

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.

Clics: Clics en su anuncio

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

CTR: Cantidad de clics 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. ?	Clics ? ↓	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 ▾



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	>>	% de impr. de la búsqueda >>
Conversiones	>>	
Métricas sociales	>>	% de impr. de concordancia exacta de la búsqueda >>
Detalles de llamadas	>>	
Métricas competitivas	>>	
Rendimiento (Vista activa)	>>	% de impr. pérdidas de la búsqueda (ranking) >>
Embudos de búsqueda	>>	
Métricas de alcance	>>	% de impr. pérdidas de la búsqueda (presupuesto) >>
Historial de cambios	>>	
Columnas personalizadas	>>	

☐ Guardar este conjunto de columnas

Aplicar

Cancelar

<input type="checkbox"/>	●	Campaña ↑	Presupuesto ?	Estado ?	Tipo de campaña ?	Subtipo de campaña	Clics ?	Impr. ?	CTR ?	CPC prom. ?	Costo ?	Posic. promedio ?	% de impr. pérdidas de la búsqueda (ranking) ?	% de impr. pérdidas de la búsqueda (presupuesto) ?	% de impr. pérdidas de la Red de Display (ranking) ?	% de impr. pérdidas de la Red de Display (presupuesto) ?
<input type="checkbox"/>	●	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"/>	●	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

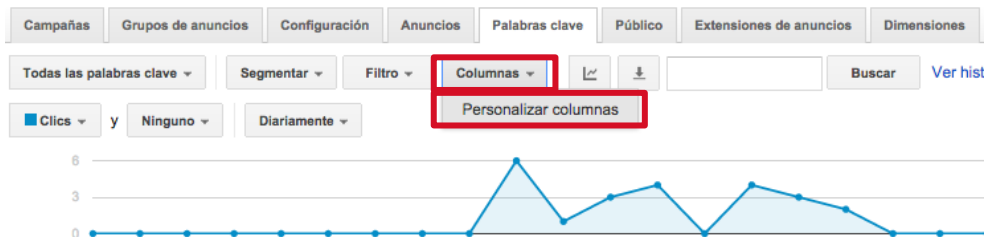
Oferta estimada de la primera página: Oferta **estimada** de costo por clic (CPC) necesaria para que el anuncio aparezca en la **primera página de los resultados de la búsqueda**

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

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

☐ Guardar este conjunto de columnas

[Aplicar](#) [Cancelar](#)

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:

Historial de cambios

Conversiones

Google Analytics



Google Merchant Center

Planificador de palabras clave

Planificador de la Red de Display

Diagnóstico y vista previa de anuncios

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](#)

[Opciones adicionales](#)

Dominio

www.google.com.ar

Idioma

Español

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

The screenshot shows a Google search interface. At the top, there's a navigation bar with links: +Tú, Búsqueda, Imágenes, Play, YouTube, Noticias, Gmail, Drive, Más. Below this is the Google logo and a search bar containing 'google adwords'. To the right of the search bar is a microphone icon and a blue search button. Below the search bar, there are tabs for Web, Imágenes, Videos, Noticias, Aplicaciones, Más, and Herramientas de búsqueda. The 'Web' tab is selected. Below the tabs, it says 'Cerca de 29.800.000 resultados (0,36 segundos)'. A yellow warning box is present, stating: '⚠️ 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](#).' Below the warning, there are search results. The first result is 'Google AdWords - Google.com.ar' with a snippet 'Llegue a nuevos clientes anunciando en Google AdWords. Empiece Ahora.' and a link 'www.google.com.ar/AdWords'. The second result is 'Adwords Fácil - Publicidad con Adwords sin saber - deventas.la' with a snippet 'Expertos manejando su publicidad' and a link 'adwords.deventas.la/'. The third result is 'Publicidad Adwords - Incrementá las ventas rápidamente' with a snippet 'Campanas a Medida de su presupuesto' and a link 'www.sursoluciones.com/Adwords'. On the right side, there is an advertisement for 'Campaña de AdWords' from 'www.leadaki.com/' with the text 'Socios Premium AdWords para PYMEs. Experiencia y Tecnología. Conocenos' and a link 'Mira tu anuncio aquí »'.

+Tú Búsqueda Imágenes Play YouTube Noticias Gmail Drive Más

Google google adwords

Web Imágenes Videos 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](#)
Campanas 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 »](#)

Reporte de Términos de Búsqueda

Reporte de Términos de Búsqueda

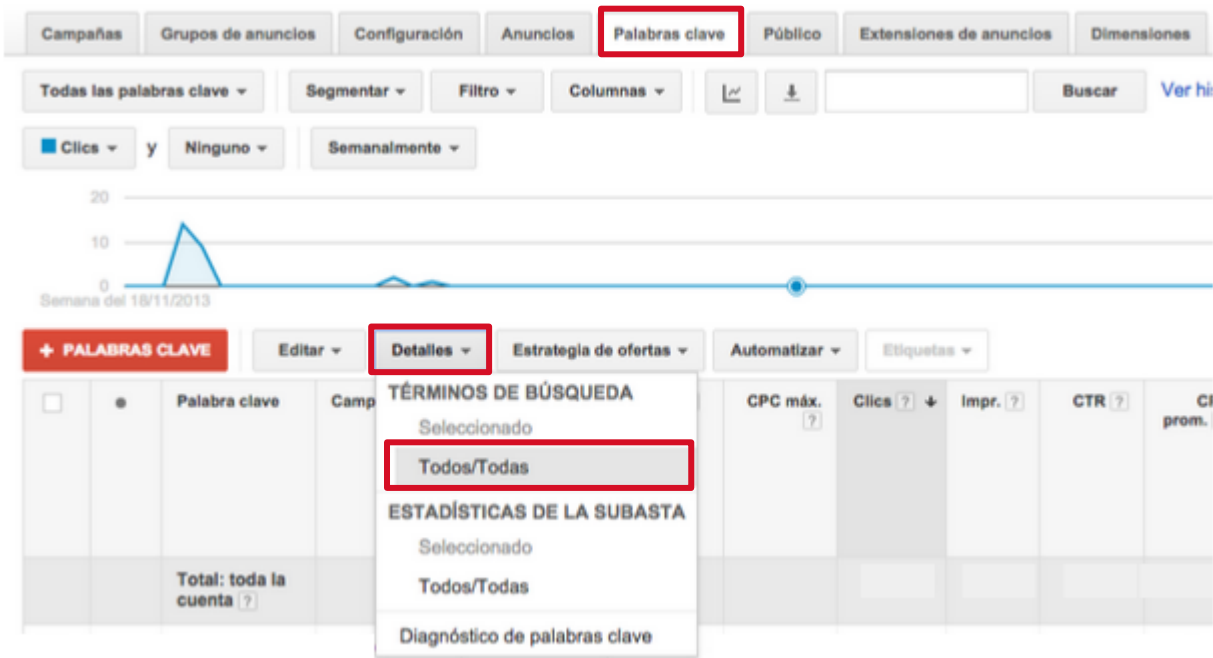
Nos permite ver el **rendimiento** que han tenido nuestros anuncios y los **términos** que los activaron en la Red de búsqueda.

Ayuda a:

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



Reporte de Términos de Búsqueda

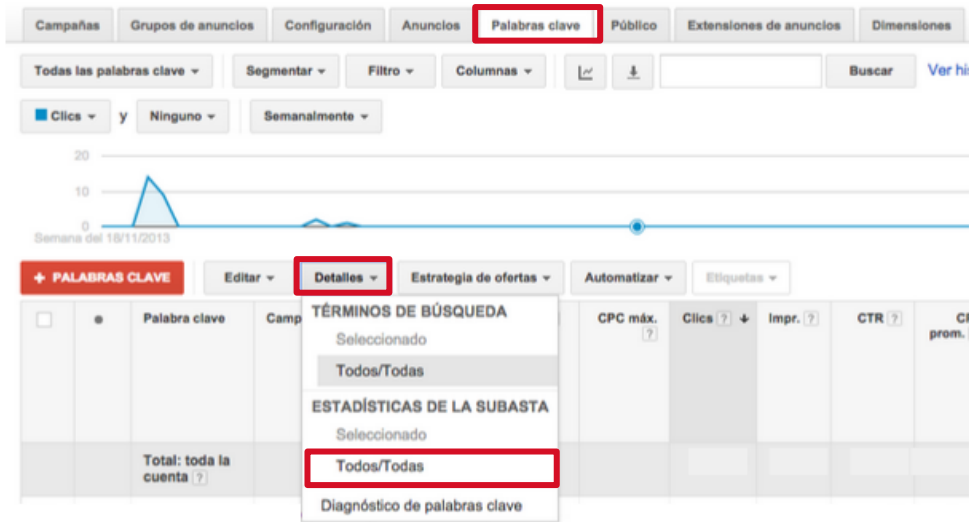


Estadísticas de la Subasta

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**.



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.

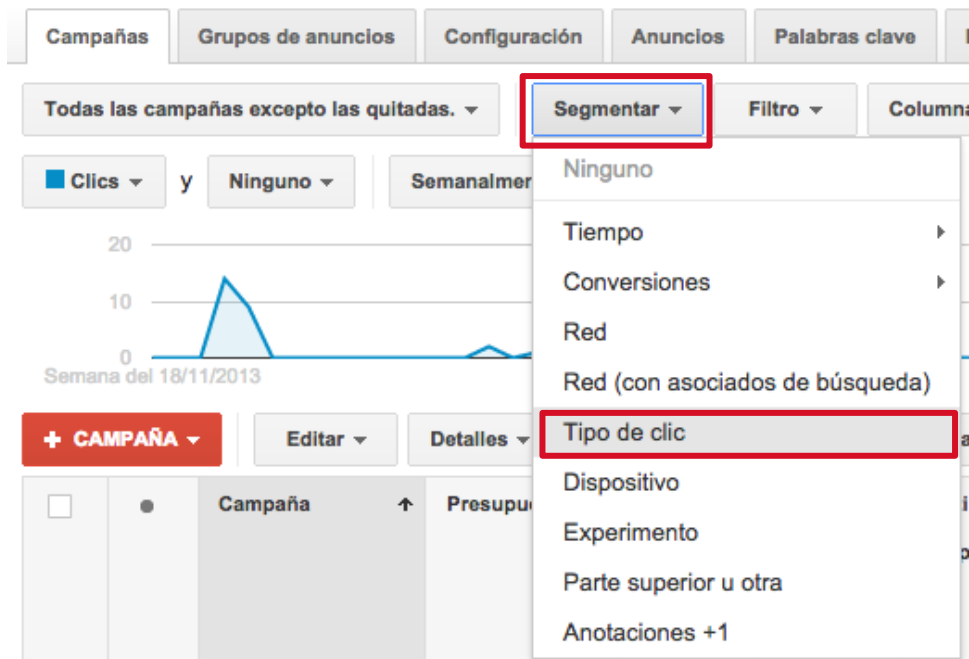
Porcentaje de ranking superior: número de veces que el anuncio ha aparecido en un ranking superior que el de otro participante de la subasta, además de las veces que se ha mostrado en lugar del de otros participantes, dividido por el número total de subastas de anuncios en las que ha participado.

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

<input type="checkbox"/>	●	Campaña ↑	Presupuesto ?	Estado ?	Tipo de campaña ?	Subtipo de campaña	Clics ?	Impr. ?	CTR ?	CPC prom. ?	Costo ?	Posic. promedio ?
<input type="checkbox"/>	●	 Limpieza	ARS30.00/día 	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**.

[Campañas](#)[Grupos de anuncios](#)[Configuración](#)[Anuncios](#)[Palabras clave](#)[Toda la configuración](#)[Ubicaciones](#)[Programación de anuncios](#)[Dispositivos](#)

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

<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

Campañas

Grupos de anuncios

Configuración

Anuncios

Palabras clave

Público

Extensiones de anuncios

Dimensiones

Red de Display



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	↑	Clics ?	Impr. ?	CTR ?	CPC prom. ?	Costo ?	Posic. promedio ?	Clics convertidos ?	Costo/clic convertido ?	Porcentaje de conversiones por clic ?	Conversiones ?
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

Campañas

Grupos de anuncios

Configuración

Anuncios

Palabras clave

Público

Extensiones de anuncios

Dimensiones

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.

Campañas

Grupos de anuncios

Configuración

Anuncios

Palabras clave

Público

Extensiones de anuncios

Dimensiones

Red de Display

Vista: Geográfico

Filtro

Columnas

Ver historial de cambios

Pais/territorio	Región	Área metropolitana	Ciudad	Ubicación más específica	Tipo de ubicación	Clics	Impr.	CTR	CPC prom.	Costo	Posic. promedio	Clics 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.

Campañas

Grupos de anuncios

Configuración

Anuncios

Palabras clave

Público

Extensiones de anuncios

Dimensiones

Red de Display

Vista: Ubicaciones del usuario

Filtro

Columnas

Ver historial de cambios

Pais/territorio	Región	Área metropolitana	Ciudad	Ubicación más específica	Clics	Impr.	CTR	CPC prom.	Costo	Posic. promedio	Clics 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: $\text{costo} / \text{total de clics convertidos}$.

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. ?
---------------------	-------------------------	---------------------------------------	----------------	-------------------------	-------------	----------------------

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



Usuarios

88



Número de páginas vistas

393



Páginas/sesión

3,89



Duración media de la sesión

00:02:29



Porcentaje de rebote

25,74 %

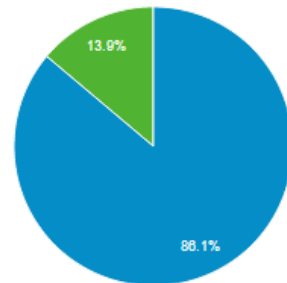


% de nuevas sesiones

86,14 %



■ New Visitor ■ Returning Visitor





Audiencia

Visión general

► Datos demográficos

► Intereses

► Información geográfica

► Comportamiento

► Tecnología

► Móvil

► Personalizado

► Comparativas

Flujo de usuarios



Adquisición



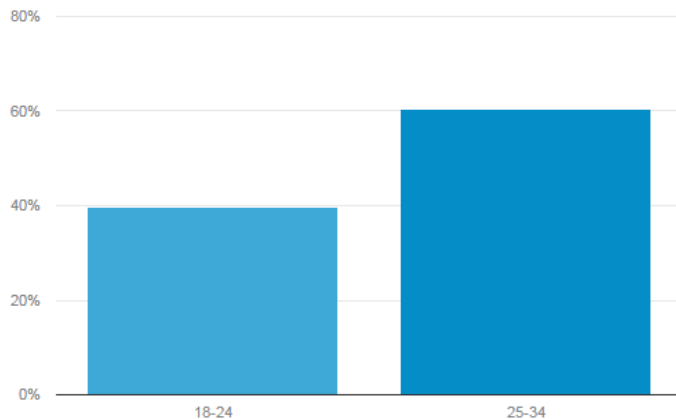
Comportamiento

Datos Demográfico - Visión General

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

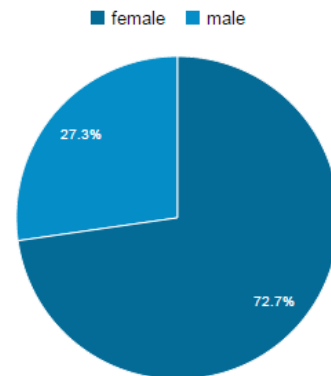
Edad

47,52 % del total de sesiones



Sexo

54,46 % del total de sesiones





Audiencia

Visión general

▸ Datos demográficos

▸ Intereses

▸ Información geográfica

▸ Comportamiento

▸ Tecnología

▸ Móvil

▸ Personalizado

▸ Comparativas

Flujo de usuarios



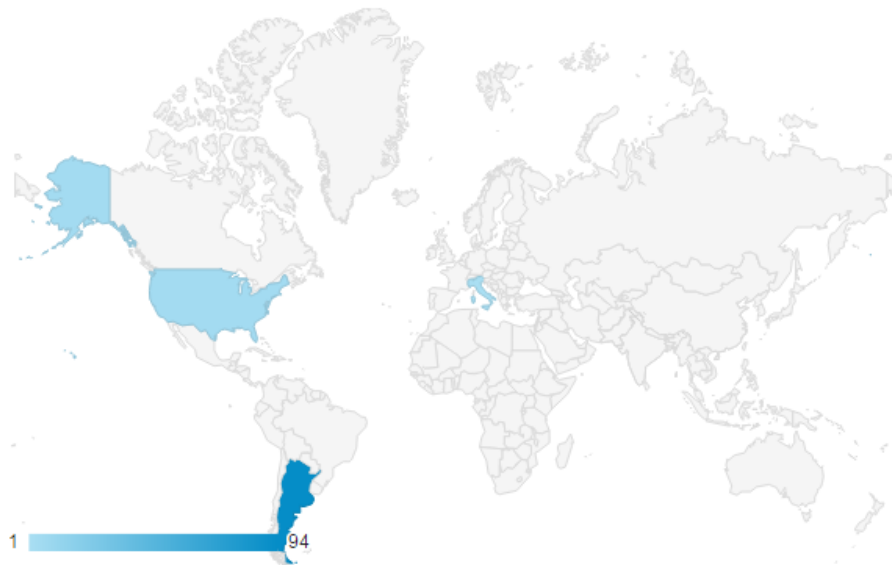
Adquisición



Comportamiento

Información Geográfica - Ubicación

Ubicaciones de donde nos visitan los usuarios



Adquisición



Adquisición

Visión general

▸ Todo el tráfico

▸ AdWords

▸ Optimización en
buscadores

▸ Social

▸ Campañas



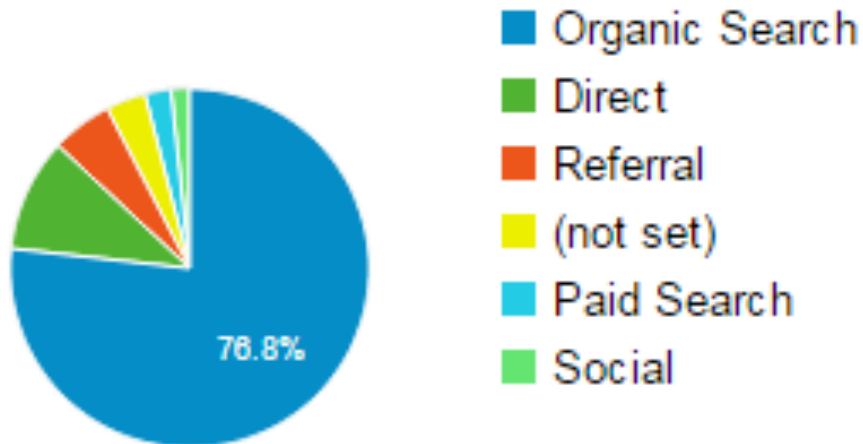
Comportamiento



Conversiones

Visión General

Permite ver el desglose de los principales canales de adquisición



Agregar columnas de Analytics en AdWords

Todas las campañas en línea

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 ▾



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) >>

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

Campañas

Grupos de anuncios

Configuración

Anuncios

Palabras clave

Público

Extensiones de anuncios

Dimensiones

Todas las campañas habilitadas ▾

Segmentar ▾

Filtro ▾

Columnas ▾



Buscar campañas



■ Clics ▾

y

Ninguno ▾

Semanalmente ▾

1

0
Semana del 19/1/2015

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

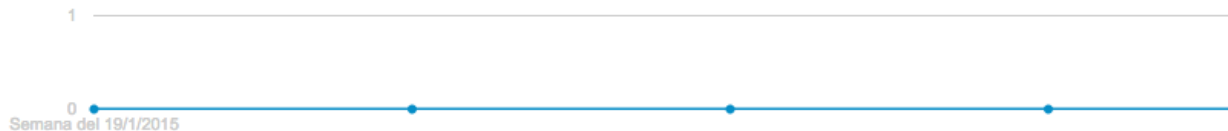
Q

■ Clics ▾

y

■ Ninguno ▾

Semanalmente ▾



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!