

Site da Tecnisa tem o Google Adwords como ferramenta geradora de 60% de seu tráfego



SOBRE O GOOGLE ADWORDS

Atualmente, milhares de empresas em todo o mundo utilizam o Google AdWords para captar novos clientes sem realizar grandes investimentos. O AdWords utiliza palavras-chave para que os anunciantes possam direcionar com precisão a publicação de anúncios aos usuários da Web que precisam de informações sobre um determinado produto ou serviço. Esse programa se baseia no sistema de determinação de custo por clique (CPC), de modo que os anunciantes só paguem quando alguém clicar em seu anúncio. Os anunciantes podem aproveitar nossa ampla rede de distribuição e definir o nível de suporte e de gastos adequado para seu negócio.

Para obter mais informações sobre como criar a sua própria campanha, visite: <http://adwords.google.com.br>

Se você planeja realizar uma campanha mais ampla e precisa da ajuda de especialistas, entre em contato com vendas-br@google.com

A Tecnisa, uma das maiores construtoras e incorporadoras do Brasil, enfrentou um desafio em 2005. Precisava aumentar significativamente a audiência de seu portal (www.tecnisa.com.br) e, conseqüentemente, o número de cadastros efetuados pelos visitantes. No entanto, a empresa não possuía orçamento extra e precisava otimizar os recursos já investidos.

O plano de ação desenvolvido pela Tecnisa e a Mídia Digital (agência *full service* de Internet que teve papel fundamental na formulação estratégica e tática das ações praticadas) incluiu o uso da plataforma de links patrocinados do Google, o AdWords. Com uma composição de 16 mil palavras-chave, sempre que um usuário inseria uma dessas palavras registradas, o Google automaticamente mostrava o link patrocinado da Tecnisa. Ao todo foram 30 mil anúncios.

“Dentro da nossa estratégia de mídia on-line, a campanha de links patrocinados do Google teve um peso bastante significativo. Isso porque ela estava diretamente relacionada à performance. Em 2007, 25% das vendas da Tecnisa foram realizadas pela internet e o Google teve uma participação muito forte nesse cenário”, conta o Gerente de Mídia On-line da Tecnisa, Gustavo Reis.

The screenshot shows the Tecnisa website interface. At the top, there is a navigation bar with the Tecnisa logo and the slogan 'Mais construtora por m²'. The main navigation includes links for 'IMÓVEIS', 'CENTRAL DE VENDAS', 'FALE CONOSCO', and 'INVESTIDORES'. Below this is a search filter section with dropdown menus for 'Cidade', 'Bairro', 'Tipo', 'Dorms', 'Faixa de preço', and 'Estágio da obra'. A date and time stamp indicates 'São Paulo, 14 de dezembro de 2007 18:34'. The main content area features a 'BEM-VINDO' banner with a woman's image and contact information for the 'CENTRAL DE VENDAS (11) 3708-1001'. To the right is a 'CHÁCARA FLORA' advertisement for a property with '4 SUÍTES' and an area of '310 A 533M²'. Below these are four property listings under the heading 'ENCONTRE O TECNISA QUE COMBINA COM VOCÊ.': 'ALTO DE PINHEIROS' (4 dorms, 163 e 291m²), 'GOTIÂNIA (ALTO BUENO)' (3 dorms, 79 e 88m²), 'SÃO JOSÉ DOS CAMPOS' (4 dorms, 194,26m²), and 'GUARULHOS (MACEDO)' (3 e 4 dorms, 106 e 162m²). On the right side of the page, there are three promotional banners: 'CENTRAL DE VENDAS (11) 3708-1001', 'TATUAPÉ CHANGE', and 'Financie seu TECNISA em até 150 meses'.



“Em menos de dois anos o Google passou a ser o principal veículo de mídia on-line da Tecnisa em termos de geração de negócios”

Romeo Busarello,
Diretor de E-business da Tecnisa

“A flexibilidade da ferramenta e a performance que obtivemos tiveram um peso muito grande dentro da nossa estratégia de mídia e dos resultados de vendas”

Gustavo Reis,
Gerente de Mídia On-line da Tecnisa

Por meio da campanha de links patrocinados AdWords, a Tecnisa garantiu administrar um baixo custo por click. O Google passou a ser o principal veículo gerador de audiência no portal – para se ter idéia, de 55% a 60% de todos os visitantes chegam através do Google. Antes, esse número era inferior a 30%.

A campanha na rede de conteúdo do Google (AdSense) também gerou excelentes resultados. Respondeu por 29% das visitas geradas pelo Google pago e 5% dos novos cadastros. Foi responsável por 28% dos cliques, com custos ainda mais inferiores que a rede de pesquisa.

A programação da ferramenta de análise de resultados do Google, o Analytics, também esteve presente no plano de ação da Tecnisa. Peça fundamental para a campanha de mídia on-line, o Google Analytics é uma ferramenta confiável de métricas, fácil de ser implementada, que permitiu o monitoramento em tempo real e, conseqüentemente, a identificação de problemas para que decisões mais assertivas fossem tomadas.

Tamanho foi o sucesso da campanha de mídia on-line que há dois meses a Tecnisa realizou um ajuste significativo nos investimentos destinados ao Google. Hoje, a verba chega a ser três vezes maior que a inicialmente alocada. “Em menos de dois anos o Google passou a ser o principal veículo de mídia on-line da Tecnisa em termos de geração de negócios”, afirma o Diretor de E-Business da empresa, Romeo Busarello.

Para obter mais informações ou fazer sua solicitação, acesse a página www.google.com.br e clique no link Publicidade.

