

#ChecklistAdWords

Preparando Las Fiestas de Final de Año

¿Cómo se preparan los clientes para las Fiestas de Final de Año?¹

94%



de los consumidores usarán buscadores para buscar y comparar posibles regalos

37%



de Europeos tienen pensado comprar sus regalos a través de Internet en estas fechas

59%



de los clientes tienen pensado usar sus Smartphones para buscar regalos Online

¿Cuándo tienes que preparar tus campañas para estas fiestas?



Crear y asignar Listas de Remarketing

Lanzar las campañas

Lanzar campañas con Ofertas

Octubre - Noviembre

Diciembre

Enero

¿Qué tenemos que tener preparado?

1 

Configura el Código de Remarketing en tu página Web y crea listas automáticas

2 

Configura el Código de Analytics en tu página Web para crear listas personalizadas de remarketing

3 

Crea una cuenta de Merchant Center y reclama tu sitio web

4 

Link your YouTube channel to your AdWords account and verify your site

Octubre - Noviembre

Lanza estas campañas lo más temprano posible para maximizar el impacto futuro de las listas de remarketing

Prepara listas de remarketing segmentadas (ejemplos):

- ☐ Crea una lista de "Todos los visitantes"
- ☐ Crea una lista de "Usuarios suscritos que quieren escuchar las últimas novedades"
- ☐ Crea una lista de "Usuarios que llenaron el carrito, pero no compraron"
- ☐ Crea una lista de "Todos los convertidores"
- ☐ Crea una lista de "Usuarios que vieron tu video en tu canal de YouTube"

Comienza campañas GDN para comenzar a colaborar con las listas de remarketing. Considera cambiar a "segmentación agresiva" para mayor impacto.

- ☐ Comienza una campaña de GDN y de Youtube con banners y mensajes únicos.
- ☐ Configura la segmentación: Temas, Intereses, ubicaciones, palabras clave, y audiencias personalizadas.
- ☐ Crea otra campaña de búsqueda, shopping, video y otra de GDN normales.



¿Cuándo tiene lugar la compra de regalos para las fiestas?²

Antes de
Diciembre

13%

1-15
Diciembre

18%

16-31
Diciembre

66%

Enero

3%

Diciembre

En lugar de modificar las campañas existentes, crea nuevas campañas para asegurar una transición suave al periodo festivo y a la finalización de este.

Crea una nueva campaña de Display con ofertas personalizadas para cada tipo de cliente

- ☐ Crea grupos de anuncios segmentados a diferentes audiencias de remarketing.
Por ejemplo:
 - "Todos los usuarios del sitio web" (+0% de puja)
 - "Usuarios que han visto un video en tu canal de YouTube" (+0-20% de puja)
 - "Usuarios suscritos que quieren recibir las últimas noticias" (+40% de puja)
 - "Usuarios que añadieron productos al carrito, pero que no compraron" (+80% de puja)
 - "Todos los que convirtieron" (+100% de puja)
- ☐ Crea un grupo de anuncios usando la segmentación de audiencias similares
- ☐ Pausa la campaña de Display que estabas utilizando para poder desarrollar tu estrategia de remarketing

Atención: durante el periodo festivo, las pujas para búsqueda pueden ser muy competitivas. Configura tus pujas con cuidado cuando utilices la concordancia amplia

Crea una nueva campaña de búsqueda

- ☐ Añade palabras clave, divididas en grupos de anuncios basados en la configuración de las campañas ya existentes
- ☐ Añade palabras clave divididas en grupos de anuncios centrados en "rebajas" (descuentos, rebajas, etc.)
- ☐ En cada grupo de anuncios, crea anuncios específicos con un texto que haga referencia a descuentos y rebajas
- ☐ Añade ajustes de puja por ubicaciones para áreas cercanas a centros comerciales y así llegar a los compradores
- ☐ Añade ajustes de puja para dispositivos móviles
- ☐ Añade descuentos y cuentas atrás para tus anuncios
- ☐ Añade un grupo de anuncios con remarketing

Crea una nueva campaña de shopping



- ☐ Programa una recuperación diaria de tu feed de datos en Merchant Center
- ☐ Crea anuncios específicos en todos los grupos de anuncios mencionando rebajas y descuentos del momento
- ☐ Añade en el feed los atributos de "sale price" (precio con descuento) and "effective sale price" (fecha del descuento)
- ☐ Añade "etiquetas personalizadas" en tu feed

Crea una nueva campaña Gmail



- ☐ Crea grupos de anuncios para diferentes tipos de segmentación:
 - Palabras clave relacionadas con tus productos o servicios
 - Palabras clave relacionadas con las fiestas, promociones para estas vacaciones, regalos, etc.
- ☐ Añade tu lista de clientes a la biblioteca compartida (al menos 1000), y crea un grupo de anuncios usando esa lista como segmentación
- ☐ Crea anuncios específicos mencionando rebajas y descuentos



Enero

Añade información a tu página web sobre los productos en rebajas, y añade una sección especial en donde puedan encontrar en un sitio los mayores descuentos

Pausar las campañas vacacionales

- ☐ Pausa las campañas: GDN, búsqueda, shopping y Gmail que creamos para estos festivos

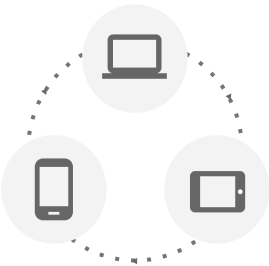
Comienza nuevas campañas para artículos rebajados

- ☐ Crea una nueva campaña con una cuenta atrás hasta la finalización de la oferta
☐ Crea una nueva campaña de Shopping con los descuentos
☐ Crea una nueva campaña de Gmail con los descuentos
☐ Crea una nueva campaña de Display con los descuentos
☐ Crea una nueva campaña de Remarketing en búsqueda con los descuentos



¿Cómo podemos evaluar la efectividad de nuestra campaña?

Asegúrate la configuración de tus conversiones en Octubre-Noviembre, antes de que lances la campaña!
Para muchas de las categorías la ventana de conversión puede ser de más de 30 días.

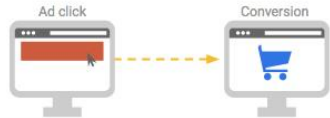


- 1 Controla que tu **ventana de conversión** es al menos de 30 días
- 2 Ten el control del **recuento de conversiones**
- 3 Asigna **valores a tus conversiones**

Usa los nuevos reportes de AdWords para analizar las atribuciones en diferentes dispositivos. En los reportes incluye: "dispositivos", "Dispositivos que hayan asistido", "Flujos de comportamiento"

Conversion Tracking

Measures same-device conversions



Cross-Device Conversions

Measures conversions that start as an ad click from one device and end as a conversion on another device



Cross-Device Attribution **NEW**

Measures the full cross-device conversion path for search



Recursos de Think with Google

Navidad 2016:
¿Cómo se comportan los consumidores?

Llega la Navidad 2016 -
¿Cuándo y qué buscan los consumidores?

Una guía de regalo para
profesionales del marketing

¡ Mucha suerte lanzando tus campañas para estas fiestas !

