

# 05 PASSOS PARA TER UM SITE QUE CONVERTA EM AUDIÊNCIA E VENDAS



Tudo é pensado para atrair, manter e cativar um **público-alvo segmentado** e engajado. Buscando entregar valor, compartilhar conteúdo de qualidade e ter, como objetivo principal, a **conversão em vendas**.



AUTORA ROSANA RIBEIRO

# 05 PASSOS PARA TER UM SITE QUE CONVERTA EM AUDIÊNCIA E VENDAS



## ÍNDICE

INTRODUÇÃO	03
01 CONTEÚDO	04
02 LEADS	05
03 PROPAGAÇÃO	08
04 TECNOLOGIA	09
05 GOOGLE	10
SEO E ADWORDS	11
A NAVEGAR	13



## 05 PASSOS PARA TER UM SITE QUE CONVERTA EM AUDIÊNCIA E VENDAS



### ÍNDICE

INTRODUÇÃO	03
01 CONTEÚDO	04
02 LEADS	05
03 PROPAGAÇÃO	08
04 TECNOLOGIA	09
05 GOOGLE	10
SEO E ADWORDS	11
A NAVEGAR	13

Olá, meu nome é Rosana Ribeiro. Eu trabalho com a criação de sites desde 2008 e, por experiência, vejo que as pessoas não se sentem seguras na hora de contratar alguém que faça um site bonito e que possa mostrar, de maneira sincera e real, o que é indispensável para que um site traga visitas e retorno financeiro.

É muito comum que as empresas precisem de um site novo, mas não saibam por onde começar. E ter um site apenas para ter, obviamente não vale a pena.

Mas não se preocupe, é normal ficar com um pé atrás quando a gente não sabe direito o que fazer, ou quando, mesmo sabendo, não temos o resultado que esperávamos. E pode apostar, sites sem resultado nenhum é o que mais tem por aí!

É por isso que eu fiz esse E-book. Vou te mostrar uma forma infalível e, relativamente simples, de fazer com que seu site tenha:

### 1º AUDIÊNCIA CONSTANTE

### 2º RETORNO FINANCEIRO EM VENDAS

Com um pouco de investimento, trabalhando bem em cinco passos, o seu site vai te trazer não só o retorno financeiro desejado, mas também audiência e maior alcance, num público segmentado que está procurando exatamente o que sua empresa tem a oferecer.

Me acompanhe na leitura desse E-book e você descobrirá o que é necessário para que a sua empresa se transforme em uma máquina de vendas na Internet!



## 01 CONTEÚDO

### BLOG SEMANAL

O primeiro passo, e o mais importante deles, é ter conteúdo frequente e de qualidade.

Para isso é indispensável que seu site tenha um Blog e que esse Blog seja atualizado pelo menos uma vez por semana. O importante é manter comunicação consistente, agregando valor e gerando afinidade entre a sua empresa e seu público alvo.

Oferecer conteúdo relevante e atualizado é a chave para que a Internet traga clientes qualificados para o seu mercado de atuação. Conteúdo de qualidade, informativo e interessante constrói um bom relacionamento com o seu cliente e facilita o processo de decisão de compra pelo seu produto e não pelo do concorrente.

O conteúdo é uma maneira prática de provar para os visitantes do seu site que você tem know how no assunto que interessa ao seu público alvo, cativando a atenção dele para depois fechar a venda.

**TEXTO + VÍDEO:** Essa comunicação pode ser feita através de textos ou vídeos, mas, o ideal é usar os dois no mesmo post, ou seja, você cria um vídeo e, embaixo dele, coloca o texto que transcreve o que você está falando no vídeo. E você deve estar perguntando, “Mas por que isso?”

É simples, o conteúdo em forma de vídeo é para o seu público, que geralmente tem preguiça de ler textos longos. O texto escrito, é para o Google, que pontua o seu site e mostra para mais pessoas nos resultados de busca.

E claro, não é preciso dizer que o conteúdo tem que ser ORIGINAL, ou seja, o velho copiar/colar de outro lugar na Internet não conta pontos pro Google e, pior ainda, não é tão cativante e pessoal, por isso, não gera afinidade com o público e não comprova o seu conhecimento e o toque especial da sua empresa em comparação à concorrência. Mas depois eu explico melhor essa história de Google.

### LINGUAGEM PESSOAL

Uma coisa que é importante lembrar é que, hoje em dia, as pessoas não querem mais empresas frias que falam com clientes como se fossem robôs. Então, tanto nos posts do Blog, quanto nas redes sociais e campanhas de e-mail é necessário usar uma linguagem pessoal!! Escreva como se você estivesse realmente escrevendo, conversando ou se comunicando com o seu melhor amigo.

A ideia é ser natural e nutrir o relacionamento, então, nada de usar linguagem corporativa!

Bom, esse é o nosso primeiro passo e, na verdade, ele é a base que amarra toda a estratégia de marketing. Em resumo, não é nada complicado: **Comunicação consistente gera valor, constrói afinidade e causa a venda.**

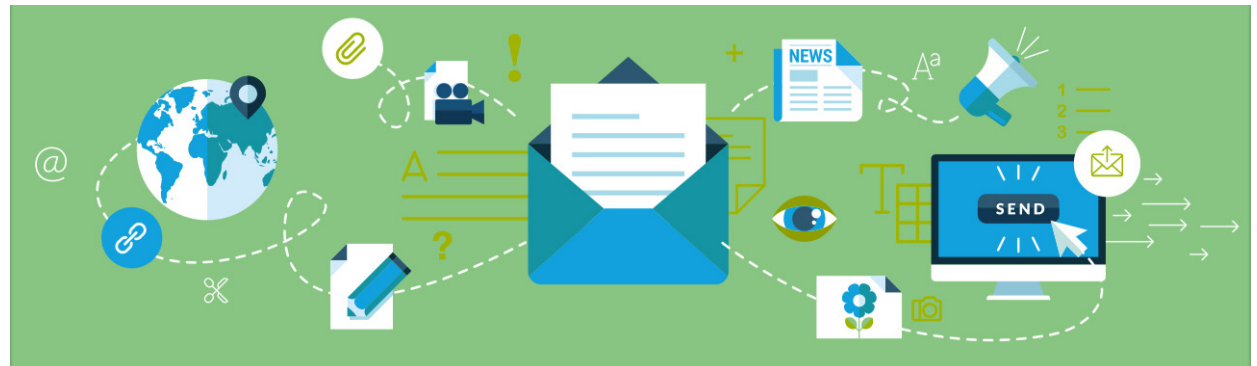
## 02 LEADS

Pense no que aconteceria se o seu site tivesse, digamos 3 mil visitas por mês, mas não tivesse nenhuma maneira de voltar a se comunicar com essas pessoas. Pois é, a primeira visita seria o seu primeiro e último contato com um mar de clientes em potencial.

Difícilmente uma pessoa fecha negócio logo no primeiro contato. Por isso, é primordial que o seu site tenha mecanismos para coletar emails de todos os visitantes e, com esse banco de dados, poder estender o relacionamento.

Então, o segundo passo é **coletar leads através de conteúdo exclusivo**. Leads são emails das pessoas que visitam seu site, emails de prospectos, prováveis clientes.

O mecanismo é simples: Você oferece conteúdo gratuito. Mas para receber esse conteúdo, a pessoa tem que informar um endereço válido de email. É com esse endereço que a sua empresa vai poder manter contato com clientes em potencial por mais tempo, até que eles se sintam confiantes e passem a comprar de você.



### E-MAIL MARKETING:

E você pode dizer: “Mas uso email marketing faz tempo e nunca me trouxe nenhum resultado”. Pois é, quando falo em coletar emails de seus visitantes, não estou falando de simplesmente colocar um botão de “Assine Nossa Newsletter” para que depois você bombardeie a pobre pessoa com mensagens de promoções, descontos e vendas.

As pessoas estão cansadas de ter a caixa de emails lotada por esse tipo de comunicação invasiva! Ninguém cai mais nessa história de assinar newsletter com “news” que só favorecem o lucro de uma empresa. Estamos na era da informação e é isso que as pessoas querem: Informação valiosa o suficiente para que elas coloquem ali um endereço de email.

Para saber se seu conteúdo gratuito, ou o seu pedaço de informação, é mesmo tão valioso quanto o email do seu possível cliente, é simples: Basta informar algo que compre para o seu visitante TEMPO!

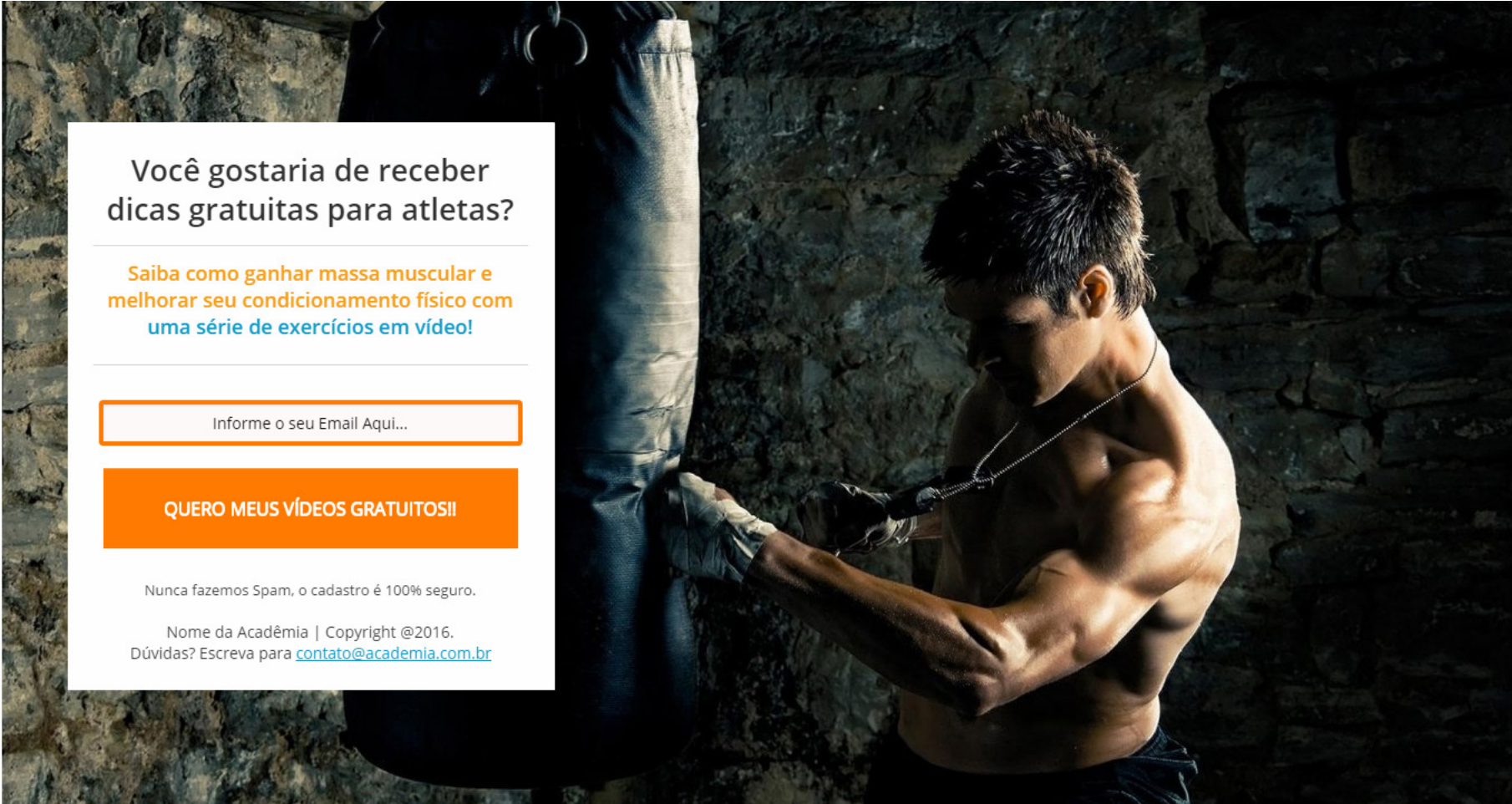
Nada é mais valioso do que o TEMPO! Se as pessoas pudessem descobrir algo, aprender ou ter a solução de um problema sem precisar gastar a vida toda para isso, com certeza dariam valor a esse pedaço de informação.



Agora, vou dar uma explicação mais prática de como esse pedaço de informação deve ser apresentado ao prospecto, sem parecer o velho botão tosco do "Assine Nossa Newsletter!"

Você precisa criar uma PÁGINA DE CAPTURA e entregar a sua informação como sendo uma RECOMPENSA em troca do email da pessoa. Página de Captura é uma página com uma chamada curta, um apelo que promete resolver uma necessidade muito específica do cliente. Captura porque obviamente captura emails.

Ao informar o email a pessoa recebe a recompensa, que de fato é a solução para uma necessidade real do seu público-alvo. Essa recompensa pode ser entregue como um E-book, como uma sequência de PDFs, como uma série de vídeos, e, num patamar mais avançado, você pode desenvolver um plano de assinatura pago, com por exemplo, um curso completo em vídeo aulas sobre determinado assunto de interesse das pessoas.



**Você gostaria de receber dicas gratuitas para atletas?**

Saiba como ganhar massa muscular e melhorar seu condicionamento físico com uma série de exercícios em vídeo!

Informe o seu Email Aqui...

**QUERO MEUS VÍDEOS GRATUITOS!!**

Nunca fazemos Spam, o cadastro é 100% seguro.

Nome da Academia | Copyright @2016.  
Dúvidas? Escreva para [contato@academia.com.br](mailto:contato@academia.com.br)

Pense numa academia de ginástica. Algumas pessoas procuram esse serviço porque precisam perder peso, outras porque querem ganhar músculos. Os gordinhos são completamente diferentes dos atletas, por isso, precisam de uma **PÁGINA DE CAPTURA** específica com uma **CHAMADA** direta e única para a solução que procuram.

É muito importante notar que a **RECOMPENSA** pode ser exatamente a mesma, mas a maneira de atrair, ou a maneira de apresentar o problema e oferecer a solução é completamente diferente. Ou seja, você não vai criar duas séries de vídeos distintas para apresentar a solução, não são duas recompensas. Mas você precisa criar duas ou mais páginas de captura; tanto para fazer testes de conversão de leads, testando qual tipo de chamada ou apelo converte mais, quanto para falar com públicos diferentes.

Uma dona de casa e um atleta precisam começar a fazer academia. Ambos vão para o Google para obter informações a respeito das academias de sua região e digitam na busca "academia de ginástica no centro de São Paulo". Geograficamente são o mesmo tipo de cliente, mas eles são atraídos por dois apelos completamente diferentes.

Uma chamada é do tipo: "Saiba como perder peso de maneira saudável". A outra chamada, algo como: "Saiba como ganhar massa muscular e melhorar seu condicionamento físico". Quando clicam, por exemplo, em um anúncio do Google Adwords, vão para o site da mesma academia, mas cada um é direcionado para uma página de captura específica, feita para suprir a sua necessidade, com uma comunicação e argumentos próprios de cada situação.

Se o atleta tivesse lido o anúncio sobre emagrecimento certamente não teria clicado. Tão pouco, se a dona de casa que precisa emagrecer tivesse visto o anúncio

sobre ganhar músculos. Por isso, sempre precisamos saber exatamente quem queremos atrair.

A dona de casa e o atleta não assinaram uma típica newsletter, eles chegaram à página de captura e inseriram o email para ganhar a recompensa - uma série de vídeos que consideraram útil. Agora ambos fazem parte da sua base de contatos e, como você atualiza seu Blog semanalmente, ambos vão receber também esse conteúdo.

**Uma dica:** Além da recompensa e do conteúdo semanal no Blog que é comum a todos, você pode criar campanhas de email marketing com tópicos mais específicos para cada grupo de clientes, para cada situação:

No caso da dona de casa, emails sobre hábitos alimentares, exercícios específicos, mudanças na rotina sedentária etc. No caso do atleta, emails com lista de suplementos, curiosidades sobre proteínas, rotinas de treinos, competições esportivas etc. A série de emails temáticos pode ser enviada de forma automática, pré configurada para chegar depois da recompensa, de acordo com cada lista segmentada de emails de prospectos.

É esse tratamento diferenciado que cria o relacionamento e posterior venda. Visitantes só precisaram deixar um email válido para receber essa primeira informação, que para eles é útil e oportuna, já que descobriram a partir de uma busca no Google, no exato momento de sua necessidade. Vão continuar recebendo emails de conteúdo que se estendem em um blog. Assim, cada vez mais bem informados, é uma questão de tempo para que eles convertam esse relacionamento em compras efetivadas.

Nesse exemplo, façam matrícula na academia que tanto entende sobre os benefícios que eles procuram, seja emagrecer ou ganhar musculatura.

## 03 PROPAGAÇÃO



Nem é preciso mencionar o quanto o Google tem sido requisitado para que pessoas pesquisem, comparem e se cerquem de informações (vindas de várias fontes) antes de fechar qualquer negócio.

Falando em fontes, Aristóteles disse que “o homem é um ser social”, então, além de colher informações do Google, esse ser social precisa colher informações da sociedade, e é aí que entram as Redes Sociais!

O homem precisa de respaldo e aprovação social para tomar as suas decisões. Essa aprovação geralmente é buscada em grupos de afinidade, ou grupos sociais mais próximos; entre as pessoas de maior vínculo emocional e afetivo: família, parentes e amigos de confiança. Todos eles estão conectados e unidos através das redes sociais.

Obviamente, a opinião do Google e a opinião do grupo de afinidade a que uma pessoa está inserida, têm juntas um peso muito maior do que a opinião de uma empresa sobre os produtos da própria empresa. Mas isso não impede que empresas conecta-

das, que enxergam a Internet como uma rede de pessoas (e não como uma mera ferramenta tecnológica), façam uso da ferramenta para mover o conteúdo (e as pessoas) a seu favor.

Redes Sociais são redes de pessoas, e é aí que está o segredo! Antes de saber mexer com botões e ferramentas, é essencial saber mexer com as emoções humanas.

Não importa o quanto a tecnologia transforme as ferramentas, porque o objetivo maior da comunicação, Online ou Offline, é transformar e tocar nas expectativas humanas.

Recomendamos que as empresas tenham, pelo menos, uma página de Facebook e um canal de Youtube.

O Facebook é aonde todo mundo está, onde o público se relaciona com amigos, família e aquele tão importante grupo de afinidade que já falei a respeito - o pessoal que vai influenciar nas decisões e mostrar se uma empresa é ou não relevante.

Youtube é aonde o Google está e onde estão os TÃO AMADOS vídeos.

Isso mesmo! O Google é o dono do Youtube e ele mede a reputação do seu canal, quantas visualizações, comentários e curtidas um vídeo tem e, claro, você vai precisar do canal para poder subir os vídeos do seu Blog.

E você deve estar pensando: “Quantas vezes eu tenho que postar?”

**Facebook é legal postar pelo menos 04 vezes por dias. Os horários podem ser às 07, às 11, às 15 e às 19.** Há princípio, pode parecer muito, mas você não precisa fazer 04 posts inéditos, pode repetir posts de grande alcance e viralizá-los ainda mais. **No Youtube, um vídeo por semana.**

Mas lembre-se, mais importante que cumprir uma obrigação de ter quatro posts por dia, é postar algo realmente legal. E só existe uma forma de saber o que seu público considera ou não legal: Postando! Experimente coisas, mude coisas, faça variações nos títulos, use bastante imagens e vídeos, seja criativo e descubra o que fazer, fazendo. Feliz ou infelizmente, a diferença entre o que viraliza ou não é pura tentativa e erro.



## 04 TECNOLOGIA

Agora vamos falar de tecnologia. A parte técnica não é tão percebida por leigos, mas é legal comentar pelo menos algumas coisas básicas. Quando você estiver pensando em contratar um profissional para fazer seu site, certifique-se de que ele entregue duas coisas essenciais:

### CMS WORDPRESS

Web Designers mais antigos adoravam fazer sites em Flash, era a moda. Mas sites em Flash não são totalmente lidos pelo Google e, por isso, ficam quase invisíveis nos resultados de busca. Além disso, são difíceis de atualizar, demandam profissional específico e, sem atualizações, seu cliente fica sem conteúdo. Em resumo o site é um mero fôlder eletrônico. Então, pode apostar, tecnologia faz toda diferença.

A sigla CMS, em inglês, significa Content Management System. É, em português, o que chamamos de sistema de gerenciamento de conteúdo; e é a melhor saída para a criação de sites que, além de continuarem lindos,

ganham, e muito, quando o assunto é funcionalidade.

Sites desse tipo são, por exemplo, sites construídos usando a plataforma Wordpress. Em relação ao Google, sites CMS são também excelentes, visto que agregam muito quando à técnicas SEO (que visam a otimização de sites para que apareçam bem posicionados nos mecanismos de busca).

Um site feito em Wordpress possibilita que, com facilidade, possamos criar, editar, gerenciar e publicar conteúdos sem necessidade de lidar com códigos de programação. Isso gera maior autonomia e velocidade para as empresas, pois não precisam contratar um Webmaster. Quanto à aparência, o site é completamente personalizável e podemos também fazer uso de temas semiprontos (que agilizam a entrega do projeto).

### DESIGN RESPONSIVO

O segundo ponto também favorece o uso de Wordpress. Um site precisa ser responsivo!!!

E pra quem não sabe o que é site responsivo, é um site que se adapta automaticamente a qualquer tamanho de tela. Isso significa que o seu site vai ficar lindo e legível em qualquer lugar: Numa tela grande de computador, numa tela menor de *Notebook*, em telas de tablets e em dispositivos móveis.

Mobile hoje em dia tem mais importância do que os computadores comuns. Pois é, as pessoas acessam tudo pelo celular! Feliz ou infelizmente para as empresas, sites que não são bem visualizados pelo celular estão sendo deixados de lado pelo Google. Não esqueça, deixar de aparecer nas buscas do Google é deixar de existir na Internet e na vida de uma infinidade de clientes em potencial.

**Uma dica:** Na hora de escolher quem vai fazer o seu site, tenha certeza de usar um template Wordpress que seja responsivo e de configurar muito bem a versão mobile do site!

Se seu site é antigo, está mais do que na hora de ter um site CMS completamente responsivo e mobile.

## 05 GOOGLE

ACADEMIA DE GINASTICA EM SÃO PAULO



Pesquisa Google

Estou com sorte

A Internet funciona interligando três pilares básicos: a tecnologia (todas as ferramentas digitais), o Google (o grande oráculo) e as pessoas (a sociedade).

A tecnologia são as ferramentas em si: sites, blogs, vídeos, textos, som, imagem, Facebook, Instagram, YouTube, Google 1+ e todos os tipos de aplicativo, hardware, software, computador, celular, Notebook, Ipad, Ipod e todos os aparatos que ainda estão por vir.

O Google é o grande oráculo. Ele sabe tudo, vê tudo, conhece tudo, controla tudo; armazena, organiza e classifica todo o conteúdo disponível pelos seus próprios meios e regras. Saber a regra é conhecer o todo poderoso. Conhecê-lo é ter a chance de ser mostrado para todo o universo, todas as pessoas, interessadas ou não. Não conhecê-lo, não agradá-lo, representa o não existir virtual. É cair no limbo da Internet, não atingir as pessoas.

Quando digitamos algo no buscador do Google ele apresenta os resultados pelo que considera mais relevante para o usuário.

Depois que o seu site já estiver lindo e preparado para receber visitantes, é a hora de fazer divulgação no Google. Essa divulgação acontece de duas maneiras, a primeira é gratuita, mas leva mais tempo para fazer efeito e, a segunda, é paga, mas traz visitas e clientes imediatamente e, por causa disso, se auto financia e acaba sendo um ótimo investimento.

### Academia Leven em São Paulo - Personal Trainer e Pilates.

**Anúncio** [academialeven.com.br/Academia-Leven/São-Paulo](http://academialeven.com.br/Academia-Leven/São-Paulo) ▼

Completa. Treinos Personalizados Flexibilidade de Horários Equipamentos Modernos  
Tipos: Pilates, Personal Trainer, Treinos Personalizados

### Academia de Ginástica - A Mais Completa da Região

**Anúncio** [www.overallsports.com.br/ginastica](http://www.overallsports.com.br/ginastica) ▼ (11) 3731-2410

Sua Saúde em Primeiro Lugar. Acesse

📍 Avenida Engenheiro Heitor Antônio Eiras Garcia, 13 - Fechado agora - Horário ▼

### Ginástica na AP Pirituba - apacademia.com.br

**Anúncio** [www.apacademia.com.br/pirituba](http://www.apacademia.com.br/pirituba) ▼

A academia com a programação de aulas perfeita para você

### Movement Pacaembu - google.com

**Anúncio** [plus.google.com/EsteiraMovement](http://plus.google.com/EsteiraMovement) ▼

Esteira, bike, elíptico, musculação A maior loja Movement de SP

[Galeria de Fotos](#) · [Sobre nós](#) · [Novidades](#)

📍 Av. Pacaembu, 751, São Paulo - SP

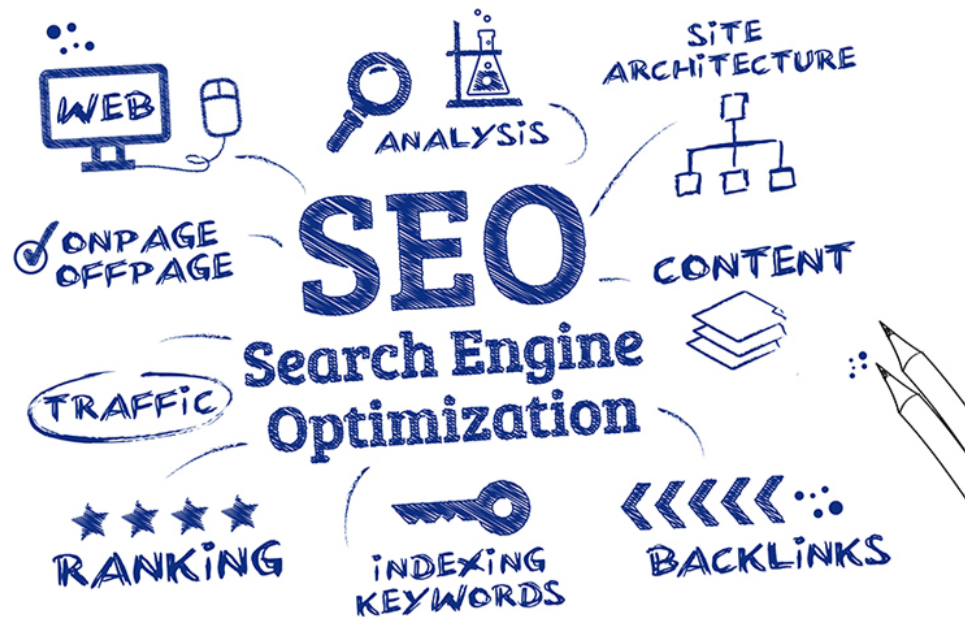
Quando uma pessoa precisa encontrar algum serviço ou produto na Internet basta digitar uma frase ou palavra de pesquisa no Google.

Conhecendo o comportamento de busca e, em outras palavras, entendendo como o seu cliente pesquisa na Internet, escolhamos quais palavras chave definem melhor o tipo de serviço que queremos promover. Simplificando, escolhamos as palavras pelas quais queremos ser encontrados quando alguém pesquisa no Google.

A **palavra chave**, ou o termo de pesquisa utilizado por um cliente, costuma revelar, não apenas uma necessidade de mercado a ser suprida, como também, em que etapa dentro do processo de decisão de compra cada pessoa se encontra.

Isso é muito útil para direcionar a estratégia de marketing e a maneira com que comunicamos a nossa mensagem ao redigirmos o anúncio no **Google Adwords** ou quando escrevemos os posts do Blog para melhorar nosso **ranqueamento gratuito em SEO**.

Os resultados do Google são separados por: anúncios pagos (na parte de cima e à direita da página) e o posicionamento gratuito (resultados abaixo, em milhares de páginas).



## OTIMIZAÇÃO SEO

S.E.O. é a sigla em inglês para designar Search Engine Optimization, que em português quer dizer: otimização para mecanismos de busca.

Aparecer bem posicionado no Google é essencial se você deseja que o seu site seja mais do que um mero fôlder eletrônico que ninguém pode encontrar. Todos nós sabemos que 98% das pessoas só clicam nos resultados que aparecem na primeira página do Google e, caso não encontrem o que precisam, mudam o termo de pesquisa ou a palavra digitada, mas nunca olham as outras milhares de páginas que o Google oferece para o resultado gratuito.

Um pouco diferente de Adwords, que funciona com anúncios pagos e oferece maior número de opções e visibilidade imediata; as estratégias SEO precisam de tempo e manutenção para surtir o efeito desejado e não são a garantia de estar em primeiro lugar nos resultados de busca.

É importante dizer que o critério de escolha do Google é voltado para a qualidade do conteúdo dos sites e, ainda bem, a qualidade de um site aparece naturalmente como um reflexo das empresas que prestam um serviço de qualidade para o cliente. Se a sua empresa tem um bom serviço, a qualidade estará também no site e, por causa disso, refletirá nos resultados do Google.



Google beginner yoga classes

Web  
Images  
Maps  
Videos  
News  
More

**Lauara Yoga Studio** (646) 702-4596  
[www.lauarayoga.com](http://www.lauarayoga.com)  
Great for **beginners**. Get the first 3 classes free! Call now.

**Hot Yoga Classes**  
[www.yogabears.com/hotyoga](http://www.yogabears.com/hotyoga)  
Dynamic, fun and cost effective!  
Special: 10 classes for \$100

**Youth Yoga Classes**  
[www.yogakids.com](http://www.yogakids.com)  
Yoga for all ages! We offer modern facilities and reasonable rates  
Yoga Kids Inc. - 610 McKenzie Boul. Denver, CO

**Yoga Accessories**  
[www.yogaaccessories.com](http://www.yogaaccessories.com)  
Experts or **beginners**, we have everything you need for **yoga**.

**Yoga Yoga Denver**  
[www.yogayogadenvers.com](http://www.yogayogadenvers.com)  
Yoga classes in denver. New to Yoga? Start here! Mommy & baby yoga!  
Map & directions to studio - Rent our Space - Energy/Exchange opportunities

**Lilac Yoga Studio**  
[www.lilacyogadenver.com](http://www.lilacyogadenver.com)  
Try our popular **yoga** sessions  
Limited time \$100 for 10!

**GOOGLE ADWORDS** [Yoga Basics: Your guide to the Practice of Yoga](#)  
[www.sahsacredlife.com](http://www.sahsacredlife.com)

Cada anúncio é acionado por um grupo específico de palavras e podemos escolher quantas palavras quisermos para ativar determinado anúncio. Quando uma das palavras escolhidas for digitada, nosso anúncio aparece nos resultados da busca feita pelo usuário de Internet.

Ao clicar no anúncio a pessoa é direcionada para uma Landing Page. A Landing Page, ou página de pouso, deve traduzir ou tangibilizar para o visitante exatamente a mesma promessa feita pelo anúncio. Isso porque o cliente precisa sentir que encontrou o que estava procurando, quanto começar a navegar pelas páginas do site.

É importante lembrar que quase ninguém compra na primeira visita, então, é a sua Landing Page que vai oferecer conteúdo gratuito para pegar o email de todos os seus visitantes e, com isso, estender o relacionamento.

Anunciar no Adwords é muito rentável. Não apenas por gerar lucro em vendas, mas também, pelo retorno em termos de divulgação do seu site, serviço ou marca e a **formação da sua lista de contatos**. É o que chamamos de Capital Social, tornar-se conhecido; afinal estar em evidência na página do Google é estar em evidência para um mundo inteiro de possíveis clientes.

Seja através de propaganda com texto, banner ou vídeo; fazer uma campanha de Link Patrocinado é a maneira mais rápida de obter resultados financeiros através de seu site. **Campanhas Adwords** mantêm sites bem posicionados no Google, atraem mais visitantes, promovem sua marca e, conseqüentemente, geram mais negócios para a sua empresa.

Um anúncio no Google funciona pelo modelo Pay Per Click ou PPC (Pagar por Clique). Isso significa que podemos criar quantos anúncios quisermos dentro de uma Campanha Adwords, porém, só pagamos quando um desses anúncios for clicado. Escolhemos qual será o valor total gasto por dia e por mês em cada campanha. Esse valor deixa de ser contabilizado e o anúncio deixa de aparecer quando a soma de cliques pagos alcança o orçamento definido para a campanha. É muito simples e o retorno financeiro é garantido.

A plataforma Adwords oferece um grupo de ferramentas para planejar, criar, promover e mensurar o sucesso de nosso anúncio por toda a Internet. Por exemplo, a ferramenta de palavra chave e a ferramenta para mensurar a sazonalidade dessas palavras. Com elas, descobrimos a frequência mensal e a época em que uma, ou várias palavras, são pesquisadas pelos usuários de Internet.





## O que torna nosso trabalho especial?

A Navegar Marketing Digital oferece as melhores estratégias e ferramentas que o Marketing disponibiliza para que sua empresa realmente desfrute de resultados extraordinários: com a atração de novos clientes, relacionamento baseado em conteúdo de qualidade e foco na conversão em vendas.

Para atrair, manter e cativar o relacionamento com seus clientes, você precisa de um site responsivo, moderno e fácil de atualizar.

Um site funcional, simples e prático precisa gerar valor disponibilizando conteúdo criado para informar, entreter e educar um público segmentado. Depois de nutrir e ultrapassar as expectativas desse público, a venda ocorre de forma natural e, melhor ainda, produz um cliente satisfeito e engajado, que conecta e promove a sua ideia, produto ou serviço para mais pessoas.

## Clique e Conheça Nossos Serviços:

## CLIQUE AQUI E MARQUE UMA CONSULTORIA GRÁTIS!

- Consultoria Gratuita
- Websites Incríveis
- Páginas de Captura
- Páginas de Vendas
- Área de Membros
- Configuração do Hotmart

- Gestão de Conteúdo
- Otimização SEO
- Anúncios Google Adwords
- Anúncios Facebook Ads
- Gestão de Redes Sociais
- Campanhas de E-mail

- Diagramação de Ebooks
- Loja Virtual (Ecommerce)
- Vídeos e Vinhetas
- Criação de Infográficos
- Identidade Visual
- Hospedagem Gratuita



**NAVEGAR**

marketing digital

**TELEFONE: (11) 3992-7858**

**WHAT'S APP: (11) 9-7508-5283**

**EMAIL: [CONTATO@NAVEGARMARKETINGDIGITAL.COM.BR](mailto:CONTATO@NAVEGARMARKETINGDIGITAL.COM.BR)**

**SITE: [WWW.NAVEGARMARKETINGDIGITAL.COM.BR](http://WWW.NAVEGARMARKETINGDIGITAL.COM.BR)**