



## Google Display Ads

Academia Online **Marketing Digital**

Q. Pesquise no Google ou digite um

### Descrição do módulo

O Google Ads é uma plataforma publicitária destinada a todos os anunciantes que querem impactar, no momento certo e com as mensagens relevantes, potenciais clientes que se encontrem a navegar no motor de pesquisa Google, YouTube ou Gmail. Esta ferramenta permite a criação de campanhas extremamente segmentadas, incluindo a sua monitorização contínua e otimização com base nas métricas relevantes para cada cliente.

O propósito deste módulo é a capacitação dos Participantes nos anúncios de tipo *display* desta plataforma (tipicamente referenciados como publicidade *push*), que diferem do tipo *search* (tipicamente referenciados como publicidade *pull*) no propósito, impacto, retorno do investimento, e na forma como geralmente são utilizados – são oferecidos na *Google Display Network*, um conjunto de mais de 2 milhões de *websites* que alcançam cerca de 90% dos utilizadores de internet a nível global.

Dominar os Google Display Ads permitirá aos Participantes aumentar significativamente a exposição da sua marca e/ou das vendas online dos seus produtos e/ou serviços.

Temas abordados:

- O que é o Google Ads Display – diferenças entre display e pesquisa
- Diferentes Campanhas de Display
- Criação de Campanhas de Display
- Remarketing com Display

### No final do módulo, cada Participante será capaz de:

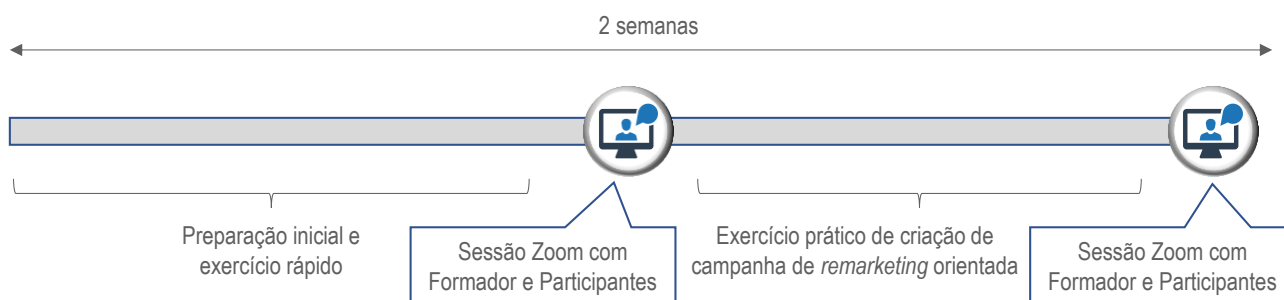
1. Identificar as opções de anúncios Google mais eficientes para cada momento do processo de compra;
2. Criar e gerir campanhas de Google Ads Display;
3. Aumentar a taxa de conversão e/ou exposição com campanhas de remarketing.

## Abordagem

O módulo terá um tempo total de aprendizagem para cada Participante de 5 horas. Será dividido em 5 fases:

1. Preparação inicial: visualização de vídeos de introdução ao módulo e conteúdos iniciais, incluindo vídeos com distinção entre pesquisa e *display*, e os diferentes tipos de campanhas existentes em *display*;
2. Exercício individual: identificação dos objectivos a alcançar com as campanhas;
3. Primeira sessão Zoom (duração de 1h30): demonstração prática e passo-a-passo de como se criam campanhas de *display* eficientes de forma a que a campanha seja criada durante a sessão;
4. Preparação para *remarketing*: vídeos explicativos e passo-a-passo de como criar uma campanha de *remarketing* em *display*;
5. Exercício individual: criação da campanha de *remarketing* orientada;
6. Segunda sessão Zoom (duração de 1h30): auditoria às campanhas de *display* e de *remarketing* em *display*, discussão dos resultados dos exercícios e partilha de melhores práticas no tópico do módulo com exposição de casos de sucesso.

A abordagem encontra-se esquematizada em baixo:



## Nota biográfica

Consultor e formador de Marketing Digital, é uma referência nacional na área, contando com mais de 16 anos de experiência. Atualmente, é Board Advisor do Pestana Hotel Group, onde assegura há mais de nove anos um retorno de investimento superior à média através da otimização orgânica e paga dos seus portais E-commerce, derrotando fortes concorrentes de reservas em hotelaria.

Ao seu trabalho no Pestana Hotel Group e Google (onde desempenha a função de Regional Trainer), alia a docência em várias universidades, sendo também co-autor do livro "Marketing Digital para Empresas" e fundador da Influenza, a agência de marketing de influência.

A sua missão é transmitir abertamente o seu conhecimento na área do Digital, para ajudar as pessoas e empresas a construírem e potenciarem os seus negócios online, incentivando ao empreendedorismo quem assiste às suas aulas, formações ou palestras, não só pelo domínio ágil da teoria e da prática, mas pela forma divertida e carismática como o faz.

Em 2020 ganhou o prémio de melhor profissional do mercado digital em Portugal atribuído pela Digitaltalks.

