

## **Google: oportunidades reais na era do marketing virtual**

*Marcelo Monteiro*

Mais de uma década após a popularização da internet no Brasil, a rede mundial de computadores ainda parece ter muito potencial a ser explorado, também no campo profissional. E o marketing virtual desponta como um dos campos ainda a serem descobertos por profissionais e executivos.

Para ajudar os interessados na busca por melhores resultados nas ações de marketing on-line, o Google, empresa que mantém a principal ferramenta de busca da web, lançou o curso Google AdWords Fundamentals. Voltada principalmente aos profissionais de áreas ligadas ao marketing ou a agências de publicidade - convencional ou virtual -, a atividade visa ensinar conceitos de marketing on-line, assim como orientar a criação e o gerenciamento de campanhas no AdWords, principal ferramenta publicitária mantida pelo Google.

Em 2007, o AdWords (sistema de links patrocinados do site de buscas) respondeu por 98% da receita global US\$ 16,6 bilhões obtida pela empresa. "Vínhamos detectando há tempo a necessidade de um programa de educação para clientes e pessoas em geral para o uso de propaganda on-line", comenta o gerente de marketing de campo do Google Brasil, João Bortone, um dos responsáveis pelo programa. "O profissional formado no curso pode atuar em agências ou empresas. Muitas pequenas empresas que fazem a sua própria campanha na internet."

A atividade é realizada pelo Google Business Educational Center (Goobec), em parceria com a CTT, empresa latino-americana que desde 1990 oferece serviços de educação para os mais importantes fabricantes de tecnologia do mundo (Cisco Systems, Sun Microsystems, Microsoft, Oracle e Hitachi, entre outros).

O curso, que inclui três dias de atividades, aborda o potencial de desenvolvimento de negócios com as ferramentas de marketing e publicidade on-line, o planejamento e o desenho de campanhas, a criação por meio de diferentes formatos (texto, imagem e vídeo) e a administração e otimização de campanhas, com base no monitoramento dos indicadores de desempenho. "Para a empresa, é um diferencial contar com um profissional que tenha esse perfil, capaz de medir o marketing on-line", avalia Bortone. "Com esses conhecimentos, você consegue não só fazer as campanhas, mas monitorar os exatos passos que o cliente fez até comprar. A ferramenta te dá todo esse conhecimento. Quando se faz um outdoor ou uma campanha em revista ou TV não se consegue medir isso. Você não tem esse dado de maneira clara."

Além do treinamento, o Google também oferece uma certificação aos profissionais que apresentam o pleno domínio de suas ferramentas de marketing on-line. O certificado (Google Advertising Professional) também conta pontos para o executivo no mercado. "Hoje existe uma carência no mercado de pessoas que tenham tanto o treinamento quanto a certificação. Por isso, as pessoas que querem se especializar nessa área têm muito espaço para atuar", conclui Bortone.

**Fonte: Gazeta Mercantil, São Paulo, 3 jun. 2008, Empresas & Negócios, p. C11.**