

GUÍA PARA CREADORES
GUÍA PARA CREADORES
GUÍA PARA CREADORES
GUÍA PARA CREADORES
GUÍA PARA CREADORES
GUÍA PARA CREADORES

Descubre cómo **umentar tu audiencia** e **impulsar las visualizaciones de tus vídeos** con Promocionar



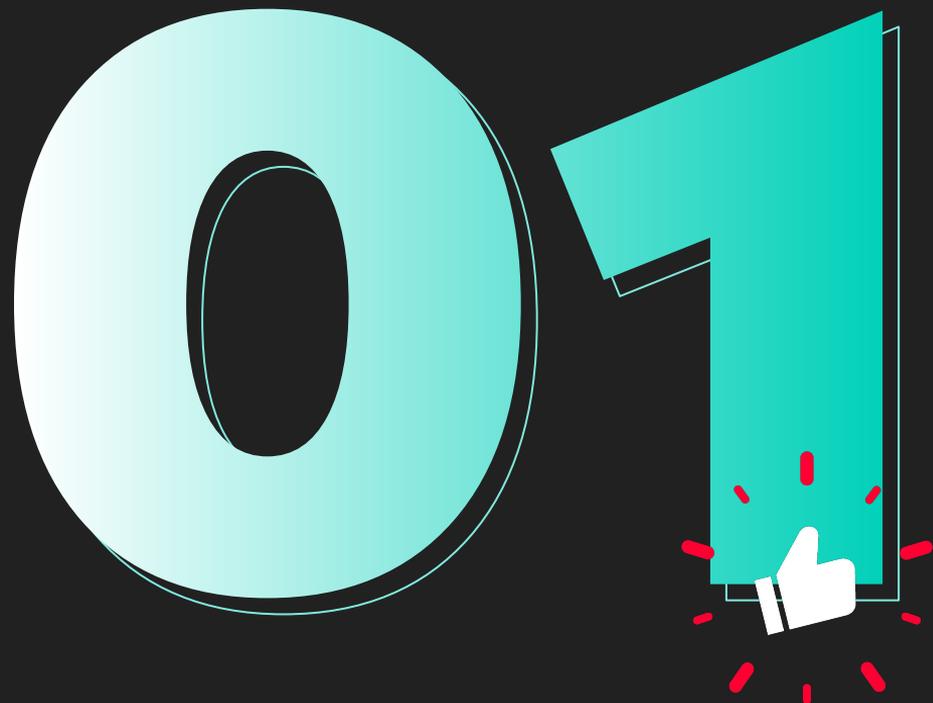
Promocionar

CONTENID O

- 01** Aspectos básicos de Promocionar
- 02** Objetivos de las campañas
- 03** Selección de vídeos
- 04** Opciones de segmentación y presupuesto
- 05** Seguimiento del rendimiento de los anuncios
- 06** Maximización de los resultados
- 07** Prácticas recomendadas de creatividades de anuncios

Preguntas frecuentes

ASPECTOS BÁSICOS DE PROMOCIONAR



¿Qué es Promocionar?

Con Promocionar puedes hacer que tu canal y tu empresa crezcan en YouTube.

Además de la [búsqueda, las recomendaciones y otras herramientas orgánicas que YouTube ofrece](#), puedes usar Promocionar para **aumentar las interacciones y las suscripciones a tu canal, dar más visibilidad a tus vídeos e incrementar los clics que dirigen a tu sitio web.**

Esta función, integrada directamente en las versiones web y móvil de YouTube Studio, puede difundir tus vídeos entre un número mayor de espectadores.

Muestra tus vídeos a nuevos fans.

Empieza a usar Promocionar



¿Por qué debería probar Promocionar?

Muestra tus vídeos a más espectadores en YouTube, una de las plataformas más populares del mundo.

Si creas contenido por diversión o con fines comerciales (o ambas cosas), cuantas más personas vean lo que haces, mejor.

Además de las herramientas orgánicas que puedes usar para impulsar el crecimiento, Promocionar enseña tus vídeos a un mayor número de espectadores, te ayuda a encontrar nuevos fans y mantiene el interés de tu audiencia. Y todo ello sin perder el control de tu contenido.



Cobertura y visibilidad

Amplía la cobertura de tus vídeos significativamente y ve más allá de tu audiencia habitual.



Promoción orientada

Llega a tu audiencia ideal sin salirte del presupuesto que hayas fijado.



Simplicidad

Lanza campañas rápido para empezar a llegar a nuevos espectadores.



Flexibilidad

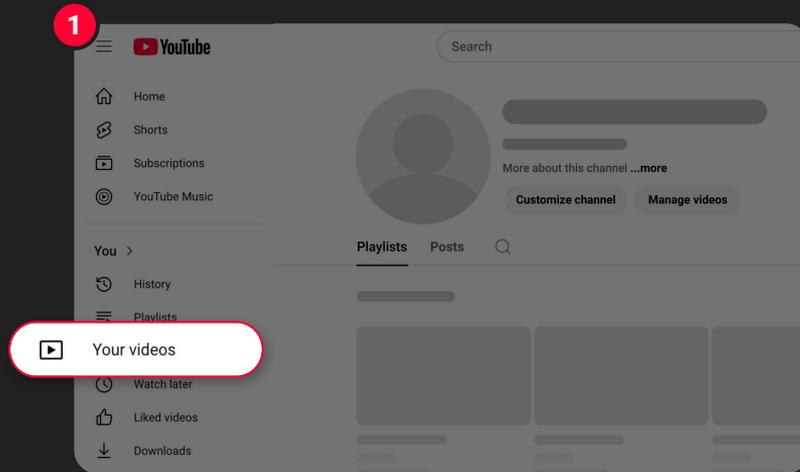
Si tu objetivo es conseguir nuevos suscriptores, más visualizaciones o más visitas al sitio web, Promocionar puede ayudarte a lograrlo.

OBJETIVOS DE LAS CAMPAÑAS

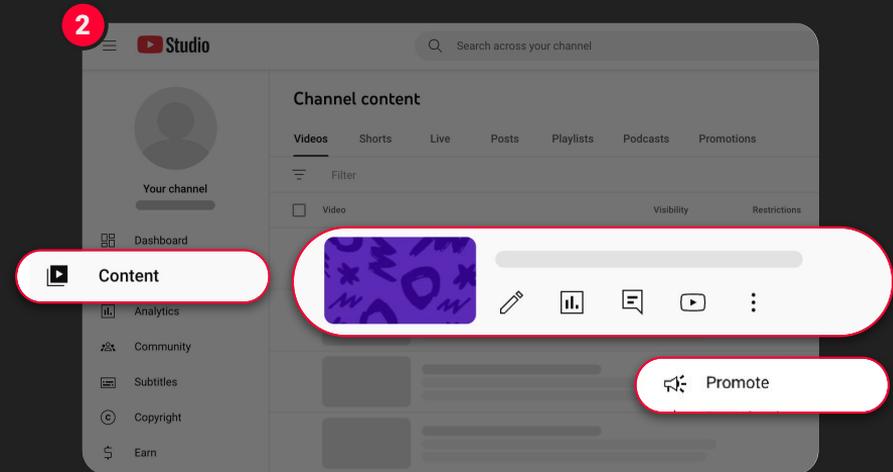


¿Cómo se usa Promocionar?

Para configurar la función desde tu **ordenador directamente en YouTube***:



- Selecciona **Mis vídeos**.
Se te dirigirá a YouTube Studio.

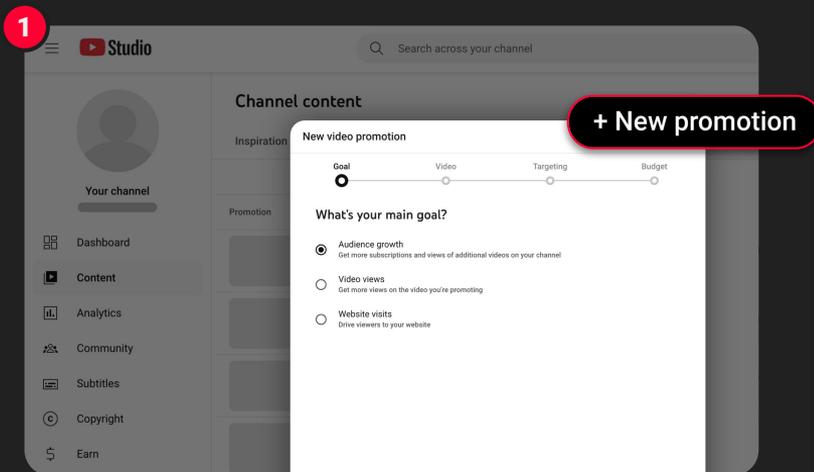


- Selecciona **Contenido**.
- Haz clic en el **menú de 3 puntos** del vídeo que quieras.
- Haz clic en **Promocionar**.

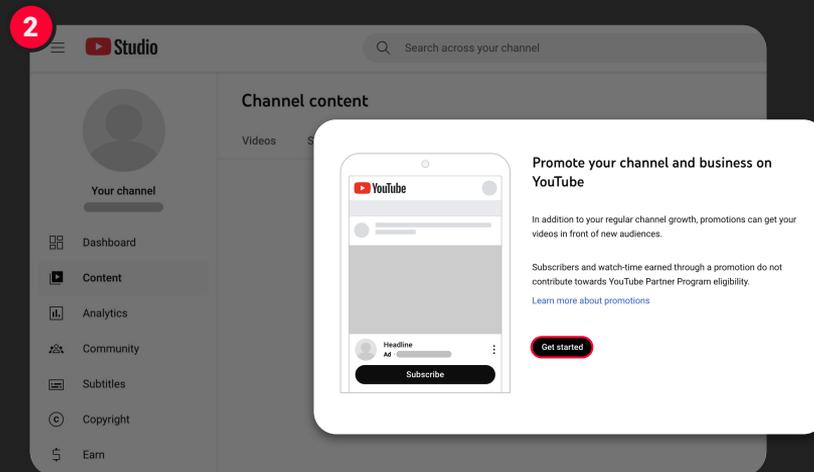
* **Nota:** Necesitas una cuenta de Google Ads, que se configurará automáticamente cuando crees tu primera campaña.

¿Cómo se usa Promocionar?

Para configurar esta función desde tu ordenador en YouTube Studio*:



- En YouTube Studio, selecciona la pestaña **Promociones** y haz clic en **+ Nueva promoción**.

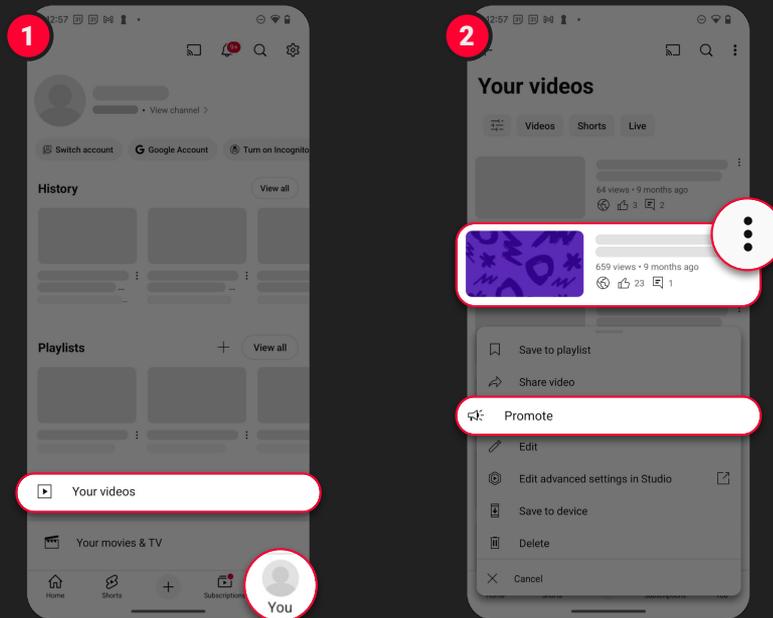


- Si eres un usuario nuevo, haz clic en [Empezar](#).

* Nota: Necesitas una cuenta de Google Ads, que se configurará automáticamente cuando crees tu primera campaña.

¿Cómo se usa Promocionar?

Para configurar esta función desde tu **dispositivo móvil a través de la aplicación YouTube***:

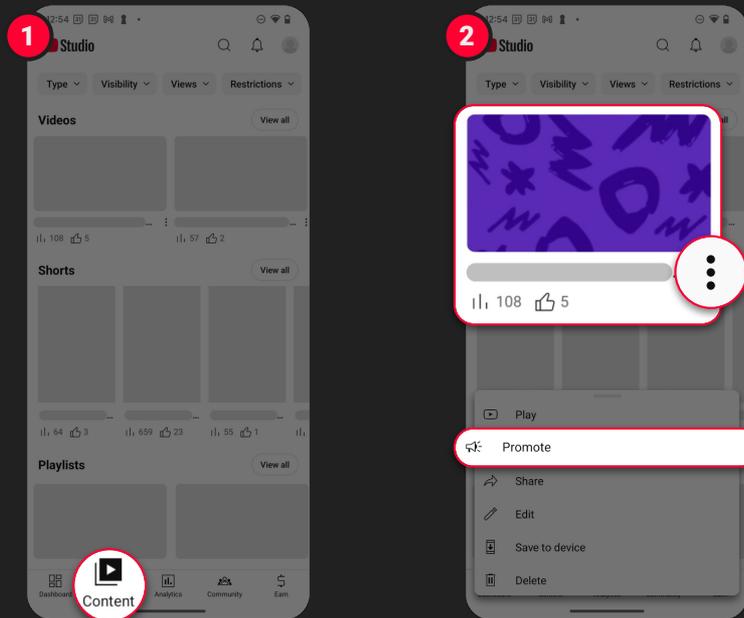


- En la **aplicación YouTube**:
 - Ve a la pestaña **Tú**.
 - Accede a **Mis vídeos**.
 - En **Vídeos** o **Shorts**, selecciona un vídeo.
 - Toca el **menú de 3 puntos** y luego **Promocionar**.

* Nota: Solo está disponible en la aplicación Android.

¿Cómo se usa Promocionar?

Para configurar esta función desde tu **dispositivo móvil a través de la aplicación de Studio***:



- En la **aplicación YouTube Studio**:
 - Ve a **Contenido**.
 - Toca el **menú de 3 puntos del vídeo que quieras promocionar**.
 - Toca **Promocionar**.

* **Nota:** Solo está disponible en la aplicación Android.

Adapta tu campaña a tus objetivos

Promocionar ofrece **tres objetivos de campaña** según lo que quieras lograr:



Crecimiento de la audiencia

¡A conseguir más suscriptores!

Promocionar optimiza tu campaña para que llegue a los espectadores que tienen más probabilidades de suscribirse a tu canal.



Visualizaciones del vídeo

¡Que no paren esas visualizaciones!

La herramienta Promocionar mostrará tu anuncio de vídeo a los espectadores a quienes pueda interesarles más, lo cual te ayudará a impulsar su visibilidad y su cobertura.



Visitas al sitio web

¡Logremos que el tráfico fluya a tu sitio web!

Esta herramienta optimizará tu campaña para animar a los usuarios a hacer clic para visitar tu sitio web, lo que te ayudará a promocionar productos, servicios u otro contenido online.

Caso de éxito: Escola para YouTubers

[Escola para YouTubers](#) crea vídeos que enseñan a los creadores a desarrollar su canal. Empezaron a experimentar con Promocionar para ver si podía ayudarles a aumentar las ventas de sus cursos. Promocionaron dos vídeos clave para dirigir el tráfico a los cursos de su sitio web y vieron un incremento de las ventas y los ingresos que superó con creces su inversión publicitaria.

Categoría:

Educación

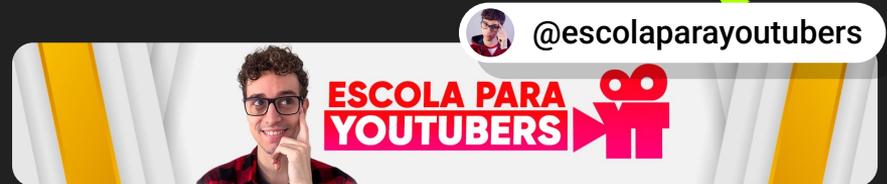
Tamaño:

Creador consolidado

Objetivos:

Visualizaciones del vídeo

Visitas al sitio web



Las promociones son una solución excelente para crear anuncios. Con solo unos clics, puedo poner en marcha mis promociones. **El proceso de configuración es muy sencillo, ideal para creadores como yo**".

Caique Pereira

Creador de Escola para YouTubers

SELECCIÓN
DE VÍDEOS



Escoge los vídeos idóneos para promocionarlos

El primer paso es elegir los vídeos adecuados. Aparte de que deben durar como mínimo 10 segundos, **ten en cuenta lo siguiente para captar la atención de tu audiencia:**



Relevancia con respecto al objetivo

Elige vídeos cuyo contenido se adapte a tu objetivo. Por ejemplo, si tu objetivo es aumentar el número de suscriptores del canal, escoge un vídeo que muestre el tipo de contenido que los espectadores encontrarán en tu canal.



Control total sobre los vídeos

Elige cualquier vídeo de tu canal, sin preocuparte por el rendimiento obtenido hasta ahora. Si, por ejemplo, quieres promocionar un vídeo que ha dado resultados excelentes o reactivar uno antiguo, Promocionar te deja tomar las riendas.



Interés de la audiencia

Escoge vídeos que respondan a los intereses de la audiencia a la que quieras llegar.



Cumplimiento de la política de anuncios

Todos los vídeos que promociones deben cumplir las [políticas de anuncios de vídeo](#) de YouTube. Tus vídeos no deben incluir contenido que infrinja estas políticas, como lenguaje inapropiado, violencia o información engañosa.

Caso de éxito: The Mönic

La banda de rock brasileña [The Mönic](#) buscaba una forma sencilla de aumentar su base de fans y promocionar sus vídeos musicales entre una audiencia más amplia. Aunque tenían claros los objetivos, el grupo no tenía tiempo para lidiar con plataformas publicitarias complejas. Aquí es donde entra en juego la función Promocionar de YouTube. Al usar el objetivo "Crecimiento de la audiencia" para aumentar el número de suscriptores y "Visualizaciones del vídeo" para acumular visualizaciones, consiguieron monitorizar la fuente del aumento del tráfico y medir la eficacia de cada promoción.

Categoría:

Tamaño:

Objetivos:

Música

Creador emergente

Crecimiento de la audiencia

Visualizaciones del vídeo

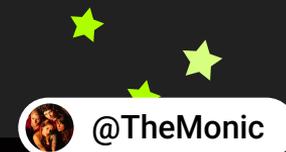


Es una herramienta muy eficaz que todo artista debería saber utilizar. Si se usa bien, estoy segura de que los resultados serán increíbles.

Es una de las mejores formas de promocionar tu música".

Dani Buarque

Integrante de The Mönic



OPCIONES DE
SEGMENTACIÓN
Y PRESUPUESTO



Orienta tus campañas de forma eficaz

Elige a qué audiencias quieres llegar con tus vídeos:



Ubicación



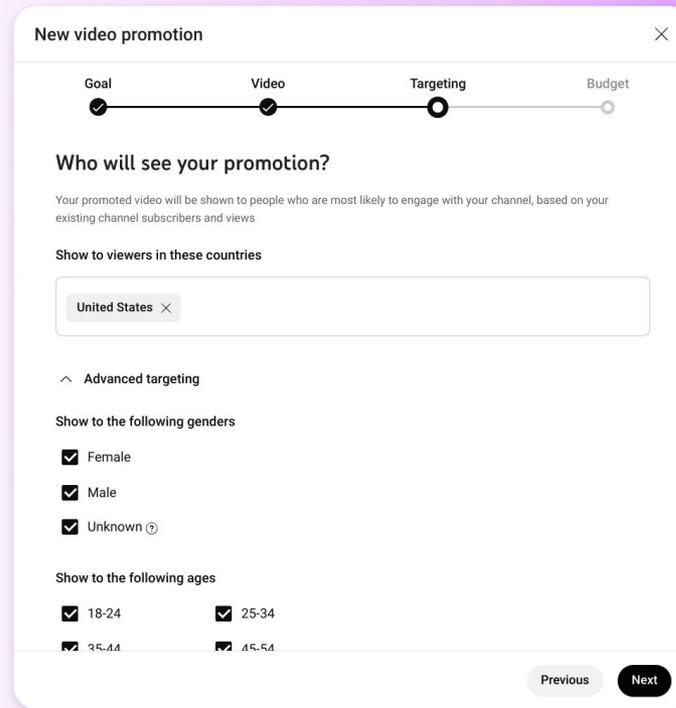
Idioma



Datos demográficos



Para lograr la mayor cobertura posible, deja a un lado los controles de segmentación avanzada y selecciona muchos países para tu promoción.



Fija el presupuesto que más te convenga



Optimización del rendimiento

Promocionar usa tu presupuesto de la forma más eficiente posible para alcanzar los objetivos de tus campañas.



Control total sobre el presupuesto

Nunca te cobraremos más del presupuesto total que hayas fijado para tu campaña.



Recomendaciones mínimas

Puedes lograr resultados con tan solo 5 USD, pero **solemos recomendar un mínimo de 100 USD**, dado que el rendimiento de las campañas tiende a mejorar con el tiempo.

Nota: La facturación dependerá de la configuración seleccionada en Google Ads (pagos automáticos o manuales). Consulta más información en [este artículo sobre facturación del Centro de Ayuda de Google Ads](#).

Si tienes cualquier problema con la facturación o alguna pregunta sobre los pagos, puedes pedir ayuda al [equipo de Asistencia de Google Ads](#).

SEGUIMIENTO DEL
RENDIMIENTO DE
LOS ANUNCIOS



Monitoriza las métricas clave

Haz un seguimiento del rendimiento de tu campaña y averigua dónde hay margen de mejora.

Prueba distintos vídeos, objetivos y estrategias de segmentación para dar con una combinación ganadora.



Impresiones

Conoce al instante con qué frecuencia se muestra una miniatura de tu promoción.



Visualizaciones

Monitoriza el número de visualizaciones de tu vídeo promocionado para valorar la cobertura de tu campaña.



Suscriptores

Es el número de suscriptores nuevos después de ver 10 segundos de tu vídeo o de hacer clic en tu promoción en el plazo de 3 días.



Coste total

Consulta el gasto de cada campaña en un momento dado.



Visitas al sitio web

Se trata del número de visitas que el anuncio dirige a tu sitio web externo.

Haz ajustes fundamentados

Usa los datos para mejorar tu campaña:



Prueba distintos vídeos

Promociona dos vídeos diferentes con el mismo presupuesto y la misma segmentación. Los resultados revelarán cuál tiene mejor rendimiento y te permitirán conocer mejor a tu audiencia.



Experimenta con la segmentación

Si tu campaña no está llegando a la audiencia adecuada, prueba distintas opciones de segmentación para acotar a quién te diriges y aumentar las interacciones. Por ejemplo, si tu objetivo es llegar a más espectadores, usa unos datos demográficos o una segmentación geográfica más amplios.



Ajusta tu presupuesto

Puedes modificar el presupuesto para aumentar o reducir la inversión publicitaria en función del rendimiento de tu campaña.

MAXIMIZACIÓN
DE LOS RESULTADOS



Llega a nuevas audiencias

Promocionar es una herramienta eficaz con la que podrás hacer que tu canal crezca, ahora y en el futuro.



Marca unos objetivos realistas

Define objetivos claros y medibles para tus campañas de promoción y monitoriza el progreso con el paso del tiempo.



Adáptate y evoluciona

Prepárate para ajustar tu estrategia de promoción a medida que crezca tu canal y evolucione tu audiencia. Monitoriza periódicamente el rendimiento de tu campaña y haz los ajustes necesarios para no quedarte atrás.



Adopta un enfoque integral

Promocionar [es una de las muchas herramientas](#) con las que puedes desarrollar tu canal. Usa el contenido promocional, sé constante creando vídeos y no dejes de interactuar con tu comunidad.

Caso de éxito: RVi

[RVi](#) es un fabricante de productos innovadores para autocaravanas que tiene una importante comunidad de entusiastas en su canal de YouTube, pero la empresa quería llegar a una audiencia más amplia. Crearon vídeos generales sobre autocaravanas con el fin de atraer tanto a nuevos usuarios como a incondicionales de este tipo de vehículos. Después los promocionaron con los objetivos "Crecimiento de la audiencia" y "Visualizaciones del vídeo" para llegar a grupos demográficos más amplios.

Categoría:

Automoción y transporte

Tamaño:

Creador emergente

Objetivos:

Crecimiento de la audiencia

Visualizaciones del vídeo



No bases el éxito o el fracaso en función de una sola campaña de promoción. **Publica unas cuantas para conocer tus métricas y valorarlas.** Solo entonces podrás tomar una decisión".

Chris Bonham

Responsable de Redes Sociales y Marketing de RVi

PRÁCTICAS
RECOMENDADAS
DE CREATIVIDADES
DE ANUNCIOS



Crea anuncios interesantes

Las creatividades de tus anuncios (títulos, descripciones y elementos visuales) tienen un papel crucial a la hora de captar la atención de los espectadores y animarlos a interactuar con tu contenido.

Sigue estas prácticas recomendadas para crear anuncios eficaces:

Usa títulos atractivos

Redacta títulos concisos e informativos, y que llamen la atención. Comunica con claridad la propuesta de valor de tu vídeo y atrae a los espectadores para que hagan clic.

Escribe descripciones persuasivas

Aprovecha la descripción para ofrecer más contexto sobre tu vídeo y destacar sus conclusiones. Incluye palabras clave relevantes para mejorar la encontrabilidad del vídeo y animar a los espectadores a que lo vean.



5 consejos imprescindibles para que tus plantas de interior crezcan sanas 🌱

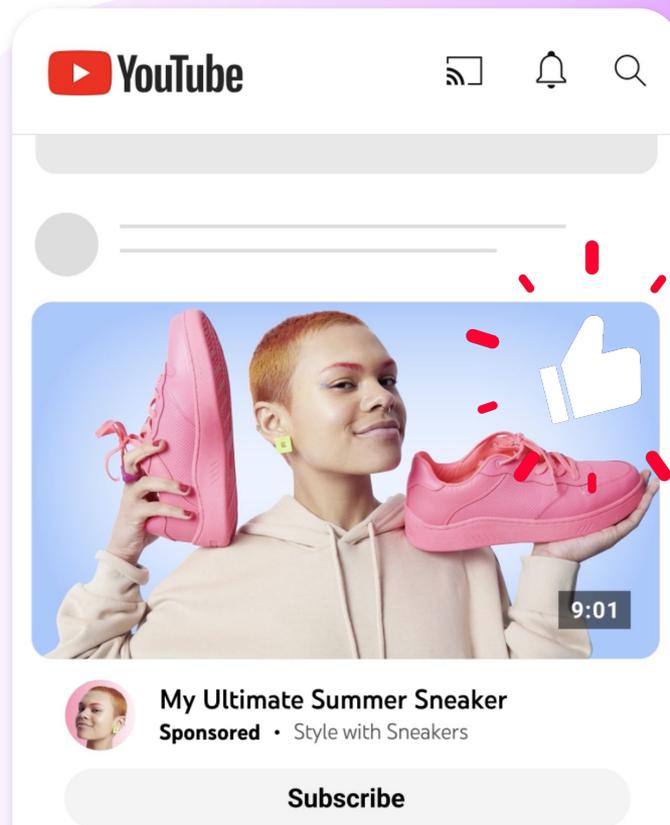
En este vídeo te voy a mostrar mi rutina para cuidar las plantas de interior. Así podrás conseguir que las plantas de tu casa tengan un aspecto excelente.

Patrocinado Amantes de las plantas de interior

Usa elementos visuales atractivos

Las [miniaturas](#) de los vídeos que decidas promocionar serán las mismas que se usan cuando esos vídeos se muestran de forma orgánica.

Debes **prestar especial atención a las miniaturas de los vídeos promocionados, ya que serán tu carta de presentación ante muchos espectadores.**



Caso de éxito: The Beaten Trail

Los expertos en todoterrenos de [The Beaten Trail](#) querían ampliar la cobertura de su canal en YouTube y aumentar los suscriptores, las visualizaciones y los ingresos.

Empezaron a experimentar con Promocionar porque es muy fácil de usar y de configurar. Se centraron en los objetivos de crecimiento de la audiencia, promocionaron estratégicamente vídeos que ya habían tenido un buen rendimiento orgánico y utilizaron miniaturas seleccionadas y elementos narrativos para despertar el interés de la audiencia que buscaban.

Categoría: **Tamaño:**

Coches

Creador emergente

Objetivos:

Crecimiento de la audiencia

Visualizaciones del vídeo



La función Promocionar ha tenido un enorme impacto en mi canal. Gracias a ella, estoy ganando dinero y atrayendo espectadores, a la vez que mantengo un crecimiento orgánico muy bueno".

Michael Herrmann

Creador de The Beaten Trail

Miles de millones de personas*
recurren a YouTube para buscar
su nuevo vídeo, creador o
comunidad favoritos.

Ayúdales a encontrarte.

Empieza a usar Promocionar

* Afirmación: YouTube tiene miles de millones de usuarios conectados cada mes.
Fuente: Datos globales internos, julio del 2022.



Preguntas frecuentes

Preguntas frecuentes

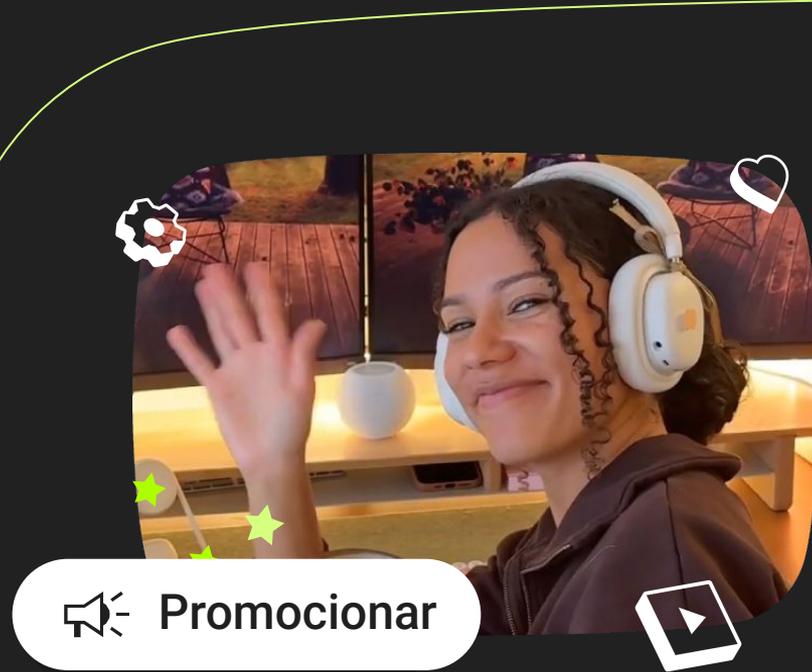
¿Cómo puedo obtener asistencia?

Si necesitas ayuda para resolver problemas relacionados con el flujo de creación de Studio, ponte en contacto con nuestro [equipo de Asistencia para Creadores](#)^{*}. Si tienes cualquier otro problema (por ejemplo, con la facturación o la publicación de campañas), contacta con el [equipo de Asistencia de Google Ads](#).

¿Las promociones perjudican la cobertura orgánica de mi canal o el rendimiento de mis otros vídeos?

[La búsqueda y el descubrimiento orgánicos](#) de YouTube se basan en los resultados que obtiene el contenido cuando se recomienda, no cuando se publica como anuncio mediante Promocionar. Promocionar es una herramienta publicitaria diseñada para complementar el crecimiento orgánico. Por otra parte, es posible que Promocionar tenga un impacto positivo en la cobertura de tu canal, ya que te ayuda a encontrar nuevas audiencias que pueden unirse a tu comunidad y seguir interactuando.

^{*}**Nota:** La Asistencia para Creadores solo está disponible para quienes forman parte del Programa para Partners de YouTube.



Promocionar



Preguntas frecuentes

¿Son reales los suscriptores que se obtienen con la función Promocionar?

Sí. Los suscriptores que consigas con Promocionar son tan reales como el resto. Ten en cuenta que cuando comprobamos si cumples los requisitos para formar parte del Programa para Partners de YouTube, solo tenemos en cuenta los suscriptores orgánicos para que las personas interesadas en unirse al programa estén en igualdad de condiciones.

Pueden recibir notificaciones cuando publiques contenido nuevo y llegar a ser miembros fieles de tu comunidad. Una promoción puede ser el impulso que necesita un espectador para explorar tu canal y, si sigues ofreciéndole contenido que le parezca interesante y valioso, podrá interactuar de muchas formas contigo.

¿Por qué mis promociones se publican en horarios inusuales o mayoritariamente en ciertos países?

Para que el rendimiento de tu campaña sea uniforme, puede que la publiquemos en distintas zonas geográficas y a distintas horas del día debido a la [segmentación optimizada](#).



Preguntas frecuentes

¿Cómo encuentran las promociones a los espectadores adecuados para mi vídeo?

Usamos varias señales de tu contenido y de espectadores potenciales para mostrar las promociones a distintos espectadores.

¿En qué se diferencia la herramienta Promocionar de YouTube Studio de las interacciones en YouTube de Google Ads?

El objetivo "Crecimiento de la audiencia" en Promocionar y las interacciones en YouTube, que optimizan las suscripciones a un canal de YouTube en Google Ads, son el mismo producto. La función Promocionar tiene una interfaz distinta y más sencilla de usar para facilitar la publicación de campañas. Las interacciones de Google Ads tienen informes más completos y una configuración de campañas más avanzada. Usa Promocionar si prefieres la sencillez. Si, por el contrario, quieres tener estadísticas más exhaustivas y más control, usa las interacciones.

¿Se tienen en cuenta los suscriptores y el tiempo de visualización de anuncios para mis objetivos del Programa para Partners de YouTube?

No, los umbrales del Programa para Partners se basan en los suscriptores y el tiempo de visualización que se consiguen de forma orgánica.



Preguntas frecuentes

Si los suscriptores y el tiempo de visualización no cuentan para optar al Programa para Partners de YouTube, ¿por qué voy a querer pagar para promocionar mi canal?

Aunque los suscriptores que consigas a raíz de los anuncios no cuentan de cara al programa, las visualizaciones, los comentarios y las interacciones en general consolidan tu canal, y esto aumenta las probabilidades de atraer a futuros suscriptores y conseguir acuerdos de marca. Algunos creadores se promocionan para impulsar las ventas afiliadas o el tráfico al sitio web. Otros venden sus propios productos o servicios. Los suscriptores son muy útiles, pero no son la única forma de sacar partido a una audiencia más amplia en YouTube.

Promocionar es un producto publicitario y está diseñado para complementar el crecimiento orgánico de tu canal. Puede ayudarte a descubrir audiencias nuevas y te da más control sobre quién ve e interactúa con tu contenido. Los suscriptores, las visualizaciones y las interacciones que consigas con esta herramienta pueden hacer que tu canal sea más completo y esté mejor preparado para el crecimiento de tu audiencia o empresa.



Preguntas frecuentes

¿Qué puedo hacer si se suspende mi campaña o mi cuenta?

Todas las campañas de promoción deben cumplir las [políticas publicitarias](#) y las [Normas de la Comunidad](#) de YouTube. De lo contrario, podemos rechazar tus anuncios y no publicarlos o, en los casos más graves, suspender tu cuenta publicitaria.

Si crees que ha habido un error, haz clic en una de tus promociones y desplázate hacia abajo hasta "Asistencia sobre promociones" para contactar con el equipo de Asistencia.



Promocionar

