



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:

Seguro saúde:

Seguro saúde
Novas políticas de 30% de desconto
Ótima cobertura - faça o orçamento
www.seguro.com.br/Saúde

www.seguro.com.br

seguro saúde
cobertura de saúde
cobertura de saúde adicional
oferta de seguro saúde
orçamento de seguro saúde
preços de seguro saúde
vendas de seguro saúde

Seguro de automóvel:

Seguro de automóvel
Grandes negócios para todos
Saiba mais sobre nossas promoções!
www.seguro.com.br/Automovel

www.seguro.com.br

Seguro de automóvel
seguro para jovens motoristas
Seguro para jovens motoristas de automóvel
Seguro de automóvel para mulheres
Seguro de automóvel para mulher
Preços de seguro de automóvel
seguro de automóvel

Com este guia, consulte pelo menos as seis principais dicas a serem

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

6 Sugestões

1) Sua lista de palavras-chave

- Escolha palavras-chave exatas relacionadas diretamente à sua empresa e aos seus produtos ou serviços, como em [nossos exemplos](#)
- de textos de anúncios e palavras-chave localizados 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 precisa for uma palavra-chave, menos impressões ela obterá (mesmo que ela seja mais relevante). Adicione expressões similares, variações ortográficas, plurais e singulares ou até mesmo sinônimos das palavras-chave 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

- Otimizar 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.

Gerenciamento de campanhas | Relatórios | Analytics | Minha conta

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

Ferramentas > Ferramenta de palavras-chave

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 reprovar 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

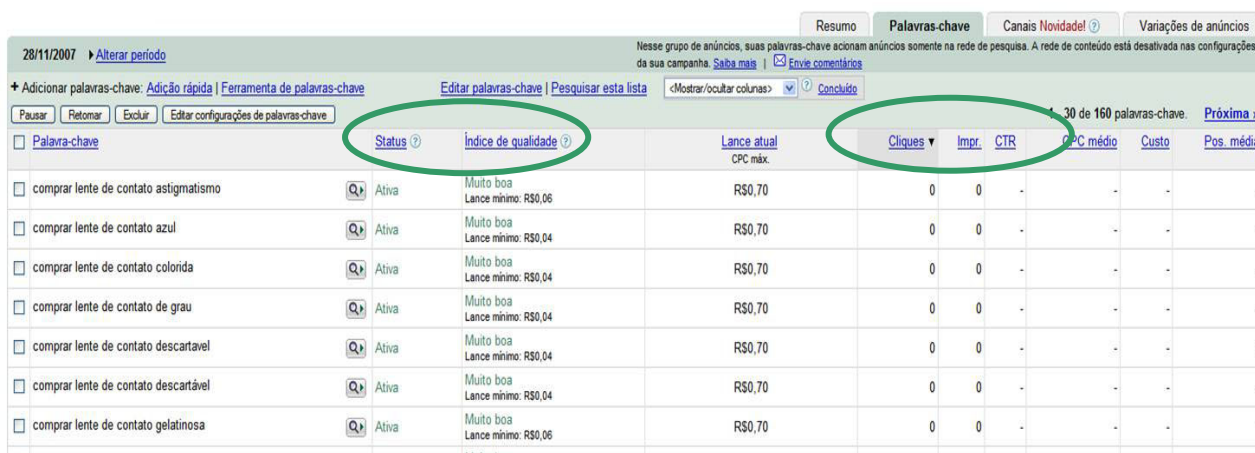
Etapa 3: examine os resultados.

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.



28/11/2007 Alterar período

Resumo Palavras-chave Canais Novidade! ? Variações de anúncios

Nesse grupo de anúncios, suas palavras-chave acionam anúncios somente na rede de pesquisa. 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

30 de 160 palavras-chave. Próxima >

Palavra-chave	Status ?	Índice de qualidade ?	Lance atual CPC máx.	Clique	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 descartavel	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*, independentemente da ordem em que foram inseridas pelo usuário e mesmo que a consulta inclua 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 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 à 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 tanto no nível do Grupo de anúncios quanto 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:

Seguro saúde para estudante:

Seguro saúde p/ estudante
Desconto de 30% para estudantes
Cobertura comercial/Faça orçamento
www.seguro/Saude_Estudante

www.seguro.com.br

Seguro saúde para estudantes
Cobertura de saúde para estudantes
Cobertura de saúde para estudante
oferta de seguro para estudante
orçamento de seguro saúde para estuda
preços de seguro saúde para estudante
vendas de seguro para estudante

Seguro saúde para pequenas empresas

Plano Saúde para empresas
Oferta especial para pequena empresa
Saiba mais sobre nossas promoções!
www.seguro/SMB_Saude

www.seguro.com.br

seguro saúde para pequenas empresas
Planos de saúde para pequenas empresas
Seguro saúde para autônomos
seguro saúde para smbs
cobertura de planos de saúde para smb
cobertura de saúde para smb

Seguro para jovem motorista:

Seguro p/ jovem motorista
Ótimos preços p/ ampla cobertura
Orçamentos on-line sem compromisso
www.seguro.com.br/Jovem

www.seguro.com.br

seguro de automóvel para jovens
seguro para jovens motoristas
seguro de automóvel para adolescentes
seguro barato para jovem motorista
seguro para novo motorista
venda de seguro de automóvel para jovens

Seguro de automóvel para mulheres:

Seguro Auto para mulheres
Política fácil: 0% custo antecipado
Oferta especial para mais segurança
www.seguro.com.br/Mulheres

www.seguro.com.br

seguro de automóvel para mulheres
seguro de automóvel para mulheres
seguro de automóvel para mulher
seguro de automóvel barato para mulheres
seguro de automóvel para mulheres
seguro de automóvel para senhoras
seguro de automóvel barato para mulheres
seguro de motoristas para mulheres

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 ao 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

