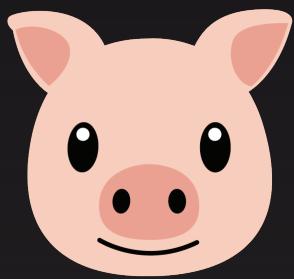


LIVE MONSTRA

#27

COMO ANUNCIAR
NO GOOGLE COM
ORÇAMENTO BAIXO

TIAGO TESSMANN



AVISO

Esse é um material complementar à live #27:
Como anunciar no Google com orçamento baixo.



Seja bem vindo(a) a mais uma Live Monstra!

Esse material de apoio será dividido em duas etapas.

Etapa 1: Informações necessárias antes de criar a campanha;

Etapa 2: Criação de campanha na prática (mão na massa);

Etapa 1: Informações Gerais

Você acha que é possível investir no Google com orçamento baixo?

Deixa eu te contar algo...

Há mais ou menos nove anos atrás, eu comecei minha jornada no Google, investindo algo em torno de 10,00 por dia (ou menos) – sim, você não leu errado.

O Google foi feito para você que deseja investir pouco.

A minha recomendação é que você comece a anunciar no Google com pelo menos 10 reais por dia (mais barato do que um cafézinho). Algo em torno de 300 reais por mês.

E você sabe o que é mais interessante? O Google consegue te entregar um resultado com esse orçamento.

Deixa eu te explicar melhor de como definir o orçamento ideal para você:

Existem alguns casos em que o Google Ads marca o status da sua

campanha como "Limitada pelo orçamento" e fornece recomendações de orçamento:

Sua campanha apresenta um desempenho insatisfatório devido a um orçamento limitado. Você usa lances para maximizar cliques e pode aumentar o tráfego com ajustes no seu orçamento.

O orçamento recomendado da sua campanha pode ser bem variável, mas você pode levar os pontos abaixo como base:

Os orçamentos recomendados se baseiam nos seguintes fatores:

- Desempenho recente da campanha;
- Orçamento atual da campanha;
- Lista de palavras-chave;
- Configurações de segmentação da campanha.

Tenha isso em mente:

Como existem duas principais plataformas de anúncios (Google e Facebook), você deve estar se perguntando, por onde começar?

Depende.

- **Necessidade:** Google;
- **Desejo:** Facebook/Instagram;

Por qual tipo de campanha começar?

1. Pesquisa;
2. Display;
3. Vídeo;
4. Discovery;
5. Shopping (para lojas virtuais);
6. Aplicativos.

Devo ter um site?

Minha recomendação é que sim, apesar de ser possível anunciar para outros destinos.

Dica bônus: caminho para quem investe pouco:

1. Mandar tráfego direto para uma página de vendas;
2. Capturar o contato/lead;
3. Vender via telefone, What's, e-mail etc.

Regras para ter uma boa página de destino:

1. Promessa;
2. Botão antes da dobra (antes de rolar a página);
3. Oferta (aqui seu cliente precisa agir);

Sobre orçamentos:

Se você tem um orçamento diário baixo disponível, fique atento a esses pontos:

1. Anúncio surreal;
2. PÚblico negativo (saber para quem não deve anunciar);
3. Foco apenas no pÚblico comprador;
4. Palavras-chave extremamente focadas;
5. Traqueamento bÁsico (Tags do Google);
6. HorÁrios (entre em contato na hora que o lead deixa o e-mail);
7. LocalizaçĀo (foque apenas nos locais que compram de vocĀ);
8. VocĀ precisa ser bom em vendas (obrigaçĀo).

Quanto menor seu orçamento, maior é o seu foco.

Utilize a ultra segmentaçĀo = pÚblico comprador.

Pergunta: Você acha que é mais fácil acertar o alvo com uma metralhadora, atirando para tudo quanto é lado, tipo o Rambo, ou ser um atirador de elite, com uma sniper... Mirar apenas nas pessoas certas?

É disso que eu estou falando, você precisa ser um atirador de elite e mirar exatamente no seu pÚblico comprador.

#sniper.

Como fazer?

1. Faça uma pesquisa com seus clientes ou pessoas parecidas com quem você quer atingir;
2. Crie uma pÁgina de vendas. (Ouça o Podcast Extremo, nÓs falamos apenas sobre isso);
3. Crie uma conta no Google em Modo Especialista;
4. Instale todas a tag do Google em todas as suas pÁginas;

5. Criei seus públicos personalizados logo no início, eles preenchem automaticamente, de acordo com as visitas no seu site;
6. Crie uma campanha de pesquisa.

Antes de continuar, dois avisos rápidos:

- Resultado pode ser imediato? Sim, em cliques. A responsabilidade de gerar vendas é sua, principalmente se for por telefone.
- Assim como é possível ter resultado imediato, é possível não ter. Não se assuste e não pare até dar certo.

Etapa 2: Passo a passo da criação de uma campanha

1. Defina seu objetivo;
2. Rede de pesquisa;
3. Defina sua meta;
4. Rede de Pesquisa apenas;
5. Localização bem focada;
6. Idiomas: Português, Inglês e Espanhol;
7. Orçamento diário;
8. Lance: CPA desejado (para quem já tem conversões) ou CPC manual otimizado (está começando do zero);
9. Definir conversão por nível de campanha (caso tenha mais de uma conversão em sua conta);
10. Programação de anúncio (foque nos melhores horários);
11. Crie seu grupo de anúncio;
12. Defina bem as suas palavras-chave;

13. Informações demográficas;
14. Criação do anúncio chamativo;
15. Extensões de anúncios. (todas possíveis);

Estrutura de Campanha:

Campanha > Grupo de Anúncio > Anúncio

Criando sua primeira campanha na prática:

1. Nova campanha:

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. On the left, there's a sidebar with navigation links: Visão geral, Recomendações, Campanhas (which is selected and highlighted in blue), Informações do leilão, Grupos de anúncios, Grupos de produtos, Anúncios e extensões, Vídeos, Páginas de destino, Palavras-chave, and Públicos-alvo. The main content area is titled 'Campanhas' and displays a chart with two data series: 'Campanha' (represented by a grey circle) and 'Anúncio' (represented by a red line). A blue button with a white '+' sign is located on the left side of the chart area. Below the chart, a filter icon is followed by the text 'Status da campanha: Todas, exceto as removidas; Nome'. At the bottom, there are buttons for 'Total: conta' and a help icon.

2. Selecione sua meta e um tipo de campanha.

Aqui faremos uma campanha de pesquisa para uma escola de inglês na cidade de Criciúma/SC.

Selezione a meta que ajudaria esta campanha a alcançar o sucesso de acordo com seus critérios ②



Vendas



Leads



Tráfego do site



Consideração de produto e marca



Alcance e reconhecimento da marca



Promoção de app



Criar uma campanha sem meta

Selezione um tipo de campanha ②

Rede de pesquisa

Gerar leads de clientes com anúncios de texto ou de chamada exibidos perto dos resultados da pesquisa no Google.com.br, em sites de parceiros de pesquisa do Google e em muitos outros lugares

 **Rede de Display**

Exiba diferentes tipos de anúncio na Web

 **Shopping**

Promova seus produtos com anúncios do Shopping

 **Vídeo**

Alcance e interaja com os espectadores no YouTube e na Web

 **Smart**

Alcance suas metas de negócios com os anúncios automáticos no Google e em toda a Web

 **Discovery**

Exiba anúncios no YouTube, no Gmail, no Discover e em outros produtos

3. Selecione como você quer alcançar sua meta:

Selezione como você quer alcançar sua meta ②

Visitas ao site

 AQUI VAI O SEU SITE
Insira um URL válido (por exemplo, www.example.com)

Ligações telefônicas

Visitas à loja

Downloads do aplicativo

Envio de formulários de lead

CONTINUAR CANCELAR

4. Coloque o nome da sua campanha, deixe apenas rede de pesquisa, defina data de início e fim se for o caso.

Opções de URL da campanha e configuração dos anúncios dinâmicos de pesquisa, não precisam ser alterados nesse momento.

Nome da campanha PESQ | INGLÊS | Aquisição Novos Clientes

Redes

Rede de pesquisa

Os anúncios podem ser exibidos ao lado dos resultados da Pesquisa Google e em outros sites do Google quando as pessoas pesquisam termos relevantes para suas palavras-chave.

Incluir parceiros de pesquisa do Google ?

Rede de Display

Amplie seu alcance com a exibição de anúncios para clientes relevantes que navegam em sites, vídeos e aplicativos na Internet.

Incluir a Rede de Display do Google ?

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

^ Ocultar mais configurações

Datas de início e término	Data de início: 9 de julho de 2020	Data de término: Não definida	<small>v</small>
Opções de URL da campanha	Nenhuma opção definida		<small>v</small>
Configuração dos anúncios dinâmicos de pesquisa	Incluem segmentação automática para a rede de pesquisa e títulos de anúncios personalizados com base n		<small>v</small>

5. Faça sua escolha de locais e idiomas:

Segmentação e públicos-alvo

Escolha o público-alvo que você quer alcançar

Locais

Selecione locais para segmentar [?](#)

- Todos os países/territórios
- Brasil
- Inserir outro local

Regiões de segmentação (1)

Criciúma, Santa Catarina, Brasil cidade

Alcance [?](#) [X](#)

278.000 [X](#)

Insira um local para segmentar ou excluir

[Pesquisa avançada](#)

Por exemplo, um país, cidade, região ou CEP

[Opções de local](#)

Idiomas

Selecione os idiomas que seus clientes falam

Seus anúncios são exibidos para clientes que têm essas preferências de idioma ou em sites com páginas nesses idiomas.

es

[Português](#) [X](#)

[Inglês](#) [X](#)

[Espanhol](#) [X](#)

Se você quiser exibir anúncios para pessoas que têm o espanhol como idioma de preferência, selecione-o como o idioma da campanha e inclua o texto do anúncio e palavras-chave em espanhol.

[Saiba mais](#)

6. Defina seu orçamento e lances:

Orçamento e lances

Defina quanto e como você quer gastar

Orçamento

Insira o valor médio que você quer gastar por dia

R\$ 10,00

Você não pagará mais do que o valor do seu orçamento diário multiplicado pelo número médio de dias do mês. O gasto poderá ser menor do que o orçamento diário em alguns dias e, em outros, até duas vezes maior.

[Saiba mais](#)

Lances

[Voltar às opções de lance anteriores](#)

Escolha sua estratégia de lances [?](#)

CPC manual

Ajude a aumentar o número de conversões com o CPC otimizado [?](#)

Otimizar para conversões

Otimizar para o valor de conversão

Com a opção "CPC manual", você pode definir o custo máximo por clique (CPC) dos seus anúncios.

[Saiba mais](#)

7. Crie as extensões recomendadas iniciais:

Extensões de anúncio

Exiba informações adicionais nos seus anúncios e aumente sua taxa de cliques em até 15%

Extensões de sitelinks	Adicionam mais links ao seu anúncio	▼
Extensões de frase de destaque	Adicionam mais informações comerciais aos seus anúncios	▼
Extensões de chamada	Adicionam um número de telefone ao seu anúncio	▼
Extensões de local	CRIAR EXTENSÃO DE LOCAL	^
+ Extensão de anúncio		

8. Crie seu grupo de anúncios e selecione bem as suas palavras-chave:

Criar um grupo de anúncios

Tipo de grupo de anúncios [?](#) : Padrão ▾

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

Nome do grupo de anúncios X
Inglês Criciúma

Lance padrão [?](#)
R\$ 2,00

aprender inglês em Criciúma
escola de inglês
como aprender inglês
aula de inglês

Os tipos de correspondência ajudam a controlar quais pesquisas podem acionar seus anúncios
palavra-chave = Correspondência ampla "palavra-chave" = Correspondência de frase
[palavra-chave] = Correspondência exata [Saiba mais](#)

+ NOVO GRUPO DE ANÚNCIOS ▾

Veja ideias de palavra-chave X

www.conversaoextrema.com

Insira seu produto ou serviço

Só mostramos ideias de palavras-chave relevantes para sua empresa. Para sugestões, informe sua página de destino, um site relacionado ou palavras ou frases que descrevam seu produto ou serviço.

9. [Última parte] Criação de anúncios...

Faça o mais chamativo possível e preencha todos os campos como no modelo abaixo. Crie pelo menos três anúncios iniciais, assim como recomenda a própria plataforma do Google.

The screenshot shows the Google Ads interface for creating a new text ad. At the top, there are two sections: 'Anúncios de texto' (with one 'EM ANDAMENTO' and one 'PENDENTE') and 'Anúncios responsivos de pesquisa' (with one 'PENDENTE'). Below this, the main form is displayed:

Novo anúncio de texto

URL final: www.conversaoextrema.com

Titulo 1: Escola de Inglês em Criciúma

Titulo 2: Inglês de Forma Prática

Titulo 3: Alcance a Fluência

Caminho de exibição: [www.conversaoextrema.com / Caminho 1](http://www.conversaoextrema.com/Caminho1) / [Caminho 2](http://www.conversaoextrema.com/Caminho2)

Descrição 1: Matrículas abertas para a nova turma no período da manhã na escola de Inglês em Criciúma.

Descrição 2:

Dispositivos móveis

Visualização do anúncio no mobile device: Escola de Inglês em Criciúma | Inglês de Forma Prática | Alcance a Fluência [Anúncio](#) www.conversaoextrema.com

Matrículas abertas para a nova turma no período da manhã na escola de Inglês em Criciúma.

O anúncio nem sempre exibirá o texto todo, pois alguns formatos são reduzidos. Você pode escolher quais textos aparecerão no anúncio. [Saiba mais](#)

Opções de URL do anúncio

ACTIONS: SALVAR E CRIAR O NOVO ANÚNCIO | CONCLUÍDO | CANCELAR

Mais simples do que parece, certo?

A partir desse momento sua campanha entrará em revisão e será aprovada em algumas horas.

Depois da aprovação das suas campanhas, seus anúncios começarão a ser veiculados conforme sua configuração.

Porém, não acaba por aí, o próximo passo é saber o que fazer (otimizar).

Dicas rápidas:

obs: Faremos uma live apenas sobre esse tema, fique tranquilo.

Otimização: Impulsionar o que funciona e retirar ou pausar o que não funciona, basicamente, esse é o conceito.

Tenha em mente as métricas:

Métricas primárias:

- CPA - custo por aquisição;
- QT - volume diário de conversão;

Métricas secundárias:

- CTR - clique por impressão (quanto mais esse número melhor);
- Taxa de conversão - conversão por clique ;

Otimização:

1. Ver termos de pesquisa (olhe diariamente);
2. Adicione ou remova palavras-chave;
3. Compare seus anúncios um com o outro, aprimore os melhores e pause os que estão ruins.

Fechando o chiqueiro...

Se você curtiu, poste um stories da live monstra no seu instagram com a #sniper. (Só os fortes entenderão).

MUITO OBRIGADO POR ME OUVIR POR MAIS DE 2H!!

ATÉ A PRÓXIMA LIVE!!



Quem sou eu?

Em fevereiro de 2010, eu e meus dois irmãos, Ramon e Cristine, recebemos uma das piores notícias das nossas vidas, dada pelos nossos próprios pais em nossa casa aqui em Criciúma – Santa Catarina.

"Estamos falidos, temos que fechar a porta da nossa empresa o mais rápido possível, pois cada dia que a porta está aberta, maior fica nossa dívida."

Entrei em estado de choque, meus irmãos ficaram calados por alguns minutos... eu nunca me esquecerei que o silêncio da falência é uma das coisas mais tristes na vida de alguém.

Felizmente eu tive a oportunidade de conhecer o poder do marketing na internet e hoje montei 3 empresas que juntas faturam pelo menos 7x mais do que os melhores anos da empresa do meu pai nos anos 90, simplesmente porque eu aprendi a usar a ferramenta número #1 de vendas da internet, o Google.

Conquistar clientes não é mais um desafio complicado pra mim e meu pai, e vou orientar você, de uma forma simples e prática, a usar essa mesma ferramenta para aumentar suas vendas também, sem precisar aumentar equipe ou contratar agências, assim como eu e mais de 1200 alunos fizemos em todo Brasil. Vamos crescer juntos?

E meu pai?

Ele é o meu herói, meu orgulho e que me ensina muito sobre negócios até hoje. Pra mim ele nunca fracassou, ele apenas aprendeu. Hoje, meu pai é um membro indispensável do nosso time aqui no Conversão Extrema.

O que é o Conversão Extrema?

O Conversão Extrema é um treinamento 100% online que mostra o passo a passo detalhado para você atrair clientes e aumentar suas vendas através da ferramenta número #1 de vendas da internet. Conquistar novos clientes não será mais um desafio complicado pra você.

[Saiba mais sobre o Conversão Extrema](#)

LINKS

 Acesse mais de 50 aulas práticas de anúncios Google, do zero ao avançado: <http://bit.ly/yt-aulas-google>

 Participe do meu Telegram:
<https://tiagotessmann.com.br/grupo-extremo>

 Cadastre-se aqui para ser avisado das aulas ao vivo:
<https://conversaoextrema.com/live>

 Podcast Extremo: O melhor conteúdo de anúncios Google em áudio: <https://bit.ly/Podcast-Extremo>

 Ebook Grátis + Aula "Como Anunciar no Google com Orçamento Baixo": <http://bit.ly/GoogleAds->

Conecte-se comigo:

-  Instagram: <https://www.instagram.com/tiagotessmann>
-  Youtube: <https://www.youtube.com/tiagotessmann>
-  Linkedin: <https://linkedin.com/in/tiagobtessmann>

Tiago Tessmann