

Google Partners Academy

Comenzamos en unos instantes



Google Partners Academy

Mejores prácticas (Básico)



Temas Clase Anterior:

Maximizando las oportunidades en móviles

¿Por qué pensamos en dispositivos móviles?

Campañas de móvil: ¿Para qué público?

Agenda de la Clase de hoy:

Mejores Prácticas en la Red de Búsqueda

Mejores Prácticas en la Red de Display

Mejores Prácticas para campañas de Video

Recomendaciones



g.co/GPA

Todas las clases en línea en un solo lugar



¿Preguntas?

¡Realicen sus preguntas debajo del video y al final de la clase las responderemos!

#AdWordsAyuda



@AdWordsES



+GoogleParaTuNegocio



/AdWordsES



/AprendeConGoogle

¡Encuesta!

Denos su opinión y sugiera temas.
Acceda a la presentación al completarla.

Mejores prácticas en la Red de Búsqueda

Red de Búsqueda



Configuración

Grupos de anuncios

Configuración

Anuncios

Palabras clave

Público

Extensiones de anuncios

Dimensiones

Grupos de anuncios

Configuración

Anuncios

Palabras clave

Público

Extensiones de anuncios

Dimensiones



Toda la configuración

Ubicaciones

Programación de anuncios

Dispositivos

Configuración de la campaña

Nombre de la campaña **Arreglos Florales** [Editar](#)

Tipo [?](#)

Elija el tipo de campaña al que desea cambiarse:

Si cambia de un tipo a otro, se pueden ocultar o mostrar algunos informes y funciones.

Solo en la Red de búsqueda ▾

☐ **Estándar** (No se recomienda.) [?](#)

☒ **Todas las funciones** - Todas las características y opciones disponibles para la Red de Búsqueda [?](#)



☐ **Participación en aplicaciones para celulares** (No se recomienda.) [?](#)

☐ **Anuncios dinámicos de búsqueda** (No se recomienda.) [?](#)

[Obtener más información acerca de los tipos de campaña](#)

Guardar

Cancelar

Idioma: Todos los idiomas

Ubicaciones: Ser específicos o apuntar a todo el país con ajuste de oferta en las zonas donde nos interesa posicionarnos mejor.

Ofertas: Manuales

Ajustes de Oferta:

- Ubicación [video sobre cómo configurarlo](#)
- Programación de Anuncios [video sobre cómo configurarlo](#)
- Dispositivos [video sobre cómo configurarlo](#)



Grupos de Anuncios

Grupos de anuncios

Configuración

Anuncios

Palabras clave

Público

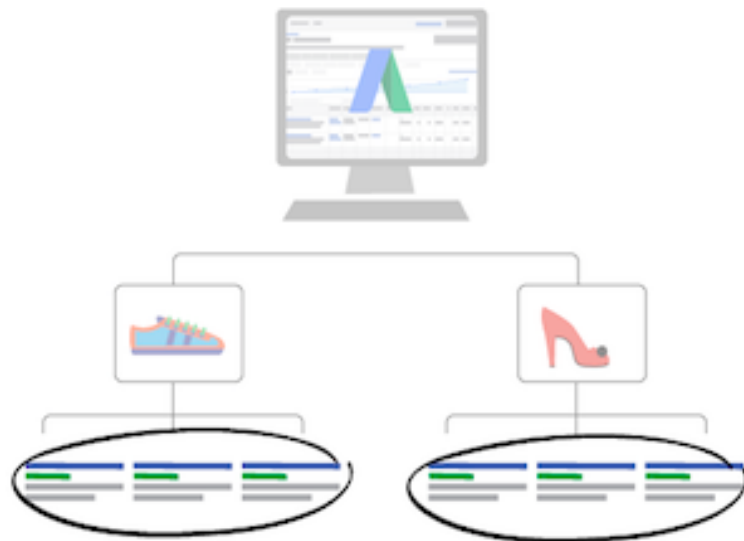
Extensiones de anuncios

Dimensiones

Un grupo de anuncios es un **conjunto de palabras clave, anuncios y ofertas**.

Cada campaña tiene **uno o más grupos de anuncios**.

Si ofrecemos distintos productos / servicios: **grupos de anuncios individuales por cada producto / servicio**.



[Haga click aquí para ver un video sobre cómo crear un grupo de anuncios](#)

Palabras clave

Utilizar distintos tipos de **concordancia de palabra clave**

[Haga click aquí para ver un video sobre las concordancias de palabras clave](#)

- **Amplia**
- **Amplia modificada**
- **De frase**
- **Exacta**

zapatos de mujer
zapatos de +mujer
"zapatos de mujer"
[zapatos de mujer]

Añadir **Palabras clave negativas**

[Haga click aquí para ver un video sobre cómo agregar palabras claves negativas](#)

Grupos de anuncios

Configuración

Anuncios

Palabras clave

Público

Extensiones de anuncios

Dimensiones

Anuncios

- Crear **más de un anuncio** por grupo
- Anuncios **optimizados para dispositivos móviles**
- **URL de Destino** relevante
- Colocar una **llamada a la acción y promociones**
- Incluir **al menos una de nuestras palabras claves** en los anuncios



Grupos de anuncios

Configuración

Anuncios

Palabras clave

Público

Extensiones de anuncios

Dimensiones

[Haga click aquí para ver un video sobre cómo agregar anuncios](#)

Anuncios

Estructura:

Título	<input type="text" value="Apart Hotel en Ushuaia"/>
Línea descriptiva 1	<input type="text" value="Excelente ubicación y precio."/>
Línea descriptiva 2	<input type="text" value="20% Off en Febrero. ¡Reserve hoy!"/>
URL Visible	<input type="text" value="www.hotelejemplo.com"/>
URL de destino	<input type="text" value="http://"/> <input type="text" value="www.hotelejemplo.com/promociones"/>
Preferencia de dispositivo	<input type="checkbox"/> Celulares

Grupos de anuncios

Configuración

Anuncios

Palabras clave

Público

Extensiones de anuncios

Dimensiones

Anuncios

Inserción de Palabra Clave: función que realiza una **actualización dinámica de los textos de anuncios** incluidos en sus palabras clave, que coinciden con los términos de la búsqueda de los clientes.

Debemos insertar el siguiente código en el anuncio:

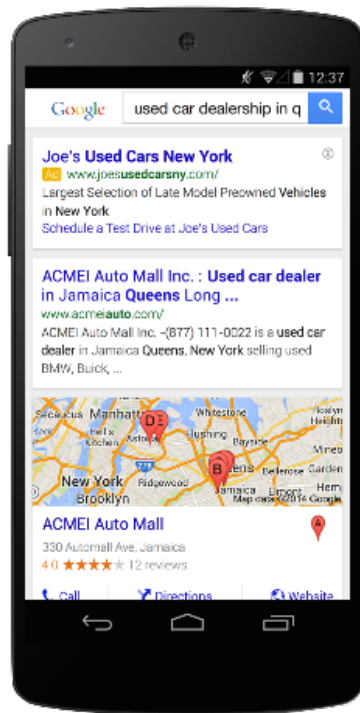
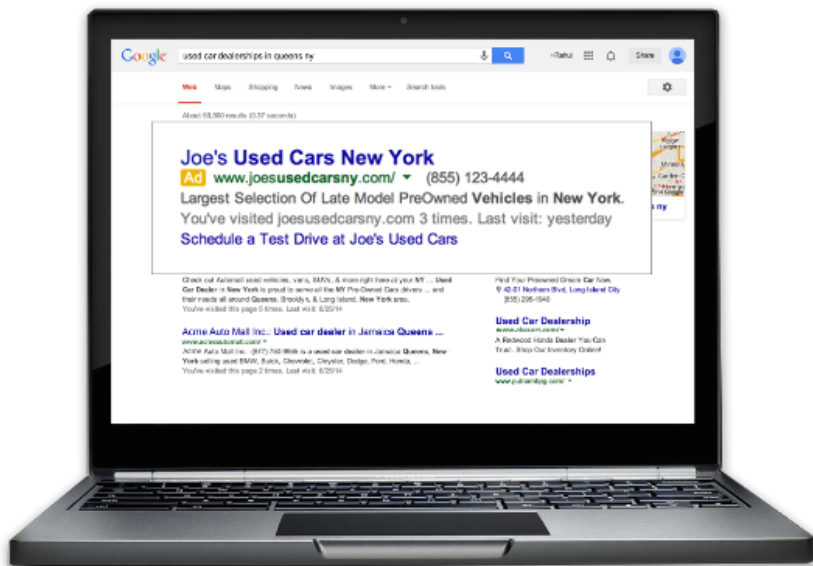
{Keyword:texto predeterminado}

Título ?	{Keyword:tHotel en Ushuaia}
Línea descriptiva 1 ?	Excelente ubicación y precio.
Línea descriptiva 2 ?	20% Off en Febrero. ¡Reserve hoy!
URL Visible ?	www.hotelejemplo.com
URL de destino ?	<input type="text" value="http://"/> <input type="text" value="www.hotelejemplo.com/promociones"/>
Preferencia de dispositivo ?	<input type="checkbox"/> Celulares

[Grupos de anuncios](#)[Configuración](#)[Anuncios](#)[Palabras clave](#)[Público](#)[Extensiones de anuncios](#)[Dimensiones](#)

[Haga click aquí para ver cómo utilizar la inserción de palabra clave](#)

Extensiones de Anuncios



Extensión de Llamada

Google AdWords - Google.com.ar

Ad www.google.com.ar/AdWords 0800-333-0883

Llegue a nuevos clientes anunciando en Google AdWords. Empiece Ahora.

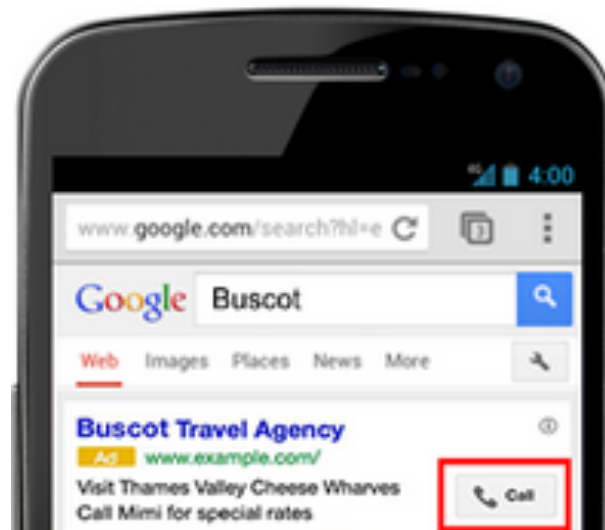
Cómo Funciona

Cuánto Cuesta

Crear Cuenta de AdWords

Cómo Empiezo

[Haga click aquí para ver un video sobre cómo configurarla](#)



Grupos de anuncios

Configuración

Anuncios

Palabras clave

Público

Extensiones de anuncios

Dimensiones

Extensiones de Ubicación

Google AdWords - Google.com.ar

Ad www.google.com.ar/AdWords ▼ 0800-333-0883

Llegue a nuevos clientes anunciando en **Google AdWords**. Empiece Ahora.

 Av. Ejemplo 123, Ciudad, Provincia

[Haga click aquí para ver un video sobre cómo añadir esta extensión](#)

Grupos de anuncios

Configuración

Anuncios

Palabras clave

Público

Extensiones de anuncios

Dimensiones

Extensiones de Vínculos (o Enlaces) a Sitios

Google AdWords - Google.com.ar

Ad www.google.com.ar/AdWords ▼ 0800-333-0883

Llegue a nuevos clientes anunciando en **Google AdWords**. Empiece Ahora.

Cómo Funciona

Cuánto Cuesta

Crear Cuenta de AdWords

Cómo Empiezo

[Haga click aquí para ver un video sobre cómo añadir esta extensión](#)

Grupos de anuncios

Configuración

Anuncios

Palabras clave

Público

Extensiones de anuncios

Dimensiones

Seguimiento de Conversiones

Muestra lo que sucede **después** de que un cliente hace click en sus anuncios:

¿Compró el producto?, ¿Se suscribió al boletín informativo?, ¿Completó un formulario para obtener más información?

Nos permite **invertir** en los elementos con mejor rendimiento y consecuentemente **aumentar el ROI (retorno de la inversión)**.

[Haga click aquí para ver un video que explica cómo configurarlo](#)

Página principal

Campañas

Oportunidades

Herramientas

Historial de cambios

Conversiones

Google Analytics

Google Merchant Center

Planificador de palabras clave

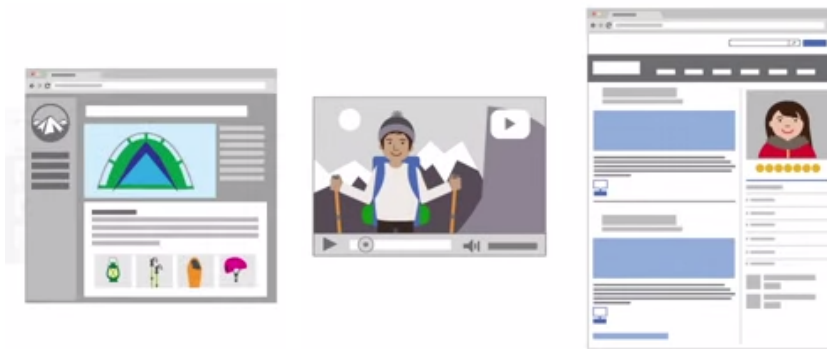
Planificador de la Red de Display

Vista previa y diagnóstico de anuncios

Mejores prácticas en la Red de Display

Red de Display

Conjunto de sitios web que muestran anuncios de AdWords.



Grupos de anuncios

Configuración

Anuncios

Extensiones de anuncios

Dimensiones

Red de Display

Configuración

Grupos de anuncios

Configuración

Anuncios

Palabras clave

Público

Extensiones de anuncios

Dimensiones

Crear una campaña **sólo para la red de Búsqueda** y una **sólo para la red de Display**

Idioma: Todos los idiomas

Ubicaciones: Ser específicos o apuntar a todo el país con ajuste de oferta en las zonas donde nos interesa posicionarnos mejor.

Ofertas: Manuales

Ajustes de Oferta:

- Ubicación [video sobre cómo configurarlo](#)
- Programación de Anuncios [video sobre cómo configurarlo](#)
- Dispositivos [video sobre cómo configurarlo](#)

Grupos de Anuncios

Grupos de anuncios

Configuración

Anuncios

Palabras clave

Público

Extensiones de anuncios

Dimensiones

Grupos de Anuncios

- Crear **un grupo de anuncios por cada segmentación** que deseemos aplicar:
 - Palabras Clave
 - Temas
 - Intereses y Remarketing
 - Ubicaciones

Grupos de anuncios

Configuración

Anuncios

Extensiones de anuncios

Dimensiones

Red de Display



+ ORIENTACIÓN

Palabras clave de Red de Display

Ubicaciones

Temas

Intereses y remarketing

Datos demográficos

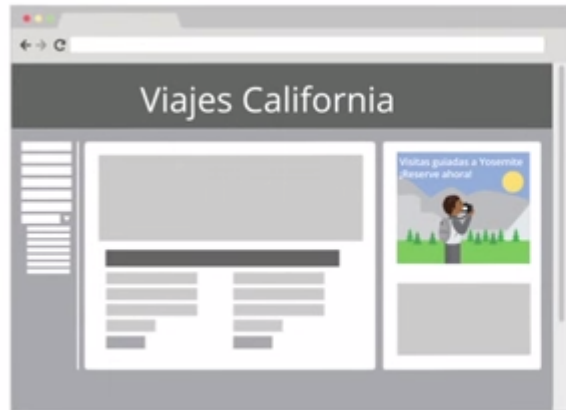
Anuncios

- Crear tanto **anuncios de texto** como **anuncios de imagen** en la mayor cantidad de formatos posibles.
- Añadir **anuncios para móviles**.

[Haga click aquí para ver un video sobre cómo añadir anuncios de imagen](#)

[Haga click aquí para ver un video sobre cómo añadir anuncios de texto](#)

Google AdWords - Google.com.ar
Ad www.google.com.ar/AdWords 0800-333-0883
Llegue a nuevos clientes anunciando en Google AdWords. Empiece Ahora.
[Cómo Funciona](#) [Cuánto Cuesta](#)
[Crear Cuenta de AdWords](#) [Cómo Empiezo](#)



Grupos de anuncios

Configuración

Anuncios

Palabras clave

Público

Extensiones de anuncios

Dimensiones

Exclusiones de Sitios

- Añadir **exclusiones de sitios** y/o **exclusiones de categorías**

Ubicaciones

Evite que los anuncios se publiquen en sitios web específicos. [Más información](#)

Ubicaciones

Listas

Ingrese una ubicación por línea:

Ubicaciones seleccionadas: 1

« ejemplo.com

Agregar ubicaciones

Opciones de categorías de sitios

Excluya categorías de la Red de Display de sitios, contenido o ubicaciones del anuncio en los que no desea que se publiquen sus anuncios. [Más información](#)

Contenido delicado

- ☒ Delincuencia, policía y emergencias [?](#)
- ☒ Muerte y tragedias [?](#)
- ☒ Conflictos militares e internacionales [?](#)
- ☒ Contenido inmaduro, soez y extraño [?](#)
- ☒ Lenguaje profano y grosero [?](#)

Etiqueta de contenido digital

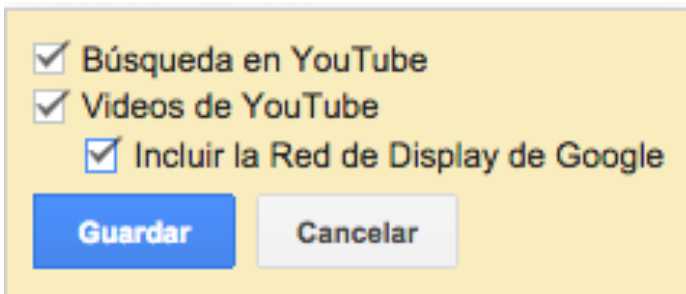
- ☒ Público general (DL-G)
- ☒ Público con supervisión de los padres (DL-PG)
- ☒ Público adolescente en adelante (DL-T)
- ☒ No apto para menores (DL-MA)
- ☒ Aún sin etiquetar

[Haga click aquí para ver un video sobre cómo excluir categorías de sitios](#)

Mejores Prácticas para Campañas de Video

Configuración

- Orientar nuestra campaña a los **3 tipos de redes:**
 - Búsqueda en YouTube
 - Videos de YouTube
 - Incluir la red de Display de Google

A screenshot of a configuration dialog box with a yellow background. It contains three checked checkboxes: 'Búsqueda en YouTube', 'Videos de YouTube', and 'Incluir la Red de Display de Google'. At the bottom, there are two buttons: 'Guardar' (blue) and 'Cancelar' (gray).

☒ Búsqueda en YouTube
☒ Videos de YouTube
☒ Incluir la Red de Display de Google

Guardar Cancelar

[Haga click aquí para ver un video sobre cómo crear una campaña de video](#)

Anuncios

Videos

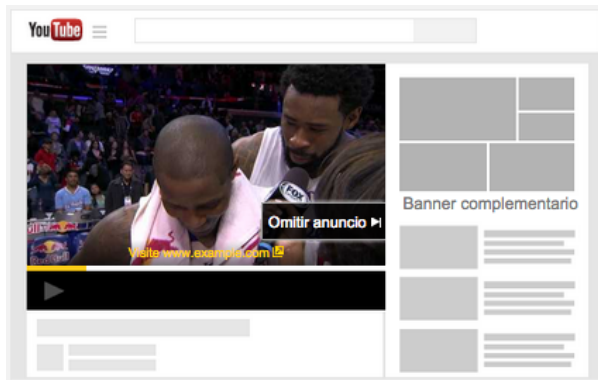
Orientaciones

Configuración

Anuncios de Video

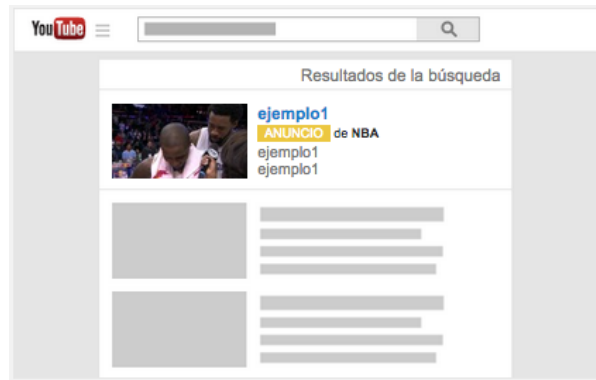
- Añadir anuncios de video **In-Stream** e **In-Display**

In-Stream



Paga si se reproduce 30 segundos o el anuncio completo, lo que ocurra primero.

In-Display



Paga cuando por clic en el anuncio

- Resultados de búsqueda de YouTube
- Videos relacionados de YouTube
- Anuncio superpuesto de YouTube
- Sitios web asociados

Campañas

Anuncios

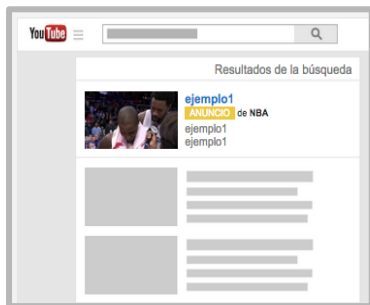
Videos

Orientaciones

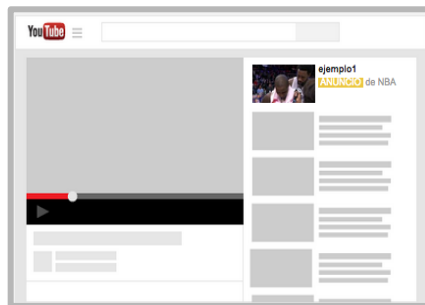
In-Display



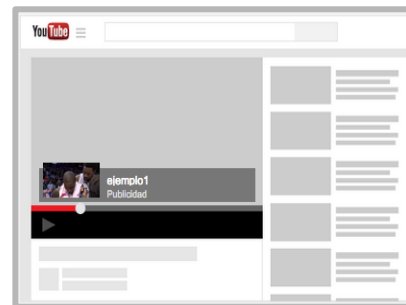
En sitios web asociados



En resultados de búsqueda de YouTube




En videos relacionados de YouTube



Como anuncio superpuesto de YouTube

Vincular AdWords con su canal de YouTube



The screenshot shows the Google AdWords interface. The top navigation bar includes 'Página principal', 'Campañas' (highlighted), 'Oportunidades', and 'Herramientas'. The left sidebar contains links for 'Todas las campañas en línea', 'Todas las campañas de video', 'Biblioteca compartida', and 'Ayuda'. The main content area is titled 'Vincular un canal de YouTube' and includes a description of the benefits of linking a YouTube channel to an AdWords account. It lists three key opportunities: 'Número de vistas y llamado a la acción', 'Remarketing', and 'Participación'. A large blue button labeled '+ Vincular un canal de YouTube' is prominently displayed on the right side of the main content area.

Google AdWords

Página principal **Campañas** Oportunidades Herramientas

Todas las campañas en línea

Todas las campañas de video

- Campaña n.º 3
- Campaña video

Biblioteca compartida

- Cuentas de YouTube vinculadas
- Listas de remarketing de video

Ayuda

- Cómo empezar
- ¿Por qué debería vincular sus canales de YouTube?

Vincular un canal de YouTube

Vincule un canal de YouTube con una cuenta de AdWords para video y aproveche las siguientes oportunidades:

- Número de vistas y llamado a la acción**
Acceda a las estadísticas de vista de sus videos y también agregue llamados a la acción superpuestos en los videos.
- Remarketing**
Muestre anuncios a las personas que visiten su canal e interactúen con él.
- Participación**
Mida el impacto de los anuncios de video mediante el seguimiento del comportamiento de los visitantes de su canal.

Vincule su canal de YouTube a su cuenta de AdWords para desbloquear más funciones e informes.

[+ Vincular un canal de YouTube](#)

[Haga click aquí para ver cómo vincular AdWords con su canal de YouTube](#)

Recomendaciones

Campaña de Búsqueda

- Añadir al menos **10 palabras clave negativas**
- Al menos **2 anuncios** por grupo de anuncios
- Como mucho, **50 palabras clave** por grupo de anuncios
- Configurar **extensiones de ubicación** y **llamada**
- Configurar el **Seguimiento de Conversiones**

Campaña de Display

- Añadir **ubicaciones gestionadas**
- Agregar anuncios de **texto y de imagen** en todos los formatos posibles
- Como máximo, **50 palabras claves** por grupo de anuncios
- Incorporar **palabras clave negativas**
- Configurar el **Seguimiento de Conversiones**

Campaña de Video

- Añadir **orientaciones**, tener cuidado que no se superpongan
- Agregar al menos **10 palabras claves**
- Añadir **exclusiones**
- Vincular **AdWords** y su **canal de YouTube**

Google Partners Academy

Próxima clase:
Mejores Prácticas (Avanzado)



Póngase en contacto con nosotros



[Llámenos](#)



[Chat](#)



[E-mail](#)



[Consulte a
Expertos](#)



[Aprenda](#)



¿Preguntas?

¡Realicen sus preguntas debajo del video y al final de la clase las responderemos!



g.co/GPA

Todas las clases en línea en un solo lugar

¡Encuesta!

Denos su opinión y sugiera temas.
Acceda a la presentación al completarla.

¡Gracias!



¿Preguntas?

¡Realicen sus preguntas debajo del video y al final de la clase las responderemos!