

6 erros ao se criar uma campanha de Google AdWords

O Google AdWords, ferramenta onde você faz com que sua empresa apareça nas primeiras posições dos resultados do Google quando é feita uma procura por termos relacionados a seu negócio, pode ser uma excelente (até mesmo a principal) forma de captar clientes para sua empresa. Uma campanha bem feita é uma poderosa arma para que sua marca apareça para seu cliente no momento em que ele está disposto a comprar seu produto. Isso tudo com baixo custo e com todos os controles que você puder imaginar. Importante dizer que para uma campanha de AdWords gerar um resultado satisfatório, é preciso que seja bem feita. Já postei vários artigos mostrando erros feitos em campanhas de AdWords que acabam por levar as verbas publicitárias e não entregar o resultado esperado. Como tenho respondido inúmeras perguntas a respeito de campanhas vou citar aqui os 5 principais erros que devem ser evitados ao se criar uma campanha de AdWords. São regras básicas mas que podem transformar uma campanha ruim numa campanha ao menos regular. E ser regular no Google é um bom negócio. Ser bom, é oportuno.

1º Erro: Escolha errada de palavras-chave Este talvez seja o mais grave erro que se pode cometer ao criar uma campanha. A escolha das palavras-chaves é o fator mais importante na definição de seu índice de qualidade. E quanto melhor seu índice de qualidade menos você paga no clique. Escolher as palavras-chaves certas não quer dizer escolher poucas palavras. Quanto mais palavras, desde que relevantes, melhor. Pense em como seu possível cliente iria procurar seu produto no Google. Como fazer certo? Vamos supor que sua empresa trabalha com "rede de computadores". Se você escolher a palavra "redes" vai aparecer para quem está buscando rede de computadores, mas também rede de pesca, rede de contatos, rede social. Se sua empresa vende rede de computadores escolha palavras como "rede de computadores", "rede para computadores", "rede de micros", "configuração de redes", etc.

2º Erro: Não separar as palavras por grupo de anúncios Vamos supor que sua empresa seja uma loja virtual e venda máquinas digitais, aparelhos de DVDs e videogames. Se você colocar todas as palavras no mesmo grupo de anúncio será difícil medir o retorno desses produtos e será impossível criar anúncios específicos para cada linha de produto. Seu anúncio teria que ser genérico, falando a mesma linguagem para quem procura DVDs e para quem procura videogames. Como fazer certo? Separe suas palavras por grupo de anúncios e crie anúncios específicos para cada um deles. No exemplo assim teríamos 3 grupos de anúncios: Máquinas digitais, DVD e Videogame. O grupo DVD, por exemplo, teria um anúncio cujo título seria algo como: "Linha completa de DVDs". O grupo Videogames teria um anúncio do tipo: "Videogames das melhores marcas". E por aí vai. A taxa de cliques aumenta consideravelmente quando se trabalha o mais segmentado possível.

3º Erro: Levar o clique para sua página inicial Esse é um dos erros mais cometidos. Ao se criar um anúncio pode-se escolher uma página de exibição e uma página de destino. Não coloque sua página de destino sempre como sua homepage. Coloque a página que mostre o que o internauta procura. Como fazer certo? Vamos supor que sua empresa venda serviços de segurança residencial e empresarial. O cliente que buscar por segurança residencial deve ser levado para a página que apresenta esse produto. O que busca empresarial idem. Se você leva ambos os clientes a mesma página está mostrando informações desnecessárias ao internauta e aumenta a chance dele sair de seu site.

4º Erro: Não realizar testes O Google é maravilhoso porque ele lhe oferece as respostas que você precisa para as perguntas que você quer fazer. Numa campanha de AdWords não confie apenas em sua criatividade. Nem sempre o que você acha criativo é o que o internauta acha. E o Google vai lhe mostrar isso com um baixo índice de cliques. Como fazer certo? Por mais simples que seja sua campanha, teste ao menos 3 anúncios. Crie anúncios que alternadamente nas buscas e avalie qual tem melhor performance. Mude palavras, títulos e chamadas. Às vezes uma palavra diferente torna um anúncio 100% melhor que outro. Mas para descobrir isso teste e analisando as respostas que o Google lhe dará.

5º Erro: Não utilizar palavras negativas Outro dos erros mais cometidos. Ao se criar uma campanha deve-se obrigatoriamente trabalhar com palavras negativas. As palavras negativas são as palavras que você diz ao Google que não quer que seu anúncio seja ativado quando elas forem procuradas junto com suas palavras-chave. Como fazer certo? Vamos supor que sua empresa venda cursos de informática. Você comprou as palavras relacionadas e bem relevantes. Utilizou a correspondência "ampla" onde qualquer que seja a busca feita que contenha as palavras que você escolheu seu anúncio irá aparecer. No entanto se você não escolher palavras negativas vai acabar aparecendo para clientes que não quer. Exemplo: Você compra a palavra "curso de informática online". Se alguém procurar "curso de informática online grátis" seu anúncio irá aparecer. E você não oferece cursos grátis. Assim, a palavra grátis deveria ser inserida como negativa (para isso basta colocar a palavra com o sinal de menos (-) antes = – grátis).

6º Erro: Cuidar de todo o Trabalho sendo que não tem Experiência Este é um dos erros mais comuns a se acontecerem, pois muitas pessoas começam suas campanhas por si mesmas e mesmo sem saber o que está fazendo ou onde está investindo, continuam com carreira solo, fazendo com que a experiência com o Adwords não seja uma das melhores. Como fazer certo? O certo a se fazer quanto vai começar é [Anunciar no Google](#), buscar ajuda de profissionais preparadas na área de Adwords e capacitados em tornar sua campanha um caso de sucesso. Encontrar uma [Agência Google Adwords](#), existem várias que disponibilizam seus serviços a preços baixos e com retornos incríveis. São dicas simples mas que já ajudam em muito

sua campanha! Encontre uma Agência que faz o seu tipo. Entre em Contato Conosco: ROPE Online – A Sua Agência de Marketing Digital (<http://www.RopeOnline.com.br>) (48)4102-2338 contato@ropeonline.com.br

Sobre o Autor

 ROPE Online – A Sua Agência de Marketing Digital (<http://www.RopeOnline.com.br>) (48)4102-2338 contato@ropeonline.com.br

Source: <http://www.artigopt.com>