



Dicas do Google AdWords para sua conta

Com o Google AdWords, o que importa são os resultados. *Otimizar* gerenciar a qualidade e o desempenho da sua conta para obter um melhor resultado, sem aumentar os custos. Essas estratégias de otimização foram criadas para ajudar você a atingir as metas definidas para suas campanhas de publicidade.

Desse modo, criamos essas diretrizes especificamente para a sua área de especialização. Este PDF contém nossas dicas para ajudar você a maximizar o retorno das suas campanhas de publicidade do AdWords.

Se você deseja...

- Gerar tráfego em seu site
- Saber mais sobre sua empresa e seus produtos
- Aumentar sua renda sem aumentar seus custos

Nós podemos ajudar você.

Os anúncios do Google AdWords podem ajudar você a melhorar a visibilidade do seu site, colocando sua empresa em contato com novos clientes em potencial no exato momento em que buscam por seus produtos ou serviços.

Veja alguns exemplos de anúncios que convidamos você a testar em sua conta para maximizar o seu retorno de investimento:

Curso de inglês

Cursos de inglês

Básico, intermediário e avançado
Instrutores nativos qualificados
www.sejabilingue.com.br/Ingles

www.sejabilingue.com.br

curso de inglês
curso de inglês particular
aprender inglês
curso de inglês
lições de inglês
lição de inglês
lições de inglês

Curso de chinês:

Cursos de chinês

Aprenda mandarim! Chinês Básico,
Intermediário ou Profissional
www.sejabilingue.com.br/Chines

www.sejabilingue.com.br

curso de chinês
curso de mandarim
curso de chinês
curso de mandarim
professor de chinês
aprender chinês
aprender mandarim

Com este guia, consulte pelo menos as seis dicas principais a serem observadas para otimizar os anúncios do Google:

- 1) [Sua lista de palavras-chave](#)
- 2) [Variações](#)
- 3) [Refine sua lista](#)
- 4) [Correspondências de palavras-chave](#)
- 5) [Agrupe suas palavras-chave](#)
- 6) [Verificação](#)

1) Sua lista de palavras-chave

- Escolha palavras-chave exatas diretamente relacionadas à sua empresa e aos seus bens ou serviços em [nossos exemplos](#) de textos de anúncio e de palavras-chave na primeira página. Evite termos genéricos.
- Use termos relacionados ao nome da sua marca ou à sua empresa.
- Escolha palavras-chave como nomes de produto, nomes de tecnologia, nomes e slogans de marca, frases ou jargões relacionados à sua empresa

2) Variações

- Quanto mais exata for a palavra-chave, menos impressões ela obterá (mesmo se for mais relevante).
- Adicione expressões similares, variações ortográficas, plurais e singulares ou até mesmo sinônimos dos termos que aparecem em sua lista principal. Não é necessário adicionar variações com maiúsculas e minúsculas.
- Use a nossa [ferramenta de palavras-chave](#)

Etapa 1: em "Gerenciamento de campanhas", clique em "Ferramentas" e em "Ferramenta de palavras-chave".

Google AdWords

Gerenciamento de campanhas | Relatórios | Analytics | Minha conta

Visão Geral da conta | Resumo das campanhas | Ferramentas | Acompanhamento de conversões | Otimizador de websites

Ferramentas

Otimize seus anúncios

- [Ferramenta de palavras-chave](#)
Crie uma lista principal de novas palavras-chave para seus Grupos de anúncios e examine estatísticas detalhadas do desempenho das palavras-chave, como concorrência do anunciante e volume de pesquisa.
- [Editar palavras-chave negativas da campanha](#)
(que permitem evitar cliques desnecessários)
- [Exclusão de site e categoria](#) **Novidade!**
Refine a segmentação da Rede do Google, impedindo que seus anúncios sejam exibidos em sites individuais ou categorias de páginas da web.
- [Exclusão de IP](#)
Refine e especifique melhor os seus anúncios, impedindo que endereços IP (Internet Protocol) específicos sejam vistos.
- [Estimador de tráfego](#)
Está pensando em usar uma nova palavra-chave? Insira essa palavra aqui e veja uma estimativa do seu desempenho.

Analisar o desempenho dos seus anúncios

- [Ferramenta de diagnóstico de anúncios](#)
Os seus anúncios aparecem em uma determinada pesquisa? Descubra aqui.
- [Ferramenta de visualização de anúncios](#) **Novidade!**
Veja seu anúncio no Google sem acumular impressões extras e visualize-o como ele aparece para os usuários em outras localizações geográficas.
- [Anúncios reprovados](#)
Descubra quais anúncios foram reprovados e porquê.
- [Acompanhamento de conversões](#)
Está na hora de aumentar a eficiência da sua campanha e o retorno do seu investimento (ROI). Veja quais são os anúncios mais indicados para lhe ajudar a alcançar seus objetivos.
- [Meu histórico de alterações](#)
Procure as alterações realizadas na sua conta desde 1 de janeiro de 2006.

Otimizar seu site

- [Otimizador de websites](#)
Teste diferentes versões de uma página em seu site e descubra qual é o melhor conteúdo para promover a sua empresa.

Gerenciar sua conta off-line

- [Baixe o AdWords Editor](#)
Nosso aplicativo de gerenciamento de campanhas permite que você faça alterações off-line e, em seguida, envie as campanhas revisadas. (Disponível em [alguns idiomas](#).)

Etapa 2: insira as palavras-chave no campo fornecido para essa finalidade.

Ferramenta de palavras-chave

Utilize a Ferramenta de palavras-chave para obter novas idéias de palavra-chave. Selecione uma opção abaixo para inserir algumas palavras ou frases descritivas ou digite o URL do seu site. [Dicas para a Ferramenta de palavras-chave](#)

Observação importante: Não podemos garantir que estas palavras-chaves melhorarão o desempenho da sua campanha. Também nos reservamos o direito de reprovamos quaisquer palavras-chave novas que você adicionar. Você é o único responsável pelas palavras-chaves que seleciona e por assegurar que o uso dessas palavras-chaves não viola as leis aplicáveis em vigor.

Os resultados são adequados a Português, Brasil [Editar](#)

Como você gostaria de gerar idéias de palavras-chave?

Frases ou palavras descritivas (por exemplo, chá verde)

Conteúdo do site (por exemplo: www.exemplo.com/product?id=74893)

Digite uma palavra-chave ou frase por linha

parar de fumar

Use sinônimos.

[Filtrar meus resultados](#)

Obtenha sugestões de palavras-chave

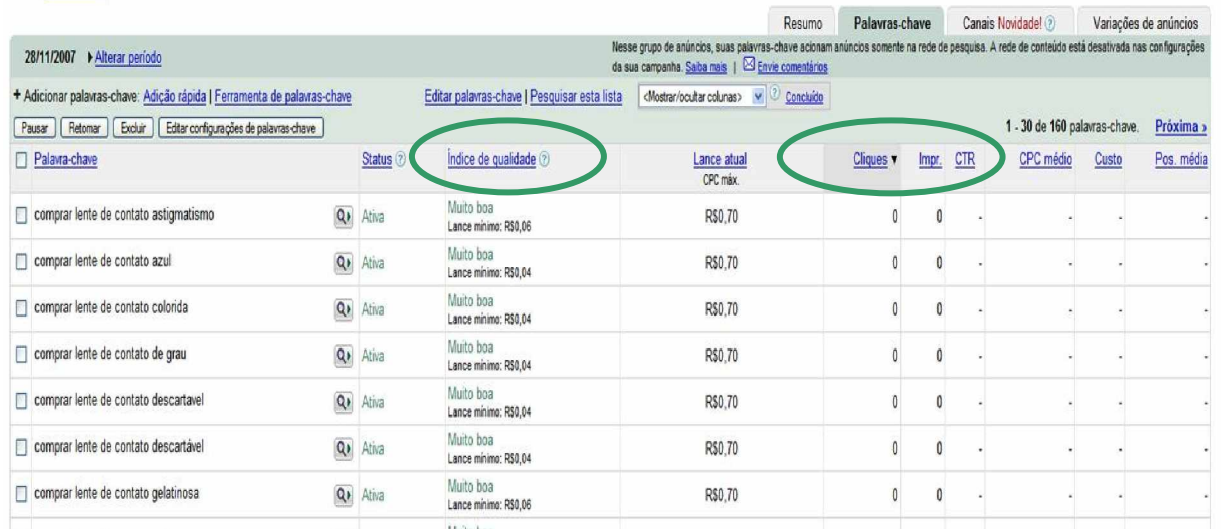
Etapa 3: examine os resultados.

Escolha as colunas a serem exibidas: [?](#)
 Exibir/ocultar colunas

Palavras-chave	Concorrência do anunciante ?	Volume aproximado de pesquisa: agosto ?	Volume médio de pesquisa aproximado ?	Tipo de correspondência: ? Ampla ?
Palavras-chave adicionais a serem consideradas - classificado por relevância ?				
pare fumar	<input type="checkbox"/>	Não há dados suficientes	2.400	Adicionar ?
fumar	<input checked="" type="checkbox"/>	74.000	74.000	Adicionar ?
cigarro	<input checked="" type="checkbox"/>	165.000	135.000	Adicionar ?
largar de fumar	<input type="checkbox"/>	Não há dados suficientes	91	Adicionar ?
parando de fumar	<input type="checkbox"/>	170	170	Adicionar ?
deixar fumar	<input type="checkbox"/>	Não há dados suficientes	8.100	Adicionar ?
vício de fumar	<input type="checkbox"/>	Não há dados suficientes	28	Adicionar ?
deixar de fumar	<input checked="" type="checkbox"/>	2.400	1.900	Adicionar ?
piteiras	<input type="checkbox"/>	590	480	Adicionar ?
tabagismo	<input checked="" type="checkbox"/>	90.500	60.500	Adicionar ?
fumo	<input checked="" type="checkbox"/>	90.500	60.500	Adicionar ?
cigarro fumar	<input type="checkbox"/>	1.000	720	Adicionar ?
não parar	<input type="checkbox"/>	Não há dados suficientes	1.300	Adicionar ?
tudo sobre tabagismo	<input type="checkbox"/>	320	210	Adicionar ?
como fumar	<input type="checkbox"/>	6.600	6.600	Adicionar ?
efeitos de fumar	<input type="checkbox"/>	Não há dados suficientes	170	Adicionar ?
quando parar	<input type="checkbox"/>	Não há dados suficientes	480	Adicionar ?
como parar	<input type="checkbox"/>	Não há dados suficientes	14.800	Adicionar ?

3) Refine sua lista

- Depois de criar e segmentar sua lista de palavras-chave, observe o tráfego e veja como os usuários respondem aos seus anúncios. A nossa interface oferece a você estatísticas detalhadas sobre a relevância de cada uma das palavras-chave (ilustradas pela CTR) e sobre sua qualidade. É possível que uma palavra-chave considerada relevante ao ser inserida em sua lista não gere os resultados esperados. Dessa forma, sugerimos que você refine sua lista de palavras-chave regularmente, excluindo-as ou modificando-as, ou escolhendo [opções de segmentação](#) diferentes para as palavras-chave com desempenho insatisfatório. Esse procedimento também fará com que o seu retorno de investimento seja maior, uma vez que você só pagará por cliques que gerem conversões relevantes.
- Não é recomendável incorporar palavras-chave que tenham diversos significados ou que não sejam específicas do seu mercado.
- Caso você opere em um nicho de mercado ou se estiver segmentando a sua base local de clientes, considere esses fatores ao selecionar palavras-chave.



Resumo **Palavras-chave** Canais [Novidade!](#) ? Variações de anúncios

28/11/2007 ▶ [Alterar período](#) Nesse grupo de anúncios, suas palavras-chave acionam anúncios somente na rede de pesquisas. A rede de conteúdo está desativada nas configurações da sua campanha. [Saiba mais](#) | [Envie comentários](#)

+ Adicionar palavras-chave: [Adição rápida](#) | [Ferramenta de palavras-chave](#) | [Editar palavras-chave](#) | [Pesquisar esta lista](#) | <Mostrar/ocultar colunas> | [Concluído](#)

[Pausar](#) [Retornar](#) [Excluir](#) [Editar configurações de palavras-chave](#)

1 - 30 de 160 palavras-chave. [Próxima](#) >

<input type="checkbox"/> Palavra-chave	Status ?	Índice de qualidade ?	Lance atual CPC máx.	Cliques ▼	Impr.	CTR	CPC médio	Custo	Pos. média
<input type="checkbox"/> comprar lente de contato astigmatismo	Ativa	Muito boa Lance mínimo: R\$0,06	R\$0,70	0	0	-	-	-	-
<input type="checkbox"/> comprar lente de contato azul	Ativa	Muito boa Lance mínimo: R\$0,04	R\$0,70	0	0	-	-	-	-
<input type="checkbox"/> comprar lente de contato colorida	Ativa	Muito boa Lance mínimo: R\$0,04	R\$0,70	0	0	-	-	-	-
<input type="checkbox"/> comprar lente de contato de grau	Ativa	Muito boa Lance mínimo: R\$0,04	R\$0,70	0	0	-	-	-	-
<input type="checkbox"/> comprar lente de contato descartável	Ativa	Muito boa Lance mínimo: R\$0,04	R\$0,70	0	0	-	-	-	-
<input type="checkbox"/> comprar lente de contato descartável	Ativa	Muito boa Lance mínimo: R\$0,04	R\$0,70	0	0	-	-	-	-
<input type="checkbox"/> comprar lente de contato gelatinosa	Ativa	Muito boa Lance mínimo: R\$0,06	R\$0,70	0	0	-	-	-	-

4) Correspondência de palavras-chave

Refine a sua segmentação com a opção de correspondências de palavras-chave.

- Existem quatro opções de correspondências de palavras-chave:
 - o **Palavras-chave de correspondência ampla:** se você inserir palavras ou frases em sua lista de palavras-chave (*mesa de jardim*, por exemplo), seus anúncios serão exibidos em todas as consultas que incluírem as palavras *mesa* e *jardim*, a despeito da ordem em que foram inseridas pelo usuário e até mesmo se a consulta incluir outros termos. Por exemplo, o seu anúncio poderá ser exibido em pesquisas como *comprar mesa de jardim* e *mesa de jardim*, mas não em *flor de jardim*.
 - o **Palavras-chave de correspondência de frase:** se você inserir uma palavra entre aspas, como "*mesa de jardim*", o seu anúncio será exibido quando um usuário pesquisar a expressão *mesa de jardim*, nessa ordem, e, em algumas ocasiões, também será exibido com outros termos na solicitação. Nesse caso, a pesquisa também poderá ter outros termos, mas terá de conter a frase exata informada. Por exemplo, seu anúncio poderá ser exibido em pesquisas como *comprar mesa de jardim* e *mesa de jardim de teca*, mas não em *mesa de teca de jardim*.
 - o **Palavras-chave de correspondência exata:** se você inserir uma palavra entre colchetes (por exemplo, [*mesa de jardim*]), os seus anúncios serão exibidos quando um usuário fizer uma pesquisa com a frase *mesa de jardim*, nessa ordem, e sem nenhuma palavra-chave adicional. Desse modo, o seu anúncio não será exibido para a solicitação *comprar mesa de jardim* ou *mesa de jardim de teca*. Você obterá menos acessos com essa opção, mas deverá se beneficiar de uma CTR (taxa de cliques) mais alta, pois os usuários que pesquisam esses termos geralmente têm interesse nos produtos e serviços que você está oferecendo.
 - o **Palavras-chave negativas:** as palavras-chave negativas, que exercem uma função muito importante na melhoria do seu retorno de investimento, freqüentemente são ignoradas pelos anunciantes. Com a palavra-chave *mesa*, por exemplo, se você quer atingir somente usuários que buscam mesas de jardim de teca, sugerimos que refine a sua lista usando palavras-chave negativas. Ao adicionar a sua lista as palavras - *cadeira*, -*guarda-sol* ou -*plástico* (precedidas por um sinal de subtração), você estará bloqueando automaticamente a exibição do seu anúncio para pesquisas de *cadeira de jardim*, *guarda-sol de jardim* ou *mesa de plástico de jardim*, o que não geraria cliques eficazes em seu anúncio. Assim, palavras-chave negativas podem controlar de maneira rígida a publicação dos seus anúncios e maximizar o seu retorno de investimento evitando cliques que não resultam em conversões relevantes. Você pode aplicar essa opção a palavras-chave no nível do grupo de anúncios ou da campanha.

5) Agrupe suas palavras-chave

Você precisa de mais sugestões?

- Agrupar termos por tema ou significado pode ajudar você a ver as possíveis áreas em que pode adicionar variações relevantes das palavras-chave para expandir sua lista. Isso também pode ajudar a otimizar o gerenciamento da sua campanha e a criar anúncios precisos e segmentados para cada um dos grupos de anúncio em questão.
- Agrupe as palavras-chave por categoria, produto, oferta ou qualquer outro grupo que faça sentido no contexto da sua campanha. Desse modo, por exemplo, se você estiver vendendo mesas de jardim de teca, de plástico, de metal e de mosaico, sugiro agrupar cada uma das palavras-chave por produto. É recomendável levar em conta a estrutura do seu site; se ele estiver dividido em diferentes categorias de produtos, a sua conta do AdWords poderá refletir isso.
- Veja um exemplo:

Curso de inglês básico:

Curso de inglês básico
Cursos de inglês para iniciantes
Instrutores nativos qualificados
www.sejabilingue.com.br/Ingles

www.sejabilingue.com.br

curso de inglês para iniciantes
curso de inglês particular para iniciantes
aprender inglês básico
cursos de inglês
lições de inglês
lição de inglês para iniciante
lição de inglês para iniciantes

Curso de inglês intermediário:

Inglês intermediário
Cursos de inglês intermediário
Aulas de conversação e gramática
www.sejabilingue.com.br/Ingles

www.sejabilingue.com.br

aulas de inglês intermediário
aulas de inglês para intermediários
cursos de inglês para intermediários
cursos intermediários de inglês
cursos de inglês intermediário
ensino de inglês intermediário

Curso de inglês básico:

Curso de inglês básico
Cursos de inglês para iniciantes
Instrutores nativos qualificados
www.sejabilingue.com.br/Ingles

www.sejabilingue.com.br

curso para iniciantes
curso de chinês particular para iniciantes
aprender chinês básico
cursos de chinês
lições
lição de chinês básico
lição de chinês para iniciantes

Curso de inglês intermediário:

Inglês intermediário
Cursos de inglês intermediário
Aulas de conversação e gramática
www.sejabilingue.com.br/Ingles

www.sejabilingue.com.br

aulas chinês para negócios
aulas de chinês para negócios
curso de chinês para negócios
cursos em chinês de negócios
cursos de chinês para negócios
ensino de chinês para negócios

6) Verificação

- Teste a sua lista finalizada com uma pesquisa no Google.
- O tema e o conteúdo dos resultados de pesquisa deverão ser semelhantes ao tema e o conteúdo do seu site.
- Se esse não for o caso, edite a sua lista de palavras-chave de modo que o seu anúncio seja exibido aos usuários que possam se interessar por seu site.

Se você quiser saber mais sobre a otimização completa da sua conta e das suas campanhas, clique aqui: « [otimização](#) ». Você encontrará todas as respostas para as suas perguntas e sugestões úteis para configurar campanhas de alto desempenho.

Estamos disponíveis para responder todas as suas perguntas por e-mail em adwords-pt@google.com. Nós responderemos ao seu e-mail o mais breve possível.

Agradecemos por anunciar com o Google AdWords.. Agradecemos o seu tempo e por ter lido essas informações, e esperamos oferecer a você a publicidade mais eficaz disponível.

Equipe do **Google** AdWords

