the 'Exclusões' (Exclusions) section. The left sidebar contains a navigation menu with the following items: 'Recomendações', 'Grupos de anúncios', 'Anúncios e extensões', 'Páginas de destino', 'Palavras-chave', 'Públicos-alvo', 'Públicos-alvo', 'Exclusões', 'Dados demográficos', and 'Definições'. A teal arrow points to the 'Exclusões' item in this menu. The main content area is titled 'Exclusões' and features a '+ EXCLUIR PÚBLICO' button in the top left corner, which is also highlighted by a teal arrow. Below this button is a table with the following columns: 'Público-alvo excluído', 'Tipo ↑', 'Excluído de', and 'Nível'. The table is currently empty. In the top right corner of the main area, there are three icons: a hamburger menu, a square icon, and a vertical ellipsis, with the labels 'SEGMENTO', 'EXPANDIR', and 'MAIS' respectively.

Como excluir certos públicos-alvo?

Recomendações

Grupos de anúncios

Anúncios e extensões

Páginas de destino

Palavras-chave

Públicos-alvo

Públicos-alvo

Exclusões

Dados demográficos

Definições

Exclusões

Excluir públicos-alvo

Excluir públicos-alvo para definir quem não deve ver os seus anúncios

Excluir de
Campanha ▾ | Pestana Porto Vintage BR - Brand

PESQUISA	PROCURAR	2 selecionadas
<input type="checkbox"/> Experimente "bilhetes para eventos"		Visitantes do Website
<input type="checkbox"/> Públicos-alvo selecionados recentemente (1)		<u>BOOKINGS - 30 Days</u> 
<input type="checkbox"/> Públicos-alvo com afinidades <u>Viajantes de luxo</u>		Listas de clientes
		<u>G-Salesforce - Bookings 30 days</u> 

Como excluir certas localizações?

Recomendações

Excluído Desde sempre 20/05/2016 - 6/11/2020

Grupos de anúncios

Anúncios e extensões

Páginas de destino

Palavras-chave

Públicos-alvo

Dados demográficos

Definições

Menos

Localizações

Localizações

Excluído

Relatório por loja

Programação de anúncios

ADICIONAR FILTRO

TRANSFERIR EXPANDIR

Localização excluída ↓

Não excluiu nenhuma localização. Para refinar a segmentação, edite as localizações.

[+ EDITAR LOCALIZAÇÕES](#)

Como excluir certas localizações?

Recomendações

- Grupos de anúncios
- Anúncios e extensões
- Páginas de destino
- Palavras-chave
- Públicos-alvo
- Dados demográficos
- Definições
- Menos
- Localizações
- Localizações
- Excluído**
- Relatório por loja

Excluído

Desde sempre 20/05/2016 – 6/11/2020

Local

Adicionar localizações em massa

Rio

Correspondências	Alcance	
Rio de Janeiro, Brasil estado	24 800 000	EXCLUIR LOCALIZAÇÕES PRÓXIMAS
Rio Grande do Sul, Brasil estado	9 980 000	
Rio Grande do Norte, Brasil estado	6 150 000	
Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil cidade	21 800 000	
Rio Negro, Argentina província	742 000	
Rioja, Argentina província	284 000	
Rio Verde, Goiás, Brasil cidade	240 000	

Localizações que incluem: Rio de Janeiro, Brasil

Brasil país	154 000 000
-------------	-------------

Localizações relacionadas

Gâmbia país	165 000
Rio Cuarto, Córdoba, Argentina cidade	206 000
Rio Branco, Acre, Brasil cidade	227 000

11.

Como configurar
uma **conversão**?



O que é uma conversão?

> A ação que queremos que o utilizador complete no nosso website depois de ter clicado no anúncio

- Preencher um formulário
- Fazer uma compra online
- Subscrever uma newsletter
- Clicar no número de telefone para ligar
- Etc

Quais as vantagens de configurar uma conversão?

- > Histórico: Conhecer o número de conversões obtidas através de uma campanha
- > Otimização da Rentabilidade: Conhecer o custo por conversão ou a taxa de conversão num determinado período
- > Estratégias de Lance Automáticas (como CPA Alvo): O sistema altera o lance em função do histórico de conversões



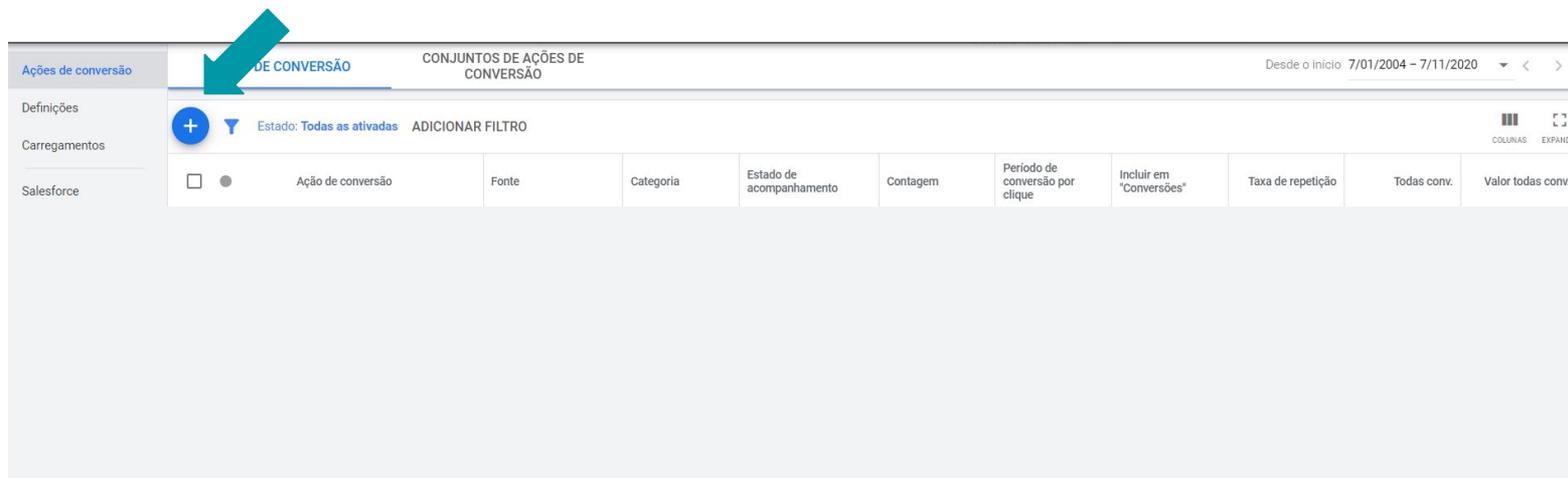
Como configurar o acompanhamento de conversões?



The image shows a dashboard navigation menu with a dark grey top bar. The top bar contains icons for 'PESQUISAR', 'RELATÓRIOS', 'FERRAMENTAS E DEFINIÇÕES', a help icon, and a notification icon. A teal arrow points to the 'FERRAMENTAS E DEFINIÇÕES' icon. Below the top bar, the navigation menu is organized into five columns:

- PLANEAMENTO**
 - Planeador de desempenho
 - Planeador de palavras-chave
 - Planeador de alcance
- BIBLIOTECA PARTILHADA**
 - Gestor de públicos-alvo
 - Estratégias de lance
 - Listas de palavras-chave negativas
 - Listas de exclusão de posicionamento
- AÇÕES EM MASSA**
 - Todas as ações
 - Regras
 - Scripts
 - Carregamentos
- MEDIÇÃO**
 - Conversões
 - Google Analytics
 - Atribuição
- CONFIGURAÇÃO**
 - Mapa da conta **NOVO**
 - Acesso e segurança
 - Contas associadas
 - Preferências
 - Centro da API
 - Google Merchant Center

Como configurar o acompanhamento de conversões?



The screenshot shows a web interface for managing conversion actions. A red arrow points to the 'Ações de conversão' menu item in the left sidebar. The main area displays a table of conversion actions with columns for 'Ação de conversão', 'Fonte', 'Categoria', 'Estado de acompanhamento', 'Contagem', 'Período de conversão por clique', 'Incluir em "Conversões"', 'Taxa de repetição', 'Todas conv.', and 'Valor todas conv.'. The table is currently empty.

CONJUNTOS DE AÇÕES DE CONVERSÃO

Desde o início 7/01/2004 - 7/11/2020

Estado: Todas as ativadas ADICIONAR FILTRO

<input type="checkbox"/>	Ação de conversão	Fonte	Categoria	Estado de acompanhamento	Contagem	Período de conversão por clique	Incluir em "Conversões"	Taxa de repetição	Todas conv.	Valor todas conv.
--------------------------	-------------------	-------	-----------	--------------------------	----------	---------------------------------	-------------------------	-------------------	-------------	-------------------

Como configurar o acompanhamento de conversões?

Iniciar o acompanhamento de conversões

O acompanhamento de conversões é essencial para o sucesso dos seus esforços de marketing online. Permite-lhe ver o que as pessoas fazem, isto é, as ações de conversão que efetuam, após verem o seu anúncio. Configura uma ação de conversão de cada vez, mas pode acompanhar várias ações de conversão em simultâneo. [Saber mais](#)

Selecione o tipo de conversões que pretende acompanhar. 

Website



Acompanhe ações no seu Website

App



Acompanhe ações na sua aplicação

Chamadas telefónicas



Acompanhe chamadas provenientes dos seus anúncios ou Website

Importar



Importe dados do Google Analytics ou de outra origem

Como configurar o acompanhamento de conversões?

1 Criar uma ação — 2 Configurar a etiqueta — 3 O que se segue?

Criar uma ação de conversão para o seu Website

Depois de criar a ação de conversão, receberá o código de acompanhamento de que precisa para adicionar ao seu Website para começar a enviar dados de conversão para a Google. [Saber mais](#)

Categoria		▼
Nome da conversão		▼
Valor	Utilize valores diferentes. Se não existir um valor, utilize 1 €.	▼
Contagem	Todas as conversões	▼
Período de conversão por clique	30 dias	▼
Janela de conversão através de visualização	1 dia	▼
Incluir em "Conversões"	Sim	▼
Modelo de atribuição	Último clique	▼

CRIAR E CONTINUAR CANCELAR

Como configurar o acompanhamento de conversões?

- ✓ Criar uma ação — 2 Configurar a etiqueta — 3 O que se segue?

Criou uma ação de conversão. Agora, configure a etiqueta a adicionar ao seu Website.

Configuração da etiqueta

Selecionar como pretende instalar a etiqueta

Instalar a etiqueta por si próprio



Adicionar a etiqueta ao código do seu Website

Enviar a etiqueta por email



Enviar a etiqueta por email para o seu webmaster

Usar o Gestor de Etiquetas do Google



Instalar a etiqueta com o Gestor de Etiquetas do Google

Como configurar o acompanhamento de conversões?

Instalar a etiqueta

Copie a etiqueta da caixa abaixo e cole-a entre as etiquetas <body></body> da página que pretende acompanhar. Em seguida, utilize o plug-in [Assistente de Etiquetas Google](#) do Chrome para garantir que a etiqueta está corretamente posicionada.

► Escolha se pretende acompanhar conversões num carregamento de página ou num clique

Etiqueta para FORMULÁRIO CONTACTO

```
<!-- Google Code for FORMUL&Aacute;RIO CONTACTO Conversion Page -->
<script type="text/javascript">
/*  */
var google_conversion_id = 881162744;
var google_conversion_language = "en";
var google_conversion_format = "3";
var google_conversion_color = "ffffff";
var google_conversion_label = "nbf-CJPw9mYQ-POVpAM";</pre><p><input type="button" value="Guardar instruções e etiqueta"/> <input type="button" value="Instruções e etiqueta de email"/></p></div></div><div data-bbox="269 764 321 785" data-label="Text"><p><b>Concluído</b></p></div><div data-bbox="259 820 616 855" data-label="Text"><p>A Google recomenda que informe os utilizadores das páginas que está a acompanhar com uma notificação do "Google Site Stats" ou na política de privacidade do site. <a href="#">Saiba mais</a></p></div><div data-bbox="38 947 211 981" data-label="Page-Footer"><p>MARCOGOUVEIA®</p></div><div data-bbox="269 937 297 988" data-label="Page-Footer"><img alt="Facebook icon"/></div><div data-bbox="270 947 427 981" data-label="Page-Footer"><p>marcogouveia.pt</p></div><div data-bbox="449 937 477 988" data-label="Page-Footer"><img alt="Instagram icon"/></div><div data-bbox="449 947 606 981" data-label="Page-Footer"><p>marcogouveia.pt</p></div><div data-bbox="616 937 644 988" data-label="Page-Footer"><img alt="LinkedIn icon"/></div><div data-bbox="616 947 746 981" data-label="Page-Footer"><p>marcogouveia</p></div><div data-bbox="753 937 781 988" data-label="Page-Footer"><img alt="Globe icon"/></div><div data-bbox="753 947 947 981" data-label="Page-Footer"><p>www.marcogouveia.pt</p></div>
```

12.

Como conectar google
ads com **google**
analytics?



Quais as vantagens desta conexão?

- > Utilizar os objetivos configurados em Google Analytics como conversão do Google Ads
- > Recolher informação de Google Ads no Google Analytics



Como conectar Google Ads com Google Analytics?

The image shows the Google Ads interface. At the top, there is a navigation bar with icons for 'PESQUISAR', 'RELATÓRIOS', 'FERRAMENTAS E DEFINIÇÕES', a help icon, and a notification icon. A blue arrow points to the 'FERRAMENTAS E DEFINIÇÕES' icon. Below the navigation bar, the interface is divided into five columns:

- PLANEAMENTO**
 - Planeador de desempenho
 - Planeador de palavras-chave
 - Planeador de alcance
- BIBLIOTECA PARTILHADA**
 - Gestor de públicos-alvo
 - Estratégias de lance
 - Listas de palavras-chave negativas
 - Listas de exclusão de posicionamento
- AÇÕES EM MASSA**
 - Todas as ações em massa
 - Regras
 - Scripts
 - Carregamentos
- MEDIÇÃO**
 - Conversões
 - Google Analytics
 - Atribuição
- CONFIGURAÇÃO**
 - Mapa da conta **NOVO**
 - Acesso e segurança
 - Contas associadas
 - Preferências
 - Centro da API
 - Google Merchant Center

A blue arrow points from the 'Atribuição' option in the 'MEDIÇÃO' column to the 'Contas associadas' option in the 'CONFIGURAÇÃO' column.

Como conectar Google Ads com Google Analytics?

 Google Analytics (UA) <p>Gain insight into the actions people take on your website after an ad click or impression. Import site engagement metrics, track Universal Analytics (UA) goals and transactions as conversions, and import UA remarketing audiences.</p> <p>DETALHES</p>	 Google Attribution <p>Melhore os dados de conversão ao atribuir conversões em vários dispositivos e canais. Poderá atribuir conversões num modelo orientado por dados, em vários canais, ou utilizar um modelo de atribuição tradicional baseado em regras, como primeiro clique, último clique, desvalorização temporal ou linear.</p> <p>DETALHES</p>
 Google Analytics (GA4) & Firebase <p>Veja como as campanhas publicitárias aumentam as instalações de aplicações, as visitas a páginas Web e as ações que as pessoas realizam nas suas propriedades. Utilize eventos do Google Analytics para criar ou importar dados de conversões e públicos-alvo.</p> <p>DETALHES</p>	 Google Play <p>Crie listas de remarketing com base nos utilizadores atuais da sua aplicação. Acompanhe compras na aplicação como conversões para obter estatísticas sobre os anúncios que incentivam à ação.</p> <p>DETALHES</p>
 Salesforce® <p>Avalie a forma como os seus anúncios online geram conversões offline ao importar dados do funil de vendas das suas contas do Sales Cloud da Salesforce.</p> <p>DETALHES</p>	Análise para aplicações de terceiros <p>Associe um fornecedor terceiro de análise para aplicações ou o seu próprio SDK (Software Development Kit) à sua conta do Google Ads para ver listas de utilizadores e conversões das suas aplicações para Android e para iOS.</p> <p>DETALHES</p>

Como conectar Google Ads com Google Analytics?

If you don't see your Analytics property below, make sure you have "Edit" access to the Analytics property and that your login email in Analytics matches your login email in Google Ads. [Saber mais](#)

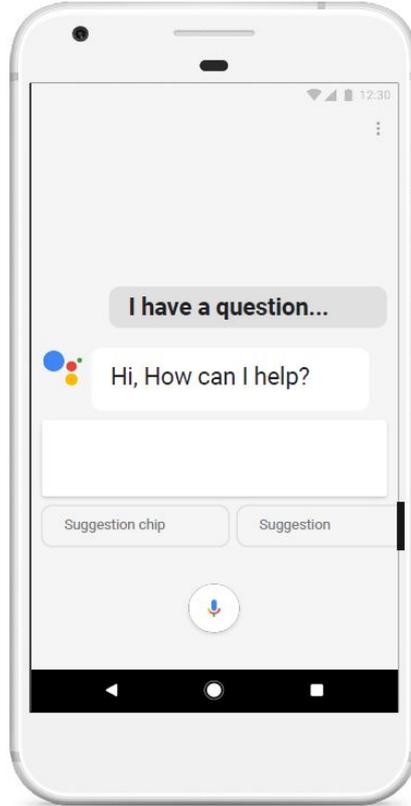
Analytics property	Estado	Visualiz.	Objetivos	Públicos-alvo	Ações
	Not linked				LINK 
	Not linked				LINK
	Not linked				LINK
	Not linked				LINK
	Not linked				LINK
	Not linked				LINK

Como conectar Google Ads com Google Analytics?

To link this property, select which views to link to Google Ads. You can also choose to import site metrics from 1 view.

Visualiz.	Link	Import site metrics
All Web Site Data	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

[CANCELAR](#) [GUARDAR](#)





Contactos



211629542



www.marcogouveia.pt



geral@marcogouveia.pt

Redes



[marcogouveia.pt](https://www.instagram.com/marcogouveia.pt)



[marcogouveia.pt](https://www.facebook.com/marcogouveia.pt)



[marcogouveia](https://www.linkedin.com/company/marcogouveia)