



AdWords básico

con





Red de Búsqueda





Iniciación al marketing online



Iniciación al marketing online



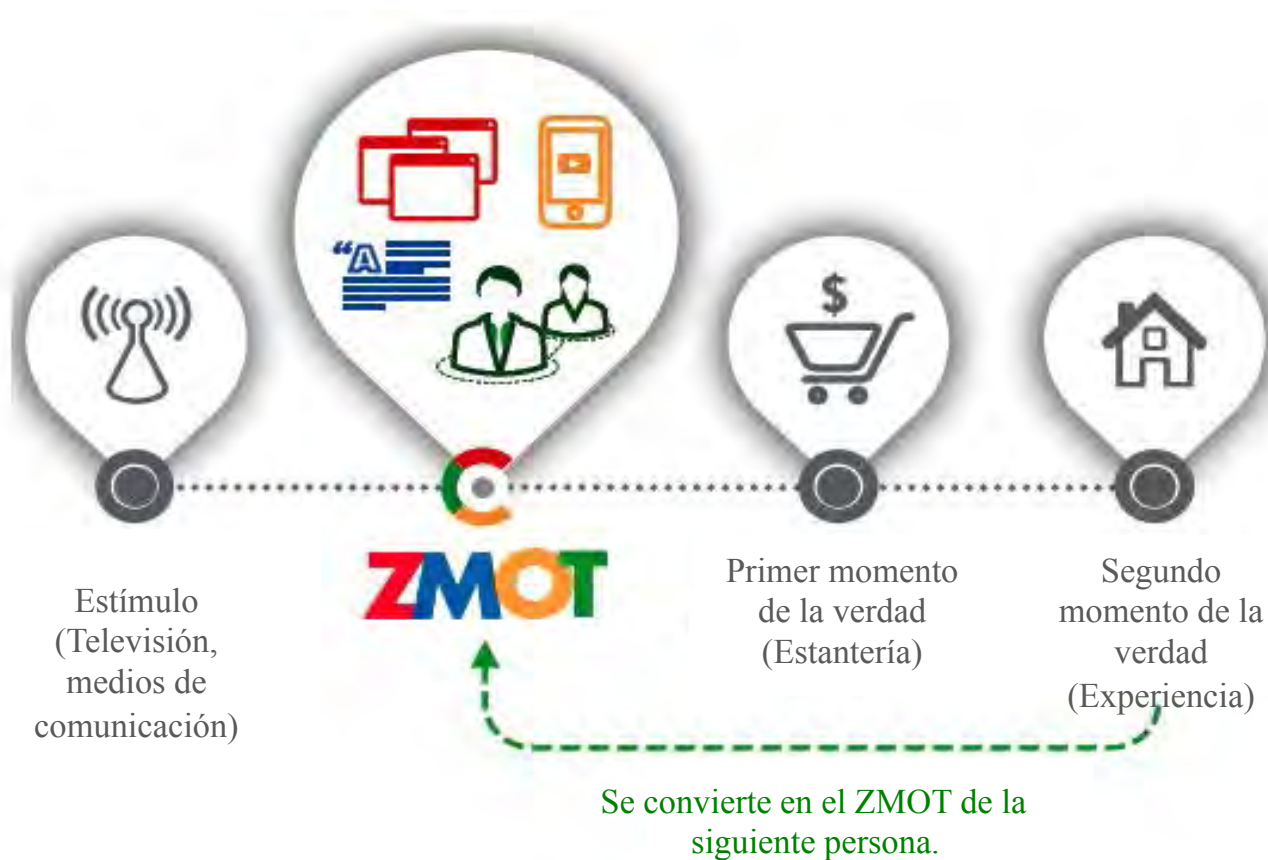
¿Qué es el marketing online?



Cómo funcionaban las cosas antes



...y cómo funcionan ahora.



...y cómo funcionan ahora.



Resultados orgánicos (SEO)

Regalos Originales con Fotos. Foto Regalos
www.fotoregalosoriginales.es/ ▾
 Regalos **Originales**. Bonitos **Foto Regalos Personalizados** diseñados con amor y materiales de gran calidad. Imprimimos tu **foto** en satén o tela para luego ...

Regalos originales > Regalos baratos, precio menor de 15€. Curiosite
www.curiosite.es/scripts/list/eslist.php?price_filter=upto15 ▾
Regalos originales > Regalos baratos, precio menor de 15€. **Regalos** con un precio menor de 15,00€. Mostrando 1-30 de 867. « Anterior 1 2 3 Siguiente ».

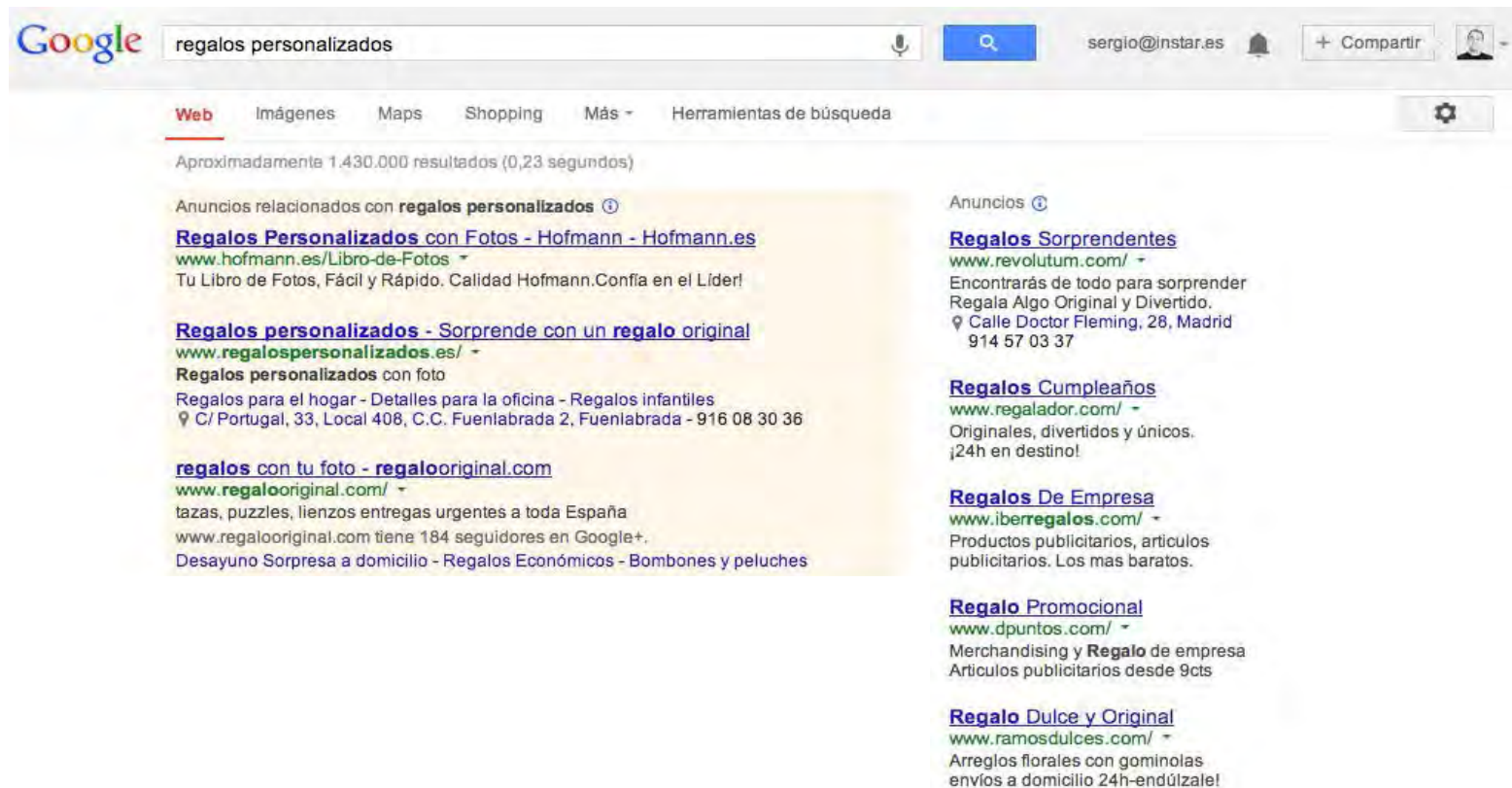
Que puedo hacer para el primer aniversario : Foro enFemenino
foro.enfemenino.com ▸ ... ▸ Pareja ▸ Pareja - Psicología - Relaciones ▾
 04/04/2008 - 14 entradas - 9 autores
 Esta es mi idea, **regalos personalizados** ... Puedo hacer cosas muy **chulas**. ... mis regalos con diseños creativos y **originales** hechos a partir de **fotos** de mis ...

Alguien me da ideas para los detalles de boda?	21 entradas	8 Dic 2008
Regalos originales y baratos para invitados	21 entradas	8 Mar 2008
Regalos originales	21 entradas	14 Jul 2006
Ideas de regalos personales aunque sean inmateriales ...	10 entradas	6 Dic 2005

Más resultados de foro.enfemenino.com



SEM (PPC) – Red de Búsqueda



The screenshot shows a Google search interface with the query "regalos personalizados". The search bar includes the Google logo, the text "regalos personalizados", a microphone icon, a search button, and a user profile "sergio@instar.es". Navigation tabs for "Web", "Imágenes", "Maps", "Shopping", "Más", and "Herramientas de búsqueda" are visible. The results section indicates "Aproximadamente 1.430.000 resultados (0,23 segundos)".

Web Imágenes Maps Shopping Más Herramientas de búsqueda

Aproximadamente 1.430.000 resultados (0,23 segundos)

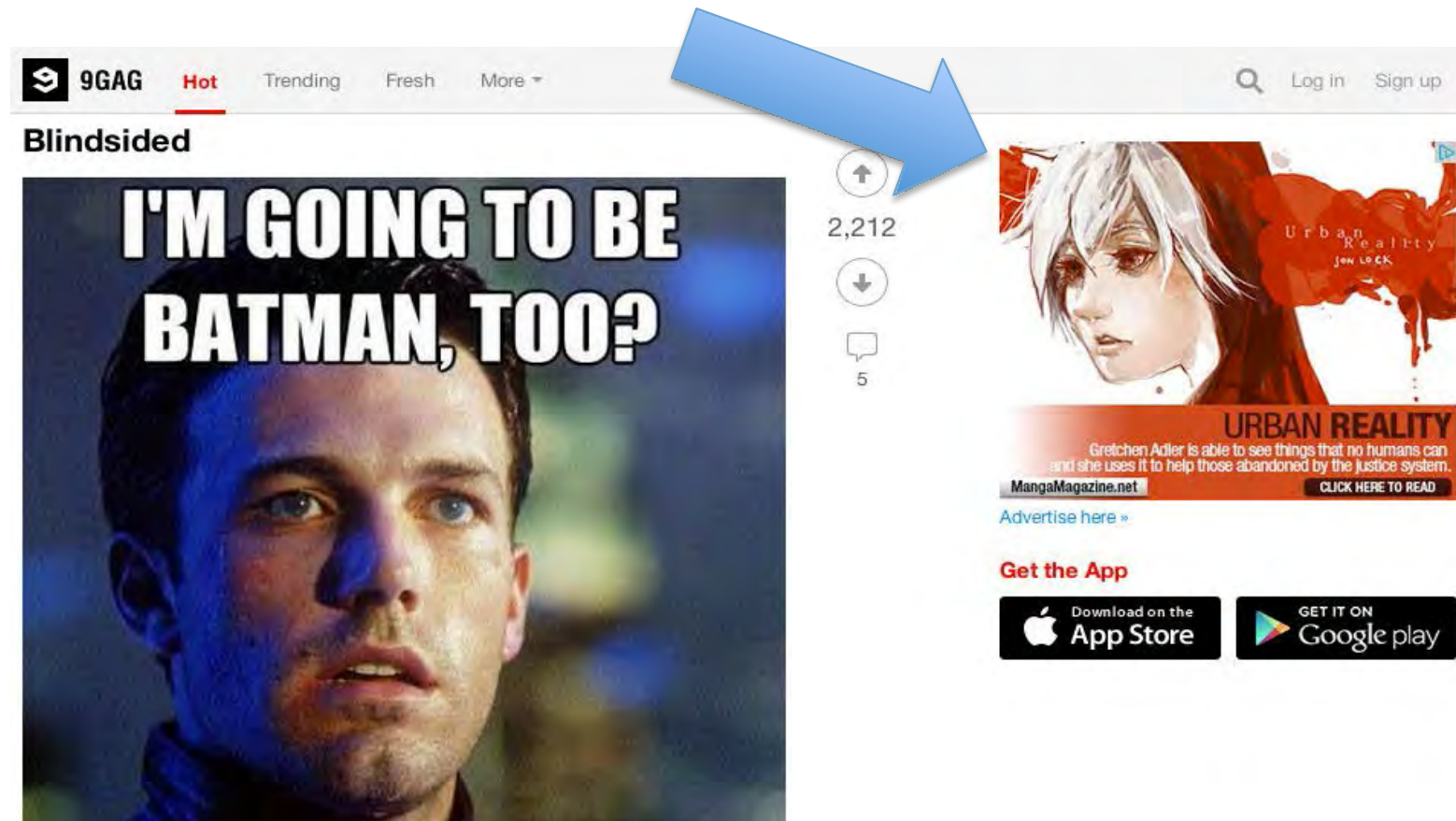
Anuncios relacionados con **regalos personalizados**

- Regalos Personalizados con Fotos - Hofmann - Hofmann.es**
www.hofmann.es/Libro-de-Fotos
 Tu Libro de Fotos, Fácil y Rápido. Calidad Hofmann. Confía en el Líder!
- Regalos personalizados - Sorprende con un regalo original**
www.regalospersonalizados.es/
 Regalos personalizados con foto
 Regalos para el hogar - Detalles para la oficina - Regalos infantiles
 C/ Portugal, 33, Local 408, C.C. Fuenlabrada 2, Fuenlabrada - 916 08 30 36
- regalos con tu foto - regalooriginal.com**
www.regalooriginal.com/
 tazas, puzzles, lienzos entregas urgentes a toda España
 www.regalooriginal.com tiene 184 seguidores en Google+.
 Desayuno Sorpresa a domicilio - Regalos Económicos - Bombones y peluches

Anuncios

- Regalos Sorprendentes**
www.revolutum.com/
 Encontrarás de todo para sorprender
 Regala Algo Original y Divertido.
 Calle Doctor Fleming, 28, Madrid
 914 57 03 37
- Regalos Cumpleaños**
www.regalador.com/
 Originales, divertidos y únicos.
 ¡24h en destino!
- Regalos De Empresa**
www.iberregalos.com/
 Productos publicitarios, artículos publicitarios. Los mas baratos.
- Regalo Promocional**
www.dpuntos.com/
 Merchandising y Regalo de empresa
 Artículos publicitarios desde 9cts
- Regalo Dulce y Original**
www.ramosdulces.com/
 Arreglos florales con gominolas
 envíos a domicilio 24h-entúzale!

SEM (PPC) – Red de Display



The screenshot shows the 9GAG website interface. At the top, there's a navigation bar with the 9GAG logo, a 'Hot' tab (highlighted in red), and other tabs like 'Trending', 'Fresh', and 'More'. To the right of the navigation bar are search and login options. Below the navigation bar, the main content area features a large meme on the left with the text 'I'M GOING TO BE BATMAN, TOO?' over a photo of a man. To the right of the meme is a vertical list of interactive buttons: an up arrow, the number '2,212', a down arrow, a comment icon, and the number '5'. Further right is an advertisement for 'Urban Reality' by Jon Lock, featuring a character illustration and a description: 'Gretchen Adler is able to see things that no humans can and she uses it to help those abandoned by the justice system.' Below the ad is a 'MangaMagazine.net' link and a 'CLICK HERE TO READ' button. At the bottom of the ad section are 'Get the App' buttons for the App Store and Google Play. A large blue arrow points from the title 'SEM (PPC) – Red de Display' to the advertisement.



Diferencias entre SEO y PPC

SEO

- Tráfico de calidad sin coste por clic.
- Ejercicio de constancia y calidad con múltiples factores técnicos.
 - Arquitectura del sitio.
 - Contenidos.
 - Investigación de palabras clave.
 - Meta tags.
 - Microformatos.
 - Web Performance Optimization.
- Nadie puede asegurar resultados ni posiciones.
- No sabemos cuándo tendremos resultados.

PPC

- Tráfico de calidad con coste por clic.
- No solo en la Red de Búsqueda de Google.
 - Red de Display de Google.
 - Aplicaciones móviles.
 - YouTube.
- Resultados medibles en pocas horas.
- Control absoluto sobre el alcance geográfico y el presupuesto.
- Sin ataduras ni compromisos: podemos hacer campañas para todo el año, solo para navidad, o una oferta de algunas horas.



Marketing en redes sociales

- Ganar tráfico hacia nuestra página web mediante redes sociales.
- Gestión de reputación online.
- Posicionamiento de marca.
- Aumentar ventas / leads.
- Dar soporte online.



Marketing de contenidos

- Técnicas de marketing (on-off).
- Creación y distribución de contenidos de calidad para atraer y fidelizar a usuarios de una audiencia definida.
- Blog corporativo / personal.
- Video online.
- Portales.
- Eventos.
- Webcast / Podcast.

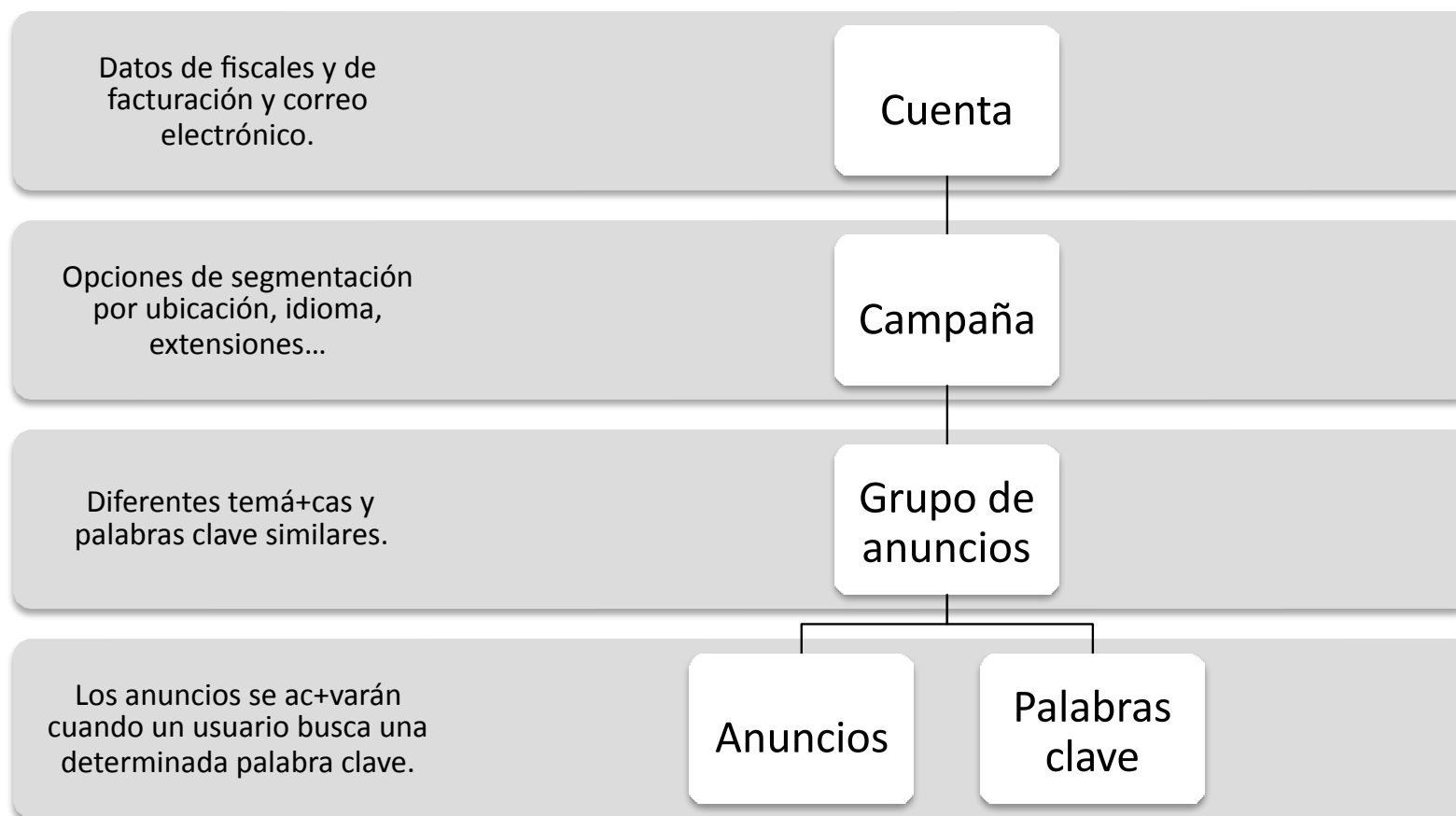




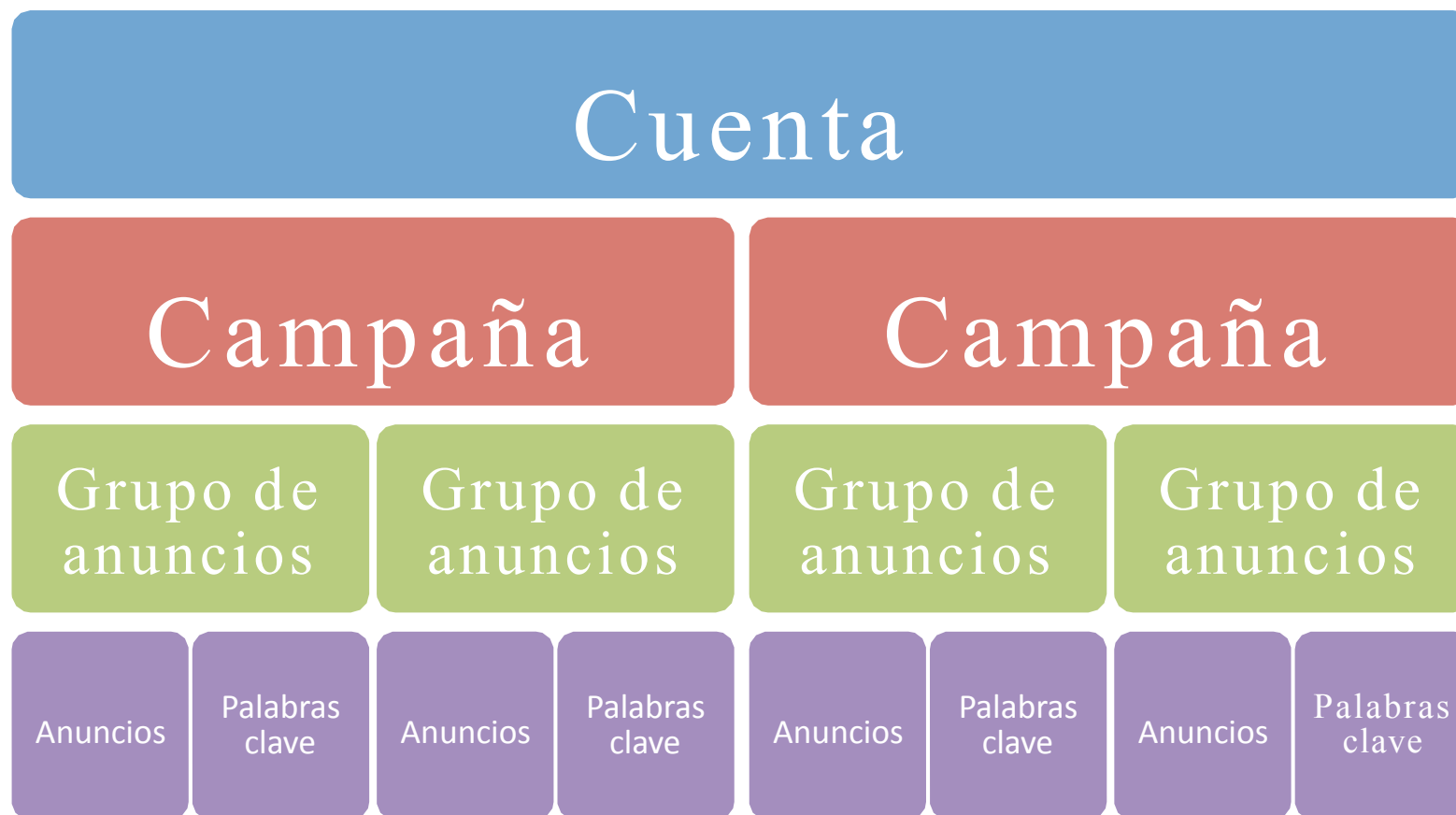
Google AdWords



Estructura de una cuenta de AdWords



Estructura de una cuenta de AdWords



Creación de una cuenta de AdWords

Google

¿Desea que le ayudemos a crear su primera campaña gratis?
Llámenos al 900 814 534 [Solicitar llamada de un experto](#) **EMPIECE AHORA**

AdWords

Anuncie su empresa en Google

Sea cual sea su presupuesto, puede publicar sus anuncios en Google y en nuestra red publicitaria. Solo pagará si los usuarios hacen clic en sus anuncios.

Gracias a Google AdWords he conseguido nuevos clientes e incrementado mis ventas

Rafa
Autónomo, Mago Rafa Tamarit

Anuncios

Mago Rafa Tamarit
www.magotamarit.com
Magia profesional para eventos
Un espectáculo único e inolvidable

Iniciar sesión

Dirección de correo electrónico

Contraseña

Iniciar sesión ☒ No cerrar sesión

[¿No puedes acceder a tu cuenta?](#)

Configuración zona horaria y moneda

✓ Crear una cuenta de Google

Configurar zona horaria y moneda

Verificar la cuenta

Configure sus preferencias de zona horaria y moneda

Necesitamos dos datos más para configurar su cuenta de AdWords: la moneda que utilizará para abonar a Google sus costos que desea que sus informes estén disponibles. Debido a que no podrá modificar esta información más adelante, debe seleccionar los elementos con cuidado.

Seleccione una zona horaria definitiva para su cuenta.
Esta será la zona horaria que se aplicará a todos los informes y facturas de su cuenta.

País o territorio de la zona horaria:

Zona horaria:

Seleccione una moneda definitiva para su cuenta.
Antes de tomar una decisión, consulte las [opciones de pago](#) disponibles para las monedas locales. Algunas monedas no e

La zona horaria y la configuración de moneda no se podrán cambiar una vez que haya configurado la cuenta.
Revise la información seleccionada cuidadosamente y haga clic en "Continuar".

Atrás

Continuar



Aplicar el código promocional

Solo para cuentas nuevas de menos de 14 días



The screenshot shows the Google AdWords interface. At the top, the 'Facturación' (Billing) menu item is highlighted with a blue arrow. On the left sidebar, the 'Historial de transacciones' (Transaction history) link is selected. The main content area displays the 'Historial de transacciones' section, showing a current balance of (150,00 €) and a 'Más acciones' (More actions) dropdown menu. A blue arrow points to the 'Aplicar un código promocional' (Apply promotional code) option within this dropdown menu.



¿Qué es una conversión?

Aquella acción que nos interesa que el usuario realice en nuestra web.

- Rellenar un formulario.
- Hacer una compra online.
- Suscribirse a una newsletter.
- Visualizar un documento específico.
- Pasar más de cierto tiempo en nuestra web.
- Hacer clic en el nº de teléfono para llamarnos.



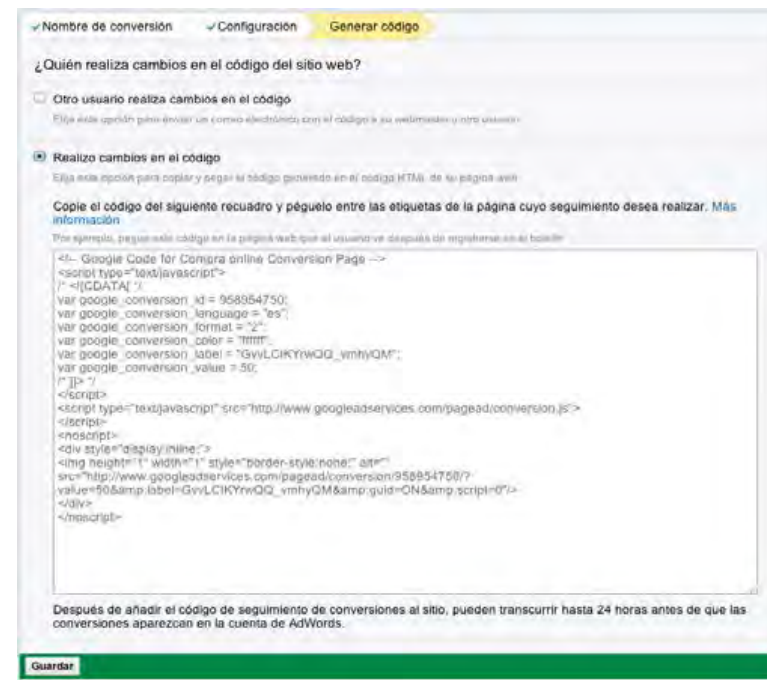
¿Porqué instalar el seguimiento de conversiones?

- Histórico: Saber el coste por conversión de un periodo determinado.
- CPC Avanzado: El sistema modifica la puja máxima del CPC máximo dependiendo del histórico de conversiones.
- Activación CPA: Posibilidad de pujar directamente por un coste por conversión en vez de coste por clic individual.



Código de conversiones

- Se copia y pega en cualquier parte dentro de la etiqueta `<body>` de únicamente aquellos documentos a los que se llegue después de realizar una conversión.
- Preferentemente justo después de un mensaje del tipo “Gracias por su compra”.
- No mezclar con códigos de Remarketing para no confundir por su parecido.



Enlazar AdWords con Analytics

CUENTA

- Regalos Personalizados
- Configuración de la cuenta**
- Gestión de usuarios
- Enlace de AdWords
- Enlaces de AdSense
- Todos los filtros
- Historial de cambios

Editar la cuenta de Analytics

Información general

ID de la cuenta

Nombre de cuenta: Regalos Personalizados

Configuración para compartir datos ?

- ☒ **Solo con otros productos de Google** opcional
Disponga de funciones ampliadas para anuncios y disfrute de una experiencia mejor con AdWords, AdSense y otros productos de Google compartiendo los datos de Google Analytics sobre su sitio con otros servicios de Google. *Sólo los servicios de Google (y no terceros) tendrán acceso a sus datos.* [Mostrar ejemplo](#)
- ☒ **De forma anónima con Google y otros** opcional
Habilite comparativas compartiendo los datos de su sitio web de manera anónima. Google eliminará cualquier información que pueda identificar su sitio web, combinará los datos con cientos de otros datos anónimos en sectores comparables y hará un informe de tendencias agrupadas en el servicio de comparativas. [Mostrar ejemplo](#)
- ☒ **Especialistas en cuentas** opcional
Conceder acceso a los especialistas en marketing de Google y a mis especialistas en ventas de Google a mis datos y a mi cuenta de Google Analytics para que puedan encontrar formas de mejorar mi implementación y análisis y para que me ofrezcan consejos de optimización. Si no dispongo de especialistas en ventas dedicados, conceder este acceso a representantes de Google autorizados

Aplicar Cancelar [Eliminar esta cuenta](#)



Nuestra primera campaña de AdWords en la Red de Búsqueda de Google



Identificar las necesidades de la empresa

- ¿A qué se dedica?
 - Productos.
 - Servicios.
- ¿Qué necesita?
 - Ventas.
 - Contrataciones / contactos.
 - Potenciar la imagen de marca (branding).
- ¿Quién es su público objetivo?
 - Ubicación geográfica, idioma que habla, intereses, páginas que visita.



Conceptos de la Red de Búsqueda

- La Red de Búsqueda de Google se basa en la demanda de información, productos o servicios por parte de los usuarios.
- Un clic en la Red de Búsqueda tiene un valor añadido respecto al resto de redes de PPC: el usuario está buscando “esto” en “este momento”.



Conceptos de la Red de Búsqueda

- El coste por clic de la Red de Búsqueda suele ser mayor que en la Red de Display o YouTube debido a este interés por parte del usuario.
- Los anuncios se muestran mediante un sistema de subasta: cada vez que un usuario realiza una búsqueda, se realiza una subasta donde los anuncios ganadores se posicionan.



Segmentación por tipo de red

- Red de Búsqueda.
 - Búsqueda en Google.
 - Los anuncios se muestran cuando alguien hace una búsqueda en Google.
 - Socios de búsqueda de Google.
 - Los anuncios se muestran en sitios web que utilizan el motor de búsqueda de Google.
- Red de Display.
 - Los anuncios (no solo de texto) se muestran en diferentes páginas de la Red de Display de Google.



Creación de campañas

General

Nombre de la campaña

Campaña n.º 1

Tipo ?

 Solo para la Red de Búsqueda ▼

☒ **Estándar** - Anuncios de texto orientados por palabra clave que se muestran en los resultados de búsqueda de Google

☐ ? **Todas las funciones** - Todas las características y opciones disponibles para la Red de Búsqueda ?

☐ **Anuncios de ficha de producto** - Anuncios que promocionan su inventario de productos de Google Merchant Center

☐ ? **Anuncios dinámicos de búsqueda** - Anuncios orientados a partir del contenido de su sitio web ?

[Más información sobre los tipos de campaña](#)



Nomenclatura de las campañas

- Coches usados (Display)
- Restaurante Málaga (Móviles)
- Regalos personalizados (Búsqueda)
- Barcelona (Display – Catalán)
- Miami búsqueda (Español)

Los nombre de campañas y grupos de anuncios deben ser fáciles de localizar, agrupar y optimizar.



Nomenclatura de las campañas

- Campaña nº 1
- prueba 2
- Cochessss
- asdasdasdasd

Con nombres aleatorios, caóticos o demasiado genéricos se genera confusión y dificultad en la optimización a medio y largo plazo.



Segmentación por ubicación

- ¿Dónde están nuestros clientes potenciales?
- ¿Desde qué zonas suelo tener más visitas o contactos?
- ¿Cuáles son las áreas que tienen más posibilidades de contactarme o comprar en mi página por cercanía?



Orientación geográfica

Ubicaciones

Ubicaciones 

¿A qué ubicaciones desea segmentar (o excluir) su campaña?

- ☐ Todos los países y territorios
- ☒ España
- ☐ Quiero seleccionarlos yo mismo...

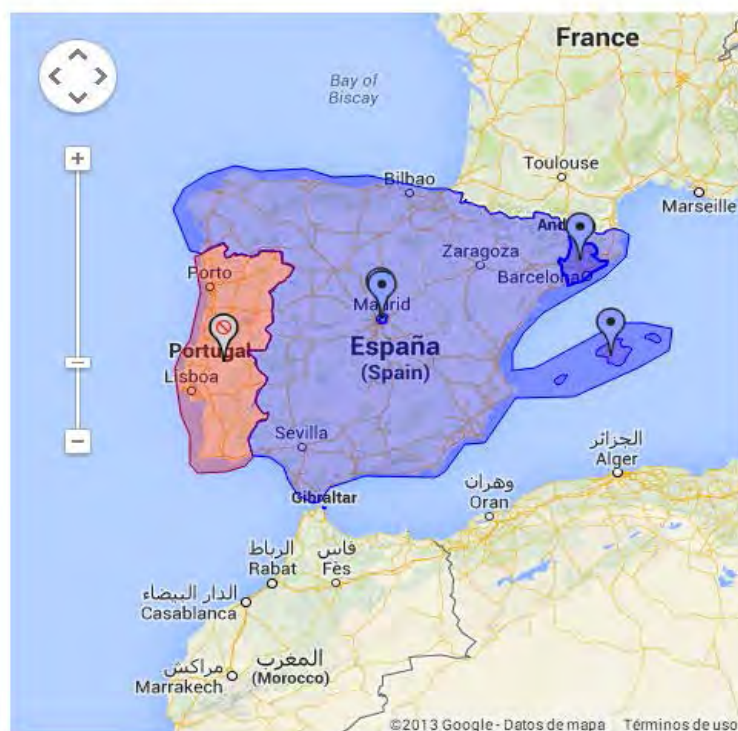
Por ejemplo, un país, una ciudad, una región o un código postal

[Búsqueda avanzada](#)



Orientación geográfica

Elija las ubicaciones



Guardar

Cancelar

Buscar | Radio de orientación | Orientación por extensión de ubicación | Ubicaciones en bloque

Escriba una ubicación para orientar o excluir

Buscar

Por ejemplo, un país, una ciudad, una región o un código postal. O haga clic en el botón situado más arriba para mostrar las ubicaciones disponibles en el área del mapa.

Ubicaciones de orientación	Cobertura ?	Eliminar todo
Islas Baleares, España - comunidad autónoma	712.000	Eliminar Cercanas
Barcelona, Cataluña, España - provincia	4.680.000	Eliminar Cercanas
España - país	38.500.000	Eliminar Cercanas
Madrid, Comunidad de Madrid, España - ciudad	8.880.000	Eliminar Cercanas

Ocultar ubicaciones en el mapa ?

Ubicaciones excluidas	Cobertura ?	Eliminar todo
Portugal - país	5.390.000	Eliminar Cercanas

Ocultar ubicaciones en el mapa ?

Radio de orientación

Elija las ubicaciones



Buscar | Radio de orientación | Orientación por extensión de ubicación | Ubicaciones en bloque

📍 zaragoza 100 km Buscar

Haga clic en el marcador de mapa azul anterior y seleccione un punto en el mapa. ?

<< >> 100,0 km cerca de Zaragoza, ES - personalizado X

Añadida Eliminar

Ubicaciones dentro de esta orientación ?

Mostrar todas ▾	Cobertura ?	Añadir todas
Soria, Castilla y León, España - provincia	29.000	Añadir Excluir Cercanas
Aragón, España - comunidad autónoma	755.000	Añadir Excluir Cercanas
Navarra, España - comunidad autónoma	375.000	Añadir Excluir Cercanas

📍 Mostrar ubicaciones en el mapa ?

Ubicaciones seleccionadas

(4) orientaciones Excluidas: (1) Mostrar ubicaciones

Guardar Cancelar

Segmentación por idioma

- ¿Qué idiomas hablan mis clientes?
- ¿Residen en alguna zona donde se hablen varias lenguas?
- ¿Está mi web en varios idiomas?
 - ¿Tengo capacidad para crear anuncios en varios idiomas?



Segmentación por idioma

Idiomas ?/

Elija el idioma de los sitios en los que le gustaría que se publicaran sus anuncios. Recuerde que debe escribir los anuncios en el idioma de la segmentación, puesto que AdWords no traduce anuncios ni palabras clave.

- | | | |
|--|--|-------------------------------------|
| ☐ Todos los idiomas | ☐ filipino | ☐ lituano |
| ☐ alemán | ☐ finlandés | ☐ noruego |
| ☐ árabe | ☐ francés | ☐ Persa |
| ☐ búlgaro | ☐ griego | ☐ polaco |
| ☒ catalán | ☐ hebreo | ☐ portugués |
| ☐ checo | ☐ hindi | ☐ rumano |
| ☒ chino (simplificado) | ☐ holandés | ☐ ruso |
| ☐ chino (tradicional) | ☐ húngaro | ☐ serbio |
| ☐ coreano | ☐ indonesio | ☐ sueco |
| ☐ croata | ☒ inglés | ☐ tailandés |
| ☐ danés | ☐ islandés | ☐ turco |
| ☐ eslovaco | ☐ italiano | ☐ ucraniano |
| ☐ esloveno | ☐ japonés | ☐ urdu |
| ☒ español | ☐ letón | ☐ vietnamita |
| ☐ estonio | | |

Guardar

Cancelar



Web específica para móviles



Sitio web móvil

VS



Sitio web
escritorio



Diseño adaptativo (responsive design)



www.haztuwebmovil.com

- Herramienta gratuita de Google para crear versiones de nuestra web optimizadas para móvil.
- Asistente en 3 sencillos pasos.
- Test móvil: genera un informe gratuito sobre cómo puedes crear una experiencia más adaptada a los móviles.

HAZ TU WEB MÓVIL de Google

VENTAJAS DE ADAPTARSE AL MÓVIL HAZ EL TEST MÓVIL TU WEB MÓVIL GUÍAS SECTORIALES

¿ESTÁ TU WEB ADAPTADA AL MÓVIL?

Cada día millones de personas utilizan sus dispositivos móviles para conectarse a Internet. ¿Esta tu web adaptada al móvil?

- MÁS INFO SOBRE LA IMPORTANCIA DE ADAPTARSE AL MÓVIL
- ASPECTO DE TU PÁGINA ACTUAL EN DISPOSITIVOS MÓVILES
- ESTUDIOS SOBRE MÓVILES
- AYUDA PARA CREAR TU PÁGINA WEB MÓVIL

HAZ EL TEST-MÓVIL DE TU PÁGINA WEB

El Test Móvil es un examen rápido de tu página web: te muestra cómo se ve tu web en pantallas móviles. ¡Haz el test ahora!

ADAPTA TU WEB AL MÓVIL

La agencia o desarrollador que creó tu página web puede ayudarte a adaptar tu página web para sitios móviles, ellos conocen mejor que nadie tu empresa y la estrategia de tu página web. ¡Contacta con ellos para ayudarte a realizar tu web móvil!

Si tu agencia no puede prestarte este servicio, próximamente podrás consultar nuestra lista de profesionales que pueden ayudarte a crear el nuevo sitio para móviles.

Segmentación por dispositivo



Ordenadores y tablets
(Siempre se muestran)



Móviles
(Entre -100% y
+300%)



Orientación por dispositivo

Ordenadores, dispositivos móviles y tablets

Dispositivos **Todos**

[Cambiar el ajuste de la oferta para móviles »](#)

☐	Dispositivo	Ajuste de la oferta [?]	↓ Clics [?]	Impr. [?]	CTR [?]	CPC medio [?]	Coste [?]	Posic. media [?]	Conv. (1 por clic) [?]	Coste/conv. (1 por clic) [?]	Porcentaje de conversiones (1 por clic) [?]	Conv. con vista [?]
☐	Ordenadores			1.979	0,71%	0,17 €	2,41 €	0,0	0	0,00 €	0,00%	0
☐	Dispositivos móviles con navegadores completos	- 20%	0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	0	0,00 €	0,00%	0
☐	Tablets con navegadores completos		0	27	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	0	0,00 €	0,00%	0
Total			14	2.006	0,70%	0,17 €	2,41 €	0,0	0	0,00 €	0,00%	0

Mostrar filas: 500 ▼ 1 - 3 de 3



Definición de presupuestos

Ofertas y presupuesto

Estrategia de oferta ?

- ☒ Priorizar los **clics** - utilizar ofertas de CPC máximo
 - ☐ Estableceré mis ofertas para los clics de forma manual
 - ☒ AdWords establecerá mis ofertas para maximizar los clics con mi presupuesto objetivo
 - ☒ Límite de oferta de CPC ? € 0,08
 - ☒ Habilitar el CPC mejorado ?

Utilizaremos sus datos de seguimiento de conversión y sus ofertas para optimizar **Conversiones (1 por clic)**.
Si lo prefiere, puede cambiar la [métrica de la oferta de conversión](#) para optimizar Conversiones (muchas por clic) en su lugar.
 - ☐ Priorizar las **conversiones** (Optimizador de conversiones) - utilizar ofertas de CPA

No disponible porque esta campaña no tiene suficientes datos de conversión.
 - ☐ Priorizar las **impresiones** - utilizar ofertas de CPM máximo

No se puede pasar directamente a esta opción si se han establecido ofertas automáticas.
 - ☐ Seleccionar una **estrategia de ofertas flexible** ?



Tipo de oferta	Objetivo
Oferta CPC manual	Quieres conducir tráfico a tu sitio web y tener el máximo control sobre las ofertas. Puedes gestionar la oferta por grupos de anuncio, palabras clave, ubicaciones.
Oferta CPC automático	Quieres conducir tráfico a tu sitio web y que AdWords controle las ofertas CPC individuales para maximizar el número de clics basándose en ese presupuesto objetivo. El CPC automático se aplica de forma global a toda la campaña.
Oferta CPC mejorado (ECPC)	Quieres incrementar o disminuir las ofertas CPC para dirigir las conversiones. Aumenta o disminuye las ofertas automáticamente si el sistema cree que ese usuario puede convertir o no.
Oferta CPA	Quieres establecer cual sería el coste ideal / máximo de una venta / oportunidad. Modifica el CPC de forma dinámica para conseguir conversiones aproximadamente a ese coste.
Oferta CPM	Tu campaña es sólo para la Red de Display y quieres aumentar el conocimiento de tu marca.

Presupuesto diario y mensual

- AdWords funciona consumiendo un presupuesto diario y el anunciante tiene en mente un presupuesto mensual. Dividir o multiplicar por 30,4.

Presupuesto
diario * 30,4

=

Coste máximo
mensual

Coste máximo
mensual / 30,4

=

Presupuesto
diario



Presupuesto compartido

- Múltiples campañas, mismo presupuesto.
- Elimina barreras a la hora de segmentar campañas.
- Flexibilidad.
- Control del gasto.



Presupuesto compartido



Google AdWords

sergio

Página principal Campañas Oportunidades Herramientas y análisis Facturación MI cuenta

Búsqueda

Todas las campañas online

Biblioteca compartida

- Públicos
- Presupuestos
- Palabras clave negativas de campaña
- Exclusiones de ubicaciones de la campaña

Operaciones en bloque

Biblioteca compartida

La biblioteca compartida contiene elementos que se pueden compartir en varias campañas y grupos de anuncios.

Para empezar, seleccione una configuración compartida en la barra de navegación izquierda o de la biblioteca compartida.

Públicos

Utilice el remarketing con los usuarios que han visitado su sitio con anterioridad.

Ver

Presupuestos

Comparta el mismo presupuesto en varias campañas.

Ver

Palabras clave negativas de campaña

Cree una lista de palabras clave negativas para usarlas con varias campañas.

Ver

Exclusiones de ubicaciones de la campaña

Cree una lista de exclusiones de ubicación para usarla con varias campañas.

Ver

Extensiones de anuncio

- Las extensiones de anuncio son funciones que nos permiten, sin coste añadido, añadir más información al anuncio que pudiera ser relevante para nuestros clientes potenciales.
- ¿Cómo contactarnos?
 - Extensión de ubicación.
- ¿Nuestro número de teléfono?
 - Extensión de llamada.
- ¿Cuánta gente nos recomienda?
 - Extensión social.



Extensión de ubicación

- En ciertas búsquedas (Google Maps, dispositivos móviles, búsquedas desde ubicación geográfica cercana), se muestran los datos de contacto de la empresa directamente en el anuncio.
- Podemos usar datos de Google+ Local (Google Places) o introducirlos manualmente.
- Un negocio puede tener múltiples ubicaciones.



Extensión de ubicación

Ver: **Extensiones de ubicación** | Todas extensiones eliminadas | Segmento | Filtro | Columnas

Revise las estadísticas de rendimiento de los anuncios que han aparecido con una extensión de anuncio. Solo aparecerán las estadísticas de las campañas que ha estado visualizando actualmente. Las estadísticas de las extensiones de anuncio aptas que se han activado. [Más información acerca de las estadísticas de extensiones de anuncio](#)

☒ Direcciones de Google

☐ Direcciones introducidas manualmente

+ Nueva extensión

Extensión de anuncio	Estado	Clics	Impr.	CTR	CPC medio	Coste	Posic. media	Conv. (1 por clic)	Coste/conv. (1 por clic)	Porcentaje de conversiones (1 por clic)	Conv. con vista
RegalosPersonalizados.es C/ Portugal, 33, Local 408 C.C. Fuenlabrada 2, Fuenlabrada	Apto	0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	0	0,00 €	0,00%	0
Total: todas las extensiones		256	2.222	11,52%	0,14 €	34,71 €	4,6	3	11,57 €	1,17%	0

Mostrar filas: 50 | 1 - 1 de 1

Extensión de ubicación

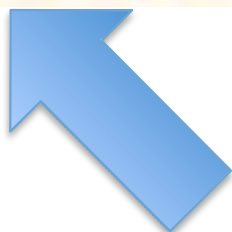
Regalos personalizados - Sorprende con un **regalo** original

www.regalospersonalizados.es/ ▼

Regalos personalizados con foto

Regalos para el hogar - Detalles para la oficina - Regalos infantiles

📍 C/ Portugal, 33, Local 408, C.C. Fuenlabrada 2, Fuenlabrada - 916 08 30 36



Extensión de enlaces de sitio



Búsqueda en Google: Fruta exótica



Carambola



Chirimoya



Fruta de la
pasión



Lichi



Maracuyá



Extensión de enlaces de sitio

Editar la extensión de enlace de sitio

Seleccione cuatro enlaces de sitio como mínimo para utilizarlos en esta campaña. Le recomendamos que añada descripciones a los enlaces de sitio seleccionados.

Enlaces de sitio

- ☐ Regalos para el hogar
- ☐ Detalles para la oficina
- ☐ Regalos infantiles
- ☐ Bolas de nieve con foto
- ☐ Bolsos y mochilas
- ☐ Chapas y pines con foto
- ☐ Juegos de mesa con foto
- ☐ Llaveros con foto
- ☐ Monederos personalizados
- ☐ Puzzles personalizados
Originales puzzles con foto desde 2 hasta 100 piezas, madera y cartón
- ☐ Peluches personalizados
Blanditos, suaves y adorables peluches con foto en su camiseta

1 - 15 de 15

+ Nuevo enlace de sitio

Enlaces de sitio seleccionados: 2

- ☐ Puzzles personalizados
Originales puzzles con foto desde 2 hasta 100 piezas, madera y cartón
- ☐ Peluches personalizados
Blanditos, suaves y adorables peluches con foto en su camiseta

Mostrar esta extensión en todos los dispositivos. [Editar](#)

Guardar Cancelar



Extensión de enlaces de sitio

Nuevo enlace de sitio

Texto del enlace

Lienzos y posters

URL del enlace

http://

www.regalospersonalizado

Preferencia de dispositivo

☐ Móvil

Descripción

Opcional

Inmortaliza tu foto preferida en un

poster o lienzo de 30cm a 135cm 4

+

Fechas de inicio y de finalización, programación

Guardar

Cancelar



Extensión de enlaces de sitio

Anuncios relacionados con **regalos personalizados** ⓘ

Regalos personalizados - Con transporte gratuito en 48h

www.regalospersonalizados.es/ ▼

Variedad y precios sin competencia

📍 C/ Portugal, 33, Local 408, C.C. Fuenlabrada 2, Fuenlabrada - 916 08 30 36

Puzzles personalizados

Tazas personalizadas

Peluches personalizados

Lienzos y posters

Regalos Personalizados con Fotos - Hofmann - Hofmann.es

www.hofmann.es/Libro-de-Fotos ▼

Tu Libro de Fotos, Fácil y Rápido. Calidad Hofmann. Confía en el Líder!

regalos con tu foto 918 00 54 97

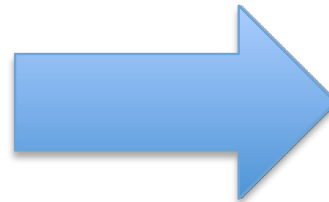
www.regalooriginal.com/ ▼

tazas, puzzles, lienzos entregas urgentes a toda España

www.regalooriginal.com tiene 184 seguidores en Google+.



Extensión de llamada



Extensión de llamada

Anuncios relacionados con **regalos personalizados** ⓘ

Regalos personalizados - Con transporte gratuito en 48h

www.regalospersonalizados.es/ ▼

Variedad y precios sin competencia

📍 C/ Portugal, 33, Local 408, C.C. Fuenlabrada 2, Fuenlabrada - 916 08 30 36

Puzzles personalizados

Tazas personalizadas

Peluches personalizados

Lienzos y posters

Regalos Personalizados con Fotos - Hofmann - Hofmann.es

www.hofmann.es/Libro-de-Fotos ▼

Tu Libro de Fotos, Fácil y Rápido. Calidad Hofmann. Confía en el Líder!

regalos con tu foto 918 00 54 97

www.regalooriginal.com/ ▼

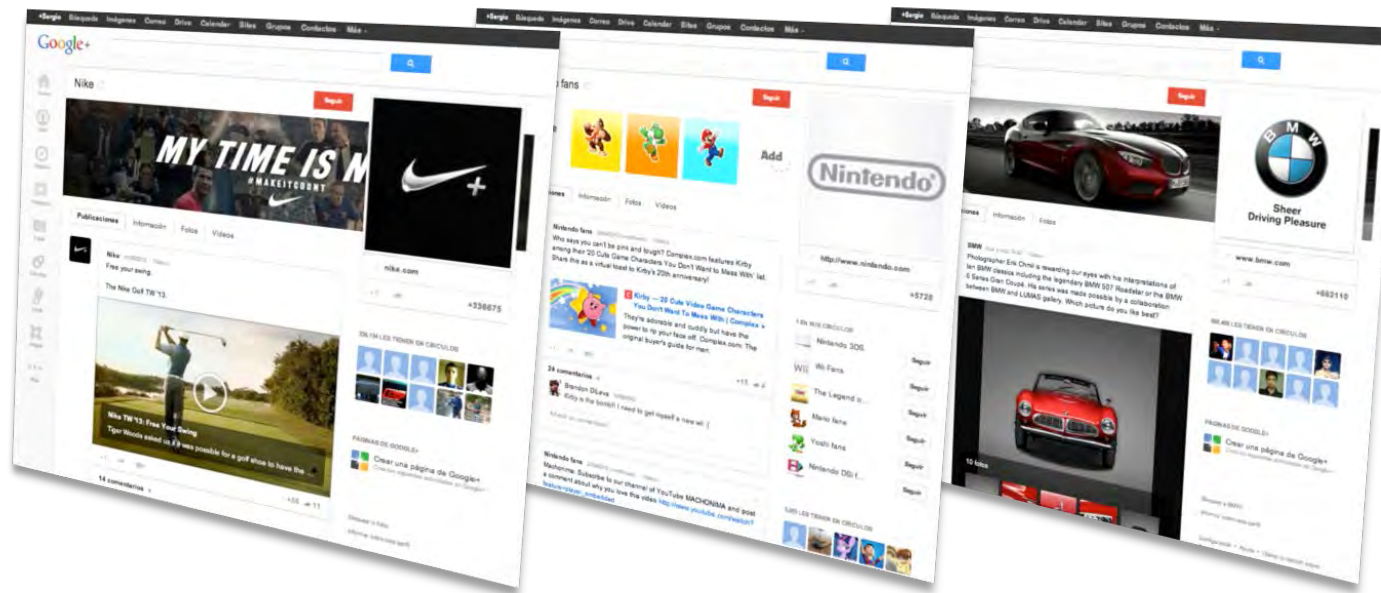
tazas, puzzles, lienzos entregas urgentes a toda España

www.regalooriginal.com tiene 184 seguidores en Google+.



Extensión social

- Permite sumar todas las recomendaciones sociales +1 de nuestros anuncios, nuestra página web, y nuestra página de empresa de Google+.



Extensión de enlaces de sitio

Anuncios relacionados con **regalos personalizados** ⓘ

Regalos personalizados - Con transporte gratuito en 48h

www.regalospersonalizados.es/ ▼

Variedad y precios sin competencia

📍 C/ Portugal, 33, Local 408, C.C. Fuenlabrada 2, Fuenlabrada - 916 08 30 36

Puzzles personalizados

Tazas personalizadas

Peluches personalizados

Lienzos y posters

Regalos Personalizados con Fotos - Hofmann - Hofmann.es

www.hofmann.es/Libro-de-Fotos ▼

Tu Libro de Fotos, Fácil y Rápido. Calidad Hofmann. Confía en el Líder!

regalos con tu foto 918 00 54 97

www.regalooriginal.com/ ▼

tazas, puzzles, lienzos entregas urgentes a toda España

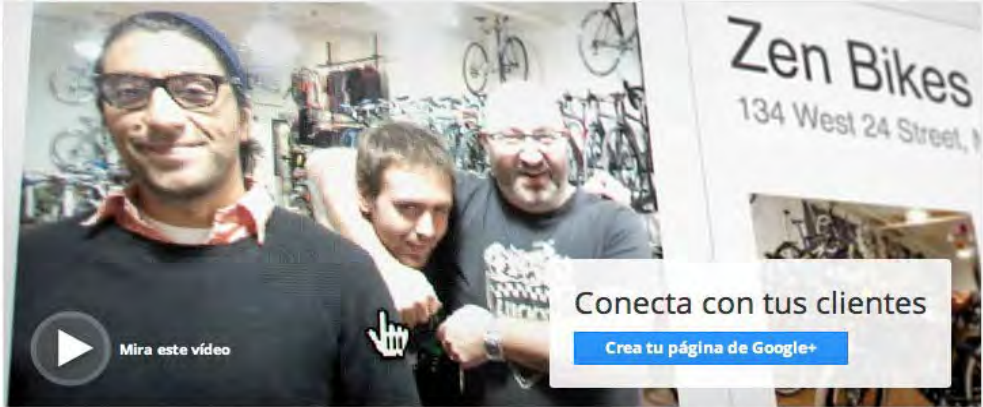
www.regalooriginal.com tiene 184 seguidores en Google+.





www.google.com/+business

Google+ Tu negocio Empieza Comparte Promociona Mide



Conecta con tus clientes
Crea tu página de Google+

Comparte
Cada persona puede estar interesada en un aspecto concreto de tu negocio. Ya sean noticias de última hora, novedades, promociones, enlaces, fotos (o hablar cara a cara con un grupo de usuarios a través de un sencillo chat de vídeo), Google+ te permite compartir el contenido apropiado con los clientes adecuados.
[Más información »](#)

Promociona
Deja que corra la voz. Coloca el botón +1 allí donde quieras que los usuarios recomienden tu negocio, tus productos o tus servicios a sus amigos y contactos en toda la Web.
[Más información »](#)

Mide
¿Cómo funciona tu página y cómo puedes mejorarla? Google+ te permite analizar fácilmente el efecto que tienen las interacciones de los seguidores de tu página en tu marca y en tu negocio.
[Más información »](#)

✓ Campaña creada y configurada.

¡Ahora toca añadir
grupos de anuncios!



¿Qué es esto?



- Pendrive
- Llave USB
- Memoria USB
- Pincho
- Memoria flash
- Lápiz USB
- Llaverio USB
- Stick de memoria
- Garrapata
- “Uesebé”
- Memoria portátil
- NONAME
- Cacharro USB
- Portafotos / Portavirus
- Pijorro



Campaña

Pendrives (Campaña)

Grupos
de
anuncio

Pendrives

Pinchos
USB

Memorias
USB

Llaveros
USB

Sticks de
memoria

Lápices
USB

Uesebeses

Cacharros
USB



Creación del grupo de anuncios

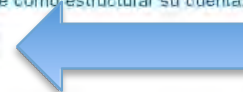
Crear un grupo de anuncios

Nombre del grupo de anuncios

Un grupo de anuncios contiene uno o más anuncios y un conjunto de palabras clave relacionadas. Para obtener unos resultados óptimos, centre todos los anuncios y todas las palabras clave de este grupo de anuncios en un único producto o servicio. [Más información acerca de cómo estructurar su cuenta.](#)

Nombre del grupo de anuncios:

Grupo de anuncios n° 1



Crear un anuncio

☒ Anuncio de texto ☐ Anuncio de imagen estático ☐ Creador de anuncios de display ☐ Especializado: búsqueda ☐ Anuncio para móviles WAP

Para comenzar, solo debe escribir su primer anuncio a continuación. Recuerde que siempre podrá crear más anuncios más tarde. [Ayuda para redactar un anuncio de texto eficaz.](#)

Título
 Línea descriptiva 1
 Línea descriptiva 2
 URL Visible
 URL de destino

Vista previa del anuncio Es posible que las siguientes vistas previas de anuncio tengan un formato ligeramente distinto al que se muestra a los usuarios. [Más información](#)

Anuncio en el lateral

[Hotel económico en Madrid](#)
 Limpio y cerca del metro.
 Descuento del 20% para estudiantes.
[www.example.com](#)

Anuncio en la parte superior

[Hotel económico en Madrid - Limpio y cerca del metro.](#)
 Descuento del 20% para estudiantes.
[www.example.com](#)

Las **extensiones de anuncio** amplían su anuncio con información adicional como, por ejemplo, una dirección comercial o imágenes de productos. [Curiosear.](#)



Redactando anuncios de texto

- 1 línea de título de 25 caracteres.
- 2 líneas de descripción de 35 caracteres.
- URL visible: La dirección web que se mostrará en el anuncio.
- URL de destino: La URL a la que enviaremos al usuario.
- La URL visible y de destino deben estar en el mismo dominio.
- Siempre es buena idea añadir las palabras clave.

Título	Cursos de Google AdWords
Línea descriptiva 1	Asiste a los seminarios oficiales
Línea descriptiva 2	Totalmente gratis. ¡Inscríbete ya!
URL Visible ?	www.google-academies.es
URL de destino ?	http:// www.google-academies.es



Política editorial de Google



Experiencia de usuario

La publicidad debe proporcionar una experiencia positiva a los usuarios.



Protección y seguridad

La publicidad debe ser segura para todos los usuarios.



Soluciones publicitarias precisas

La publicidad debe ser precisa y honesta.



Transparencia y privacidad

La publicidad debe respetar la confianza y la privacidad de los usuarios.



Productos y servicios restringidos

Los productos y servicios que se anuncien deben ser legales y seguros para todos los usuarios.



Marcas comerciales, derechos de autor y falsificaciones

La publicidad debe cumplir la legislación y las normativas.



Marca de Google

La publicidad debe ser compatible con las decisiones de marca de Google.

<https://support.google.com/adwordspolicy/>



Añadir palabras clave

Palabras clave

☐ Seleccione las palabras clave.

Su anuncio podrá mostrarse en Google cuando los usuarios realicen búsquedas con las palabras clave que elija aquí. Estos términos también localizarán automáticamente sitios relevantes de la Red de Display en los que mostrar sus anuncios.

Al crear la lista de palabras clave, piense del mismo modo que sus clientes: ¿cómo describirían ellos sus productos o servicios? Las palabras clave específicas, que suelen tener de dos a tres palabras, le ayudarán a mostrar los anuncios a los usuarios más interesados. Intente empezar con un grupo de 10 a 20 términos. Siempre puede ampliarlos o definirlos mejor más adelante. [Ayúdenme a encontrar palabras clave eficaces.](#)

Introduzca una palabra clave por línea. [Añadir palabras clave mediante la hoja de cálculo](#)

[Ayúdenme a encontrar palabras clave eficaces.](#)

```

cursos google adwords
seminarios publicidad google
[cursos google adwords]
[seminarios google adwords]
[cursos publicidad en google]
"cursos google adwords"
"seminarios google adwords"
"cursos publicidad en google"
    
```

- ▶ Categoría: google
- ▶ Categoría: Palabras clave diversas
- ▼ Categoría: en google
 - « Añadir todas las de esta categoría
 - « Añadir publicidad en google
 - « Añadir posicionamiento en google
 - « Añadir anunciarse en google
 - « Añadir anuncios en google
 - « Añadir publicidad en google adwords
- ▶ Categoría: adwords

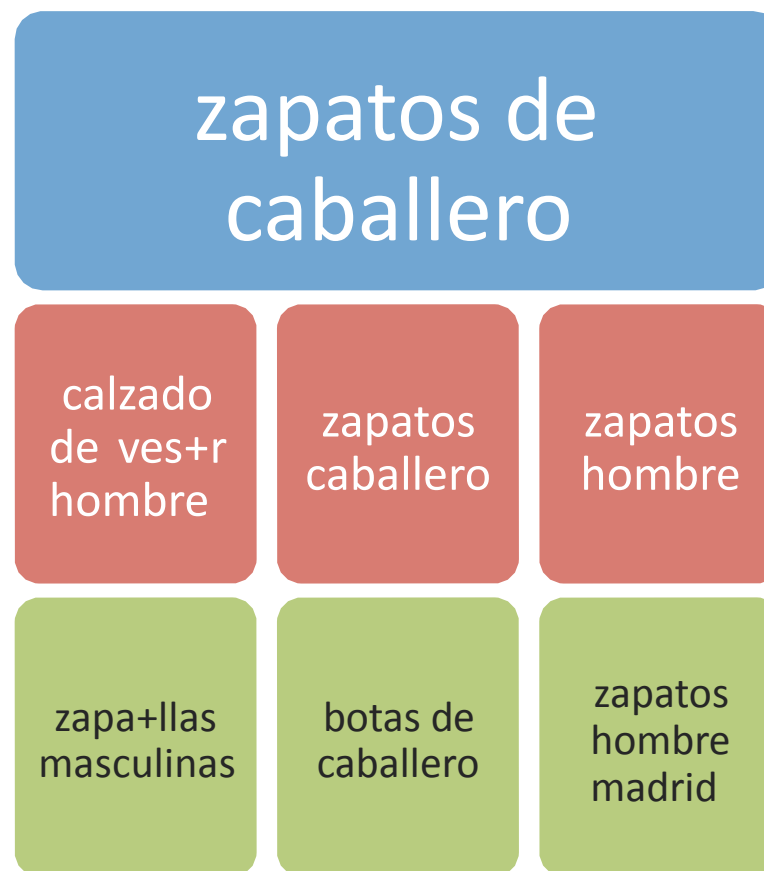
Concordancia de palabras clave

- amplia
- +amplia +modificada
- “frase”
- [exacta]



Concordancia amplia

- Se usa cuando las palabras clave no contienen “”, [], o +.
- Busca sinónimos, plurales, cambios de género, búsquedas relacionadas y otras palabras clave relevantes en cualquier orden.
- Genera valiosa información a corto y medio plazo acerca de otras posibles segmentaciones, ideas para campañas y grupos de anuncios y palabras clave negativas.



Concordancia amplia modificada

- Se usa poniendo un símbolo + delante de la palabra clave.
- Busca plurales, cambio de género, búsquedas relacionadas y otras palabras clave relevantes en cualquier orden.
- Útiles para tener un buen enfoque de palabras clave a medio plazo sin desviarse mucho de las palabras clave objetivo.
- Alargo plazo, mantener en campañas con CPC's menores.



Concordancia de frase

- Se usa encerrando las palabras clave con comillas dobles.
- Muestra los anuncios cuando un usuario realice una búsqueda que contenga esa frase o ligeras variaciones, pudiendo contener texto delante y/o detrás.
- Lo que va entre comillas siempre mostrará el anuncio si va junto y en el mismo orden.

“zapatos de
caballero”

+enda de
zapatos de
caballero

bonitos
zapatos de
caballero
marrones

outlet
zapatos de
caballero
de marca

zapatos de
caballero
baratos

encontrar
zapatos de
caballero
en madrid

zapatos de
caballero
medieval



Concordancia exacta

- Se usa encerrando las palabras clave entre corchetes.
- Únicamente se mostrarán los anuncios cuando la búsqueda del usuario coincida exactamente con la palabra clave exacta.
- Opcionalmente, a nivel campaña existe una configuración que permite pequeños errores.

[zapatos de
caballero]

zapatos
caballero

zapato
caballeros

zapapo
caballero



Opciones de concordancia de frase y exacta

- Esta opción en la parte inferior de la configuración de la campaña nos permite añadir cierta flexibilidad a las palabras clave de concordancia de frase y exactas, permitiendo que se activen con plurales, errores ortográficos y pequeñas variaciones.

[-] Opciones de concordancia de palabras clave

Concordancia exacta y de frase ?

Solo para la Red de Búsqueda

☒ Incluir plurales, errores ortográficos y otras variantes

☐ No incluir variantes

Guardar

Cancelar



- ✓ Campaña.
- ✓ Grupo de anuncios.
- ✓ Anuncios.
- ✓ Palabras clave.



Dejar pasar algunos días para
generar histórico de rendimiento.



A partir de ahora empieza
realmente la optimización de tu
campaña...

En el próximo curso de
AdWords avanzado.

