

# Google Pymes Academy

---

Potencia tus Campañas

*2 de Junio de 2015*

# Agenda de Hoy:

1

## Seguimiento de Conversiones

### **¿Cómo medir el Retorno de la Inversión?**

¿Qué es el Seguimiento de Conversiones? ¿Qué valor aporta?  
¿Cómo configurar el Seguimiento de Conversiones?

2

## Remarketing para Display

### **Captar Clientes Potenciales**

¿Qué es el Remarketing para Display? ¿Qué son las listas de Remarketing?  
¿Cómo configurar el Remarketing para Display?

3

## Remarketing para Búsqueda

### **Priorizar Clientes Potenciales**

¿Qué es el Remarketing para Búsqueda?  
¿Cómo configurar el Remarketing para Búsqueda?

Todas las clases en línea en un solo lugar.



[g.co/GPA](https://g.co/GPA)



## ¿Preguntas?

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

# #AdWordsAyuda

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



/AdWordsES



@AdWordsES



/AprendeConGoogle

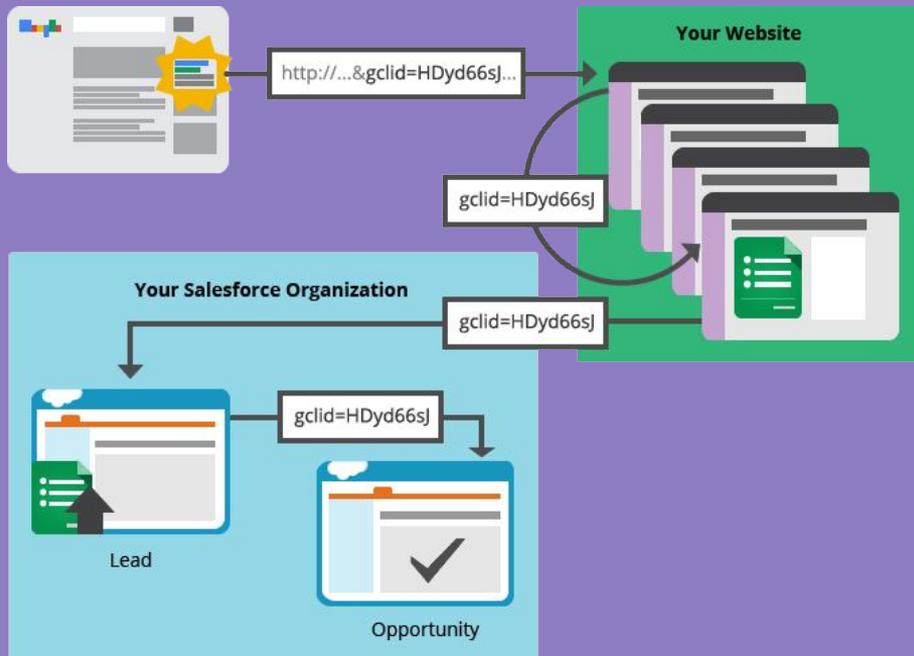


+GoogleParaTuNegocio

# ¡Encuesta!

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

# ¿Cómo medir el Retorno de la Inversión?

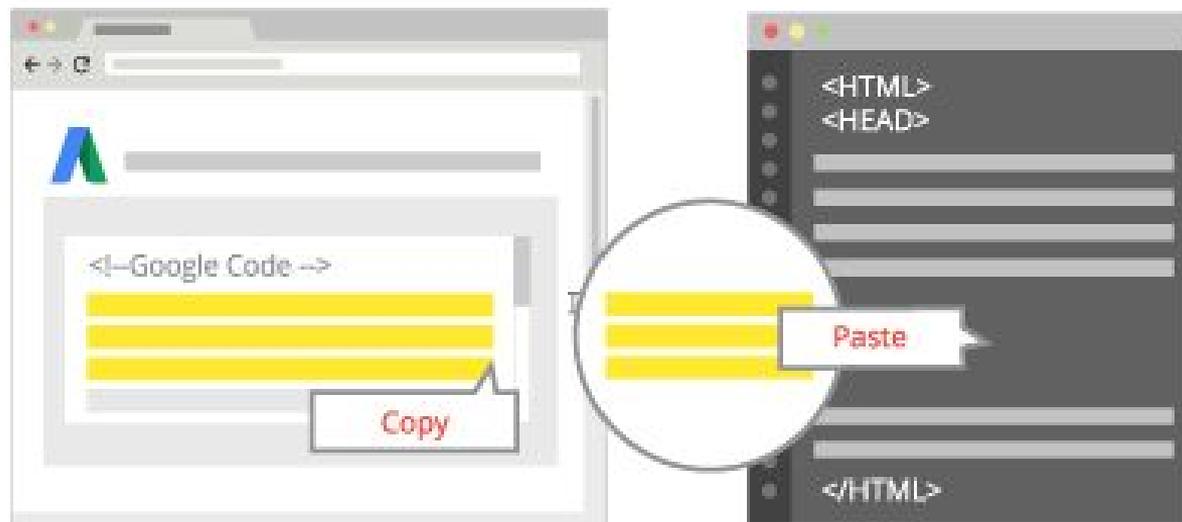


## Seguimiento de Conversiones

**Conversión:** Objetivo que queremos lograr con la publicidad. Se produce cuando el usuario hace clic en su anuncio y realiza una acción valiosa.



# Seguimiento de Conversiones



+ [Información](#)

A través del **Código de Seguimiento** que se agrega en el sitio web se contabiliza la conversión. Agregue el código en el body de la página donde el usuario accede al completar la conversión

## Ventajas del Seguimiento de Conversiones

+ [Información](#)

Medir de forma directa el  
**Retorno Sobre la Inversión**



**ROI:**  $\text{Ganancia} / \text{Inversión}$

El **ingreso** que está  
logrando **con su**  
**publicidad** en AdWords

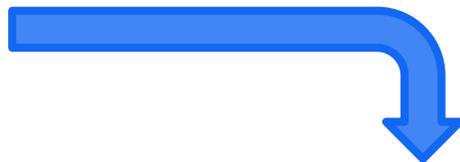
## ¿Cómo calculamos el ROI?

+ [Información](#)

**Clics con conversión:** Indica la cantidad de Clics que llevaron a una o varias conversiones

**Costo por Clic:** Sabemos cuánto nos cuesta cada uno de esos clics (CPC medio)

**Ingreso de Cada Conversión:** Conoce el ingreso que le genera cada Objetivo cumplido



**ROI:** por cada peso invertido cuántos pesos eh ganado



# Seguimiento de Conversiones

## Tipos y Ejemplos de Conversiones:

1 Origen de conversiones — 2 Configuración — 3 Revisar e instalar

Seleccione la fuente de las conversiones sobre las que desea realizar un seguimiento.



### Sitio web

Agregue una etiqueta a su sitio web para realizar un seguimiento de las compras, los envíos de formularios y otras acciones. [Más información](#)

Seleccionar



### Aplicación

Para realizar un seguimiento de las descargas de aplicaciones y las acciones en la aplicación, agregue un fragmento de código a su aplicación. [Más información](#)

Seleccionar



### Llamadas telefónicas

Para realizar un seguimiento de las llamadas a su empresa, utilice un número de transferencia de llamadas de Google o agregue una etiqueta a su sitio. [Más información](#)

Seleccionar



### Importación

Para realizar un seguimiento de las conversiones en línea y sin conexión, cargue datos de otro sistema. [Más información](#)

Seleccionar

Cancelar

Sitio Web

Llamadas Telefónicas

Importación

Aplicación

## Sitio Web

Se selecciona como conversión que el usuario **acceda a alguna página específica** del dominio



Acceder a la Página de Ubicación de su Tienda



Completar la Opción de Compras del Carrito

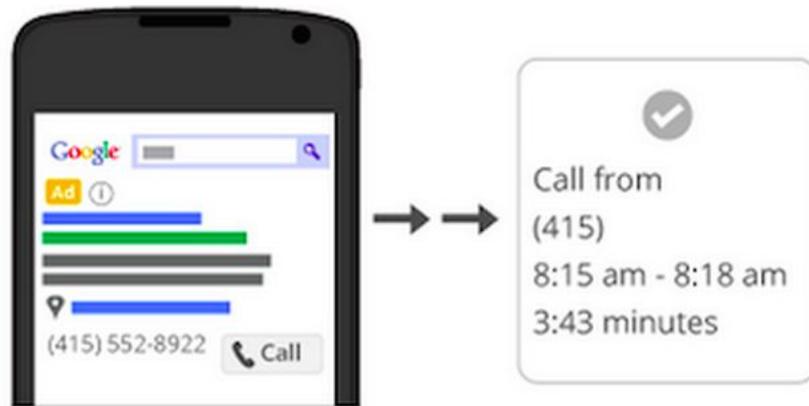


Completar el Formulario de Contacto

## Llamadas Telefónicas

+ [Información](#)

Se selecciona como conversión que el usuario haga **clic en el número de teléfono de su sitio web para móviles**



Un usuario genera una búsqueda desde su teléfono móvil, ve su anuncio, hace clic y desde su sitio para móviles hace clic en el número de teléfono

## Importación

+ [Información](#)

Hace clic en su anuncio y se finaliza la venta de forma física en su tienda



Se selecciona como conversión que el usuario realice el objetivo de forma Offline



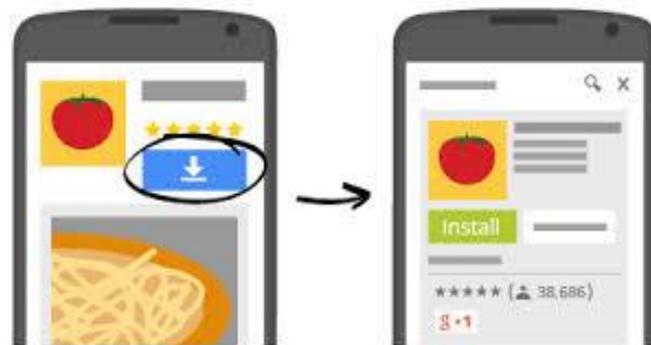
Permite calcular lo que ocurre fuera de internet cuando el usuario hace clic en el anuncio

# Seguimiento de Conversiones

## Aplicación



Se selecciona como conversión que el usuario **descargue la aplicación** o **realice acciones en la aplicación**

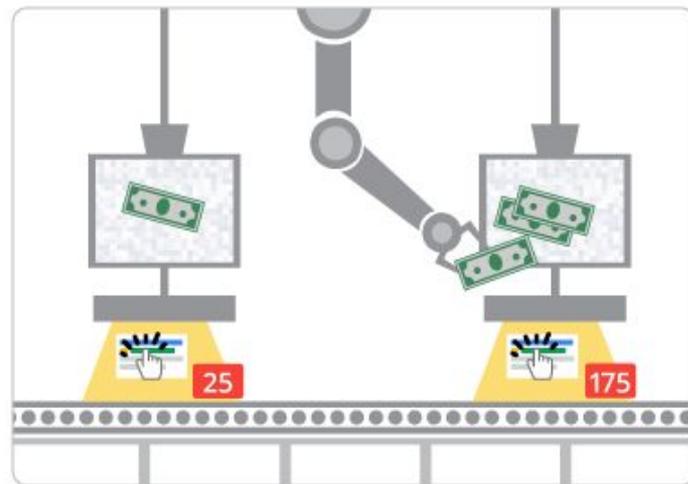


Usuario utilizando la versión gratuita de su aplicación, vea un anuncio mientras juega y se **descargue la versión paga**

Descargarse la aplicación desde sus anuncios

## Optimice su Oferta

En base a búsquedas relacionadas, la herramienta toma aquellos usuarios que tienen intereses similares a los que suelen convertir y realiza ajustes de pujas. **Priorice usuarios que tengan más probabilidades de convertir.**



## Optimice su Oferta

+ [Información](#)

### ECPC

Aumenta la puja hasta un 30% por encima de su CPC Máx o la reduce hasta un máx de 100%.

### CPA

Se centra en conversiones. Oferta buscando captar la mayor cantidad de conversiones sin límite de oferta.



# Seguimiento de Conversiones

¡Manos a la Obra!



Generemos una conversión desde la cuenta

# Captar Clientes Potenciales



## Remarketing en la Red de Display

## Remarketing Display

+ [Información](#)

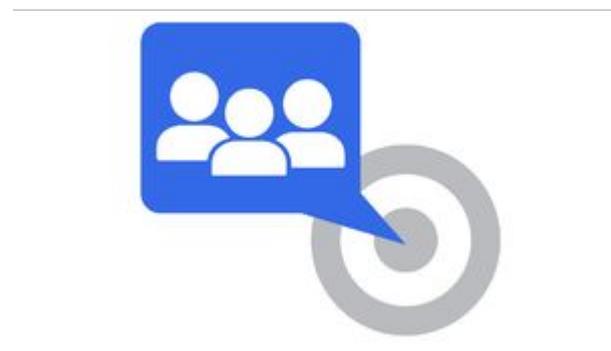
Permite realizar un seguimiento de usuarios que mostraron anteriormente interés en el producto dado a que ingresaron en nuestro sitio web



## Remarketing Display

+ [Información](#)

A través de un código en el sitio web se identifica la interacción de los usuarios en el sitio y se pueden añadir a distintas listas de Remarketing



**Las listas de Remarketing** recopilan información en base a distintas reglas

## Remarketing Display

No tenga listas muy específicas dado a que para funcionar debe tener una base de por lo menos 100 usuarios. El sitio debe tener tráfico

La cookie se mantiene por 30 días o más



Aumenta el CTR% y mejora el porcentaje de conversiones

# Captar Clientes Potenciales

## Remarketing Display



Cree anuncios específicos.  
Recuerde que el usuario ya  
ingresó a su sitio

Recuérdede que usted  
sigue disponible para él

Hable de por qué elegirlo  
a usted. Convenzcalo

Anuncios con promociones específicas  
para ellos: *llame ahora 20% de descuento*

## ¡Manos a la Obra!

+ [Información](#)



Generemos el Seguimiento de Remarketing en Display

# Priorizar Clientes Potenciales

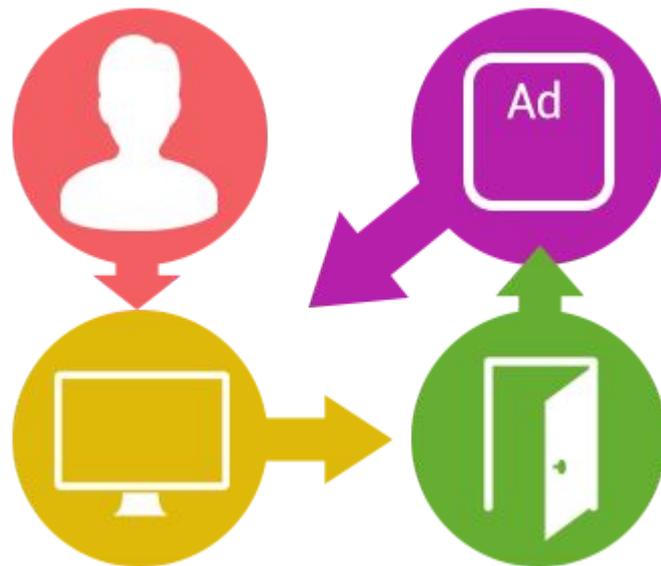
## Remarketing en la Red de Búsqueda



## Remarketing Búsqueda

+ [Información](#)

Permite mejorar la posición de sus anuncios a usuarios que han ingresado al sitio web y están realizando la búsqueda de sus palabras claves



# Priorizar Clientes Potenciales

## Remarketing Búsqueda

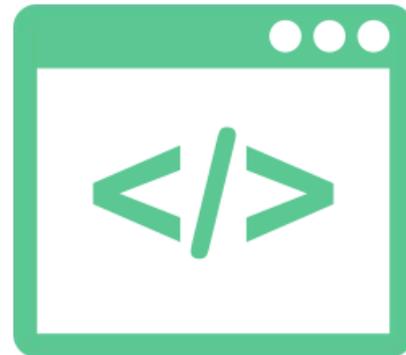
A través de un **ajuste de oferta** muestra mejor sus anuncios a potenciales clientes.



Usuarios que ya han demostrado interés en su producto y se muestran en **posición de comprado** a que realizan un búsqueda de sus palabras claves

## Remarketing Búsqueda

El **código** de Remarketing en AdWords servirá tanto para la Red de Búsqueda como Display



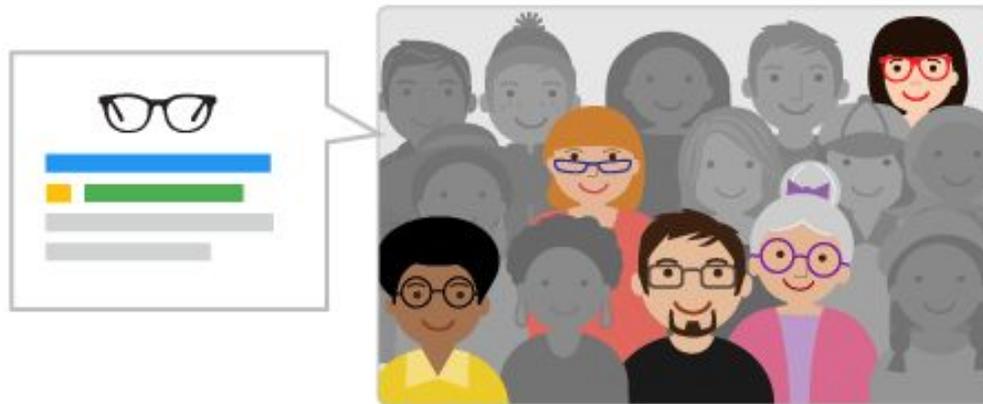
A través del código se hace el seguimiento de los usuarios que ingresaron al sitio y se los agrega a las distintas listas

## Remarketing Búsqueda

+ [Información](#)

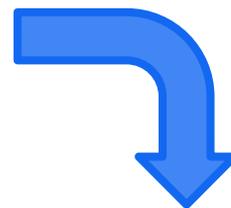
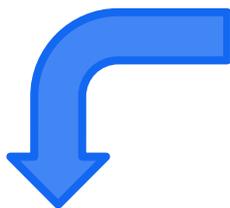
Se activan los anuncios cuando la **lista de Remarketing** tenga más de mil usuarios

No genere listas muy específicas



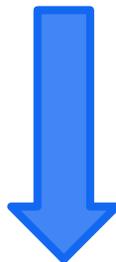
## Remarketing Búsqueda

Cree anuncios específicos.  
Recuerde que el usuario ya  
ingresó a su sitio



Anuncios con promociones  
específicas para ellos:  
*Consulte, Presupuesto Sin  
Cargo*

Hable de por qué elegirlo a  
usted. Convenzcalo



Utilice la Inserción de  
Palabras Claves en sus  
Anuncios



# Priorizar Clientes Potenciales

**¡Manos a la Obra!**



Generemos el Seguimiento de Remarketing en Búsqueda

## YouTube y Google Mi Negocio en AdWords

¿Cuáles son los Beneficios de Publicitar en YouTube?

Cuáles son los Formatos de Anuncios y la Forma de Ofertar

¿Cómo Crear una Campaña de Video?

¿Qué es Google Mi Negocio?

¿Cómo se configura GMB y Qué Beneficios Otorga?



## ¿Preguntas?

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

# ¡Encuesta!

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

**¡Muchas Gracias!**

