interweb

Gerado a 15/11/2026 00:28

BASE DE CONHECIMENTO · DOCUMENTO PÚBLICO

Anúncios online explicados: pesquisa, redes sociais e como começar sem desperdiçar dinheiro

E-mail, SMS e promoção

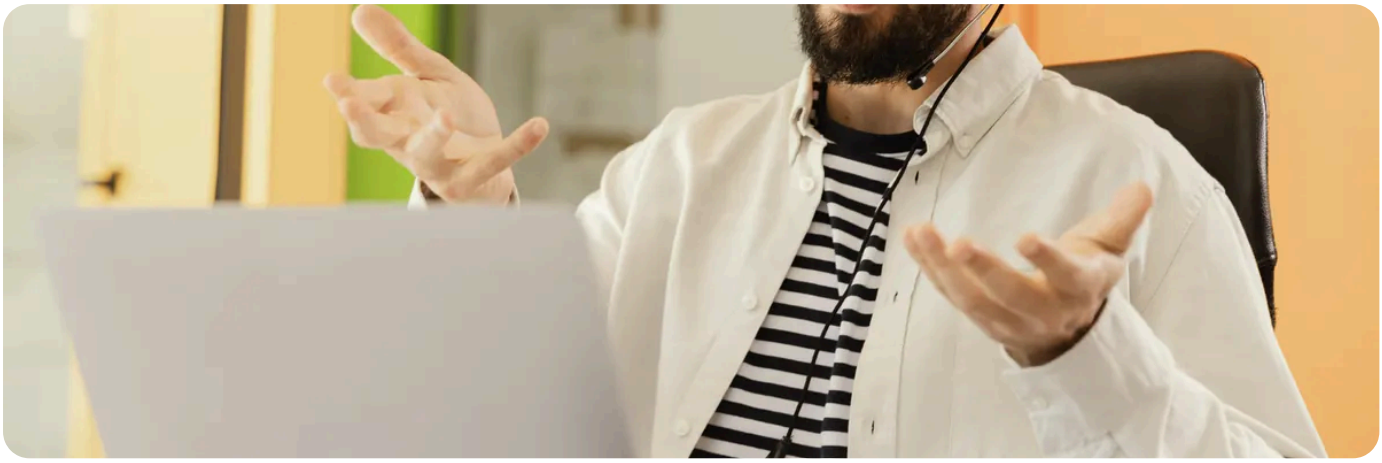
CÓDIGO	VERSÃO	PAÍS · IDIOMA
RLX-AO-KB-1200	v2026.10.10	Angola · Português

Interweb Angola
RLX Angola, Lda. · Grupo RLX Holdings
NIF 500 260 5724 · Matrícula 26464-25/250724

https://www.meu.interweb.ao/knowledgebase/1200

Anúncios online explicados: pesquisa, redes sociais e como começar sem desperdiçar dinheiro

E-mail, SMS e promoção · Criado em **10 de outubro de 2026** · 2 min de leitura



Pagar por anúncios traz visitas **enquanto paga**, ao contrário do SEO, que demora mas fica. Há dois grandes tipos: anúncios de **pesquisa**, que aparecem quando alguém procura algo, e anúncios de **redes sociais**, que aparecem a pessoas escolhidas por perfil. Este artigo explica os conceitos. Não indicamos valores, nem os vendemos: as contas de anúncios são abertas por si, junto de cada plataforma, e os preços e as regras são os dela.

Os tipos de anúncio

Tipo	Como funciona	Bom para
Pesquisa	Escolhe palavras; o anúncio aparece quando alguém as procura. Costuma pagar-se por clique.	Quem já procura o que vende. A intenção é alta.
Redes sociais	Escolhe o público (zona, idade, interesses) e mostra o anúncio entre as publicações.	Dar a conhecer algo novo a quem não o procurava.
Imagem em sites (display)	Banners em sites parceiros.	Lembrar o negócio; costuma render menos cliques.
Remarketing	Mostra o anúncio a quem já visitou o seu site.	Reconquistar quem quase comprou. Pede aviso de cookies. Veja **o aviso de cookies**.

Começar sem desperdiçar, passo a passo

1. **Defina o objectivo em números do seu negócio:** quantos pedidos de contacto, chamadas ou vendas quer, e quanto cada um vale. Sem isto não sabe se o anúncio compensa.

2 **Prepare o destino antes do anúncio.** Um anúncio bom a levar a uma página fraca é dinheiro deitado fora. Veja **páginas de aterragem**.

3 **Instale a medição.** Marque no Analytics o que conta como resultado e etiquete as ligações. Veja **ligações UTM**. Sem medição não há como saber o que funcionou.

4 **Comece pequeno, com um limite diário.** Todas as plataformas deixam definir o máximo por dia. Comece com pouco, num só objectivo, e aprenda antes de gastar mais.

5 **Nos anúncios de pesquisa, escolha palavras concretas** e acrescente palavras negativas (aquelas por que não quer aparecer, como "grátis" ou "emprego"). Isso corta cliques inúteis.

6 **Reveja ao fim de poucos dias** e depois todas as semanas: que anúncios dão resultados, quais só gastam. Pare os maus, aumente os bons.

! **Desconfie de promessas de resultados.**
Ninguém sabe à partida quanto custa um cliente no seu negócio nem quantos virão. E o anúncio não substitui um site rápido e honesto: pagar por cliques para uma página lenta ou confusa é o erro mais caro. Anúncios e SEO trabalham juntos, não são rivais. Veja **ser encontrado no Google**.

As contas de anúncios são suas.
Abra-as com o e-mail do negócio, e não com o de um funcionário que um dia pode sair. Anote quem tem acesso. Se contratar uma agência, a conta deve continuar a ser sua.

PRECISA DE AJUDA?

Vai pôr anúncios a apontar para o seu site e quer garantir que ele aguenta o aumento de visitas? Diga-nos o endereço e as datas.

Abrir um pedido de suporte →

VEJA TAMBÉM

- Páginas de aterragem →
- Ligações UTM →

Ser encontrado no Google →

Planos de hospedagem e o que cada um inclui →

interweb

Interweb Angola

RLX Angola, Lda. · Grupo RLX Holdings

NIF	500 260 5724
MATRÍCULA	26464-25/250724
SEDE	Rua Direita do Patriota, Bairro Dangereux Belas, Luanda, Angola
CONTACTOS	info@interweb.ao · +244 942 011 191 · www.interweb.ao
HORÁRIO	2ª. à 6ª. Feira - 08 à 16 Horas Sábado & Domingo - Fechado

Versão online deste documento

RLX-AO-KB-1200 · v2026.10.10 · Gerado a 15/11/2026 00:28