**Campanha Google Ads – Sierro Engenharia**

**1. Definir Objetivos da Campanha**

* **Objetivo Principal**: Aumentar o tráfego para o site e gerar leads.
* **Público-Alvo**: Empresas da agroindústria, químico
* **Métricas a Monitorar**: Cliques, impressões, taxa de conversão (leads), custo por clique (CPC) e retorno sobre o investimento (ROI).

**2. Orçamento**

* Orçamento diário: R$ 50,00.
* Duração: 20 dias úteis (total de 20 dias x R$ 50 = R$ 1000).
* Estimativa de cliques: Considerando um CPC médio de R$ 1,50 (pode variar com o segmento), você pode esperar cerca de **636 cliques** ao longo de 20 dias (R$ 1000 / R$ 1,50).

**3. Segmentação de Público**

* **Geográfica**: Sudeste e sul
* **Demográfica**: Sudeste e sul
* **Palavras-Chave**: Spray Dryer, Transporte Pneumático, retrofit
* **4. Estrutura da Campanha**
* **Anúncios de Pesquisa**: Focar em palavras-chave específicas e otimizar títulos e descrições dos anúncios.
* **Extensões de Anúncio**: Incluir extensões de local, chamada e sitelinks para aumentar a visibilidade.

**5. Otimização e Ajustes**

* **Monitoramento Diário**: Acompanhar a performance diariamente e ajustar lances e palavras-chave conforme necessário.
* **Testes A/B**: Testar diferentes versões dos anúncios para melhorar o desempenho (ex.: títulos, descrições e palavras-chave).
* **Ajuste de CPC**: Dependendo da performance, otimizar o valor do CPC máximo para equilibrar cliques e orçamento.

**6. Cálculo de Cobrança**

* **Gestão da Campanha**: Para calcular o valor a ser cobrado, é comum usar uma porcentagem sobre o orçamento ou cobrar uma taxa fixa.
  + **Opção 1** Cobrança porcentagem do orçamento - Preço 15% de R$ 1000 = R$ 150.

**Concorrentes** – RPM BRASIL e GLOBESYSTEM