

Google Partners Academy

Prácticas recomendadas para Google
Partners: Enfoque en Clientes



Agenda de la Clase de hoy:

Prácticas recomendadas para la atención de clientes

Retención de Consumidores

Optimización de cuentas

Experimentos en las cuentas



g.co/GPA

Todas las clases en línea en un solo lugar

#AdWordsAyuda

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



/AdWordsES



@AdWordsES



/AprendeConGoogle



+GoogleParaTuNegocio

¡Encuesta y sugerencias!

Denos su opinión y sugiera temas.

Prácticas recomendadas para la Atención al Cliente

Atención al cliente: Agencias Publicitarias

Las cuentas clientes de Partners deben recibir un **Servicio Excelente**

Para ello, debemos:

- Entender los **objetivos** publicitarios del cliente
- Obtener más **información clave** (sobre marca, producto, mercado y público objetivo)
- **Crear y mantener la relación** con cada cliente
- Marcar procesos definidos, una estrategia clara y concisa



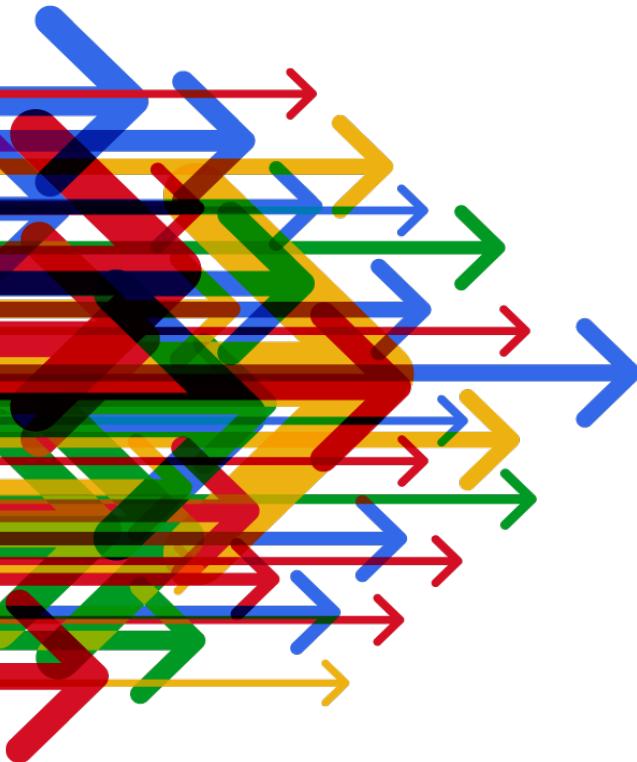
“

*“Hagas lo que hagas, hazlo
bien para que vuelvan y
además traigan a sus amigos”*

”

- Walt Disney

Retención de Clientes



Retención de Consumidores

Señales de un **servicio excelente** en Adwords:

- Tipos de **cambios** que realiza
- **Frecuencia** con la que los implementa
- **Retención** de Cuentas
- Si está aprovechando al máximo los **presupuestos** de sus clientes

Optimización de las cuentas

Optimización de las cuentas

Maximice el **rendimiento** de las cuentas clientes:

- **Optimice** presupuestos, pujas y palabras claves con frecuencia
- Niveles de **Calidad**
- Realice seguimiento del **Retorno en Inversión (ROI)**
- **Relevancia**



Cómo Medir el Retorno en Inversión (ROI)

Para Cuentas Clientes con conversiones como **ventas, oportunidades de ventas y descargas**. El **ROI** es la medición directa de los **beneficios para su cuenta cliente**.

- ROI - Relación entre el **beneficio neto** y los costes
- Efecto real de su estrategia publicitaria;
- **Seguimiento de Conversiones**
 - Determina la rentabilidad de palabras claves y anuncios
 - Seguimiento de Porcentajes de Conversión
 - Coste por Conversión





Cómo medir las ventas y las conversiones

Una conversión de Adwords se produce cuando un usuario hace clic en un anuncio y lleva acabo una acción en su sitio web que **consideran de valor**. Ejemplos:

- ✓ Compra
- ✓ Suscripción al newsletter
- ✓ Duración en página
- ✓ Completar formulario

Seguimiento de Conversiones

Después de configurar el seguimiento de conversiones, podrás acceder a estadísticas importantes del rendimiento de tu campaña:

- Número de conversiones y coste por conversión
- Porcentaje de conversiones
- Datos de conversión de palabras clave
- Datos de conversión por dispositivo
- URLs de destino (pestaña de Dimensiones)



¿Cómo Mejorar el tráfico a su Sitio Web?

Clicks - CTR

- Métricas por palabras clave, grupos de anuncio, anuncios o campaña completa
- Red de búsqueda: un CTR sobre el 1% es bueno

Palabras Clave

- Actualiza las listas periódicamente. Detenga o elimine las palabras claves con bajo rendimiento (CTR bajo el 1%) y añada nuevas
- Añada columnas y segmentos con más estadísticas
- Opciones de Concordancias
- Utilice los diagnóstico de palabras clave

Informe Términos de Búsqueda

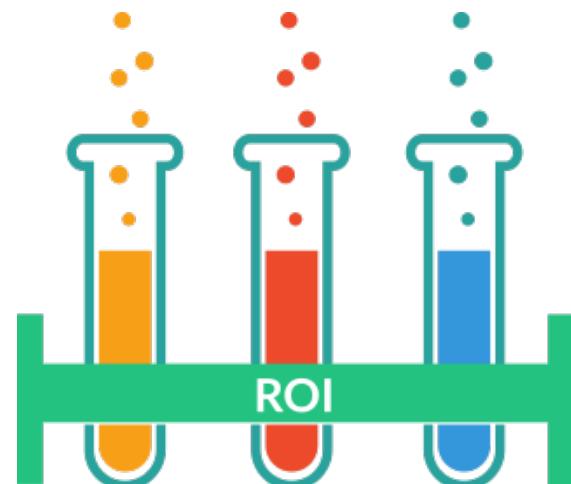
- Palabras claves negativas

Experimentar en tu cuenta

Experimenta con tu cuenta

Utiliza **nuevos anuncios**, grupos de anuncios y nuevas opciones de orientación con frecuencia

- **Crea múltiples** anuncios por grupo de anuncios, utiliza diferentes mensajes
- Cuentas clientes con **nuevos productos o promociones especiales**:
 - Crea grupos de anuncios, anuncios y palabras claves relacionados
- Llega a **nuevos usuarios** relevantes utilizando:
 - Diferentes opciones de segmentación (orientación geográfico o demográfico)



Google Partners Academy

Próxima clase 23/04:

*Prácticas recomendadas para Google Partners:
Enfoque en Clientes*





g.co/GPA

Todas las clases en línea en un solo lugar

¿ preguntas ?

#AdWordsAyuda



/AdWordsES



@AdWordsES



/AprendeConGoogle



+GoogleParaTuNegocio

¡Encuesta y sugerencias!

Denos su opinión y sugiera temas.

¡Muchas Gracias!