



Google AdWords

Hangouts en vivo de AdWords | Sesión 3

Mejore sus 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

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

Mejore el rendimiento monitoreando:

- Relevancia del anuncio de texto
- Palabras clave negativas
- Nivel de calidad
- Programación de anuncios y extensiones

2

Mejore el rendimiento con información del sitio web:

- Enlazando Google Analytics con AdWords
- Comprendiendo los reportes de Google Analytics

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

Mejore el rendimiento monitoreando:

- Relevancia del anuncio de texto
- Palabras clave negativas
- Nivel de calidad
- Programación de anuncios y extensiones

2

Mejore el rendimiento con información del sitio web:

- Enlazando Google Analytics con AdWords
- Comprendiendo los reportes de Google Analytics

Mejore el rendimiento monitoreando: anuncios de texto

Incluya una llamada a la acción clara

Una vez que se asegure que su anuncio de texto es altamente relevante para las búsquedas que lo activan, **aliente a los clientes a realizar una acción específica.**

Una fuerte y clara **llamada a la acción** le indica a los clientes lo que pueden esperar e incrementa sus chances de conversión.

Gimnasio FitnessPlus
www.ejemplo.com
Clases y ejercicio para todos.
¡Prueba nuestras clases!

Juguetes para Niños
www.ejemplo.com
Hoy, 20% de descuento.
Envío gratuito a todo el país.

Restaurante Italiano
www.ejemplo.com
Pasta, Pizza y más
¡Reserve su mesa ahora!

Mejore el rendimiento monitoreando: anuncios de texto

Relacionando sus palabras clave y anuncios de texto directamente **incrementará la probabilidad de un click.**

1

Relevancia

2

Términos específicos

3

Términos relacionados con conversiones

Para atraer compradores serios, quizá quisiera probar usando anuncios de texto con palabras relacionadas con conversiones como *comprar*, *compra* u *orden*.

Para filtrar clientes que todavía están investigando debería evitar usar anuncios de texto o palabras clave que sean muy amplias.

Mejore el rendimiento monitoreando: palabras clave negativas

¿Qué son las palabras clave negativas?

Identifique frases de búsqueda irrelevantes que hayan activado su anuncio en el **Reporte de Términos de Búsqueda**

Identifique las palabras clave o conjunto de palabras dentro de la frase de búsqueda que hacen irrelevante a su anuncio.

Añada sólo la porción irrelevante como una palabra clave negativa, no la frase completa

Negocio

Tienda relojes de
alta gama

Frase de
búsqueda
irrelevante

reloj de oro barato

Palabra clave
actual

reloj de oro

Idea de palabra
clave negativa

barato

Mejore el rendimiento monitoreando: nivel de calidad

¿Qué es?

El nivel de calidad es **una medida de cuán relevantes son sus anuncios, palabras clave y página de destino** para la persona que está realizando la búsqueda.

Cada vez que alguien hace una búsqueda que activa su anuncio AdWords calcula un nivel de calidad para esa palabra clave.



Mejore el rendimiento monitoreando: nivel de calidad

¿Qué es?

Un mejor nivel de calidad puede incrementar su exposición y obtener más clicks para su presupuesto publicitario. **Esto significa un mayor retorno de la inversión.**

Para diagnosticar sus palabras clave, haga clic en el globo de diálogo blanco junto al estado para cualquier palabra clave en la pestaña de Palabras Clave.

+ PALABRAS CLAVE		Editar ▼	Detalles
☐		Palabra clave	Estado ?
☐	●	[mantenimiento parques]	Apta

Palabra clave: **diseño de parques**

¿Se publican los anuncios en este momento?

No • Actualmente, esta campaña no está habilitada.

Nivel de calidad [Más información](#)

6/10 Porcentaje de clics esperado: **Promedio**
Relevancia del anuncio: **Promedio**
Experiencia de la página de destino: **Promedio**

[Vista previa y diagnóstico de anuncios](#)

Mejore el rendimiento monitoreando: nivel de calidad

El nivel de calidad depende de tres factores:

Porcentaje de
clicks esperado



La probabilidad de que sus anuncios reciban un click cuando se muestran para esa palabra clave, independientemente de la posición del anuncio .

Relevancia del
anuncio



Qué tan relacionada está su palabra clave con el anuncio.

Experiencia en la
página de destino



Qué tan relevante y útil será la página de destino para las personas que hacen click en su anuncio.

Mejore el rendimiento monitoreando: extensiones de anuncio

¿Qué son?

Las extensiones de anuncio son información adicional que puede mejorar la calidad de sus anuncios y la apariencia.

Enlaces

Texto destacado

Ubicación

Opinión

Llamadas

Aplicaciones



Mejore el rendimiento monitoreando: programación de anuncios



¿Qué es?

Determine los días de la semana y horarios del día en que sus anuncios **estarán disponibles**.

Esto le ayudará a concentrarse en los horarios en los que estará disponible para recibir llamadas y vender productos.

Si es una tienda online, puede mantenerlo 24h/7. Pero si su objetivo principal es recibir llamadas telefónicas, programe la campaña para que coincida con sus horarios de trabajo.

Mejore el rendimiento monitoreando: ajustes de oferta

¿Qué son?



Defina las preferencias de ranking del anuncio para configuraciones específicas de su cuenta.

Ya sea una tienda online o un servicio, esto le ayudará a concentrar sus esfuerzos, inversión y CPC en configuraciones y circunstancias que son más favorables para su negocio y tengan mayor probabilidad de ganar ventas.

Mejore el rendimiento monitoreando: ajustes de oferta

¿Qué son?



Ajuste de ubicación

Configure CPCs más altos para regiones que son más importantes para usted y son más competitivas.

Ajuste de programación
de anuncios

Establezca CPCs más altos para días de la semana y horarios del día que son importantes para usted y más competitivos.

Ajuste de dispositivos

Configure CPCs para dispositivos móviles con navegadores completos para tener más impacto en los usuarios.

?

Preguntas

Agenda de hoy

1

Mejore el rendimiento monitoreando:

- Relevancia del anuncio de texto
- Palabras clave negativas
- Nivel de calidad
- Programación de anuncios y extensiones

2

Mejore el rendimiento con información del sitio web:

- Enlazando Google Analytics con AdWords
- Comprendiendo los reportes de Google Analytics

Mejore su rendimiento: Página de Destino

Relevancia de la página de destino

Cuando un cliente hace click en su anuncio, espera llegar a una página que sea **relevante** para el contenido que vio en su anuncio.

Si no encuentra de forma inmediata lo que espera, tiene más probabilidades de abandonar su sitio web.



Mejore su rendimiento: Página de Destino

Haga que la página de destino coincida con su anuncio

Elija una página de destino que coincida adecuadamente con su anuncio y sus palabras clave.

Facilite la navegación

Los clientes deben ser capaces de realizar la acción que usted desea de manera rápida y fácil, como hacer un pedido de su producto, llamar a su número telefónico o enviar una consulta.



?

Preguntas

Mejore su rendimiento: Comportamiento del Usuario

¿Obtiene clics, pero no se generan conversiones?

Este es un buen momento para centrarse en **optimizar su sitio web** para mejorar el rendimiento de su anuncio.

Google Analytics es una herramienta gratuita que puede ayudarlo con esta tarea. Le permite acceder a información como la que se indica a continuación:

- *la cantidad de usuarios que visitan su sitio*
- *la cantidad de tiempo que pasan allí*
- *el lugar de donde provienen*
- *muchos datos más*



Mejore su rendimiento: Comportamiento del Usuario

¿Cómo funciona con AdWords?

Si vincula Google Analytics con su cuenta de AdWords, **puede revisar fácilmente la eficacia de su página de destino** para los clientes obtenidos a partir de sus anuncios de AdWords.



Esta información puede ayudarlo a hacer lo siguiente:



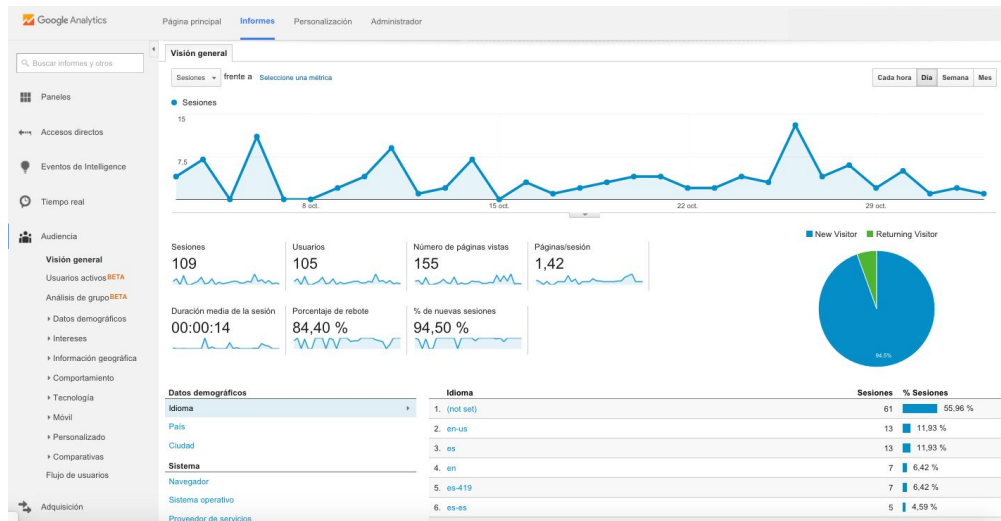
- 1 Comprender mejor el retorno de su presupuesto de AdWords
- 2 Tomar decisiones más inteligentes en relación con los cambios en su cuenta de AdWords

Informes de público de Google Analytics

Google Analytics: Informes

Informe de Público

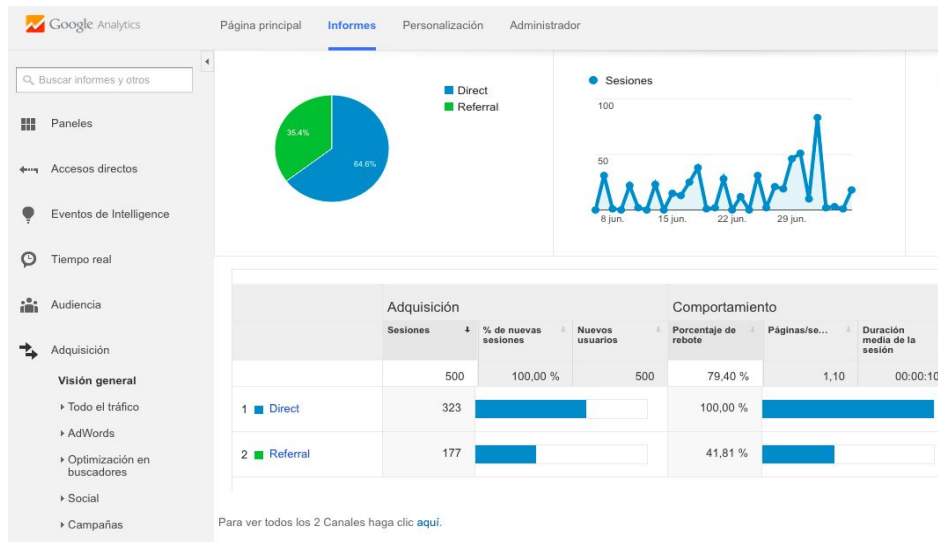
Este informe le proporciona más información sobre los tipos de **visitantes** que **llegan a su sitio** (en función de datos demográficos, lugares, idiomas, dispositivos, etc.)



Google Analytics: Informes

Informe de Adquisición

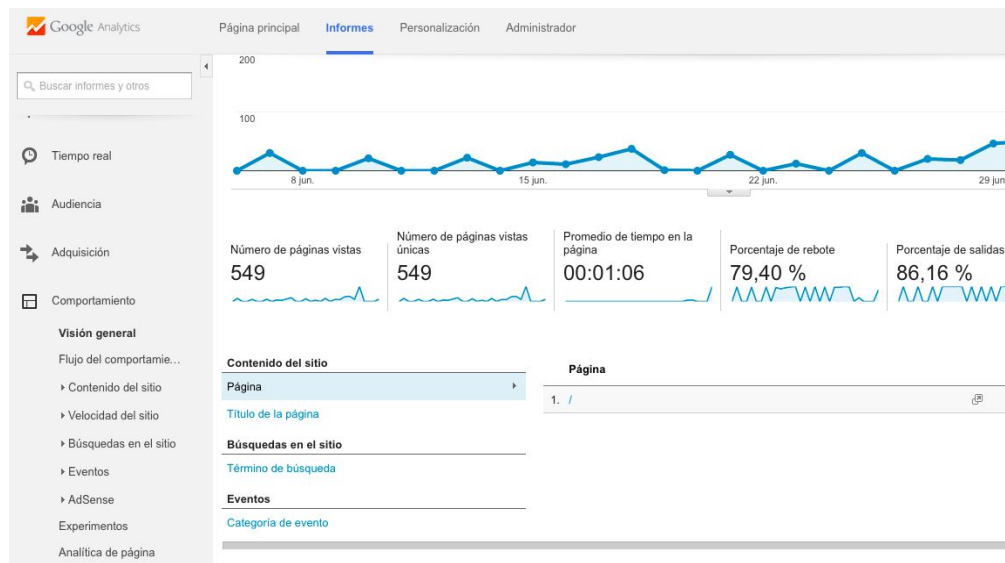
Este informe le permite **comparar el tráfico de diferentes fuentes**, desde su campaña de AdWords hasta fuentes que no pertenecen a AdWords.



Google Analytics: Informes

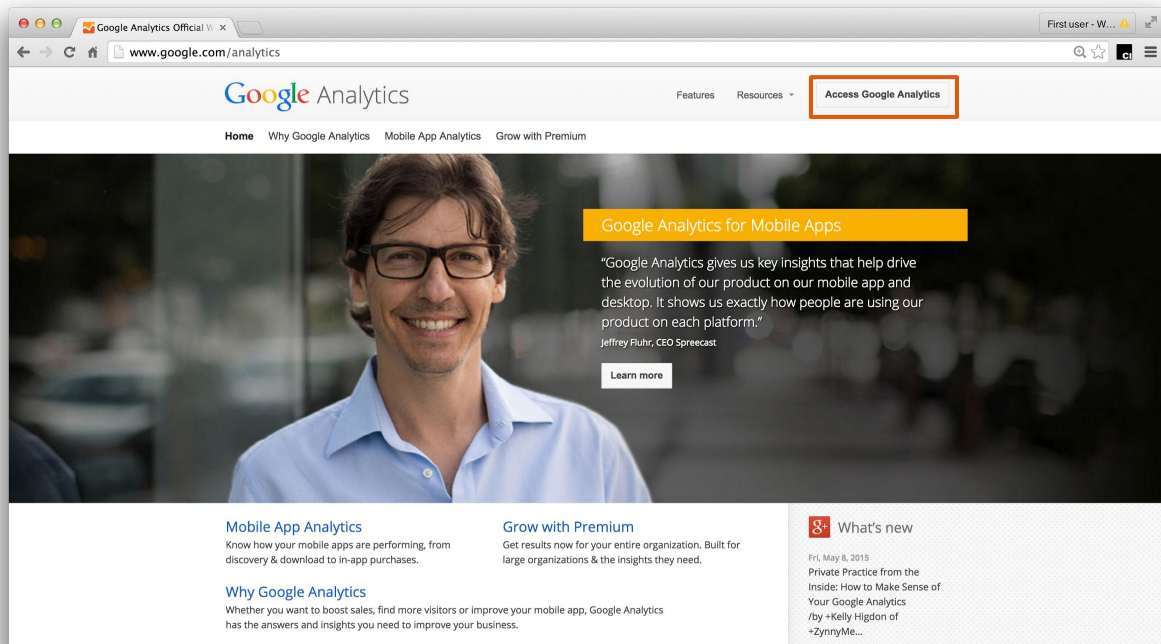
Informe de comportamiento

Este informe **puede ayudarlo a mejorar el contenido de su sitio** para adaptarlo mejor a las necesidades y expectativas de sus visitantes.



¿Cómo puede activar Google Analytics?

Regístrese para obtener una cuenta gratuita en [google.com/Analytics](https://google.com/analytics). Haga clic en el botón **Acceder a Google Analytics** y siga las instrucciones.



Administración

Ecología Urbana

CUENTA

Ejemplo

 Configuración de la cuenta Gestión de usuarios Todos los filtros Historial de cambios Papelera

PROPIEDAD

Ejemplo

 Configuración de la propiedad Gestión de usuarios Información de seguimiento

ENLACE CON OTROS PRODUCTOS

 Enlace de AdWords Enlaces de AdSense Enlace de Ad Exchange Todos los productos Notificaciones Remarketing Definiciones personalizadas Importación de datos

VER

All Web Site Data

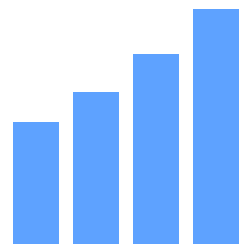
 Ver configuración Gestión de usuarios Objetivos Agrupación de contenido Filtros Configuración del canal Configuración de comercio electrónico Cálculo de métricas **BETA**

HERRAMIENTAS Y ELEMENTOS PERSONALES

 Segmentos anotaciones Modelos de atribución Agrupaciones de canales personalizados

Revisión

- Monitorear y mejorar su desempeño con:
 - Relevancia del Anuncio
 - Palabras Clave Negativas
 - Nivel de Calidad
 - Extensiones y Programación de Anuncios
- Usar esta información para guiarse y hacer cambios fundados para mejorar el desempeño y maximizar el rendimiento del presupuesto.
- Usar Google Analytics para comprender el comportamiento del usuario en el sitio. En base a esa información, hacer cambios en el sitio y los anuncios para mejorar los resultados.



?

Preguntas



Google AdWords