

## Google Ads (antigo AdWords)

- **Formato do curso:** Presencial
- **Localidade:** Lisboa
- **Data:** 04 Jul. 2022 a 15 Jul. 2022
- **Preço:** 515€
- **Horário:** Pós-laboral - 2<sup>as</sup>, 4<sup>as</sup> e 6<sup>as</sup>, das 19h00 às 22h00
- **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).