

{ Sua Agência de Marketing Digital... }



SoftHar

Estamos Sempre Online. Reinventando o seu Negócio :)



Configurar Remarketing No Google Analytics



Quem Sou Eu?

“...Muito prazer meu nome é Danilo Mazuquin, tenho 25 anos, casado e apaixonado por minha família.

Tenho formação bacharel em ciência da computação, fiz especialização em Marketing Digital, consumidor diário de leitura em Neuromarketing, certificado em todas as redes do Google AdWords e Google Analytics. Idealizei e Iniciei a Agência de Marketing Digital Softbar em 2010, situada em Guarulhos-SP. Contamos hoje com profissionais apaixonados por Marketing Digital e Programação e temos uma carteira fixa com Mais de 100 Clientes somente em Marketing Digital...”

O que é Remarketing?

Remarketing consiste no processo de impactar novamente com anúncios uma pessoa em que num dado momento anterior já havia visualizado uma página em seu site.

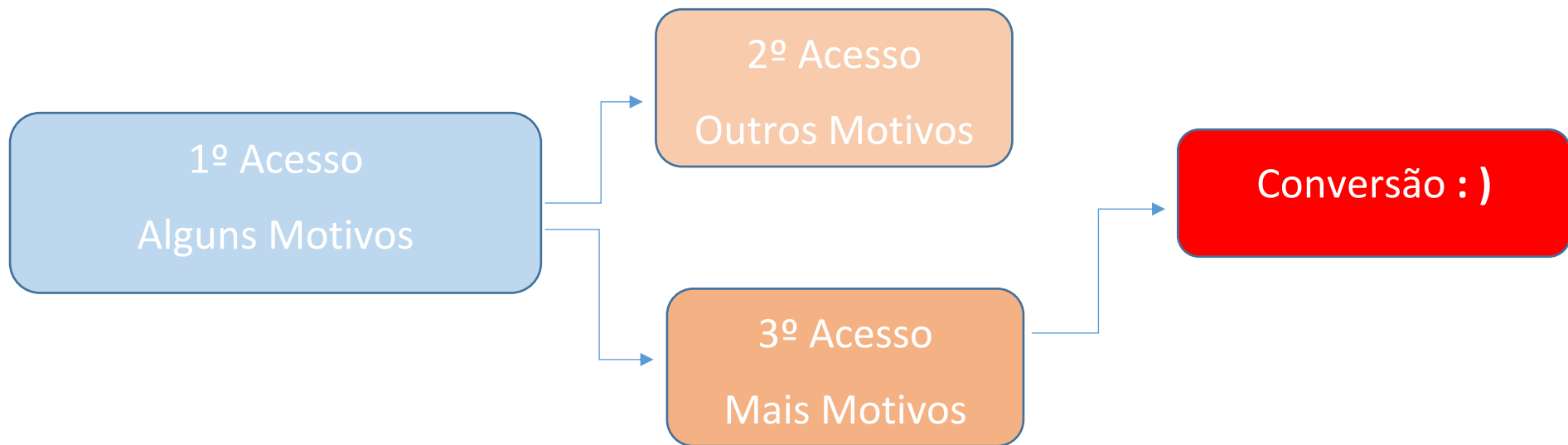
Eu acredito muito que você já deve ter procurado no Google ou em outro buscador qualquer algum produto ou serviço, clicado num dos anúncios em que foi exibido, logo então acessado o site em que estava ofertando o produto ou serviço, navegou por entre as páginas do website, contudo por algum motivo qualquer não realizou a ação esperada pelo “dono” do site que pode ser venda, uma inscrição, um pedido de orçamento, etc. E logo ao sair do site e acessar outros sites você começa a visualizar por diversas vezes anúncios do produto ou serviço em que você havia procurado anteriormente, pois bem, esta técnica / ferramenta é chamada de remarketing!



Por que fazer Remarketing?

Esta explicação é bem simples! A maioria dos usuários em que procura um produto ou serviço **não convertem** (realizam uma ação de valor, compram, solicitam orçamento, realiza uma inscrição, etc) **no primeiro acesso ao site / loja virtual** ou seja o usuário é um consumidor e historicamente os consumidores precisam de satisfazer n critérios até que sintam-se preparados para realizar uma ação de compra por exemplo e o remarketing surgiu justamente para mostrar a este consumidor mais benefícios em realizar a compra pretendida em momentos e em sites diferentes.

Imagine que você tenha uma loja virtual que vende notebook's, sabendo que a maioria dos usuários em que acessarem a sua loja virtual não irão realizar a ação de compra no primeiro acesso, então você poderá instalar as tags de remarketing em suas páginas de venda dos notebook's e num segundo momento criar anúncios para serem exibidos em outros sites levando outros motivos, fora os exibidos em sua loja virtual para que o usuário efetivamente venham a comprar. Os motivos são diversos, dependerá muito de sua criatividade, podendo atacar a nível de preço por exemplo ofertando um voucher que ofereça x% de desconto na aquisição do notebook em que o usuário havia acessado anteriormente, uma garantia estendida ou algo totalmente fora de precificação como citar características técnicas que ajudará o usuário em seu dia a dia, talvez uma bateria que dure por até x horas, tela giratória em que o ajudará em suas apresentações corporativas, etc.



Onde Faço Remarketing?

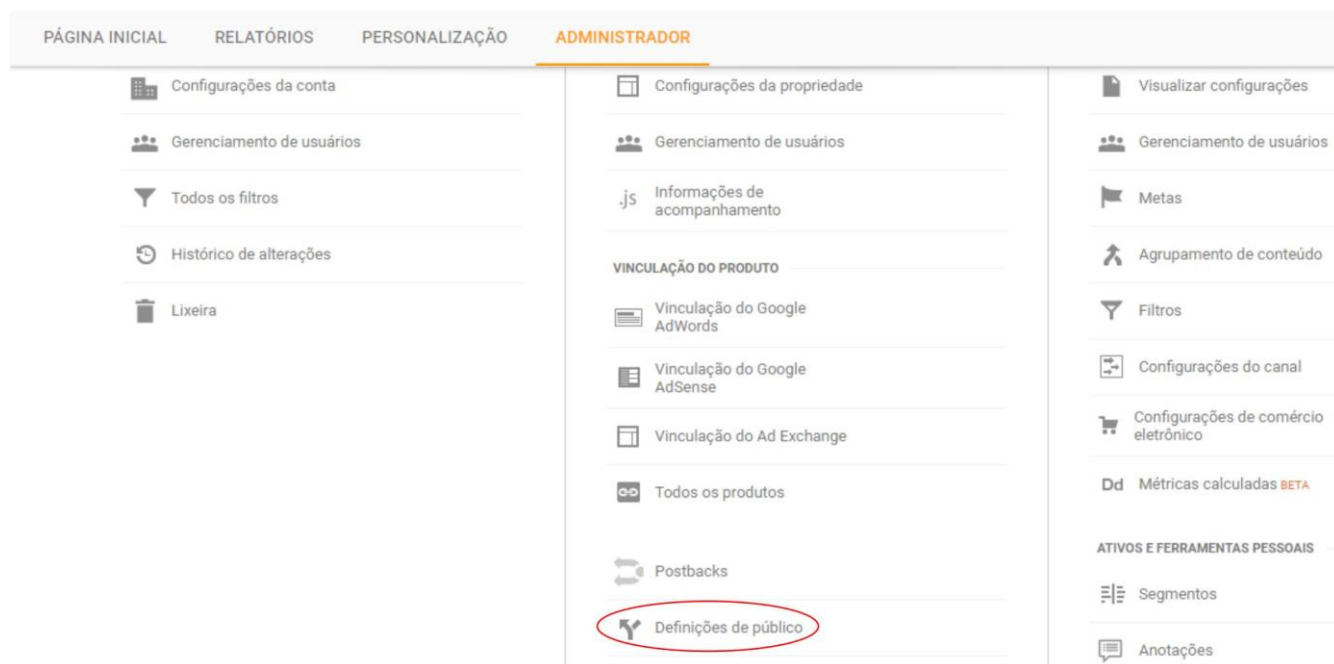
Podemos fazer remarketing de tráfego proveniente de diversos canais, como do Google AdWords, Google Orgânico, Facebook, E-mail Marketing, etc. Contudo iremos abordar aqui o conceito de criar tags de remarketing no Google Analytics com tráfego proveniente de qualquer canal e utilizar a lista de remarketing em anúncios do Google AdWords, na Rede de Display, onde os seus anúncios de remarketing aparecerão em sites do Google e sites parceiros do Google.

Criando as tags de Remarketing?

1º Passo:

O primeiro passo para criar o público personalizado de remarketing é ter uma conta no Google Analytics, ter ativo o relatório de informações demográficas e interesse e ter uma conta no Google AdWords, bom, vamos explorar o que acabei de citar:

Dentro do Google Analytics vá até a guia Administrador - > no nível de Propriedade irá ver a opção **Definições de Público**, conforme imagem abaixo:



Clique em **Definições de Público** e em **Públicos - Alvo** e caso a sua conta do Google AdWords ainda não tenha sido vinculada ao Google Analytics, o próprio analytics neste passo já irá solicitar a você que faça a integração.



2º Passo:

Após ter clicado em Públicos – Alvo e se até aqui tudo ocorreu bem, logo lhe será apresentada uma janela conforme a imagem abaixo:

Públicos-alvo

Crie públicos para engajar novamente seus usuários e alcançá-los por meio das integrações de marketing de público do Google, como listas de remarketing para anúncios da Rede de Pesquisa e remarketing na Rede de Display do Google. [Saiba mais](#)

Crie seu primeiro público

1 Configuração do link

Vista da propriedade ?

Todos os dados do website ▼

Conta de destino ?

Selecione um ▼

Próxima etapa Cancelar

2 Ativar o remarketing

A primeira opção exibida na imagem acima é a Configuração do Link - > Vista da propriedade. Caso você não tenha mais do que uma vista de propriedade cadastrado em sua propriedade na conta do Google Analytics só aparecerá a opção **Todos os dados do Website** e logo então é só manter da forma como já está. Contudo imagine que você tenha criado outras vistas de propriedade, talvez tenha um blog e criou uma vista para ele então o Analytics lhe dará opções de criar a tag de remarketing para todos os dados do website ou para uma vista de propriedade específica, como por exemplo a do blog.

Na segunda opção (**Conta de Destino**) você irá clicar na caixa e então serão exibidas as contas do Google AdWords em que você vinculou a sua conta do Google Analytics, caso só tenha uma conta no Google AdWords, logo só aparecerá uma conta. Pois então, bastará seleciona-la e clicar em próxima etapa.

3º Passo:

Após você ter clicado em próxima etapa, caso ainda não tenha ativo a opção de informações demográficas e interesse lhe será apresentada a mensagem conforme imagem abaixo:

Crie seu primeiro público

✓ **Configuração do link** Editar

Vista da propriedade: *Todos os dados do website*
Conta de destino: 663-793-2251

2 **Ativar o remarketing**

Após a ativação do remarketing, o Google coletará dados adicionais sobre seu tráfego para ativar o remarketing nas Redes de Pesquisa e Display. Ao ativar essa configuração, você precisa obrigatoriamente aderir à política de recursos de publicidade do Google Analytics, incluindo as regras sobre categorias sensíveis.

Criaremos seu primeiro público "Todos os usuários" para você.

Ativar Cancelar

Bastará clicar no botão azul escrito *Ativar*, logo então já terá dado a permissão ao Google Analytics para acompanhar os dados demográficos e de interesse do tráfego gerado em seu site. Automaticamente será criado o público de remarketing para todos os usuários do website, contudo imagine que nós queiramos fazer remarketing por cada página de nosso site, pois desta forma poderemos ter campanhas publicitárias mais segmentadas, logo então você clicará em definição de audiência, conforme imagem abaixo:

✓ **Configuração do link** [Editar](#)

Vista da propriedade: *Todos os dados do website*
Conta de destino: 663-793-2251

✓ **Audience definition** [Editar](#)

Nome do público-alvo: *Todos os usuários*
Usuários dos últimos sete dias: 97
Duração da associação: 30

Definição do público:

Qualificação:
Exibir tamanho do público-alvo: 0
Não qualificado para pesquisa ?

Posteriormente ao clicar em Audience Definition (Definição de Audiência) a tela apresentada será como na imagem abaixo:

2 Audience definition

Todos os usuários

Usuários dos últimos sete dias ?

-

Duração da associação ?

30 dias

Dias a serem analisados ?

7 dias

Qualificação ?

-

Nome do público-alvo ?

[Salvar](#) [Cancelar](#)

Clique no lápis ao lado direito da escrita Todos os usuários e então iremos definir para qual página este público será criado.

4º Passo:

Após clicar no lápis (símbolo de edição), lhe será apresentada n opções de personalização do público alvo. Como nós desejamos criar um público alvo personalizado em que acessou uma página específica de nosso site, então ao lado esquerdo inferior da janela em que foi aberta clicaremos em **Condições** (na guia avançado) - > No centro da janela observe que temos uma caixa de seleção escrita **Ação do Evento**, nesta iremos clicar e selecionar a opção Página de Destino, já na caixa de seleção ao lado (**Contém**) colocaremos o nome da página do site que desejamos que ao público acessar automaticamente este faça parte da lista de remarketing, lembrando que se o nome da página for por exemplo contato.php, então você deverá escrever da seguinte forma: /contato.php A barra (/) deve ser utilizada, a fim de que o Google Analytics consiga “encontrar” o caminho da página que neste caso teoricamente seria www.seusite.com.br/contato.php.

Abaixo segue uma imagem que ilustra o que foi escrito acima:

Criador de público-alvo

Informações demográficas

Tecnologia

Comportamento

Data da primeira sessão

Origens de tráfego

Avançado

Condições 1

Sequências

Condições
Segmente seus usuários e / ou as sessões deles de acordo com condições individuais ou múltiplas

Filtro Sessões Incluir

Página de destino contém /produtos.php

+ Adicionar filtro

Condições
Página de destino: contém "/produtos.php"

Aplicar Cancelar

5º Passo:

Após você ter realizado os passos descritos acima, então agora bastará escolher o tempo em que deseja deixar o usuário que satisfizer a condição fique associado à sua lista de remarketing, dar um nome ao seu público personalizado e clicar em **Salvar**. O tempo de associação é uma variante de negócio para negócio, talvez se você for um corretor de imóveis a associação do usuário em sua lista de remarketing deverá ser grande, pois possivelmente ele terá que ser impactado n vezes até ter a ação em que você deseje (dependendo da ação), agora imagine que você após n análises identificou que o seu público continua aquecido e então realiza a ação desejada em no máximo 30 dias, posteriormente a isto as taxas de conversões são muito baixas, então não terá a menor lógica estipular um tempo muito grande para que o usuário em questão fique associado à lista (sempre existem variações dentro deste raciocínio).

2 Audience definition

Condições

Página de destino: contém `"/produtos.php"`

Usuários dos últimos sete dias ?

1

Duração da associação ?

30 dias

Qualificação ?

Google AdWords (Rede de Display)

Google AdWords (RLSA)

Nome do público-alvo ?

Todos os usuários

Salvar Cancelar

Você não precisará de instalar nada em seu site, contudo é válido lembrar que tudo o que foi disposto acima é raciocinando que você tem o Google Analytics instalado em todas as páginas em que irá criar as listas de remarketing e também que o código de acompanhamento do analytics esteja atualizado, visto que antigamente era necessário instalar as tags de remarketing. Caso não saiba se o seu código de acompanhamento do Google Analytics é atualizado ou não, vá na propriedade da guia administrador, clique em informações de acompanhamento - > código de acompanhamento, então aparecerá o código de acompanhamento e faça a instalação novamente em seu site.

Agora é só esperar a sua lista de público alvo personalizado ter ao menos 100 visitantes ou utilizadores nos últimos 30 dias e então poderá criar suas campanhas de Remarketing no Google AdWords dentro da Rede de Display.

Feedback Final:

Caso queira ter mais conteúdo sobre o que foi disposto acima ou fique com dificuldade, queira questionar algo, elogiar ou fazer críticas construtivas utilize nossos canais de comunicação. Um forte abraço e de coração espero ter lhe ajudado! ... Acesse nosso blog www.softhar.com.br/blog e continue consumindo nossos conteúdos.



SoftHar

Estamos Sempre Online. Reinventando o seu Negócio :)

www.softhar.com.br

www.facebook.com/sites.softhar

11 2438-2549 - 11 3493-6176

Whatsapp 11 95215-8157

contato@softhar.com.br