

# Google Partners

Cartilha de promoção de marca para agências

---

2018



## 03 Introdução

- 04 Membros do Google Partners vs. parceiros do Google
- 05 Especializações para empresas

## 06 Como falar sobre o Google Partners

- 07 Como falar com seus clientes sobre o Google Partners
- 08 Como falar com seus clientes sobre sua afiliação ao Google Partners
- 09 Regras ao falar sobre o Google Partners
- 10 Frases que precisam ser evitadas
- 11 Palavras que precisam ser evitadas

## 12 Como usar e exibir o selo

- 13 Onde usar o selo
- 14 Selo do Google Partners

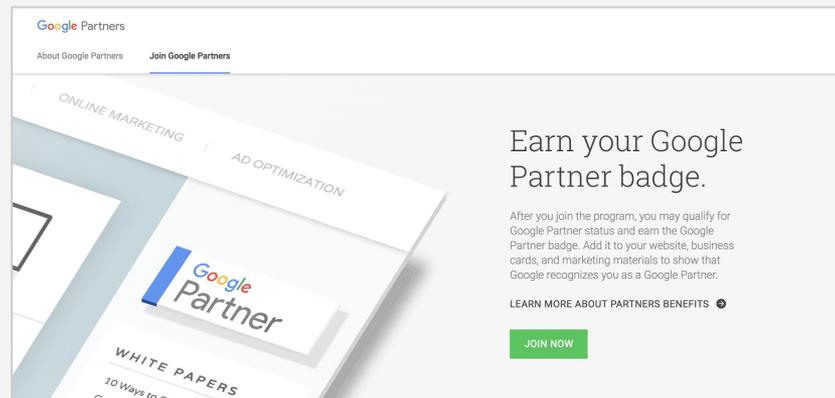
- 15 Selo do Google Partners estático
- 16 Implementação do selo estático
- 17 Uso indevido
- 19 Regras para uso do selo do Google Partners
- 20 Colocação on-line
- 21 Perfil nas redes sociais
- 22 Recursos digitais sem selo on-line

# O que é o Google Partners?

O Google Partners oferece recursos, treinamento e suporte para profissionais e empresas de marketing on-line com a finalidade de ajudar os anunciantes a alcançar mais sucesso on-line. As agências têm acesso a uma série de vantagens que incluem certificações e exames gratuitos de produtos, eventos de treinamento, ofertas promocionais, prêmios, ampliação de contatos profissionais e outras ferramentas.

Os membros do Google Partners precisam desejar ganhar o selo do Google Partners.

Nesta cartilha, as agências conhecerão as vantagens do Google Partners, saberão como exibir e falar sobre o selo e verão dicas de como usar o selo para que os clientes em potencial saibam que elas são um parceiro do Google.



# Membros do Google Partners vs. parceiros do Google

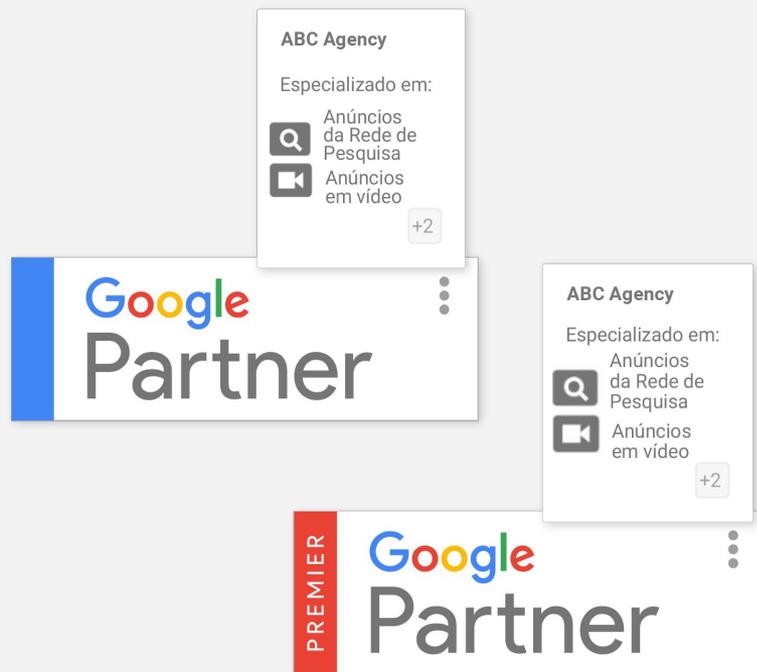
Não diga que você é um parceiro do Google a menos que sua agência tenha se qualificado para o selo do Google Partners ou o selo Premier Google Partner. Consulte a tabela abaixo para informações sobre os requisitos para membros do Google Partners vs. parceiros do Google.

	Membros do Google Partners	Parceiro do Google	Premier Google Partner
Selo	Os membros do Google Partners só recebem um selo quando se qualificam como um parceiro do Google.		
Requisitos	<p><b>Indivíduos:</b> Criar e concluir um perfil individual do Google Partners</p> <p>Afiliar-se com sua agência e abrir uma conta de administrador do Google Ads para acessar ofertas promocionais</p> <p><b>Empresas:</b> Fazer com que a primeira pessoa a criar seu perfil da empresa abra-o e vincule-o a uma conta de administrador do Google Ads</p> <p>Verificar seu site e sua conta de administrador do Google Ads via e-mail</p> <p>Criar e concluir um perfil da empresa do Google Partners</p>	<p>Criar e concluir um perfil da empresa do Google Partners</p> <p>Ter um membro afiliado certificado em Google Ads para mostrar que sua agência tem conhecimentos avançados nessa ferramenta</p> <p>Gerenciar no mínimo US\$ 10.000 no total de gastos com Google Ads nos últimos 90 dias para mostrar que sua agência apresenta um volume seguro de atividades</p> <p>Demonstrar o desempenho da sua agência exibindo crescimento de receita e receitas gerais do Google Ads, além de manter e expandir sua carteira de clientes</p>	<p>Criar e concluir um perfil da empresa do Google Partners</p> <p>Ter dois membros afiliados certificados em Google Ads para mostrar que sua agência tem conhecimentos avançados nessa ferramenta</p> <p>Gerenciar um total de gastos alto com Google Ads para mostrar que sua agência tem um volume seguro de atividades</p> <p>Demonstrar o desempenho da sua agência exibindo crescimento de receita e receitas gerais do Google Ads, além de manter e expandir sua carteira de clientes</p>

# O que são especializações para empresas?

Após receber o selo do Google Partners, você pode conquistar especializações para empresas. As especializações reconhecem as agências com selo que tenham uma pessoa afiliada certificada em uma área de produtos do Google Ads, demonstrem desempenho do produto e conhecimentos avançados nessa área de produtos e tenham um gasto mínimo de USD 10.000 em Google Ads nos últimos 90 dias também nessa área de produtos. As agências com selo podem ganhar especializações em Publicidade em pesquisa, Publicidade mobile, Publicidade em vídeo, Publicidade em Display e Publicidade em Shopping.

- As especializações ajudam os parceiros a demonstrar conhecimento específico do produto para ganhar novos negócios e se destacar no mercado.
- As especializações permitem que os anunciantes identifiquem os parceiros com habilidades nas áreas de produtos do Google Ads com as quais eles precisam de ajuda.



Como falar sobre o Google Partners

# Como falar com seus clientes sobre o Google Partners

Aqui estão algumas falas prontas para você usar quando quiser descrever elementos específicos do Google Partners.

## **O que dizer aos seus clientes sobre os membros do programa Google Partners:**

Os membros do Google Partners têm acesso a exames e treinamentos gratuitos para ganhar certificações em produtos de publicidade no Google Ads, participar de eventos educacionais e criar uma rede de contatos com outros parceiros do Google.

Os membros também podem receber o selo do Google Partners para mostrar o conhecimento deles em Google Ads.

## **O que dizer aos seus clientes sobre os parceiros do Google:**

Os parceiros do Google aprenderam conceitos avançados para criação, gerenciamento, avaliação e otimização de produtos de publicidade no Google Ads.

Eles também receberam o selo do Google Partners ao serem aprovados nos exames de certificação sobre produtos do Google Ads.

## **O que dizer aos seus clientes sobre Premier Google Partners:**

Os Premier Google Partners se qualificaram para receber o status de parceiro do Google e atingiram requisitos de gastos elevados, certificação adicional e desempenho da empresa.

## **O que dizer aos seus clientes sobre as especializações:**

Quando sua agência recebe um selo do Google Partners, você pode usar as especializações para destacar o conhecimento específico de produto do Google Ads e se conectar com clientes em potencial que estão à procura daquilo que você oferece.

# Como falar com seus clientes sobre sua afiliação ao Google Partners

Aqui estão algumas falas prontas para você usar quando quiser promover sua agência para clientes em potencial.

**O que dizer aos seus clientes se você for membro do Google Partners:**

Podemos ajudar você a aumentar seus negócios on-line.

Precisa de ajuda para gerenciar sua publicidade on-line? Recebemos treinamentos e certificações do Google para ajudar empresas como a sua.

**O que dizer aos seus clientes se você recebeu o selo do Google Partners:**

Nós recebemos o selo do Google Partners.

Esse selo prova que temos conhecimento avançado nos produtos de publicidade no Google Ads, o que nos ajuda a entregar resultados e a criar relacionamentos duradouros com nossos clientes.

**O que dizer aos seus clientes se você recebeu o selo de Premier Google Partner:**

Nós recebemos o selo de Premier Google Partner.

O selo de Premier Google Partner mostra que somos reconhecidos como uma agência líder no desenvolvimento e na manutenção de campanhas de publicidade on-line para empresas.

**O que dizer aos seus clientes sobre as especializações:**

Podemos oferecer a ajuda de que você precisa.

Conquistamos o selo do Google Partners demonstrando conhecimento sobre os produtos de publicidade específicos no Google Ads. Além disso, temos acesso a treinamentos exclusivos que nos capacitam ainda mais a ajudar você.

# Regras ao falar sobre o Google Partners

Não diga que você é um parceiro do Google a menos que sua agência tenha recebido o selo do Google Partners ou o selo de Premier Google Partner.

Não insinue relacionamento, afiliação, patrocínio ou aprovação do Google nem use o termo “parceria”.

Não insinue que o conteúdo editorial representa o ponto de vista do Google ou da equipe do Google nem que foi criado por ela.

# Frases que precisam ser evitadas e o que usar para substituí-las

## Não diga

- ✗ O Google confia em nós
- ✗ Somos especialistas nos produtos de publicidade do Google
- ✗ Somos uma das melhores agências de produtos de publicidade do Google
- ✗ Temos acesso a informações confidenciais que nos dão vantagem competitiva
- ✗ Sempre entregamos os melhores resultados

## Diga

- ✓ Somos qualificados pelo Google
- ✓ Temos conhecimento sobre os produtos de publicidade do Google
- ✓ Fomos aprovados na certificação do Google Ads
- ✓ Temos acesso a treinamentos e suporte do Google
- ✓ Como parceiro do Google, podemos ajudar você a melhorar sua campanha

# Palavras que precisam ser evitadas e o que usar para substituí-las

## Não diga

- ✗ Um parceiro do Google / parceiro certificado do Google
- ✗ Selo do Google Partner
- ✗ Selo de parceiro do Google
- ✗ agência afiliada / parceiro do Google confiável
- ✗ especializações de prêmio/receber especializações
- ✗ receba especializações
- ✗ Pesquisa / Mobile / Vídeo / Display / Pesquisa em Shopping / mobile / vídeo / display / shopping
- ✗ YouTube

## Diga

- ✓ um parceiro do Google
- ✓ Selo do Google Partners
- ✓ Selo do Google Partners
- ✓ Parceiro do Google com selo
- ✓ receba especializações
- ✓ especialize-se em
- ✓ publicidade em pesquisa / publicidade mobile / publicidade em vídeo / publicidade em display / publicidade em shopping
- ✓ anúncios em vídeo / publicidade em vídeo (ao descrever especializações)

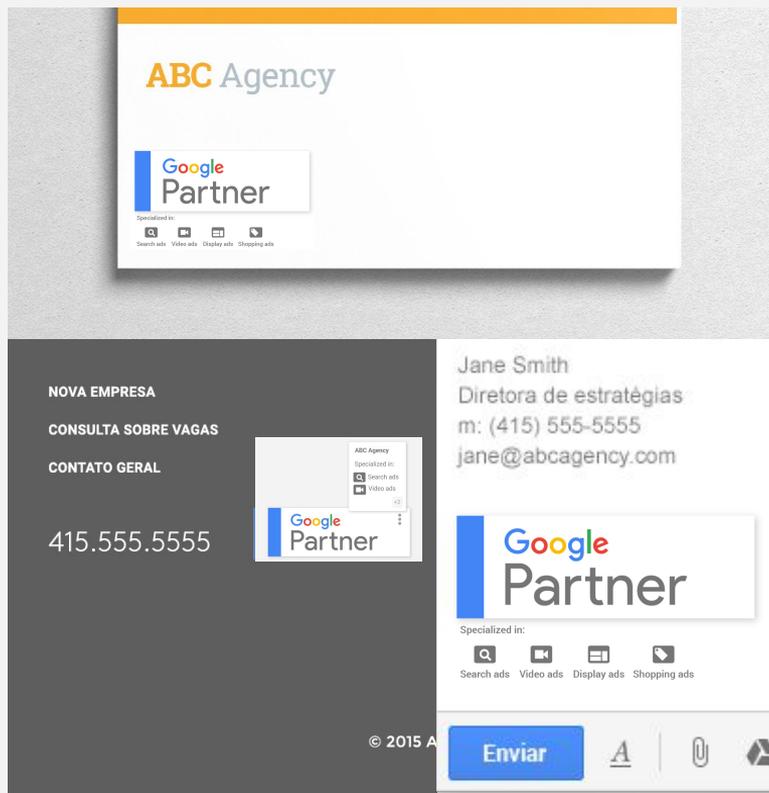
Como usar e exibir o selo

## Onde usar o selo

Você pode usar o selo do Google Partners em seus materiais de marketing (site, páginas de redes sociais, e-mail) para indicar que você é qualificado como um parceiro do Google e que conquistou especializações.

### Onde não usar o selo

Você não pode usar o selo do Google Partners em sites ou em itens que violam as legislações, os regulamentos ou as políticas editoriais do Google.



# Selo do Google Partners

O selo do Google Partners dinâmico mostra o nome e as especializações da sua agência quando os usuários posicionam o mouse sobre os pontos no canto direito. Ele está disponível para uso no seu site e será implementado como um snippet de código em vez de uma imagem estática.

Para outros recursos digitais, como sua assinatura de e-mail, utilize o selo estático.

Defina o tamanho de no mínimo 180 px e use o “rt” em Partner como uma referência de espaçamento mínimo. Como esse selo é interativo, o espaçamento é aplicado ao estado padrão dele sem que o menu pop-up seja exibido ao passar o cursor.

Tamanho mínimo e espaçamento



180 px

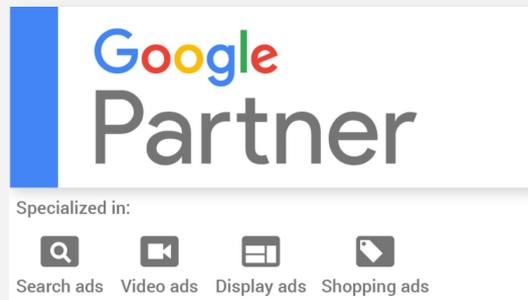


# Selo do Google Partners estático

O selo estático só pode ser usado em materiais impressos e recursos digitais em que não é possível usar a animação do selo do Google Partners.

Se sua agência não recebeu uma especialização, use o selo estático sem especializações.

Selo estático com especializações



Selo estático sem especializações



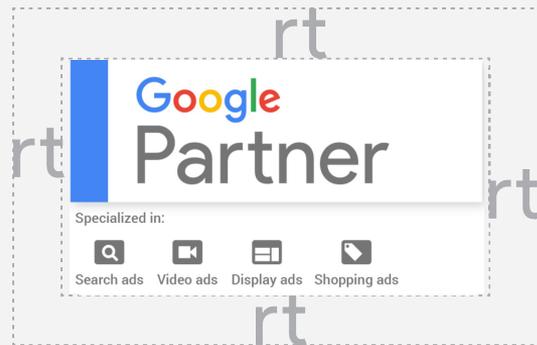
# Implementação do selo estático

A pasta contém arquivos .eps, .jpg e .png para uso digital (RGB) e impresso (CMYK).

- **Colocação e ajuste de tamanho**
  - Para impressões, mantenha um tamanho de no mínimo 2,5 polegadas e use o "rt" em Partner como espaçamento mínimo
  - A fonte das especializações não pode ser menor do que 6 pontos
- **Exiba o selo on-line**
  - Liste somente as especializações que você conquistou e que estejam em seu selo on-line
  - Use estes termos: Especializado em, Anúncios da Rede de Pesquisa, Anúncios para dispositivos móveis, Anúncios em vídeo, Anúncios da Rede de Display e Anúncios do Shopping

O selo estático precisa permanecer em inglês, e não ser localizado.

Tamanho mínimo e espaçamento



## Uso indevido



⊘ Não remova, distorça ou altere qualquer elemento do selo.



⊘ Não traduza nem localize a palavra Partner no selo.



⊘ Não altere a taxa de proporção nem as cores do selo.



⊘ Não use o logotipo do Google Partners. Ele é diferente do selo e só pode ser usado pelo Google.



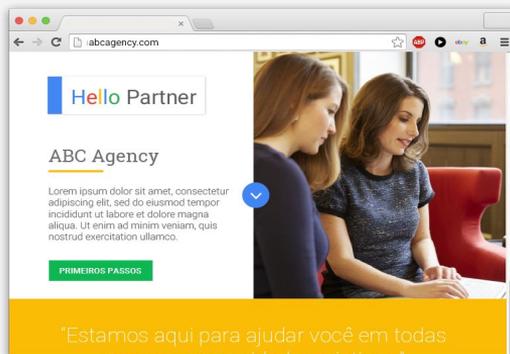
⊘ Não traduza ou localize a palavra Premier no selo.\*

\*Você poderá usar a versão traduzida de “Partners” ou “Premier” estritamente em texto corrido, mas não na imagem do selo em si. “Google” precisa permanecer em inglês em todos os momentos.

## Uso indevido



Não modifique o design do selo.



Não replique o design do selo ou o site do Google Partners para qualquer outro elemento de design.



Não exiba o selo em tamanho maior ou mais proeminente do que o do logotipo da agência, excluindo as especializações.

# Regras para uso do selo do Google Partners

Não exiba o selo até que você tenha se qualificado como um parceiro do Google.

Não exiba o selo de maneira que, na opinião do Google, seja enganosa, difamatória, desrespeitosa, acusatória, depreciativa, obscena ou de qualquer outra forma condenável ao Google.

Não isole o selo dos nomes da empresa, do domínio, do produto ou dos serviços nem em seu logotipo, design, slogan ou outras marcas registradas.

Não exiba o selo em sites que violem leis, políticas do Google ou que contenham material adulto.

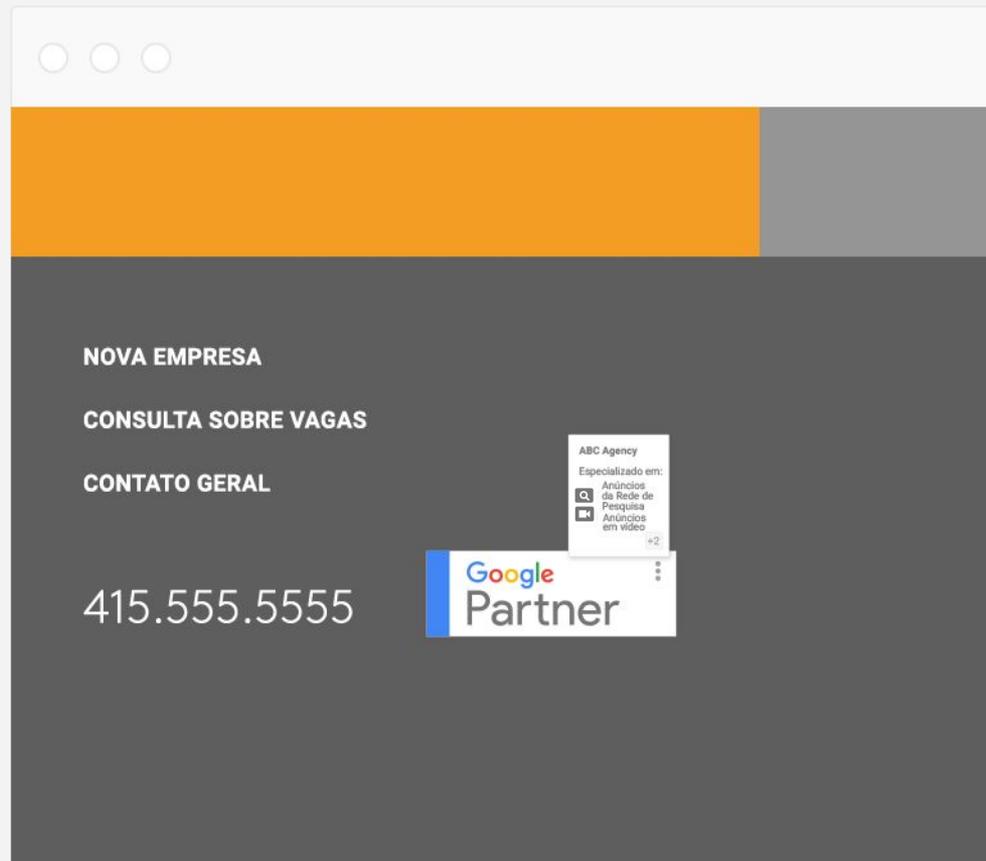
Você não pode usar esse selo de outra maneira além das especificadas nestas diretrizes. O não cumprimento dessas instruções constitui uma violação dos [Termos de Serviço](#) do Google Partners.

# Colocação on-line

Use o selo dinâmico com especializações sempre que possível.

Exemplos: em seu site ou em outro lugar no qual seja possível incorporar e exibir o selo dinâmico.

Você também pode vincular sua página de perfil público do Google Partners.



# Recursos digitais não são compatíveis com o selo on-line

Inclua o selo do Google Partners estático em suas comunicações por e-mail como um lembrete aos clientes sobre seus conhecimentos.

Use o selo estático somente em recursos não compatíveis com a versão on-line, tais como assinatura de e-mail.

