

Google Partners Academy

Comenzamos en unos instantes



Google Partners Academy

¿Cómo presentar resultados de Google AdWords?



Temas Clase Anterior:

El Consumo Estacional Online

Campañas de Video

YouTube Ads como Campaña Estacional

Tips para Campañas Estacionales

Agenda de la Clase de hoy:

Principales métricas

Reportes de AdWords

Reportes de Analytics

Descarga de Informes



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!

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

Principales Métricas

CPC máximo: **Monto máximo** que está dispuesto a pagar **por un clic** en su anuncio.

Clicks: Clicks en su anuncio

Impresiones: **Cada vez que su anuncio aparece** en la búsqueda o la Red de Display de Google.

CTR: **Cantidad de clicks** que recibe su anuncio **dividida por la cantidad de veces que se muestra.**

CPC promedio: **Importe promedio** que se le cobra **por un clic** en su anuncio.

Costo: **Suma** del costo por clic (**CPC**) y el costo por cada mil impresiones (**CPM**)

Posición Promedio: **Posición de su anuncio** en relación con la de otros anunciantes.



CPC máx. ?	Clicks ?	Impr. ?	CTR ?	CPC prom. ?	Costo ?	Posic. promedio ?
---------------	-------------	------------	----------	-------------------	------------	-------------------------

Columnas Adicionales

Todas las Campañas en Línea

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

% De Impresiones Perdidas de la Búsqueda (Ranking): porcentaje estimado de impresiones en la red de búsqueda **que su anuncio no recibió debido a un ranking bajo del anuncio.**

% De Impresiones Perdidas de la Búsqueda (Presupuesto): frecuencia con que su anuncio no se mostró en la red de búsqueda **debido a un presupuesto insuficiente.**

% De Impresiones Perdidas de la Red de Display (Ranking): porcentaje estimado de **impresiones** en la Red de Display **que su anuncio no recibió debido a un ranking bajo del anuncio.**

% De Impresiones Perdidas de la Red de Display (Presupuesto): calcula la **frecuencia con que su anuncio no se mostró** en la Red de Display debido a un **presupuesto insuficiente.**

% de impr. perdidas de la búsqueda (ranking) ?	% de impr. perdidas de la búsqueda (presupuesto) ?	% de impr. perdidas de la Red de Display (ranking) ?	% de impr. perdidas de la Red de Display (presupuesto) ?
--	--	--	--



Todas las campañas en línea

Campañas

Grupos de anuncios

Configuración

Anuncios

Palabras clave

Público

Extensiones de anuncios

Dimensiones

Red de Display

Todas las campañas excepto las quitadas. ▾

Segmentar ▾

Filtro ▾

Columnas ▾

L ▾

D

Buscar campañas



Ver historial de

Clics ▾

y Ninguno ▾

Semanalmente ▾

Personalizar columnas

1

0

Semana del 26/1/2015

Semana del 16/

Personalizar columnas

Seleccionar métricas

Atributos >>

Rendimiento >>

Conversiones >>

Métricas sociales >>

Detalles de llamadas >>

Métricas competitivas >>

Rendimiento (Vista activa) >>

Embudos de búsqueda >>

Métricas de alcance >>

Historial de cambios >>

Columnas personalizadas >>

Agregar todas las columnas

% de impr. de la búsqueda >>

% de impr. de concordancia exacta de la búsqueda >>

% de impr. perdidas de la búsqueda (ranking) >>

% de impr. perdidas de la búsqueda (presupuesto) >>

Guardar este conjunto de columnas

Aplicar

Cancelar

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Campaña	↑	Presupuesto ?	Estado ?	Tipo de campaña ?	Subtipo de campaña	Clcs ?	Impr. ?	CTR ?	CPC prom. ?	Costo ?	Posic. promedio ?	% de impr. perdidas de la búsqueda (ranking) ?	% de impr. perdidas de la búsqueda (presupuesto) ?	% de impr. perdidas de la Red de Display (ranking) ?	% de impr. perdidas de la Red de Display (presupuesto) ?
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	🔍 Limpieza		ARS30.00/día <input checked="" type="checkbox"/>	Apta	Solo en la Red de búsqueda	Estándar	18	219	8.22 %	ARS1.82	ARS32.78	4.0	> 90%	0.00 %	—	—
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	📍 Mantenimiento de espacios verdes		ARS30.00/día <input checked="" type="checkbox"/>	Apta	Red de Búsqueda con selección de Display	Todas las funciones	5	133	3.76 %	ARS1.19	ARS5.94	4.2	89.77 %	0.00 %	> 90%	0.00 %

Palabras Clave

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

Nivel de Calidad: Estimación de la **relevancia** que tienen sus anuncios, sus palabras clave y su página de destino

- Porcentaje de Clics esperado
- Relevancia del Anuncio
- Experiencia en la Página de Destino

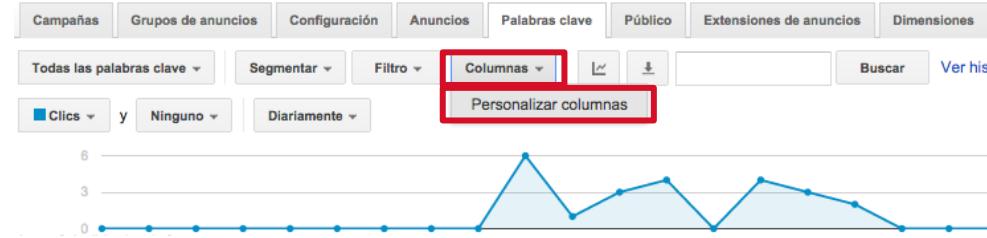
Oferta estimada de la primera página: Oferta estimada de costo por clic (CPC) necesaria para que el anuncio aparezca en la **primera página de los resultados de la búsqueda**

Oferta estimada de la parte superior de la página: Importe estimado de CPC para que su anuncio se publique en una ubicación superior de los resultados de búsqueda.



Nivel de calidad	Oferta estimada de la primera página	Oferta estimada de la parte superior de la página
------------------	--------------------------------------	---

Paso 1



Paso 2

Seleccionar métricas

Guardar este conjunto de columnas

Aplicar Cancelar

Atributos	ofertas	Agregar
Rendimiento	Tipo de estrategia de oferta	Agregar
Conversiones	URL de destino	Agregar
Simulador de ofertas	Nivel de calidad	Agregado
Embudos de búsqueda	Oferta estimada de la primera página	Agregado
Métricas competitivas	Oferta estimada de la parte superior de la página	Agregado
	Tipo de concord.	Agregado

Reportes de AdWords

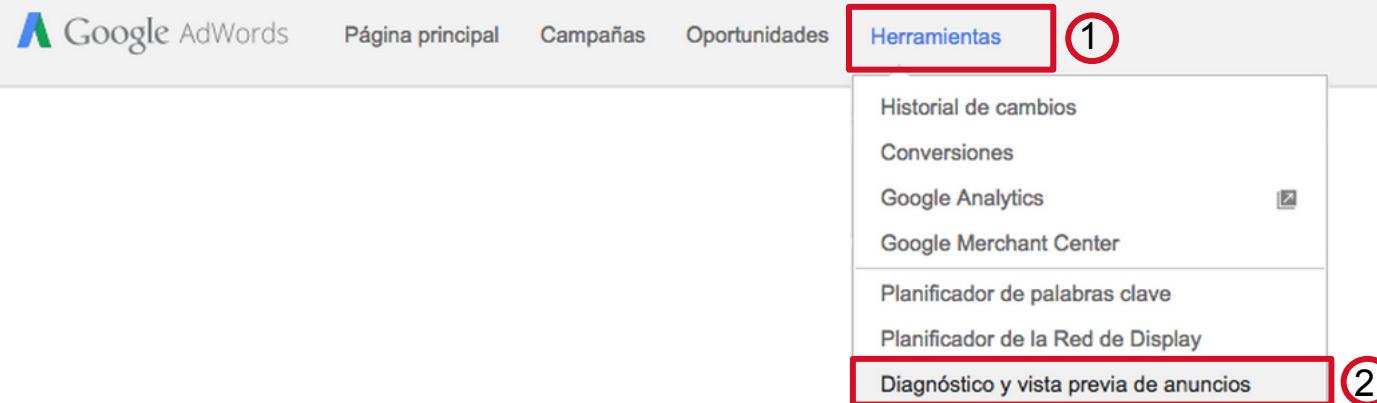
Vista Previa y Diagnóstico de Anuncios

[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](#)

Vista previa y diagnóstico de anuncios

Muestra la **vista previa de una página de resultados de búsqueda de Google** correspondiente a un término específico.

Pasos para consultar el reporte:



Vista previa y diagnóstico de anuncios

Vista previa y diagnóstico de anuncios

Con la Herramienta de vista previa y diagnóstico de anuncios, puede buscar su anuncio tal como lo vería en una página normal de resultados de la búsqueda de Google sin acumular impresiones. Utilice los menús desplegables que aparecen a continuación para configurar opciones adicionales para su búsqueda. [Más información](#)

google adwords **Vista previa**

Opciones adicionales

Dominio ▾

Idioma ▾

Ubicación **Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina** [Editar](#)

Dispositivo **Computadora de escritorio o portátil** [Editar](#)

¿Se publican los anuncios en este momento?

Sí

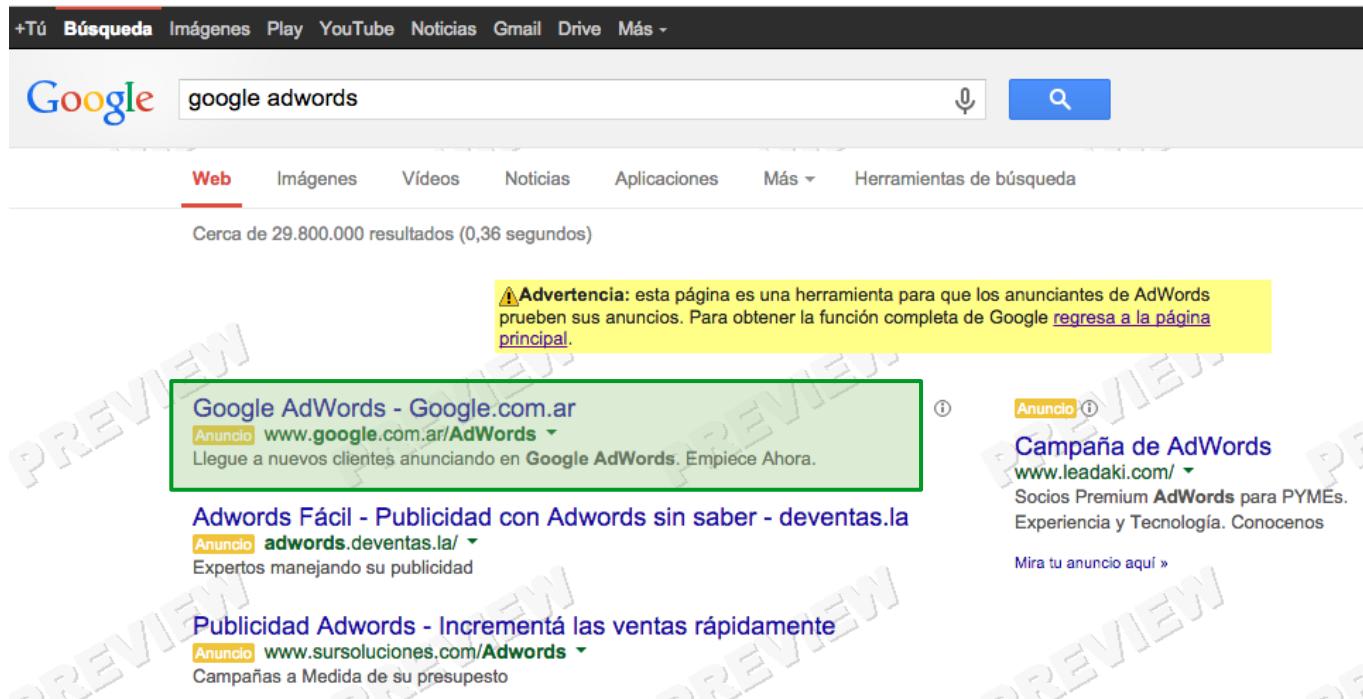
Su anuncio se muestra para la palabra clave **google adwords**

No

Actualmente, su anuncio no se muestra para esta palabra clave.



Vista previa y diagnóstico de anuncios



Google search results for "google adwords":

Web Imágenes Vídeos Noticias Aplicaciones Más ▾ Herramientas de búsqueda

Cerca de 29.800.000 resultados (0,36 segundos)

Advertencia: esta página es una herramienta para que los anunciantes de AdWords prueben sus anuncios. Para obtener la función completa de Google [regresa a la página principal](#).

Google AdWords - Google.com.ar
Anuncio www.google.com.ar/AdWords
Llegue a nuevos clientes anunciando en Google AdWords. Empiece Ahora.

Adwords Fácil - Publicidad con Adwords sin saber - deventas.la
Anuncio adwords.deventas.la/
Expertos manejando su publicidad

Publicidad Adwords - Incrementá las ventas rápidamente
Anuncio www.sursoluciones.com/Adwords
Campañas a Medida de su presupuesto

Anuncio [Campaña de AdWords](#)
www.leadaki.com/
Socios Premium AdWords para PYMEs.
Experiencia y Tecnología. Conocenos
[Mira tu anuncio aquí »](#)

[+ Información sobre la herramienta](#)

Reporte de Términos de Búsqueda

Reporte de Términos de Búsqueda

Nos permite ver el **rendimiento** que han tenido nuestros anuncios y los **términos** que los activaron en la Red de búsqueda.

Ayuda a:

- Identificar **Nuevos Términos** de Búsqueda
- Identificar **Palabras Clave Negativas**.



Reporte de Términos de Búsqueda

Campañas Grupos de anuncios Configuración Anuncios Palabras clave (highlighted) Público Extensiones de anuncios Dimensiones

Todas las palabras clave Segmentar Filtro Columnas Buscar Ver más

Clics y Ninguno Semanalmente

20
10
0

Semana del 18/11/2013

+ PALABRAS CLAVE Editar Detalles (highlighted) Estrategia de ofertas Automatizar Etiquetas

Palabra clave Camp TÉRMINOS DE BÚSQUEDA
Seleccionado
Todos/Todas (highlighted)

ESTADÍSTICAS DE LA SUBASTA
Seleccionado
Todos/Todas

Total: toda la cuenta Diagnóstico de palabras clave

CPC máx. Clics Impr. CTR Cl prom.

Estadísticas de la Subasta

Estadísticas de la Subasta

Permite **comparar nuestro rendimiento con el de otros anunciantes** que participan en las mismas subastas.

Disponible para campañas de la **Red de Búsqueda** y de **Shopping**.



A screenshot of the Google AdWords interface. At the top, there is a navigation bar with tabs: 'Campañas', 'Grupos de anuncios', 'Configuración', 'Anuncios', 'Palabras clave' (which is highlighted with a red box), 'Público', 'Extensiones de anuncios', and 'Dimensiones'. Below the navigation bar are several buttons: 'Todas las palabras clave', 'Segmentar', 'Filtro', 'Columnas', 'Buscar', and 'Ver más'. Underneath these buttons are three dropdown menus: 'Clics' (selected), 'y' (and), 'Ninguno' (none), and 'Semanalmente'. The main content area shows a line graph with a single data point at week 18/11/2013, with values ranging from 0 to 20. Below the graph is a table with columns: 'Palabra clave', 'Camp.', 'TÉRMINOS DE BÚSQUEDA', 'CPC máx.', 'Clics', 'Impr.', 'CTR', and 'Cl prom.'. A dropdown menu is open over the 'TÉRMINOS DE BÚSQUEDA' and 'ESTADÍSTICAS DE LA SUBASTA' columns. The 'ESTADÍSTICAS DE LA SUBASTA' dropdown is also highlighted with a red box and has the 'Todos/Todas' option selected. The 'TÉRMINOS DE BÚSQUEDA' dropdown also has 'Todos/Todas' selected. At the bottom of the table, there is a link 'Diagnóstico de palabras clave'.

Estadísticas de la Subasta

Posición media (solo en campañas de la Red de Búsqueda): posición de sus anuncios en el ranking en comparación con los de otros anunciantes que compiten en las mismas subastas.

Porcentaje de impresiones: número de impresiones recibidas / impresiones que podría haber recibido.

Porcentaje de solapamiento: frecuencia con la que el anuncio de otro participante recibe una impresión al recibirla también el suyo.

Porcentaje de posición superior (solo en campañas de la Red de Búsqueda): frecuencia con la que se ha mostrado el anuncio de otro participante en una posición superior a la suya cuando los dos anuncios se han mostrado a la vez.

Porcentaje de parte superior de la página (solo en campañas de la Red de Búsqueda): frecuencia con la que su anuncio se ha mostrado en la parte superior de la página.

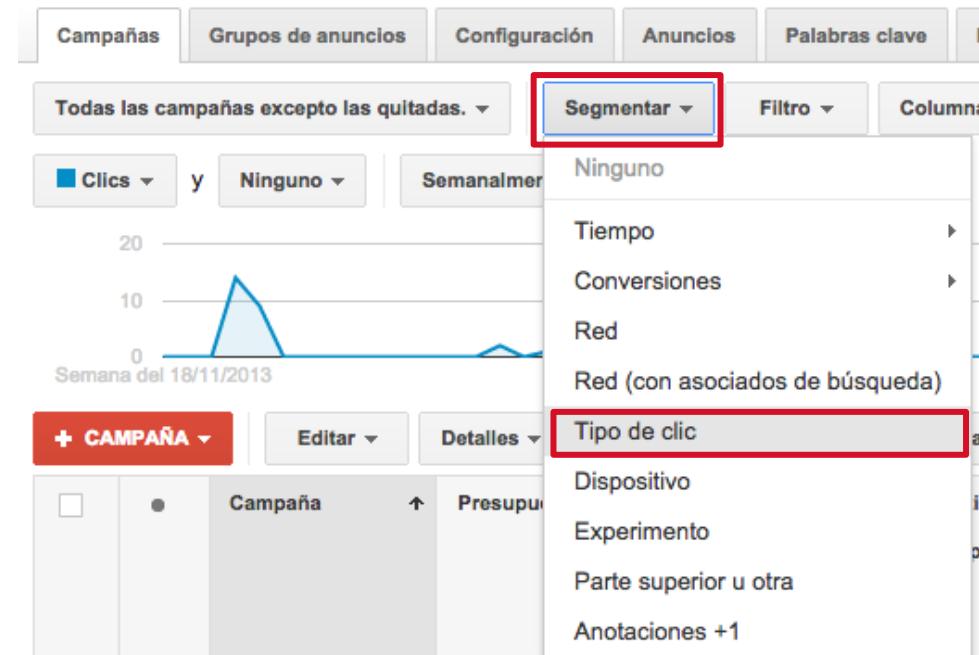
Porcentaje de ranking superior: número de veces que el anuncio ha aparecido en un ranking superior que el de otro participante de la subasta, además de las veces que se ha mostrado en lugar del de otros participantes, dividido por el número total de subastas de anuncios en las que ha participado.

Segmento

Segmentar Tipo de Clic

Nos permite ver:

- Cuántos clics son **visitas a su sitio web**.
- Cuántas veces se ha hecho **clic en su número de teléfono** al mostrarse el anuncio en un dispositivo móvil.



Segmentar Tipo de Clic

		Campaña	↑	Presupuesto ?	Estado ?	Tipo de campaña ?	Subtipo de campaña	Clcs ?	Impr. ?	CTR ?	CPC prom. ?	Costo ?	Posic. promedio ?
		 Limpieza		ARS30.00/día <input checked="" type="checkbox"/>	Apta	Solo en la Red de búsqueda	Estándar	18	219	8.22 %	ARS1.82	ARS32.78	4.0
		Título ?						18	219	8.22 %	ARS1.82	ARS32.78	4.0
		Vínculo de sitio						0	46	0.00 %	ARS0.00	ARS0.00	2.7
		Llamar con un clic para celulares ?						0	12	0.00 %	ARS0.00	ARS0.00	2.8

Ajustes de Oferta

Ajustes de Oferta

Es un **cambio de porcentaje en sus pujas**.

Puede **aumentar o disminuir cada una de las pujas** de la campaña, lo que le permite establecer pujas más o menos competitivas en **dispositivos, ubicaciones y horarios del día**.

El importe que invierte en cada clic puede variar en función de los ajustes que haya establecido, pero **el presupuesto diario general no cambiará**.

The image shows a screenshot of the Google Ads interface. At the top, there is a navigation bar with several tabs: 'Campañas', 'Grupos de anuncios', 'Configuración', 'Anuncios', and 'Palabras clave'. The 'Configuración' tab is highlighted with a red box. Below this, there is a sub-menu with four options: 'Toda la configuración', 'Ubicaciones', 'Programación de anuncios', and 'Dispositivos'. The 'Ubicaciones' tab is also highlighted with a red box. At the bottom of the image, there are three blue hyperlinks: '+ Ajuste en Móviles', '+ Ajuste Programación', and '+ Ajuste ubicación'.

[+ Ajuste en Móviles](#) [+ Ajuste Programación](#) [+ Ajuste ubicación](#)

Ajustes de Oferta

Grupos de anuncios **Configuración** Anuncios Palabras clave Público Extensiones de anuncios Dimensiones ▾

Toda la configuración Ubicaciones Programación de anuncios **Dispositivos**

Filtro ▾ Segmentar ▾ Columnas ▾ Ver historial de cambios

Clics ▾ y Ninguno ▾ Semanalmente ▾

1

0 Semana del 18/11/2013 Semana del 9/2/2015

<input type="checkbox"/>	Dispositivo	Ajuste de oferta	Clics	Impr.	CTR	CPC prom.	Costo	Posic. promedio	Clics convertidos	Costo/clic convertido	Porcentaje de conversiones por clic	Conversiones	Conv. por publicación
<input type="checkbox"/>	Computadoras		0	1	0.00 %	ARS0.00	ARS0.00	5.0	0	ARS0.00	0.00 %	0	0
<input type="checkbox"/>	Dispositivos móviles con navegadores completos	–	0	0	0.00 %	ARS0.00	ARS0.00	0.0	0	ARS0.00	0.00 %	0	0
<input type="checkbox"/>	Tabletas con navegadores completos		0	0	0.00 %	ARS0.00	ARS0.00	0.0	0	ARS0.00	0.00 %	0	0
Total			0	1	0.00 %	ARS0.00	ARS0.00	5.0	0	ARS0.00	0.00 %	0	0

Mostrar filas: 50 ▾ 1 - 3 de 3

Dimensiones

Datos por Día de la Semana

Campañas	Grupos de anuncios	Configuración	Anuncios	Palabras clave	Público	Extensiones de anuncios	Dimensiones	Red de Display	▼		
Vista: Día de la semana ▾	Filtro ▾	Columnas ▾	▼	Ver historial de cambios							
Día de la semana	↑	Clcs <small>?</small>	Impr. <small>?</small>	CTR <small>?</small>	CPC prom. <small>?</small>	Costo <small>?</small>	Posic. promedio <small>?</small>	Clcs convertidos <small>?</small>	Costo/clic convertido <small>?</small>	Porcentaje de conversiones por clic <small>?</small>	Conversiones <small>?</small>
Domingo		1	137	0.73 %	ARS0.16	ARS0.16	5.3	0	ARS0.00	0.00 %	0
Lunes		4	139	2.88 %	ARS2.09	ARS8.37	5.7	0	ARS0.00	0.00 %	0
Martes		3	132	2.27 %	ARS2.00	ARS6.00	5.9	0	ARS0.00	0.00 %	0
Miércoles		10	176	5.68 %	ARS1.29	ARS12.92	5.0	0	ARS0.00	0.00 %	0
Jueves		1	87	1.15 %	ARS2.93	ARS2.93	6.2	0	ARS0.00	0.00 %	0
Viernes		3	167	1.80 %	ARS1.78	ARS5.35	6.1	0	ARS0.00	0.00 %	0
Sábado		7	714	0.98 %	ARS1.14	ARS7.98	3.2	0	ARS0.00	0.00 %	0

Datos por Hora del Día

Vista: Hora del día ▾ Filtro ▾ Columnas ▾ Ver historial de cambios

Hora del día	↑	Clics	?	Impr.	?	CTR	?	CPC prom.	?	Costo	?	Posic. promedio	?	Clics convertidos	?	Costo/clic convertido	?	Porcent
0		3		32		9.38 %		ARS1.50		ARS4.49		5.1		0		ARS0.00		
1		0		28		0.00 %		ARS0.00		ARS0.00		6.3		0		ARS0.00		
2		0		27		0.00 %		ARS0.00		ARS0.00		5.2		0		ARS0.00		
3		0		22		0.00 %		ARS0.00		ARS0.00		6.7		0		ARS0.00		
4		0		6		0.00 %		ARS0.00		ARS0.00		4.3		0		ARS0.00		
5		0		14		0.00 %		ARS0.00		ARS0.00		3.6		0		ARS0.00		
6		0		5		0.00 %		ARS0.00		ARS0.00		4.4		0		ARS0.00		
7		0		18		0.00 %		ARS0.00		ARS0.00		6.2		0		ARS0.00		
8		1		32		3.12 %		ARS1.74		ARS1.74		5.3		0		ARS0.00		
9		0		54		0.00 %		ARS0.00		ARS0.00		4.9		0		ARS0.00		
10		1		78		1.28 %		ARS2.50		ARS2.50		5.3		0		ARS0.00		
11		0		118		0.00 %		ARS0.00		ARS0.00		4.3		0		ARS0.00		
12		2		117		1.71 %		ARS1.98		ARS3.96		4.1		0		ARS0.00		

Ubicación Geográfica

Qué activó el anuncio (información geográfica): Muestra las **ubicaciones físicas** de sus clientes o las **ubicaciones en las que ellos habían mostrado interés** mediante búsquedas o contenido visualizado.



The screenshot shows a Google AdWords interface with the 'Dimensions' tab selected. A red box highlights the 'Vista: Geográfico' dropdown menu. The table below displays geographical data for Argentina, including regions, cities, and specific locations of interest.

Pais/territorio	Región	Área metropolitana	Ciudad	Ubicación más específica	Tipo de ubicación	Clcs	Impr.	CTR	CPC prom.	Costo	Posic. promedio	Clcs convertidos
Argentina	Sin especificar		Sin especificar	Argentina	Ubicación de interés	0	49	0.00 %	ARS0.00	ARS0.00	4.8	0
Argentina	Salta		Sin especificar	Salta	Ubicación de interés	0	1	0.00 %	ARS0.00	ARS0.00	3.0	0
Argentina	Salta		Salta	Salta	Ubicación de interés	0	6	0.00 %	ARS0.00	ARS0.00	2.7	0
Argentina	Salta		Salta	Salta	Ubicación física	0	5	0.00 %	ARS0.00	ARS0.00	5.4	0
Argentina	Buenos Aires		Sin especificar	Buenos Aires	Ubicación de interés	0	22	0.00 %	ARS0.00	ARS0.00	5.4	0
Argentina	Buenos Aires		Sin especificar	Buenos Aires	Ubicación física	0	22	0.00 %	ARS0.00	ARS0.00	4.5	0

Ubicación del Usuario

Dónde estaban los usuarios: Muestra solo las **ubicaciones físicas** de sus clientes, independientemente de cualquier ubicación en la que hayan mostrado interés.



The screenshot shows a Google Analytics report titled 'Ubicación del Usuario' (User Location). The interface includes a navigation bar with tabs: Campañas, Grupos de anuncios, Configuración, Anuncios, Palabras clave, Público, Extensiones de anuncios, Dimensions (which is highlighted with a red box), and Red de Display. Below the navigation bar, there are buttons for 'Vista: Ubicaciones del usuario' (View: User Locations), 'Filtro' (Filter), 'Columnas' (Columns), and 'Ver historial de cambios' (View change history). The main content is a table with the following data:

País/territorio	Región	Área metropolitana	Ciudad	Ubicación más específica	Clcs	Impr.	CTR	CPC prom.	Costo	Posic. promedio	Clcs convertidos	Costo/clic convertido
Argentina	Sin especificar		Sin especificar	Argentina	0	1	0.00 %	ARS0.00	ARS0.00	2.0	0	ARS0.00
Argentina	Salta		Salta	Salta	0	6	0.00 %	ARS0.00	ARS0.00	5.0	0	ARS0.00
Argentina	Buenos Aires		Sin especificar	Buenos Aires	0	25	0.00 %	ARS0.00	ARS0.00	4.8	0	ARS0.00
Argentina	Buenos Aires		Bahía Blanca	Bahía Blanca	0	13	0.00 %	ARS0.00	ARS0.00	3.4	0	ARS0.00
Argentina	Buenos Aires		Coronel Brandsen	Coronel Brandsen	0	2	0.00 %	ARS0.00	ARS0.00	5.0	0	ARS0.00
Argentina	Buenos Aires		Campaña	Campaña	0	1	0.00 %	ARS0.00	ARS0.00	10.0	0	ARS0.00
Argentina	Buenos Aires		Del Viso	Del Viso	0	1	0.00 %	ARS0.00	ARS0.00	4.0	0	ARS0.00

Conversiones

[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](#)

Conversiones

Clics Convertidos: cuántos clics produjeron una o más conversiones. Nos ayuda a calcular cuántos clientes únicos adquirimos.

Costo / Clic Convertido: cuánto pagamos en promedio por cada clic. Se calcula: costo / total de clics convertidos.

Porcentaje de Conversiones por clic: frecuencia con la que se generó una conversión a partir de un clic en su anuncio.

Conversiones: conversiones totales.

Conv. por Publicación: algunos clientes podrían ver su anuncio, pero no hacer clic. Si estos clientes luego realizan una conversión, esta métrica contará estas acciones como conversiones posimpresión.

Conv. Totales Est.: incluyen conversiones en sitios web, en varios dispositivos y las que provienen de llamadas telefónicas. Ayudan a medir las conversiones que comienzan en un dispositivo o navegador y terminan en otro.

Clics convertidos ?	Costo/clic convertido ?	Porcentaje de conversiones por clic ?	Conversiones ?	Conv. por publicación ?	Etiquetas ?	Conv. totales est. ?

[+ Cómo configurarlo](#)

[+ Información](#)

Reportes de Analytics

Audiencia



Audiencia

Visión general

► Datos demográficos

► Intereses

► Información geográfica

► Comportamiento

► Tecnología

► Móvil

► Personalizado

► Comparativas

Flujo de usuarios



Adquisición



Comportamiento

Visión General

Resumen de las principales métricas.

Sesiones

101

Páginas/sesión

3,89

% de nuevas sesiones

86,14 %

Usuarios

88

Duración media de la sesión

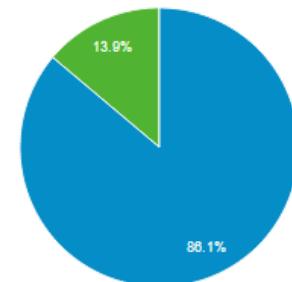
00:02:29

Número de páginas vistas

393

Porcentaje de rebote

25,74 %

■ New Visitor ■ Returning Visitor



Audiencia

Visión general

▶ Datos demográficos

▶ Intereses

▶ Información geográfica

▶ Comportamiento

▶ Tecnología

▶ Móvil

▶ Personalizado

▶ Comparativas

Flujo de usuarios



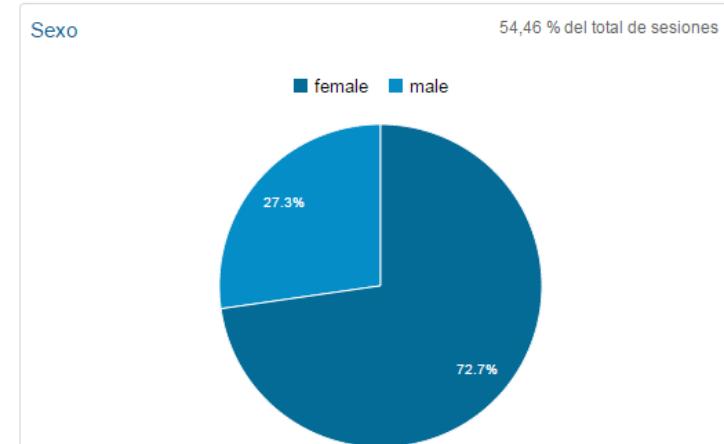
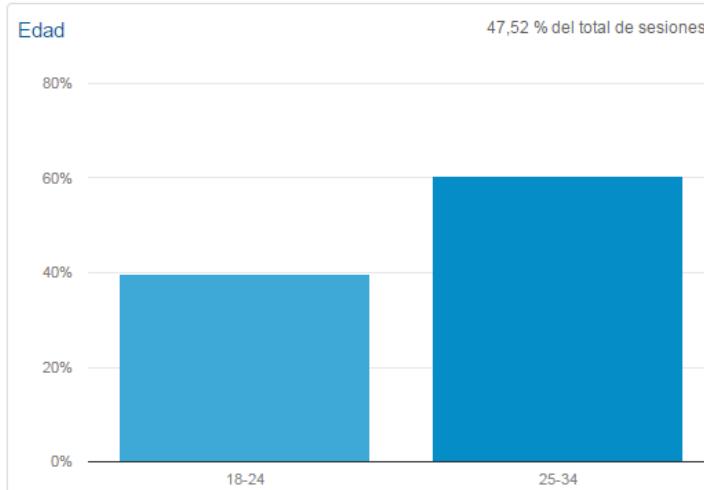
Adquisición



Comportamiento

Datos Demográfico - Visión General

Información sobre **sexo** y **edad** de los visitantes.





Audiencia

Visión general

► Datos demográficos

► Intereses

► Información geográfica

► Comportamiento

► Tecnología

► Móvil

► Personalizado

► Comparativas

Flujo de usuarios



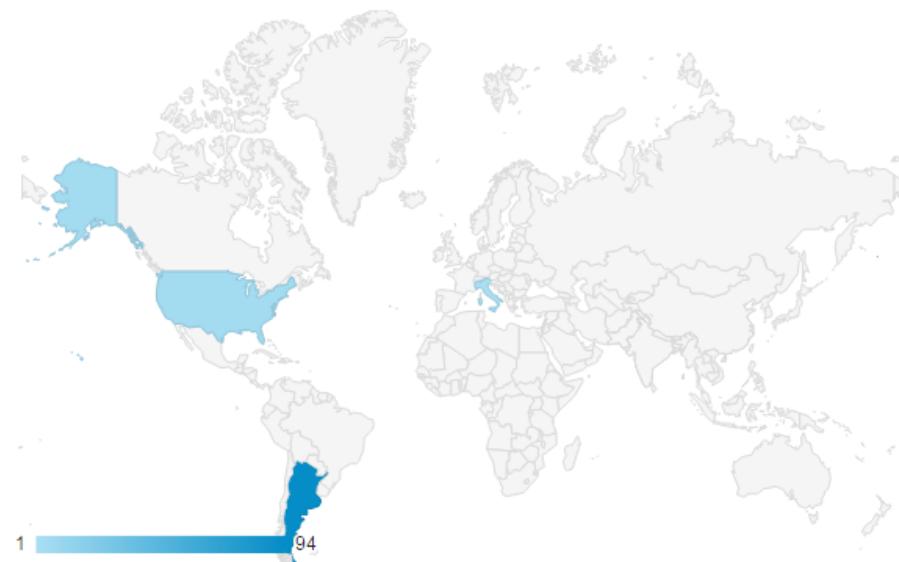
Adquisición



Comportamiento

Información Geográfica - Ubicación

Ubicaciones de donde nos visitan los usuarios



Adquisición



Adquisición

Visión general

▶ Todo el tráfico

▶ AdWords

▶ Optimización en
buscadores

▶ Social

▶ Campañas



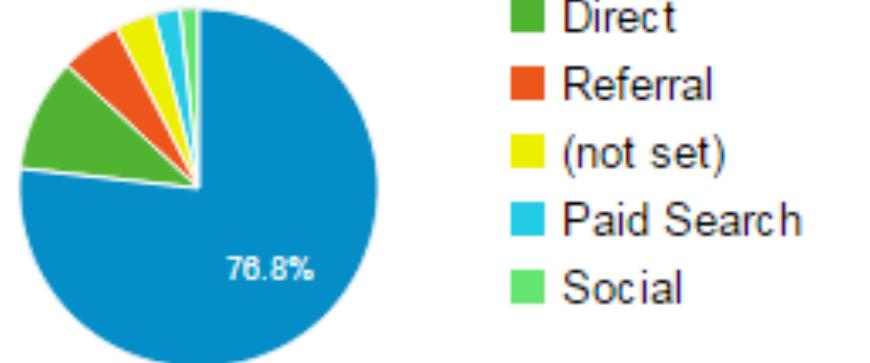
Comportamiento



Conversiones

Visión General

Permite ver el desglose de los principales canales de adquisición



Agregar columnas de Analytics en AdWords

Todas las campañas en línea



The screenshot shows the AdWords interface for managing campaigns. At the top, there is a navigation bar with tabs: Campañas, Grupos de anuncios, Configuración, Anuncios, Palabras clave, Público, Extensiones de anuncios, Dimensiones, and Red de Display. Below the navigation bar are several search and filter fields: 'Todas las campañas excepto las quitadas.', 'Segmentar', 'Filtro', 'Columnas' (which is highlighted with a red box), and 'Personalizar columnas' (which is shown in a dropdown menu below 'Columnas' and is also highlighted with a red box). To the right of these fields are buttons for 'Buscar campañas', a magnifying glass icon, and 'Ver historial de'. At the bottom of the interface, there is a chart showing data over time, with a y-axis ranging from 0 to 1 and an x-axis showing 'Semana del 26/1/2015' and 'Semana del 16/'. The chart has three data points at value 0.

Personalizar columnas

Seleccionar métricas

Atributos

»

Rendimiento

»

Conversiones

»

Métricas sociales

»

Detalles de llamadas

»

Métricas competitivas

»

Rendimiento (Vista activa)

»

Google Analytics

»

Embudos de búsqueda

»

Métricas de alcance

»

Historial de cambios

»

Columnas personalizadas

»

Agregar todas las columnas

Porcentaje de rebote

»

Páginas por sesión

»

Duración prom. de la sesión (segundos)

»

% de sesiones nuevas

»

Guardar este conjunto de columnas

Aplicar

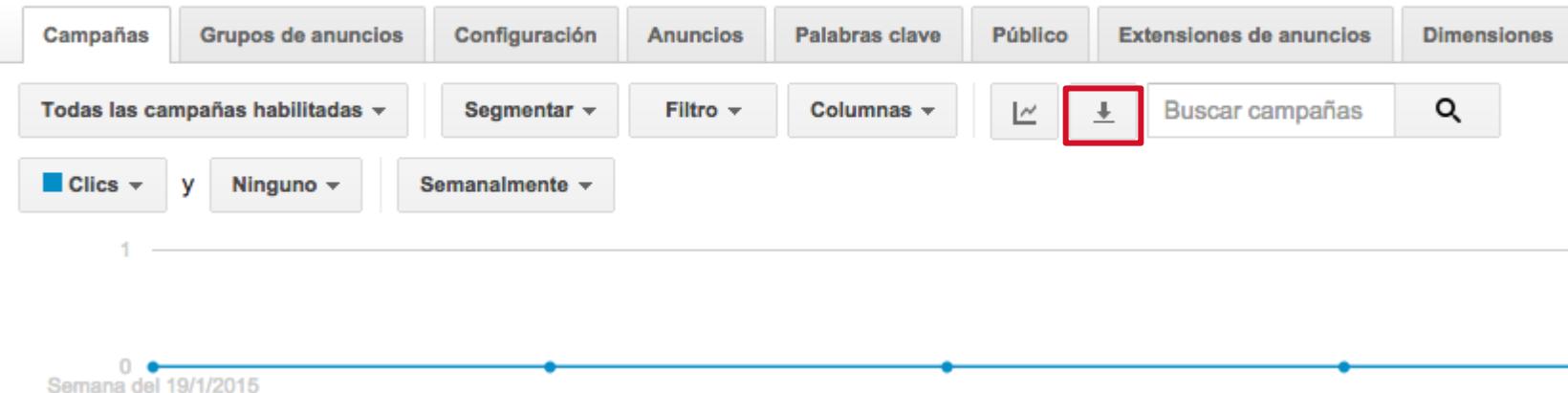
Cancelar

Descarga de Informes

¿Cómo descargar Informes?



Todas las campañas en línea



Todas las campañas en línea

Campañas Grupos de anuncios Configuración Anuncios Palabras clave Público Extensiones de anuncios Dimensiones

Todas las campañas habilitadas Segmentar Filtro Columnas  Buscar campañas 

 Clicks y Ninguno Semanalmente

1

0 Semana del 19/1/2015

Descargar y programar el informe

Formato [Excel .csv](#)

Segmentar  + Agregar segmento

[Enviar y programar informe](#)

[Edición avanzada](#)

Guardar este informe

Descargar Cancelar

¿Cómo programar la descarga de Informes?

Descargar y programar el informe

Formato Excel .csv ▾

Segmentar [?](#) [+ Agregar segmento](#)

[Enviar y programar informe](#)

Enviar a Ninguno (no se necesitan correos electrónicos)
 Solo a mí
 Todos los usuarios de la cuenta con acceso a ver los informes
 A usuarios específicos de la cuenta y a mí [?](#)

Frecuencia Primer día del mes ▾

[+ Edición avanzada](#)

[Guardar este informe](#) Informe de campaña

Su informe se guardará en "Informes y archivos cargados".

Descargar Cancelar

Google Partners Academy

Próxima clase:
Optimizando para performance (Básico)





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!

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

¡Gracias!