

PAULO ARAÚJO

COMO GERAR LEADS NO GOOGLE?



INTRODUÇÃO

Gerar leads e aumentar as vendas é sempre um desejo de qualquer empresa.

Quanto mais qualificado seu lead for, melhor!

É por isso que falaremos sobre como **gerar leads no Google**.

O **Google Ads** é sem sombra de dúvidas uma das ferramentas mais completas e com maior potencial quando o assunto é **gerar leads**.

Com a **ascensão digital** que vivemos **gerar leads**, sobretudo mais qualificados, significa um ativo muito valioso para **gerar aumento nas vendas do seu negócio**.

Veja algumas dicas importantes...



O QUE SÃO LEADS?

Os leads nada mais são do que contatos de possíveis clientes que deixam seus dados pessoais ou profissionais (como e-mail, nome ou telefone) em troca de um contato comercial ou alguma recompensa oferecida pela empresa.

A partir desse contato, você poderá iniciar um relacionamento com o cliente e inseri-lo no **funil de vendas** até que a compra seja realizada. Uma oportunidade de negócio e tanto, não é mesmo?

É por isso que a **gestão de leads** é de **vital importância** para fazer sua empresa crescer.

Além disso, quando falamos de leads já pensamos também sobre a sua geração, ou seja, o processo de transformar desconhecidos – que estão interessados no contexto da empresa – em conhecidos, através da produção de conteúdos e de artefatos que são considerados relevantes o suficiente, para que essas pessoas escolham espontaneamente entregar seus dados, dando início em um relacionamento onde haja troca simultânea de valor.

COMO GERAR LEADS NO GOOGLE?

A partir do momento que entendemos o valor que os **leads** possuem para o nosso negócio, precisamos entender as formas de gerar esses ativos através do **Google Ads**.

A plataforma em questão proporciona 3 modalidades para geração de cadastros:

Youtube, Rede de Pesquisa e Rede de Display.

1. Youtube

O **Youtube** vem se apresentando muito mais que uma plataforma de vídeos, mas também uma rede social e sobretudo uma grande **fonte de pesquisas** dentro da internet.

Atualmente, ela só está atrás do **Google** e seus clientes em potencial provavelmente passam algum tempo nessa plataforma.



COMO GERAR LEADS NO GOOGLE?

Dependendo do seu ramo, os vídeos podem ser uma **fonte de pesquisa** muito recorrente, afinal quem nunca procurou um vídeo que explicasse algo um pouco mais complexo de se entender apenas com **palavras-chave**, não é?

Os **formatos de anúncios** mais comuns no Youtube são: TrueView In-Stream, Descoberta TrueView e Não ignoráveis.

O primeiro são aqueles exibidos no início, meio ou fim do vídeo, o segundo serve para que o seu anúncio apareça no topo de uma página de pesquisa e o terceiro é aqueles que o usuário não pode “pular”.

Independente de qual dos três você utiliza, com exceção dos ‘Não ignoráveis’, os quais o usuário é obrigado a ver seu anúncio, se uma pessoa viu sua propaganda até o final é um sinal de interesse no seu produto ou serviço que ela está sinalizando a você.

COMO GERAR LEADS NO GOOGLE?

Para que esse **usuário do Youtube** se torne um lead é preciso que seu anúncio tenha um botão, **CTA**, que leve para uma **página de captura** onde ele precisará fazer um **cadastro**. Para conseguir isso é importante:

- Criar anúncios interessantes que prendem a atenção do usuário até o fim;
- Oferecer um material de qualidade e relevante em troca do cadastro do usuário (um ebook, planilha, webinar etc);
- Criar uma landing page bem estruturada para atrair o cliente a converter;
- Segmentar o público de forma correta.

Os vídeos têm alto impacto e maiores possibilidades de apresentação dos seus produtos. Produza conteúdo relevante e **não prejudique a imagem da sua marca com vídeos de baixa qualidade**.



COMO GERAR LEADS NO GOOGLE?

2. Rede de Pesquisa

Outra forma de conseguir entender **como gerar leads no Google** é através da **Rede de Pesquisa**. A **Rede de Pesquisa** são os anúncios que aparecem relacionados a uma pesquisa de uma palavra chave. Faça um teste agora mesmo, abra o Google e faça uma pesquisa, é provável que os primeiros resultados apareçam com a tag “anúncio”.

Isso significa que o dono daquele site pagou ao **Google** para que seu anúncio aparecesse bem rankeado para quando alguém fizesse uma pesquisa com uma **palavra-chave** como a que você acabou de usar.

Essa ferramenta é muito interessante quando conhecemos bem o perfil dos clientes e como pesquisam.



COMO GERAR LEADS NO GOOGLE?

Essa pessoa que faz essa pesquisa de **palavras-chave** provavelmente está interessada no que você tem a oferecer, por isso é importante saber quais **Keywords** escolher para atrair o cliente que realmente está interessado.

Para pesquisar sobre as palavras-chaves o Google oferece a ferramenta **Google Planer**.

Através dessa modalidade é possível **direcionar a pessoa** que clicar para uma landing page e tentar converter o visitante em lead por meio desta página.

3. Rede de Display

E por fim, a última modalidade disponível para que você entenda **como gerar leads no Google** é a **Rede de Display**. Essa ferramenta permite que você anuncie **em sites que estão inscritos no Google Adsense**.

Esses anúncios aparecem em forma de **banners** dentro dos sites e, quando feitos da maneira correta, podem gerar leads qualificados, mas para isso é preciso que você escolha bem os canais que pretende anunciar.

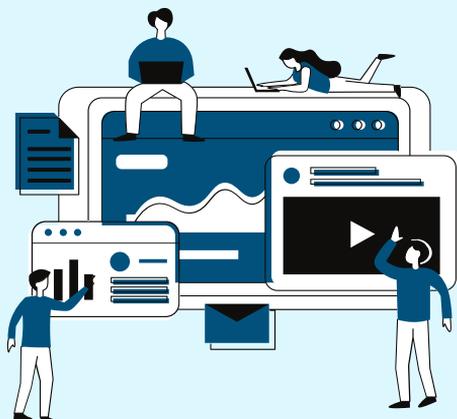
COMO GERAR LEADS NO GOOGLE?

Faça pesquisas sobre o seu **segmento** para não **desperdiçar dinheiro**. Por exemplo, se você vender artigos de material esportivo pode ser uma boa utilizar banners de sites de notícias sobre esporte. Seus clientes, com certeza, **consumem esse tipo de conteúdo**.

É claro que uma estratégia não acaba com a **geração de leads**.

Fazer a **gestão de leads** é a próxima etapa para convertê-los em clientes.

Para isso você deve contar com **sistemas de automação de marketing**, que incluem **ferramentas de captação de leads**.



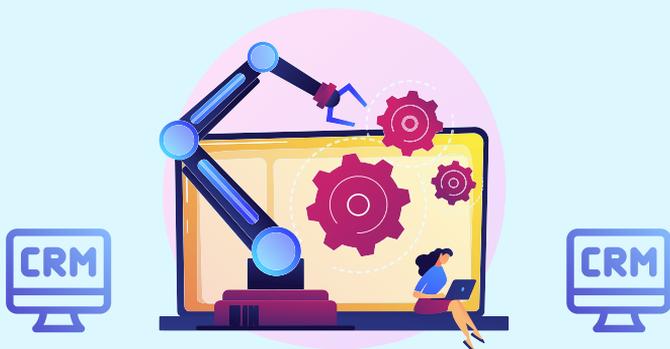
COMO GERAR LEADS NO GOOGLE?

Para uma **boa gestão dos leads** é preciso que você tenha em mãos um **software de CRM**, ou seja, **Customer Relationship Management**, o qual será o responsável por organizar as informações captadas em um só lugar e ainda proporcionará um fácil acesso.

O mais importante após gerar leads é dar continuidade nos contatos até aparecer a oportunidade de compra.

Os benefícios do **CRM** são inúmeros, não deixe de conferir!

Leia também: 7 Perguntas sobre CRM de vendas



ASSISTA ESSE CONTEÚDO
EM VÍDEO!



E AÍ?
GOSTOU DESSE CONTEÚDO?

Conheça nosso

Software de CRM

AGENDE UMA CALL DE
APRESENTAÇÃO



Sistema de gestão da
carteira de clientes.



clientarcrm.com.br

CONHEÇA O AUTOR

Paulo Araújo

Fundador da Clientar CRM
Palestrante e Consultor de Vendas



Autor dos livros

