

FERRAMENTAS DO GOOGLE PARA O MARKETING DA SUA EMPRESA

03 INTRODUÇÃO

04 ATRAÇÃO DE VISITANTES

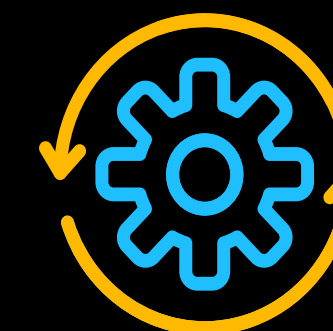
16 GERAÇÃO DE LEADS

24 VENDAS

29 ANÁLISE

31 COMUNICAÇÃO, ARMAZENAMENTO,
COLABORAÇÃO E PRODUTIVIDADE

41 SOBRE



INTRODUÇÃO

O Google está presente em nossas vidas diariamente de diversas formas: busca, email, publicidade - e até nos celulares, com o Android. O que nem todos sabem é que existem dezenas de ferramentas do Google que podem ajudar muito o marketing de uma empresa em diferentes etapas - do funil de vendas e da própria equipe.

Para mostrar quais são os recursos essenciais do Google para a área de marketing, quais são as possibilidades de aplicação dessas ferramentas e como elas podem melhorar resultados, a Resultados Digitais, a Rock Content e a QI Network se juntaram para escrever este eBook prático para você.

Começamos apresentando as opções para ajudar sua empresa a atrair o público-alvo para o site. Depois, mostramos quais ferramentas podem ajudar na etapa de conversão do funil, transformando visitantes em Leads, nas vendas e na análise de toda a performance do seu site e blog. Por último, você verá quais recursos podem ser úteis para melhorar a comunicação, a colaboração e a produtividade da sua equipe de marketing.

Esperamos que, após ler este material, você consiga melhorar processos do dia a dia, traçar estratégias eficientes de marketing e alavancar os resultados, gerando mais oportunidades para a área comercial.

Uma ótima leitura!





ATRAÇÃO DE VISITANTES

A atração de visitantes é, sem dúvida, a etapa mais essencial em qualquer estratégia de Marketing Digital. São os visitantes que você atrai nessa etapa que se tornarão seus clientes no futuro. Além disso, a fase de atração é uma oportunidade incrível para criar autoridade para a sua marca e educar o seu público.

Nesse capítulo, vamos abordar as ferramentas do Google que irão facilitar esse processo de trazer mais pessoas até o seu site e blog e, assim, tornar sua marca mais conhecida.



FERRAMENTA DE BUSCA DO GOOGLE

É impossível falar de marketing digital sem mencionar o Google como o principal canal para geração de tráfego e captação de clientes. “Perguntar ao Google” virou um hábito para a maioria dos usuários da internet. Portanto, muitos destes usuários usarão o motor de busca para encontrar a sua empresa de alguma forma.



PROBLEMA QUE RESOLVE

A importância de uma empresa estar alinhada com o Google é imensurável. Para começar, a supremacia diante de tantos concorrentes ao redor do mundo é um fator impossível de se desconsiderar. O Google é a maior ferramenta de buscas do mundo e se seu conteúdo se posicionar de forma notável dentro dele com estratégias eficazes de SEO (Search Engine Optimization), você garante que seu público chegue até seu site e conheça a sua empresa.



RESULTADO ESPERADO

Trafégo orgânico é a principal métrica quando estamos falando de atração de visitantes para seu site ou blog e o Google será o seu melhor amigo nessa etapa: **visibilidade no Google é tudo!** Entender e dominar esse canal é garantir melhores posições para seu conteúdo, mais visitantes no seu site e, como consequência, uma visibilidade online muito mais relevante para a sua empresa.

Neste post, a Rock Content mostra como eles aumentaram em 615% o tráfego orgânico do blog marketingdeconteudo.com em apenas 6 meses.

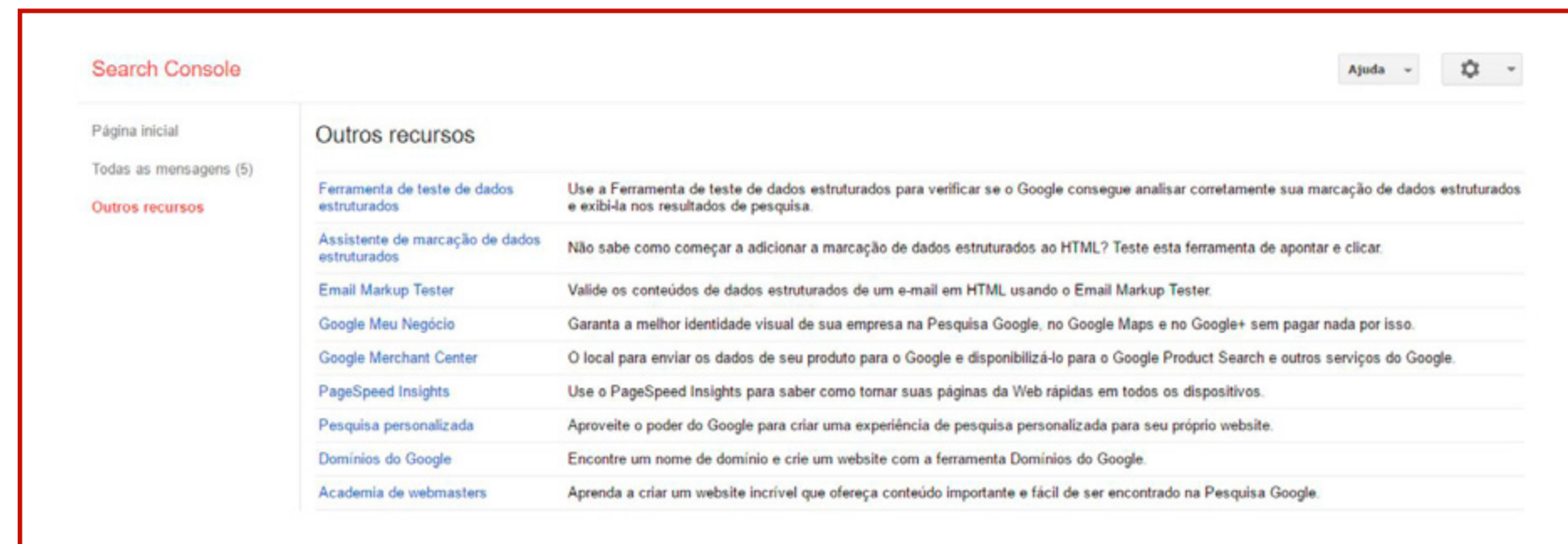


GOOGLE SEARCH CONSOLE

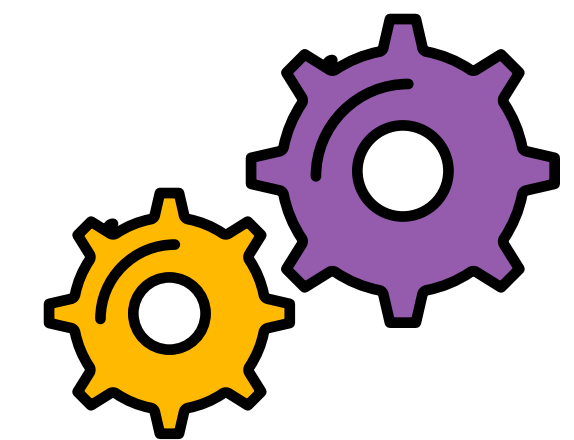
Mais importante do que ter um website, é saber mantê-lo compatível e amigável com o Google. O Google Search Console é uma ferramenta mais voltada para webmasters. Não por acaso, ela está inserida no Google Webmaster Tools — um conjunto de ferramentas do Google para desenvolvimento de sites.



PROBLEMA QUE RESOLVE



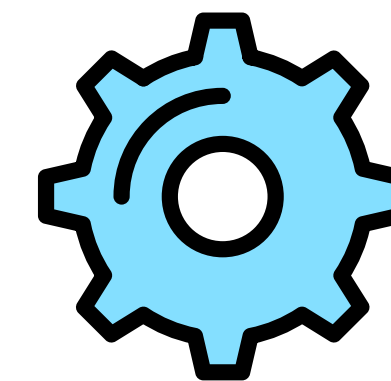
Com ele, os profissionais terão, como o próprio Google Search Console diz, “as ferramentas e os diagnósticos necessários para criar e manter websites e aplicativos para dispositivos móveis compatíveis com o Google”. Ou seja: o Google Search Console te ajuda a **entender se seu site está otimizado** e o que dentro dele precisa ser consertado ou melhorado.



Após adicionar um domínio (propriedade) no Google Search Console, o time de marketing poderá analisar relatórios de pesquisas do Google. Nesses relatórios, são exibidas:

- Consultas de pesquisa mais propensas a exibirem o site;
- Mudanças do tráfego ao longo do tempo;
- Números de consultas feitas via dispositivos móveis;
- Taxas de clique (mais altas e mais baixas) a partir dos resultados de busca.

Para a manutenção do site em si, a ferramenta emite alertas a cada erro ou problema crítico detectado. Os relatórios de erros de rastreamento – erros que impedem o site de ser exibido no Google – mapeiam o que está comprometendo o seu desempenho, permitindo corrigir o que há de errado e impedir que a empresa perca dinheiro por indisponibilidade.



RESULTADO ESPERADO

O Google Search Console te ajuda a entender erros no seu site e a consertá-los. E um site otimizado para o Google é um site com mais tráfego (nossa palavra-chave desse capítulo) e, claro, com muito mais visitantes!



GOOGLE KEYWORD PLANNER

O Google Keyword Planner, como o próprio nome nos sugere, é uma ferramenta que auxilia no planejamento de palavras-chave para serem abordadas na sua estratégia de Marketing de Conteúdo.

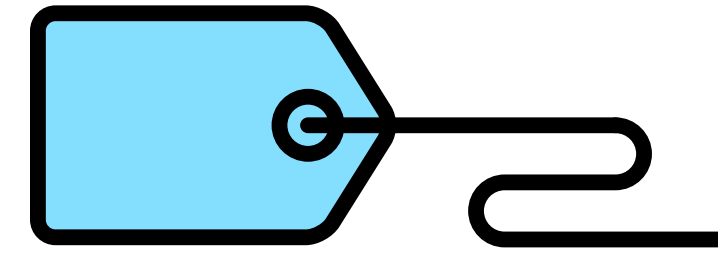
PROBLEMA QUE RESOLVE

Quando uma empresa toma consciência da importância em investir no Marketing Digital, a tendência é que estratégias de Inbound façam parte do planejamento. Com isso, é natural que o Marketing de Conteúdo passe a ser adotado. E, para que ações envolvendo conteúdo sejam eficientes, é preciso fazer com que as publicações tenham uma sólida presença nos resultados de busca do Google.

É a partir desse ponto que as palavras-chave ganham maior relevância, pois, dentre os vários aspectos a serem levados em conta em SEO, o uso adequado de palavras-chave mais indicadas será a base de quase todo o processo de otimização.

Com o Google Keyword Planner, sua empresa consegue obter informações relevantes sobre palavras-chaves para abordar, garantindo até novas ideias de conteúdo. A ferramenta também oferece:

- Lista de termos relevantes;
- Média mensal de pesquisas;
- Nível de concorrência;
- Lance sugerido (para anunciantes).



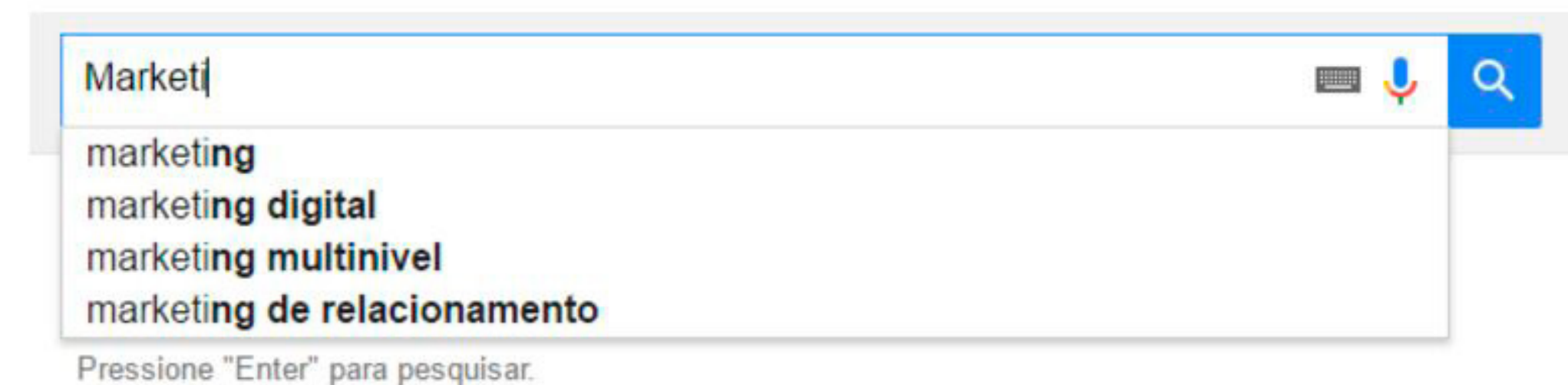
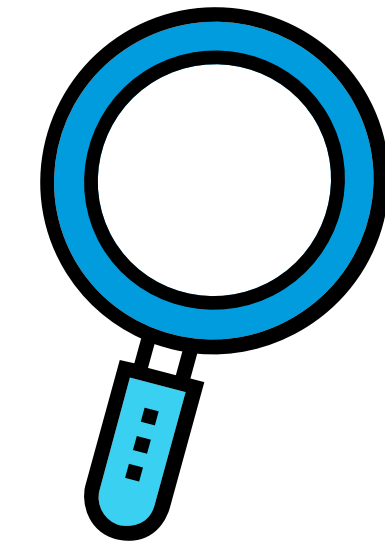
Além disso, o Google Keyword Planner te ajuda a manter uma frequência de publicação no seu blog, já que você pode retirar muitas ideias para blog posts com a pesquisa realizada dentro da ferramenta.

✓ **RESULTADO ESPERADO**

Com a escolha certa de palavras-chave a chance de sucesso nas suas estratégias de Marketing de Conteúdo é muito mais alta. Ao usar o Google Keyword Planner para te ajudar nisso, você consegue definir com confiança as melhores palavras-chave para seu negócio. Assim, será possível produzir um conteúdo de alta qualidade para sua persona, aumentando seu tráfego e a relação da sua audiência com seu conteúdo.

GOOGLE SUGGEST

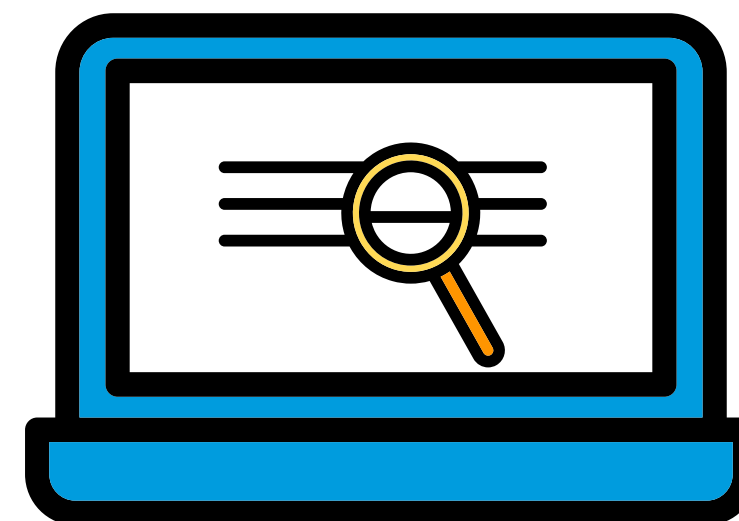
O Google Suggest é o autocomplete do Google, aquele que sugere palavras sempre que você começa a digitar o que quer buscar. Ao começar a escrever determinada palavra, você consegue entender quais são os outros termos que estão relacionadas à sua busca e que têm um alto volume de procura pelos usuários.



PROBLEMA QUE RESOLVE

O Google Suggest pode ajudar a sua equipe a entender quais tipos de buscas relacionadas ao seu produto ou serviço são comuns entre os usuários. Com esses dados em mãos, sua empresa consegue ter um norte de quais palavras-chave pode apostar para produzir conteúdos. Para escolher as palavras-chave corretas é preciso ficar sempre por dentro das últimas tendências e o Google Suggest é um bom passo para quem quer começar.

Além disso, clicando em cada uma das opções sugeridas, é possível analisar quais são os primeiros colocados na busca e fazer uma espécie de benchmarking do tipo de conteúdo (eBook, webinar, post etc) que já foi produzido para aquela palavra-chave e o foco que já foi dado. Com esses dados em mãos, fica mais fácil pensar no que ainda é uma oportunidade para trabalhar e também garantir o lugar nas primeiras colocações do buscador.



RESULTADO ESPERADO

Com esta funcionalidade da pesquisa do Google, a empresa consegue tirar insumo de variações das suas palavras-chave e sugestões das mesmas, aumentando o leque de opções na hora de escolher uma keyword específica. Como vimos anteriormente, palavras-chave influenciam diretamente no seu ranqueamento no Google, ou seja, quanto mais você acertar nelas, mais chances terá de obter um bom posicionamento no buscador e, conseqüentemente, atrairá mais conversões para o site da empresa.

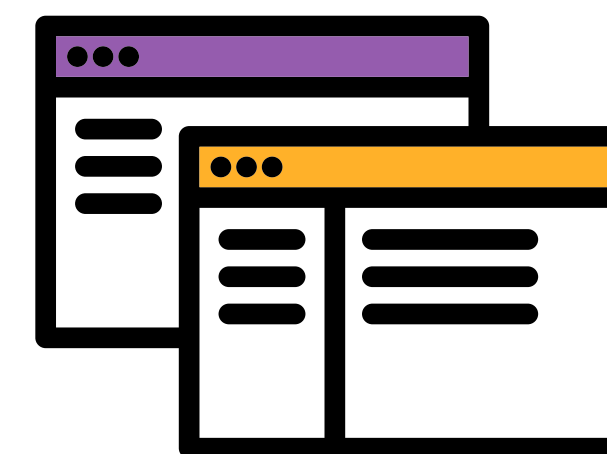
O Google Suggest é uma boa opção para quem quer começar a trabalhar o conteúdo ou para quem deseja inovar na estratégia que já possui, com insights novos de palavras-chave. Com isso, espere também novas ideias de conteúdos e abordagens de temas. O Suggest é um primeiro passo para entender as dúvidas do seu mercado de atuação, baseado nas intersecções das buscas. E, assim como o Keyword Planner, é uma ferramenta gratuita.

GOOGLE ALERTS

O Google Alerts pode ser usado para acompanhar as atualizações de conteúdos sobre determinado tema. A ideia é você receba um alerta via email cada vez que algum termo que você esteja monitorando for citado na web. É possível, por exemplo, acompanhar citações referentes aos seus concorrentes, às palavras importantes dentro do seu mercado ou até sobre o que se fala sobre o seu produto ou serviço.

PROBLEMA QUE RESOLVE

Com o Google Alerts, a equipe de marketing pode **acompanhar os conteúdos que têm sido produzidos sobre ou pelos concorrentes** do negócio e, assim, tirar ideias de estratégias para utilizar em sua própria produção. Além disso, se alguém fizer algum release sobre o seu produto ou serviço, será possível mapear o que foi dito e, caso seja uma situação de risco (com críticas e/ou mal entendidos), poderá contornar de forma mais rápida.



Além disso, os releases que exaltem a marca, seja de clientes, usuários ou até mesmo Leads, podem ser utilizados posteriormente como forma de social proof (prova social) do que a empresa oferece, servindo como forma de influência e comprovação para quem ainda não é cliente.



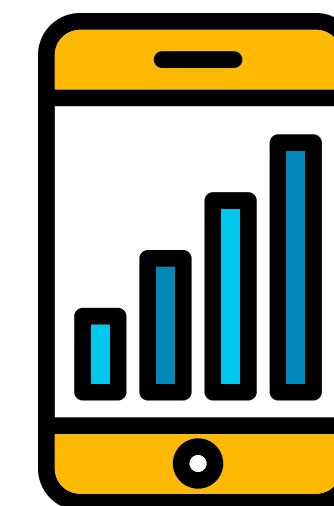
✓ RESULTADO ESPERADO

O primeiro grande benefício esperado ao utilizar o Google Alerts é um maior acompanhamento dos concorrentes, das palavras-chave e termos mais importantes para a empresa. Há também a possibilidade de contornar mais fácil alguma situação incômoda que pode prejudicar a imagem da marca ou da empresa.

Já os releases favoráveis ao seu produto ou serviço podem ser divulgados nos portais e/ou mídias sociais da empresa como forma de mostrar uma autoridade e como uma prova social. Com a autoridade gerada, espere mais Leads e mais confiança no que a empresa faz.

GOOGLE TRENDS

Ainda aproveitando que o assunto é planejamento de palavras-chave e conteúdos, você já pensou no quanto o time de marketing pode ter dificuldades para escolher um tema atrativo ao público-alvo da empresa? Obviamente, se basear em achismos ou adivinhações não condiz com o ato de planejar. E é aí que entra o Google Trends.



PROBLEMA QUE RESOLVE

Para quebrar o bloqueio de criatividade com dados precisos, o Google Trends entra como a solução ideal para **criar conteúdos que vendam**. A palavra “trends” vem do inglês e pode ser traduzida como “tendências”, o que define exatamente a fonte que faz do Google Trends uma ótima ferramenta complementar na sua estratégia de Marketing Digital e Marketing de Conteúdo.

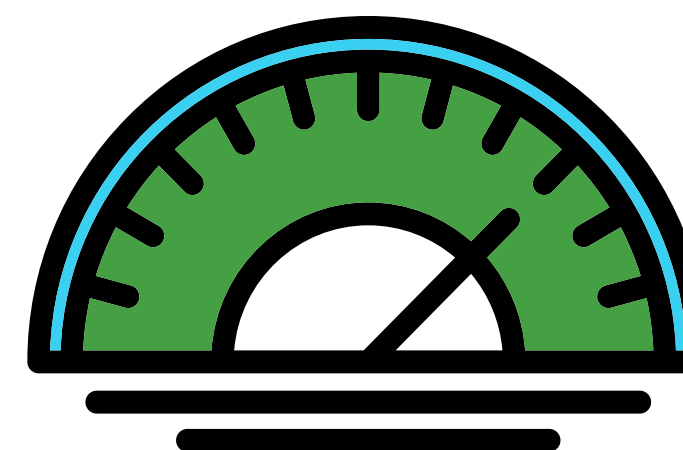
No mês de agosto de 2016, por exemplo, o top 10 das “histórias em alta” do Google Trends esteve encabeçado pelas Olimpíadas — e oito das dez tendências mais relevantes estão atreladas ao tema.

Contudo, é possível explorar um tópico de interesse para os negócios e saber sua relevância em diferentes países. Por isso, o Google Trends pode ser considerado uma das mais úteis ferramentas do Google para a criação de conteúdos relevantes — principalmente quando o segmento é bastante movimentado.

RESULTADO ESPERADO

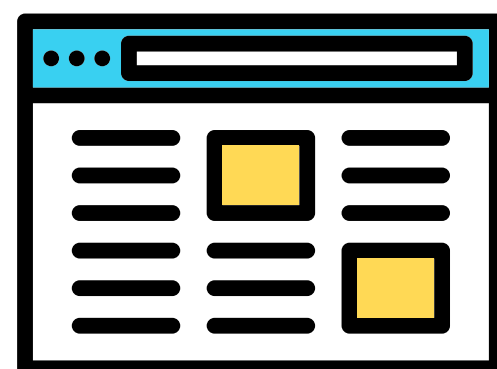
O time do marketing poderá se manter atualizado não apenas sobre o que acontece no mundo, mas, também, sobre o que acontece de interessante no seu próprio mercado e que pode ser explorado pela empresa.

Com essa funcionalidade, você garante que o blog da sua empresa está sempre atualizado com as informações e conteúdos de maior relevância para a sua audiência - fazendo com que ela continue voltando ao seu site.





Lançado no ano de 2000, o **Google Adwords** é uma das maiores ferramentas do Google em termos de representatividade – a maior parte das receitas do Google provém dela. O seu conceito é bastante simples: permitir que empresas anunciem online, nos resultados de busca do Google e em sites parceiros, diretamente para um público relevante para os negócios.



REDE DE PESQUISA E REDE DE DISPLAY

A Rede de Pesquisa do Google nada mais é que a página que exibe resultados de busca. Nela são impressos anúncios de texto que, como explicamos acima, são correspondentes ao que os usuários procuram.

Porém, as empresas anunciantes também têm a opção de investir na Rede de Display. A diferença dessa rede é o formato no qual são impressos cada anúncio – ao invés de texto, utiliza-se imagens. Além disso, os espaços dedicados aos banners são distribuídos em sites parceiros do Google – geralmente os grandes portais de conteúdo.

PROBLEMA QUE RESOLVE

Ao longo dos seus 16 anos, o Adwords tem colaborado com mais de 12 milhões de empresas cadastradas – segundo dados da Wishpound –, ajudando-as a captar Leads qualificados e gerando um grande volume de vendas.

Como a base de cada busca feita no Google são as palavras-chave, cada empresa ganha a oportunidade de utilizar termos do seu próprio negócio e criar anúncios segmentados com base nesses termos relevantes para o negócio. Dessa forma, os anúncios serão exibidos a pessoas potencialmente interessadas no seu produto.

Ou seja: o Adwords te ajuda a **anunciar o seu produto/ serviço (ou conteúdo!) para pessoas que já possuem um interesse** por esse assunto e estão pesquisando por ele.

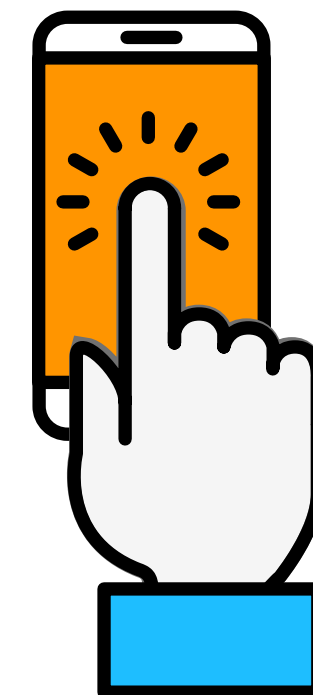
✓ **RESULTADO ESPERADO**

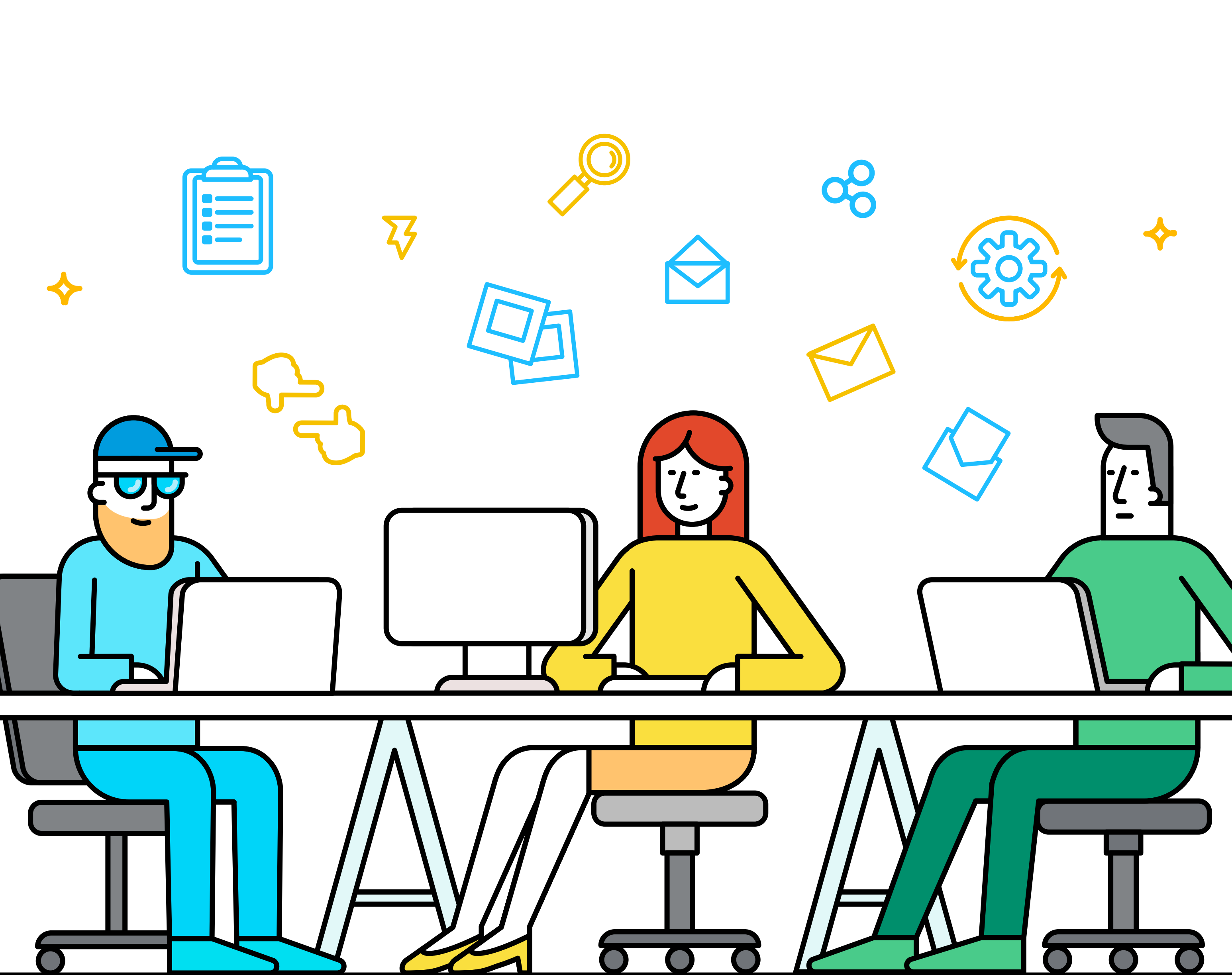
Além das grandes vantagens da segmentação de anúncios e da marca ganhar espaço em uma vitrine como o Google — onde milhões de buscas são feitas por minuto —, as equipes de marketing e vendas têm muito a ganhar com um outro recurso: o remarketing (retargeting).

Trata-se de um método aplicado para reter possíveis compradores, ou seja, pessoas que ficaram muito próximas de realizar uma compra no site. Para isso, o remarketing usa da Rede de Display para fazer esses internautas se depararem com ofertas do produto por um tempo determinado pelo anunciante.

É como uma forma de persuadir os potenciais clientes a concederem uma nova chance ao que sua empresa oferece. Se o visitante não efetuou a compra por sentir-se indeciso ou por acreditar que pode encontrar ofertas melhores, por exemplo, o remarketing permite à equipe criar uma nova oportunidade de venda. O Google Adwords é um grande parceiro para aumentar suas vendas e conseguir mais clientes.

No **Kit Geração de Leads com o Google AdWords**, você vê como aproveitar melhor o canal para gerar resultados para seu negócio.





GERAÇÃO DE LEADS

Conteúdo é muito importante se você quer atrair seu cliente e educá-lo de acordo com o momento de compra em que ele está e ser uma referência em seu mercado.

Para fazer estes conteúdos, existem diversas formas e possibilidades de formato: eBook, webinar, templates etc. E várias ferramentas do Google podem ajudar a equipe de marketing com muitas possibilidades para produzir ou facilitar a produção de conteúdo.



FORMS

O **Google Forms** é a ferramenta de formulários do Google para fazer pesquisas. Com ela você consegue criar um questionário com campos customizáveis. O Google cria depois uma aba de resultados com tudo compilado, tabulado e contextualizado.

Para ver exemplos de relatórios gerados a partir de pesquisas, acesse a **Martech** para tecnologia, o **Panorama das Agências Digitais** e a **TechTrends** para Educação feita pela Resultados Digitais e pela Rock Content.



PROBLEMA QUE RESOLVE

Um dos formatos mais legais (e eficientes) de produção de conteúdo que existem são as pesquisas com Leads e clientes. O Google Forms se apresenta, então, como uma excelente saída para coletar os dados que sua empresa quer levantar e gerar um relatório completo para a captação de Leads.

Hacks: o Google Form também pode ser utilizado para ajudar a fazer uma pesquisa de definição de personas para sua empresa. Para isto, envie o questionário com perguntas quantitativas e/ou qualitativas que sejam interessantes ter mapeado. Isto trará diversos insights de forma escalável.



RESULTADO ESPERADO

Além da geração de Leads em si, com o levantamento dos dados da pesquisa realizada sua empresa terá em mãos diversas informações que teria muito mais dificuldade de levantar normalmente.

É possível ainda integrar o Google Forms com uma ferramenta de automação de marketing e fazer com que todos os contatos gerados e as informações sobre eles sejam enviados diretamente para a plataforma. Dessa forma, todo o trabalho fica ainda mais facilitado e centralizado.



YOUTUBE AO VIVO

O Youtube ao vivo nada mais é do que o Hangouts on air, que começou como uma funcionalidade do Google+, mas acabou ganhando uma proporção maior e se tornando um produto separado. Enquanto o hangout padrão do Google suporta um número limitado de pessoas participantes simultaneamente, o Youtube ao vivo é uma ferramenta que permite a transmissão de até 10 apresentadores para um número ilimitado de pessoas.



PROBLEMA QUE RESOLVE

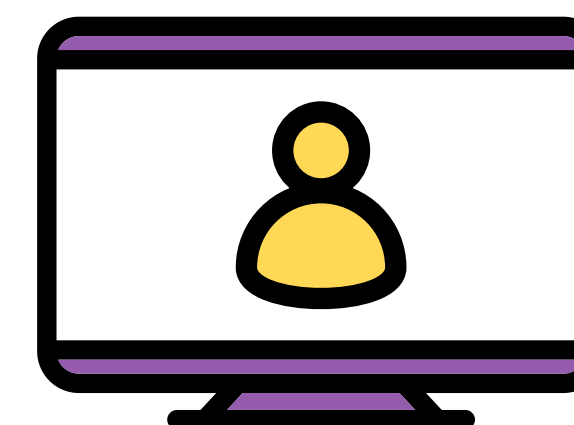
O Youtube ao vivo ajuda na produção de conteúdo, já que permite uma transmissões de qualidade de webinars ao vivo, em que os participantes podem interagir mandando mensagens enquanto assistem. É uma ferramenta gratuita e muito confiável em relação a qualidade de transmissão, que conta com a infraestrutura do Google e de um dos seus melhores produtos: o Youtube.

Depois de transmitido ao vivo, o Google grava o webinar automaticamente no Youtube, permitindo que quem não pôde assistir ao vivo acesse a gravação pelo mesmo link.



RESULTADO ESPERADO

Com o Youtube ao vivo a empresa consegue gerar Leads com menos esforço do que com um eBook, por exemplo. O formato de webinar permite **trabalhar temas mais avançados na jornada de compra**, que abrangem o Meio do Funil (Mofu). Além disso, este formato tende a gerar mais engajamento, já que acaba se tornando um **conteúdo mais interativo** em que os participantes perguntam na hora e podem até mesmo manifestar um interesse direto em seu produto ou serviço.

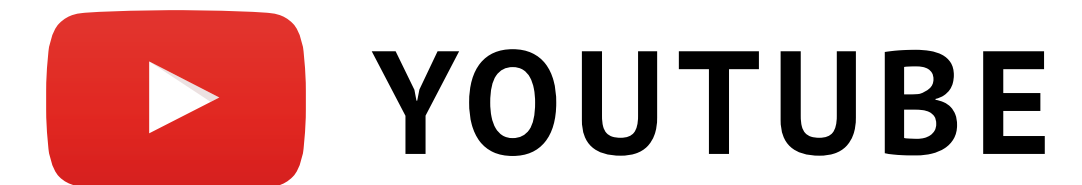


Veja dois exemplos de webinars gravados com o Hangouts on Air.

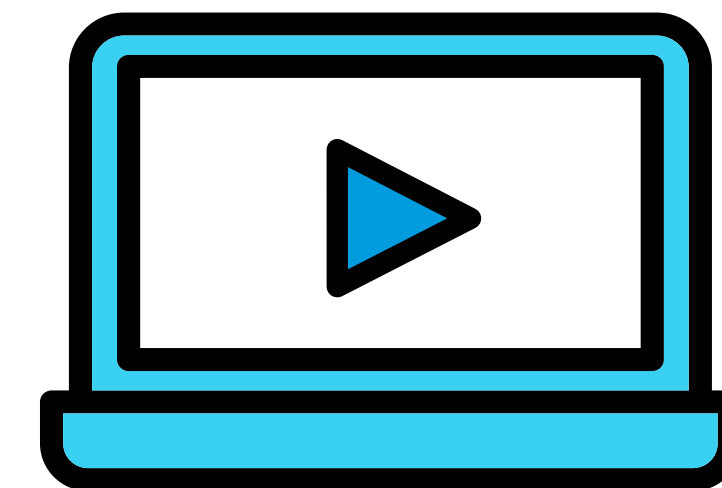
- [Metodologia RD da Máquina de Crescimento](#)
- [Como criar Landing Pages efetivas](#)

Hack: Faça webinars ao vivo! Muitas empresas tem receio de assumir uma produção de conteúdo porque querem fazer algo grandioso ou porque têm medo de não dar certo. Contudo, o webinar ao vivo pode servir como um MVP, ou seja, um primeiro experimento mais simples para sentir o tipo de conteúdo que o seu público se interessa e como ele interage, sem grandes custos.

Por ser ao vivo, o webinar também ajuda a criar um maior comprometimento, já que depois de lançar as inscrições para sua base anunciando o webinar em um determinado dia e horário, necessariamente esse conteúdo tem que sair. É uma excelente forma de envolver também profissionais de outras áreas da empresa neste conteúdo, como um vendedor, um desenvolvedor ou a equipe de atendimento ao cliente.



O Youtube é a plataforma de vídeos do Google que se coloca como a **segunda ferramenta de busca mais usada no mundo**. Além disso, o Youtube está entre os **três primeiros sites mais acessados**, juntamente com o Google e o Facebook, o que significa que a procura por vídeos representa uma parcela significativamente grande em motores de busca.

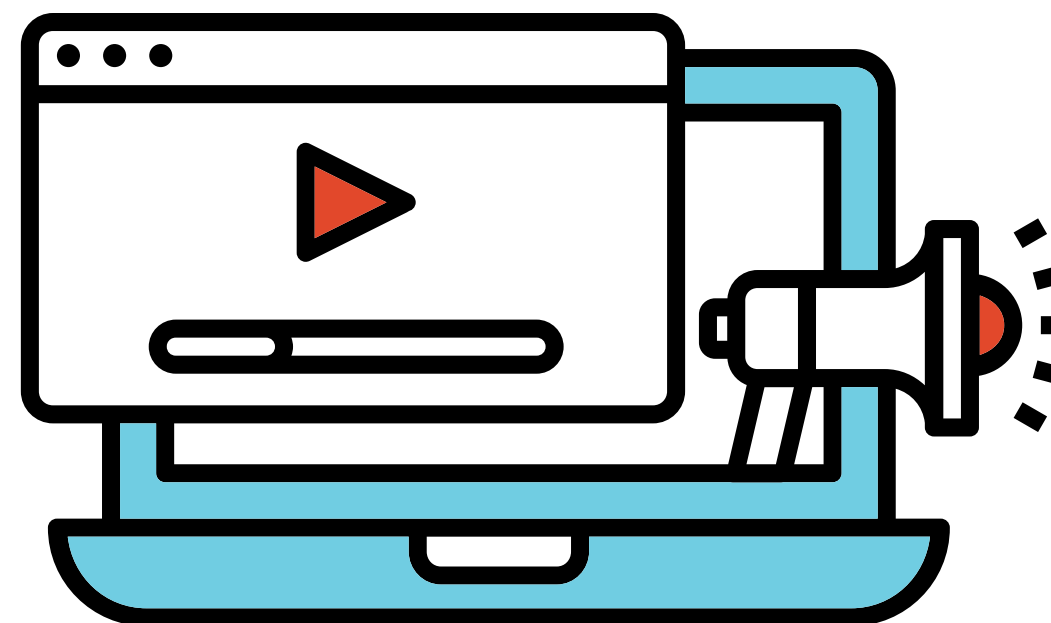


PROBLEMA QUE RESOLVE

O primeiro grande problema resolvido pelo Youtube é a hospedagem de vídeos. Sem uma plataforma de streaming como esta, é preciso salvar o vídeo em um FTP, por exemplo, o que aumenta o tráfego de dados do site e prejudica a infraestrutura do portal, podendo deixá-lo mais lento. Além disso, este serviço de vídeos do Google funciona como mais um canal para a empresa, ou seja, uma porta de entrada para o site.

Além de hospedar um conteúdo, o Youtube, assim como o Youtube ao vivo, também é uma excelente forma de gerar Leads. Para dicas de como gerar Leads com vídeos, acesse o eBook Vídeos no Marketing Digital.

Veja no [case da Francisca Joias](#) um exemplo de vídeo usado como conteúdo aberto e no Webinar [Papo de Vendedor](#) outro exemplo de conteúdo em vídeo disponibilizado em uma Landing Page.



Hack: Vídeos melhores produzidos tendem a passar uma confiabilidade maior do que os vídeos amadores ou mal-produzidos. Mas isso não significa necessariamente vídeos altamente profissionais: **você pode fazer algo incrível tendo apenas uma câmera de celular na mão e uma ideia na cabeça.**

Assim como em qualquer outro canal, é preciso manter uma frequência de postagens no Youtube, ou sua audiência acabará sendo perdida. Lembre-se também de otimizar todos os vídeos para a busca, com categoria, descrição, tag etc.

✓ RESULTADO ESPERADO

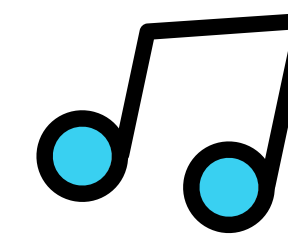
Com a utilização de vídeos no Youtube sua empresa consegue não só gerar Leads por meio dos CTAs como melhorar o posicionamento nos buscadores e se aproximar ainda mais do público-alvo.

Dados relevantes mostram que:

- 55% das pessoas assistem a vídeos online pelo menos uma vez por dia;
- 50% de todo o tráfego mobile da internet já é composto por vídeos;
- Os executivos mais experientes assistem a 80% mais vídeos atualmente do que faziam em 2014.

Aqui, nem sempre quantidade de visualizações é o mais importante. Suponhamos que a sua empresa tenha um ticket médio de 5 mil. Se em um vídeo produzido forem geradas apenas 50 visualizações, mas uma delas se tornar uma venda, certamente o investimento terá valido a pena e o CAC (Custo de Aquisição) será muito menor do que o esperado, certo? Por isso, é extremamente importante métricas reais - **e não métricas de vaidade** - em cada uma das ações realizadas e acompanhar os resultados de perto.

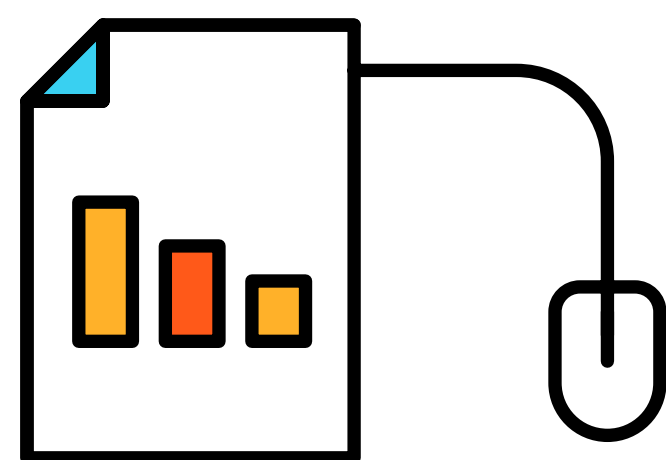
Para saber mais sobre como gerar Leads com vídeos, incluindo o Youtube, leia o **eBook Guia Definitivo da Geração de Leads.**





PLANILHAS

Planilhas faz parte da suite de produtividade do Google. É o Excel do Google. É uma ferramenta robusta e que possui um grande benefício de ser na nuvem, podendo ser acessada de qualquer dispositivo com conexão a internet e sem necessidade de instalação.



PROBLEMA QUE RESOLVE

As planilhas do Google são uma ótima ferramenta para a **produção de templates**, que podem ser oferecidos como conteúdo para a geração de Leads. Sabe aquela planilha que ajuda sua empresa no dia a dia? Ela pode virar um template e ser disponibilizada para sua base como material educativo, ajudando os Leads a resolverem problemas comuns.

Este tipo de conteúdo normalmente tem um grande apelo, porque gera bastante engajamento e Leads qualificados, que de fato usarão aquele template. Além disso, sua empresa já terá o conhecimento exato da dor daquele Lead que se interessou pelo material. O ideal é oferecer algo que seja simples de se resolver em uma planilha mas que seja resolvido ainda mais fácil pelo seu produto.

Para ver um exemplo de conteúdo gerado desta forma, acesse [Planilha grátis: Automação de Marketing](#), da Resultados Digitais, e a [Planilha de Fluxo de Caixa](#), da ContaAzul.

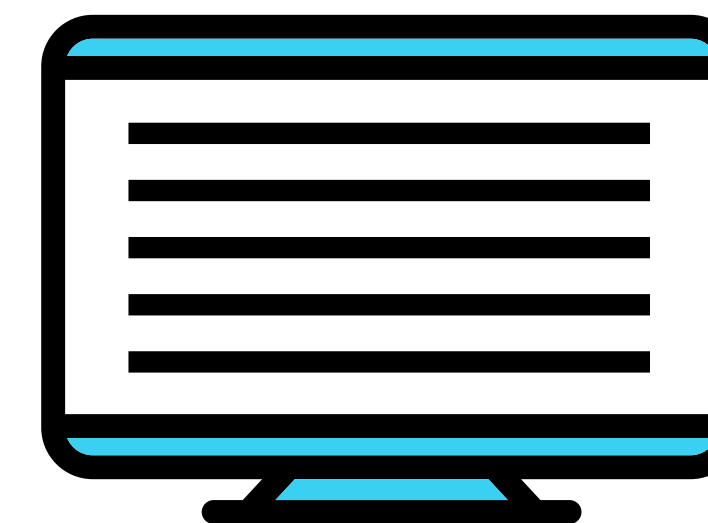
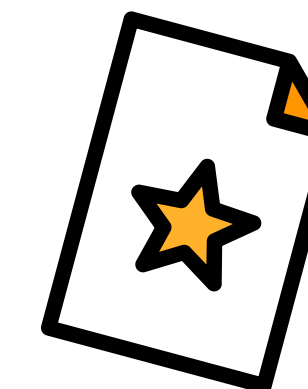
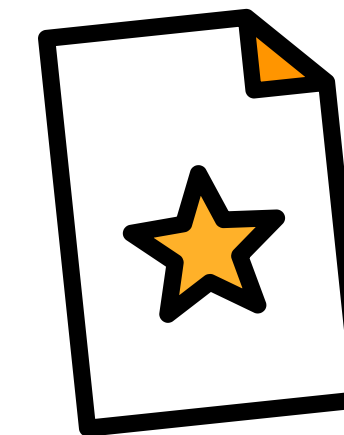
Ao se posicionar como autoridade no assunto e oferecer uma solução para os Leads, a empresa ganha espaço na mente dos consumidores e, quando chegar o momento de adquirir de fato um produto como aquele, eles certamente se lembrarão desta empresa.

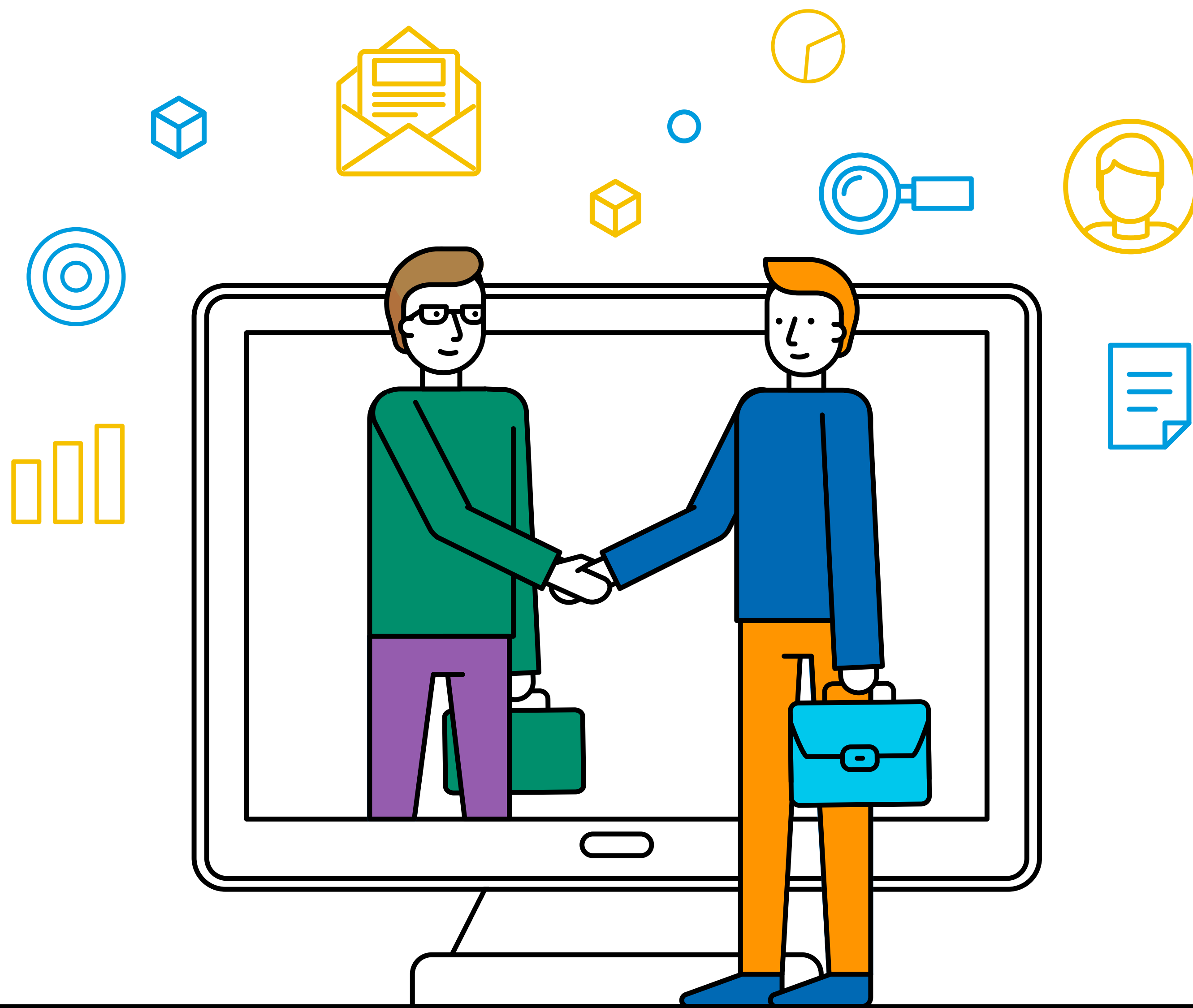
Hacks: Não se esqueça de, quando criar um template com as planilhas do Google, deixá-lo visível ao público, para que não haja problema na hora de acessá-la. Para facilitar, utilize o / copy (ao invés do /edit) no final para que os Leads tenham que copiar a planilha ao invés de tentarem editar direto no documento.

✓ RESULTADO ESPERADO

Geração de Leads qualificados e com bastante engajamento. Ao utilizar as planilhas do Google para fazer templates (ao invés do Excel), você atinge muito mais pessoas - e empresas -, já que nem todo mundo tem o pacote do Office instalado na máquina, o que pode gerar problemas de incompatibilidade. Portanto, sua empresa garante o oferecimento de um conteúdo muito mais democrático.

Vá além: As planilhas também podem ser muito úteis para solucionar outros problemas no marketing além da produção de conteúdo. Veja algumas soluções no [Guia do Zapier sobre uso de spreadsheet](#) (em inglês).





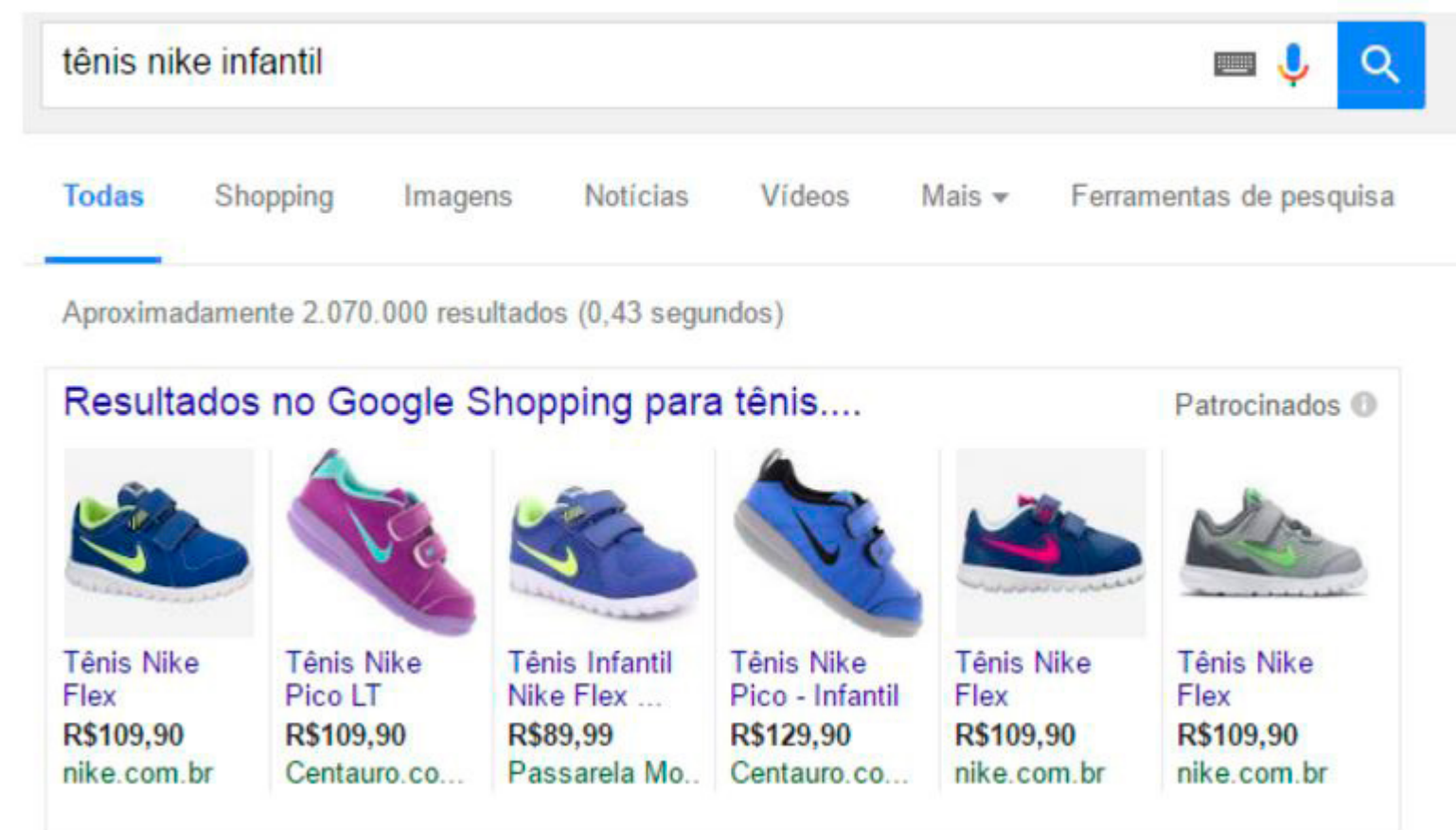
VENDAS



GOOGLE SHOPPING

O Google Shopping Ads (também conhecido como Product Ads) funciona como uma espécie de agregador de lojas. Com ele você anuncia produtos no próprio Google e faz uma conexão com a sua loja. Assim, os produtos e preços da sua loja ficam sempre atualizados no topo da página de buscas.

Com esta ferramenta, qualquer usuário que procurar por um item específico que sua empresa ofereça e que esteja disponível no Google Shopping, poderá ver o produto direto no buscador juntamente com produtos de outras lojas e comparar preços e modelos por ali mesmo. O segmento de e-commerce é o que mais pode se beneficiar deste recurso, mas mesmo quem procura melhorar resultados em vendas para uma loja física (offline), o Google Shopping Ads pode ajudar.



PROBLEMA QUE RESOLVE

O Google Shopping facilita a **aparição dos produtos da empresa na primeira página do buscador**, já que é muito mais visual e conta com a informação de preço e o nome da loja. Mesmo se colocando logo ao lado dos competidores, a loja online consegue ficar mais acessível para os possíveis clientes que provavelmente não chegariam ao site de outra forma. Os consumidores que clicarem em seu anúncio serão direcionados para seu website, onde poderão comprar o item.

Esta é uma saída excelente principalmente para quem ainda não conseguiu se colocar na primeira página do buscador de forma orgânica ou ainda não investe ativamente em palavras-chave pelo Google Adwords. Toda a estruturação e acompanhamento da campanha é feito dentro do próprio Google Adwords.

Hacks: Antes de criar um anúncio no Google Shopping, é preciso criar uma conta no Google Merchant para fornecer ao Google informações relacionadas ao seus produtos e conectar com a conta no Adwords para fazer a administração das campanhas.

✓ RESULTADO ESPERADO

O Google Shopping Ads representa apenas 20% dos cliques pagos de buscas, o que mostra que ainda há muitas oportunidades em sua utilização. Como este tipo de anúncios aparece em destaque no topo da página de busca, eles recebem muito mais atenção dos potenciais compradores. Alguns anunciantes conseguem uma taxa de conversão 130% mais alta com esses anúncios, quando comparado a outros anúncios de venda.

Apesar de ser controlado a partir do Adwords, o Shopping funciona de maneira bem diferente. Enquanto no Google Adwords você escolhe as palavras-chave que deseja atingir, escreve seus anúncios e diz ao Google o quanto você está disposto a pagar por clique de uma determinada palavra-chave, no Google Shopping a estratégia é muito mais simples.



Não é necessário escolher palavras-chave, apenas definir uma oferta para o produto. A partir daí o Google decide quais termos são relevantes com base no seu feed de dados de produto (criado no Google Merchant). Você pode ainda adicionar negativos para impedir que os anúncios sejam exibidos para palavras-chave indesejáveis e gerem cliques (e gastos) desnecessários.

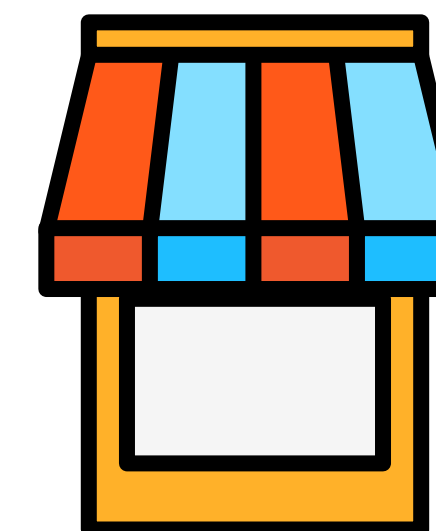
Outro benefício que você pode extrair desta ferramenta é ver todos os termos de busca que as pessoas utilizaram para chegar aos produtos anunciados pela sua empresa. Este dado pode inspirar algumas palavras-chave importantes, baseado na performance delas (cliques x vendas), e que não estavam mapeadas anteriormente.

Veja um passo a passo de [Como Usar Google Shopping Ads.](#)

CONECTAR SERVIÇOS COM CRM VIA ZAPIER, IFTTT E PLUGA

Várias ferramentas do Google permitem uma conexão entre si e a conexão com outras ferramentas de automação, como um CRM de vendas, por exemplo. Existe até mesmo a possibilidade de desenvolver seu próprio CRM com as planilhas do Google e fazer uma integração automática com vários outros softwares.

Algumas opções de integração com as ferramentas do Google são:



- CRM desenvolvido no Google Planilhas com uma ferramenta de automação de marketing para que, sempre que uma venda acontece, seja enviada automaticamente essa informação de won deal.
- Formulário em html com uma Planilha para agregar todos os contatos recebidos
- Google Planilhas com ferramenta de automação de marketing para facilitar as análises dos MQLs (Leads qualificados pelo marketing) gerados.
- Google Agenda com uma ferramenta CRM para que, sempre que uma chamada for criada, um evento aparecer na Agenda e ser possível editar os horários e dias em qualquer uma das duas ferramentas.



PROBLEMA QUE RESOLVE

As integrações das ferramentas do Google entre si ou com outros softwares de gestão e relacionamento (CRMs, automação de marketing etc) ajudam a conectar informações e facilitar o dia a dia tanto da equipe de marketing como a de vendas. Além disso, este tipo de integração ajuda a ganhar produtividade nos processos, evitando a necessidade de exportar e importar planilhas de um software para outro.



RESULTADO ESPERADO

Os resultados esperados são, principalmente, **redução do tempo gasto com tarefas manuais e mais tempo para realizar atividades que impactarão nos resultados.** Ou seja, a ideia é oferecer suporte para que a sua equipe de vendas seja mais produtiva e consiga trabalhar de forma mais inteligente, focando mais na estratégia do que na execução.

Veja algumas dicas para economizar tempo e esforço da sua equipe no eBook [Programação para profissionais de Marketing.](#)



ANÁLISE



GOOGLE ANALYTICS

Google Analytics é o programa gratuito do Google para análise de sites e aplicativos. Com ela, você consegue analisar todo o comportamento de quem esteve no seu site: número de visitantes, tempo médio de permanência nas páginas, de onde vieram as pessoas, entre outros. Há ainda possibilidades de uso mais avançadas, como observar o funil, as taxas de conversões por categorias ou até mesmo a criação de testes A/B de páginas.

PROBLEMA QUE RESOLVE

O Google Analytics resolve principalmente problemas de informação. Com esta ferramenta, a empresa consegue **entender como está a performance de cada página de seu site** e, a partir disto, consegue fazer melhorias e otimizações. As informações centralizadas ajudam ainda a ter uma noção tanto micro quanto macro do que acontece no portal da empresa.

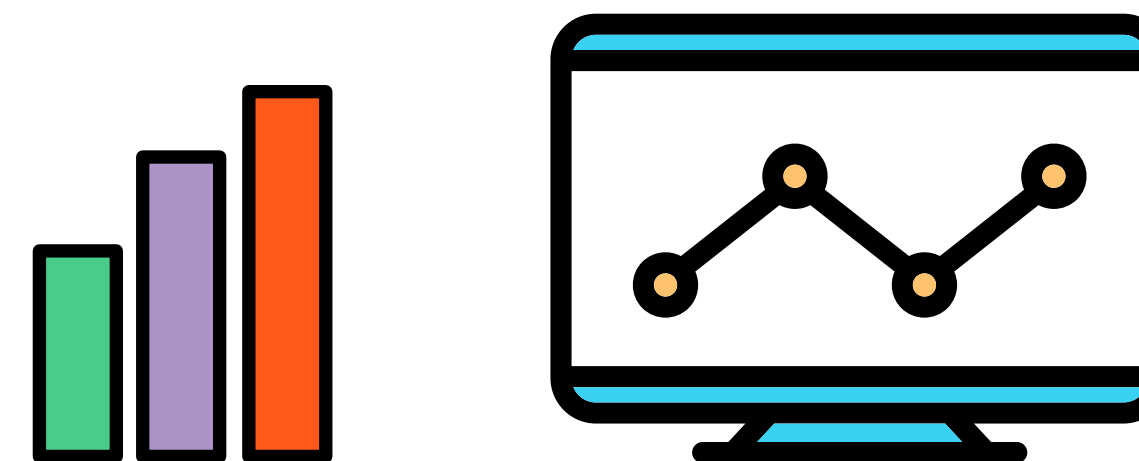
Hack: Quando for analisar no Analytics, lembre-se de pensar antes o porquê quer analisar aquilo. Analisar por analisar não leva a lugar algum e ainda toma tempo desnecessário da equipe.

RESULTADO ESPERADO

O site muitas vezes é a porta de entrada de um cliente para uma empresa. Otimizar o site não apenas trará melhorias em marketing como também em vendas. Por isso, é extremamente importante entender como oferecê-lo a melhor experiência possível quando ele chega até lá.

De modo geral, o resultado esperado com a utilização do Google Analytics é principalmente a **geração de inteligência**. Com isto em mãos, a equipe pode pensar em inúmeras formas de melhorias.

Os resultados podem ser muito relevantes dependendo de como você analisa, o que analisa e como utiliza esta informação. O grande destaque desta ferramenta está em oferecer condições para que sua empresa não fique dando tiro no escuro ou contando com a sorte na hora de implementar mudanças.





O Gmail é o email do Google. Muitas pessoas possuem uma conta pessoal do Gmail, por sua versatilidade, interface amigável, organização e filtro de spam eficiente. Na versão corporativa do Gmail, é possível utilizar o domínio da empresa `voce@suaempresa.com.br` e também grupos de email do tipo `marketing@suaempresa.com.br`.

O email corporativo da Google também conta com 99,9% de disponibilidade garantida em contrato, diferentemente do Gmail pessoal. Isso quer dizer que, provavelmente, você nunca ficará com email fora do ar.

PROBLEMA QUE RESOLVE

As equipes de marketing, por vezes, são enxutas e você já deve ter vivenciado a experiência de ter de responder muitos Leads e potenciais clientes em um curto espaço de tempo, para não esfriar esse relacionamento. O Gmail ajuda muito no gerenciamento de emails. Você pode organizar os emails enviados através de filtros e criar respostas predeterminadas para perguntas frequentes de Leads que interagem com você em uma automação de emails, por exemplo.

Você também pode criar grupos para que mais de um membro da sua equipe possa responder aos emails dos seus Leads com mais rapidez e, ainda, criar diferentes assinaturas de emails.

RESULTADO ESPERADO

No Gmail fica muito mais fácil categorizar cada perfil de email e encontrar emails com a sua pesquisa avançada. Além disso, você pode priorizar os emails para responder primeiro os contatos mais importantes, como as oportunidades mais quentes do seu funil de vendas. Dessa forma, a ferramenta auxilia na **produtividade e comunicação de toda equipe de marketing.**



HANGOUTS

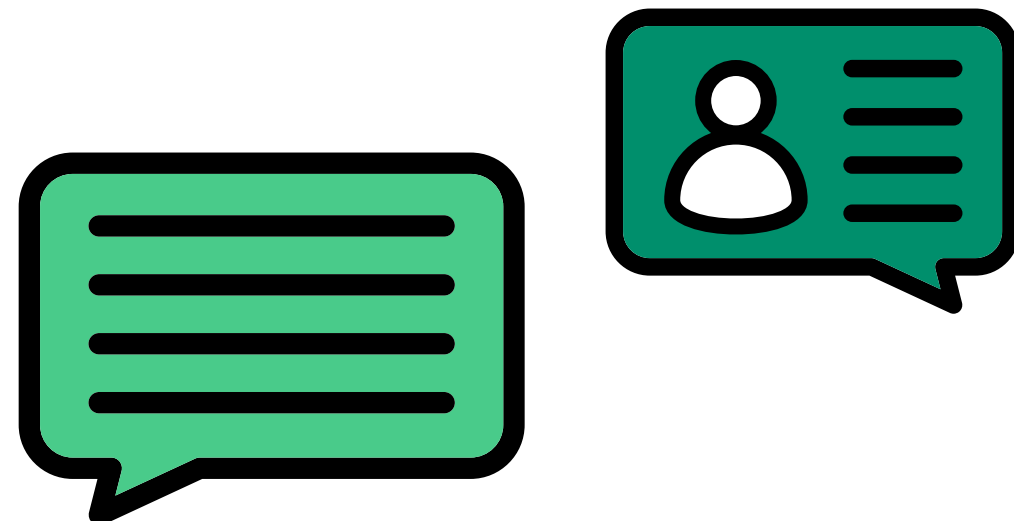
Com o Hangouts, você pode trabalhar em equipe com clientes, agências e até mesmo integrantes da equipe à distância. É possível fazer reuniões em áudio e vídeo com até 25 pessoas, de dentro ou fora da organização. Além disso, o Hangouts possui bate-papo que fica dentro da interface gráfica do Gmail.

PROBLEMA QUE RESOLVE

Imagine que você precise apresentar os indicadores semanais para o seu cliente que está em outro estado ou, até mesmo, em outro país? Até pouco tempo, o relacionamento com o cliente era muito frio e distante, já que os custos com telefonia e as reuniões presenciais inviabilizavam uma maior aproximação com o cliente para apresentar os resultados e propor as novas estratégias de marketing.

RESULTADO ESPERADO

O aplicativo permite, por exemplo, apresentar o plano de marketing para a diretoria, em qualquer lugar como se estivessem na mesma sala, até mesmo utilizando a funcionalidade de compartilhamento de tela em tempo real. Também é possível participar das reuniões por smartphones e tablets, de forma segura, pois todo seu conteúdo é criptografado. Você pode optar por deixar a gravação da apresentação como não listada no Youtube. Assim, apenas quem tiver o link poderá acessá-la.



AGENDA

O Google Agenda permite marcar compromissos e enviar convites automaticamente para todos os participantes de um evento ou reunião. O compartilhamento da agenda torna mais fácil conjugar o tempo que as pessoas têm disponíveis para fazer uma reunião da equipe. Por ser online, o Google Agenda pode ser acessado de qualquer dispositivo com acesso à internet. Além disso, é possível programar para receber lembretes por email, sms e notificações de celular.

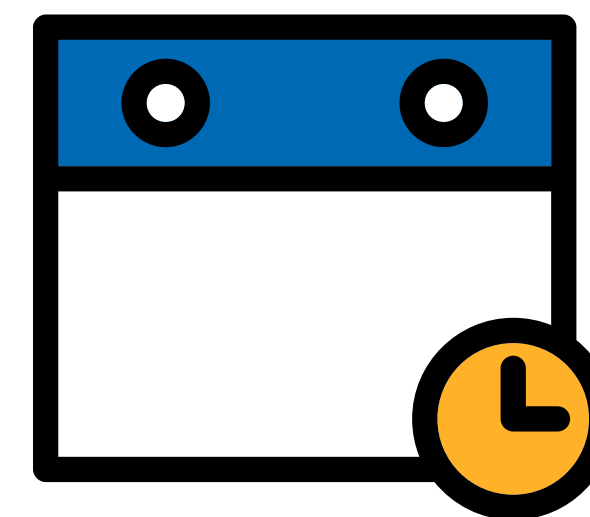
PROBLEMA QUE RESOLVE

Gerenciar as atividades do departamento é um grande desafio para qualquer equipe de marketing. Nesse sentido, o Google Agenda ajuda a programar o seu dia a dia de trabalho e organizar os seus compromissos diários.

Hack: Para manter o departamento organizado, sua equipe pode planejar as atividades e projetos no Google Planilhas, organizando o cronograma de tarefas, gerenciando projetos e processos e definindo prazos de entrega. É possível integrar o Google Agenda à planilha e criar um calendário exclusivo para a equipe se organizar e consultar eventos e datas importantes.

RESULTADO ESPERADO

Utilizando o Google Agenda, as tarefas não são esquecidas ou negligenciadas. Compartilhar uma agenda com sua equipe mantém todos cientes dos prazos de cada projeto. Quando algum membro da equipe atualiza um evento no Google Agenda todas as agendas são atualizadas automaticamente. Com isso, espere mais eficiência e eficácia de sua equipe.

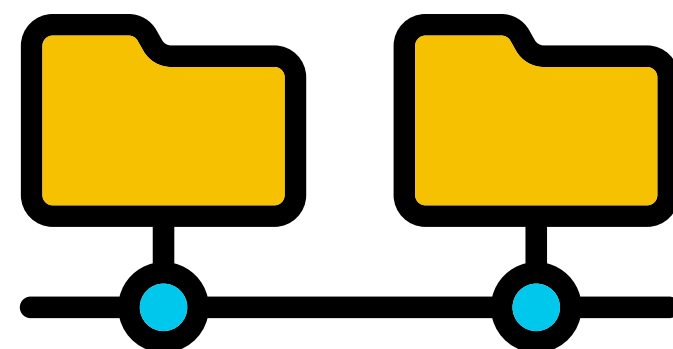




O Drive é o serviço de armazenamento e sincronização de arquivos do Google na nuvem. Com ele, você pode fazer o upload de qualquer arquivo e converter determinados tipos de arquivos em um formato Google, como documentos, planilhas ou apresentações. Estes tipos de arquivo não ocupam espaço no Drive e o aplicativo permite 30 GB de armazenamento de arquivos ou espaço ilimitado, dependendo do plano contratado.

PROBLEMA QUE RESOLVE

O trabalho do marketing exige que muitos documentos, apresentações, vídeos e imagens de alta resolução sejam armazenados de forma segura e organizada. A equipe, por vezes, sofre muito com a perda de arquivos importantes, falta de espaço para armazenamento ou acesso limitado à informação por smartphone, por exemplo. Por isso, o Drive aplicativo ajuda a reduzir os custos de armazenamento de arquivos muito pesados, como vídeos e imagens.



Pelo aplicativo ser hospedado a nuvem, é possível acessar os arquivos e documentos a partir de qualquer lugar: computador, celular ou tablet. Pode-se compartilhar arquivos ou pastas inteiras com pessoas específicas, toda equipe ou até mesmo com clientes, fornecedores e parceiros.

RESULTADO ESPERADO

Com o Google Drive, o trabalho fica muito mais produtivo e dinâmico, pois você tem acesso rápido às informações que precisa e não corre o risco de perder trabalhos importantes, já que toda informação é criptografada e fica armazenada em local seguro. Por isso, este serviço oferece a equipe segurança, produtividade e facilidade.



DOCUMENTOS, PLANILHAS, FORMULÁRIOS E APRESENTAÇÕES

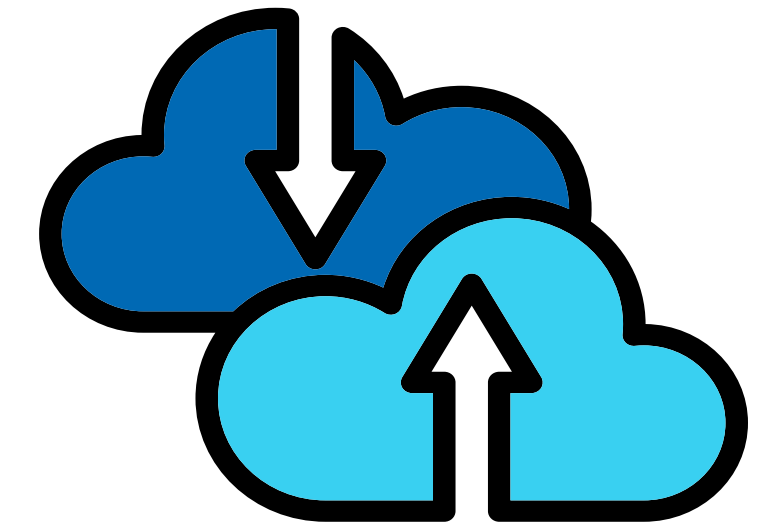
Imagine que você precise apresentar uma nova campanha de marketing para a diretoria e, naquele grande momento, você não consegue abri-la no computador a partir do seu pen drive? Ou então, quando você está trabalhando em equipe, e faz diversas trocas de emails perdendo muito tempo com as diversas versões de documentos que envia em anexo? Provavelmente quase todo profissional já vivenciou situações similares.

A Google oferece um serviço de documentos, planilhas, formulários e apresentações na nuvem (dentro do Google Drive) que permite edição e colaboração em tempo real via internet, sem precisar instalar nada no computador.



PROBLEMA QUE RESOLVE

Com esses serviços do G Suite você pode facilmente compartilhar arquivos com quem quiser, assim como deixar de compartilhar quando quiser também. Todas as alterações são salvas na nuvem em tempo real e você pode trabalhar simultaneamente com sua equipe na edição dos documentos. Para isso, você só precisa de um navegador de internet para abrir e editar seus documentos.



Todos esses documentos tem funcionalidades de colaboração para realizar revisões, correções, deixar sugestões e comentários de atividades e tarefas. Você pode, inclusive, trabalhar offline com eles, em qualquer dispositivo, e converter Word, Excel e PowerPoint em documentos da Google. Este eBook mesmo que você está lendo foi todo escrito em um documento do Google!

RESULTADO ESPERADO

A colaboração em tempo real simplifica e agiliza o processo de aprovação das campanhas de marketing e aumenta a produtividade da equipe. Além disso, as configurações de compartilhamento permitem que nada seja divulgado para partes que não estão envolvidas no projeto.



SITES

O Google Sites é uma excelente ferramenta para criar páginas web sem precisar ter conhecimento em programação. Ele permite reunir arquivos importantes e criar projetos em uma intranet corporativa de forma rápida e fácil.



PROBLEMA QUE RESOLVE

Você já sentiu dificuldade em organizar todas as peças de campanha e indicadores de marketing em um único lugar? O Google Sites ajuda a centralizar seus principais documentos e informações em um único lugar.



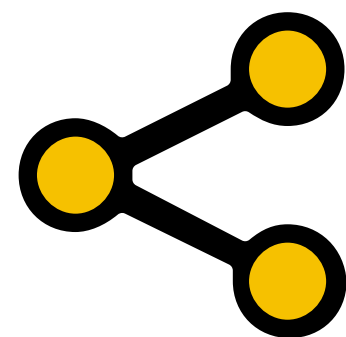
RESULTADO ESPERADO

Com o Google Sites você pode incorporar planilhas, documentos e apresentações do seu projeto e disponibilizá-los para a diretoria ou para seus clientes. Toda a informação fica acessível tanto em computador como em dispositivos móveis.

Você pode, inclusive, definir as permissões de acesso dessas informações para grupos de usuários específicos ou para toda a web. Além disso, é possível configurar um domínio personalizado para o seu Google Sites, como exemplo, www.suaempresa.com.br. É uma excelente forma de apresentar indicadores de uma campanha específica ou o planejamento de marketing digital da empresa.

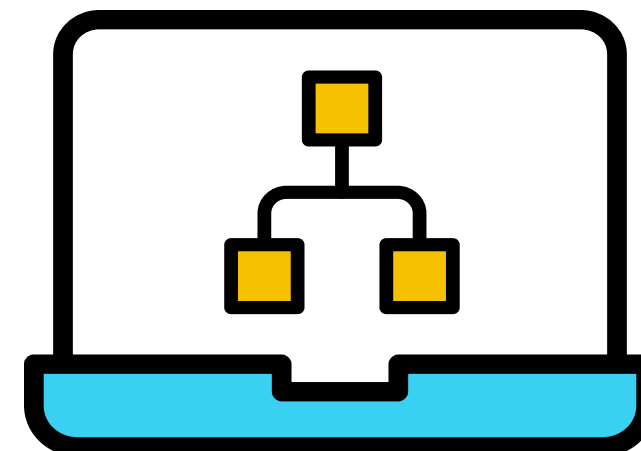
COMPLEMENTOS DO G SUITE

Além dos recursos nativos nos aplicativos de produtividade e colaboração, o G Suite conta com add-ons, que são funcionalidades complementares desses aplicativos desenvolvidas por outras empresas. Esses recursos podem otimizar a produtividade da equipe e facilitar o dia a dia de trabalho.



Para ativar um add-on específico, basta clicar no menu “Complementos” disponível nos aplicativos Google Documentos, Planilhas e Formulários. É importante salientar que, ao ativar o complemento, nada é instalado no seu computador. O aplicativo é ativado apenas para o usuário Google Suite que deseja usar o recurso.

A seguir apresentamos alguns dos principais add-ons do Google Suite que ajudam a aumentar a produtividade do time de marketing.



ADICIONE FLUXOGRAMAS NO SEU DOCUMENTO

Com o **Lucidchart Diagrams**, você pode criar e editar diagramas e fluxogramas para ilustrar o processo da equipe de marketing ou o fluxo de uma campanha e inserí-los no seu documento de forma fácil por uma interface “drag an drop”. É possível otimizar o seu trabalho utilizando modelos predefinidos, mas também começar o seu diagrama a partir do zero.

O Lucidchart oferece um trial gratuito e limitado que permite criar gráficos para até cinco documentos do Google. Se você gostar do serviço e quiser continuar utilizando-o em mais documentos, pode assinar um de seus planos que custam a partir de 40 dólares por ano.



INSIRA CONTEÚDO DINÂMICO NO SEU TEXTO

Alterar nomes e outros detalhes de diversos documentos pode ser uma tarefa árdua e improdutiva. Com o complemento autoCrat, você consegue criar campos dinâmicos. Quando você altera um nome, por exemplo, ele é automaticamente substituído em todos os documentos com o campo relacionado. Dessa forma, seu trabalho fica muito mais produtivo.



ENCONTRE A IMAGEM CERTA PARA O SEU DOCUMENTO

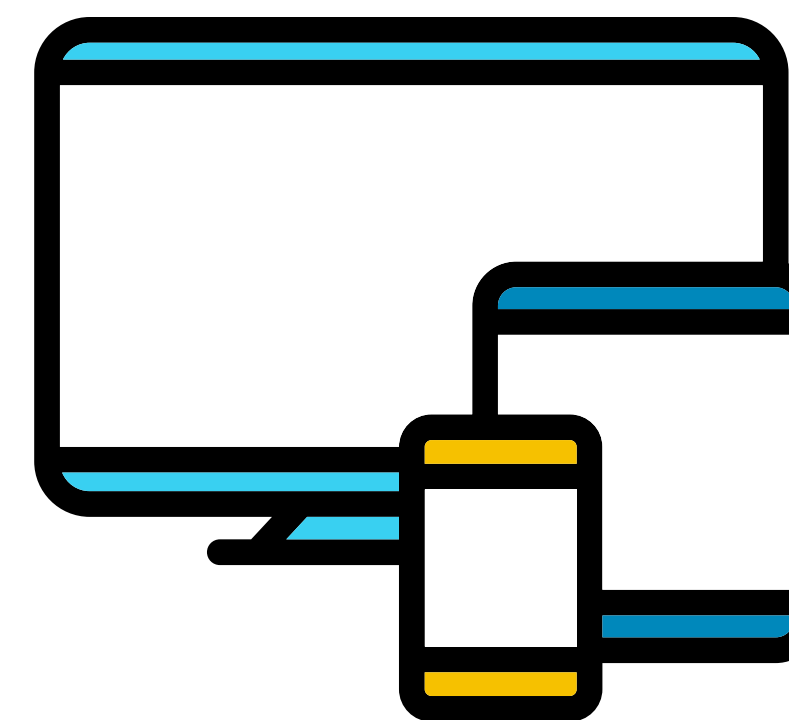
Você pode inserir imagens da web de uma forma rápida e fácil, sem precisar sair do seu documento para pesquisar na web. Essa é a proposta do complemento Openclipart.

Com ele, você tem acesso a mais de 50 mil imagens gratuitas para usar em relatórios e projetos.



ELIMINE OS DADOS DUPLICADOS

Remove Duplicates é excelente complemento que ajuda a remover dados duplicados da sua planilha, poupando tempo do seu trabalho.





USE DADOS DE UMA PLANILHA PARA CRIAR MAPAS PERSONALIZADOS

Com o **Mapping Sheets**, você pode criar mapas personalizados no Google Maps, utilizando informações a partir de uma planilha. Você só precisa inserir o nome do local em uma coluna, o endereço em outra coluna e o Mapping Sheets faz restante! Esse complemento é muito útil para fazer pesquisas de mercado ou mapear uma equipe de vendas por região.



SEJA NOTIFICADO APÓS A REVISÃO DE TODA A EQUIPE

O **Workflows** melhora ainda mais uma das características mais legais do Google Docs: o trabalho colaborativo. Com ele, é possível enviar um documento ou planilha para aprovação e avaliação de membros do seu time de forma muito simples.

Cada membro participante recebe um email, por onde acessa o documento pendente e pode dar o seu aval ou reprovação. Uma vez que todos os envolvidos tenham aprovado o documento, o dono recebe uma notificação que está tudo pronto.



ASSINE DOCUMENTOS DIGITAIS

Mesmo em tempos de email e colaboração online, volta e meia ainda recebemos documentos que precisam ser assinados. O processo é retrógrado: imprimir, assinar, escanear o documento e devolvê-lo. O **HelloSign** busca resolver este problema, criando campos interativos que permitem a assinatura dentro do Google Docs. O documento assinado tem valor legal e pode ser distribuído por email ou compartilhado com outros colaboradores, que podem também dar suas assinaturas. É gratuito para a criação de até três documentos por mês.

Qi Network

A Qi Network é revenda autorizada G Suite no Brasil. Somos uma das primeiras companhias do país a conquistar a certificação da Google.

Prestamos serviços de implementação, migração, suporte, treinamento e consultoria da solução G Suite para empresas em todo o território nacional.

Nossos produtos e serviços auxiliam os negócios de nossos clientes com aumento de produtividade, melhoria de processos, comunicação, colaboração e mobilidade.



rockcontent

A Rock Content é a empresa líder em marketing de conteúdo no mercado brasileiro. Nós ajudamos marcas a se conectarem com seus clientes através de conteúdo fantástico e blogs corporativos sem monotonia.

Através de nosso serviço de consultoria montamos estratégias de conteúdo para nossos clientes que são executadas pelo nosso time de milhares de escritores freelance qualificados. Possuímos vários materiais educativos gratuitos e sempre temos algum artigo interessante no blog do Marketing de Conteúdo.



Resultados Digitais

A Resultados Digitais tem como objetivo ajudar empresas de todos os portes a entender e aproveitar os benefícios do Marketing Digital, conseguindo assim resultados reais e permanentes para os seus negócios.

Veja aqui alguns dos nossos cases e perceba na prática como o Marketing pode ser aplicado na realidade!

