
Google Ads (antigo AdWords)

- **Formato do curso:** Presencial
- **Localidade:** Lisboa
- **Data:** 02 Jan. 2019 a 14 Jan. 2019
- **Preço:** 515€
- **Horário:** Pós-laboral - 2ª, 4ª e 6ª, das 18h30 às 21h30
- **Nível:** Iniciado
- **Duração:** 18 horas

O Google Ads é um serviço de publicidade de performance da Google – pagamento por clique –, que permite a colocação de anúncios contextualmente relacionados com os resultados das pesquisas efetuadas, sendo uma das ferramentas mais interessantes para atrair tráfego qualificado para um site. Entre as vantagens de utilização destacam-se a elevada capacidade de segmentação, monitorização e otimização contínua.

Destinatários

Profissionais e estudantes de Marketing, Publicidade, Comunicação, Branding e Web Design, e Gestores de conteúdos online são o público-alvo da formação em Google Ads.

Pré-requisitos

Conhecimentos gerais de navegação na Internet são pertinentes para a frequência no curso de Google Ads.

Objectivos

Dotar os formandos das competências necessárias ao desenvolvimento e implementação de campanhas Google Ads, com recurso à ferramenta Ads Editor.

Metodologia

Presencial ou live training.

Programa

- Introdução ao Ads
 - O que é e como funciona o Google Ads
 - Conceitos gerais e principais vantagens
 - Índice de Qualidade
 - Classificação do Anúncio
 - CPC Real
 - Anatomia de uma conta Ads
 - Interface do Google Ads (versão web) - Visão geral das funcionalidades
 - Criação de uma conta
 - Faturação e outras definições a nível de conta
 - Os seis passos para uma campanha otimizada
- Objetivos
 - Definir os objetivos das Campanhas de Ads
 - Estruturar Campanhas em função dos objetivos
- Segmentação
 - Rede de Pesquisa & Display
 - Segmentação por palavras-chave
 - Segmentação Geográfica e por Idioma
 - Segmentação por dispositivo
 - Segmentação por horário
- Ferramentas do Ads
 - Histórico de alterações
 - Oportunidades
 - Exclusão de IP
 - Estimador de tráfego
 - Previsão e diagnóstico de anúncios
 - Planeador de palavras-chave
- Lances e Orçamento
 - Orçamento de uma campanha de Ads
 - Orçamento diário e mensal
 - Tipos de licitação
- Anúncios
 - Os vários formatos de anúncios
 - Regras, guidelines, políticas editoriais do Ads e boas práticas na criação de anúncios
 - Extensões
 - Anúncios de pesquisa dinâmicos
- Destinos
 - Escolher a página de destino certa
 - Boas práticas para uma página de destino eficaz - Qualidade do site
- Cliques inválidos.
- Segmentação para a Rede de Display

- Posicionamentos
- Lista de Interesses/Tópicos
- Remarketing
- Segmentação demográfica
- Segmentação contextual com Palavras-Chave
- Campanhas na Rede de Display
 - Tamanhos e formatos para anúncios de display
 - Gerar criativos
 - Estruturar e implementar a campanha e grupos de anúncios
 - Planeador da Rede de Display
- Análise de Resultados
 - Conversion Tracking - Acompanhamento de conversões
 - Dimensões
 - Relatórios do Ads
 - O Ads e o Google Analytics
- Otimizar o desempenho
 - Otimizar campanhas e Grupos de anúncios
 - Otimizar anúncios: Keyword Insertion Tool
 - Otimizar índice de qualidade
 - Otimizar para conversões
 - Informações de leilões
- Controlo
 - Análise de Resultados de uma campanha
- Otimização
 - Configurar o acompanhamento de conversões
 - Importância da otimização contínua
 - Partir da análise de resultados para a otimização da campanha
- O Ads Editor
 - Vantagens do Ads Editor
 - Interface do Ads Editor
 - Configuração de uma ou mais contas
- MCC (My Client Center).