

AMAZON ADS: TUDO O QUE VOCÊ PRECISA SABER SOBRE ESTA FERRAMENTA



INTRODUÇÃO	3
O QUE É O AMAZON ADS?	5
COMO FUNCIONA O AMAZON ADS?	7
QUAIS SÃO AS SUAS PRINCIPAIS VANTAGENS?	10
QUAIS SÃO OS RECURSOS DISPONÍVEIS NO AMAZON ADS?	14
CONCLUSÃO	20
SOBRE O SEBRAE PE	22



INTRODUÇÃO

Divulgar um negócio na internet vem se tornando mais fácil nos últimos anos. Atualmente, qualquer pessoa munida de pouquíssimo conhecimento sobre marketing é capaz de criar uma conta em alguma rede social, como o Facebook, e utilizar as ferramentas que a plataforma disponibiliza para disseminar publicações sobre empresas, produtos, serviços e marcas.

Obviamente, tanto o Facebook quanto outras plataformas de anúncios possuem as suas políticas de respeito às leis que regulam a publicidade no Brasil e no mundo. **Um simples erro que comprometa essas políticas pode fazer com que a ferramenta não permita que você (ou a sua empresa) faça mais anúncios.**

Entretanto, esse controle é feito por meio de robôs que nem sempre entendem uma mensagem como ela realmente foi idealizada. Nesse sentido, muitas pessoas são impedidas de divulgar os seus produtos e serviços na plataforma e nem conseguem entender o porquê.

Como uma alternativa, novas plataformas foram surgindo com o objetivo de remover a hegemonia dessas redes sociais no quesito anúncios na internet. É claro que elas têm as suas normas e políticas. Porém, ao diversificar, o empresário tem um certo grau de segurança quanto a outras possibilidades de divulgação do seu negócio na internet.

Uma plataforma que ficou muito conhecida nos últimos anos é o Amazon Ads. Neste e-book, apresentaremos a você essa nova plataforma de anúncios de propriedade de um dos maiores e mais conhecidos e-commerces do mundo. Acompanhe!



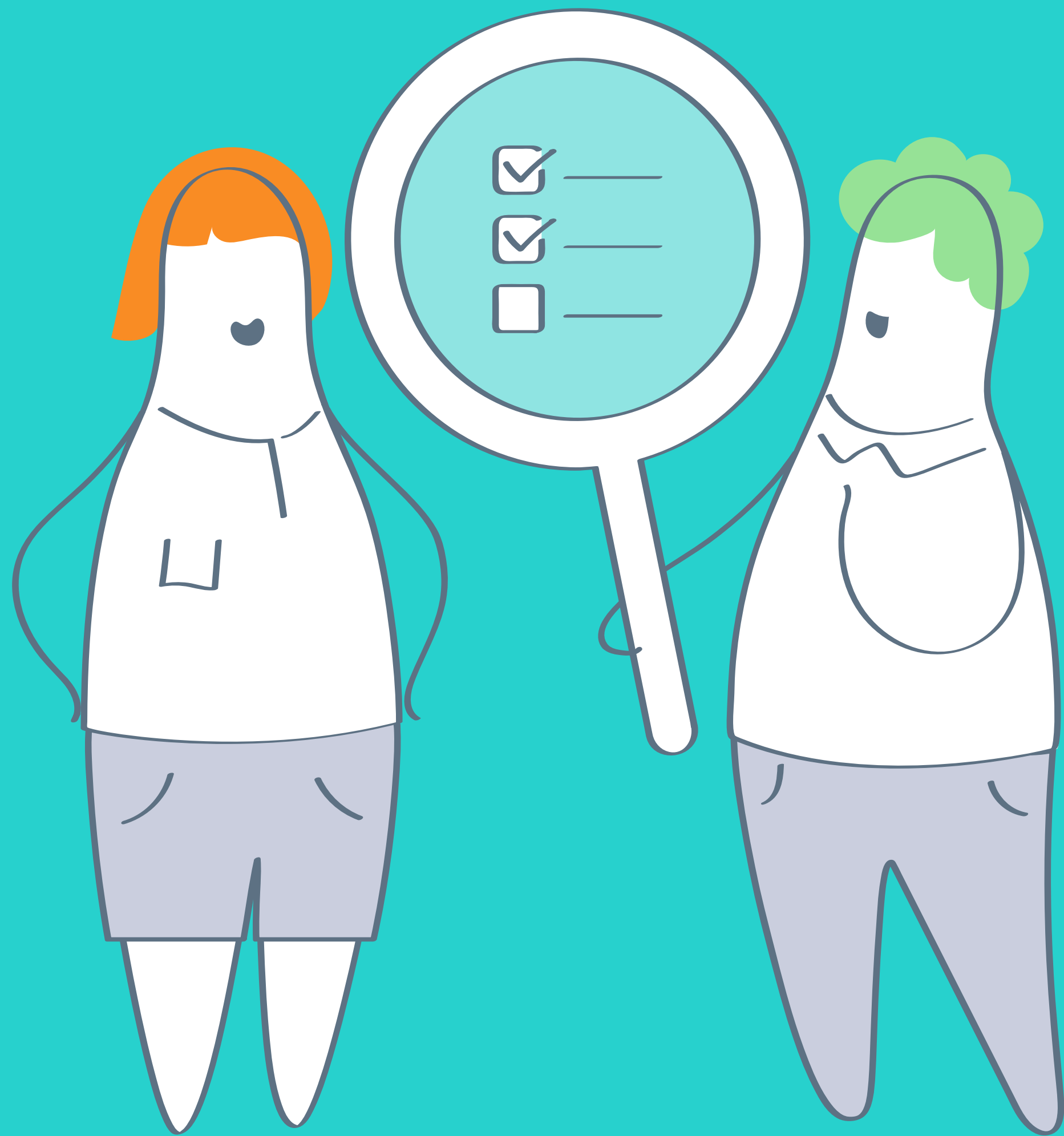
O QUE É O AMAZON ADS?

O Amazon ads nada mais é do que um serviço de publicidade on-line dessa grande empresa de e-commerce que tem como objetivo centralizar o gerenciamento de anúncios em todos os seus canais de mídia. **A plataforma prevê a criação de postagens patrocinadas em pesquisas, gráficos, banners e vídeos**, além de outras opções exclusivas que sacudiram esse mercado.

O fundador, Jeff Bezos, já teceu críticas à publicidade em algumas de suas falas, afirmando que ela é o preço que se paga para oferecer um produto insignificante no mercado. Porém, ele mudou de ideia, especialmente [após uma conferência que aconteceu no ano de 2018](#), para o deleite dos amantes do tráfego pago que respeitam esse grande CEO.

O Amazon Ads proporcionará uma expansão gigantesca à companhia americana, concorrendo diretamente com o Facebook Ads e o Google Adwords. O princípio de funcionamento da plataforma é muito parecido com os seus rivais. Discorreremos mais sobre o assunto no próximo tópico.





**COMO FUNCIONA
O AMAZON ADS?**

A plataforma funciona da seguinte forma. Ela coleta as informações do usuário a partir dos seus diversos produtos e serviços, fornecendo um privilegiado conjunto de dados com a ajuda de algoritmos extremamente sofisticados **capazes de entender necessidades e enviar anúncios para pessoas que têm interesse ou pesquisam por determinados assuntos.**

Sendo assim, os anunciantes podem criar anúncios altamente segmentados em uma ponta, e, na outra, os usuários da Amazon e os seus parceiros também podem se tornar potenciais clientes das empresas cadastradas. Ou seja, a ferramenta trabalhará em duas frentes diferentes.

Um dos principais diferenciais do Amazon Ads está no fato de a empresa norte-americana possuir uma imensa estrutura de e-commerce e logística, algo que não é fornecido por nenhuma das outras concorrentes desse mercado de anúncios digitais.

Outro detalhe interessante a ser mencionado tem relação com a experiência do consumidor nas diferentes plataformas que mencionamos até o momento. Quando uma pessoa pesquisa por uma determinada solução no Google, por exemplo, por mais eficiente que ela seja, ainda será necessário verificar a credibilidade e as condições da empresa que está sendo apresentada para o consumidor.



Por outro lado, no Amazon Ads, esse caminho é encurtado. Afinal, a reputação da plataforma e de seus serviços contribui para que essas experiências sejam mais ágeis para o consumidor – que, naturalmente, já se sentirá amparado pela confiança oferecida pela marca.

Todas essas vantagens já estão sendo percebidas nos números que o Amazon Ads vem apresentando recentemente, mostrando que ele está sacudindo o mercado de publicidade no mundo.

Segundo dados publicados pelo [portal CNBC](#), até o ano de 2021 é provável que a participação da empresa nesse segmento cresça cerca de 15,9%, algo realmente impressionante e que certamente proporcionará vantagens muito grandes para quem começar a utilizar a plataforma desde já.



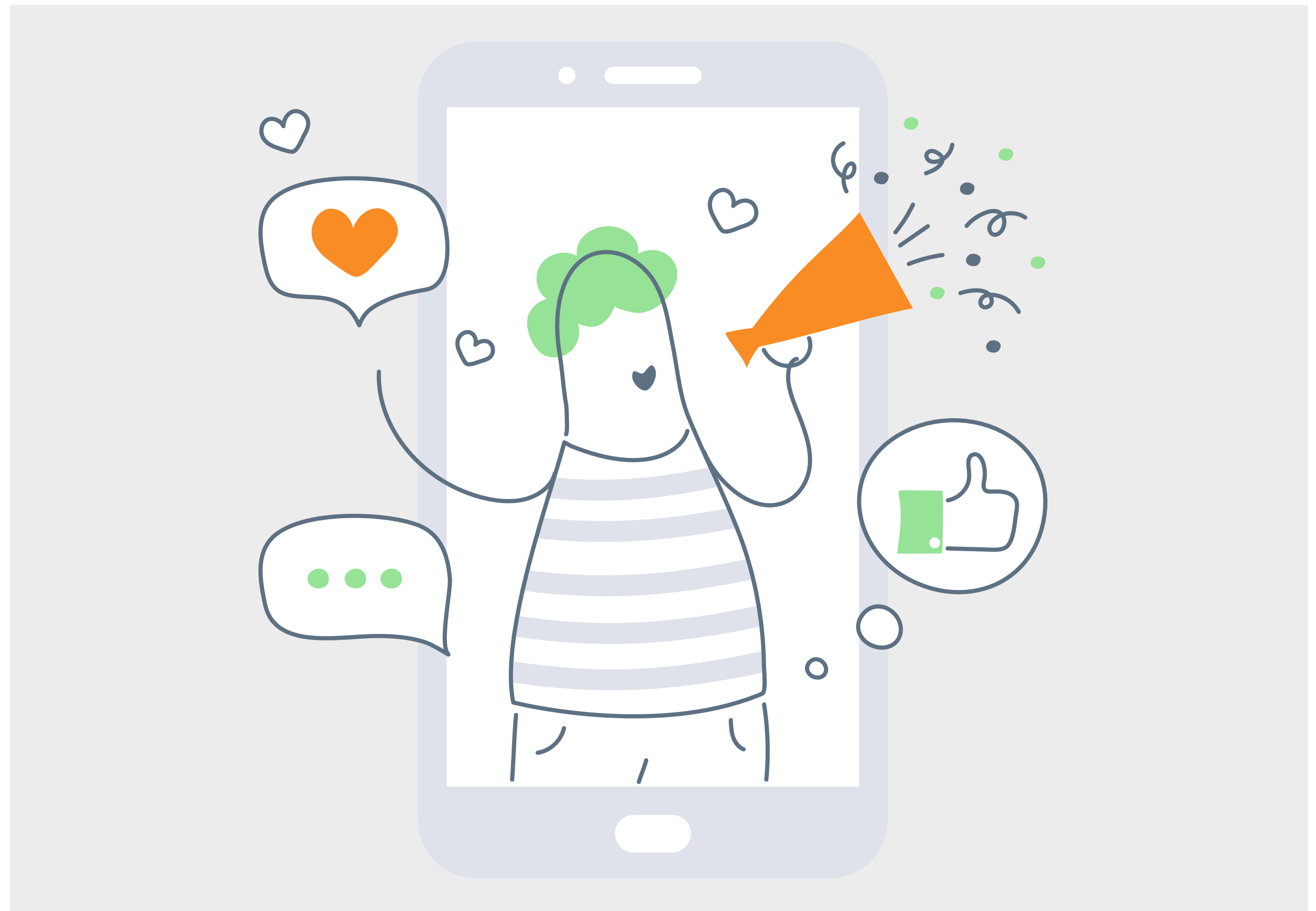
**QUAIS SÃO AS
SUAS PRINCIPAIS
VANTAGENS?**

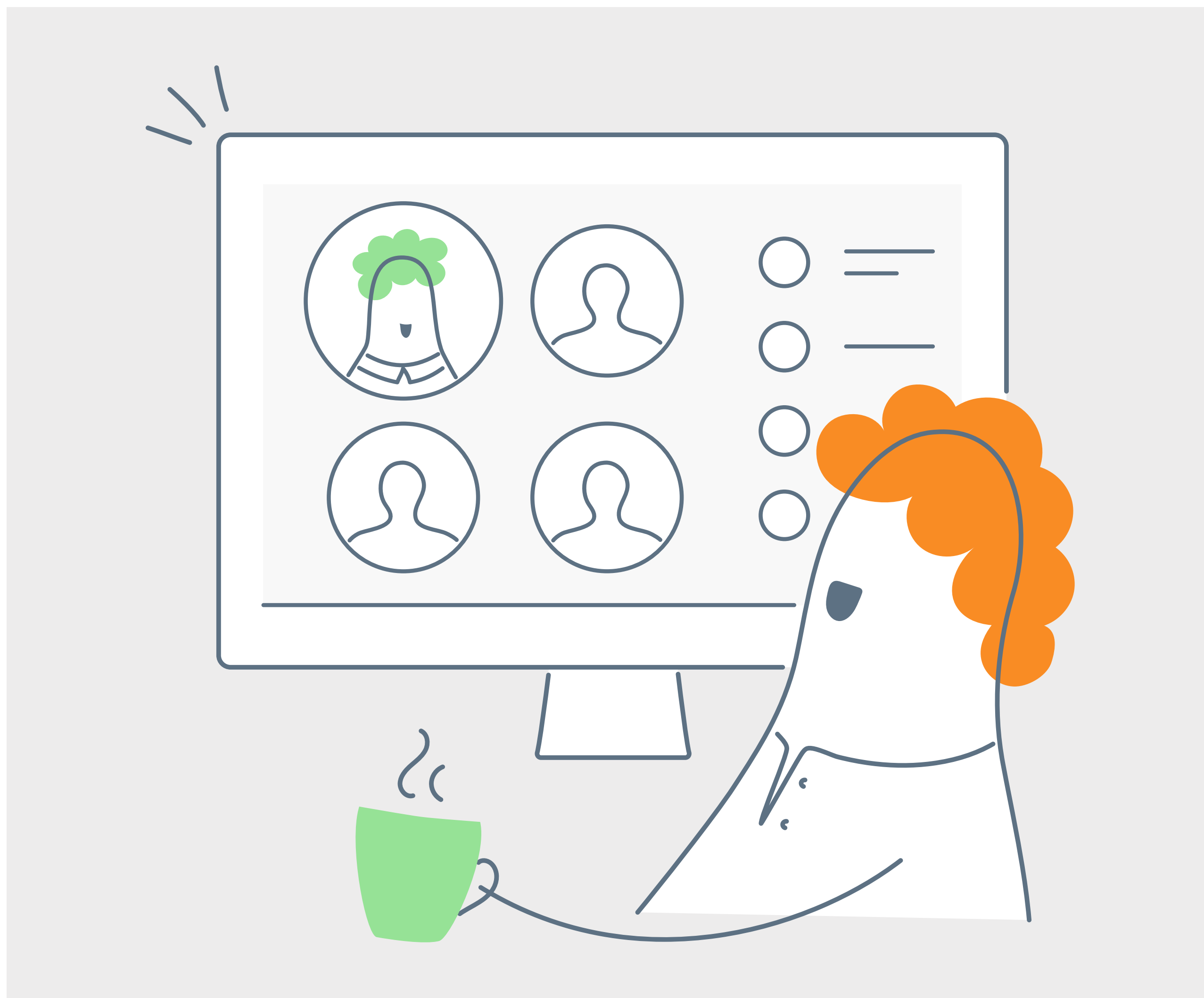
Entendido o conceito e o funcionamento do Amazon Ads, é importante que você entenda as principais vantagens que ele pode proporcionar para uma empresa que passa a utilizar essa ferramenta. Continue lendo!

Aumento da notoriedade da marca

Sem dúvidas, uma das principais vantagens do Amazon Ads está no **aumento da notoriedade de uma marca**. Ao publicar produtos e serviços em uma plataforma que está vinculada a essa grande empresa de e-commerce, você gera em seus clientes uma sensação de que ela está vinculada ao seu negócio.

Com isso, as pessoas eliminam algumas barreiras que impedem a realização de uma venda, reduzindo, portanto, o custo com marketing e publicidade para fazer os seus produtos chegarem até os seus clientes.





Público qualificado

Outro ponto a ser destacado é o **público qualificado que é possível atingir ao utilizar o Amazon Ads**. Porém, é preciso ressaltar que as demais plataformas de anúncios também possuem uma grande capacidade de segmentação de público, fazendo com que as suas mensagens sejam entregues às pessoas certas.

Contudo, a Amazon não poderia deixar de atender essa necessidade tão latente nas empresas que divulgam os seus produtos e serviços na internet. Sendo assim, ela também é capaz de fornecer ferramentas de segmentação extremamente eficientes para que você consiga atingir o máximo de pessoas potencialmente interessadas no seu produto com o mínimo de recursos possível.

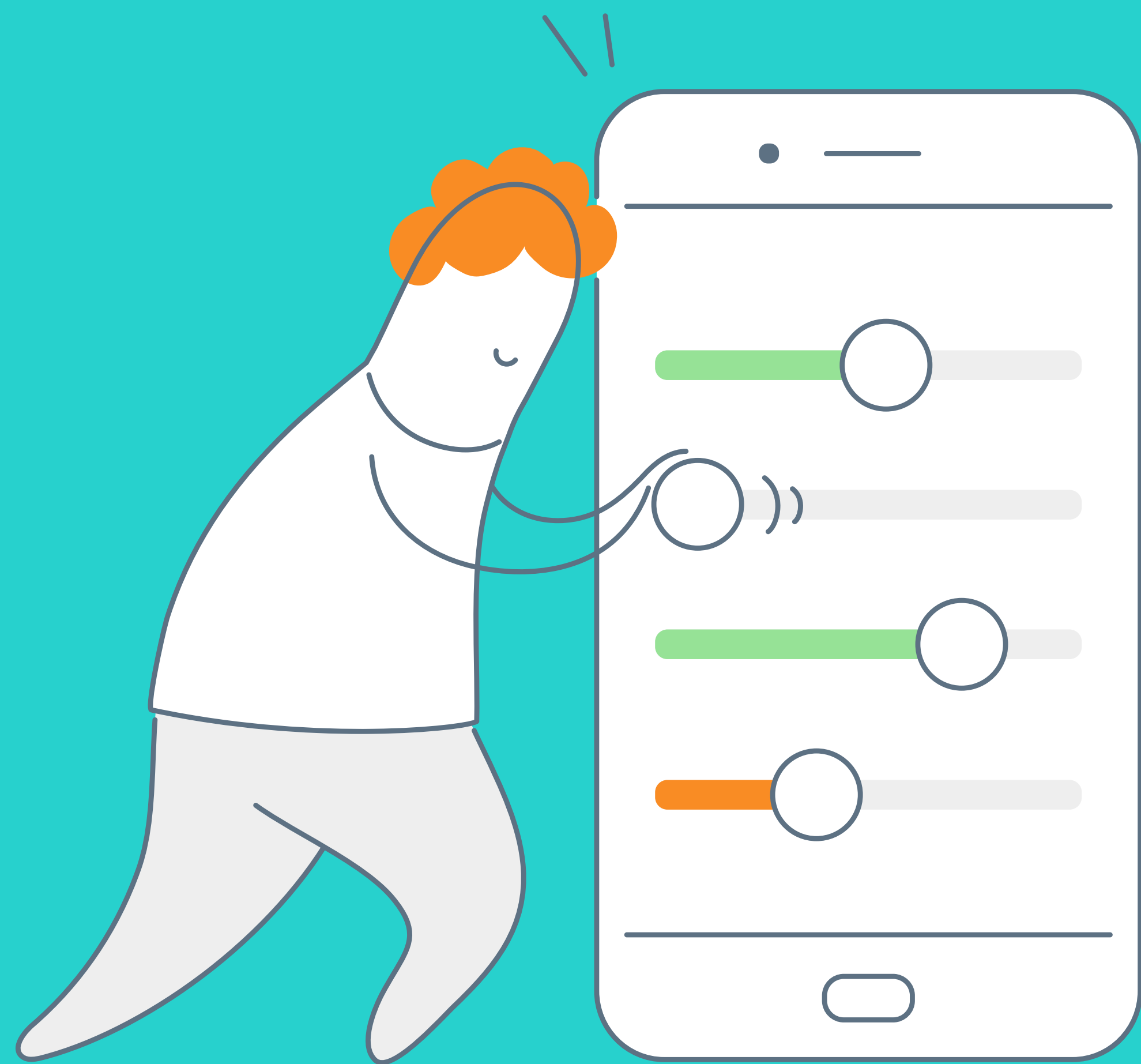
Resultados mais rápidos e eficientes

A união desses dois benefícios **proporciona um resultado muito simples, que é a melhora nos seus números de vendas**. O mais interessante é que esse elemento acontece de forma mais rápida e eficiente, tendo em vista que você utilizará todo o poder de visualização da internet dentro de uma das plataformas mais seguras, confiáveis e eficientes do mundo.

Naturalmente, uma empresa que inicia a sua jornada em um ambiente virtual — seja para trabalhar como um e-commerce ou para atrair novos clientes às suas lojas físicas — consegue perceber resultados de forma muito rápida.

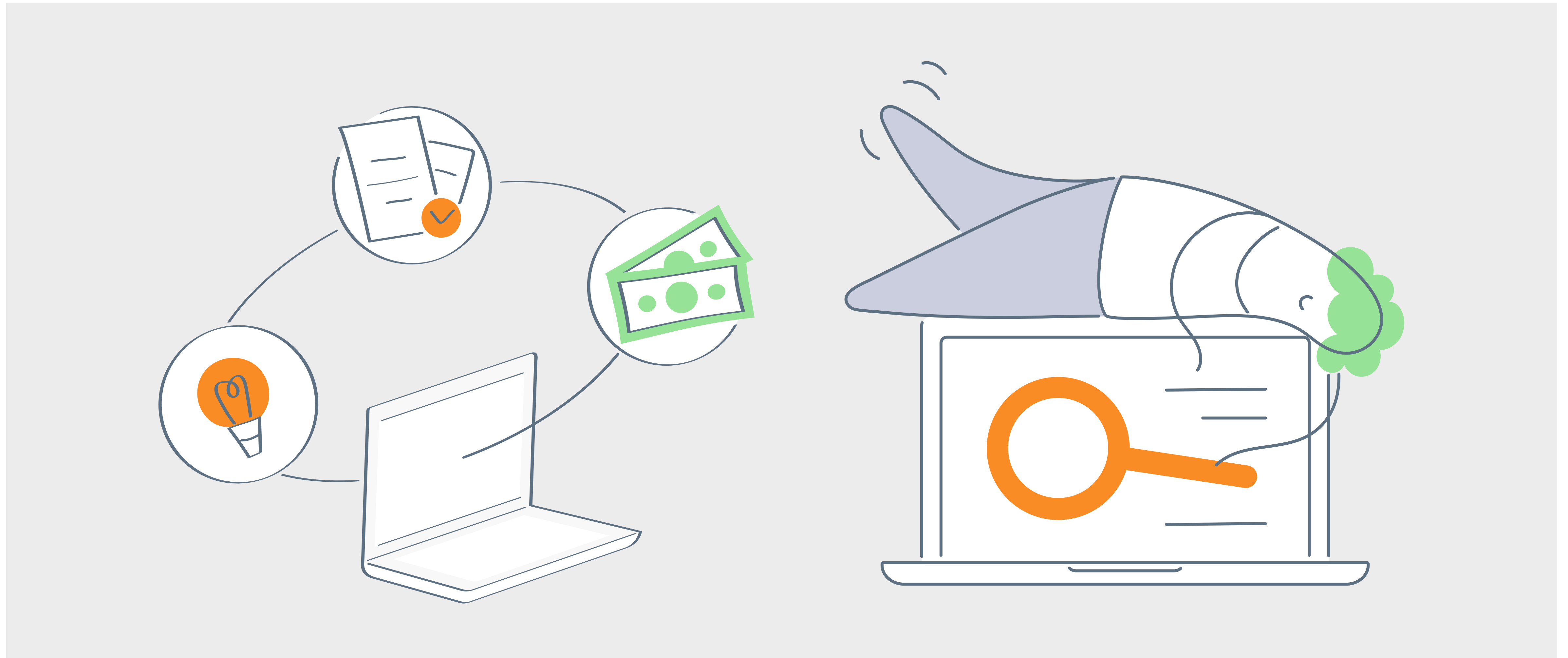
Afinal, a internet tem esse poder de disseminação de mensagens de uma maneira extremamente ampla, fazendo com que pessoas de toda parte do Brasil e do mundo conheçam as suas soluções. Quando você pega todo esse potencial e coloca sobre uma marca de renome internacional e conhecida por praticamente todo o mundo, os resultados podem ser potencializados ainda mais, gerando ganhos incríveis para o seu negócio, independentemente do tamanho que ele tem hoje.

Portanto, o Amazon Ads surge como mais uma alternativa para que você possa criar uma estratégia on-line, atingir mais pessoas e trazê-las para o seu negócio, seja ele físico ou digital.



**QUAIS SÃO
OS RECURSOS
DISPONÍVEIS NO
AMAZON ADS?**

Agora que você já entendeu o funcionamento do Amazon Ads e como ele pode contribuir para o crescimento da sua empresa, mostraremos os principais recursos disponíveis na plataforma. Continue lendo!



Anúncios em destaque

O primeiro recurso que destacaremos é o denominado **anúncio em destaque**. Ele é o mais indicado para a promoção de marcas, pois é exibido na parte superior das páginas e tem sempre relação com palavras chaves preestabelecidas pelo anunciante.

Nesse caso, é preciso selecionar uma página de destino e definir um orçamento que será gasto para entregar esse anúncio para todas as pessoas que pesquisarem por determinado termo. O anúncio tem uma imagem de um título, e a exibição funciona na modalidade de leilão ou lance.

Ou seja, o anunciante que desejar pagar o maior valor para ter o seu anúncio mostrado naquela palavra-chave é o que ganhará mais espaço de exibição. Nesse sentido, todas as vezes que um usuário da Amazon pesquisar por um produto ou serviço, o seu anúncio pode aparecer para ele.

Assim que o usuário clicar, portanto, ele será direcionado para a sua página de destino, que foi selecionada no momento em que o anúncio estava sendo preparado, podendo ir para um produto em específico, por exemplo.



Anúncios patrocinados

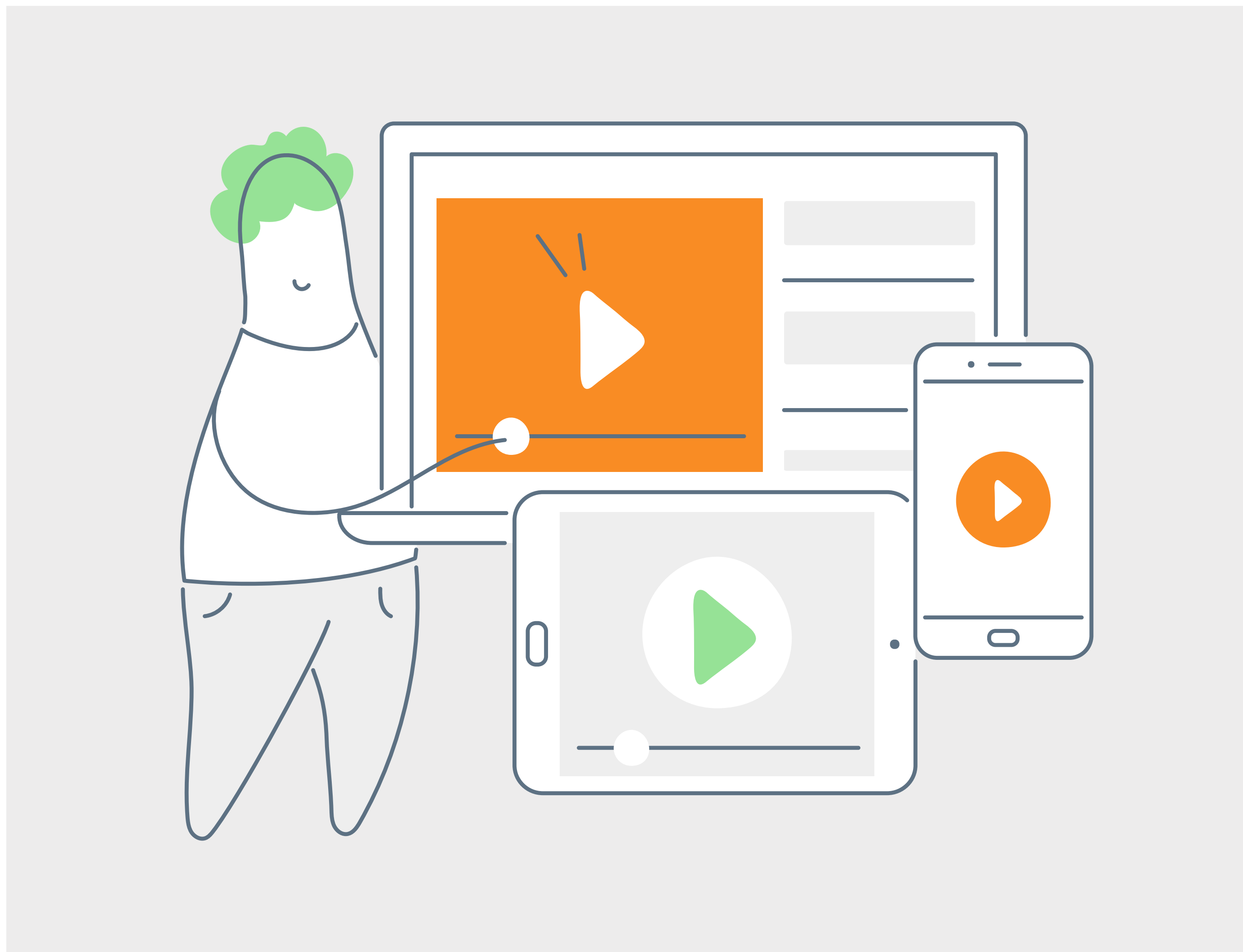
Os anúncios patrocinados também são mostrados aos usuários que pesquisam por determinadas palavras-chave. A diferença fundamental entre esse formato e o anterior é que os patrocinados aparecem juntamente a outros anúncios nativos da plataforma.

Em outras palavras, o anúncio patrocinado é mostrado junto com os outros, como se fizesse parte daquela pesquisa que o usuário está fazendo na plataforma. Na realidade, ele não tem muito cara de anúncio e se parece mais com uma postagem comum. É o que também chamamos de **Native Ads, uma estratégia que já é muito utilizada em redes sociais, que tem como objetivo criar anúncios que pareçam mais com uma postagem comum** que aparece no feed de notícias ou depois de fazer uma pesquisa.

Anúncios personalizados

Outra funcionalidade muito interessante que temos que destacar são os anúncios personalizados. O Amazon Ads permite que os usuários criem esse tipo de publicação em que o anunciante pode **definir um grupo específico de anúncios para ser promovido dentro das postagens de seus próprios produtos.**

Essa funcionalidade permite que o anunciante inclua itens semelhantes, para que o seu consumidor saiba que ele também tem outros itens no seu mix de produtos – facilitando a tomada de decisão para o cliente e aumentando as chances de venda.



Anúncios em vídeo

Os anúncios em vídeo geralmente são capazes de aumentar o grau de atenção de um usuário em uma publicação. Não é necessário nenhum estudo, tampouco entender a psicologia por trás dessa afirmação. Você mesmo já deve ter se deparado com anúncios em vídeo e notado que eles são muito mais interessantes e atraentes do que imagens ou textos.

Nesse sentido, a Amazon não poderia ficar de fora, e a sua plataforma de anúncio traz todos os benefícios que esse tipo de conteúdo pode proporcionar no que se refere à publicidade.

Além disso, ela assegura que a exibição desse tipo de anúncio sempre será realizada em um ambiente confiável, ou seja, dentro de sua própria plataforma ou de terceiros com a qual ela mantém um relacionamento.

Amazon Demanda Sede Platform (DSP)

Por fim, temos o Amazon DSP, que é uma plataforma de compra programática autorizada por algoritmos que tem a proposta de ampliar a exibição de anúncios feitos dentro da plataforma para outras de empresas parceiras.

O objetivo do sistema é proporcionar que grandes marcas que desejam levar os seus produtos e serviços para além da Amazon possam fazer isso **sem abrir mão da infraestrutura e confiabilidade que a companhia pode proporcionar.**

Esse é um dos recursos que promete bater de frente com o serviço de publicidade on-line do Google, especialmente porque a empresa considerada a gigante das buscas na internet já foi denunciada algumas vezes pela Amazon por vincular os seus anúncios em conteúdos considerados impróprios.

Independentemente do motivo que faça essas grandes indústrias fomentadoras de anúncios na internet brigarem entre si, o fato é que essa disputa por um mercado só tem a beneficiar os empresários, sejam eles grandes ou pequenos.

A concorrência entre essas grandes empresas **as obriga a criarem diferenciais que beneficiam os seus usuários,** independentemente do tamanho que eles têm atualmente.



CONCLUSÃO

Como você pode perceber, o Amazon Ads é uma plataforma de anúncios que causará um grande e profundo impacto no mercado, de uma forma geral. Foi uma das últimas a serem criadas, mas, certamente, outras ainda virão para entrarem na competição e baterem de frente com essas grandes plataformas de publicidade on-line.

Quanto a você, não importa o tamanho que a sua empresa tenha hoje. É preciso criar estratégias para divulgar o seu negócio na internet, aumentando as suas vendas e potencializando os lucros. Para tanto, **plataformas como o Amazon Ads podem ser uma das principais aliadas desse objetivo.**

Então, não perca mais tempo e comece a estudar a implementação de anúncios nessa plataforma (e em outras) o quanto antes.





O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) é uma entidade privada, desenvolvida com o intuito de auxiliar os empreendedores na gestão e no crescimento dos negócios. Temos unidades em todo o território nacional e ampla experiência de mercado.

Buscamos construir oportunidades em conjunto, oferecendo capacitações, oficinas, consultorias e diversos serviços para auxiliar empresários a alcançarem prosperidade nos negócios. Atuamos nas frentes de fortalecimento do empreendedorismo e no estímulo à formalização dos negócios, buscando a criação de soluções criativas junto aos empresários.

