

comércio**digital**

VÍDEO 5

Otimização para Motores de Pesquisa
Anúncios Digitais
Monitorização

Fábrica de
STARTUPS

comércio**digital**

Otimização para Motores de Pesquisa

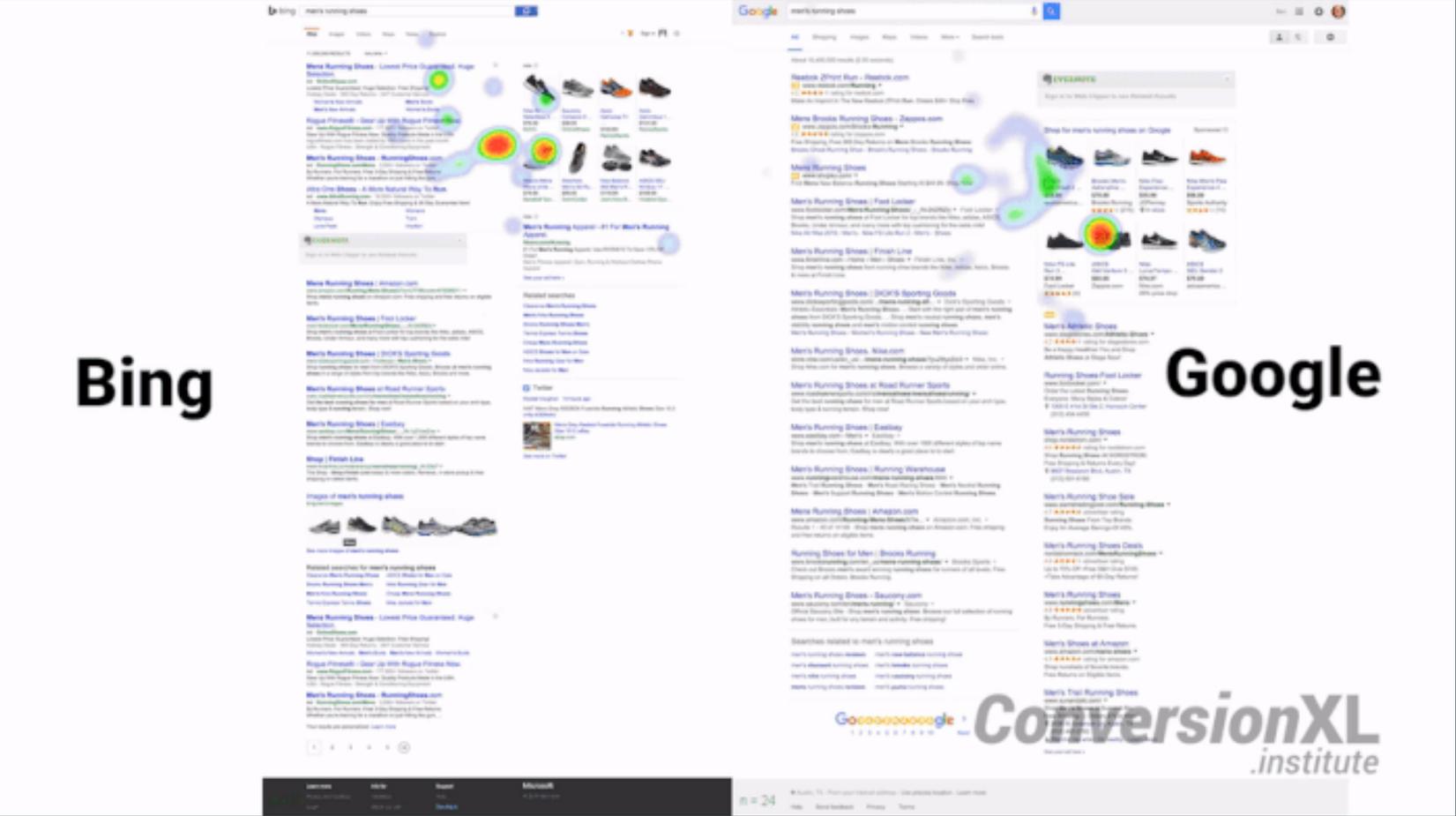
Fábrica de
STARTUPS

O que é o SEO?

SEO significa **Search Engine Optimization**, isto é, otimização para os motores de pesquisa;

A otimização nos motores de pesquisa de sites, blogs e lojas online resulta numa melhor indexação realizada pelos mecanismos de busca destes, posicionando uma empresa nos primeiros resultados do Google.

Como chegar à primeira página?



Como chegar à primeira página?

- Conteúdo do site:
 - Palavras chave;
 - Estrutura do Site;
 - Autoridade do Domínio.

SEO – On Page

1. Title Tags
2. Headings (H1)
3. URL Structure
4. Alt Tag nas Imagens
5. Rapidez do site
6. Conteúdos
7. Links Internos



SEO – Off Page

1. Autoridade do Domínio;
2. Links de Outros Sites:
 - a) Relevância de tópico;
 - b) Localização dos Links;
 - c) Branded ou Links Naturais;
 - d) Origem do Link (confiança);
 - e) Diversidade de Origens.
3. Relevância Social.



Como é que os clientes pesquisam por um serviço?

Explícito

Tipo de empresa
ou Nome da
empresa

*Canalizador em
Lisboa*

Sintomas

Descrevem o que
sentem ou vêem

Inundação na cave

Problema

Descrevem o
problema

Canos rotos

Específico

Descrevem o
produto ou serviço

Arranjar canalização

Diagnóstico SEO

SEO Analyzer

If you're struggling to get more visitors to your site, the answer might just lie in this **FREE** report!

Your Website URL

ANALYZE WEBSITE

<https://neilpatel.com/seo-analyzer/>

comércio**digital**

Anúncios Digitais

Fábrica de
STARTUPS



Google Ads

- Principal serviço de publicidade da Google;
- O maior serviço de publicidade no modelo Pay-Per-Click (PPC) ou, em português, pagar por cliques;
- Consiste em anúncios em forma de links encontrados, principalmente, nos motores de pesquisa, relacionados com as palavras-chave que o utilizador está a pesquisar.
- Tática de Marketing assente em publicidade altamente segmentada, independentemente de qual seja o orçamento do anunciante;
- Os anúncios do Ads são exibidos juntamente com os resultados de pesquisa no Google.



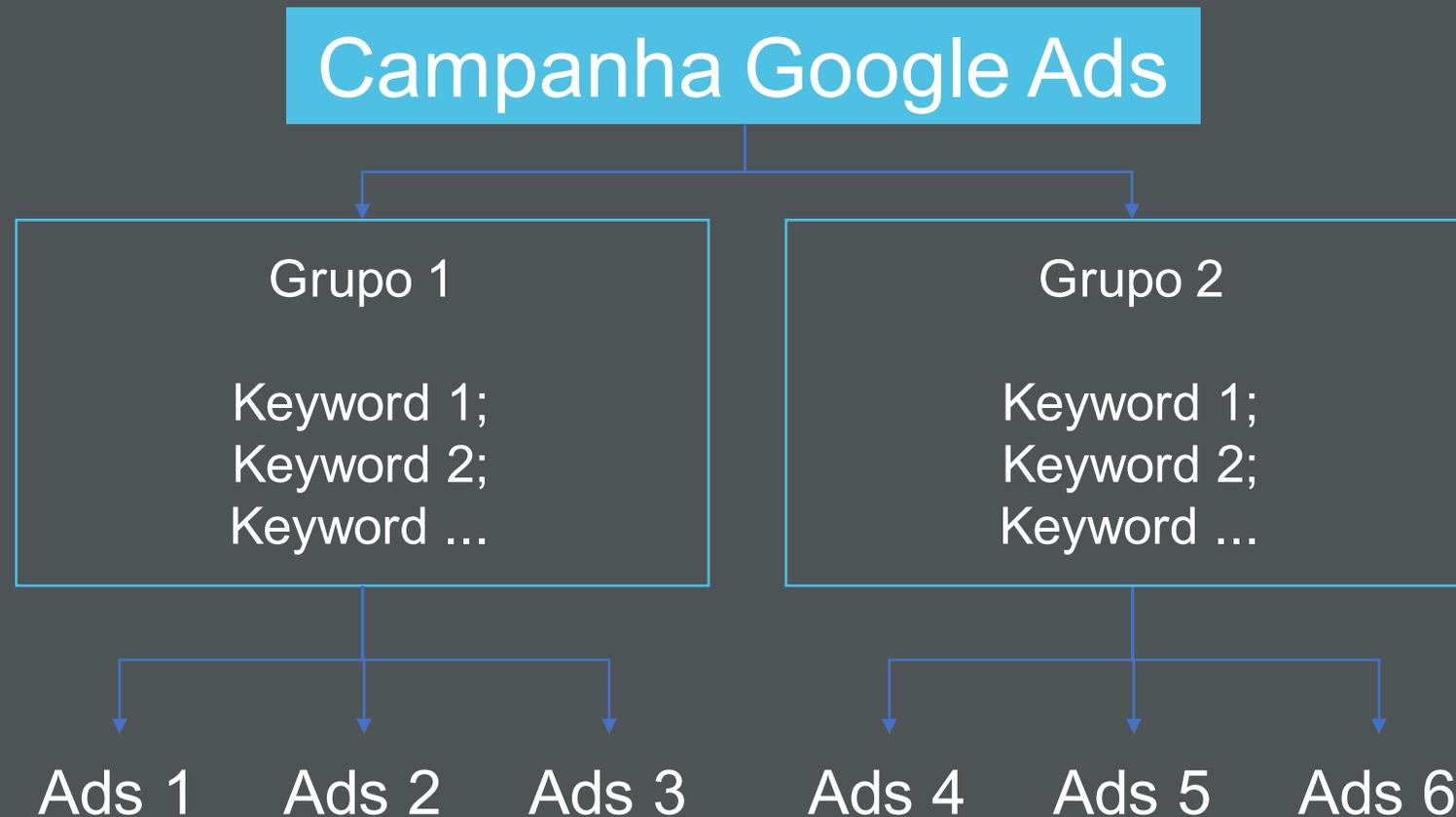
Google Ads

The image shows a screenshot of a Google search for the keyword "website". The search bar at the top contains the word "website" and the Google logo. Below the search bar, there are navigation tabs for "Todas", "Imagens", "Vídeos", "Notícias", "Maps", "Mais", "Configurações", and "Ferramentas". The search results show approximately 11.650.000.000 results in 0,43 seconds. The first result is an advertisement for Wix.com, titled "Criar Website Grátis - Wix.com". This advertisement is highlighted with a blue rounded rectangle. Below it is another advertisement for webnode.pt, titled "Crie um Website | Em 5 Minutos | webnode.pt". Further down, there are organic search results for "Log in — Website.com" and "Create Your Website for Free — Website.com".

Palavra Chave

PPC

Google Ads - Estrutura



Google Ads - Ranking

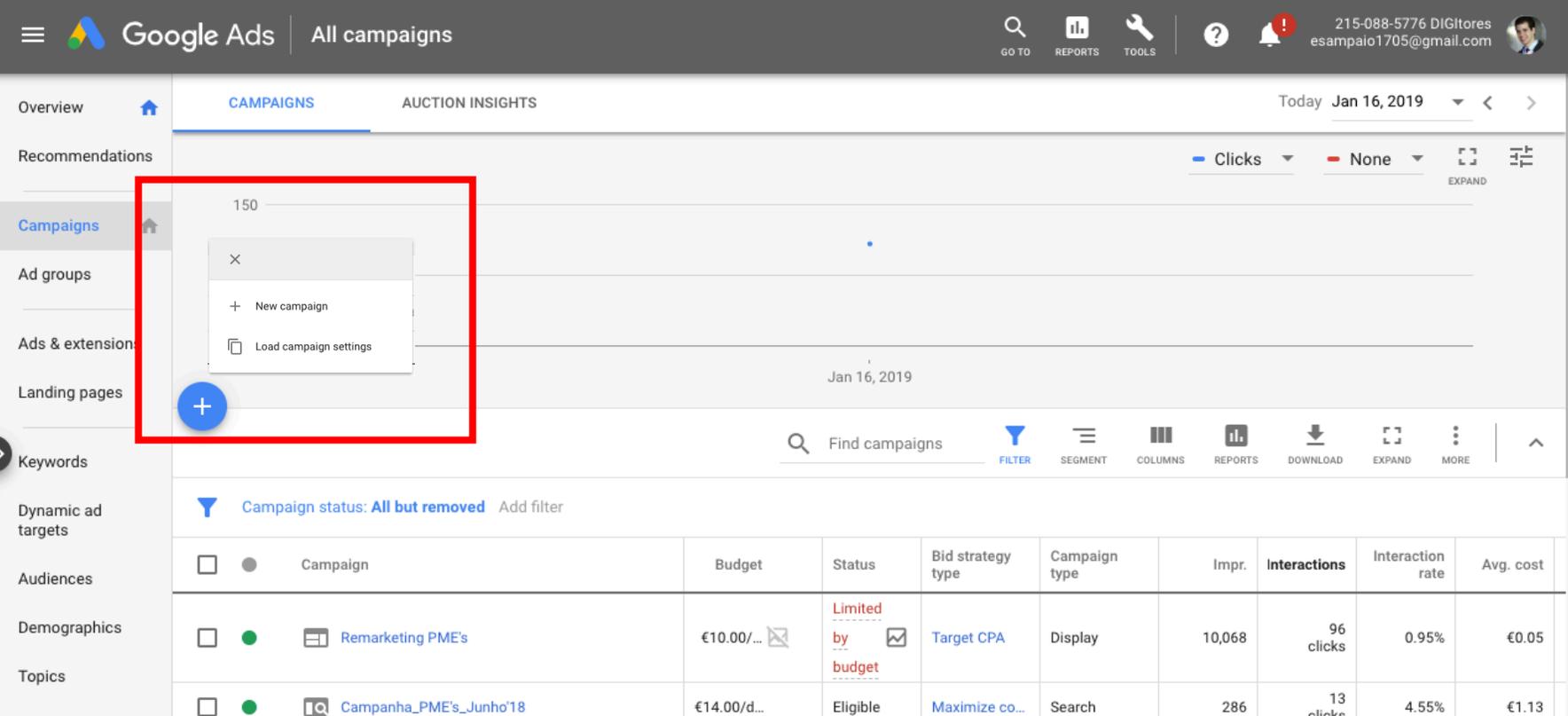
- **Ranking** = Custo-por-Clique X Índice Qualidade
- Para a Google o importante é que os anúncios exibidos sejam sempre relevantes para as buscas dos utilizadores.

Google Ads - Custo

- O custo é por clique;
- Define-se um orçamento diário. Uma vez esgotado este orçamento o anúncio deixa de ser exibido;
- Podemos definir o valor máximo que se deseja pagar por clique em cada palavra-chave;
- Um clique custa em média entre 0.5 e 2 Euros mas alguns anúncios podem custar até 20 Euros por clique;
- O custo por clique tem vindo a crescer, em parte por causa da cada vez maior utilização dos anúncios Ads.

Google Ads - Como Criar uma Campanha

- Aceder a <https://adwords.google.com/>
- Clicar em + -> Nova Campanha;

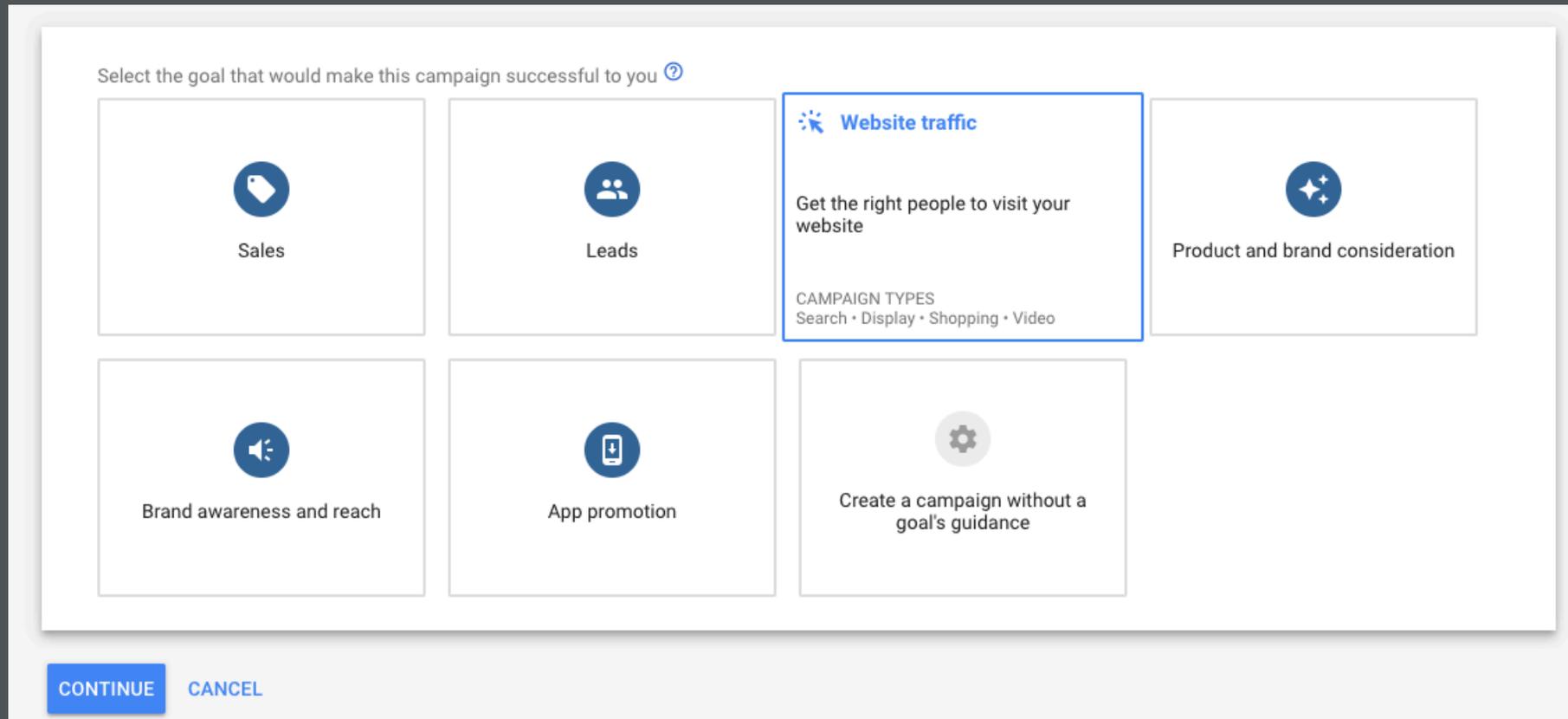


The screenshot shows the Google Ads interface for 'All campaigns'. The left sidebar contains navigation options: Overview, Recommendations, Campaigns, Ad groups, Ads & extensions, Landing pages, Keywords, Dynamic ad targets, Audiences, Demographics, and Topics. The 'Campaigns' option is selected. A red box highlights the blue '+' button in the 'Campaigns' section of the sidebar and the dropdown menu that appears, which contains the options '+ New campaign' and 'Load campaign settings'. The main content area shows a table of campaigns with columns for Campaign, Budget, Status, Bid strategy type, Campaign type, Impr., Interactions, Interaction rate, and Avg. cost. The table lists two campaigns: 'Remarketing PME's' and 'Campanha_PME's_Junho'18'.

Campaign	Budget	Status	Bid strategy type	Campaign type	Impr.	Interactions	Interaction rate	Avg. cost
Remarketing PME's	€10.00/...	Limited by budget	Target CPA	Display	10,068	96 clicks	0.95%	€0.05
Campanha_PME's_Junho'18	€14.00/d...	Eligible	Maximize co...	Search	286	13 clicks	4.55%	€1.13

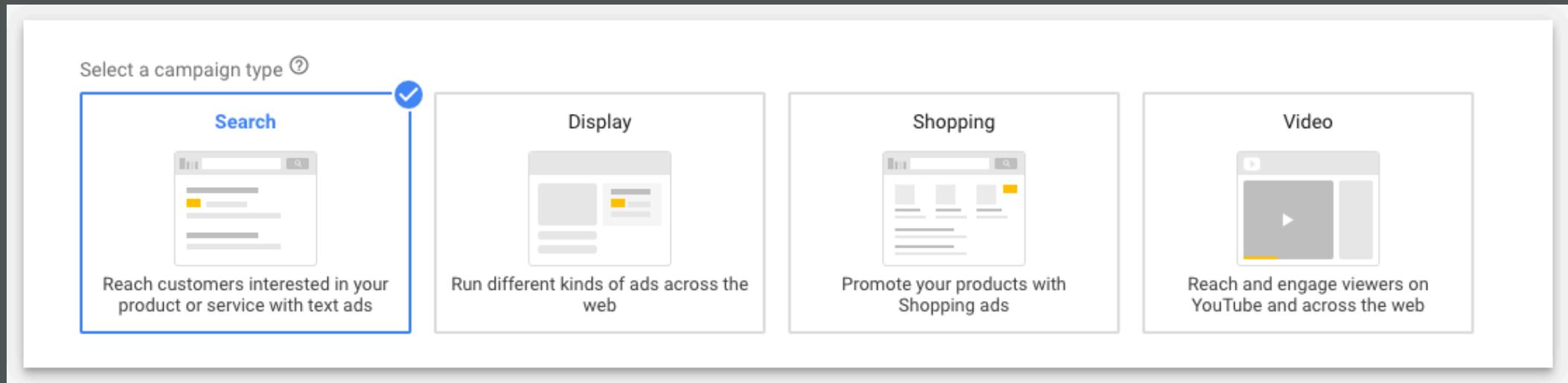
Google Ads - Como Criar uma Campanha

- Escolha o objetivo do Anúncio a ser criado.
- Nesse caso será "Tráfego para o Website";



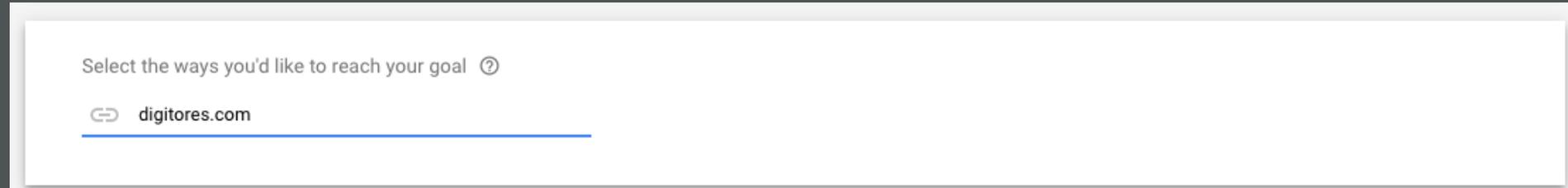
Google Ads - Como Criar uma Campanha

- Escolha o tipo de anúncio a ser utilizado;



Google Ads - Como Criar uma Campanha

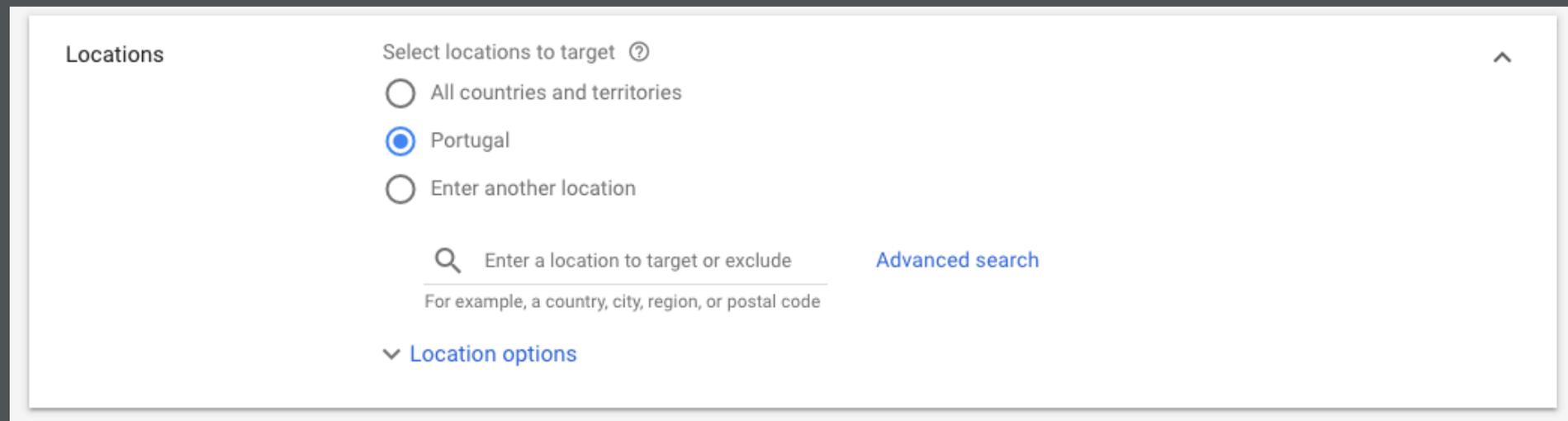
- Escolha o link do site de destino;



Select the ways you'd like to reach your goal ?

[digitores.com](#)

- Escolha a localização onde o anúncio será exibido;



Locations

Select locations to target ?

All countries and territories

Portugal

Enter another location

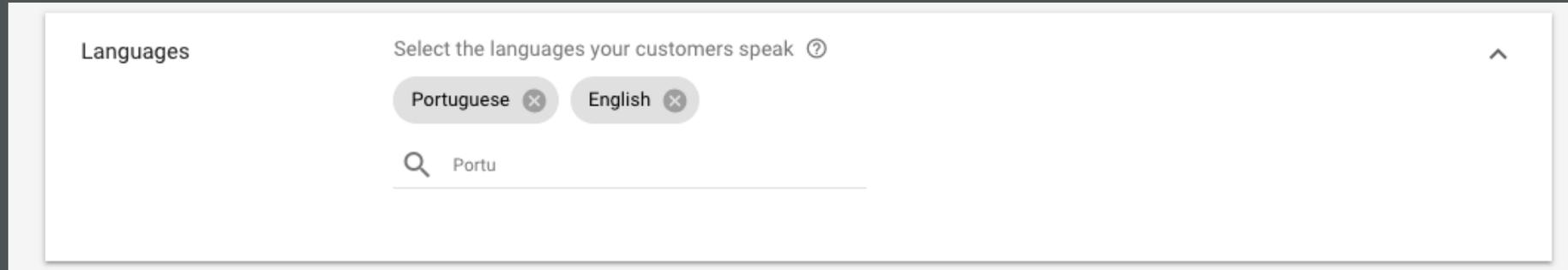
[Advanced search](#)

For example, a country, city, region, or postal code

▼ [Location options](#)

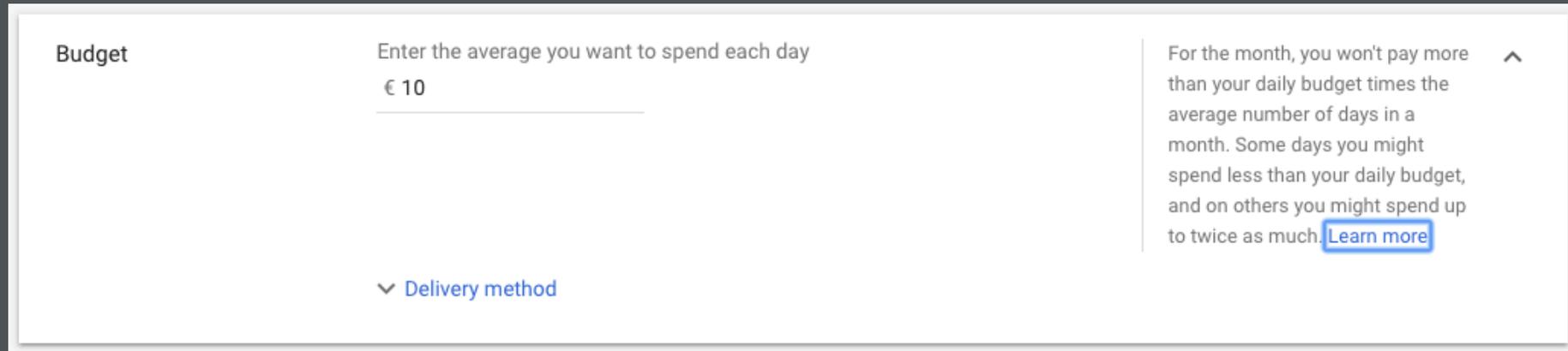
Google Ads - Como Criar uma Campanha

- Escolha em qual idioma o anúncio deverá ser exibido; (refere-se ao idioma do seu cliente);



The screenshot shows the 'Languages' section of the Google Ads setup. It has a title 'Languages' and a subtitle 'Select the languages your customers speak' with a help icon. Two buttons, 'Portuguese' and 'English', are selected and have an 'x' icon to remove them. Below is a search bar with a magnifying glass icon and the text 'Portu'.

- Configure o seu orçamento máximo diário (€ / dia);



The screenshot shows the 'Budget' section of the Google Ads setup. It has a title 'Budget' and a subtitle 'Enter the average you want to spend each day'. A text input field contains '€ 10'. To the right, there is a help text box that says: 'For the month, you won't pay more than your daily budget times the average number of days in a month. Some days you might spend less than your daily budget, and on others you might spend up to twice as much. [Learn more](#)'. At the bottom, there is a dropdown menu labeled 'Delivery method'.

Google Ads - Como Criar uma Campanha

- Estratégia de Leilão: Escolher o foco *Cliques*;

Bidding

What do you want to focus on? ⓘ

Cliques ▼

Recommended for your campaign

Maximum CPC bid limit (optional) ⓘ

€

Based on the selections, this campaign will use the **Maximize clicks** bid strategy ⓘ

[Select a bid strategy directly](#)

Cliques are when someone clicks on your ad. ^

[Learn more](#)

Google Ads - Como Criar uma Campanha

- Escolha as datas de início e fim (opcional) para a exibição dos anúncios;

Start and end dates	Start date: January 16, 2019 End date: Not set	▼
Audiences	Select audiences to add to your campaign	▼
Sitelink extensions	<u>Contacte-nos!</u> , <u>Serviços</u> (set at account level)	▼
Callout extensions	<u>Aumente a visibilidade</u> , <u>Fidelize clientes</u> , <u>Torne-se uma referência</u> , <u>Venda mais</u> (set at account level)	▼
Call extensions	<u>96 470 2484</u> (set at account level)	▼

Google Ads - Como Criar uma Campanha

- Escolha quais palavras chaves serão utilizadas em cada grupo de anúncios:

Ad group type ⓘ : Standard ▾

An ad group contains one or more ads and a set of related keywords. For best results, try to focus all the ads and keywords in an ad group on one product or service.

Ad group name
Ad group 1

marketing digital portugal
marketing automation
consultoria marketing
marketing digital o que é
what is digital marketing
digital marketing portugal

Match types help control which searches can trigger your ads
keyword = Broad match "keyword" = Phrase match [keyword] = Exact match [Learn more](#)

+ NEW AD GROUP ▾

SAVE AND CONTINUE CANCEL

Get keyword ideas

1 [digitores.com](#)

2 Enter your product or service

Keywords	Monthly searches
+ o marketing	20
+ seo marketing digital	20
+ digital marketing marketing	10
+ marketing digital plan	10

ADD ALL IDEAS

1. Escolher o Website de destino;
2. Inserir o serviço ou produto;
3. Selecionar as palavras de acordo com o volume de buscas;

Google Ads - Como Criar uma Campanha

- Preencher os itens que estarão visíveis no anúncio; (*Criatividade!*)

1. Final URL;
2. Título 1;
3. Título 2;
4. Título 3;
5. Descrição 1;
6. Descrição 2.

The image shows the Google Ads 'New text ad' creation interface. On the left is the form with the following fields and values:

- Final URL: **1** https://digitores.com
- Headline 1: **2** Marketing Digital
- Headline 2: **3** DIGitores
- Headline 3: **4** Venda mais através da internet
- Display path: www.digitores.com / Path 1 / Path 2
- Description 1: **5** Consiga mais clientes para crescer o seu negócio.
- Description 2: **6** Melhore a visibilidade do seu negócio.

On the right is a mobile preview of the ad. The ad content is:

- Headline: **2** Marketing Digital | **3** DIGitores | **4** Venda mais através da internet
- Text: **1** Ad **www.digitores.com** **6**
- Description: **5** Consiga mais clientes para crescer o seu negócio. Melhore a visibilidade do seu negócio. Aumente a visibilidade. Venda mais. Fidelize clientes. Torne-se uma referência. Serviços: Gestão de AdWords, Anúncios em Redes Social...
- Call to Action: **Contacte-nos!**
- Services: **Serviços**
- Contact Info: **Call 96 470 2484**

At the bottom of the preview, there is a note: "Your ad might not always include all your text. Some shortening may also occur in some formats. You can make sure certain text appears in your ad. [Learn more](#)"

Facebook Ads

- Anúncios para 1600 Milhões de Utilizadores do Facebook.
- Segmentação:
 - Localização;
 - Faixa Etária;
 - Interesses;
 - Comportamentos
- Atração de potenciais clientes que ainda estão em estágios iniciais de preparação e interesse para a compra.

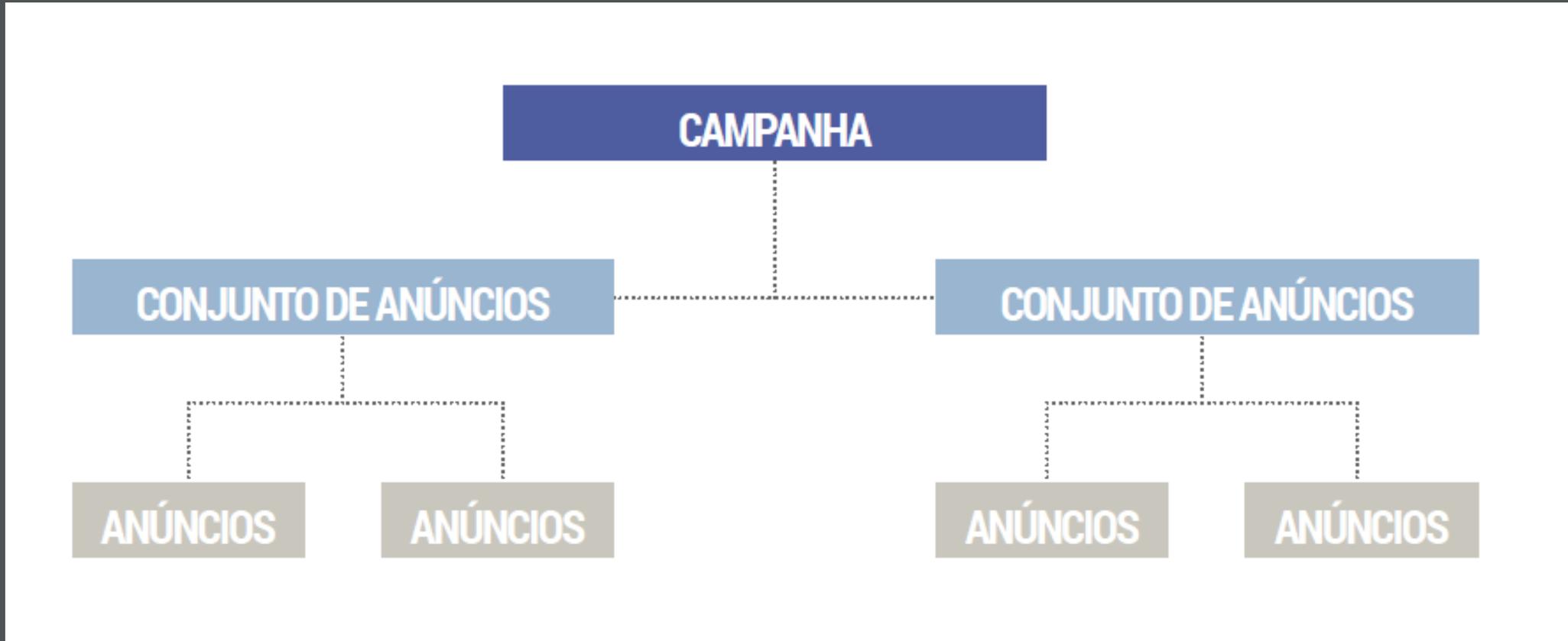
Facebook Ads

O Post Patrocinado é exibido na cronologia do utilizador.



The image shows a screenshot of a Facebook sponsored post. At the top left, there is a circular profile picture of DIGitores, followed by the name 'DIGitores' and the text 'Patrocinado' with a small globe icon. Below this, the main text of the post reads: 'Se as suas campanhas de publicidade online não lhe trazem os clientes certos, está na hora de mudar.' followed by a lightbulb icon and 'Quer saber como começar a aumentar as suas vendas? Contacte-nos!'. The central image features a laptop on the left and the DIGitores logo on the right. Below the logo, it says 'Aumente as vendas da sua empresa com Campanhas de Publicidade Online'. At the bottom of the post, it shows 'DIGITORES.COM', 'Serviços de Marketing Digital | DIGitores', and a 'Salva mais' button. Below that, it indicates 'Mais clientes, mais e melhores resultados, mais alcance...'. At the very bottom, it shows 'Cristina Leite e outras 2 pessoas' and three interaction buttons: 'Curtir', 'Comentar', and 'Compartilhar'.

Facebook Ads



Facebook Ads – Criação de Anúncios

- Aceder a <https://business.facebook.com/>
- Clicar em ”+ Criar”;

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. At the top, there's a navigation bar with 'DIGItores' and 'Atualizado agora mesmo'. Below that, a search bar and filter options are visible. The main content area is divided into tabs: 'Visão geral da conta', 'Campanhas' (selected), 'Conjuntos de anúncios', and 'Anúncios'. A red box highlights the '+ Criar' button in the 'Campanhas' tab. Below the tabs, there's a table of campaigns with columns for 'Nome da campanha', 'Veiculação', 'Orçamento', 'Resultados', 'Alcance', 'Impressões', 'Custo por resultado', and 'Valor gasto'.

	Nome da campanha	Veiculação	Orçamento	Resultados	Alcance	Impressões	Custo por resultado	Valor gasto
<input type="checkbox"/>	PME's	● Ativo	Usando orç...	891 Cliques no li...	62.479	109.981	€ 0,08 Por clique no...	€ 70,00
<input type="checkbox"/>	Recrutamento Fev/2018	● Não está em veiculação Conjuntos de anúncios inati	Usando orç...	— Cadastro co...	—	—	— Por Concluir ...	€ 0,00

Facebook Ads – Criação de Anúncios

- Escolher um Objetivo para a Campanha;
- Neste caso utilizaremos "Tráfego";

Qual é o seu objetivo de marketing? [Ajuda: Escolher um objetivo](#)

Reconhecimento	Consideração	Conversão
 Reconhecimento da marca	<input checked="" type="checkbox"/> Tráfego	 Conversões
 Alcance	 Envolvimento	 Vendas do catálogo
	 Instalações do aplicativo	 Visitas ao estabelecimento
	 Visualizações do vídeo	
	 Conversão de leads	

Facebook Ads – Criação de Anúncios

- Definir o Público Alvo da campanha;

Público
Defina quem você quer que veja seus anúncios. Saiba mais.

[Criar novo](#) Usar um público salvo ▼

Públicos Personalizados Adicione um Público Semelhante ou Personalizado criado anteriormente
Excluir Criar novo ▼

Localização ① **Todos nesta localização** ▼
Portugal
Portugal
Incluir ▼ Digite para adicionar mais localização... Procurar
Adicionar localizações em massa

Idade ① 18 ▼ - 65+ ▼

Gênero ① **Todos** Homens Mulheres

Idiomas ① Insira um idioma...

Direcionamento ① **INCLUIR** pessoas que correspondam a pelo menos UM dos critérios a seguir ①
Adicione dados demográficos, interesses ou ... | Sugestões | Procurar
detalhado ① Excluir pessoas

Expandir interesses quando isso puder melhorar o desempenho por um custo mais baixo por resultado. ①

Conexões ① Adicione um tipo de conexão ▼

Facebook Ads – Criação de Anúncios

- Definir um orçamento diário e uma programação (duração da campanha);

Orçamento e programação
Defina quanto você gostaria de gastar e quando gostaria que seus anúncios fossem exibidos.

Orçamento ⓘ **Orçamento diário** ▼ € 20,00
€ 20,00 EUR

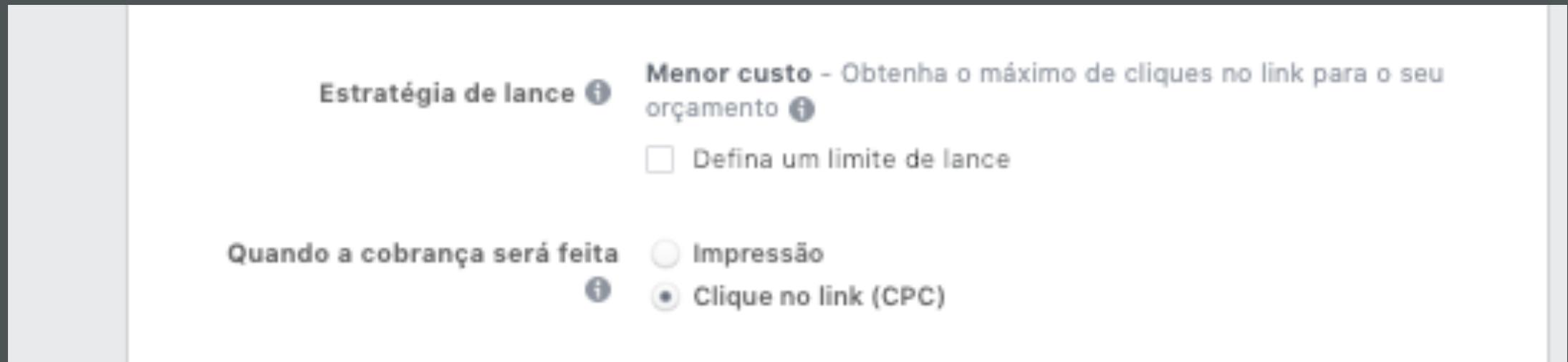
O valor real gasto diariamente pode variar. ⓘ

Programação ⓘ Veicular meu conjunto de anúncios continuamente a partir de hoje
 Definir uma data de início e de término

Você não gastará mais do que € 140,00 por semana.

Facebook Ads – Criação de Anúncios

- Escolher uma Estratégia de Lances;
- Escolher o momento de cobrança;



The image shows a screenshot of the Facebook Ads interface. It displays two main sections: 'Estratégia de lance' and 'Quando a cobrança será feita'. The 'Estratégia de lance' section is set to 'Menor custo' (Lowest cost) with a description: 'Obtenha o máximo de cliques no link para o seu orçamento'. There is an unchecked checkbox for 'Defina um limite de lance'. The 'Quando a cobrança será feita' section has two radio button options: 'Impressão' (unselected) and 'Clique no link (CPC)' (selected).

Estratégia de lance ⓘ **Menor custo** - Obtenha o máximo de cliques no link para o seu orçamento ⓘ

Defina um limite de lance

Quando a cobrança será feita ⓘ

Impressão

Clique no link (CPC)

Facebook Ads – Criação de Anúncios

- Escolher o formato do Anúncio;

Formato
Escolha a aparência do seu anúncio.

<input type="radio"/>  Carrossel Crie um anúncio com 2 ou mais imagens ou vídeos roláveis	<input checked="" type="radio"/>  Imagem única Crie um anúncio com uma imagem	<input type="radio"/>  Vídeo único Crie um anúncio com um vídeo ou transforme imagens em um vídeo	<input type="radio"/>  Apresentação multimídia Crie um anúncio de vídeo em loop com até 10 imagens	<input type="radio"/>  Coleção Exiba uma coleção de itens que são abertos em uma experiência móvel em tela cheia. Saiba mais.
--	---	--	---	---

Facebook Ads – Criação de Anúncios

- Preencher os demais campos do anúncio;
 1. Texto;
 2. Imagem;
 3. Link (para onde o utilizador é direcionado);
 4. Título;
 5. Descrição.
- Clicar em "CONFIRMAR".



comércio**digital**

Monitorização

Fábrica de
STARTUPS



O que é monitorizar?

mo·ni·to·ri·zar
(*monitor + -izar*)

1. Acompanhar por meio de monitor.
2. Dotar de monitores.
3. Fazer vigilância e acompanhamento de.
= SUPERVISIONAR
4. Acompanhar como monitor.

"*monitorização*", in Dicionário Priberam da Língua Portuguesa

Como gerar tráfego para o website?

1. Mecanismos de Pesquisas;
2. Redes Sociais;
3. Blogs;
4. SEO;
5. Anúncios Digitais;
6. Email Marketing.

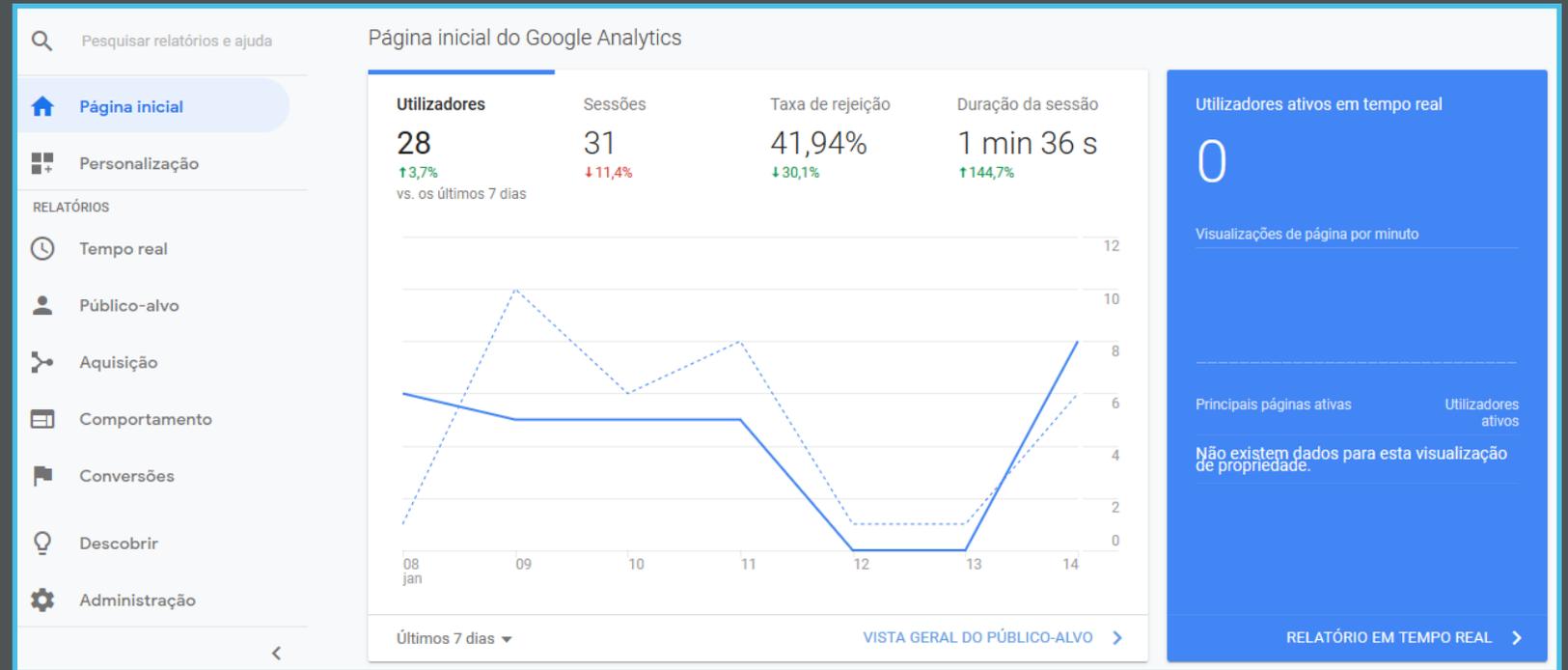
**Qual é o resultado
dos esforços
realizados?**

Esforços para gerar tráfego

1. Quais canais trouxeram mais clientes?
2. Em qual fase do Funil os leads estão a abandonar o Ecommerce?
3. Quanto precisamos investir para duplicar as vendas?
4. Quanto custa cada cliente?
5. Quanto é o ticket médio do nosso Ecommerce?

O que é o Google Analytics?

- Ferramenta Gratuita;
- Simples de Utilizar;
- Monitoramento em tempo real;
- Através do Google Analytics é possível aceder a gráficos e tabelas com informações detalhadas sobre os seus utilizadores, origem e fonte de tráfego, etc.



Como funciona o Google Analytics?

- Através da inserção de um código de acompanhamento no website / Ecommerce que iremos monitorar;

```
<!-- Google Analytics -->
<script>
(function(i,s,o,g,r,a,m){i['GoogleAnalyticsObject']=r;i[r]=i[r]||function(){
(i[r].q=i[r].q||[]).push(arguments)},i[r].l=1*new Date();a=s.createElement(o),
m=s.getElementsByTagName(o)[0];a.async=1;a.src=g;m.parentNode.insertBefore(a,m)
})(window,document,'script','https://www.google-analytics.com/analytics.js','ga');

ga('create', 'UA-XXXXX-Y', 'auto');
ga('send', 'pageview');
</script>
<!-- End Google Analytics -->
```

Google Analytics - Dimensões e Métricas

Dimensões: são atributos dos dados e não podem ser contabilizados, como por exemplo “Cidade”.

Métricas: são medidas quantitativas, como por exemplo “Sessões” ou “Páginas/sessão”.

DIMENSÃO	MÉTRICA	MÉTRICA
Cidade	Sessões	Páginas/sessão
São Francisco	5000	3,74
Berlim	4000	4,55

Google Analytics - Principais Dimensões e Métricas

Dimensões

- Idade
- Género
- Tipo de Tráfego
- Meio
- Origem
- Origem/Meio
- Dia da Semana
- Dia do Mês
- Página
- Página de Destino
- País
- Cidade

Métricas

- Sessões
- Utilizadores
- Visualizações de Página
- Páginas/Sessão
- % Novas Sessões
- Taxa de Rejeições
- Duração Média da Sessão

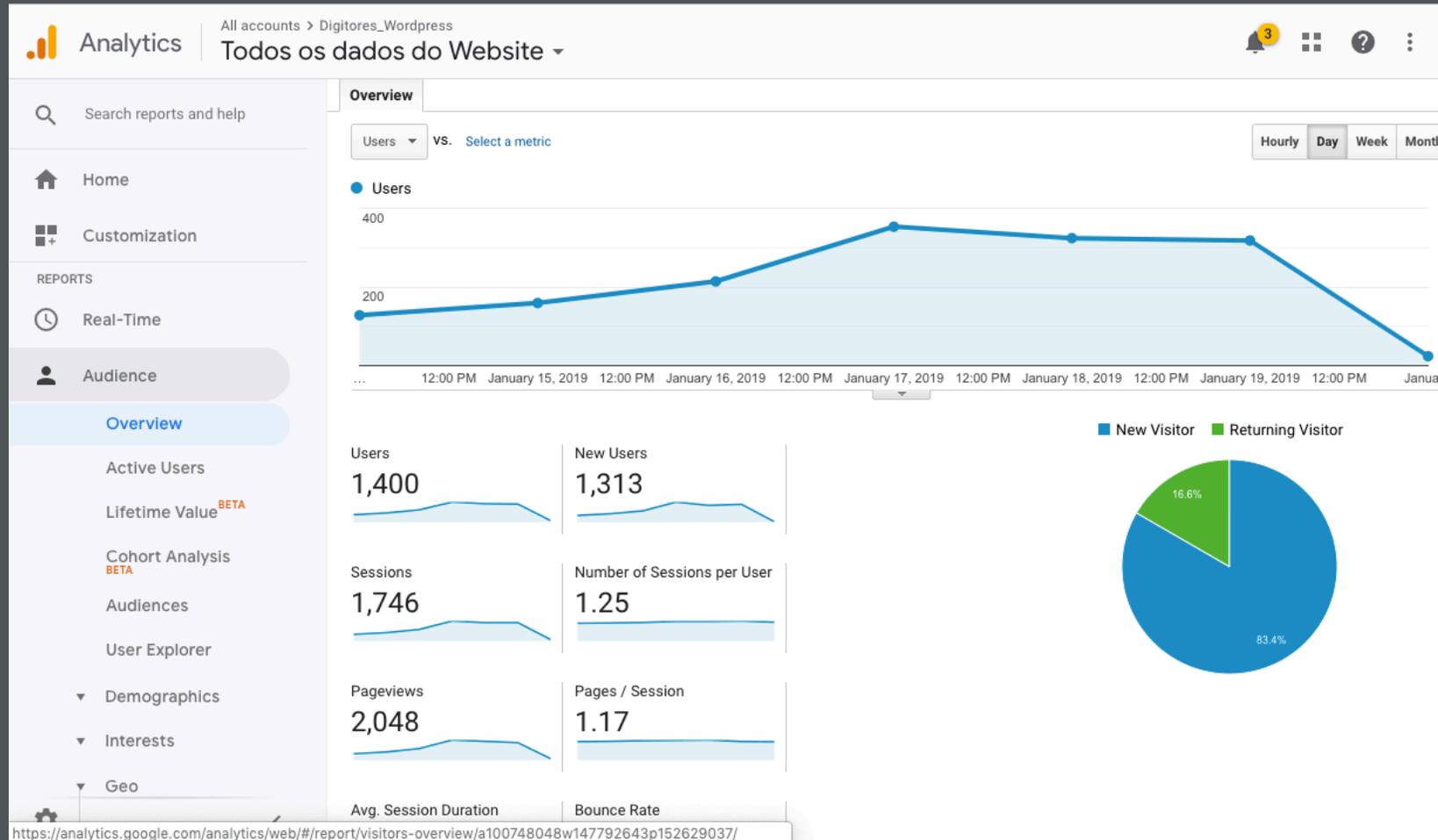


Google Analytics - Exemplo

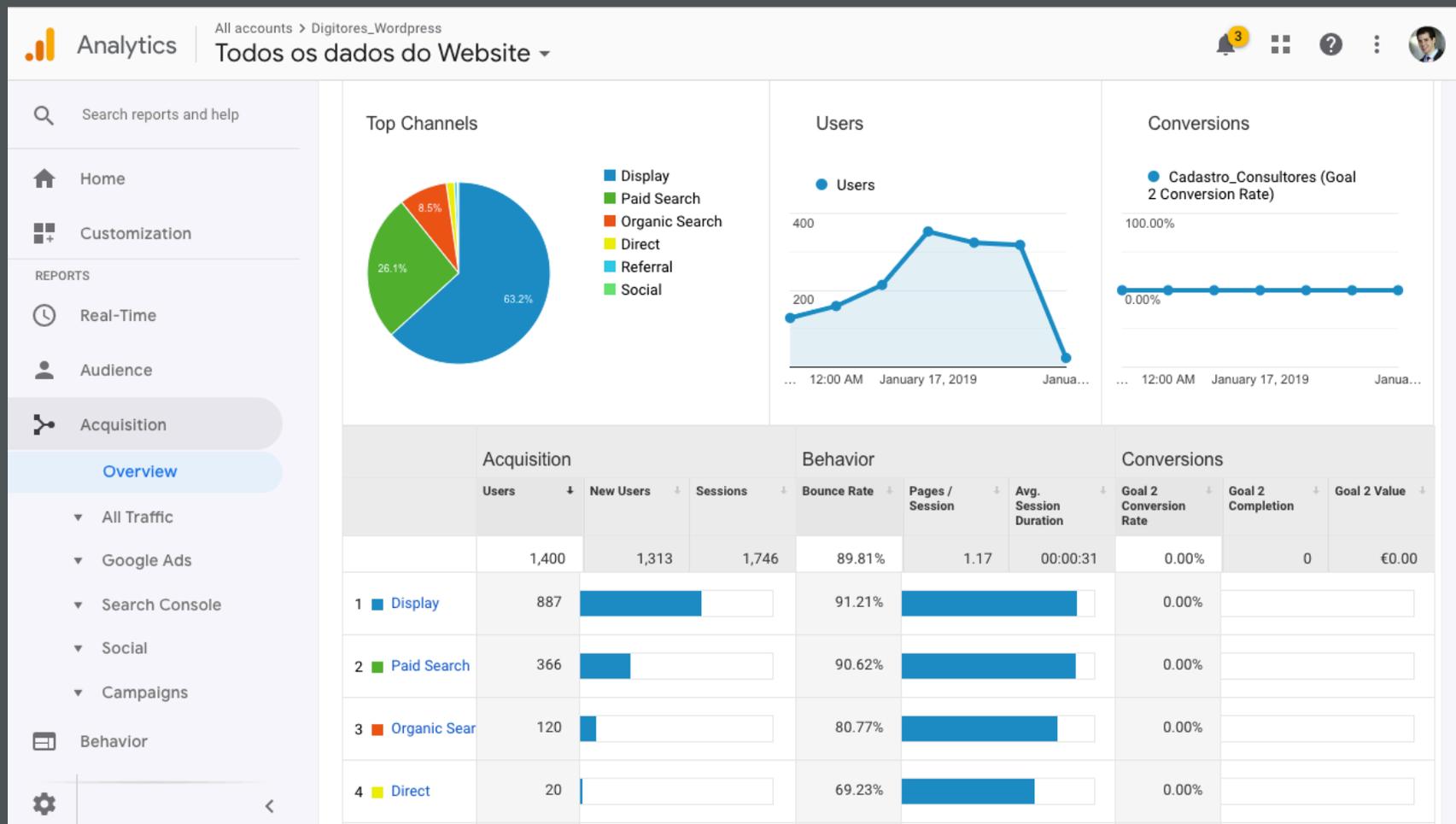
- Realizar 10 vendas por mês;
- Vender 10.000 € por semana;
- Gerar 200 novos leads por mês;
- Manter a taxa de conversão em 10%;

Como representá-los no Google Analytics?

Google Analytics - Público-Alvo: Visão Geral



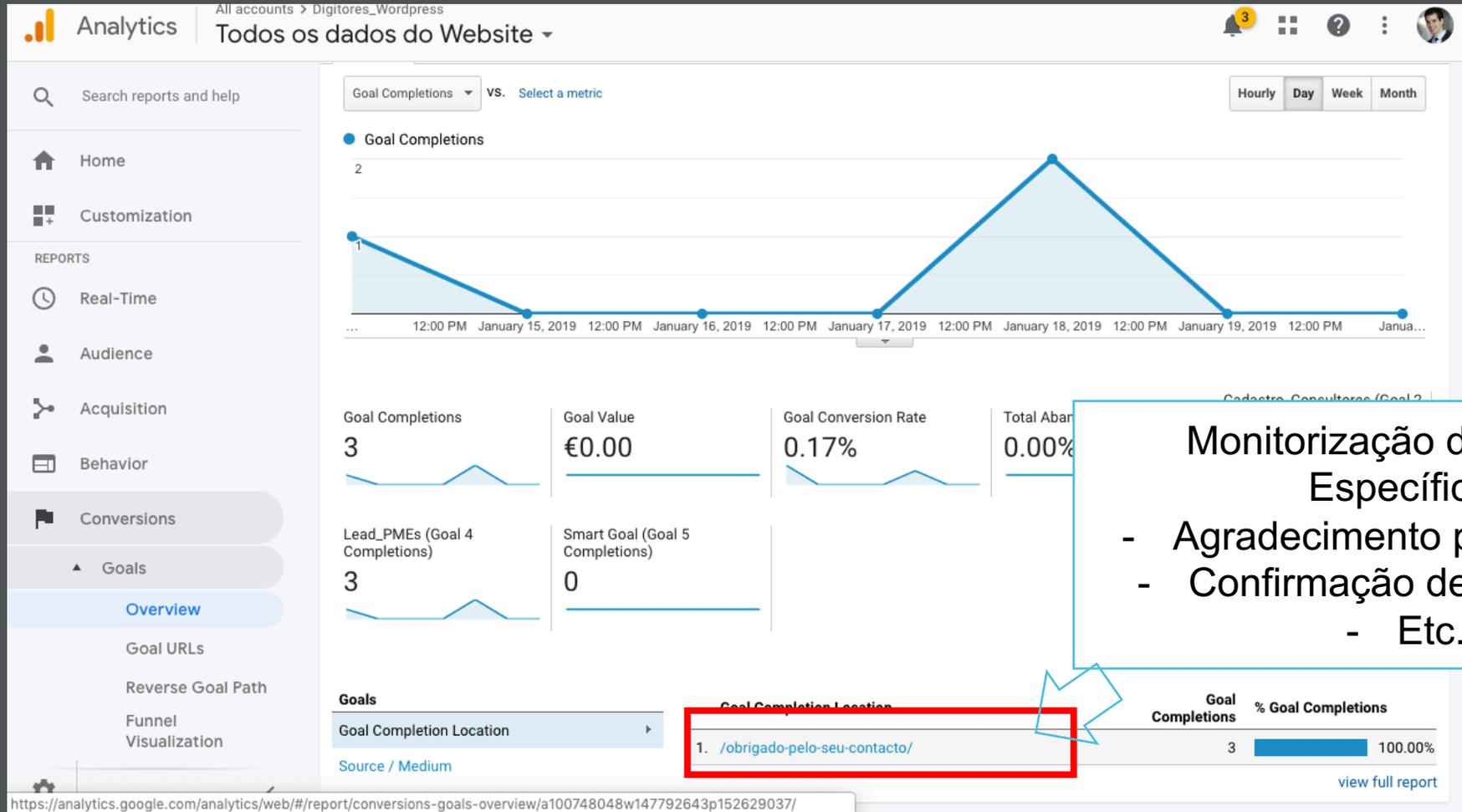
Google Analytics - Aquisição: Visão Geral



Google Analytics - Comportamento: Visão Geral



Google Analytics - Conversões / Objetivos: Visão Geral



Monitorização de Páginas Específicas:

- Agradecimento pelo Contacto;
- Confirmação de Pagamento;
- Etc...

Google Analytics - Exemplos de Objetivos

- Número de Visitantes;
- Número de Leads;
- % de Conversão de Leads;
- Quantos visitantes escolheram produtos?
- Quantos visitantes ficaram mais de 3 min no site?
- Qual o percentual de clientes confirmou a compra? (Pagamento).

Google Analytics - Relatórios

Purchase Completed

This Goal was completed in 456 sessions | 26.42% funnel conversion rate

