



O que é SEM? E como isso beneficia o marketing da sua empresa

Você vê muitos acrônimos lançados nos dias de hoje. SEO, SEM, SMO, CRO. É difícil manter tudo reto. É fácil pensar que palavras que parecem semelhantes podem ser variações da mesma coisa. Então, o que é SEM ?

Você não é o único a fazer esta pergunta. Estamos aqui para esclarecer.

O SEM é uma maneira muito eficaz para as pequenas empresas alcançarem novos clientes, aumentarem as receitas e reduzirem os custos de aquisição.

Para responder à sua pergunta: O que é o SEM ? E como o SEM pode beneficiar minha empresa?

Aqui está o que você precisa saber.

O que é SEM ? Guia para iniciantes

SEM significa marketing em mecanismos de busca . Isso pode parecer muito amplo. Mas o termo passou a significar um tipo muito específico de marketing nos mecanismos de busca. Isso é pesquisa paga . A ferramenta de pesquisa paga mais conhecida e usada é o Google Ads.

Mas Bing ou Yahoo também podem valer seu tempo e dinheiro.

O SEM aproveita o poder dos mecanismos de pesquisa como o Google para alcançar clientes em potencial no momento e local ideais.

Também é conhecido por muitos outros nomes. Para responder à pergunta, o que é SEM ?, É importante anotá-las. As pessoas podem usá-los de forma intercambiável. E você pode descobrir que sabe mais sobre o SEM do que pensa.

Também é chamado:

- Anúncios de pesquisa pagos



O que é SEM? E como isso beneficia o marketing da sua empresa

- Publicidade paga (que pressupõe que você saiba que está nas pesquisas)
- PPC (pagamento por clique)



Você também deseja aprender termos que são usados com frequência ao discutir o SEM. Por meio deles, você entenderá melhor como o SEM funciona. Alguns dos mais importantes incluem:

- Impressões - quantas vezes seu anúncio foi visível em uma tela. Na verdade, não significa que a pessoa tenha visto.
- CPC (custo por clique) - quanto você paga quando alguém clica no seu anúncio
- CPM (custo por milhão de impressões) - essa é outra maneira de pagar por um anúncio de pesquisa. Dependendo dos seus objetivos e de como a ferramenta de anúncios está configurada, você pode pagar apenas para ser visto.
- CTR (taxa de cliques) - o número de cliques que você recebeu no site de



pessoas que viram o anúncio, mesmo que não tenham clicado no próprio anúncio.

O que é SEM comparado com publicidade em mídias sociais?

Algumas redes sociais também oferecem serviços de anúncios que podemos incluir quando perguntamos: o que é SEM ? Eles envolvem uma função de pesquisa. Mas publicidade em mídia social e SEM geralmente não são a mesma coisa.

Na publicidade em mídias sociais , os anúncios geralmente são exibidos com base nos dados que a empresa de mídia social coletou sobre esse indivíduo. Isso permite que você segmente pessoas com base em interesses, locais, comportamentos de compra específicos e muito mais.

O marketing de mecanismos de pesquisa, por outro lado, conta com frases-chave para segmentar pessoas quando elas estão realizando pesquisas em lugares como o Google.

Publicidade em mídia social e SEM não são intercambiáveis. Mas eles podem trabalhar juntos de maneira muito eficaz para aumentar o reconhecimento da marca e as vendas. Não é incomum que as pessoas vejam seus anúncios de mídia social por alguns dias.

Então, quando eles fazem uma pesquisa, seus olhos são atraídos para o seu anúncio porque o reconhecem. É mais provável que eles cliquem. Isso também pode acontecer ao contrário. Por esse motivo, geralmente é eficaz usar os dois métodos ao comercializar seus negócios.

As pessoas também costumam confundir SEM com SEO. Culpe a aparência



semelhante dos termos.

O que é SEM comparado ao SEO?

Eles não são os mesmos. Mas também não é realmente SEO vs SEM . Eles trabalham juntos em equipe.

SEO é a otimização de mecanismos de busca. Com o SEO, você segue algumas etapas para ajudar seu site a aparecer mais nos resultados de pesquisa orgânica no Google.

Quando alguém pesquisa “Como fazer uma oferta em uma casa”, o Google usa um algoritmo para determinar qual página da web pode responder melhor a essa consulta. Em seguida, classifica as páginas de acordo com a certeza de que essa página pode responder a essa pergunta.

O objetivo do Google é encontrar o que você procura no topo da página 1 nos resultados de pesquisa. SEO é posicionar seu site para que o Google determine que você é o melhor site para responder à pergunta.

O Google considera vários elementos para determinar isso, incluindo:

- Qual a velocidade do seu site
- Se as pessoas clicam quando o veem nos resultados de pesquisa
- Como as pessoas interagem com seu site. Eles clicam em outras páginas? Eles ficam um pouco?
- Quão profundamente a resposta parece ser

Eles também querem saber que outros confiam no seu site.

Uma das principais maneiras que o Google determina se você é confiável é observando o número de links de outros sites confiáveis (backlinks).



O que é SEM? E como isso beneficia o marketing da sua empresa

Leva algum tempo para criar essa confiança e chegar à primeira página em uma pesquisa no Google. Por outro lado, com o SEM, você oferece lances para a palavra-chave “Como fazer uma oferta em uma casa”. Se você vencer o lance, seu anúncio será exibido na página instantaneamente. E mesmo no topo, se você oferecer lances suficientes e atender aos requisitos do Google.

Nesse anúncio, você escreveria uma cópia que obriga uma pessoa a clicar nesse anúncio.

As empresas que usam SEM precisam de SEO?

Muitas pessoas perguntam se o SEO ainda é importante quando o SEM é o seu principal método de marketing. A resposta para isso é: Absolutamente!

Para iniciantes, parte do SEO é garantir que seu site seja rápido e fácil de usar. Você também precisa disso para o SEM. Caso contrário, você desperdiçará dinheiro com esse clique.

Além disso, o Google possui um sistema chamado Índice de qualidade. Se eles virem as pessoas clicam. Em seguida, eles saem por causa de uma experiência ruim e cobram mais por cada clique.

Em segundo lugar, SEO é o jogo longo. Quando você aparecer em mais pesquisas organicamente, concentre seus esforços em SEM em outras palavras-chave para expandir seu alcance.

Quanto custa o SEM comparado com outros métodos?

As pessoas querem saber: o que é SEM em termos de custo? Essa é



realmente uma pergunta carregada. Aqui está o porquê.

Quando você executa campanhas SEM eficazes, o Google o recompensa com custos mais baixos e maior visibilidade.

Mas se você escolher o método “configure e esqueça”, o Google aumentará quanto você paga. Outras plataformas têm sistemas similares que recompensam a qualidade.

Quando você ouve pessoas falando sobre o quão caro os anúncios se tornaram, é porque muitas pequenas empresas não entendem por que estão pagando mais. Eles não têm o segredo de manter os anúncios com um custo baixo .

O SEM é mais caro se você também não se concentrar em estratégias de longo prazo, incluindo manter esse índice de qualidade, SEO e uma presença nas mídias sociais. Mas, a curto prazo, nada pode gerar mais leads e vendas mais rapidamente que o SEM.

Agora vamos responder à segunda parte da nossa pergunta - O que é SEM e quais são os benefícios para os negócios?

Como o SEM beneficia as pequenas empresas?

Vamos dar uma olhada!

1. É um reconhecimento instantâneo da marca nos mecanismos de pesquisa

Como afirmado, SEO e mídias sociais não remuneradas levam tempo. O Google diz que pode levar até um ano para um site de qualidade escalar os rankings. E sua capacidade de fazê-lo depende das estratégias aplicadas e do que a concorrência está fazendo.



O que é SEM? E como isso beneficia o marketing da sua empresa

Por outro lado, o SEM o posiciona na parte superior ou inferior da página um. Uma empresa que não tem visibilidade atual ou reconhecimento de marca pode obter instantaneamente alguma atenção.

Se você possui os sistemas certos para transformar essa visibilidade em clientes pagantes, isso tem um enorme impacto em suas receitas.

2. Pode gerar receitas rapidamente

Com a cópia do anúncio e as estratégias corretas, veja as vendas chegando no mesmo dia. Não precisa de tempo para acelerar. É realmente fácil começar com algo como anúncios.

No entanto, requer manutenção para obter o SEM ROI correto .

3. Pode crescer com o seu negócio

O que é SEM? É incrivelmente escalável. É fácil começar pequeno. Teste as coisas. Veja o que funciona. Mantenha os custos baixos se você tiver um orçamento muito limitado.

Então, quando as receitas aumentarem graças ao SEM, aumente o número de anúncios. Remova os anúncios que não estão funcionando. Refine suas campanhas. E aumente seu gasto diário com anúncios.

No Ads e na maioria das outras plataformas PPC, você pode definir um orçamento diário de até R\$ 10,00. Dessa forma, você nunca fica surpreso com uma conta realmente alta de publicidade.

4. Alcança as pessoas no lugar e hora certos

Quase metade da população mundial está agora online. Mais de 93% das experiências online começam com um mecanismo de pesquisa. Os mecanismos de pesquisa direcionam mais tráfego para sites do que qualquer outra fonte.



O que é SEM? E como isso beneficia o marketing da sua empresa

Não importa qual é o seu produto ou serviço. Com apenas algumas raras exceções, sua jornada começa online.

Ser visível nos resultados da pesquisa significa estar onde os clientes estão. Também é o momento perfeito para conquistar um novo cliente.

As pessoas usam mecanismos de pesquisa porque estão procurando algo. Ser o único a entregá-lo ajuda a criar uma conta bancária confiável com essa pessoa. Mesmo que esse clique não resulte em uma venda imediata, é um ponto de contato que promove a jornada da pessoa para se tornar um cliente pagante.

5. Reforça o reconhecimento de nomes

Quando você recebe um novo cliente, pode pensar que essa pessoa o encontrou e fez uma compra. Mas é provável que essa jornada tenha começado dias, semanas ou até meses atrás. A maneira como você apresentou sua marca de forma consistente e repetida durante esse período ajudou a transformar um cliente em potencial em um cliente pagador.

Os especialistas estimam que são necessários de sete a 13 pontos de contato com uma empresa antes que alguém se converta. Cada vez que o veem nas mídias sociais, nas pesquisas, nos sites e nas caixas de entrada deles, você reforça o reconhecimento de nome com esse indivíduo.

O reconhecimento se torna familiar. As pessoas percebem as marcas que estão familiarizadas com as marcas que não são. A maioria das pessoas prefere gastar um pouco mais com uma marca que eles conhecem do que com uma marca sem nome.

O que é o SEM, se não uma ótima maneira de [melhorar o reconhecimento da marca](#), no local em que 93% das pessoas iniciam cada experiência on-line.



6. Atinge seu objetivo principal

O marketing do mecanismo de busca permite que você se concentre realmente nos seus clientes-alvo de uma maneira que você nunca conseguiu com o marketing tradicional. Por quê? Porque seria incrivelmente caro a rota tradicional.

Um anúncio no Ads não custa nada até alguém clicar nele. Você pode criar 10. Ou criar 100 .

Não recomendamos que você tente gerenciar muitos deles primeiro. Porém, quanto mais segmentado você puder criar esse anúncio, melhor será o desempenho do anúncio para os clientes.

Quando você segmenta nesse nível, você se conecta em um nível significativo. Demonstre que você não está ampliando suas redes e vendendo o que você arrasta. Em vez disso, você sabe exatamente quem se beneficiará mais de um produto ou serviço. Fale diretamente com essa pessoa.

7. Pode dar-lhe uma vantagem competitiva

Por meio de um SEO excepcional, seu concorrente já tem um primeiro lugar cobiçado nos resultados da pesquisa orgânica? Você pode aparecer acima deles com anúncios pagos. Passe um clique que seria deles.

Seu concorrente também está usando anúncios pagos? Você também precisa cancelar a vantagem competitiva que eles têm sobre você.

A grande maioria das empresas não está usando o SEM em todo o seu potencial. Eles estão pagando mais e ficando menos por causa disso. Provavelmente, sua concorrência é uma delas.

Com uma forte estratégia de SEM e uma cópia atraente, você terá a vantagem sobre a concorrência menos experiente. Tem um concorrente inteligente? As



estratégias certas também podem ser mais espertas que elas para aumentar sua própria participação no mercado.

8. É menos caro que a publicidade tradicional

Por que o SEM é muito mais acessível que o marketing tradicional ? É simples. Porque você está no controle. Aqui está como.

Você não está pagando US \$ 1 milhão para alcançar 10.000 pessoas que assistem a um programa específico, mas podem ou não ser seus clientes-alvo. Em vez de segmentar de maneira muito ampla uma demografia, como seria possível em um anúncio de TV, você pode colocar um foco estreito para aumentar a taxa de conversão.

Se um anúncio tiver uma baixa taxa de conversão, você poderá obtê-lo ou corrigi-lo rapidamente. Um anúncio tradicional continua sendo exibido pelo período do seu contrato. Você precisa obter aprovação para alterá-lo. E custa muito mais para fazê-lo.

Se um anúncio SEM tiver um desempenho muito bom ou você experimenta um declínio inesperado nas vendas, é fácil aumentar rapidamente. Aumente o tráfego e as receitas com apenas alguns cliques.

Suspenda os anúncios se você receber mais pedidos do que pode suportar. É tão fácil.

Finalmente, custa menos porque você sabe muito mais sobre o que está funcionando e o que não está. Você pode atribuir diretamente uma venda a um anúncio.

Você pode ver como as pessoas respondem ao anúncio. Eles clicam nele? Eles gastam tempo na página de destino? Eles assistem a um vídeo ou clicam em



outra coisa enquanto estão lá?

Você pode fazer tudo isso com análises de marketing digital e aprender mais sobre seus clientes. Tome decisões mais inteligentes sobre como você gasta seu dinheiro em marketing quando pode tomar decisões baseadas em dados.

A maneira inteligente e econômica de realizar SEM?

Nós discutimos, o que é SEM ? Comparamos com SEO e mídias sociais.

Também vimos como o SEM beneficia pequenas empresas como a sua.

Mas você pode estar dizendo para si mesmo que essa não foi minha experiência. O PPC me custa muito dinheiro. É difícil justificar meus custos de aquisição.

Não queremos que você sinta que os benefícios do SEM estão fora do alcance da sua empresa.

Então, brevemente, vamos explorar como sua empresa pode se beneficiar do SEM executando campanhas inteligentes.

Saiba por que seus clientes usam os mecanismos de pesquisa

Sim, você está tentando vender alguma coisa. Mas o SEM é muito mais do que apenas um anúncio de um produto ou serviço. Para cumprir várias metas de marketing, saiba por que seus clientes usam os mecanismos de pesquisa. Como você pode aproveitar isso para conquistar seus negócios?

Particularmente, se você estiver em um espaço competitivo, essa visão mais ampla do SEM pode ser a vantagem competitiva necessária para obter o ROI correto no SEM.



O que é SEM? E como isso beneficia o marketing da sua empresa

Os mecanismos de pesquisa para manequins acertam nos três principais motivos pelos quais as pessoas usam os mecanismos de pesquisa:

- Pesquisa - Uma pessoa pode querer aprender sobre uma marca, produto ou serviço. Eles podem estar pesquisando a solução para um problema. Eles podem estar procurando o melhor lugar para jantar hoje à noite. Eles podem estar verificando os comentários de uma empresa. Alcance pessoas com SEM quando estiverem pesquisando. Ajude-os a tomar uma decisão inteligente.
- Entretenimento - A Internet é uma infinidade de coisas para fazer. Alguns estão procurando vídeos. Outros estão procurando jogos. Muitos são entretidos por novas histórias. Outros gostam de calculadoras financeiras. Outros querem aprender algo novo. Pense no tipo de entretenimento que seu alvo está procurando. Relacione-o novamente à sua marca. Essa é uma ótima maneira de usar o SEM para se conectar.
- Compre algo - Eles acessam o Google com a intenção de comprar algo. São pessoas que geralmente podem ser convencidas a comprar agora. Faça deles uma oferta atraente em seu anúncio.

A estes, adicionaremos mais um que é muito importante. As pessoas usam os mecanismos de pesquisa para encontrar sites específicos em vez de digitar o endereço.

Eles podem usar o Google para acessar o Facebook ou o Chase banking ou seus concorrentes. Com o anúncio certo, você poderá usar esse tempo para colocar sua própria marca no radar do alvo. Se o anúncio for atraente, você roubará o clique deles.

Digite “Visit Biltmore” em uma pesquisa.

O site oficial da Biltmore está compreensivelmente no primeiro lugar no Google.



O que é SEM? E como isso beneficia o marketing da sua empresa

Web Results

Visit Biltmore | Biltmore ✓

<https://www.biltmore.com/visit?>

Delight in our spectacular Chihuly at **Biltmore** exhibition, outdoor concerts, wine tastings at America's most **visited** winery, and the opportunity to explore our ...

Mas o Trip Advisor tem esse anúncio SEM atraente acima dos resultados da pesquisa orgânica.

[Biltmore Packages - Incredibly Low Prices \(2018\)](#)

www.tripadvisor.com/ ▼

Compare Prices & Save with the Lowest Prices & Latest Reviews on TripAdvisor.

[More Hotels](#) - from \$87.00/night - [View Deal](#)

★★★★★ rating for tripadvisor.com

É assim que se faz.

Definir um orçamento

Se você não tiver um orçamento, sempre gastará demais. Você “esquecerá” certas despesas e precisará encontrar uma maneira de pagá-las. Você não reconhecerá quando está pagando demais.

Seu orçamento de SEM deve incluir financiamento de tempo e dinheiro para:

- Escrevendo cópia
- Criando páginas de destino
- Fazendo pesquisa
- Gerenciando as campanhas



O que é SEM? E como isso beneficia o marketing da sua empresa

- Analytics (ferramentas gratuitas e pagas, bem como tempo reservado para isso)
- CPC (custo por cliques)

Além disso, se o site não for fácil de usar, rápido e compatível com dispositivos móveis, você precisará fazer isso primeiro. Isso exigirá investimento em seu site e SEO. A boa notícia é que o [SEO especializado](#) ajudará a tornar todos os seus esforços de marketing mais eficientes.

Definir metas claras

Sem objetivos claros, você não saberá quando alcançou resultados. Sua campanha está funcionando? Um objetivo nem sempre é uma venda. Pode ser para gerar um lead. Pode ser para aumentar o reconhecimento da marca.

Determine qual é seu objetivo. Como você vai medir isso?

Configure funis do Google Analytics para acompanhar o que acontece quando as pessoas acessam seu site.

Saiba quem é seu alvo

O que é SEM para seus clientes? É uma oportunidade de encontrar exatamente o que eles estavam procurando. É o seu negócio que o fornece. Saiba o que seus clientes-alvo desejam. Crie seus anúncios em torno desses desafios e metas para ganhar cliques.

Para entender melhor quem são seus clientes-alvo, compile e analise dados sobre clientes existentes. Seus clientes-alvo provavelmente serão muito parecidos com eles.

Realize pesquisas e use o software de relatórios para saber mais sobre seus clientes.



Você aprenderá muito sobre eles quando começar a gerenciar efetivamente o SEM. Os relatórios nos anúncios, juntamente com o Google Analytics, ajudam a entender quem são e quem não são.

Mais importante, descubra quais têm maior probabilidade de converter e gastar mais dinheiro. Uma campanha SEM bem-sucedida reduzirá os custos de aquisição e aumentará o valor médio do tempo de vida do cliente.

Isso porque você está atraindo pessoas mais alinhadas com a sua marca.

Usar grupos de anúncios

Você provavelmente não começará com 100 anúncios. E você pode não precisar de um lugar próximo a tantos. Mas, para se conectar ao seu destino, você precisa:

- Fale com diferentes objetivos e desafios no mesmo público
- Fale com diferentes públicos
- Teste várias mensagens com o mesmo público

Os grupos de anúncios facilitam a organização e a aplicação de várias estratégias.

Criar páginas de destino perfeitas

Uma página de destino é uma página em seu site que tem uma única meta específica a ser alcançada. Não é a sua página inicial. E não é uma página com várias ofertas.

Alguns anúncios podem compartilhar uma página de destino. Isso significa que ambos são direcionados para uma página da web. Mas a própria página de destino deve continuar claramente com as mensagens no anúncio.



O que é SEM? E como isso beneficia o marketing da sua empresa

Apenas 48% das empresas criam até uma nova página de destino quando lançam uma campanha. Você está à frente no jogo, se o fizer.

As páginas de destino tornam a etapa desejada um acéfalo. Eles eliminam obstáculos entre você e alcançar seu objetivo.

Se o anúncio oferecer um e-book gratuito, a página de destino informará rapidamente como resgatá-lo. A página de destino normalmente não é o lugar para vender muito sobre quem você é ou o que faz. Você não deseja muitas distrações em sua página de destino.

Sua empresa precisa de muitas explicações? A melhor hora para entrar em detalhes é depois de capturar a liderança. Em vez disso, use sua página de destino para capturar esse lead.

Você pode incluir alguns logotipos de clientes ou outras provas sociais. Você pode adicionar alguns pontos de bala. Mantenha isso breve. Em seguida, dê às pessoas um CTA (apelo à ação).

Faça sua pesquisa de palavras-chave

O que é SEM sem [pesquisa de palavras-chave](#) ? Não é muito. Esta pesquisa mostra quais frases as pessoas estão usando para encontrar sites como o seu. Também fornece uma ideia de quanto você pagará por essa palavra-chave.

Considere como as palavras-chave se alinham à sua cópia do anúncio. não será benéfico no SEM incluir apenas o máximo de palavras-chave, se puder. Se eles não forem relevantes ou não estiverem alinhados com o anúncio, eles reduzirão seu índice de qualidade ao longo do tempo. Lembre-se, isso significa que você paga mais.



Use palavras-chave negativas

Você também precisará usar palavras-chave negativas para executar uma campanha SEM inteligente. Essas são palavras que você não deseja associar à sua marca. As pessoas podem usar essas palavras com uma palavra-chave que você está segmentando em uma pesquisa. Se você apareceu nessas pesquisas, pode parecer enganador para os pesquisadores, porque não é exatamente isso que você procura.

Ao dizer à plataforma de publicidade do mecanismo de pesquisa o que são, você reduz as chances de aparecer em pesquisas irrelevantes.

Por exemplo, você provavelmente não deseja que “gratuito” exiba seu anúncio quando alguém o usa com sua palavra-chave.

“Software de contabilidade” e “software gratuito de contabilidade” são duas coisas muito diferentes.

Mas “software gratuito de contabilidade” é uma ótima frase para segmentar se você estiver oferecendo uma avaliação gratuita como essas empresas.

Crie sua lista à medida que avança. Pode incluir palavras como as seguintes, se não se aplicarem à oferta.

- Tutorial / DIY
- eBook
- Estatísticas

Considere a diferença nesses exemplos.

Pet grooming vs pet grooming tutorial.



Gerenciamento de reputação vs eBook de gerenciamento de reputação.

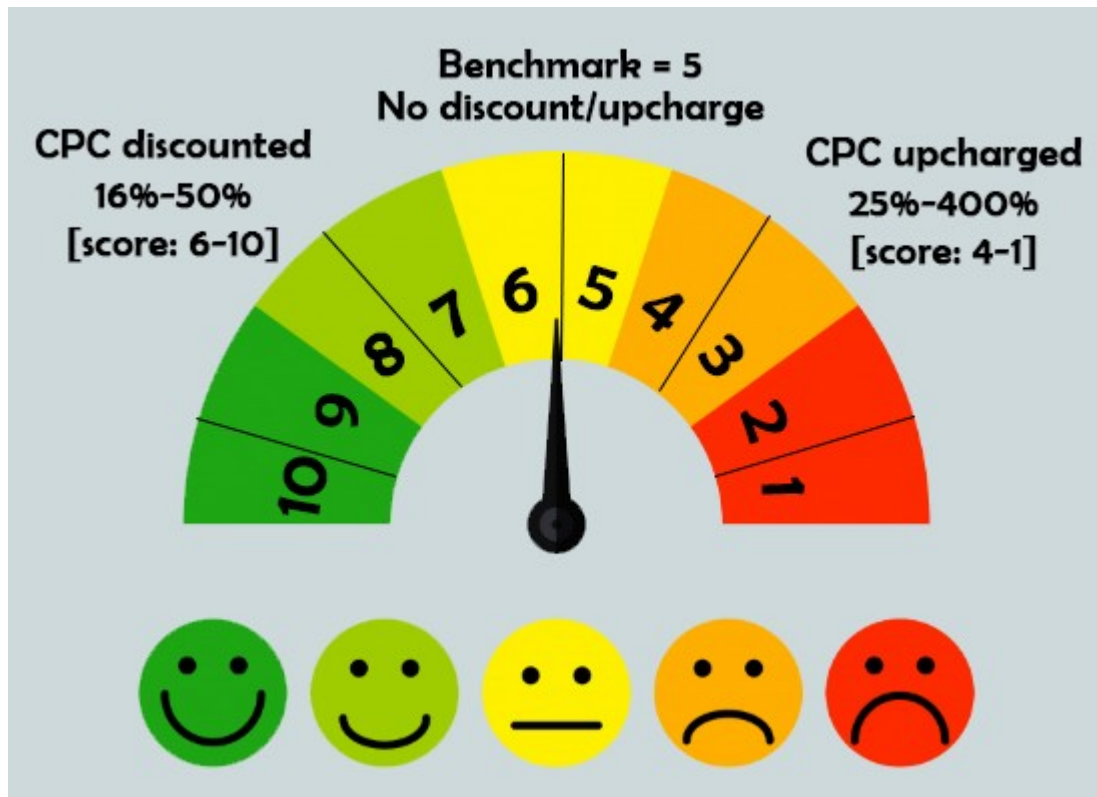
Estatísticas de marketing de vídeo versus estatísticas de marketing de vídeo.

Mantenha-se relevante para manter alto o Índice de qualidade

Mantenha o Índice de qualidade atualizado. Mantenha os custos baixos.

Nos anúncios, o índice de qualidade é determinado pelo desempenho do seu anúncio nessas áreas:

- CTR (taxa de cliques) Qual porcentagem de impressões resulta em um clique?
- Relevância da palavra-chave - se as pessoas não clicarem no anúncio ao inseri-la, o anúncio parecerá irrelevante para essa palavra-chave.
- Qualidade da página de destino - Sim, o Google está observando o que acontece depois que eles clicam no anúncio. Se a pessoa sair do seu site rapidamente ou não clicar no seu CTA, parece que você tem uma experiência ruim no site ou seu anúncio foi enganoso.
- Relevância do texto do anúncio - qual a relevância do texto do anúncio na pesquisa
- Desempenho histórico - comece a executar campanhas. Ignore o índice de qualidade. Se o fizer, leva um tempo para se recuperar, porque o Ads analisa o desempenho da sua empresa ao longo do tempo.



O índice de qualidade é um fator real na acessibilidade dos anúncios. Pessoas com uma pontuação baixa pagam até 400% a mais do que outras com uma pontuação média. Pessoas com uma pontuação excelente pagam muito menos.

O que é SEM e como isso beneficia seus negócios

É uma forma de publicidade que segmenta as pessoas quando elas procuram algo em um mecanismo de pesquisa como o Google. É uma maneira eficaz de segmentar clientes em potencial e guiá-los ao seu site. Como o SEM é tão escalável, é sempre o tamanho perfeito para pequenas empresas. Cresce à



O que é SEM? E como isso beneficia o marketing da sua empresa

medida que você cresce.

Mas você pode gastar muito no SEM, se não definir metas e orçamento. Vai custar mais se você não mantiver o índice de qualidade.

Deseja tirar o máximo proveito do seu orçamento de marketing para pequenas empresas? Trabalhe com uma empresa que pode ajudá-lo com seus problemas do “o que é SEM”, criando e gerenciando uma campanha inteligente de SEM. [Entre em contato conosco](#) hoje.