



Relatório de Impacto Econômico

Brasil 2019

Conteúdo

- 2 Introdução
- 3 Números nacionais
- 5 De onde vêm os números
- 8 Nossas ferramentas e programas
- 12 Histórias de sucesso



A Internet tem dado resultados para as empresas brasileiras. E o Google está ajudando.

O que define o empreendedor brasileiro, independentemente do tamanho de sua empresa e do seu ramo de atividade? Para mim, empreender no Brasil tem a ver com ser otimista a despeito de tudo, tem a ver com ser resiliente frente às mais duras adversidades, tem a ver com ser criativo mesmo com poucos recursos, tem a ver com acreditar que há um futuro e, mais importante, tem a ver com um sentimento de fazer parte de algo maior, de gerar emprego, inovação e contribuir para o país.

Quando pensamos nos pequenos e médios empreendedores, esse sentimento é ainda mais forte já que eles são os maiores empregadores do país, o “combustível” que movimenta a nossa economia.

É inegável o potencial da web em agir como um motor de crescimento para os negócios, uma força democrática que, muitas vezes, coloca em pé de igualdade grandes e pequenos, se estes estiverem on-line, claro. Em tempos de crise, o digital se torna ainda mais relevante porque ajuda a diminuir custos, a trazer eficiência, a aumentar a produtividade e gerar escala, conectando empresas com cada vez mais potenciais clientes.

Parte essencial de nossos valores é empoderar os empreendedores para que tirem o máximo proveito das oportunidades que a internet oferece. Temos ajudado

nessa jornada, seja com conhecimento - desde 2017, já treinamos mais de 100 mil pessoas em 12 estados brasileiros apenas em nosso programa Cresça com o Google, seja com soluções tecnológicas, muitas delas gratuitas, como a plataforma Google Meu Negócio usada por milhões de brasileiros, seja com produtos de publicidade digital que permitem alcançar clientes no mundo todo, de maneira eficiente e precisa.

Para ajudar a medir a contribuição que geramos com nossos produtos no Brasil, lançamos no ano passado um Relatório de Impacto Econômico, com base em uma metodologia desenvolvida por Hal Varian, nosso economista-chefe. O documento mapeou o impacto que uma parte relevante dos nossos produtos teve na economia brasileira, ao estimar o alcance da Busca combinado ao retorno do investimento feito por nossos parceiros em publicidade digital e a receita compartilhada com editores de conteúdo, como, por exemplo, empresas jornalísticas, que fazem parte do AdSense, nossa rede de anúncios de display.

Este ano, além de atualizar os dados de 2019 para os mesmo itens, nós incluímos, pela primeira vez, o valor total das remunerações feitas aos criadores do YouTube e aos desenvolvedores que disponibilizam seus aplicativos no Google Play, a nossa loja virtual. Eis o resultado:

Em 2019, as ferramentas de busca e publicidade do Google, o Google Play e o YouTube ajudaram a movimentar R\$ 51 bilhões em atividade econômica para mais de 188 mil empresas, publishers, organizações sem fins lucrativos, criadores e desenvolvedores no Brasil.

É a melhor notícia que poderíamos dar no ano em que completamos 15 anos de presença no país: traduzir em números o nosso compromisso com o desenvolvimento do Brasil e com o crescimento das empresas que fazem a nossa economia girar. É também um lembrete de como nossa missão de tornar a informação útil e acessível para todos, incluindo empreendedores em busca de novos negócios, continua forte e relevante.

Que venham mais 15 anos!

Aproveitem a leitura!

Fábio Coelho
Presidente do Google Brasil
e vice-presidente da Google Inc



| Números nacionais

Brasil 2019



A Internet ajuda as empresas brasileiras a terem sucesso e a gerar empregos.

As ferramentas de busca e publicidade do Google, o Google Play e o YouTube ajudaram a movimentar a atividade econômica do Brasil em 2019.

Saiba mais em: g.co/impactoeconomico

R\$ 51 bilhões

Em 2019, as ferramentas de busca e publicidade do Google, o Google Play e o YouTube ajudaram a movimentar R\$ 51 bilhões em atividade econômica no Brasil.

188 mil

Em 2019, mais de 188 mil empresas, publishers e organizações sem fins lucrativos, criadores e desenvolvedores de todo o país se beneficiaram das ferramentas de publicidade do Google, do Google Ads e do Google AdSense.





| De onde vêm os números

Brasil 2019

Como calculamos o impacto econômico do Google?

Para calcular uma estimativa conservadora do impacto econômico do Google no Brasil, examinamos o retorno de investimento fornecido pela Busca, pelo Google Ads, Google AdSense, Google Ad Grants e os valores pagos a criadores do YouTube e desenvolvedores do Google Play em 2019.

Busca e Google Ads

Para calcular uma estimativa do impacto econômico da Busca e do Google Ads, partimos de duas premissas conservadoras. A primeira é a de que as empresas obtêm uma receita média de R\$ 1,5 a R\$ 3 para cada real investido no Google Ads. Essa estimativa foi desenvolvida por Hal Varian, nosso economista-chefe, com base nas atividades de custo-por-clique de uma ampla amostra de anunciantes do Google. A metodologia de Varian foi publicada pela American Economic Review em maio de 2009. A segunda premissa é a de que as empresas em geral recebem uma média de 5 cliques nos resultados de busca para seu site a cada clique em seus anúncios. Essa estimativa foi desenvolvida pelos pesquisadores universitários Bernard Jansen e Amanda Spink com base numa amostra de dados de busca, e foi publicada em 2009 pelo International Journal of *Internet Marketing and Advertising*.

Se os cliques na busca trouxessem tanta receita para as empresas quanto os cliques nos anúncios, essas duas premissas significariam que as empresas receberiam entre R\$ 1,5 e R\$ 3 para cada real investido no Google Ads e incorporam o valor médio de 5 cliques incrementais, ou

$$1,5 \text{ a } 3 \text{ (valor investido)} + 5 \times 1,5 \text{ a } 3 \text{ (valor investido)} - \text{(valor investido)} = 9 \text{ a } 18 \text{ (valor investido)}$$

Entretanto, os cliques nos resultados da busca podem não ter tanto valor comercial para a empresa quanto os cliques em propagandas. Para isso, somos conservadores e calculamos que os cliques na busca têm cerca de 70% do valor de um

clique num anúncio. Ou seja: de maneira geral, estimamos que os anunciantes obtêm um lucro entre 5,7 e 12,5 equivalente a o valor investido no Google Ads, ou

$$1,5 \text{ a } 3 \text{ (valor investido)} + 0,7 \times 5 \times 1,5 \text{ a } 3 \text{ (valor investido)} - \text{(valor investido)} = \text{entre } 5,7 \text{ e } 12,5 \text{ (valor investido)}$$

Sendo assim, nossa estimativa conservadora é de que, para cada real investido no Google Ads, o anunciante recebe entre R\$ 5,7 e R\$ 12,5 de lucro com a Busca e o Ads.

Consequentemente, para calcular o valor econômico obtido pelos anunciantes, usamos este valor combinado com a receita que obtivemos em 2019 com o Google Ads nos resultados da Busca do Google.com – ou seja, aquilo que foi investido pelos anunciantes, para chegar nessa porção do impacto econômico do Google no Brasil.

Google AdSense

O impacto econômico do AdSense é simplesmente o valor estimado que pagamos aos publishers no Brasil em 2019 por colocar nossos anúncios ao lado de seu conteúdo.

Google Play

O impacto do Google Play é a quantia total paga aos desenvolvedores em 2019.

YouTube

O impacto econômico do YouTube é o valor pago aos criadores em 2019 no Brasil.

Google Ad Grant

Similarmente, o impacto econômico do Google Ad Grants

é a quantia gasta por meio de doações em publicidade gratuita que oferecemos em 2019 a organizações sem fins lucrativos.

Valor econômico total

O valor econômico total é estimado como a atividade econômica fornecida para empresas, publishers, desenvolvedores, criadores do YouTube e organizações sem fins lucrativos por meio da Busca do Google, Google Ads, Google AdSense, Google Play, YouTube e Google Ad Grants, respectivamente, em 2019.

Como calculamos a estimativa do valor da Busca e do Google Ads

Veja um exemplo de como calculamos a estimativa do valor gerado para os anunciantes pela Busca e pelo Google Ads:

Google Ads: Estimativa do valor de cliques em anúncios

Vamos supor que um único anunciante ofereça R\$5 por clique.

De acordo com as regras do leilão do Google, o anunciante paga apenas o valor mínimo necessário para garantir sua participação no leilão – suponhamos que esse valor seja de R\$ 4 por clique. No lance de R\$ 5, vamos supor que o anunciante obtenha 400 cliques por semana, o que representaria um custo total de R\$ 1,6 mil por semana. Se o valor por clique para esse anunciante for v , então o superávit total para usar o Google Ads é de $400v - 1600$. A fórmula está resumida na primeira coluna da tabela abaixo:

valor	lance	CPC	clique	custo	superávit
v	R\$ 5	R\$ 4	400	R\$ 1600	$400v - 1600$
v	R\$ 2	R\$ 1	300	R\$ 300	$300v - 300$

O anunciante poderia reduzir para R\$ 2 o lance oferecido. É possível usar o Simulador de Lances do Google para simular o efeito dessa redução. Os valores possíveis estão exibidos na segunda linha da tabela acima.

Caso o anunciante dê lances com o objetivo de maximizar o superávit, o superávit associado ao lance escolhido deve ser maior do que o superávit associado a um lance mais baixo, que não foi escolhido pelo anunciante. Ou seja:

400v – 1600 > 300v – 300

A solução dessa desigualdade mostra que o valor por clique mínimo para o anunciante é de R\$ 13. Sendo assim, o valor total obtido pelo anunciante com o Google Ads é de no mínimo R\$ 13 x 400 = R\$ 5,2 mil. Uma vez que o anunciante paga apenas R\$ 1,6 mil por esses cliques, o superávit líquido obtido é o retorno dos cliques menos o custo deles.

Fizemos cálculos como esse para uma ampla amostra randômica de anunciantes do Google Ads. Observamos que o valor total dos cliques é, na média, num intervalo de 1,5 a 3 vezes maior do que o custo dos cliques. Evidentemente, trata-se apenas de uma estimativa baseada na premissa de que os anunciantes desejam maximizar o lucro (superávit) obtido com o Google Ads, e de que o Simulador de Lances oferece boas estimativas do que ocorre quando um anunciante altera o valor do lance.

Considerando que o valor bruto dos cliques em anúncios estará num intervalo de 1,5 a 3 vezes maior que o custo dos cliques, então o valor líquido – o “superávit” obtido pelo anunciante com esses cliques – a esse superávit menos o custo dos cliques. Essa metodologia foi publicada por Hal Varian, economista-chefe do Google, na edição de maio de 2009 da *American Economic Review*.

Busca do Google: Estimativa do valor dos cliques na Busca.

Mas a história não acaba aí. Os anunciantes também garantem um número considerável de cliques gratuitos nos resultados da busca. De acordo com os pesquisadores universitários Bernard Jansen e Amanda Spink, o número de cliques em resultados de busca é 5,3 vezes maior do que o número de cliques em anúncios, nas situações em que ambos os links (busca e anúncio) são exibidos na página. Para fazer uma estimativa conservadora, arredondamos esse número para 5.

Evidentemente, um clique na busca pode não ter tanto valor comercial quanto um clique num anúncio. Mais uma vez, vamos ser conservadores e supor que um clique na busca tenha 70% do valor de um clique num anúncio. Naturalmente, não se trata de um valor adicional puro. Se os mecanismos de busca não existissem, os anunciantes encontrariam outras formas de mostrar seus produtos e atrair clientes para lojas e sites. Entretanto, na economia on-line real, o valor obtido por anunciantes com cliques em anúncios e na busca do Google parece ser considerável.

Para mais informações sobre nossa metodologia e para fazer o download do relatório completo acesse:

g.co/impactoeconomico

Nossas ferramentas e programas

Brasil 2019

Ferramentas para empresas

Além de ser um mecanismo de busca, o Google também é uma empresa de publicidade. Geramos a maior parte da nossa receita através de anúncios que mostramos ao lado dos resultados da busca, em nossos outros sites e nos sites de nossos parceiros. Através destas ferramentas também ajudamos muitas pessoas a garantir uma fonte de renda. Este relatório apresenta uma estimativa conservadora do impacto econômico do Google para empresas, publishers e organizações sem fins lucrativos no Brasil com base em três pilares da nossa presença no país: a Busca do Google e o Google Ads, o Google AdSense, o Google Ad Grants, a Play Store e o YouTube.

Google Ads

O Google conecta empresas, pequenas e grandes, com seus potenciais clientes, sem nenhum custo através dos resultados da busca orgânica. Além disso, nossa plataforma Google Ads também conecta negócios com pessoas que procuram por produtos e serviços por meio dos links patrocinados exibidos acima e abaixo dos resultados da busca. Para usar o Google Ads, a empresa cria peças publicitárias com textos curtos. Depois, participa de um leilão on-line no qual oferece lances pelas palavras-chave que deseja que disparem seu anúncio. Vamos usar o exemplo de uma loja de objetos de cerâmica: a loja pode dar lances pelo termo "cerâmica feita à mão". Quando alguém digitar essas palavras no Google, verá o anúncio da loja acima ou abaixo dos resultados da busca. A loja só paga se alguém clicar na propaganda e acessar o site. Ou seja: paga apenas se a publicidade funcionar.

Para mais informações acesse:
www.google.com/ads

Google AdSense

O AdSense pode ser usado por publishers para colocar publicidade em seus sites e ganhar dinheiro com o conteúdo exibido. Um exemplo: se um blogueiro de gastronomia usa o AdSense, seus leitores poderão ver anúncios de produtos relacionados a comida ao lado do conteúdo – como anúncios de utensílios de cozinha. Tanto grandes quanto pequenos publishers recebem a maior parte da receita obtida com cada peça publicitária – e isso representa uma fonte de renda importante para muita gente que cria conteúdo.

Para mais informações acesse:
www.google.com/adsense

Google Ad Grants

O programa Google Ad Grants oferece publicidade gratuita para organizações sem fins lucrativos. Os beneficiados pelo Ad Grants podem gastar até R\$ 10 mil por mês em anúncios que ajudem a arrecadar recursos, conscientizar o público, entre outros. Desde o início do programa, em 2003, o Google já apoiou organizações de 50 países com mais de R\$ 8 bilhões em publicidade.

Para mais informações acesse:
www.google.com/grants

Mais ferramentas para empresas

Além de oferecer ferramentas de busca e publicidade, o Google oferece também uma série de produtos que ajudam as empresas a ter sucesso na Internet e a crescer – como Google Analytics, G Suite, Google para PMEs e Google Meu Negócio.

Google Meu Negócio

O Google Meu Negócio é uma ferramenta gratuita e simples que ajuda empresas a estar presentes na Busca e nos Mapas do Google. Ela permite editar as informações da empresa que aparecem na Internet, como horário de funcionamento, endereço, entre outros, responder comentários deixados pelos clientes, perguntas frequentes e usar fotos e postagens para destacar os aspectos que diferenciam seu negócio da concorrência. As empresas também podem usar a ferramenta como ponto de partida para criar um site, de graça e em poucos minutos. Tudo isso é extremamente útil para encontrar e se aproximar dos clientes.

Para mais informações acesse:
www.google.com/business

Google Analytics

O Google Analytics é uma ferramenta gratuita, que pode ser usada pelas empresas para entender os clientes que passam pelo Website. O Google Analytics apresenta dados sobre a navegação e as ações dos usuários que visitaram o site e ajuda as empresas a tomar iniciativas concretas com base nessas informações, de forma a atingir resultados. Um exemplo: um varejista on-line pode usar o Google Analytics para saber quantos visitantes de seu site colocaram produtos no carrinho virtual, mas não completaram a compra. Essa informação serve para testar mudanças no processo de pagamento e, assim, aumentar a taxa de conversão.

Para mais informações acesse:
www.google.com/analytics

G Suite

O G Suite é um conjunto de aplicativos integrados que ajuda empresas de todos os tamanhos a serem mais produtivas, colaborativas e seguras. O Gmail conecta as pessoas a colegas de trabalho e clientes, não importa em que parte do mundo estejam. Programas como Docs, Planilhas e Slides facilitam e padronizam a colaboração, graças a documentos, planilhas e apresentações que podem ser compartilhados. O Drive oferece um lugar acessível e seguro para armazenar arquivos. E a Agenda facilita a organização de compromissos, reduzindo o tempo gasto no planejamento e aumentando a produtividade.

Para mais informações acesse:
www.google.com/gsuite

Cresça com o Google

“Nós, do Google, percebemos diariamente o poder da Internet em ajudar as pessoas.

Para fazer nossa parte e garantir que a tecnologia ofereça oportunidades a todos, criamos a iniciativa Cresça com o Google – fruto de vinte anos de trabalho criando produtos, plataformas e serviços que impulsionam o crescimento de pessoas e empresas.

O Cresça com o Google pretende garantir que os brasileiros tenham acesso ao que o Google oferece de melhor em treinamentos e ferramentas de aprimoramento de habilidades, carreira e negócios. Confira, a seguir, alguns dos programas que oferecemos para empresas, empreendedores e startups.”

Cresça com o Google

O projeto, que já treinou 55 mil pessoas, tem como objetivo ajudar pessoas em todo o Brasil a acessar o melhor conteúdo e ferramentas do Google para aprimorar suas habilidades, carreiras e negócios. O programa nasce de nosso histórico de 20 anos de criação de produtos, plataformas e serviços que conectam pessoas e empresas nos momentos importantes, ajudando-os a crescer e ter sucesso on-line. A iniciativa passou por Recife, Salvador, João Pessoa, Natal, Brasília, Teresina e Fortaleza nos últimos dois anos e contemplará mais seis capitais em 2019.

Para mais informações acesse:
www.cresca.withgoogle.com

Google Primer

O Google Primer é um aplicativo educacional gratuito que ajuda empreendedores, estudantes ou profissionais a aprenderem novas habilidades de negócio e de marketing digital. As lições fáceis e interativas de 5 minutos abrangem tópicos como planejamento de negócio, gerenciamento, vendas, publicidade on-line, analytics, mídias sociais e muito mais. Cada lição traz dicas práticas que as pessoas podem adotar para começar a alcançar suas metas - desde iniciar ou expandir um negócio, atrair mais clientes ou até encontrar um novo emprego.

Para mais informações acesse:
g.co/Primerbr

Google para PMEs

O Google para PMEs é um site que ajuda empreendedores a darem os primeiros passos para colocar seu negócio na internet, conquistar clientes e trabalhar de forma mais eficiente. O site cria planos personalizados para cada objetivo da empresa.

O Google para PMEs é gratuito e está disponível em português em:
g.co/GoogleparaPMEs



| Histórias de Sucesso

Brasil 2019

Explore o Relatório de Impacto Econômico do Google e veja como negócios em todo o Brasil estão utilizando as ferramentas do Google para ter sucesso on-line e crescer.



Henry Vargas e Klauss Durães | Ilusion | Belo Horizonte, MG



“A mídia tradicional traz notoriedade, mas não é ela que leva o pedido de orçamento para o seu e-mail, quem faz isso é o Google.”

HENRY VARGAS E KLAUSS DURÃES

Ilusion

www.ilusion.com.br

A história da dupla de ilusionistas Henry Vargas e Klauss Durães é cheia de coincidências, truques e inteligência digital. Desde crianças eles sonhavam com a profissão de mágicos, mas não faziam ideia de que precisariam de tino comercial e estratégia de marketing para fazerem sucesso. Ambos nasceram no mesmo bairro em Belo Horizonte, mas só se conheceram já jovens adultos, em competições de mágica fora do país. Não demorou para formarem uma dupla e começarem a trilhar um caminho profissional. “Nosso CNPJ tem 12 anos e lá atrás achávamos que teríamos uma espécie de agência de mágicos para eventos, como festas infantis. Logo percebemos que isso não era financeiramente viável”, lembra Henry.

Em 2016 decidiram desenvolver o que seria um dos diferenciais da Ilusion: aliar tecnologia com as apresentações de mágica, já que “não existe mais essa história de coelho na cartola, né?”. Depois de se mudarem para São Paulo, no ano seguinte começaram a investir em Google Ads, principalmente em anúncios da Rede de Pesquisa. “Começamos escolhendo palavras que as pessoas de RH ou organizadores de eventos procuram no Google. Investimos em frases como ‘como deixar um evento menos chato’ e ‘como causar impacto em um evento’”, explica Klauss. Os resultados começaram a aparecer e hoje 60% das oportunidades vêm do Google Ads, além do faturamento ter triplicado em dois anos. A dupla passou de três para oito funcionários fixos e em épocas de alta demanda a Ilusion chega a contratar 20 pessoas.



SUDESTE

A Ilusion emprega 8 pessoas

Bem-sucedidos, Klauss e Henry se orgulham do crescimento da empresa sem precisar de uma agência. “Não foi fácil descobrir tudo isso, mas fuçando e pesquisando conseguimos uma fórmula para alcançar novos clientes”, conclui Henry. Com o sucesso e reconhecimento da empresa no mercado, a dupla já realizou diversas participações em programas de TV, mas destacam que a contratação de novos serviços acontece principalmente por meio das ferramentas digitais. Para Henry, “a mídia tradicional traz notoriedade, mas não é ela que leva o pedido de orçamento para o seu e-mail, quem faz isso é o Google”.



“O Google impacta diretamente na captação e fidelização de clientes, no pós-venda e, claro, no aumento da receita.”

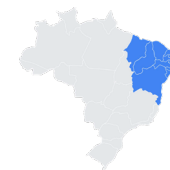
PAULO BARBOSA

Closet Clothing

www.closetclothing.com.br

Desde pequeno Paulo é empreendedor. Nascido em Salvador, e criado pelos avós, conseguia ver uma possibilidade de negócio em tudo. “Minha avó comprava um freezer, eu ia lá e vendia picolé. Comprava um microondas, eu vendia pipoca”. Se formou em dança e turismo e em 2010 foi para Itália para o casamento de uma amiga. “Voltei de lá com produtos para revender no Brasil e vendi todas as cuecas que tinha trazido em uma semana. Pensei ‘opa, aí tem negócio’”. No mesmo ano Paulo fundou a Closet Clothing, uma marca própria de beachwear voltada para o público gay.

“Fui atrás de ferramentas que pudessem atrair clientes para a loja física e para o meu site, porque sempre planejei vender bem das duas formas.” Paulo passou a anunciar no Google. Começou devagar, investindo R\$ 100, e foi aumentando o valor gradativamente. Os resultados começaram a aparecer, ele diz: “A marca vende de R\$ 40 mil a R\$ 60 mil a mais pelo site quando investimos em anúncios. O Google impacta diretamente na captação e fidelização de clientes, no pós-venda e, claro, no aumento da receita”. Paulo conseguiu contratar mais 13 pessoas para a equipe e viu seu negócio se expandir de Salvador para o mundo. “Comecei a vender sunga até para clientes na Europa e nos Estados Unidos pelo site!”



NORDESTE

A Closet Clothing emprega 15 funcionários

O empresário também destaca que o investimento em ferramentas de marketing digital foi crucial durante a pandemia do coronavírus: “Com a nossa loja em Salvador e as franquias fechadas, a solução para manter o negócio estava nas vendas on-line. Ainda bem que sempre olhamos para o digital, estávamos estruturados e não tivemos que começar do zero”, diz.

Agora ele quer passar seu conhecimento e essa confiança adiante, começando pelos 15 funcionários da Closet Clothing. “Para mim eles são mais do que trabalhadores, são aprendizes, e quero que sejam independentes um dia. Pago cursos de capacitação, comprei máquinas para as costureiras trabalharem de casa e fazer um dinheiro extra nas horas vagas e até indico para outras marcas. As pessoas precisam ter sonhos e saber que podem realizá-los.”



“Usamos as ferramentas do Google para chegar com cada produto nas pessoas certas.”

JOÃO MANUEL FEIJÓ

Ecotelhado

www.ecotelhado.com.br

A Ecotelhado começou com uma crise de consciência de João Manuel Feijó, sócio de Paulo Renato em uma incorporadora que desmatava terrenos inteiros para implantar imóveis. Em 2006, ele decidiu mudar de atividade e passou a elaborar projetos sustentáveis. Surgia assim, uma empresa que desenvolve e instala telhados e espaços verdes em construções, além de desenvolver soluções ecológicas. Com a evolução das ferramentas digitais, os donos – um agrônomo e um engenheiro – perceberam que seria melhor ter alguém para cuidar do marketing. Foi no final de 2007 que o diretor de marketing, Diego Kasper, entrou na empresa.

Desde então, ele gerencia a presença on-line e os anúncios da Ecotelhado. “Somos muito focados em arquitetos e construtores, mas também temos produtos para o cliente final e usamos as ferramentas do Google para chegar com cada produto às pessoas certas”. Para se ter ideia, cerca de 90% dos clientes residenciais chegam via Google. As ferramentas digitais foram cruciais para a evolução da Ecotelhado que, em 14 anos, passou de 2 a 20 funcionários fixos. Por meio do Google Analytics a empresa percebeu o alto interesse dos paulistanos em seus serviços e assim, decidiu abrir uma filial da empresa na capital paulista. “No começo usávamos somente a Rede de Pesquisa, depois aderimos à Rede de Display e ao YouTube. A mudança trouxe retorno: hoje o faturamento é quase nove vezes maior do que nos primeiros anos”, conta João.



SUL

A Ecotelhado emprega 20 funcionários

“O Google também foi responsável pela criação de alguns produtos novos da Ecotelhado. “Nas análises vimos que muita gente estava entrando no nosso site buscando por sacos para cultivo. A gente não vendia, mas passou a vender e hoje a procura é significativa”, conta Diego. A empresa está atenta e aproveita o movimento mundial de busca pela sustentabilidade para se posicionar nesse nicho e mesmo após tanto crescimento a missão da Ecotelhado nunca mudou: devolver o verde para os centros urbanos.



“Na pandemia, recuperamos 40% das vendas anunciando no Google e fazendo delivery de roupas.”

MICHELLE VASQUE

Rara Beleza Plus Size

www.rarabelezaplussize.com.br

Executiva de negócios de uma grande empresa de telecomunicações em Manaus, Michelle Vasque sofria para encontrar roupas alinhadas com as tendências da moda de tamanho plus size. “Eu gosto de moda, e precisava andar bem arrumada, mas ninguém pensa em tendência quando faz roupas para pessoas gordas”, ela diz. A solução veio de uma amiga, dona de uma confecção, que produzia modelos em tamanhos maiores. Em 2013, Michelle deixou a empresa em que trabalhava e decidiu empreender em outro ramo - o plus size, que era um nicho cada vez mais forte. Em 2014, abriu a Rara Beleza Plus Size, primeira marca do setor em Manaus.

“A demanda era grande e, no começo, as redes sociais e o boca a boca foram suficiente para fazer o negócio deslançar. Depois de seis meses, quando abri a loja física, precisava de um fluxo de clientes maior e pouca gente que passava na rua entrava para conhecer, era um mercado específico”, conta Michelle.

A empreendedora decidiu anunciar no Google para alcançar diretamente as pessoas que buscavam por produtos como os dela e, hoje, mais de 70% das clientes encontram a marca pela internet. Animada com o retorno, ela também começou a fazer campanhas dos lançamentos das coleções. “Com os relatórios de busca e os dados do Google Analytics do nosso site também detectamos a melhor região para abrir a segunda loja, em 2018. A receita mensal mais que duplicou e conseguimos contratar seis funcionários!”, comemora.



NORTE

Com a pandemia do coronavírus, Michelle resolveu intensificar o investimento no digital, o que compensou a queda na receita provocada pelo fechamento da segunda loja, que ela não conseguiu manter. “A resposta das clientes ao meu sistema de delivery fez sucesso, recuperamos 40% das vendas com os anúncios.” A empresária, no entanto, diz que já detectou, com a ajuda do Google, uma área de interesse na cidade para abrir outro ponto quando a crise passar.

“O e-commerce me surpreendeu, e por isso queremos aliar essa ferramenta de vendas on-line com o ambiente da nossa loja física. Todas as vendedoras são mulheres plus size e atuam como consultoras de moda e de auto-estima para as clientes. Muitas nunca nem pensaram que poderiam ter um estilo próprio, usar bermuda ou mesmo biquíni. É muito prazeroso ver a felicidade delas no provador.”



“As pessoas só pensam em UTI aérea quando realmente precisam do serviço. Nessa hora elas buscam no Google, por isso sua empresa precisa estar lá.”

ARÉDIO JÚNIOR

Brasil Vida

www.brasilvida.com.br

Arédio Júnior sempre amou pilotar. Nos anos 90, atuava no ramo de aviação executiva quando surgiram alguns trabalhos de remoção de pessoas doentes no interior de Goiás, estado onde mora com a família. Naquele momento ele encontrou seu propósito: salvar vidas. Em 2004, conseguiu comprar o primeiro avião, que passou por uma reforma e recebeu equipamentos básicos de emergência médica. Em 2006, homologou sua primeira UTI aérea e aos poucos foi montando uma frota mais potente para a empresa, a Brasil Vida. Mas, com os planos de expansão prontos, a empresa precisava de uma estratégia para atingir novos clientes.

“As pessoas só pensam em UTI aérea quando realmente precisam do serviço. Nessa hora elas buscam no Google, por isso sua empresa precisa estar lá. O Google Ads hoje é a ferramenta que nos dá essa visibilidade, que gera novas cotações e a contratação de serviços”, explica Sthéfany Alves, gestora de marketing da empresa. Em 2014, já com homologações internacionais e autorização para voar em todo o mundo, a Brasil Vida se tornou referência nacional para transporte aeromédico. “Hoje não vemos qualquer chance de parar com o Google Ads. A receita subiu 40% desde que começamos a investir e hoje contamos com 91 funcionários que ajudam a salvar vidas no Brasil e no mundo. “Os investimentos na plataforma foram aumentando ano a ano: “Em 2019, o valor foi 23% maior e o volume de oportunidades geradas aumentou 78%.”



CENTRO-OESTE

A Brasil Vida emprega 91 funcionários

Com a pandemia do coronavírus, a Brasil Vida teve que fortalecer bases específicas em regiões que estavam mais impactadas pela doença e tinham pouca estrutura. Aumentaram, então, o investimento em Google Ads na região Norte. “O fato de podermos filtrar a geolocalização na ferramenta é fundamental para a empresa, pois impacta diretamente a saúde de quem precisa de remoção urgente. Para momentos assim, a velocidade das ferramentas digitais é o diferencial entre a vida e a morte. Somos uma companhia capaz de transportar o paciente do ponto A ao ponto B para evitar sequelas e salvar sua vida.”

Google