



Os 7 passos para criar uma Campanha de Links Patrocinados

Muitas empresas tem usado o Google AdWords, ou Links Patrocinados, para veiculação de sua publicidade on-line. Por ser uma ferramenta simples e de um custo atraente, as campanhas de links patrocinados se tornaram o primeiro passo de muitas empresas no mundo do Marketing Digital.

Mas embora pareça simples, criar uma campanha de Links Patrocinados no Google tem seus segredos, e não usá-los pode significar desperdício de dinheiro e redução da eficiência da campanha. Assim desenvolvi os 7 passos para o planejamento, criação e implantação de uma campanha de Links Patrocinados, e que quero agora compartilhar com você :

1. **Defina o objetivo da campanha** : Parece obvio, mas não é. Não crie uma campanha genérica ou institucional. Crie uma campanha voltada a um objetivo definido e com um público-alvo claro. Defina também quanto pretende gastar mensalmente nesta campanha. Defina este valor e fique focado nele. Não aumente sua verba antes de conhecer, com precisão, os resultados e ter certeza do retorno do investimento.
2. **Crie as palavras básicas da campanha** : Como a pesquisa Google é baseada em palavras, você deve primeiro criar as palavras básicas da sua campanha. Pense no objetivo e no público-alvo, e procure palavras que você acredita que seu consumidor pesquise. Crie no mínimo 10 palavras básicas. Por exemplo : Um fabricante do setor de chocolate pode utilizar : Chocolate, receitas, bolos, achocolatados, cacau, doce, etc...
3. **Defina grupos de anúncios** : Para cada campanha o Google AdWords trabalha com grupos de anúncios. Estes grupos contém o anúncio e as palavras-chave relacionadas a ele. O mais prático é criar um grupo para cada palavra básica, para depois, em cada um, colocar o anúncio e mais palavras-chaves. Crie grupos como : Receitas com chocolate para a palavra receitas, Tipos de Chocolate para a palavra chocolate, Bebida para a palavra achocolatados, e assim por diante.
4. **Pesquise na ferramenta de palavras-chaves** : Use a ferramenta do Google AdWords, e faça uma pesquisa com as palavras básicas que você criou no passo 2 (Para usar a ferramenta de palavras-chaves você deve criar uma conta Google AdWords, e acessar Gerenciamento de Campanhas – Ferramentas – Ferramenta de palavras-chave ou <https://adwords.google.com.br/select/KeywordTool>). Para cada pesquisa o Google irá apresentar uma lista com as palavras-chaves derivadas e os volumes mensais de pesquisa de cada uma. Selecione palavras que estão mais próximas do seu objetivo, que tem um bom volume de pesquisas, e que você acredita que podem dar mais resultado. Selecione pelo menos 20 palavras derivadas para cada palavra básica. Sua campanha sempre que possível deve ter palavras compostas, como “chocolate caseiro”, e não somente “chocolate”. Assim, na campanha use as palavras-chaves derivadas e não as palavras básicas. Procure chegar a um mínimo de 300 palavras-chaves para toda a campanha.

5. **Crie os anúncios da campanha** : Crie um anúncio de texto para cada grupo criado no passo 3. Um anúncio Google é composto por uma linha de título (25 caracteres), duas linhas de texto (36 caracteres cada), e o endereço de destino (URL). O título deve chamar o consumidor e o texto deve promover a ação. Use uma frase chamativa no título. Escreva no texto o que você tem de especial para oferecer. Repita a palavra-chave básica no texto do anúncio. E finalmente direcione cada anúncio para uma página de ação, onde o consumidor possa dar continuidade à navegação, como por exemplo : Um cadastro, um artigo interessante, ou uma promoção. Jamais mande o consumidor para sua página principal onde está tudo misturado.
6. **Crie sua campanha de links patrocinados** : Finalmente, com sua conta Google AdWords, crie uma nova campanha, depois crie os grupos de anúncios (passo 3), depois insira cada anúncio no seu grupo correspondente (passo 5), depois coloque em cada grupo de anúncios as palavras-chaves correspondentes (passo 4), e finalmente pague a veiculação para o Google (use a aba “Minha Conta”). Crie sua campanha colocando um lance padrão inicial de R\$ 0,50 e um valor diário aceitável, baseado na sua verba (verba mensal dividido por 30 dias).
7. **Monitore sua campanha** : Na primeira semana de veiculação acesse uma vez por dia sua conta Google AdWords. Navegue por cada grupo, anúncio e lista de palavras-chaves. O Google irá publicar um alerta se algo estiver errado e tem que ser mudado. Depois da primeira semana, acesse sua conta uma vez por semana e acompanhe os resultados. Mas atenção : Ignore o alerta que diz que você pode melhorar sua campanha pois ele dirá o óbvio, que se você colocar mais dinheiro irá ter mais visitas. Lembre-se : Você deve ficar focado na sua verba mensal.

Com estes passos tenho certeza que você irá criar uma boa campanha de links patrocinados e conseguir bons resultados para sua empresa.

Cláudio Torres - Escritor, Palestrante e Consultor em Marketing Digital

claudio@infobot.com.br

www.claudiotorres.com.br

A Bíblia do Marketing Digital (<http://www.claudiotorres.com.br/index.php/2009/07/24/a-biblia-do-marketing-digital/>)

Social Marketing, curso de marketing digital (<http://www.agenciabit.com.br/cursos/>)

Sobre o Autor



Cláudio Torres é graduado em Engenharia Eletrônica pelo ITA, tem Mestrado em Sistemas pela USP, e fez pós-graduação em Marketing na Suécia. Atua como consultor e palestrante em marketing digital e mídias sociais, e desenvolve campanhas publicitárias na internet para várias agências de publicidade. É Editor de vários blogs e portais, como o www.claudiotorres.com.br e o www.enochatos.com.br. É sócio de diversos projetos na internet como a www.infobot.com.br, empresa de consultoria em marketing digital, o www.postexpress.com.br, plataforma de monitoramento de mídias e redes sociais, e o www.brichos.com.br, portal de entretenimento infantil da marca Brichos.