



Google AdWords

Hangouts en vivo de AdWords | Sesión 2

Ten más control sobre los resultados

Primeros pasos en AdWords

1

Configura tu campaña para el éxito

2

Ten más control sobre los resultados

3

Mejora tus resultados con el tiempo

Primeros pasos en AdWords

1

Configura tu campaña para el éxito

2

Ten más control sobre los resultados

3

Mejora tus resultados con el tiempo

Agenda de Hoy

1

Defina objetivos para su negocio

2

Defina métricas de desempeño clave

3

Implemente el seguimiento de conversiones

4

Interprete los datos de conversiones

Recordatorio: preguntas y respuestas en vivo

Realice sus preguntas en la aplicación de Hangouts para preguntas y respuestas, o bien publíquelas en la página de eventos.

Agenda de Hoy

1

Defina objetivos para su negocio

2

Defina métricas de desempeño clave

3

Implemente el seguimiento de conversiones

4

Interprete los datos de conversiones

Defina objetivos para su negocio

Defina su objetivo de negocio

Identifique y priorice los objetivos específicos que quiere lograr

Administre sus campañas basado en estos objetivos para medir su éxito

Definir objetivos le ayudará a realizar cambios con información fundada para mejorar el desempeño.

Defina objetivos para su negocio | Aumente el Tráfico Web

Tráfico del Sitio Web

Detalles de la cuenta donde hacer foco:

- ◆ Mejorar la calidad de los clicks
- ◆ Incrementar el CTR
- ◆ Mejorar el rendimiento de las palabras clave

Defina objetivos para su negocio | Incremente las ventas Online

Ventas Online o clientes potenciales

Detalles de la cuenta donde hacer foco:

- ◆ Incluir URLs de destino accionables en los anuncios
- ◆ Agregar el seguimiento de conversiones a la cuenta

Defina objetivos para su negocio | Incrementar llamados telefónicos

Llamadas telefónicas

Detalles de la cuenta donde hacer foco:

- ◆ Un llamado a la acción claro en los anuncios
- ◆ Extensiones de llamada en los anuncios
- ◆ Seguimiento de conversiones en la cuenta

Defina objetivos para su negocio | Incrementar el tráfico en la tienda

Tráfico en la tienda

Detalles de la cuenta donde hacer foco:

- ◆ Extensión de ubicación en los anuncios

Defina objetivos para su negocio: Extensiones de anuncio

¿Qué son?

Las extensiones de anuncio son información adicional que pueden mejorar la calidad de los anuncios y apariencia.

Enlaces

Texto destacado

Ubicación

Opinión

Llamadas

Aplicaciones



Defina objetivos para su negocio: Extensiones de anuncio

Enlaces

Enlaces a otras páginas de su sitio

Ejemplo: Contacto o página de suscripción

Ubicación

Su dirección junto con su anuncio

Llamadas

Su número de teléfono junto con el anuncio

Texto destacado

Frases comerciales y competitivas para diferenciar sus anuncios y llamados con beneficios



Preguntas

Agenda de Hoy

1

Defina objetivos para su negocio

2

Defina métricas de desempeño clave

3

Implemente el seguimiento de conversiones

4

Interprete los datos de conversiones

Defina Métricas de Desempeño Clave

Las siguientes métricas son importantes para evaluar su desempeño y cruciales para lograr sus objetivos de negocio:

Estado

Porcentaje de Clicks



También llamado CTR

Costo por Click
Promedio



También llamado CPC

Posición Promedio



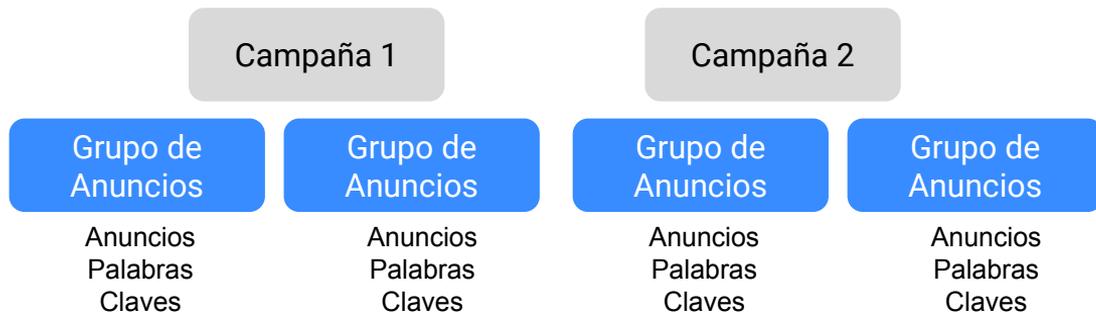
También llamado Pos.

Defina métricas de desempeño clave | Estado

Estado

Esta estructura significa que el cambio a nivel de campaña afectará los estados de los grupos de anuncios, anuncios y palabras clave.

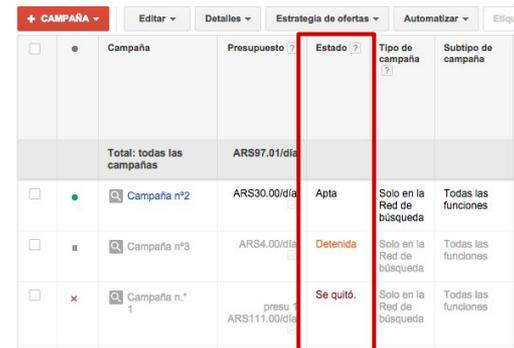
Un cambio en el estado a nivel de grupo de anuncios afectará los anuncios y palabras claves contenidos dentro de él.



Defina métricas de desempeño clave | Estado

Estado

La columna de **Estado de Campaña** en la pestaña de “Todas las Campañas en Línea” le dirá si su campaña está activa o no y si su campaña está limitada por el presupuesto.



	Campaña	Presupuesto	Estado	Tipo de campaña	Subtipo de campaña
Total: todas las campañas		ARS97.01/día			
<input type="checkbox"/>	Campaña n°2	ARS30.00/día	Apta	Solo en la Red de búsqueda	Todas las funciones
<input type="checkbox"/>	Campaña n°3	ARS4.00/día	Detenida	Solo en la Red de búsqueda	Todas las funciones
<input type="checkbox"/>	Campaña n.° 1	presu. 1 ARS111.00/día	Se quitó.	Solo en la Red de búsqueda	Todas las funciones

El **Estado del Grupo de Anuncios** le hará saber si su grupo de anuncios se encuentra activo o no.



	Grupo de anuncios	Estado	CPC máx. predet.
<input type="checkbox"/>	Limpieza	Apta	ARS6.39
<input type="checkbox"/>	Limpieza #2	Detenido	ARS6.39

Defina métricas de desempeño clave | Estado

Estado

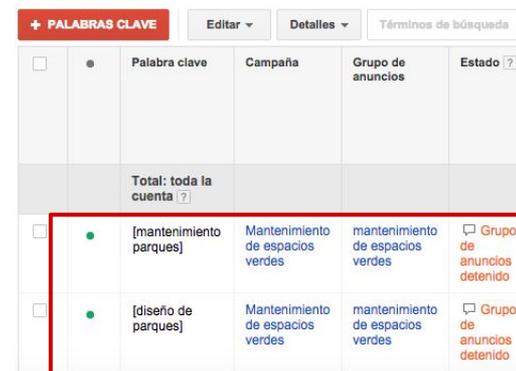
El **Estado de Anuncio** indica si un anuncio se encuentra activo o no y la razón de su estado. El estado del anuncio indica cambios de un anuncio que usted hace en el anuncio y si el anuncio cumple o no con las políticas de AdWords.

Estados de Palabras Clave

1. Mostrando Anuncios
2. El estado de las palabras clave le indica si su palabra clave dispara sus anuncios a su público objetivo. Por lo general, los estados de sus palabras clave será una de los siguientes:
 - No se muestran los anuncios, porque los anuncios, grupos de anuncios o campañas han sido pausados o quitados.
3. No se muestran los anuncios porque hay algún inconveniente con su cuenta o palabra clave.



+ ANUNCIO		Editar	Automatizar	Más acciones...	Etiquetas	Estado ?
<input type="checkbox"/>	↑	Anuncio	Campaña	Grupo de anuncios		
Total: toda la cuenta ?						
<input type="checkbox"/>	●	Mantenimiento de parques Más de 15 años de experiencia en espacios verdes. Consultenos.	Mantenimiento de espacios verdes	mantenimiento de espacios verdes		Grupo de anuncios detenido



+ PALABRAS CLAVE		Editar	Detalles	Términos de búsqueda	Estado ?	
<input type="checkbox"/>	●	Palabra clave	Campaña	Grupo de anuncios		
Total: toda la cuenta ?						
<input type="checkbox"/>	●	[mantenimiento parques]	Mantenimiento de espacios verdes	mantenimiento de espacios verdes		Grupo de anuncios detenido
<input type="checkbox"/>	●	[diseño de parques]	Mantenimiento de espacios verdes	mantenimiento de espacios verdes		Grupo de anuncios detenido

Defina métricas de desempeño clave | CTR

CTR

El CTR es el porcentaje de personas que dieron click en su anuncio luego de verlo.

$$\text{CTR} = \frac{\text{Clicks}}{\text{Impresiones}}$$

Se trata de un indicador de la calidad de su anuncio — le indica cuántas personas están interesadas en su anuncio y como resultado, visitan su sitio.

En la Red de Búsqueda, un CTR de un 1% o más es considerado bueno, aunque este valor puede variar según la ubicación, el mercado y otros factores.



Defina métricas de desempeño clave | CPC

Costo por Click Promedio

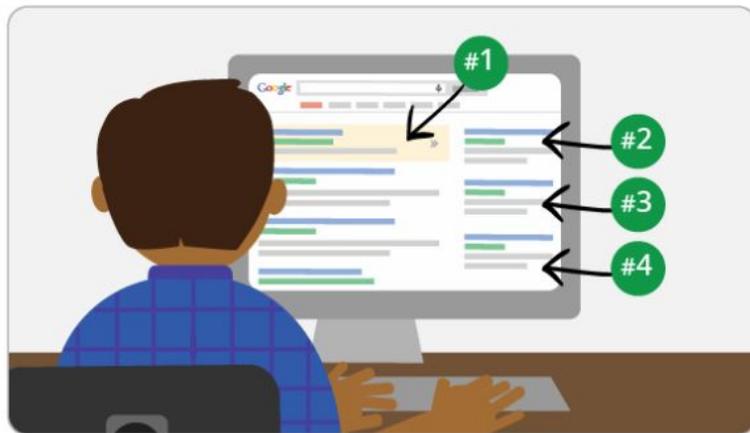
Es el costo promedio que ha pagado cada vez que alguien hizo click en su anuncio. Normalmente este valor será menor que el CPC máximo que haya establecido.



Defina métricas de desempeño clave | Posición Promedio

Posición Promedio

Indica en qué posición aparece su anuncio en la página de resultados de Google. Esto le dará una idea sobre qué tan visible es el anuncio. Desde la posición 1 hasta la 11 pueden aparecer en la primera página de resultados.





Preguntas

Agenda de Hoy

1

Defina objetivos para su negocio

2

Defina métricas de desempeño clave

3

Implemente el seguimiento de conversiones

4

Interprete los datos de conversiones

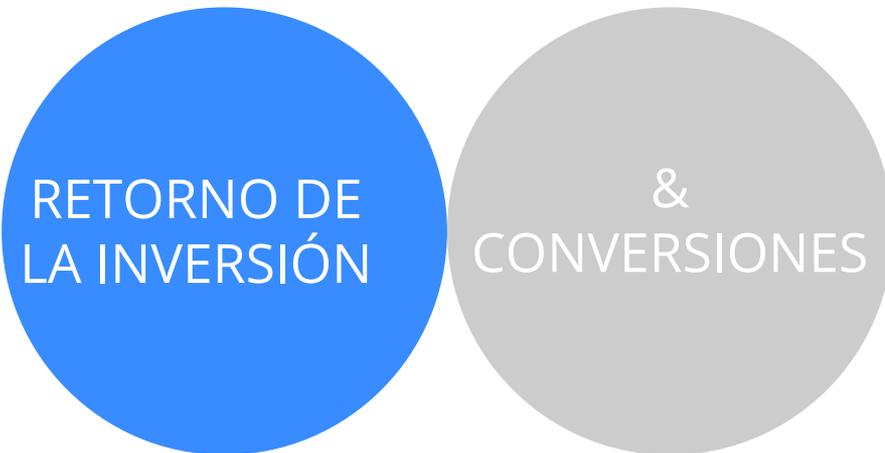
Interpretando el seguimiento de conversiones: Éxito del objetivo de negocio

¿Cómo sé si sirve para mí?

Comenzamos por mirar a información más allá de los clicks y las impresiones.

Conocer la cantidad de clicks e impresiones puede ser útil, pero también lo es entender cómo sus anuncios contribuyen al éxito de su negocio.

Conceptos relacionados
que veremos hoy



Interpretando el seguimiento de conversiones: ¿Qué son las conversiones?

¿Quién?

Las conversiones se refieren a las **personas que realizaron una acción deseada** basada en su anuncio, como:

Una compra online | Una suscripción a un *newsletter* | Una llamada a su negocio

¿Qué?

Al medir las **conversiones**, puede ver cuántas personas se transformaron en clientes

¿Cómo?

El seguimiento de conversiones de AdWords es una herramienta gratuita que le ayuda a medir esto para su cuenta

¿Por qué son importantes las Conversiones?

Las conversiones le ayudan a entender el retorno de la inversión, o el ROI.



ROI es, normalmente, **la medida más importante** para los anunciantes porque muestra el efecto real que AdWords tiene en su negocio.

Por ejemplo:

- 1 CONOZCA SUS COSTOS** \$100 para producir cada uno | Se vende por \$200
- 2 MIDA SUS CONVERSIONES** Vende 6 productos de su campaña de AdWords
- 3 MIDA SU RETORNO** Calcule su retorno de la inversión

¿Cómo medir el retorno de la inversión? (ROI)

Ejemplo

\$100 para
producir
cada uno

Se vende por \$200 cada uno Vende 6 productos como resultado
de su campaña de AdWords

Costo total de producción:	6 productos x \$100 c/u	\$600
Ventas totales:	6 productos vendidos x \$200 c/u	\$1200
Costo total de AdWords:	Costos relacionados con la campaña	\$200

$$\text{ROI} = \frac{(\text{Ventas totales} - (\text{Costos AdWords} + \text{costos de producción}))}{(\text{Costos de AdWords} + \text{costos de producción})}$$

¿Cómo medir el retorno de la inversión? (ROI)

Ejemplo

\$100 para
producir
cada uno

Se vende por \$200 cada uno
Vende 6 productos como resultado
de su campaña de AdWords

Costo total de producción:	6 productos x \$100 c/u	\$600
Ventas totales:	6 productos vendidos x \$200 c/u	\$1200
Costo total de AdWords:	Costos relacionados con la campaña	\$200

$$\text{ROI} = \frac{(\$1200 - (\$200 + \$600))}{(\$200 + \$600)} \times 100 = 50\%$$

Comprenda el seguimiento de conversiones: ¿Por qué medir las conversiones?

Conecte sus anuncios y palabras clave a los objetivos de su negocio

Las conversiones muestran qué palabras clave están ayudándolo a llegar a objetivos específicos al conectarlas con acciones y resultados.



Invierta su presupuesto de forma más inteligente

Si sabe qué palabra clave le traen más negocios y cuáles no, puede hacer inversiones más inteligentes en aquellas palabras clave de alto rendimiento.



Lo que la información de conversiones de AdWords le puede decir

Información	Definición	Lo que le puede decir
Conversiones	El número total de todas las conversiones realizadas dentro de su ventana de conversiones seleccionada luego de un click de AdWords.	Vea si su campaña está generando resultados para usted.
Clicks convertidos	El total de cada click de AdWords que resultó en una o más conversiones dentro de su ventana de conversión seleccionada.	Mida cuántos clicks le están llevando acciones valiosas para usted.
Tasa de conversión	El porcentaje de clicks que llevó a conversiones .	Mida qué tan seguido un click lleva a una conversión, en promedio.
Costo por conversión	Su costo total dividido por el total de sus conversiones.	Vea, en promedio, cuánto cuesta su conversión.



Preguntas

Agenda de Hoy

1

Defina objetivos para su negocio

2

Defina métricas de desempeño clave

3

Implemente el seguimiento de conversiones

4

Interprete los datos de conversiones

¿Cómo puede configurar el seguimiento de conversiones?

Elija durante cuánto tiempo después de un clic en el anuncio desea realizar el seguimiento de conversiones en relación con dicha acción de conversión. Puede elegir entre opciones que abarcan desde un mínimo de una semana hasta un máximo de noventa días.

VENTANA DE CONVERSIÓN

¿CUÁL ES EL PERÍODO?

OPCIÓN DE RECuento

¿QUÉ REGISTRA?



VALOR DE CONVERSIÓN

¿CUÁL ES EL VALOR?

FRAGMENTO DE CÓDIGO

GARANTICE SU EFICACIA

¿Cómo puede configurar el seguimiento de conversiones?

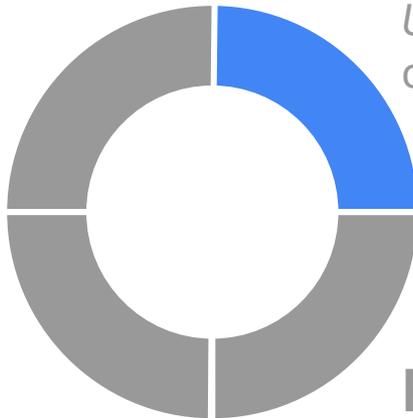
VENTANA DE CONVERSIÓN

¿CUÁL ES EL PERÍODO?



VALOR DE CONVERSIÓN

¿CUÁL ES EL VALOR?



Elija si desea que se registren todas las conversiones o solo las conversiones únicas. La opción **OPCIÓN DE RECUENTO** *Todas* resulta más conveniente si se centra en las ventas, mientras que *Únicas* es la mejor opción si se centra en los clientes potenciales.

OPCIÓN DE RECUENTO

¿QUE REGISTRA?

FRAGMENTO DE CÓDIGO

GARANTICE SU EFICACIA

¿Cómo puede configurar el seguimiento de conversiones?

VENTANA DE CONVERSIÓN
¿CUÁL ES EL PERÍODO?

OPCIÓN DE RECUENTO
¿QUÉ REGISTRA?



VALOR DE CONVERSIÓN
Elija si cada conversión tiene el mismo valor o valores variables, o bien si prefiere no registrar ningún valor.

FRAGMENTO DE CÓDIGO
GARANTICE SU EFICACIA

¿Cómo puede configurar el seguimiento de conversiones?

**VENTANA DE
CONVERSIÓN**

¿CUÁL ES EL PERÍODO?



**VALOR DE
CONVERSIÓN**

¿CUÁL ES EL VALOR?

**OPCIÓN DE
RECUENTO**

¿QUÉ REGISTRA?



**FRAGMENTO DE
CÓDIGO**

Para que el seguimiento de conversiones funcione, debe agregar un fragmento único de código HTML y el código JavaScript a su página web.
GARANTICE SU EFICACIA.

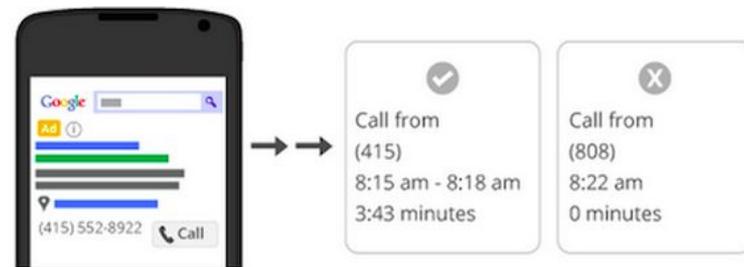


Implemente el seguimiento de conversiones

```
<!-- Google Code for aaa Conversion Page -->
<script type="text/javascript">
/*  */
var google_conversion_id =
var google_conversion_language = "en";
var google_conversion_format = "2";
var google_conversion_color = "ffffff";
var google_conversion_label = "reHtCLeRw1cQnaf00QM";
var google_conversion_value = 1.00;
var google_conversion_currency = "ARS";
var google_remarketing_only = false;</pre></div><div data-bbox="16 360 989 473" data-label="Text"><p>Con el fin de obtener resultados precisos, este fragmento <u>debe</u> colocarse en la página que sus clientes ven luego de que completan una conversión.</p></div><div data-bbox="90 495 251 538" data-label="Section-Header"><h2>SU OBJETIVO</h2></div><div data-bbox="432 491 775 538" data-label="Section-Header"><h2>UBICACIÓN DEL FRAGMENTO</h2></div><div data-bbox="45 582 57 614" data-label="Text"><p>1</p></div><div data-bbox="94 560 212 654" data-label="Text"><p><b>VENTAS<br/>DEL SITIO</b></p></div><div data-bbox="294 583 881 632" data-label="Text"><p>La página de "Gracias" que ven luego de una compra</p></div><div data-bbox="45 734 57 766" data-label="Text"><p>2</p></div><div data-bbox="94 707 270 802" data-label="Text"><p><b>REGISTROS AL<br/>NEWSLETTER</b></p></div><div data-bbox="294 730 880 780" data-label="Text"><p>La página de "Finalizado" luego de que se suscriben</p></div><div data-bbox="45 875 57 907" data-label="Text"><p>3</p></div><div data-bbox="94 852 284 951" data-label="Text"><p><b>GENERACIÓN<br/>DE CONTACTOS</b></p></div><div data-bbox="294 885 973 934" data-label="Text"><p>La página de "Enviado" luego de que completan el formulario</p></div>
```

Registrar Llamadas como conversiones

Si usó **extensiones de llamada** para añadir un número de teléfono a su anuncio, puede registrar las llamadas como conversiones.



Para contar las llamadas como conversiones necesitará usar un **Número de transferencia de llamadas de Google** con su extensión de llamada.

Es un número de teléfono único de Google que asignamos a su anuncio.



Preguntas

Haga las mejoras en su campaña un hábito

Recomendamos ingresar a su cuenta al menos semanalmente para obtener un pantallazo de sus estadísticas.

Recuerde, puede ver los datos de rendimiento en diferentes niveles de detalle en su cuenta.

Use las métricas de rendimiento que vimos para:

- 1 Entender qué funciona y qué no
- 2 Hacer ajustes para mejorar sus resultados
- 3 Invertir en los anuncios que son más efectivos

Campañas

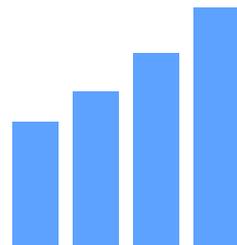
Grupos de anuncios

Anuncios

Palabras clave

Repaso de lo que vimos hoy

- Revisar las métricas de desempeño claves para calibrar el éxito
- Definir una acción deseada como conversión
- Implementar el seguimiento de conversiones para medir de forma apropiada el retorno de la inversión
- Implementar las extensiones de llamada con el seguimiento de conversiones para seguir llamadas telefónicas desde AdWords





Preguntas



Google AdWords