



Guía para comenzar en Google Ads
Conceptos básicos que debes conocer
para empezar tu campaña

su**empresa** .com

1. INTRODUCCIÓN

¿Qué encontrarás en esta guía?

¡Hola, emprendedor!

Estamos muy contentos porque te hayas decidido a descargar esta guía sobre Google Ads, que te ayudará a dar tus primeros pasos en esta plataforma publicitaria conociendo los conceptos y las funciones principales.

Actualmente, Google ofrece un enorme panorama de posibilidades para las campañas de tu negocio o empresa; sobre todo si eres dueño o formas parte del ecosistema de PyMEs y te has preguntado cómo empezar a publicar tus campañas o no estás muy familiarizado con la herramienta y deseas conocerla.

En este libro te daremos un glosario de los 10 conceptos principales que te ayudarán a entender cómo se decide, configura y optimiza una campaña publicitaria con lo que podrás tener un escenario muy claro sobre la plataforma.

Esperamos que esta guía te sea de utilidad y te ayude a dar ese paso necesario para llevar a tu negocio al siguiente nivel.

2. Sobre suempresa.com

Somos una empresa mexicana con más de 15 años de experiencia, pionera en ofertas de servicios tecnológicos para el mercado mexicano. Desde el 2012 somos parte de Wingu Networks, una empresa de servicios y soluciones tecnológicas en la nube para grandes corporativos mexicanos e internacionales; esto ha robustecido nuestros modelos de negocio y de servicio al cliente.

Hoy, la digitalización de procesos y actividades clave de negocio ya no solo es una oportunidad para las grandes organizaciones, sino que cada día es una fuerza de transformación más importante y relevante en la capacidad de los negocios de todos los tamaños para mantenerse vigentes, eficientes y competitivos.

En nuestra plataforma encontrarás las mejores herramientas y servicios de presencia, administración y promoción vía Internet del mercado. Tenemos la firme convicción de asegurarle a nuestros clientes que pueden aprovechar al máximo el potencial de la digitalización en su evolución.

Nuestros clientes y sus retos de crecimiento y transformación han sido siempre el punto de partida del desarrollo de nuestra propuesta de valor; nuestros clientes y su crecimiento son nuestro motor.

3. QUÉ ES GOOGLE ADS



Google Ads es la plataforma de publicidad de Google que permite anunciar la página web de negocios grandes o PyMEs mediante anuncios de texto, red de display y videos, con el objetivo de que los clientes potenciales encuentren los servicios o productos ofrecidos mientras realizan una búsqueda en internet.

La **plataforma publicitaria de Google** se caracteriza por ser un esquema de contratación de anuncios que aparecen en las redes de búsqueda a partir de las pujas por palabras clave, temas e intereses.

Fue a partir del 24 de julio de 2018 que la herramienta publicitaria **Google Adwords** cambió de nombre a Google Ads y con ello arrancó una diversificación de la estrategia de la marca en diferentes canales.

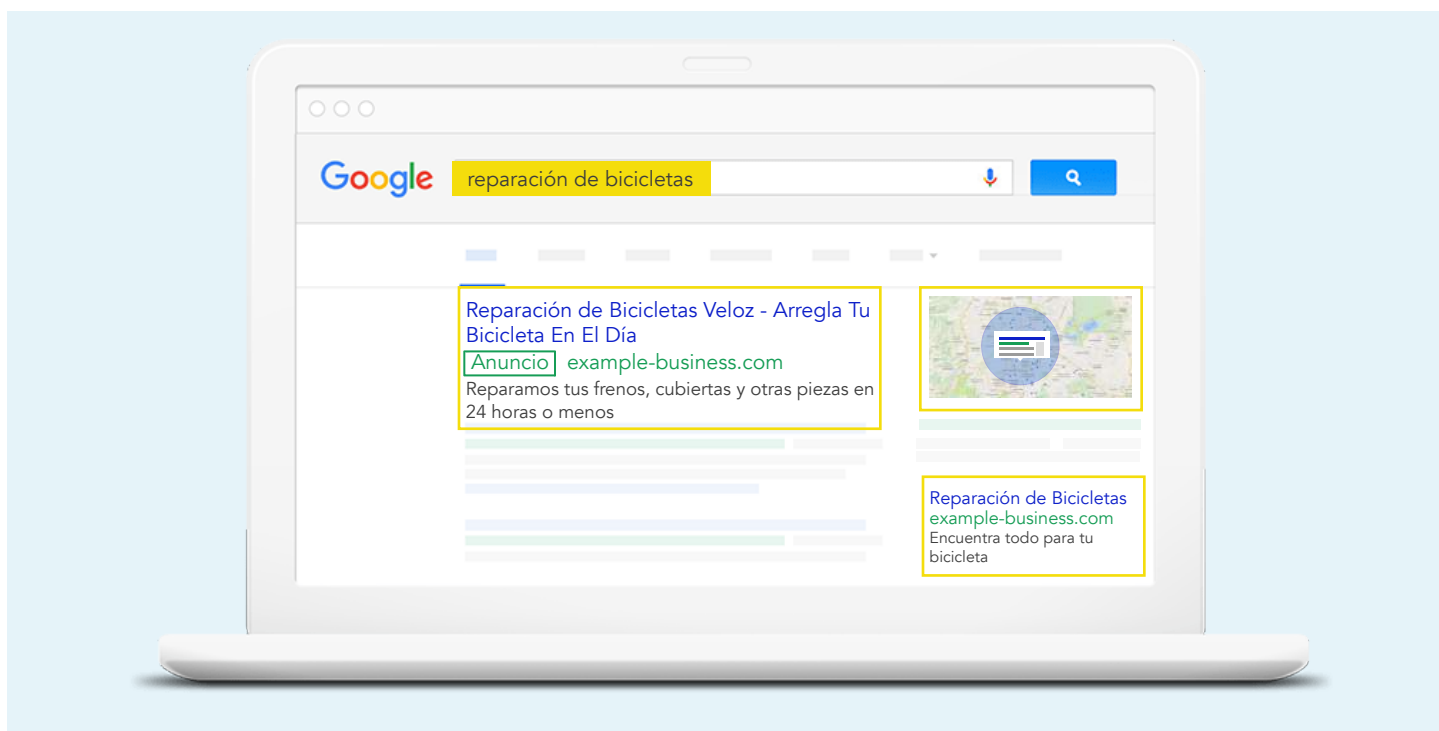
La red de búsqueda está conformada por sitios de búsqueda de Google y otros asociados a él. Por otro lado, la red de display se trata de un conjunto de más de un millón de sitios web, videos y aplicaciones como YouTube; de modo que con Google Ads, podrás crear anuncios de texto, gráficos o de video pagando solo por los clics obtenidos.

4. ESTRUCTURA DE UNA CAMPAÑA DE GOOGLE ADS

Ahora que ya conoces qué es y para qué sirve la plataforma publicitaria, deberás conocer cómo es la estructura de una campaña para luego familiarizarte con los conceptos alrededor de ella.



- **Cuenta:** en este nivel aparecen los datos generales de la propiedad de la cuenta como facturación, forma de pago, moneda, zona horaria, administradores de la cuenta, etcétera.
- **Campaña:** aquí se debe configurar cada campaña en particular e incluye aspectos como la red, ubicación, segmentación, presupuesto, extensiones de anuncios, rotación y pujas.
- **Grupo de anuncios:** debes saber que cada campaña está conformada por distintos grupos de anuncios que tienen una temática en particular por lo que deberás configurar un grupo de anuncios por cada tipo de producto que quieras promocionar. Esto te dará más visibilidad sobre los artículos que funcionan mejor.
- **Anuncios y palabras clave:** en este nivel se recomienda que haya al menos 3 anuncios y un listado de entre 5 y 50 palabras claves por grupo de anuncios.

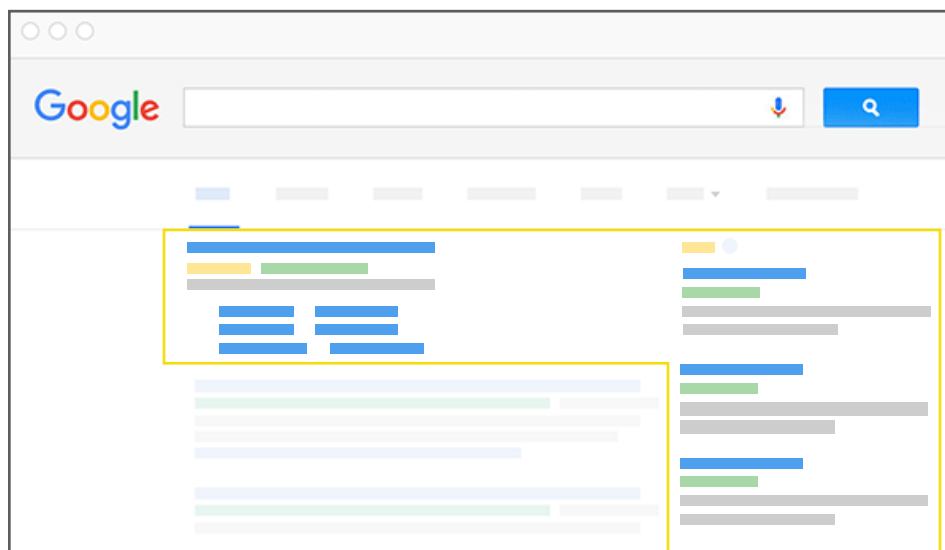


Tipos de campañas

Existen varios tipos de campañas en Google Ads:

Campaña solo en la red de búsqueda

Permite mostrar anuncios en Google y su red de partners cuando alguien hace una búsqueda relacionada con alguna de las palabras clave que tienes configuradas en tus campañas.



Campaña de búsqueda con selección de display

En este modelo aplica todo lo dicho en el punto anterior, pero además muestra los anuncios en páginas web que tienen que ver con las keywords que hemos configurado.



Campaña de solo display

Permiten llegar a miles de usuarios que navegando por internet van a ver nuestros anuncios gráficos (banners).



5. CONCEPTOS BÁSICOS

¡Listo! Ahora que conoces la estructura de una campaña y los principales términos que se utilizan para configurarla, podrás entender más a fondo cuáles son los elementos que juegan en toda la estrategia



¡Nuestros expertos te dan la respuesta!

→ Impresiones

Se refiere a la frecuencia con la que se muestra un anuncio. Una impresión se cuenta cada vez que el anuncio aparece en una página de resultados de la búsqueda o en otro sitio de la red de Google. Este dato te servirá para comparar con otras métricas o para conocer el volumen total de vistas que ese anuncio fue capaz de atraer.

→ Keywords

Son los términos o conjunto de términos que se teclean en Google para encontrar respuestas a preguntas; por esto, tus principales términos siempre serán aquellos que definan lo que vendes u ofreces en tu sitio web, pero, también lo son aquellas relacionadas con tu sector y con todo lo que tus potenciales clientes necesitan.

→ CTR

Por sus siglas en inglés click through rate, es una métrica que mide el ratio de porcentaje que ha recibido un anuncio con relación al número de veces que se han mostrado en la página del buscador. Este promedio se calcula dividiendo el número de clics entre el número de impresiones.

Esta métrica te dará luz sobre qué tan atractivos son tus anuncios para las personas a las que les están apareciendo. Si de cada 100 personas que ven un anuncio de tu campaña en la red de Google solo una persona ha hecho clic, significa que tu anuncio tiene un CTR del 1% y deberás revisar si el mensaje es valioso para el usuario.

Aunque esta métrica se calcula para los anuncios, también se calcula el CTR sobre cada una de las keywords de tu cuenta, es decir cuántas veces ha provocado una keyword que se muestre tu anuncio y cuántos clics ha recibido.

→ *Porcentaje de conversiones*

Una conversión, en el mundo de Google Ads, se refiere a una acción de valor que el usuario ha realizado en un sitio web y tú determinas cuál puede ser: una descarga, reproducciones, llenar un formulario o una compra en tu tienda en línea. Entonces, el porcentaje de conversiones mide el número de conversiones respecto al número de clics que has recibido en un anuncio.

Esto te dirá en qué medida has logrado convencer a los usuarios para que hagan una acción en tu sitio web que aporte valor a tu negocio.

→ *CPC*

Se refiere al costo por clic y es un indicador de rentabilidad o modelo de costo que se basa en el pago de un importe por cada clic obtenido en los anuncios.

→ *Ranking de un anuncio en Google*

El ranking de un anuncio es un valor que indica la puntuación que tiene un anuncio. Cuanto más elevado es este valor en mejor posición se muestra el anuncio dentro de la página de resultados de búsqueda de Google.

→ *Nivel de calidad*

El nivel de calidad es una métrica que indica cuán buena será la experiencia del usuario si Google le mostrará nuestro anuncio al usuario para la búsqueda que ha realizado. Esta métrica va del 0 al 10 y los factores que influyen son la calidad del texto, la relevancia de las keywords que configuramos, entre otros.

→ *Costo por conversión*

El costo por conversión es una métrica que mide cuánto dinero hemos tenido que invertir para conseguir una conversión, es decir, para conseguir que un usuario haga una acción en nuestra página web. Por ejemplo, si tu campaña lleva dos días activa y has gastado 100 pesos en ella, obteniendo 2 conversiones, significa que tu costo por conversión ha sido de 50 pesos.

→ PPC

Proviene del inglés, pay per click y es el modelo de compra publicitaria en el que se basa Google Ads donde el anunciante paga por poner sus anuncios en un sitio web, los buscadores, redes sociales o cualquier plataforma digital. Cada vez que el usuario da clic en el anuncio, será dirigido a la página web del propio anunciante.

→ CPM

Hace referencia a la expresión en inglés cost per mille que significa costo por mil impresiones, también conocido como CPT (Cost Per Thousand) y TAI (Thousand Ad Impressions). Es una fórmula para el cálculo de los costos de los anuncios de Google Ads y determina cuánto deben pagar los anunciantes para obtener mil vistas a través del anuncio o banner.

6. ¿CÓMO COMENZAR UNA CAMPAÑA?

Si ya decidiste que Google Ads es la plataforma ideal para anunciar tu negocio en internet es importante que cuentes con asesoría profesional para poder asignar un presupuesto, palabras clave y expectativas de captación de clientes.

Este procedimiento no es sencillo y no existe una fórmula universal que pueda asegurarte el éxito, pues una campaña requiere monitoreo diario y optimización constante para obtener el mejor tráfico al menor precio.

En suempresa.com puedes contratar un modelo para dar visibilidad a tu negocio en tan solo 3 pasos:

- 1.- Conoceremos** a profundidad tu negocio y tus objetivos para diseñar una campaña única para que tu negocio se ubique en las primeras posiciones de Google.
- 2.- Crearemos** una campaña de red de búsqueda personalizada para que tus anuncios sean vistos únicamente por personas que busquen tus productos o negocio, en el momento exacto.
- 3.- Aumentará tu presencia en internet** con ayuda de nuestros especialistas certificados en Ads



Con toda esta información estamos seguros que tu negocio puede llegar a posicionarse en los primeros resultados del buscador de Google.

Recuerda que suempresa.com tiene un equipo de especialistas para optimizar tus campañas

¡Mira nuestros planes y contrata hoy!

Planes Google Ads

su**empresa** .com