



**disruptive**  
digital  
education

# criação de campanhas em google ads

remote learning | workshop

**Remote**

# criação de campanhas em google ads

## **SOBRE O WORKSHOP**

Os utilizadores quando navegam online utilizam com frequência a pesquisa do Google, seja para encontrar o melhor produto ou serviço, aprender algo novo ou encontrar uma solução, o motor de pesquisa e outros serviços da Google fazem parte do dia-a-dia de todos os utilizadores.

O Google Ads é uma plataforma para anunciantes muito flexível, com um inventário disponível para anúnciantes incomparável e com diferentes possibilidades de segmentação para um negócio retirar proveito da publicidade online.

A utilização doo Google Ads tornou-se imprescindível para a estratégia de media de qualquer negócio e permite destacar o seu anúncio quando alguém procura pelo seu produto / serviço na pesquisa do Google ou através de anúncios em outros websites, aplicações e no YouTube para públicos que são o target do seu negócio.

Este workshop é uma imersão na plataforma Google Ads e vamos explorar os vários tipos de campanhas existentes, otimizar de acordo com as boas práticas e ganhar competências para gerar impacto mensurável em qualquer negócio.

## **PÚBLICO-ALVO**

Empreendedores que pretendem perceber como Google Ads pode ajudar a gerar clientes para o seu negócio.

Pessoas que procuram desenvolver conhecimentos na área da compra de meios digitais ou complementar a sua formação com conhecimentos na plataforma de anúncios Google Ads.

Estudantes das área de gestão, marketing e comunicação.

## **OBJETIVOS**

Com este workshop os participantes vão compreender como começar a utilizar a plataforma Google Ads para criar anúncios com elevado retorno para um negócio.

**duração total** 12h - Aulas Teóricas / Práticas

**investimento** 165€

**nota** Lotação limitada

## **REQUISITOS**

Maior que 18 anos; Conhecimentos básicos de internet na ótica de utilizador.

## CONTEÚDO PROGRAMÁTICO

### 1. Introdução à plataforma Google Ads.

- › O que são anúncios de pesquisa e display
- › Tipos de campanhas e respetiva aplicabilidades
- › Criação de uma conta Google Ads
- › Tipos de Campanhas e Criatividades existentes
- › Opções de segmentação
- › Estratégias de lance adequadas à definição de objetivos

### 2. Anúncios de Pesquisa em Google Ads.

- › Relação entre resultados orgânicos e anúncios de pesquisa.
- › Índice de Qualidade
- › Como funciona o leilão do Google Ads
- › Tipos de palavra-chave
- › Estruturação de uma campanha de pesquisa

### 3. Anúncios Display.

- › Introdução às várias opções de campanhas Display
- › Criação de um anúncio Display
- › Formatos disponíveis e exemplos de bons criativos
- › Opções de segmentação

### 4. YouTube Ads.

- › Introdução aos vários tipos de anúncios em YouTube
- › Desenvolvimento de uma proposta de aplicação do Design Emocional na concepção/melhoria de um produto ou serviço
- › Apresentação e discussão de resultados

### 5. Campanhas Google Shopping.

- › Introdução ao Google Shopping
- › Como criar uma campanha e otimizar catálogo de produtos

### 6. Campanhas Locais.

- › Introdução a estratégias de geração de tráfego para negócios físicos
- › Utilizar a plataforma Google Ads com integração do Google My Business para destacar o negócio físico em anúncios de texto / criatividades
- › Avaliação do impacto do digital no tráfego de uma loja física

### 7. Campanhas para Apps.

- › Introdução às campanhas para aplicações
- › Impacto da plataforma Google na estratégia de aquisição e retenção de uma aplicação

### 8. Campanhas Inteligentes.

- › Evolução do mercado de paid media digital
- › Tipos de campanhas inteligentes

### 9. Avaliação de resultados e estratégia de tracking.

- › Introdução ao Google Analytics
- › Integração do Google Ads com Google Analytics
- › Avaliação qualitativa e quantitativa do tráfego gerado no website pelo Google Ads
- › Introdução ao conceito de CRO

## EQUIPAMENTO

Um computador com ligação a internet (preferencialmente através de cabo de rede);  
Webcam e microphone;  
Documentação em formato digital.

## CERTIFICAÇÃO

Inclui: Carga horária total do workshop, temática, certificação DGERT, carimbado e assinado pela coordenação pedagógica em **formato digital**.

## NOTAS

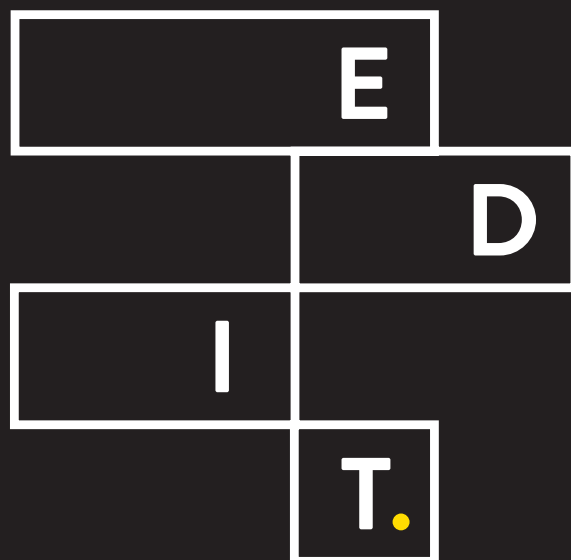
Em caso de cancelamento do workshop por parte da EDIT., o valor pago pelo(a) participante antecipadamente será reembolsado na sua íntegra. Caso o cancelamento seja efetuado pelo(a) aluno(a) será devido uma multa (cláusula penal) de 10% (dez por cento) do valor pago. Não será restituído o valor da inscrição após a realização do workshop.

A EDIT., livre de quaisquer ônus para com o(a) aluno(a), poderá utilizar a sua imagem e som de voz para fins de divulgação do workshop e das suas atividades, podendo, para tanto, reproduzi-lo ou divulgá-lo nos seus canais de comunicação.

A EDIT. reserva-se o direito de alterar datas, horários, locais ou mesmo cancelar workshops de acordo com um número mínimo de interessados. Nesse caso, todos os inscritos serão previamente avisados, até 24 horas antes do início do workshop.

Ficarão ao critério da EDIT. os cancelamentos dos Workshops por outros motivos que aqui não foram informados.

Demais valores gastos pelo(a) aluno(a) não serão reembolsáveis, como valores gastos com alojamento, hotel, passagem de qualquer tipo e deslocações.



[weareedit.io](http://weareedit.io)

**EDIT.**  
**Lisboa**

Alameda D. Afonso  
Henriques, 7A  
1900-178 Lisboa

(+ 351) 210 182 455  
(chamada para rede  
fixa nacional)  
[geral@edit.com.pt](mailto:geral@edit.com.pt)

**EDIT.**  
**Porto**

Rua Alferes Malheiro nº 226  
4000-057 Porto

(+ 351) 224 960 345  
(chamada para rede fixa  
nacional)  
[geral@edit.com.pt](mailto:geral@edit.com.pt)

**EDIT.**  
**Madrid**

Calle Gran Vía, 8  
28013 Madrid

(+ 34) 910 563 227  
[info@edit.com.es](mailto:info@edit.com.es)

**EDIT.**  
**São Paulo**

Avenida Paulista, 1374  
11º Andar  
01310-100 São Paulo

(+ 55) 11 96927 0137  
[edit-brasil@weareedit.io](mailto:edit-brasil@weareedit.io)