

Google Partners Academy

Remarketing de Búsqueda:
temático día de la madre



Agenda de la Clase de hoy:

¿Qué es Remarketing y cuál es su uso?

¿Cómo crear una lista de Remarketing en AdWords?

Estrategias y usos de Remarketing para Búsqueda

Ejemplos de uso para el Día de la Madre (campana estacional)



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!

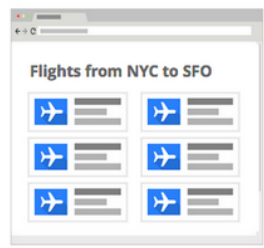
Denos su opinión y sugiera temas.

¿Qué es el Remarketing y cuál es su uso?

¿Qué es el Remarketing?

El remarketing nos permite **llegar a personas que ya visitaron el sitio web** o que ya utilizan nuestras **aplicaciones**.

Esto nos ayuda a **volver a conectarnos con usuarios que ya nos conocen** al mostrarles anuncios relevantes mientras navegan por la Web, utilizan aplicaciones para celulares o realizan búsquedas en Google.



¿Qué nos permite el Remarketing?

- ✓ Impulsar las ventas
- ✓ Aumentar la cantidad de registros
- ✓ Promocionar el conocimiento de su marca
- ✓ Fidelizar clientes



**Aumentar el Retorno de la
Inversión (ROI)**

Tipos de Remarketing

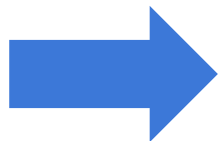
- ✓ Estándar
- ✓ Dinámico
- ✓ Para aplicaciones para celulares
- ✓ Para anuncios de la red de búsqueda
- ✓ De video



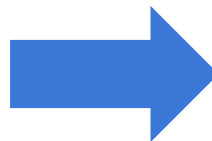
¿Cómo funciona el Remarketing?



Agregar la **etiqueta** de
Remarketing



Crear **listas** de
Remarketing



Crear **campañas** de
Remarketing

¿Cómo crear una lista de Remarketing en AdWords?

Estrategias y usos de Remarketing para búsqueda

Beneficios del Remarketing en Búsqueda

Nos permite **personalizar** las campañas de anuncios de la Red de Búsqueda para los usuarios que han visitado nuestro sitio y **adaptar las ofertas y los anuncios** a dichos visitantes cuando realizan búsquedas en Google.

Personalizar Audiencia

Podemos seleccionar la **audiencia específica** a la cual queremos llegar, por ejemplo:

- ✓ Todos los visitantes del sitio web
- ✓ Usuarios que consultaron un producto/servicio particular
- ✓ Usuarios que no realizaron una conversión
- ✓ Usuarios que abandonaron el carrito de compras
- ✓ Usuarios que ya compraron a los cuales queremos ofrecerles: ventas cruzadas
- ✓ Usuarios que compraron hace X cantidad de días

Personalizar Anuncios

Podemos **personalizar** nuestros anuncios para mostrar un **mensaje específico** a los usuarios que pasaron por una sección particular de nuestro sitio web o que cumplieron con cierto objetivo. Esto tendrá **mayor impacto** que un anuncio genérico.

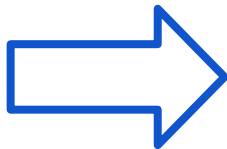
Recomendaciones para anuncios de Remarketing:

- Relevantes para el público al que deseamos llegar
- Deben tener el mismo estilo de nuestro sitio.
- Deben tener un llamado a la acción atractivo.

Ofertas - Focalizarse en Conversiones

Si nuestro objetivo es **obtener más conversiones**, podemos utilizar listas de remarketing para los anuncios de la red de búsqueda con estrategias de ofertas automáticas como:

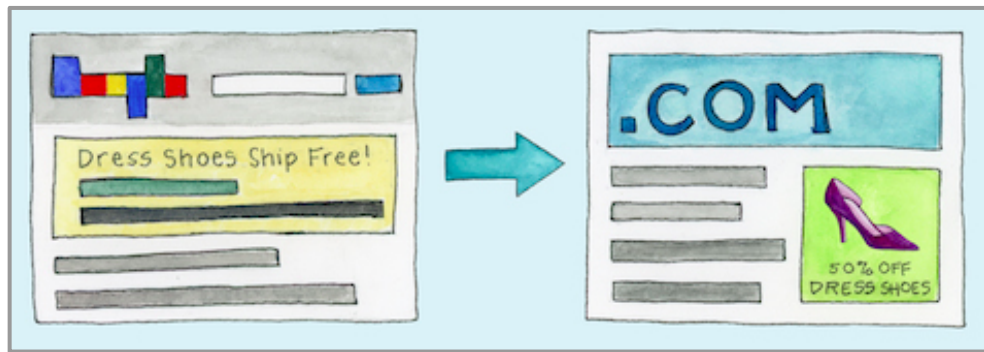
CPA
CPC Avanzado



Nos ayudan a **aumentar**
la **calidad** de nuestras
conversiones

Ajustes de Oferta

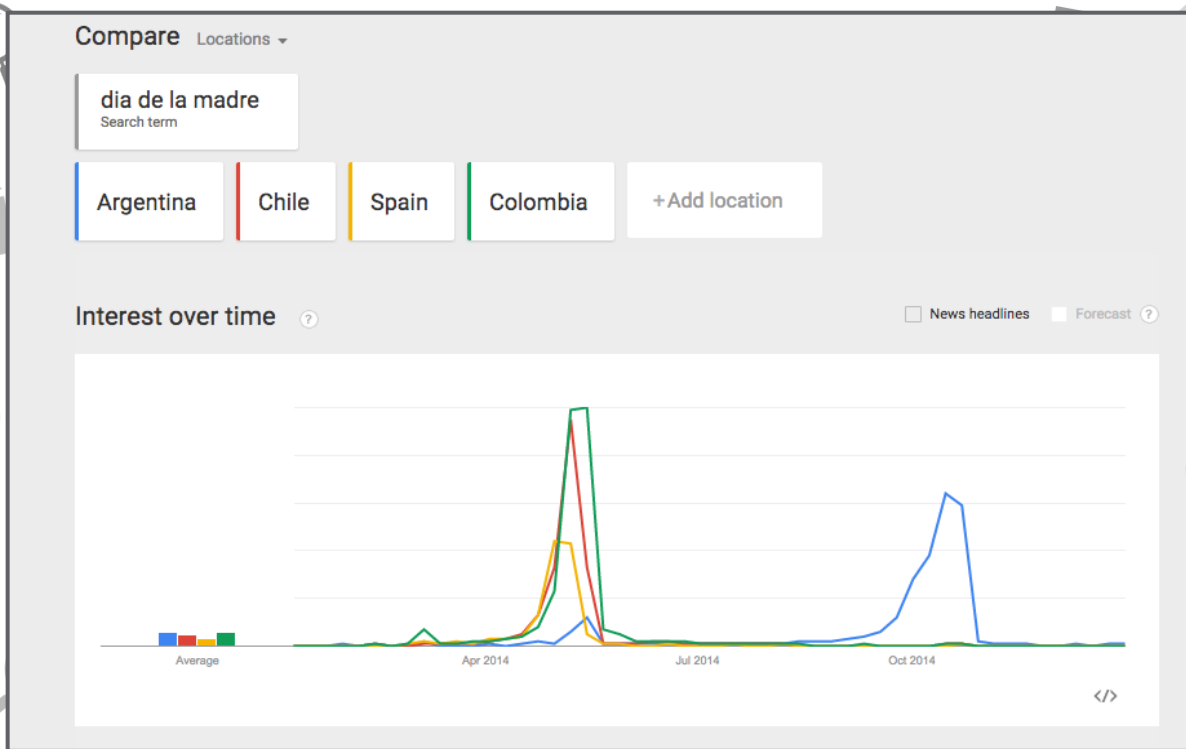
Podemos configurar un ajuste de oferta para realizar **ofertas más agresivas para las listas que resulten más valiosas** para nuestra empresa.



Por ejemplo: usuarios que habían agregado un producto a nuestro carrito de compras pero luego abandonaron el sitio.

Ejemplos para el Día de la Madre (Campañas estacionales)

Búsquedas del "Día de la Madre" - 2014



1

Definición de Audiencia

2

Anuncios

3

Ofertas

1

Definición de Audiencia

2

Anuncios

3

Ofertas

Personalizar el mensaje según la audiencia

Visitantes de la Home	Visitantes de una categoría particular	Visitantes de un Producto u Oferta	Personas que abandonan el carrito	Usuarios que ya convirtieron antes
				
Mensaje: Descubra grandes ofertas	Mensaje: Descubra nuevos productos	Mensaje: 30% OFF sólo por hoy	Mensaje: Envío gratuito	Mensaje: Otros productos

1

Definición de Audiencia

2

Anuncios

3

Ofertas

Anuncios

Podemos crear anuncios con **mensajes específicos** por medio de:



Inserción de Palabra Clave



Personalizador de Anuncios



Cuenta Regresiva



Anuncios - Inserción de Palabra Clave

Título ?

{Keyword:Calzados} Día de la Madre

Línea descriptiva 1 ?

Gran variedad de calzados de cuero

Línea descriptiva 2 ?

¡Envío sin cargo y descuentos!

URL Visible ?

www.ejemplo.com

Preferencia de dispositivo ?

☐ Celulares

Página de destino ?

☐ URL final (recomendado)
 ☒ URL de destino

http://

www.ejemplo.com/zapatos

Palabra clave: **zapatos**

Zapatos Día de la Madre
www.ejemplo.com
 Gran variedad de calzados de cuero
 ¡Envío sin cargo y descuentos!

Palabra clave: **botas**

Botas Día de la Madre
www.ejemplo.com
 Gran variedad de calzados de cuero
 ¡Envío sin cargo y descuentos!

Palabra clave: **zapatos de cuero**

Calzados Día de la Madre
www.ejemplo.com
 Gran variedad de calzados de cuero
 ¡Envío sin cargo y descuentos!

Personalizador de Anuncios

Palabra Clave	Modelo	Tecnologia	Camara	Oferta	Oferta_Finaliza
Smartphone	X	4G	12 MP	2x1	15/05/2015 00.00.00

Título: Smartphone {=Smartphone.Modelo} Día de la Madre

Línea 1: Celular {=Smartphone.Teconologia} con cámara
{=Smartphone.Camara}

Línea 2: {=Smartphone.Oferta}. La oferta termina en
{=COUNTDOWN(Smartphone.Oferta_finaliza)}.

Smartphone X Día de la Madre
www.ejemplo.com
Celular 4G con cámara 12 MP
2x1 La oferta termina en 5 días

URL Visible: www.ejemplo.com

URL de Destino: www.ejemplo.com/smartphonex

Cuenta Regresiva

Título ? Flores Día de la Madre

Línea descriptiva 1 ? Flores y Chocolates para regalar

Línea descriptiva 2 ? 20% de descuento - Finaliza en {=COUNTDOWN("20

URL Visible ? www.ejemplo.com

Preferencia de dispositivo ? ☐ Celulares

Página de destino ? ☐ URL final (recomendado) ☒ URL de destino

http:// www.ejemplo.com/promocion

```
{=COUNTDOWN("15/01/2015 18:00:00")}
```

Flores Día de la Madre

www.ejemplo.com

Flores y Chocolates para regalar

20% de descuento - Finaliza en 3 días

1

Definición de Audiencia

2

Anuncios

3

Ofertas

Ofertas

Podemos hacer ajustes de oferta o para usuarios que tienen grandes posibilidades de ser clientes potenciales.

Por ejemplo: personas que agregaron un producto al carrito y abandonaron el sitio.

Podemos aplicar una estrategia de CPA para usuarios que ya habían convertido anteriormente.

Por ejemplo: un usuario puede ser un cliente frecuente y en el *Día de la Madre* puede elegir nuestro negocio para comprar un regalo dado que ya nos conoce.

Caso de éxito

NETSHOES

Gracias al uso de Remarketing dinámico y las listas de Remarketing en Búsqueda, Netshoes, la tienda online de artículos deportivos más grande del mundo con presencia en Argentina, Brasil y México ha obtenido resultados impresionantes: aumentaron el CTR , los ingresos, el ROI y a su vez bajaron el CPA.

LOS OBJETIVOS

- Incrementar las conversiones de visitantes y clientes anteriores.
- Incrementar los ingresos y el ROI

EL ENFOQUE

- Incorporaron Remarketing Dinámico a sus campañas
- Utilizaron listas de Remarketing para campañas de búsqueda
- Segmentaron los usuarios por edad, género, cumpleaños y equipo de fútbol favorito.

LOS RESULTADOS

- **Remarketing Dinámico:** 30-40% de crecimiento en los ingresos totales, 2x de incremento en el CTR, volumen de conversión 61% más alto durante la temporada de Navidad.
- **Remarketing en búsqueda:** 30% de incremento en el CTR, 15% de disminución en el CPA, 20% de incremento en el ROI general.

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!