
API do Google Adwords

Google™

O que é a API do Google AdWords?

A API do Google AdWords permite que os desenvolvedores criem aplicativos que interajam diretamente com a plataforma do Google AdWords. Esses aplicativos permitem automatizar tarefas comuns para que anunciantes e terceiros possam gerenciar contas e campanhas do Google AdWords com mais eficiência do que nunca.

Os motivos para começar a usar a nova API não terminam aí. A API também disponibiliza muitas soluções de publicidade do Google que foram desenvolvidas especificamente para melhorar a eficiência e o desempenho. Essas ferramentas fundamentais incluem estimador de tráfego, remarketing, anúncios de produto, Experiências de campanhas do Google AdWords e CPC otimizado.

O que a API do Google AdWords pode fazer?

- Gerar palavras-chave, texto do anúncio e URLs de destino a serem exibidos automaticamente em suas campanhas do Google AdWords
- Integrar seu sistema de inventário com o Google AdWords para produzir campanhas com base em seu estoque atual
- Facilitar o desenvolvimento de ferramentas e aplicativos adicionais para ajudar a gerenciar as contas

Anunciantes e terceiros podem desenvolver na linguagem de sua preferência. A interface SOAP da API do Google AdWords é compatível com as linguagens de programação mais populares, incluindo Java, PHP, Python, .NET, Perl e Ruby.

Gerenciamento de campanhas: geração de anúncios e peças



Primeiros passos

Na publicidade de pesquisa, agilidade é fundamental. Enquanto criar e manter manualmente anúncios de grandes campanhas consomem horas de recursos importantes, a API do Google AdWords permite que você integre dinamicamente o banco de dados do inventário de sua loja online com as campanhas do Google AdWords. Isso significa que você pode gerar anúncios, textos de anúncio e palavras-chave para novos produtos de forma rápida e automática, assim como excluir campanhas de produtos que não existem mais.

Principais benefícios

- Garanta 100% de cobertura de publicidade para todo o seu inventário de produtos
- Anuncie produtos extremamente específicos e amplie sua cobertura
- Aproveite um CPC (custo por clique) menor em campos não competitivos
- Atinja CTRs (taxas de cliques) maiores e um CPA (custo por aquisição) menor

Avance para o próximo nível

Manter o conteúdo dos anúncios atualizado com informações úteis e relevantes é fundamental para atrair usuários da web que se transformarão em clientes. Com o recurso “Parâmetros de anúncio” (Ad Params) da API do Google AdWords, você pode atualizar com facilidade os anúncios quase em tempo real com informações numéricas como preços, níveis de estoque ou uma contagem regressiva. Em outras palavras, você pode incluir de modo dinâmico frases como “Preços a partir de X”, “Restam somente Y unidades no estoque” ou “Z dias para o lançamento dessa oferta”. Você pode inserir até duas variáveis numéricas no texto do anúncio e, depois, atualizá-los automaticamente com valores sem a necessidade de obter nova aprovação.

Principais benefícios

- Veicule promoções automaticamente em suas campanhas por tempo limitado ou com base em eventos
- Aumente a eficiência evitando a necessidade de reaprovação do anúncio
- Mantenha o histórico de desempenho e o Índice de qualidade do anúncio

Gerenciamento de campanhas: descoberta de palavras-chave



Primeiros passos

Melhorar constantemente sua lista de palavras-chave garante que os usuários da web encontrem você e seus produtos. Para automatizar essa tarefa e economizar um tempo valioso, é possível gerar novas sugestões de palavra-chave usando a ferramenta de sugestão de palavra-chave do Google. Você pode usá-la para encontrar novas palavras-chave relacionadas às listas de palavras-chave existentes e para realizar atualizações de palavra-chave em massa em sua conta do Google AdWords.

Principais benefícios

- Gere palavras-chave de modo simples e eficiente
- Mantenha-se atualizado de todas as palavras-chave relevantes para seu negócio
- Evite pesquisa e envio manual de informações de palavras-chave

Avance para o próximo nível

Quanto mais você entender o comportamento de pesquisa do seu público-alvo, melhor poderá aprimorar suas listas de palavras-chave para captar o máximo de potenciais clientes. Com a API do Google AdWords, é possível transformar dados de pesquisa em palavras-chave. Analisando os relatórios de consulta de pesquisa do Google, você poderá extrair automaticamente palavras-chave de consultas do usuário que não são usadas em suas campanhas, e também poderá analisar os dados internos do log de pesquisa para descobrir termos de pesquisa orgânica que são enviados diretamente para o Google AdWords.

Principais benefícios

- Descubra quais palavras-chave chamam mais a atenção dos clientes
- Garanta que suas palavras-chave correspondam ao que os usuários realmente procuram
- Capte novos termos de pesquisa orgânica continuamente

Otimização da campanha



Primeiros passos

Em relação à otimização da campanha, a API do Google AdWords proporciona inúmeras possibilidades. Você pode não só integrar o banco de dados de inventário ou produtos de sua loja on-line com suas campanhas do Google AdWords, como também pode pausar automaticamente uma campanha quando as promoções terminam ou os produtos acabarem no do estoque. Quando o estoque for repostado, a campanha será retomada automaticamente.

Principais benefícios

- Você não paga pelos cliques que não pode converter
- Você evita anunciar ofertas de publicidade que não podem ser cumpridas
- A experiência do usuário é aprimorada

Avance para o próximo nível

A publicidade on-line de maior sucesso costuma ser o resultado de iteração constante. Para melhorar o desempenho atual, por que não criar experiências de campanha para testar automaticamente novas ideias? Por exemplo, você pode configurar e executar novas experiências para ideias de palavras-chave diferentes ou para testar lances máximos de CPC. A partir de então, todas as experiências que apresentarem um bom desempenho poderão ser promovidas automaticamente.

Principais benefícios

- Teste e avalie as alterações em tempo real
- Veicule campanhas experimentais junto com sua campanha original
- Evite comparações manuais de antes e depois
- Avalie as alterações feitas em palavras-chave, lances, grupos de anúncios e canais

Relatórios



Primeiros passos

O sucesso de suas campanhas depende de relatórios e análises. Desta forma, organize as informações do seu painel de controle da melhor forma possível. Use a API para extrair e resumir dados básicos de desempenho do Google AdWords. Para que esses resultados possam ser proveitosos em sua empresa, exiba os dados do Google AdWords em sua intranet corporativa ou em aplicativos internos.

Principais benefícios

- Forneça inteligência de mercado atualizada e relevante para as pessoas que precisam
- Elimine as atividades monótonas de geração manual de relatórios

Avance para o próximo nível

Para aproveitar os relatórios ao máximo, integre os dados do Google AdWords em seus sistemas internos. Por meio da API, você pode incorporar dados de relatório do Google AdWords diretamente no banco de dados existente ou na estrutura interna de relatórios. Crie dinamicamente relatórios personalizados com base em dados agregados de sua organização, como monitoramento, estoque, vendas e muito mais.

Principais benefícios

- Obtenha uma visão geral holística da atividade de SEM (marketing por mecanismo de pesquisa) em sua organização
- Obtenha dados complexos sobre desempenho para auxiliar em decisões cruciais, como alocação de orçamento

Gerenciamento de lance



Primeiros passos

A API do Google AdWords pode facilitar o gerenciamento eficiente de lance. Com a introdução do ajuste de lance automático nas campanhas, você pode aumentar ou diminuir lances imediatamente para palavras-chave e anúncios com desempenho bom ou ruim. Você também poderá ajustar os lances com base em região geográfica, sazonalidade, alteração de orçamentos ou promoções. Além disso, essas operações podem ser realizadas automaticamente quase em tempo real.

Principais benefícios

- Otimize a exposição de publicidade para seu orçamento
- Coloque seus lances máximos exatamente no momento certo
- Ajuste os lances dinamicamente para condições diferentes
- Diminua os erros humanos associados aos lances manuais
- Obtenha o eCPC (custo por clique otimizado), um indicador importante da integridade da campanha

Avance para o próximo nível

Com o gerenciamento inteligente em tempo real de lance, você pode usar a ferramenta de sugestão de lance do Google para gerar sugestões de CPC máximo para atingir metas específicas. Por exemplo, você pode usar essa ferramenta para saber qual custo por clique provavelmente irá gerar um determinado número de impressões. Você pode implementar regras de negócios adaptadas para sua empresa que levam em consideração dados de conversão (por exemplo, eventos de conversão off-line como devolução de produtos) ou ajustar seus lances (por exemplo, “Diminuir o lance da palavra-chave X se a taxa de devolução for maior de que Y”).

Principais benefícios

- Maximize o ROI (retorno do investimento) de suas campanhas do Google AdWords
- Maximize a exposição de publicidade para seu orçamento

Ajuda e recursos adicionais da API do Adwords

Website de desenvolvedor

🔗 code.google.com/intl/pt-BR/apis/adwords

Blog da API do Google AdWords

🔗 adwordsapi.blogspot.com

Fórum de desenvolvedor

🔗 groups.google.com/group/adwords-api

Central de Ajuda

🔗 www.google.com/support/adwordsapi

Lista de e-mails

🔗 groups.google.com/group/adwordsapi-announcements



Para obter mais informações sobre
a API do Google AdWords, acesse:
code.google.com/apis/adwords

© Copyright 2011. Google é marca registrada do Google Inc. Todos os demais nomes de empresas e produtos podem ser marcas registradas das empresas com as quais estão associados. 4230045-PT-BR
