

Google AdWords ou Google Orgânico, qual o melhor?

Uma pergunta constante quanto à otimização de sites é sobre os resultados do Google Orgânico e do Google Adwords em uma campanha de Marketing. Em primeiro lugar, devemos entender a diferença entre os dois.

Campanha Link Patrocinado (Custo)

Cliques:

Nas campanhas patrocinadas cada clique gera um custo ao cliente. Por isso o nome 'pagamento-por-clique' (*pay-per-click*)

Risco: Curiosos, concorrentes e muitas vezes os próprios funcionários geram as visitas.

Visibilidade do anúncio:

No Link Patrocinado, a visualização do anúncio fica condicionada ao orçamento diário do mesmo. Assim que é alcançado o limite estipulado pelo orçamento diário do anúncio, este é tirado do ar, só voltando no dia seguinte.

Risco: Curiosos e concorrentes podem tirar o site do ar por gastar seu orçamento diário, logo gasto que não dará retorno comercial.

Credibilidade:

No Link Patrocinado, 'pagou-apareceu'. Não são feitas checagens de veracidade dos conteúdos e nem da fonte destes. Qualquer pessoa pode criar um anúncio e sem nenhuma instância de verificação da credibilidade do anúncio e nem do anunciante.

Os próprios analistas do serviço do Google dizem que links orgânicos convertem mais visitas que Links Patrocinados, devido à falta de credibilidade deste último.

Posicionamento Orgânico (Investimento)

Cliques:

Nas campanhas orgânicas os cliques geram mais relevância ao site, firmando ainda mais o posicionamento.

Risco: Nenhum, pois qualquer clique que seja de curiosos, concorrentes e (maus) funcionários, geram mais relevância ao site.

Visibilidade do anúncio:

No posicionamento orgânico o anúncio, ou link indexado, nunca sai do ar. Este permanece independente da quantidade e da qualidade dos cliques recebidos. Diferentemente do Link Patrocinado, o anúncio (link) fica exposto 24 horas, continuamente.

Risco: Nenhum, pois quanto mais cliques melhor.

Credibilidade:

No posicionamento orgânico são feitas várias verificações por parte do Google quanto à empresa ou profissional e também é feita uma verificação do conteúdo publicado.

Para aparecer no posicionamento orgânico é necessária toda uma série de confirmações, dando ao link posicionado organicamente mais credibilidade junto a empresas, profissionais liberais e usuários comuns.

Alcance:

O alcance dos anúncios é limitado à área de abrangência definida na contratação do serviço. Esta área, quanto mais abrangente (local, regional, nacional ou internacional) define o valor do clique.

Quanto mais abrangente, mais caro o clique.

Destinação:

Os Links Patrocinados são destinados a campanhas de marketing específicas e não para firmar uma marca, produto ou serviço, por seu alto custo e riscos.

Cálculo básico do serviço:
(campanha condicionada)

AdWords: R\$18.000,00 anuais.
(consultar quem usa o serviço)

Alcance:

O alcance dos anúncios não é limitado à sua área de abrangência, pois é mundial. Fatores naturais de mercado e público-alvo definem o posicionamento.

Mesmo valor independentemente da área.

Destinação:

O Posicionamento Orgânico é utilizado para dar credibilidade à empresa, para aumentar a sua visibilidade, reforçar a sua marca e trazer compensação financeira ao investimento feito.

Cálculo básico do serviço:
(campanha contínua)

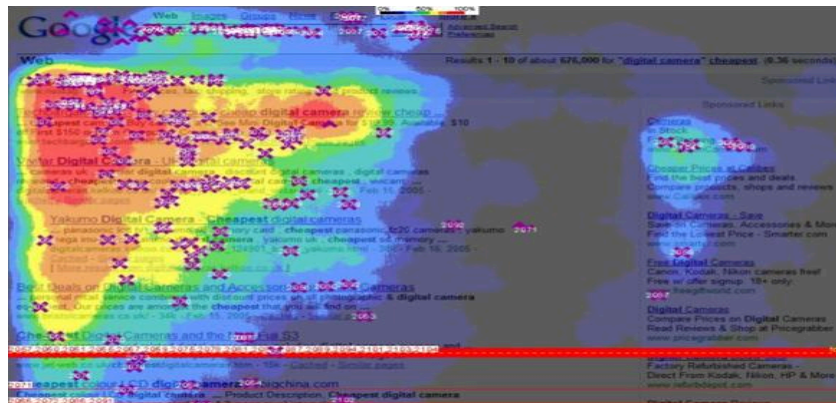
Orgânico: R\$6.000,00 (implementação).
(30% do custo de Link Patrocinado)

Obs.: Campanha AdWords com orçamento de R\$1.500,00 mensais (R\$ 50,00 p/dia) é insuficiente, pois o valor é muito baixo e não tem posicionamento garantido, pois os termos/palavras-chave são categorizados por região (local, regional, nacional, mundial) e são como um leilão, quanto mais procurados, mais caros.

E quem garante que não são a concorrência, curiosos ou até mesmo desavisados (ou mesmo maus) funcionários clicando em sua campanha e gerando custo para a sua empresa?

Quando falamos em resultados de pesquisas no Google que chamamos de “Orgânico”, estamos nos referindo aos resultados espontâneos (ou quase, já que podemos manipular os resultados através da otimização de sites). Os resultados do Google AdWords aparecem na mesma página onde fazemos a busca espontânea, ou orgânica, porém, estes anúncios são pagos através de um sistema de leilão de cliques.

Conforme o “Heat Map” abaixo, podemos observar os pontos de maior atenção dos internautas ao utilizarem as pesquisas do Google, o que demonstra uma tendência natural a darmos mais importância para a área de resultados espontâneos.



Mesmo se desconsiderarmos os indicadores do Heat Map, diversas pesquisas apontam que as pessoas tendem a acreditar mais em anúncios espontâneos (orgânicos) do que em anúncios pagos.

Manter um posicionamento de destaque nos resultados orgânicos também exige investimentos e tempo de dedicação, e nem sempre é uma tarefa fácil, o que dependerá do setor de atuação de sua empresa ou concorrência que seu produto tem no mercado, mas os resultados sempre são animadores.

Por outro lado, anunciar no Google AdWords, dependendo da necessidade de volume de vendas de seu produto, pode ser uma boa opção, pois o custo, ainda que não muito baixo, é possível de ser controlado 100%, e quando comparamos a relação custo/resultado com outras mídias, é indiscutível que o Google AdWords é atualmente uma das principais ferramentas de marketing na Internet quando se tratando de divulgar campanhas específicas de liquidações e ofertas especiais com baixa disponibilidade de tempo para ações deste tipo.

O que posso concluir desta rápida análise, é que ambos são importantes, dependendo do produto e da estratégia de marketing adotada pela empresa. Um pode prevalecer sobre o outro, porém, a busca orgânica é um grande diferencial para sua empresa, pela credibilidade que estabelece. Por isso não deixe de posicionar seu site, pois seu concorrente já pode estar lá.

PÁGINA NA WEB

Sua Atividade Realmente no Google™

41. 3045-1007 | 41. 9979-1969

Visite nosso site:

www.paginanaweb.com.br