



# A nova tag de remarketing

19 de julho de 2012

# A nova tag de remarketing

## Otimize a codificação do site e as estratégias de remarketing



### sofisticada e eficiente

- sem gasto mínimo
- interface do usuário simples
- estratégias de lista avançadas
- alcance de mais usuários

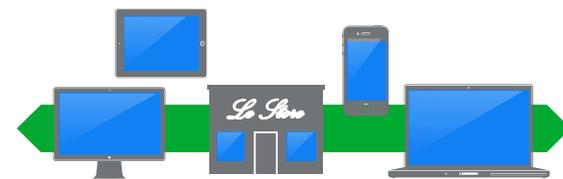
### fácil

- uma tag para todo o site
- transmissão de valores dinâmicos com base em ações ou page views específicos do usuário

\* Anúncios dinâmicos para remarketing em breve

# O Google faz a web funcionar para você

Com a nova tag de remarketing, ajudamos você a:



**Vencer em momentos importantes**

Alcance o cliente certo no momento certo em toda a web.

**Tomar decisões melhores**

Ative recursos simples de codificação e segmentação que ajudam a melhorar o ROI

**Investir mais e mais rápido**

Alcance públicos-alvo mais relevantes em grande escala

# Vença em mais momentos importantes usando a nova tag de remarketing para alcançar mais clientes

Uma maneira mais eficiente de codificar seu site para criar listas de remarketing

## Mais fácil de configurar e gerenciar

Codificação única e criação de listas flexível em tempo real

## Lances e anúncios personalizados

Para as pessoas que visitam diversas seções do site e realizam ações diferentes com controles mais avançados, granulares e fáceis do que nunca

## Anúncios dinâmicos

Use os valores transmitidos para a nova tag de remarketing para exibir anúncios personalizados para os interesses do cliente, com base em suas atividades em sites

# Visão geral da nova tag de remarketing

## Criação de listas com uma tag de remarketing padrão

Até o momento, os anunciantes precisavam criar **duas tags diferentes** para acompanhar os usuários que visitavam a página do Produto A e a página do Produto B



Biblioteca compartilhada >

### Públicos-alvo

Use o remarketing para exibir anúncios para as pessoas que visitaram seu site antes ou para alcançar públicos-alvo específicos usando combinações personalizadas. [Saiba mais sobre o remarketing](#)

**Novo público-alvo** ▼ Adicionar aos grupos de anúncios Filtro ▼ Pesquisar por nome da lista Pesquisa

<input type="checkbox"/> Públicos-alvo	↑ Tipo ?	Aberto/fechado ?	Duração da associação ?	Número de usuários ?	Tags/definições ?
<input type="checkbox"/> Product_A página	Revenda	Abrir	30 dias	--	Página do Produto A [Tag]
<input type="checkbox"/> Product_B página	Revenda	Abrir	30 dias	--	Página do Produto B [Tag]

Mostrar linhas: 10 1 - 2 de 2



# Visão geral da nova tag de remarketing

## Criação de listas com a nova tag de remarketing

Com a nova tag de remarketing, anunciantes criam **uma única tag de remarketing** e implementam-na em todo o website



[Biblioteca compartilhada >](#)

### Públicos-alvo

Use o remarketing para exibir anúncios para as pessoas que visitaram seu site antes ou para alcançar públicos-alvo específicos usando combinações personalizadas. Saiba mais [sobre o remarketing](#)

<input type="checkbox"/>	↑ Públicos-alvo	Tipo <a href="#">?</a>	Aberto/fechado <a href="#">?</a>	Duração da associação <a href="#">?</a>	Número de usuários <a href="#">?</a>	Tags/definições <a href="#">?</a>
<input type="checkbox"/>	Remarketing_Lista principal	Revenda	Abrir	30 dias	--	Remarketing_Lista principal [Tag]



# Cinco benefícios da nova tag de remarketing

- 1. Criação de listas de remarketing sofisticadas:** defina públicos-alvo mais granulares com base nas ações do usuário e na atividade no site.
- 2. Codificação unificada em uma só vez:** coloque um único bloco de códigos em todo o site que será usado para criar listas de remarketing em todas as suas campanhas.
- 3. Integração com anúncios dinâmicos:** use valores transmitidos para a tag de remarketing para exibir criativos personalizados com base nos interesses e nas atividades dos clientes (**somente no varejo**)
- 4. Alcance de mais pessoas:** a capacidade de criar novas listas de remarketing permite que você expanda seu público-alvo
- 5. Otimização do remarketing automatizada:** obtenha uma melhor previsão do desempenho de seus anúncios e otimize a probabilidade prevista para converter em futuros leilões. Use o Otimizador de conversões ou o CPC otimizado para otimização com sinais de remarketing.

# O remarketing na Rede de Display do Google oferece desempenho com alcance, frequência e diversidade contextual



- **Desempenho** -- O remarketing alcança o **menor CPA (custo por aquisição) de todos os tipos de segmentação na GDN (Rede de Display do Google) -- 22% menor** do que o segundo tipo de segmentação com melhor desempenho na GDN.\*

\*O DCO, Otimizador de campanhas automatizado da GDN, apresenta desempenho ainda melhor do que o remarketing.

- **Alcance** -- a GDN pode **alcançar 84%** do público-alvo típico de remarketing em um mês
- **Frequência** -- a GDN pode alcançar esses usuários de **10 a 18 dias ou mais** em um mês
- **Diversidade contextual** -- na GDN, esse resultado é obtido à medida que os membros do público-alvo comum visitam **20 ou mais páginas em um dia comum, em 5 a 10 sites**, dos quais todas as páginas e todos os sites têm espaços de anúncio disponíveis para compradores da GDN

## MercadoLibre usa a nova tag de remarketing para gerar mais transações em seu site de comércio eletrônico

Maior plataforma de operações on-line na América Latina aumenta o ROI por meio da GDN

### Meta de marketing:

Segmentar nossos usuários de acordo com seus interesses de navegação

### Solução:

Usou a nova tag de remarketing para configurar novas listas de segmentação para todas as categorias em nosso website e depois segmentar anúncios relevantes para essas listas com facilidade

### Táticas:

- Ofereceu anúncios relevantes para usuários que mostraram interesse em determinado produto ou categoria
- Usou a nova tag de remarketing para impulsionar mais vendas com um investimento voltado para o desempenho

### Resultados:

A capacidade de segmentar vários segmentos de usuários com facilidade, aumentar as impressões de forma econômica e obter boas CTRs (taxas de cliques) e conversões.

”

Com milhares de categorias, é quase impossível adicionar uma tag específica para cada uma. Com a nova tag, podemos inserir apenas uma tag em todas as páginas e definir as regras para a formação das listas na interface do Google AdWords de forma fácil e eficiente. ”

—*Enrique Courtaux, diretor corporativo de marketing de busca, MercadoLibre*



# O remarketing da Rede de Display do Google aumenta as vendas e diminui os custos totais

**lenovo.**

neo@Ogilvy

O remarketing gerou **20% do total de pedidos da campanha**

**CPCs (custo por clique) 14% inferiores em relação à média da campanha**

As taxas de despesas/receita da campanha **foram reduzidas em até 14%**

Caitlin Rollins,  
Diretor de mídia  
associado, Neo@Ogilvy

“Estamos satisfeitos com o desempenho do remarketing da Rede de Display do Google.”

# Quatro etapas fáceis para a implementação

1. Copie a tag de remarketing da "Lista principal" pré-criada na página "Públicos-alvo" da biblioteca compartilhada

Biblioteca compartilhada > Públicos-alvo

Use o remarketing para exibir anúncios para as pessoas que visitaram seu site antes ou para alcançar públicos-alvo específicos usando combinações personalizadas. [Saiba mais sobre o remarketing](#)

**Novo público-alvo** Adicionar aos grupos de anúncios Filtro Pesquisar por nome da lista Pesquisa

<input type="checkbox"/>	Públicos-alvo	Tipo ?	Aberto/fechado ?	Duração da associação ?	↑ Número de usuários ?	Tags/definições ?
<input type="checkbox"/>	Lista principal	Revenda	Abrir	30 dias	--	Lista principal [Tag]

2. Insira essa tag em todas as páginas do website (geralmente no rodapé)
3. Crie suas listas de remarketing no Google AdWords com base nos URLs do website

List Definition ?  Define a list of site visitors based on the selection below:

This option requires that you have a remarketing tag on those pages. [Learn more](#)

URL contains [input field]

[See more options](#) [View examples](#)

4. Crie uma campanha de remarketing no Google AdWords e vincule a lista de remarketing que desejar ao grupo de anúncios