

Google Ads: você está comprando cliques ou fechando negócios?

➔ ARTIGO

Parece uma questão óbvia, mas no dia a dia das agências e departamentos de marketing existe um abismo perigoso entre o clique e o fechamento de negócio. A verdade é que o Google Ads é uma máquina de gerar tráfego, mas tráfego não é receita. Se a sua estratégia termina no clique, você não está fazendo marketing de performance, está apenas alimentando o algoritmo.

Muitas empresas vivem o que costumam chamar de 'Clique de Esperança'. Elas configuram campanhas, selecionam palavras-chave genéricas e esperam que, por milagre, aquele volume de acessos se transforme em vendas. O problema é que o clique é apenas o início de uma conversa. Um clique pode ser, por exemplo, um internauta curioso, um concorrente pesquisando seu preço ou até

alguém que clicou por engano. Em nossa empresa, a mentalidade é outra, isto é, o clique é um custo. O fechamento é o valor.

Na prática, cliques são até fáceis de conseguir, pois basta pagar o preço certo. Fechar negócios, no entanto, exige inteligência, segmentação cirúrgica e um alinhamento total entre a expectativa criada pelo anúncio e a entrega do seu comercial. Não se contente com um CTR (Click Through Rate) alto, ou seja, aquela proporção elevada de cliques em um link (anúncio, e-mail, etc.) versus o número de vezes que ele foi exibido (impressões). Exija, portanto, um ROI (Retorno sobre Investimento) real. Afinal, empresas não sobrevivem de visitas ao site, mas de contratos assinados e dinheiro na caixa.

Para transformar o Google Ads em uma máquina de vendas real, é preciso parar de olhar apenas para as 'conver-



MARCELO FREITAS

Consultor de tráfego pago e fundador da Spot-A Marketing

sões' dentro da plataforma. Muitas vezes, um formulário preenchido é celebrado como uma vitória, mas se esse lead é desqualificado, ele é apenas um custo para o seu time. A

interpretação correta dos dados deve responder a três perguntas essenciais:

Esse clique gerou um Lead Qualificado pelo Marketing (MQL)? Esse lead avançou para uma oportunidade de venda (SQL)? Qual é o custo real por cada contrato assinado e não apenas por clique?

Mas afinal aonde a venda pode se perder? Quando o Google Ads 'funciona', gera naturalmente cliques, mas quando o negócio não fecha, o erro geralmente está em um desses três fatores a seguir:

Expectativa vs. Realidade: O anúncio promete algo que a página de destino ou o produto não entrega;

Falta de Qualificação: As palavras-chave são amplas demais, atraindo o público que quer 'grátis' ou 'barato', quando seu produto é premium;

O abismo do comercial: O lead chega quente, mas a

empresa demora 24 horas para responder. No Google Ads, a velocidade é crucial, porque o lead que te achou agora está a um clique de achar seu concorrente. Defendemos, em nossa empresa, que a estratégia de Google Ads deve ser desenhada de trás para frente. Primeiro, entendemos o que é uma venda fechada para o cliente. Depois, rastreamos o caminho de volta até o clique que a originou.

Se o seu relatório de mostra números verdes, mas o seu gerenciamento de relacionamento com o cliente ou Customer Relationship Management (CRM) está no vermelho, algo está errado. O Google Ads deve ser tratado como um canal de aquisição de clientes, não como uma fonte de vaidade estatística. Portanto, muito cuidado com a valorização exagerada de certos algoritmos que apresentam apenas verdades aparentes.

Bar no Menino Deus aposta em música ao vivo e hambúrguer artesanal

➔ NOVIDADE

GUSTAVO MARCHANT

gustavos@jcrs.com.br

Sessões de narguilé, música ao vivo e hambúrgueres artesanais ditam o ritmo do **A Cúpula Bar (@acupulabaroficial)**, bar do Menino Deus que deseja se tornar referência de lazer para os moradores do bairro. Fruto da união de dois negócios distintos, o espaço, inaugurado em dezembro de 2025, na rua Barão do Teffe, nº 340, não está localizado nos grandes points noturnos da cidade, mas quer proporcionar uma experiência diferente para uma região que, de acordo com os proprietários Edgar Skavinski e Gabriel Topal, encontra-se carente quando o assunto é entretenimento.

"Hoje, quando você fala em abrir um negócio, as pessoas pensam na hora em 4º Distrito, Cidade Baixa, Bom Fim. Todo mundo está indo para esse lado. Por que não fazer diferente e

criar uma experiência distinta?", indaga Edgar, que é produtor de eventos há mais de 12 anos na Capital e ex-dono do Drop, bar na cidade baixa que acolheu mais de 60 cães durante a enchente de 2024. A tragédia, no entanto, afetou quem mais se fez solidário. O empreendedor não conseguiu manter a operação, que sequer reabriu após o nível da água baixar.

História da parceria

Edgar dedicou, nesse intervalo de pouco mais de um ano entre um negócio e outro, a maturação de um projeto que começou despretensiosamente na pandemia: a comercialização de hambúrgueres via delivery — afinal, seu ganha-pão — os eventos — não podia ser realizado em razão das orientações de distanciamento social.

Foi quando Gabriel, proprietário do Top Narga, um bar direcionado aos amantes do cachimbo de água de origem oriental, buscou investir em uma cozinha para o seu negócio, em virtude da casa servir somente bebidas e destilados em companhia com o narguilé por conta das experiências com terceirizados, nada bem sucedidas. "Hoje em dia, a comida é algo muito importante. O cara que sai numa terça, na quarta, ele não quer só beber. Ele vai para uma mesa com três ou quatro pessoas e lá pelas 20h bate a fome. Isso vira uma oportunidade essencial para qualquer bar. Quem quer trabalhar como bar,

precisa ter cozinha, senão fica difícil", afirma Gabriel.

Eis que nesse impasse surge Edgar, que tratou de oferecer seus serviços na casa do amigo que, mais tarde, se tornaria sócio. Dono do recente Crown Beef Burger (crownbeefburger_), que abriu em 18 de janeiro nas instalações do bar, ele afirma que "uniu o útil ao agradável", porque os negócios sempre andaram um ao lado do outro.

Aposta no Menino Deus

Os empreendedores, que procuram levar uma proposta diferente para o bairro, têm como objetivo atender à demanda por operações boêmias na região. "A gente já ouviu várias vezes do nosso público que o Menino Deus, apesar de ser um bairro muito bom para se morar, é carente desse tipo de espaço. A Cúpula nasce para suprir essa falta e reunir a galera do bairro. É o lugar do cara que quer sair à noite para comer um hambúrguer, pedir um petisco, tomar uma cerveja ou um chope, jogar uma sinuca e assistir ao jogo do Inter ou do Grêmio", explica Gabriel. Segundo ele, o foco principal do bar é o público dos arredores, mas a casa também recebe, em segundo plano, visitantes que acabam chegando ao local para curtir um pagode ao vivo ou experimentar um drink.

Cardápio e atrações

No que tange ao cardápio, o bar opera em duas frentes, oferecendo a nova aposta da



Edgar Skavinski e Gabriel Topal se uniram para tocar o novo negócio

casa — os hambúrgueres artesanais preparados por Edgar — e os tradicionais petiscos, como polenta, stick de queijo, guioza e dadinho de tapioca. Apesar da gastronomia estar em alta no A Cúpula, quem continua sendo o motor da casa é o narguilé. O item custa R\$ 60,00, e uma sessão dura em média 1 hora. A essência e o carvão já vêm incluídos, com destaque para os sabores de menta, melancia, cereja, Love 66, 7 Belo, Tutti Frutti e banana.

A programação musical da casa muda ao longo da semana: o pagode ao vivo é fixo aos sábados, geralmente com grupos formados por músicos locais. Nas sextas, a casa alterna entre DJs e projetos de voz e violão. Já aos domingos e, às vezes, nas quintas, rolam apresentações acústicas,

sempre variando os artistas para não repetir a programação.

Com capacidade para até 80 pessoas, o interior do local é dividido em partes, tendo o salão principal, uma área de churrasqueiras e um salão nos fundos — que lembra uma casa — onde se pode jogar sinuca. No entanto, Gabriel percebeu, a partir do retorno da clientela, que a casa funcionaria melhor com uma aura de bar de rua, com mesas do lado de fora, música "de boa", um telão — que reflete as imagens de um projetor em dias de jogos da dupla GreNal. "O cara que vem aqui não está procurando uma festa, ele quer um clima mais de boa. Para tomar um latão, sentar, comer uma porção e ver o jogo do seu time", explica o empreendedor.

Endereço e horário de funcionamento

O bar, situado na rua Barão do Teffe, nº 340, no Menino Deus, funciona de terça a sexta-feira, das 18h à meia-noite, e nos fins de semana, das 18h às 2h. Os hambúrgueres artesanais podem ser encontrados no Ifood, durante o mesmo horário do bar.