



MARKETING DIGITAL

COMPLETO

Bem-vindos!
Este material é parte do curso de

Marketing Digital Completo

O material é para seu uso pessoal e
não pode ser disponibilizado para terceiros.

Contamos com a sua colaboração
e vamos aos estudos!



O que vamos ver neste documento?

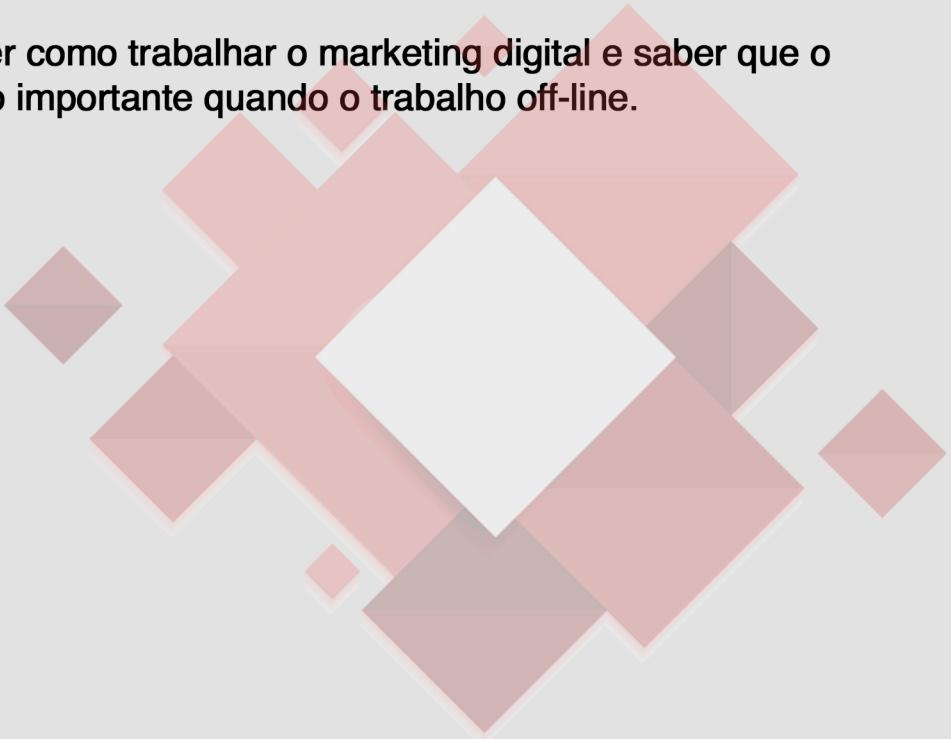
- 1. O que é Marketing Digital.**
- 2. As siglas/expressões mais utilizadas no marketing e qual o significado delas.**
- 3. As siglas do Google Ads e o que significam.**
- 4. Como exibir o código fonte dos sites e encontrar as keywords e description.**
- 5. Tamanhos das imagens no facebook/instagram.**
- 6. Bancos de imagem de graça**

1. 0 que é Marketing Digital.

“É o uso das estratégias de Marketing aplicadas à internet, por meio das ferramentas digitais, para atingir determinados objetivos, seja vender, captar clientes ou promover seu blog ou site. O marketing digital engloba a prática de promover produtos, serviços ou a própria marca, através da internet, chegando aos consumidores de forma rápida, personalizada e eficiente.” SAAD, Norma.

Cada vez mais as pessoas estão conectadas e moldando seus consumos pelos meios digitais, se hoje pensamos em conhecer um restaurante, nós costumamos procurar a respeito nas redes sociais, ver os pratos, comentários, horário de funcionamento, preços e o retorno que temos ao fazer essa busca é capaz de ser fator determinante para irmos ou não no estabelecimento.

Nós precisamos entender como trabalhar o marketing digital e saber que o trabalho na internet é tão importante quanto o trabalho off-line.



2. As siglas/expressões mais utilizadas no marketing e qual o significado delas.

Budget - É o orçamento para aquela campanha ou ação.

CRM - Customer relationship management - Nada mais é que o gerenciamento de relacionamento com os clientes. É citado para falar sobre a gestão de relacionamento que pode ser de forma pessoal ou via software.

CTA - Call to action - A tradução fica chamada para ação e na prática é quando você induz o cliente a fazer uma ação, geralmente atribuindo um texto com link, botões ou banners para cliques.

Geração de leads - É usado quando você quer converter visitantes de um site ou rede social em leads.

Landing page - Também conhecida como a página de acesso do seu site ou a primeira página que seu cliente terá contato em seu site, que pode ser uma página especial de uma promoção específica.

Lead - É um usuário que cedeu algum dado pessoal em um formulário seu e pode se tornar um cliente consumidor a partir de uma abordagem bem executada.

Long tail keyword - São palavras chave mais longas para quem quer ser mais assertivo. Pense que você vende sapatos para trilhas e numa busca de “sapatos” no Google você não está bem ranqueado, mas ao buscarem “sapatos para trilhas” você está no topo alcançando diretamente seus clientes em potencial.

Segmentação de leads - É quando você pega seu lead e faz divisões para executar um serviço específico para aquele grupo ou vender um produto voltado para aquele perfil.

Visitante único – É o visitante que entrou em determinado site e teve um cookie instalado em seu computador. Dessa forma é possível saber quantos visitantes um site teve, sem contar o mesmo usuário mais de uma vez.

Existem muitas outras, mas sabendo o significado dessas palavras você não terá dificuldade de compreender algo relacionado ao marketing digital.

3. As siglas do Google Ads e o que significam.

Arquivo CSV - O arquivo CSV (valores separados por vírgulas) é um arquivo de texto com formato específico para possibilitar o salvamento dos dados em um formato estruturado de tabela.

Cliques inválidos - Cliques nos anúncios que o Google considera ilegítimos, como cliques não intencionais ou cliques provenientes de softwares maliciosos.

Cookie - Um pequeno arquivo que é salvo no computador das pessoas para ajudar a armazenar as preferências e outras informações usadas nas páginas da Web que elas visitam.

Correspondência ampla - Uma configuração de palavra-chave que permite que seu anúncio seja exibido quando alguém pesquisa essa palavra-chave ou uma variação dela. A palavra-chave de correspondência ampla "buzina de bicicleta" pode fazer com que seu anúncio seja exibido quando alguém pesquisa variações como "buzinas de bicicleta", "comprar buzina para bicicleta" e "críticas sobre buzinas para bicicleta".

Correspondência de frase - Uma configuração de palavra-chave que permite que seu anúncio seja exibido somente quando a pesquisa de alguém inclui a frase exata da palavra-chave ou variações aproximadas da frase exata da palavra-chave, com palavras adicionais antes ou depois delas. A palavra-chave de correspondência de frase "buzina de bicicleta" pode fazer com que seu anúncio seja exibido quando alguém pesquisa "buzinas de bicicleta", "comprar buzinhas de bicicleta" e "críticas sobre buzinhas de bicicleta".

Correspondência exata - Uma configuração de palavra-chave que permite que seu anúncio seja exibido somente quando alguém pesquisa a frase exata da palavra-chave ou variações aproximadas da frase exata. A palavra-chave de correspondência exata "buzina de bicicleta" pode acionar a exibição de seu anúncio somente se alguém pesquisar exatamente a frase "buzina de bicicleta", ou uma variação aproximada dessa frase, sem outras palavras.

CPA Médio - O valor médio cobrado de você por uma conversão do seu anúncio. O CPA (custo por aquisição) médio é calculado ao dividir o custo total das conversões pelo número total de conversões. Por exemplo, se seu anúncio gerar duas conversões, uma no valor de R\$ 2,00 e outra de R\$ 4,00, o CPA médio dessas conversões será de R\$ 3,00.

3. As siglas do Google Ads e o que significam.

CPC Médio - Trata-se do valor médio cobrado por um clique no seu anúncio. O custo médio por clique (CPC médio) é calculado dividindo o custo total dos seus cliques pelo número total de cliques. Veja um exemplo de como calcular seu CPC médio: imagine que seu anúncio receba dois cliques, um no valor de R\$ 0,20 e outro no valor de R\$ 0,40, resultando em um custo total de R\$ 0,60. Você divide R\$ 0,60 (custo total) por 2 (número total de cliques) e tem um CPC médio de R\$ 0,30.

CPM - Custo por mil impressões - Uma forma de definir lances em que você paga por mil visualizações na Rede de Display do Google.

Com os lances de CPM visível, você só paga quando seus anúncios podem ser visualizados.

CPC - Seu custo real por clique (CPC real) é o valor final que você paga por um clique. Você geralmente recebe uma cobrança menor (às vezes, muito menor) do que seu custo por clique máximo (CPC máximo), que é o maior valor que você normalmente pagará por um clique. Geralmente, o CPC real é menor do que o CPC máximo. Isso acontece porque, no leilão do Google Ads, o valor máximo que você paga é o mínimo necessário para manter a posição do seu anúncio e os formatos exibidos com ele, como sitelinks.

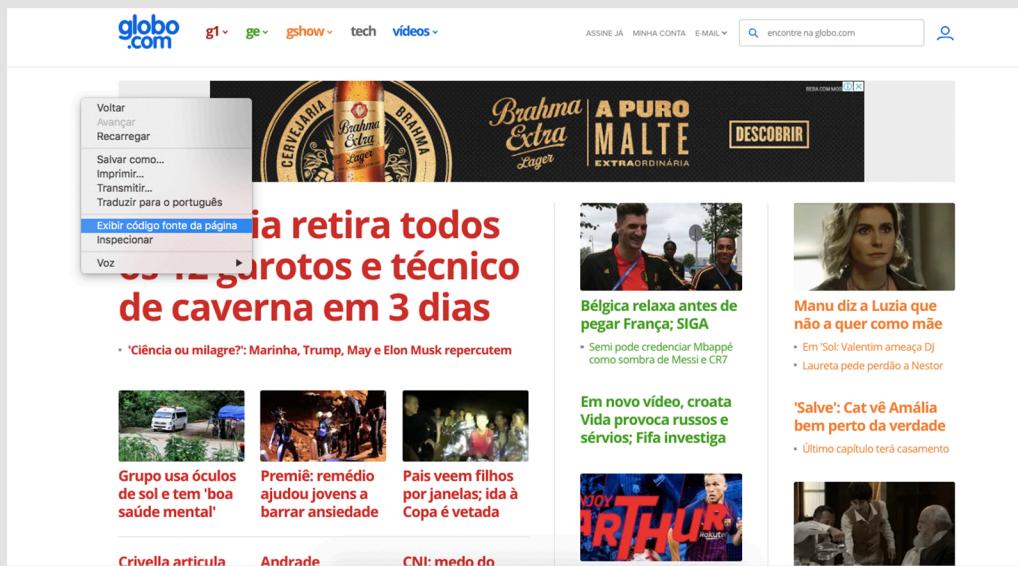
CTR - A proporção da frequência com que as pessoas que visualizam seu anúncio clicam nele. É possível usar a taxa de cliques (CTR) para avaliar o desempenho das suas palavras-chave e dos seus anúncios. A CTR é o número de cliques recebidos pelo seu anúncio dividido pelo número de vezes que ele foi exibido: cliques ÷ impressões = CTR. Por exemplo, se você tivesse cinco cliques e cem impressões, sua CTR seria de 5%.

Impressões - A frequência com que seu anúncio é exibido. Uma impressão é contabilizada sempre que seu anúncio é exibido em uma página de resultados de pesquisa ou em outro site da Rede do Google. Sempre que seu anúncio é exibido no Google ou na Rede do Google, uma impressão é contabilizada.

ROI - Retorno do investimento - Lucro obtido com seus anúncios em relação ao quanto você gastou com eles. Para calcular o ROI, subtraia seus custos totais da receita gerada pelos anúncios e, em seguida, divida o resultado pelos custos totais: $ROI = (\text{receita} - \text{custo dos produtos vendidos}) / \text{custo dos produtos vendidos}$.

4. Como exibir o código fonte dos sites e encontrar as keywords e description.

Usaremos o site da Globo.com como exemplo.



No navegador Google Chrome, clique com o botão direito do mouse no fundo do site e depois clique em exibir código fonte.

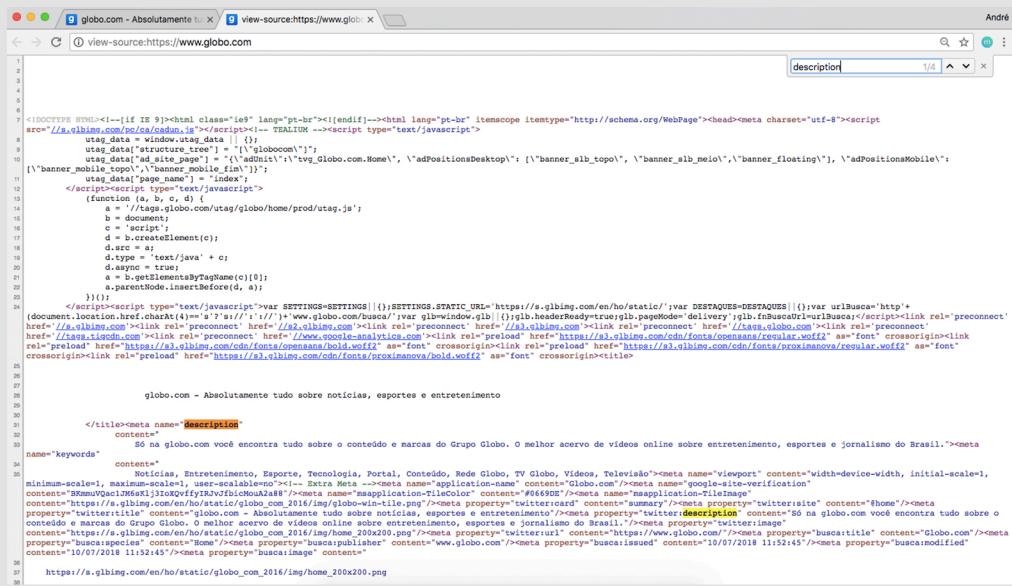
A screenshot of the Google Chrome developer tools, specifically the 'Elements' panel. The URL in the address bar is 'view-source:https://www.globo.com'. In the search bar, the word 'keywords' has been typed, and the results show a single result: 'keywords' at line 1, column 1. The code snippet for the 'keywords' meta tag is shown below:

```
1 <meta name="keywords" content="Só na globo.com você encontra tudo sobre o conteúdo e marcas do Grupo Globo. O melhor acervo de vídeos online sobre entretenimento, esportes e jornalismo do Brasil.">
```

The rest of the page content is visible in the background, including the header 'globo.com - Absolutamente tudo sobre notícias, esportes e entretenimento' and various news articles.

4. Como exibir o código fonte dos sites e encontrar as keywords e description.

Digite description para ver o que o concorrente atribuiu.



```
1 <!DOCTYPE HTML><html lang="pt-br"><head><meta charset="utf-8"><script type="text/javascript">
2   utag_data = window.utag_data || {};
3   utag_data['structure_tree'] = ['\glbo'];
4   utag_data['ad_site_page'] = ['\adUnit\i\tvg_Globo.com.Home', '\adPositionsDesktop\i\{"banner_slb_topo": {"banner_slb_meio": "banner_floating"}, \adPositionsMobile\i\{"banner_meio": "index"\}'];
5   utag_data['page_name'] = 'index';
6 </script><script type="text/javascript">
7   (function (a, b, c, d) {
8     a = //tags.globe.com/utag/globo/home/prod/utag.js;
9     b = document;
10    c = 'script';
11    d = b.createElement(c);
12    d.scr = a;
13    d.type = 'text/java';
14    d.async = true;
15    a = b.getElementsByTagName(c)[0];
16    a.parentNode.insertBefore(d, a);
17  })();
18 </script><script type="text/javascript">var SETTINGS=SETTINGS||{};SETTINGS.STATIC_URL='https://s.glibimg.com/en/ho/static/';!var DESTAQUES=DESTAQUES||{};var urlBusca='http+
19 (document.location.href.charAt(4)=='?')?'+'&'+document.location.href.substring(5)+':';var glbwindow,gblb.headerReady=true;gblb.pageMode='delivery';gblb.fnBuscaUrl=urlBusca</script><link rel="preconnect"
20 href="//s.glibimg.com"><link rel="preconnect" href="//s.glibimg.com"><link rel="preconnect" href="//tags.globe.com"><link rel="preconnect" href="//tags.globe.com"><link rel="preconnect"
21 href="https://s.glibimg.com"><link rel="preconnect" href="https://s.glibimg.com"><link rel="preconnect" href="https://s.glibimg.com"><link rel="font" crossorigin><link rel="preload" href="https://a3.glibimg.com/cdn/fonts/opensans/bold.woff" as="font" crossorigin><link rel="preload" href="https://a3.glibimg.com/cdn/fonts/proximanova/bold.woff" as="font" crossorigin><title>
22 globo.com - Absolutamente tudo sobre notícias, esportes e entretenimento
23 </title><meta name="description" content="Só na globo.com você encontra tudo sobre o conteúdo e marcas do Grupo Globo. O melhor acervo de vídeos online sobre entretenimento, esportes e jornalismo do Brasil."><meta
24 name="keywords" content="Notícias, Entretenimento, Esporte, Tecnologia, Portal, Conteúdo, Rede Globo, TV Globo, Vídeos, Televisão"><meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1,
25 minimum-scale=1, maximum-scale=1, user-scalable=no"><meta name="apple-mobile-web-app-capable" content="yes"><meta name="apple-touch-icon" content="https://s.glibimg.com/en/ho/static/globe-win-tile.png"><meta property="og:site-verification"
26 content="B8muQ1q1w6zL13dyvifysDyvXc6mdu8l"><meta name="og:url" content="https://www.globo.com"><meta name="og:title" content="Globo.com - Absolutamente tudo sobre notícias, esportes e entretenimento" data-bbox="125 585 716 636"><meta property="og:description" content="Só na globo.com você encontra tudo sobre o
27 conteúdo e marcas do Grupo Globo. O melhor acervo de vídeos online sobre entretenimento, esportes e jornalismo do Brasil."><meta property="og:image" content="https://i.globeimg.com/ih/2016/06/13/1600x200.png"><meta property="twitter:title" content="Globo.com - Absolutamente tudo sobre notícias, esportes e entretenimento" data-bbox="125 605 716 636"><meta property="twitter:description" content="Só na globo.com você encontra tudo sobre o
28 conteúdo e marcas do Grupo Globo. O melhor acervo de vídeos online sobre entretenimento, esportes e jornalismo do Brasil."><meta property="twitter:image" content="https://i.globeimg.com/ih/2016/06/13/1600x200.png"><meta property="busca:species" content="Home"><meta property="busca:publisher" content="www.globo.com"/><meta property="busca:issued" content="10/07/2018 11:52:45"/><meta property="busca:modified"
29 content="10/07/2018 11:52:45"/><meta property="busca:image" content="https://a3.glibimg.com/en/ho/static/globe_2016/img/home_200x200.png"
30 <meta property="busca:modified" content="10/07/2018 11:52:45"/>
```

Após realizar este processo, você saberá as palavras-chave que seus concorrentes utilizaram nos respectivos sites e terá mais material para analisar o conteúdo do seu site. Não se assuste se alguns concorrentes não tiverem keywords, nem todos trabalham o SEO.

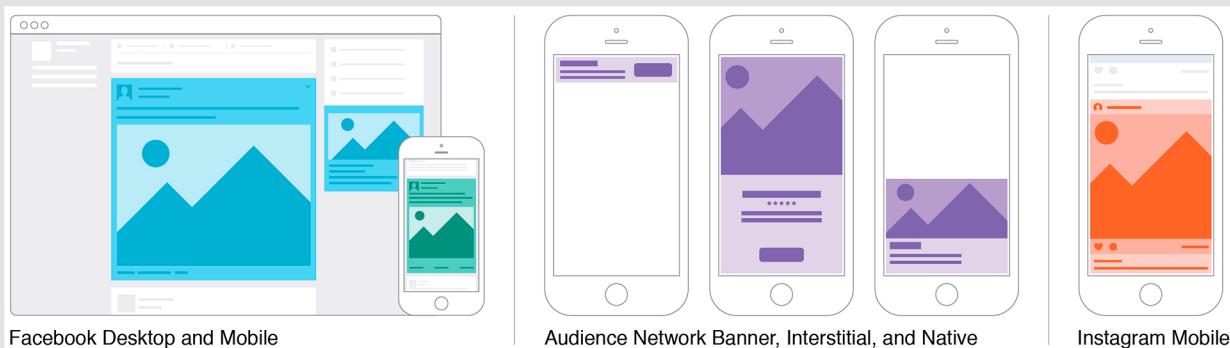
5. Tamanhos das imagens no facebook/instagram.

Digite descrição para ver o que o concorrente atribuiu.

Após realizar este processo, você saberá as palavras-chave que seus concorrentes utilizaram nos respectivos sites e terá mais material para analisar o conteúdo do seu site. Não se assuste se alguns concorrentes não tiverem keywords, nem todos trabalham o SEO.

5. Tamanhos das imagens no facebook/instagram.

É importante saber as dimensões recomendadas pelo facebook/instagram para ter a certeza que suas publicidades serão visualizadas da melhor forma possível.



Cada objetivo de anúncio pode recomendar um tamanho ou design de anúncio diferente para o Facebook, o Instagram e o Audience Network. Se desejar que os seus anúncios do Facebook sejam qualificados para exibição em todos os tipos de formatos, incluindo o Feed de Notícias do desktop, o Feed de Notícias móvel e a coluna da direita, você deverá usar o tamanho de imagem de anúncio recomendado para o seu objetivo.

Para o feed do facebook o recomendado é

Tipo de arquivo: jpg ou png

Proporção da imagem: 9:16 a 16:9

Resolução recomendada: Carregue a imagem com a resolução mais alta disponível.

Imagens com mais de 20% de texto podem ter menor veiculação.

Para o feed do instagram o recomendado é

Tipo de arquivo: jpg ou png

Tamanho máximo do arquivo: 30 MB Resolução recomendada: Carregue a imagem com a resolução mais alta disponível que corresponda aos requisitos de proporção.

Texto: Duas linhas de texto vão aparecer.

Quer saber outras dimensões?

Acesse a página guia do facebook

<https://www.facebook.com/business/ads-guide/image/facebook-feed>

6. Bancos de imagem de graça.

O ideal é que seus anúncios sejam imagens de seus próprios produtos e negócios, porém às vezes é necessário utilizar imagens de bancos de imagens para fazer uma composição ou aplicar um ícone especial, testar uma peça em um mock up, porém os sites mais conhecidos que fornecem estes materiais são pagos e não costumam ser baratos, mas nós separamos alguns sites de nossa preferência com um vasto banco que pode auxiliar na criação de peças publicitárias.

Imagens

<https://pixabay.com/>

<https://www.pexels.com/>

<https://www.freeimages.com/>

<https://unsplash.com/>

<https://stocksnap.io/>

Ícones

<https://www.flaticon.com/>

Mockups

<https://www.mockupworld.co/all-mockups/>

