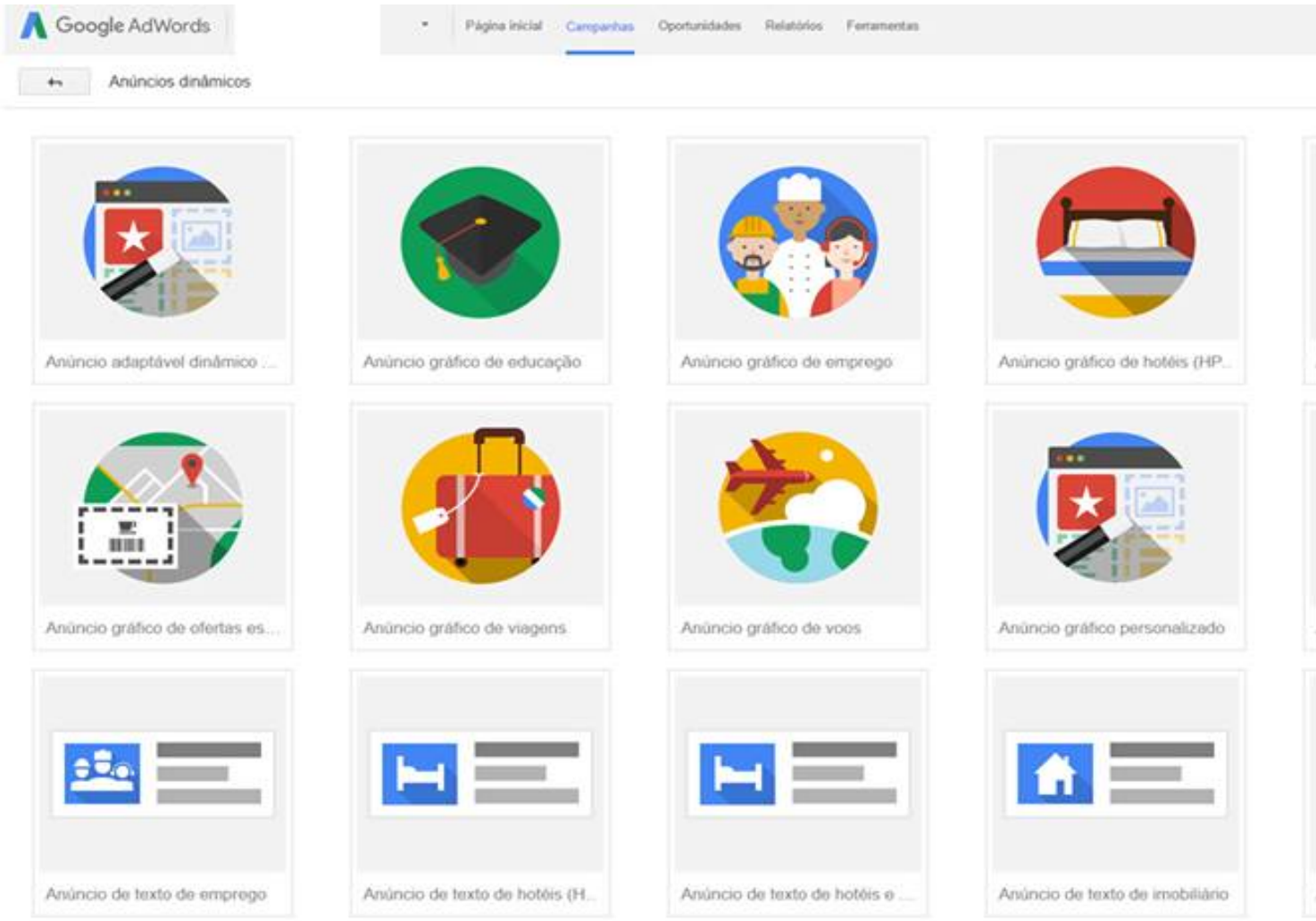

Os **anúncios Facebook** estão na moda. Se perguntar a um grupo de empresários se fazem anúncios na maior rede social do mundo, é quase certo que a resposta é afirmativa, nem que seja no simples impulsionamento dos posts, talvez até sem grande perceção do retorno que lhe esteja a trazer.

Apesar de ser interessante investir de forma eficiente em **Facebook Ads**, estes anúncios não respondem a uma pergunta, correspondem a uma segmentação. Quando alguém tem uma necessidade identificada, vai ao
Google
pesquisar, seja no computador ou seja no smartphone, para obter resultados que respondem à sua questão.

Aparecer nos resultados orgânicos (**Search Engine Optimization**) é o mais apetecível, mas na verdade não chega. Isto porque os primeiros quatro resultados podem ser patrocinados,

ocupando quase toda a primeira parte da página. Logo, se não anunciar, está a perder uma grande oportunidade de aparecer em destaque e o seu concorrente poderá tirar partido disso e criar uma campanha para tal.

Tendencialmente, os anúncios no motor de pesquisa **Google** têm maior taxa de cliques e um retorno superior, comparativamente ao Facebook, em negócios onde os potenciais clientes têm já a sua necessidade identificada (férias, formação, produtos, serviços, etc). Por outro lado, o Google também permite fazer anúncios na
rede display
, ou seja em websites onde é possível inserir anúncios visuais, que podem ser no formato de imagens,
interativos
ou vídeos, desencadeando a necessidade de acordo com determinada segmentação configurada. Existem ainda campanhas mais sofisticadas, onde é possível criar anúncios automáticos com base nos produtos e serviços da sua loja online, gerando
banners
que vão ao encontro dos interesses do seu público-alvo.

Para além disso, é possível criar campanhas de **remarketing**, que permitem mostrar anúncios aos seu potenciais clientes, após visitarem o seu website e não terem efetuado compra do seu produto, por exemplo.

Têm sido lançadas imensas novidades no **Google AdWords**, para permitir cada vez mais possibilidades e potencial de retorno para os anunciantes. Por exemplo, a nova funcionalidade
Shop the Look
, que facilita a venda de artigos de moda, poderá ver como funciona neste vídeo:

Uma coisa é certa, ser conhecedor de boas **táticas google marketing** é fundamental na sua estratégia digital. No entanto, é crucial atuar de forma integrada, pois uma presença no marketing digital de forma diversificada, permite-lhe obter
melhores resultados
. Para além disso, se não tiver uma boa base
digital
definida, os resultados de campanhas de publicidade sairão deteriorados, obrigando-o até a pagar mais pelos os anúncios do que o seu concorrente.

Se desejar criar campanhas eficientes e com a segurança de ter orientação para o caminho certo, poderá saber mais informações sobre a formação **Google AdWords**.

Próximas Ações de Formação Google AdWords:

Google Adwords (9ª edição) - ANJE: dias 17, 18 e 26 abril | info: www.vascomarques.com/google-adwords-9a-edicao-anje

Curso Online Google AdWords: já está disponível | www.web2business.pt/produto/ferramentas-google-adwords

Top Cursos Marketing Digital mais procurados: www.vascomarques.com/top-cursos-marketing-digital-procurados

Consulte a nossa agenda de eventos e formações em: www.vascomarques.com/agenda

Sobre o Formador:

Vasco Marques é consultor em Marketing Digital, CEO da WeB2Business e autor dos livros Marketing Digital 360, Vídeo Marketing e Redes Sociais 360. Saiba mais em www.vascomarques.eu