

# think2017

with Google

O **Think 2017 with Google** foi uma manhã de conteúdos com os profissionais e líderes mais importantes do mercado, para explorar o futuro do marketing e da publicidade. Este ano mostramos como o Google pode ajudar sua empresa a combinar *Machine Learning*, presença *Mobile* e dados para transformar seus resultados de negócio.

## Confira os 4 temas principais do Think 2017:



### Machine Learning

Com *Machine Learning* é possível combinar os objetivos do seu negócio ao comportamento de navegação dos seus usuários, tomando decisões inteligentes em uma escala que seria impossível de ser feita manualmente.



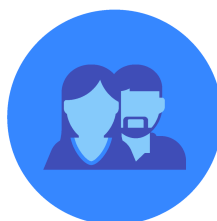
### Mobile é prioridade

A experiência *Mobile* deve ser sua maior prioridade. Para estar presente nos momentos que importam, é preciso oferecer experiências rápidas, relevantes e convenientes.



### O consumidor é multicanal

As marcas líderes serão aquelas que souberem fazer a ponte entre o online e o offline, oferecendo experiências sem atrito durante toda a jornada do consumidor.



### Estratégia Data-Driven

Ao usar dados para colocar o consumidor no centro de tudo, você pode não só aumentar suas conversões, mas também fortalecer relacionamentos, impulsionando o crescimento do negócio.



# Machine Learning

*Machine Learning* é o ramo da computação que permite que máquinas aprendam sem serem programadas, tendo a capacidade de reconhecer padrões em grandes conjuntos de dados.

Como não poderia deixar de ser, isso também está revolucionando o marketing.

As empresas podem se valer dessa inteligência para entregar experiências relevantes e úteis aos seus clientes.

O *Machine Learning* do Google pode ajudar seu negócio a alcançar seus consumidores através de milhões de pontos de contato, com uma compreensão unificada de sinais comportamentais.

O resultado?

Impactar seus clientes de forma relevante e aumentar suas conversões.

## O que você deve fazer?

- Utilize Estratégias de "CPA Desejado" ou "ROAS Desejado" (**Smart Bidding**) em campanhas de Pesquisa para aumentar suas conversões.
- Faça **Smart Display Campaigns** e ganhe eficiência em sua publicidade em Display.
- Promova seu App usando **Universal Apps Campaigns**.

### ✓ Smart Bidding

O *Smart Bidding* é o gerenciamento de lances automático que usa *Machine Learning* com o intuito de maximizar conversões ou receita.

Ele considera diversos sinais (localização, horário, OS, etc.) para determinar o lance ideal e continuamente aprende e refina seus modelos para ajudar os anunciantes a ter o maior retorno possível sobre o investimento.

### ✓ Smart Display Campaigns

Campanhas de *Smart Display* fazem uso do poder do *Machine Learning* do Google para automaticamente:

- Conectar seu negócio com potenciais clientes interessados em seus produtos e fazer uso de milhões de insights vindos da navegação de apps e sites.
- Criar lindos anúncios de imagem, texto ou nativo que se encaixam perfeitamente em toda a Rede de Display (GDN).
- Definir os lances corretos para atingir seus objetivos de negócio.

### ✓ Universal Apps Campaigns

Com as *Universal Apps Campaigns*, você promove seu aplicativo na Pesquisa Google, na Google Play, no YouTube, no Gmail e em outros aplicativos e websites para dispositivos móveis na Rede de Display (GDN). Em apenas uma campanha, seus anúncios de app são exibidos em escala para a audiência certa, sem esforços e custos de produção, utilizando todo o poder de *Machine Learning* do Google nas segmentações e estratégias de lances.



# Mobile é prioridade

Cada vez mais os consumidores esperam por interações que satisfaçam suas necessidades de forma imediata e que aconteçam sem nenhum atrito.

Não levar isso em conta pode sair caro: quando o site de uma marca é muito devagar ou não entrega as informações procuradas, 43% das pessoas vão imediatamente procurar o que precisam no site de um concorrente.

O primeiro passo para colocar *Mobile* como uma prioridade é garantir que seu site mobile seja rápido. 75% dos sites mobile das maiores marcas do Brasil demoram 20 segundos para carregar, enquanto mais da metade dos consumidores espera um carregamento em menos de 3 segundos.

## O que você deve fazer?

- Teste a **velocidade** de seu site *Mobile* e entenda em detalhes o que deve ser melhorado.
- Adote *Progressive Web Apps* para oferecer uma experiência *Mobile* incrível, rápida e sem fricção.

### ✓ Progressive Web Apps

PWA é uma experiência *Mobile* que tem o alcance da web e é:

- Confiável** - Carrega instantaneamente mesmo em condições de rede incertas;
- Rápido** - Responde rapidamente às interações do usuário com animações suaves;
- Com alto engajamento** - Sensação de navegar em um app provendo uma experiência imersiva.

Este novo nível de qualidade faz com que o *Progressive Web Apps* ganhe um espaço na *home screen* mobile dos consumidores.

### ✓ Teste Meu Site

Ao acessar [g.co/testemeusite](https://g.co/testemeusite) você pode obter um relatório completo do desempenho do site em computadores e dispositivos móveis, juntamente com uma lista de ajustes específicos.



## O consumidor é multicanal

O mobile é a grande ponte entre os mundos digital e físico.

Os consumidores chegam cada vez mais decididos à loja, hotel ou restaurante. Quando entram pela sua porta, eles já fizeram a lição de casa.

Dos usuários de smartphones, 95% pesquisam online para escolher produtos antes de comprar em uma loja física.

Conectar o marketing digital ao mundo físico é hoje mais importante do que nunca.

### O que você deve fazer?

- Dê os primeiros passos no **Google Meu Negócio** e deixe todas suas lojas visíveis no Google Maps e na Pesquisa Google.
- Utilize **Location Extension** e visitas de loja em suas campanhas;
- Procure seu time de atendimento no Google para saber se o **Google Store Visits** já está disponível para seu negócio.



#### Google Meu Negócio

Quando seus clientes procuram por sua empresa, seu número de telefone é mostrado? O endereço e website corretos aparecem? Controle gratuitamente como as informações de sua empresa aparecem na Pesquisa do Google e no Google Maps.

Acesse [google.com.br/meunegocio](https://google.com.br/meunegocio)



#### Location Extension

Este produto ajuda as pessoas a encontrarem sua localização, exibindo o endereço, um mapa e até a distância até a sua empresa nos anúncios de Pesquisa Google.



#### Google Store Visits

Agora os grandes anunciantes poderão saber quais anúncios no digital levam mais clientes às lojas físicas. O que antes parecia inviável, agora já não é mais.



## Estratégia Data-Driven

O *Mobile* criou mais pontos de contato com seus consumidores do que nunca. Esses novos pontos de contato trazem mais dados, criando um enorme desafio - e oportunidade - para as marcas, de dar sentido a tudo isso.

Aprender com os dados pode ajudá-lo a produzir melhores campanhas, criando um círculo virtuoso e gerando grande valor.

Estimamos que, em média, 20-30% do valor investido em campanhas digitais volta como inteligência de dados, para ser usado não apenas em comunicações futuras, como também em outras ativações de negócios.

Com *Machine Learning* e uma estratégia de dados robusta, você pode conectar criação e dados para atingir seus consumidores de forma personalizada e em escala, sempre respeitando a privacidade e segurança dos usuários.

Pode também deixar pra trás KPIs ultrapassados como o último clique, repensando suas métricas e usando um modelo de atribuição baseado em dados para entender a real jornada do seu consumidor.

### O que você deve fazer?

- Utilize o **Blast** para atingir a melhor combinação de formatos e plataformas de acordo com seus objetivos, gerando um legado de dados.
- Crie mensagens personalizadas e em escala para audiências específicas com o **Vogon**.
- Ative a **Atribuição** baseada em Dados no **AdWords (DDA)**.
- Fique de olho no lançamento do **Google Attribution** e procure seu time de atendimento para entender qual a melhor versão para seu negócio.

## ✓ Blast

O Blast permite que o anunciante veicule campanhas de duração mais curta, de um a três dias, mas com grande intensidade, permitindo segmentar o anúncio em canais específicos de todas as plataformas da companhia: YouTube, Google Display Network e DoubleClick.

O Blast mostra ao mercado o potencial do digital, evidenciando não só o alcance, mas a velocidade de resposta e resultado que só plataformas como o YouTube são capazes de entregar. Com essa entrega de mídia concentrada em um, dois ou três dias, é possível alcançar *unique users* compatíveis aos grandes lançamentos, com maior rentabilidade e com a frequência necessária para gerar *awareness* para a campanha.

## ✓ Vogon

O Vogon é uma ferramenta desenvolvida pelos engenheiros do Google Brasil que permite às marcas criarem mensagens personalizadas em seus vídeos, mudando texto, imagens ou áudio, gerando automaticamente milhares de variações de um vídeo. Assim, as marcas conseguem criar uma experiência de personalização em massa para audiências hipersegmentadas em suas campanhas.

Grandes marcas já utilizaram essa tecnologia e alcançaram resultados muito melhores se comparados a uma campanha sem customização de criativo.

## ✓ Google Attribution

*(Produto em fase de testes, estará disponível globalmente em breve)*

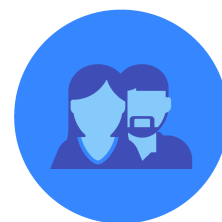
Trata-se de uma ferramenta que responde a uma das grandes dúvidas dos anunciantes: quanto o marketing deve atribuir de valor a cada passo que o cliente realiza antes da compra, incluindo todos os pontos de contato?

O desenvolvimento do *Google Attribution* e do *Google Attribution 360* foi apoiado na simplicidade. Em minutos, é possível conectar contas (Google Analytics, AdWords e outras), importar dados, selecionar o modelo, exportar resultados e assim otimizar campanhas.

## ✓ Atribuição baseada em dados no AdWords (DDA)

A Atribuição baseada em dados atribui crédito às conversões com base em como as pessoas pesquisam sua empresa e decidem se tornar clientes. Ela usa os dados da sua conta para determinar os anúncios, palavras-chave e campanhas que têm maior impacto nas suas metas de negócios.

O modelo baseado em dados usa *machine learning* para aplicar os créditos fracionais para cada interação na Pesquisa Google, baseando-se na influência de cada etapa na conversão, trazendo automaticamente uma visão mais realista da jornada do consumidor.



Quer mais?

**Acesse [thinkwithgoogle.com.br](https://thinkwithgoogle.com.br)**

Dados, insights e inspiração para sua marca.

Ou consulte sua equipe de atendimento no Google.