



guia para blasts na rede de display

mar 2012

o passo-a-passo do blast

- 1 o que é?
- 2 objetivos
- 3 segmentações
- 4 calculadora
- 5 configuração
- 6 ferramentas úteis

o que é?

ação de alto impacto via adwords

o blast é um ação na rede de display do google com alto volume de impressões e cliques num curto período

- **configuração:**
 - através do adwords
- **data / duração:**
 - personalizável
 - para um impacto relevante, é recomendada uma ação de 1 a 5 dias
- **investimento:**
 - personalizável
 - para alto impacto, recomendamos valores superiores a R\$ 20 mil/dia
- **formatos:**
 - anúncios de texto
 - anúncios gráficos
- **segmentações:**
 - todas as disponíveis no adwords



objetivos

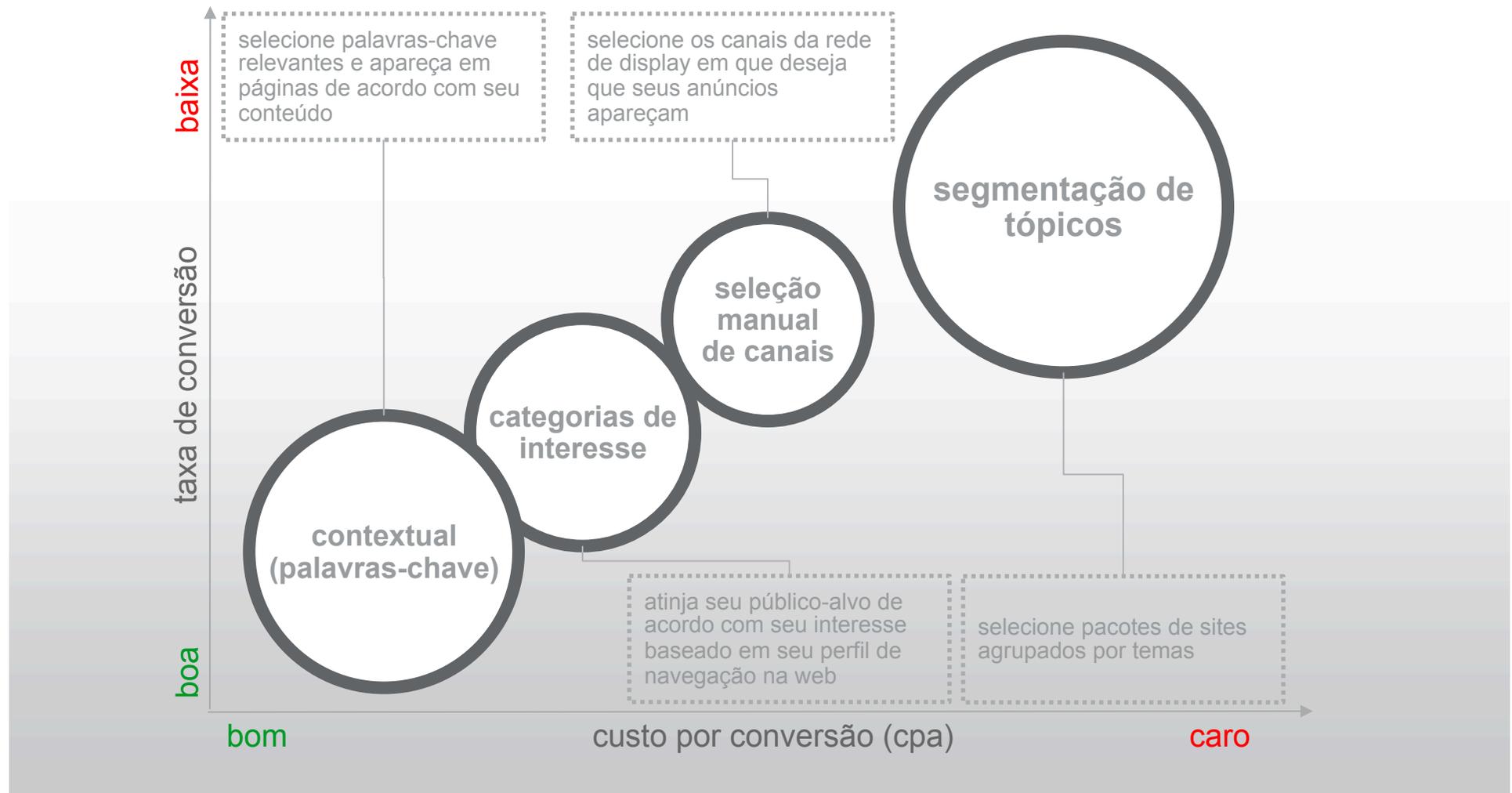
selecione o tipo de lance de acordo com seu objetivo



- **cpc** – pague pelos cliques recebidos por seus anúncios
 - indicado para os objetivos de:
 - tráfego
 - vendas/leads
 - tráfego de novos usuários
- **cpm** – pague pelas vezes que seu anúncio for exibido
 - indicado para os objetivos de:
 - reconhecimento de marca
 - exposição de marca
 - a mensagem já está no anúncio

segmentações

selecione a melhor segmentação de acordo com seu objetivo



calculadora

estime os resultados da sua ação

- use o histórico de suas campanhas para estimar resultados de impressões, cliques, conversões e receita de sua campanha.



Instruções de uso

- 1) Preencha os campos em branco da tabela com as informações da sua campanha.
- 2) Selecione o tipo de lance (CPC ou CPM) na célula D16.
- 3) Em caso de dúvidas, passe o mouse sobre os títulos dos campos para obter instruções.
- 4) Referência de resultados de Blasts
- CTR: 0.10%

* Todos os valores podem variar de acordo com segmentações, variáveis da campanha, site e concorrência.

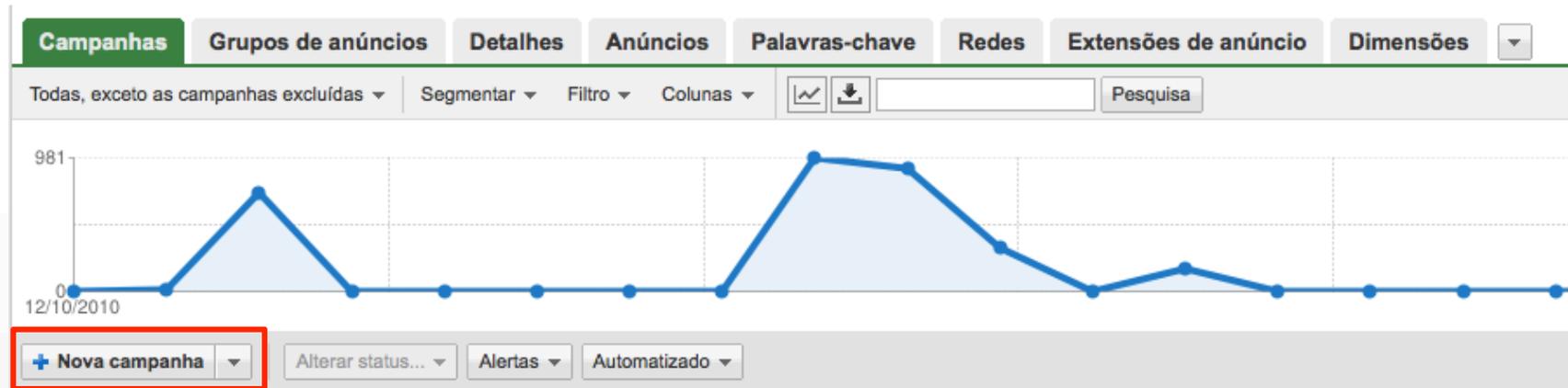
| Estimativas de Impacto | | | | | | | Estimativas de Vendas | | | | |
|----------------------------------|------------------|----------------|--------------|---------------|-------------------|-------------------|-----------------------|---------------|-------------------|-------------|--|
| Selecione abaixo o tipo de lance | | | | | | | | | | | |
| Campanha | Investimento | CPC | CTR | Cliques | Impressões | Taxa de Conversão | Conversões | Tíquete Médio | Receita | ROI | |
| TVs | \$ 7,000 | \$ 1.00 | 0.10% | 7,000 | 7,000,000 | 1.00% | 70 | \$ 1,000 | \$ 70,000 | 10.00 | |
| Eletrodomésticos | \$ 7,000 | \$ 0.90 | 0.10% | 7,778 | 7,777,778 | 1.00% | 78 | \$ 300 | \$ 23,333 | 3.33 | |
| Notebooks | \$ 6,000 | \$ 1.10 | 0.10% | 5,455 | 5,454,545 | 1.00% | 55 | \$ 1,500 | \$ 81,818 | 13.64 | |
| | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | |
| Total | \$ 20,000 | \$ 0.99 | 0.10% | 20,232 | 20,232,323 | 1.00% | 202 | \$ 866 | \$ 175,152 | 8.76 | |



configuração

crie uma nova campanha de display

1) crie uma nova campanha



2) selecione a rede de display

Redes e dispositivos

Redes [?] Todos os sites disponíveis (Recomendado para novos anunciantes)
 Deixe-me escolher...

Pesquisa Pesquisa do Google
 Parceiros de pesquisa (requer a pesquisa do Google)

Exibir Rede de Display [?]

- Alcance amplo: exibir anúncios em páginas que correspondem a meu método de segmentação principal [?]
Exemplo: exibir anúncios somente se as palavras-chave corresponderem
- Alcance específico: exibir os anúncios apenas em páginas que correspondem a todos os meus métodos de segmentação [?]
Exemplo: exibir anúncios somente se as palavras-chave e os canais forem correspondentes

Seus anúncios não serão exibidos na Pesquisa do Google nem nos parceiros de pesquisa.

configuração

configure lances e método de entrega

- 3) selecione o tipo de lance que deseja usar (cpc ou cpm)
- 4) como o blast tem curta duração, use lances agressivos para garantir a entrega
- 5) use método de entrega acelerado

Lance e orçamento

Opção de lance [?](#) [Opções básicas](#) | [Opções avançadas](#)

Foco em **cliques** - usar lances máximos de CPC

Definirei manualmente meus lances para cliques

 Você definirá seus lances máximos de CPC (cost-per-click ou custo por clique) na próxima etapa.

O Google AdWords definirá meus lances para ajudar a maximizar os cliques dentro de meu orçamento-alvo

CPC otimizado [?](#)

Usar meus dados de acompanhamento de conversões e lances para otimizar as conversões
O CPC (custo por clique) otimizado aumentará ou diminuirá seu lance de CPC máximo em cada leilão para melhorar seu retorno do investimento.

Foco em **conversões** (Otimizador de conversões) - uso de lances de CPA
Não disponível porque esta campanha não tem dados de conversão.

Enfoque em **impressões** - usar lances máximos de CPM

Lance padrão [?](#) R\$ **4**

Este lance aplica-se ao primeiro grupo de anúncios desta campanha, o qual você criará na próxima etapa.

Orçamento [?](#) R\$ por dia
O gasto diário real pode variar. [?](#)

Método de exibição (avançado)

Método de exibição [?](#) Padrão: exibir anúncios uniformemente com o tempo **5**
 Acelerado: mostra os anúncios o mais rápido possível

configuração

configure limite de frequência e agende a ativação

6) (opcional) selecione limite de frequência para campanhas com lance por CPM – evite exibir repetitivamente para o mesmo usuário.

Configurações avançadas

⊕ Programação: data de início, data de término, programação de anúncios

⊖ Exibição de anúncios: rotação de anúncios, limite de frequência

Rotação de anúncios ? **Otimize para cliques: exiba os anúncios esperados para fornecer mais cliques** [Editar](#)

Limite de frequência ?
Apenas na Rede de Display

Nenhum limite de impressões

5 impressões por dia para essa campanha

Salvar

Cancelar

7) defina a data de início e término da campanha

importante - evite deixar a campanha pausada para ativá-la manualmente. isso atrasa a distribuição dos anúncios na rede de display e pode retardar o início da campanha.

Configurações avançadas

⊖ Programação: data de início, data de término, programação de anúncios

Data de início

Data de término Nenhum

configuração

selecione a segmentação desejada

8) crie os grupos de anúncio e defina as segmentações que deseja usar (palavras-chave, redes, público-alvo categorias de interesse ou tópicos).

Todos, exceto os públicos-alvo excluídos ▾ Filtro ▾ Colunas ▾

Saiba como [interpretar resultados](#) quando você segmentar públicos-alvo ou tópicos juntamente com canais. [Visualizar histórico de alterações](#)

14/03/2012 0 Cliques 14/03/2012

[+ Adicionar públicos-alvo](#) [Alterar status...](#) [Editar](#) [Copiar...](#)

| <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Público-alvo | Campanha | Grupo de anúncios | Status | CPC máx. |
|--------------------------------|-------------------------------------|---------------------------------|----------|------------------------|------------------|----------|
| <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Notícias | Display | Grupo de anúncios N° 1 | Campanha pausada | US\$0,00 |
| <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Compras | Display | Grupo de anúncios N° 1 | Campanha pausada | US\$0,00 |
| <input type="checkbox"/> | <input checked="" type="checkbox"/> | Condicionamento físico e beleza | Display | Grupo de anúncios N° 1 | Campanha pausada | US\$0,00 |
| Total - Rede de Display | | | | | | |

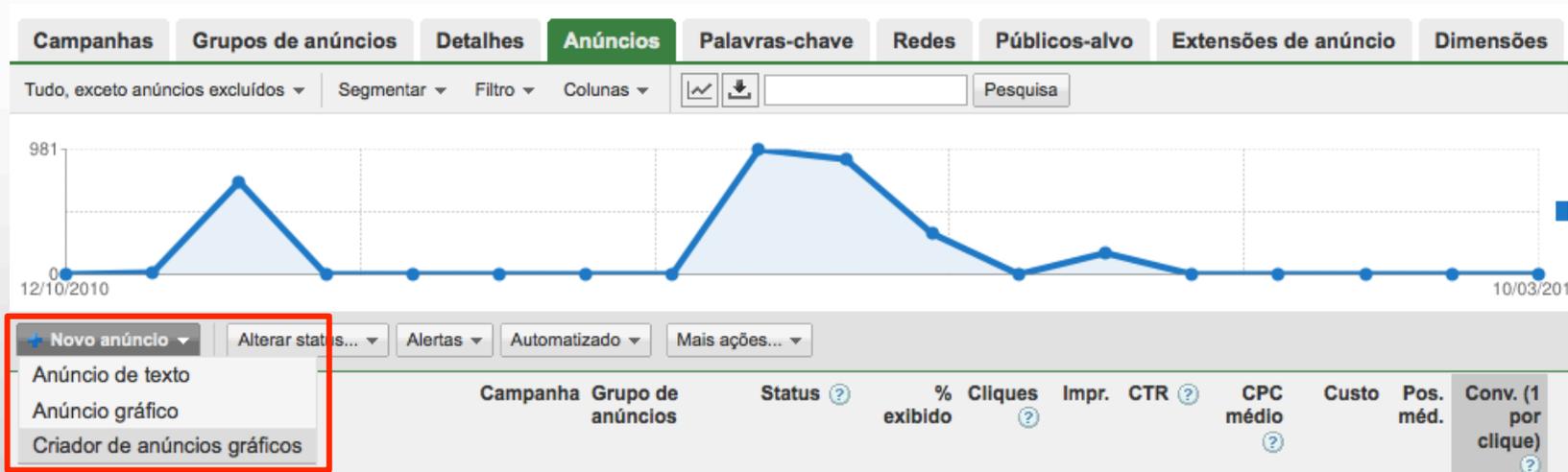
Mostrar linhas: 50 1 - 3 de 3

configuração

use diferentes formatos de anúncios

9) use anúncios gráficos e de texto para garantir maior cobertura

- **comunicação** - use anúncios atrativos e de alto impacto (call-to-action forte, ofertas, descontos e benefícios tendem a funcionar bem).
- **criador de anúncios gráficos** – não deixe que a criação de peças seja um limitador para sua ação. crie banners com mensagens personalizadas, imagens e logos dentro do próprio adwords.



configuração

apareça onde quiser

10) (opcional) exclusões

- **categorias ou sites indesejados** – exclua da sua campanha categorias, sites específicos ou páginas de acordo com seu conteúdo ou pertencentes a determinadas categorias. para campanhas por cpm, exclua a categoria 'abaixo da dobra'.
- **distribuição entre canais** – para é evitar a concentração de entrega e investimento em sites de grande inventário como orkut e youtube, é possível separá-los em diferentes campanhas e excluí-los de campanhas que rodarão nos demais sites da rede de display.
- **novos usuários** - caso a campanha tenha como objetivo atingir novos usuários, existe a opção de não impactar usuários da suas listas de remarketing.

| Campanhas | Grupos de anúncios | Detalhes | Anúncios | Palavras-chave | Redes | Públicos-alvo | Extensões de anúncio | Dimensões | Tópicos | | |
|--|--------------------------------|----------|----------|----------------|--------------|-----------------|----------------------|----------------------|------------------------------|-----------------------------|-------------------|
| Todos, exceto canais gerenciados excluídos | | | | | | | | | | | |
| Segmentar Filtro Colunas | | | | | | | | | | | |
| | | | Cliques | Impr. | CTR | CPC médio | Custo | Conv. (1 por clique) | Custo/conv. (uma por clique) | Taxa conv. (uma por clique) | Conv. de exibição |
| Pesquisa | | | | | | | | | | | |
| | | | 0 | 0 | 0,00% | US\$0,00 | US\$0,00 | 0 | US\$0,00 | 0,00% | 0 |
| | Pesquisa do Google | | 0 | 0 | 0,00% | US\$0,00 | US\$0,00 | 0 | US\$0,00 | 0,00% | 0 |
| | Parceiros de pesquisa | | 0 | 0 | 0,00% | US\$0,00 | US\$0,00 | 0 | US\$0,00 | 0,00% | 0 |
| Rede de Display | | | | | | | | | | | |
| | | | 0 | 0 | 0,00% | US\$0,00 | US\$0,00 | 0 | US\$0,00 | 0,00% | 0 |
| | Seleções manuais de canais | | 0 | 0 | 0,00% | US\$0,00 | US\$0,00 | 0 | US\$0,00 | 0,00% | 0 |
| | Seleções automáticas de canais | | 0 | 0 | 0,00% | US\$0,00 | US\$0,00 | 0 | US\$0,00 | 0,00% | 0 |
| Total - Todas as redes | | | 0 | 0 | 0,00% | US\$0,00 | US\$0,00 | 0 | US\$0,00 | 0,00% | 0 |

Exclusões

Nível do grupo de anúncios **Nível da campanha** [Exclusões](#) | [Listas de exclusão](#)

Adicionar exclusões Editar Excluir Download

| Exclusão | Campanha | Grupo de anúncios |
|--|----------|-------------------|
| Não há nenhuma exclusão no nível do grupo de anúncios. | | |

| Exclusão | Campanha |
|---|----------|
| Não há nenhuma exclusão no nível da campanha. | |

ferramentas úteis

utilize as ferramentas do google para ajudar no seu blast

- **doubleclick adplanner** (google.com/adplanner)
 - permite identificar sites, tópicos e categorias de interesse para seu plano de mídia.
- **ferramenta de segmentação contextual** ([adwords > ferramentas e análises > ferramenta de segmentação contextual](#))
 - obtenha sugestões de grupos de palavras-chave para suas campanhas contextuais.
- **criador de anúncios gráficos** ([adwords > anúncios > novo anúncio > criador de anúncios gráficos](#))
 - crie anúncios gráficos de forma prática e rápida dentro do próprio adwords.



Aprendi a fazer Blasts



Os resultados são ótimos!