





---

**“A flexibilidade para alterarmos a qualquer momento os elementos que não estão com um retorno satisfatório aumenta a possibilidade de sucesso das campanhas”**

Ricardo Fort,  
Diretor de Marketing da  
Coca-Cola Brasil

---

#### **SOBRE A REDE DE CONTEUDO**

A Rede de Conteúdo do Google é um conjunto de milhares de sites de alta qualidade, portais, páginas de notícias e blogs que estabelecem parceria com o Google para a veiculação de anúncios segmentados do Google AdWords em suas páginas. Tal veiculação pode ser feita pelo anunciante por meio de uma seleção de sites a terem anúncios veiculados, ou ainda de forma contextualizada, por meio de ferramentas do Google que selecionam as páginas mais relevantes para determinado produto e serviço em função de seu contexto e nelas publicam os anúncios.

Ao anunciar em sites da Rede de Conteúdo do Google (a maior rede de publicidade contextualizada do mundo), é possível atingir clientes potenciais em todos os estágios do ciclo de compras.

---

Para obter mais informações ou fazer sua solicitação, acesse a página [www.google.com.br](http://www.google.com.br) e clique no link Publicidade.

“Mais do que uma ferramenta de apoio, as plataformas do Google foram fundamentais para o sucesso da campanha. Procuramos estar nos lugares mais interessantes para o nosso target, gerando envolvimento com as nossas campanhas. A utilização do AdWords e da Rede de Conteúdo do Google nos possibilitou um melhor resultado com essa ação”, conta Ricardo Fort, Diretor de Marketing da Coca-Cola Brasil.

“O ponto forte da campanha foi conteúdo – relevante e divertido para o jovem consumidor – e para distribuir esse conteúdo os grandes destaques foram Adwords e a Rede de Conteúdo do Google”, afirma Patrice Lamiral, Gerente de Planejamento da agência RMG Connect.

Outra solução essencial para o sucesso dos resultados foi o Google Analytics, ferramenta que permite o gerenciamento da campanha online pela rede, com a emissão de relatórios de desempenho que permitem monitorar o andamento da campanha online e identificar os principais interesses do público-alvo. Conseqüentemente, viabiliza um planejamento mais adequado e uma execução mais controlada. É possível, por exemplo, controlar a lista de palavras-chave, pausar ou reiniciar a campanha, administrar a verba, editar os anúncios, exibi-los em diferentes formatos e até segmentá-los para públicos, áreas geográficas e idiomas específicos.

Com esse sistema, foi possível alterar os blogs e sites selecionados para a divulgação dos links e banners da Coca Zero, acompanhar o número de cliques e fazer o controle da verba de acordo com o período de duração da campanha. “Sempre acompanhamos de perto a performance das campanhas que colocamos no ar no AdWords e na Rede de Conteúdo do Google. A flexibilidade para alterarmos a qualquer momento os elementos que não estão com um retorno satisfatório aumenta a possibilidade de sucesso das campanhas”, explica Ricardo Fort.

