

Ferramentas de Publicidade do Google

Harold Davis
com David Iwanow

Novatec

Sumário

Prefácio	9
PARTE I ■ Ganhando dinheiro com um site	14
CAPÍTULO 1 ■ Criando sites de sucesso	15
A taxonomia do sucesso	16
Ferramentas para medir a popularidade	25
Qual é a quantidade suficiente de conteúdo?	30
Como apresentar o conteúdo	30
Arquitetura do conteúdo	36
De onde vem o conteúdo?	43
O poder da comunidade	44
Itens para ação	45
CAPÍTULO 2 ■ Como criar planos de marketing eficazes	46
Contando uma história	46
Fundamentos do marketing	50
Como criar um plano	51
Como criar uma lista de verificação	53
Como dar nome ao seu site	54
Introdução ao SEM	55
Comparação entre SEO e SEM	56
Itens para ação	58
CAPÍTULO 3 ■ Atraindo tráfego para um site	59
Como enviar os seus sites para os mecanismos de busca	60
Trabalhando com o Google	63
Como tirar proveito do mapeamento de sites	68
Como trabalhar com diretórios	71
Como obter listagens no Yahoo! Directory	76
Como tornar-se popular gerando links de chegada	77
O poder dos comunicados de imprensa	82
Soltando o blogueiro que vive em você	86
Como usar feeds agregados para seu próprio benefício	88
Como criar listas de e-mail resolvendo o problema dos spams	92
Itens para ação	93
CAPÍTULO 4 ■ Os pormenores da SEO	95
A evolução da SEO	96
Mais detalhes sobre como seu site aparece para um bot	104

Como excluir o bot.....	107
Metainformações.....	111
Design para SEO.....	114
Como usar o PageRank.....	120
Como obter links.....	124
Como evitar uma SEO extremamente agressiva.....	127
Itens para ação.....	130
CAPÍTULO 5 ■ Como ganhar dinheiro com programas de afiliados.....	132
Tipos de programas de publicidade.....	132
Como entender os programas de afiliados.....	134
Como trabalhar com um programa de afiliados.....	146
Itens para ação.....	169
CAPÍTULO 6 ■ Como ganhar dinheiro hospedando publicidade.....	170
Como entender o custo por clique (CPC).....	171
Relevância contextual.....	174
Comparação com os fornecedores CPC.....	181
Como colocar unidades de publicidade em seu site.....	182
Anúncios de exibição e em banners.....	193
Itens para ação.....	194
CAPÍTULO 7 ■ Como entender o gigante Google.....	195
As partes do Google.....	196
Conteúdo versus busca.....	202
Anatomia de uma consulta de busca.....	204
O corretor de anúncios automatizado: AdWords.....	210
Itens para ação.....	212
PARTE II ■ Ganhando dinheiro com o AdSense.....	213
CAPÍTULO 8 ■ Como trabalhar com o AdSense.....	214
Como se candidatar a uma conta no AdSense.....	214
Opções de configuração da conta.....	217
Programas do AdSense.....	222
Configurações de publicidade no AdSense para Conteúdo.....	226
Configurações do AdSense para Pesquisa.....	246
AdSense para Feeds.....	250
AdSense para Domínios.....	253
Unidades de vídeo.....	258
Como ligar o Google AdSense ao Google Analytics.....	260
Itens para ação.....	262
CAPÍTULO 9 ■ Como entender o AdSense.....	263
Fundamentos da navegação.....	263
Como entender os parâmetros de medida.....	266
Como gerar relatórios.....	268
Estatísticas.....	272

Como baixar um arquivo CSV.....	274
Desempenho de outros programas	275
Dicas de otimização	276
Diagnóstico do site.....	277
Seus ganhos.....	278
Ferramentas de rastreamento além do AdSense	279
Itens para ação.....	287
PARTE III ■ Trabalhando com o AdWords	288
CAPÍTULO 10 ■ Como usar o AdWords	289
Como inscrever-se em uma conta	289
Campanhas de publicidade e grupos de anúncios	303
Como obter uma conta My Client Center	324
Itens para ação.....	326
CAPÍTULO 11 ■ Como melhorar o desempenho	327
Como monitorar a atividade do seu AdWords.....	327
Ferramentas para gerenciamento de campanhas.....	338
Itens para ação.....	352
CAPÍTULO 12 ■ O Zen, do AdWords.....	353
O ciclo de vida do cliente	353
O caminho indireto	357
Sucesso via iteração.....	358
De olho no concorrente.....	359
Como estimar o tráfego.....	360
Exclusão.....	361
Itens para ação.....	366
CAPÍTULO 13 ■ Monitoramento avançado do desempenho.....	367
Como usar os relatórios do AdWords	367
Rastreamento de conversões	374
Google Analytics.....	387
Otimizador de website	396
Itens para ação.....	396
CAPÍTULO 14 ■ AdWords além do CPC	398
Criador de anúncios de exibição (Display Ad Builder)	398
Anúncios móveis	404
Anúncios de vídeo	407
Como anunciar na TV.....	409
Itens para ação.....	410
Índice remissivo	412