



Curso **SUBIDO** DE TRÁFEGO



Pedro Sobral

MÓDULO 03 - Tráfego para Google Ads

Criando uma lista de palavras-chave



SUMÁRIO



00'04''	Introdução	Cap. 1	Pág. 2
02'10''	Como eu monto uma lista de palavras-chave eficiente?	Cap. 2	Pág. 3
07'58''	Use o Cérebro	Cap. 3	Pág. 5
10'08''	Use o planejador de palavras-chave do Google	Cap. 4	Pág. 6
13'07''	Use ferramentas externas	Cap. 5	Pág. 6
13'14''	Answer the public	Cap. 6	Pág. 7
17'58''	Roube como um artista	Cap. 7	Pág. 7
19'00''	Títulos de vídeos no YouTube	Cap. 8	Pág. 8
19'58''	Preste atenção no seu público	Cap. 9	Pág. 8
20'34''	Termos de pesquisa do Google	Cap. 10	Pág. 9
25'31''	Inteligências artificiais	Cap. 11	Pág.13



Introdução

Palavras-chave no Google Ads, do que se trata? Sei que essa pode ser uma dúvida sua e por isso vou te ensinar sobre o funcionamento das palavras-chave e como elas são fundamentais para seus anúncios.

Uma das maiores armas do Google são as palavras-chave. Você tem que entender que o Google é dono das maiores redes de pesquisa do mundo: o Google e o Youtube. Esses são os dois lugares que as pessoas mais pesquisam. Então, o Google tem muita informação dos usuários sobre o que eles pesquisam.

Imagine que daqui a pouco tenhamos uma fonte de tráfego que tem muita informação sobre o que a gente pensa. Essa fonte de tráfego vai nos dar ótimas segmentações sobre o pensamento das pessoas. Ainda não chegamos nesse nível, mas sabemos que **o Google sabe o que pesquisamos**, e por isso nós anunciantes precisamos montar listas de palavras-chave, as palavras pelas quais eu vou aparecer pelos meus anúncios.

E eu vou montar uma lista de palavras-chave tanto para aparecer na pesquisa do Google, quanto no YouTube, quanto em qualquer outra rede, por quais motivos? **Porque no Google conseguimos usar as palavras-chave para montar diversos tipos de públicos.**

Então hoje eu **vou te ensinar a montar sua lista de palavras-chave de forma eficiente** através de ferramentas do próprio Google Ads, ferramentas pagas e outras estratégias. Vem comigo!

2



02'10''

Como eu monto uma lista de palavras-chave eficiente?

Vou compartilhar a seguir o que eu faço na hora de criar uma lista de palavras-chave. **As palavras-chave do Google Ads tem um grande poder na hora de fazer os anúncios aparecerem para as pessoas certas.** Por isso, você deve se atentar para as palavras-chave positivas, ou seja, aquelas que você deve usar para encontrar o público certo para suas campanhas:

- Comprar
- Pedir
- Contratar
- Orçamento
- Adquirir
- Encomendar
- Obter
- Serviço
- Agendar
- Delivery
- Curso

Essas palavras demonstram intenção de comprar e, por isso, podem ser usadas nos seus anúncios no Google.

As palavras-chave negativas são aquelas que não demonstram intenção de compra e, por esta razão, elas não podem estar presentes nos anúncios:

- sem custo
- barato
- diy
- por conta propria
- economica
- caseira
- grátis
- gratis
- modelo
- exemplo
- pdf
- como
- o que
- oque
- o quê
- oquê
- porque
- por que
- por quê
- porquê
- onde
- aonde
- quando
- qual
- senha
- login
- carreira
- gratuito
- gratuita
- de graça
- de graca
- degraça
- degraca
- gratuitamente
- de gratis
- carreiras
- emprego
- a contratação de
- estagiários
- de estágio
- estágio
- estagiário
- de emprego
- empregos
- vaga
- recrutador
- recrutamento
- currículo
- salário
- cv
- currículo
- curriculum
- sobre
- na faixa
- na faicha
- consignado
- consiguinado
- concignado
- conciguinado
- template
- planilha
- definição
- comparação
- diagrama
- exemplo
- exemplos
- história
- mapas
- amostra
- modelo
- versão
- quais são
- o que é
- qual
- onde
- quando
- porque
- por que
- pq
- como
- fazer



Use o Cérebro

Como assim? (Sei que pode parecer óbvio demais). **Usar o cérebro é pensar como seu usuário pensa**, é pensar como seu cliente pensa.

Na hora de fazer essa planilha, eu gosto de separar as colunas por diferentes tipos de pesquisa nas quais eu gostaria de aparecer. No meu caso, faz sentido aparecer sempre que alguém pesquisa sobre como anunciar no Google Ads, mas também faz sentido aparecer quando pesquisam pelo meu nome. Então eu mapeio todas essas possibilidades, divido em colunas, e, nas linhas, escrevo diferentes palavras-chave para cada uma delas, entendeu? *Exemplo:*

Google Ads	Facebook	Anúncios online	Tráfego pago	Pedro Sobral
Google Ads	Facebook Ads	Como anunciar online	Como fazer tráfego pago	Pedro Sobral
Como anunciar no Google Ads	Aula de Facebook Ads	Como anunciar na internet	Tráfego pago	Pedro Sobral aulas
Como fazer Google Ads	Como anunciar no Facebook	Anúncios online	Como aprender tráfego pago	
Criar conta no Google Ads	Como fazer Facebook Ads		Aula de tráfego pago	

Você deve fazer o mesmo para o seu nicho. Se for o de emagrecimento, imagine as diferentes categorias de pesquisa para as quais você gostaria de aparecer, divida em colunas, e pense em diferentes palavras-chave para cada uma delas.

4



10'08''

Use o planejador de palavras-chave do Google

Essa ferramenta pode parecer bobinha, mas a diferença entre quem tem muito resultado no Google Ads e quem não tem, na maioria das vezes, não é saber apertar os botões de criar as campanhas, mas é **ter um bom trabalho prévio de criação de públicos**, criação de segmentações; uma delas, talvez a mais importante, é a seleção de palavras-chave.

5



13'07''

Use ferramentas externas

Existem várias ferramentas e muitas delas são limitadas ou precisam ser pagas para que você tenha acesso. O que eu indico para você:

- Answer the public
- Semrush

Vou te explicar um pouco sobre a Answer the public porque é uma ferramenta sensacional que vale a pena.

6



13'14"

Answer The Public

Esta é a ferramenta que eu mais uso. Nela você pode fazer uma pesquisa gratuitamente por dia, ou você pode optar por outro caminho: desligue seu roteador na tomada, espere um minuto, e ao ligar novamente, você conseguirá fazer uma nova pesquisa.

7



17'58"

Roube como um artista

Já deixo aqui uma indicação para você. Leia o livro “Roube como um artista”, escrito por Austin Kleon. É um livro simples e muito rápido de ler. Mas o que essa indicação significa na prática?

Abra o Google e pesquise a palavra-chave do seu nicho e veja os anúncios que aparecem. As respostas também podem gerar *insights* para anúncios e conteúdo para a sua audiência.

E uma dica importante:

Não se limite aos anúncios, mas veja o que tem no orgânico, isto é, todas as opções que aparecem na primeira página de respostas do Google. Geralmente, as quatro primeiras respostas são anúncios pagos e o restante é o que chamamos de “orgânico”. Essa análise certamente trará novas ideias para *headline* e descrição dos seus anúncios.

8



19'00''

Títulos de vídeos no YouTube

Não se esqueça que o YouTube também é uma rede de pesquisa, por isso você deve verificar o que está sendo anunciado por lá e como isso tem sido feito. Abra o YouTube e digite alguma palavra-chave do seu nicho e perceba como são os títulos dos anúncios e dos vídeos que aparecem imediatamente.

E claro, você não vai fazer apenas uma pesquisa. Faça várias e veja quais novas palavras podem ser inseridas na sua planilha. **Quanto mais pesquisas, mais análises você poderá fazer** e, conseqüentemente, novas palavras você conseguirá coletar para sua estratégia.

9



19'58''

Preste atenção no seu público

O que e como seu público escreve nos comentários, nas mensagens das mídias sociais do seu negócio? Esse feedback faz parte de como seu produto ou serviço é recebido pela audiência e isso também pode ser uma boa fonte de ideias para seus anúncios.



Termos de pesquisa do Google

Qual é a diferença entre **palavra-chave e termo de pesquisa?**

A palavra-chave é a segmentação. Vou dar um exemplo para você entender melhor: se eu decido fazer um anúncio sobre meditação, eu vou usar algumas palavras-chave: “como meditar”, “como fazer meditação”, “como meditar profundamente” e “como meditar em silêncio”.

Já o **termo de pesquisa é o que a pessoa pesquisa para que meu anúncio apareça para ela.** Então se a pessoa buscar por “como meditar em casa”, o meu anúncio pode aparecer para ela.

Mas como assim, Pedro?! Eu não coloquei essa palavra-chave...

Sim, mas o Google Ads tem tipos de correspondência de palavra-chave:

- **A ampla:** Se eu coloco *como meditar* como palavra-chave no meu anúncio, ele pode aparecer para vários termos de pesquisa, isto é, quando a pessoa digitar *como meditar de maneira fácil, meditar tutorial completo, ou fazer meditação*, ela pode encontrar o meu conteúdo, porque o Google vai mostrar meu anúncio para palavras relacionadas a *como meditar*. Ele entende que quem busca por *fazer meditação* certamente está precisando de algo que o meu produto ou serviço pode oferecer, e por isso ele associa as duas coisas;

- **A frase:** Se eu quiser ser mais específico eu coloco **“como meditar”**, entre aspas mesmo, e somente quando alguém digitar “como meditar”, meu anúncio aparecerá para ela. Isso significa que se a pessoa digitar “como meditar de maneira fácil” ou “como meditar em 5 passos”, meu anúncio pode chegar até ela. Mas se ela buscar “meditar tutorial completo”, meu anúncio não vai aparecer para ela. Mas por quê? **Porque ela não colocou o termo “como meditar”** na hora da pesquisa. Então, cuidado para não ser tão específico na hora de fazer a configuração e não aparecer para ninguém.
- **A exata:** Essa configuração é também específica, ou seja, se você decidir que [como meditar] será sua palavra-chave, seus anúncios só vão aparecer quando essa busca acontecer. Isso significa que se o usuário procurar por “como meditar em casa”, seu anúncio não vai aparecer para ele. Então, novamente: cuidado redobrado para não limitar demais e não aparecer para ninguém. Para esse tipo de configuração use as palavras-chave entre colchetes.

Vou dar um exemplo para você entender melhor:

Palavra-chave AMPLA:

doces saudáveis em Londrina

Termo de pesquisa:

doces saudáveis em Londrina

comprar doces saudáveis em Londrina

doces saudáveis em Londrina barato

doces fitness Londrina

delivery de doces em Londrina

docinhos para festa em Londrina

Palavra-chave FRASE:

“doces saudáveis em Londrina”

Termo de pesquisa:

doces saudáveis em Londrina

comprar doces saudáveis em Londrina

doces saudáveis em Londrina barato

Já a palavra-chave frase limita ainda mais a veiculação do seu anúncio. Dessa forma, seu anúncio só vai aparecer para pessoas que pesquisarem exatamente por essas palavras (na mesma ordem), sem acréscimo de outros termos. Na hora de fazer a configuração desse tipo de palavra-chave, coloque todas elas entre colchetes. Veja os exemplos:

Palavra-chave EXATA:

[doces saudáveis em Londrina]

Termo de pesquisa:

doces saudáveis em Londrina

Pedro, usar acento nas palavras faz diferença na hora de configurar os anúncios?

Segundo o Google, não faz diferença. Por isso não se preocupe, pode configurar suas palavras-chave sem acento porque o Google sabe do que se trata.

Dito isso, como ver os termos de pesquisa no Google Ads?

Como te expliquei anteriormente, o termo de pesquisa é aquilo que a pessoa digita no Google. Agora, vou te ensinar como visualizar os dados de busca no Google Ads:

No menu lateral esquerdo, você conseguirá ver para quais palavras-chave e termos de pesquisa você está anunciando, e assim você conhecerá quais pesquisas foram feitas para que seu anúncio aparecesse para o usuário.

Esses dados permitem que você analise a sua estratégia e veja quais termos não estão sendo usados nos seus anúncios, o que está em alta nas buscas e o que pode ser descartado. Portanto, este passo dentro do Google Ads só pode ser feito depois que você começar a anunciar.

E não se esqueça de atualizar sua planilha e, além disso acrescente as correspondências que podem ser usadas, isto é, ao lado das palavras-chave, sinalize se você vai usá-la na correspondência ampla, exata, ou por frase.

“Pedro, eu posso colocar a mesma palavra para os três tipos de correspondência?”

Pode, faça esse teste. Mas o que eu recomendo para você? **Não coloque mais de vinte palavras-chave em cada grupo.** Eu sempre escrevo muitas palavras, mas na peneira eu deixo apenas dez em negrito como as mais importantes, para que eu entenda depois sobre quais palavras minha audiência está pesquisando mais.

Pode parecer bobo, mas ninguém faz, então anote este detalhe importante: **um dos meus segredos quanto aos anúncios é ter uma boa lista de palavras-chave.** Eu sempre faço essa listagem para mim e para meus clientes de tráfego pago e eu tenho certeza de que se você fizer dessa maneira para seu negócio vai dar muito bom.

Inteligências Artificiais

Por fim, use ferramentas de Inteligência Artificial para fazer anúncios melhores. Para isso, dê os comandos certos para a IA. Veja os prompts que eu uso:

PROMPT para o ChatGPT:

Quero que você aja como um grande especialista em pesquisa sobre audiências, seu trabalho é entender tudo sobre determinados grupos de pessoas.

*Crie uma tabela com o meu cliente ideal: **[DESCRIÇÃO DO SEU CLIENTE]** que está sofrendo com **[DORES QUE SEU CLIENTE TEM]** e sonha com **[DESEJO DO SEU CLIENTE]**. Nós oferecemos **[SERVIÇO QUE VOCÊ ENTREGA]** para solucionar tudo isso.*

*Liste as 5 maiores dificuldades das pessoas quando o assunto é **[ASSUNTO]**. Não precisa ser uma resposta longa.*

A cada comando e orientação dada ao Chat GPT, **observe as respostas** e veja se estão de acordo com o seu negócio e sua estratégia. Em alguns casos, pode ser que o ChatGPT precise de mais informações.

>> Faça um levantamento das dificuldades, dos medos, desejos e objeções

À medida que as respostas estiverem dentro das suas expectativas, dê mais comandos para continuar seu trabalho:

PROMPT para o Chat GPT:

*Liste 5 dificuldades que todas as pessoas com **[PROBLEMA]** possuem. Não precisa ser uma resposta longa.*

*Liste 5 medos que todas as pessoas com **[PROBLEMA]** possuem. Não precisa ser uma resposta longa.*

Liste 5 desejos que todas as pessoas com **[PROBLEMA]** possuem. Não precisa ser uma resposta longa.

Liste 5 objeções que todas as pessoas com **[PROBLEMA]** possuem. Não precisa ser uma resposta longa.

Com essas respostas em mãos **você já conhece bem o público para o qual você vai anunciar.**

>> Solicite as palavras-chave positivas e negativas

Peça ao ChatGPT as **palavras positivas e negativas para que seu anúncio** tenha mais chances de performar melhor. Para isso, dê o seguinte comando:

PROMPT para o Chat GPT:

Levando em consideração tudo acima e o fato de que tenho uma empresa que vende **[PRODUTO/SERVIÇO]**. Preciso de palavras-chave sobre o assunto para que as minhas campanhas do Google Ads atraiam clientes prontos para comprar a um custo baixo. Eu atendo somente na **[CIDADE X]**.

Faça uma lista com **[X]** palavras-chave por ordem de relevância focando em pessoas com alta intenção de compra.

Leia a resposta do ChatGPT e verifique se ela está de acordo com o que você precisa. Em seguida, dê mais um comando:

PROMPT para o Chat GPT:

Levando em consideração as palavras que te pedi acima, crie uma lista de 10 palavras-chave NEGATIVAS para que eu possa refinar ainda mais a segmentação dos meus anúncios e aparecer somente para o público com alto potencial de compra.

Lembrete importante: você precisa fazer o refinamento das respostas do ChatGPT. Richard Bookstaber diz que ***nenhum homem é melhor que uma máquina e nenhuma máquina é melhor que um homem com uma máquina.*** Sendo assim, use seu cérebro para refinar as respostas e potencializar seus resultados com as campanhas.

Recolha as respostas que fazem mais sentido para a sua estratégia em uma planilha ou em um bloco de notas, por exemplo, para conseguir aplicar depois.

Fechou?

Monte sua lista de palavras-chave, já que você vai precisar delas para criar suas segmentações.

Tamo junto!