

Taller de marketing digital: utiliza las herramientas de Google para tu negocio

Proyecto FIC “Puesta en escena de las experiencias turísticas y puesta en valor de los prestadores de servicios turísticos de la Región de Arica y Parinacota”.

Noviembre 2023



Módulo 2: Google ADS, para llegar a más clientes



Google ADS

Algunas de las **ventajas de Google ADS como herramienta de promoción** online son:



Permite **segmentar los anuncios** hacia personas con intereses o características específicas y mostrarles anuncios que pueden ser relevantes para ellos.



Google ADS

Algunas de las **ventajas de Google ADS** como herramienta de **promoción** online son:



Permite **segmentar los anuncios** hacia personas con intereses o características específicas y mostrarles anuncios que pueden ser relevantes para ellos.



Control de costo: no existe una inversión mínima y puedes definir cuánto invertir por mes, por día y por anuncio. Sólo se te cobrará cuando alguien haga clic en tu anuncio.



Google ADS

Algunas de las **ventajas de Google ADS** como herramienta de **promoción** online son:



Permite **segmentar los anuncios** hacia personas con intereses o características específicas y mostrarles anuncios que pueden ser relevantes para ellos.



Control de costo: no existe una inversión mínima y puedes definir cuánto invertir por mes, por día y por anuncio. Sólo se te cobrará cuando alguien haga clic en tu anuncio.



Medición de éxito a través de las estadísticas y el seguimiento que se puede realizar a través de ellas.





Google ADS

Conceptos clave

AdRank

Determina la ubicación de tu anuncio. Con mejor calificación, más usuarios verán tu anuncio, aumentando las posibilidades de que hagan clic en él.

Se mide por dos factores: la calidad de tu anuncio (determinado por la relevancia de tus palabras clave, si las descripciones ofrecen lo que buscan los usuarios y la experiencia del usuario en tu página) y el monto de la puja





Google ADS

Conceptos clave

Puja

Cantidad máxima de dinero que estás dispuesto a pagar por un clic en tu anuncio.





Google ADS

Conceptos clave

Puja

Cantidad máxima de dinero que estás dispuesto a pagar por un clic en tu anuncio.



Tipo de campaña

Antes de crear una campaña debes seleccionar uno de los tres tipos de campaña:

Búsqueda: anuncios de texto que se muestran entre los resultados de búsqueda de Google.

Video: se muestran en YouTube.

Display: anuncios se muestran en sitios web dentro de la red de display de Google, que deja espacios dentro de sus páginas para los anuncios.





Google ADS

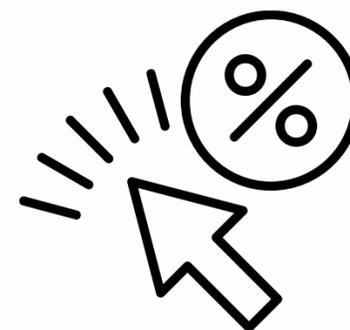
Conceptos clave

Porcentaje de clics (CTR)

Porcentaje obtenido a partir de la división:

$\text{clics} \div \text{impresiones}$. Por ejemplo, si tuvo 10 clics y 100 impresiones, entonces su CTR sería 10%.

Un **CTR más alto indica un anuncio de calidad.**





Google ADS

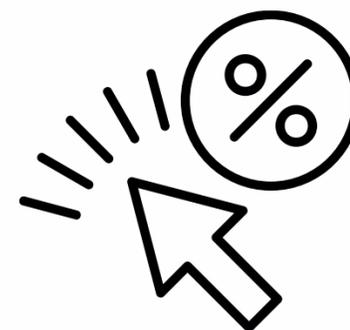
Conceptos clave

Porcentaje de clics (CTR)

Porcentaje obtenido a partir de la división:

$\text{clics} \div \text{impresiones}$. Por ejemplo, si tuvo 10 clics y 100 impresiones, entonces su CTR sería 10%.

Un **CTR más alto indica un anuncio de calidad.**



Conversión

Es una acción que se registra luego de que alguien interactúa con el anuncio y realiza una acción que se considera valiosa para la empresa. Ejemplo: envío de formulario, llamado por teléfono o clic en algún botón del sitio web.





Google ADS

Conceptos clave



Tasa de conversión (CVR)

Porcentaje de personas que realizan una acción deseada después de ver o hacer clic en el anuncio.





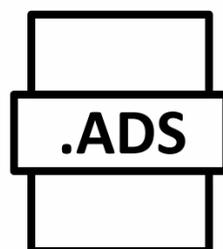
Google ADS

Conceptos clave



Tasa de conversión (CVR)

Porcentaje de personas que realizan una acción deseada después de ver o hacer clic en el anuncio.



Extensiones de anuncios

Permiten complementar tu anuncio con información adicional sin costo extra. Se dividen en cinco categorías: enlace de sitio, llamada, ubicación, oferta o aplicación.





Google ADS

Conceptos clave

Palabras clave

Cuando una persona realiza una búsqueda en Google, primero escribe en el buscador y, en base a eso, Google devuelve un rango de resultados. Las palabras clave son palabras o frases que se alinean con lo que los usuarios buscan.

Ejemplo: Si alguien busca “Como limpiar manchas difíciles en la ropa”, posiblemente le aparezcan en los resultados los anuncios que consideren palabras clave como “manchas difíciles en la ropa” o “ropa limpia”.





Google ADS

Conceptos clave

Pago por clic (PPC)

Tipo de publicidad en la que el anunciante paga por cada clic que se genera en su anuncio.





Google ADS

Conceptos clave

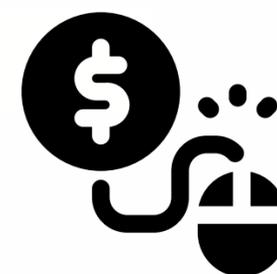
Pago por clic (PPC)

Tipo de publicidad en la que el anunciante paga por cada clic que se genera en su anuncio.



Costo máximo por clic (CPC)

Es la cantidad gastada cuando se hace clic en un anuncio. Al relacionar directamente la inversión con los resultados, se transforma en un indicador sobre la eficacia de la publicidad.





Google ADS

Crea una campaña

Ingresa a www.ads.google.com y en la esquina superior derecha selecciona **“comenzar ahora”**. Crea una cuenta o accede si es que ya tienes una.

Selecciona una cuenta de Google Ads...

Cuenta de Google Ads (Configuración en curso)	559-348-6101
Brecha Digital Consultores	919-465-7929
Cuenta de Google Ads (Configuración en curso)	885-703-4182
Cuenta de Google Ads (Configuración en curso)	425-021-5860

[NUEVA CUENTA DE GOOGLE ADS](#)

[CAMBIAR DE CUENTA DE GOOGLE](#)

Confirma la información de tu empresa

Se usarán estos datos para crear tu cuenta. No los podrás modificar más adelante, así que debes proporcionarlos con cuidado.

Pais de facturación
Chile

Zona horaria
(GMT-03:00) hora de Chile

Moneda
peso chileno (CLP)

[Atrás](#) [Continuar](#)

Deberás agregar **datos de pago**
(tarjeta de crédito)





Google ADS

Crea una campaña

Es la página principal, selecciona la opción “**crear**” y luego “**campaña**”.

The screenshot displays the Google Ads interface. On the left sidebar, the 'Crear' button is highlighted with a red dashed circle. The main dashboard shows a 'Vista general' (Overview) for 32 campaigns. Key statistics are presented in a table:

Clics	Impresiones	Coste/conv.	Coste
95,7 mil	4,74 M	2,06 mil \$	12,5 M \$

Below the table is a line chart showing performance trends over time, with a date range from August 9, 2017, to November 11, 2023. The chart includes a 'Mostrar últimos 30 días' (Show last 30 days) option.





Google ADS

Crea una campaña

Selecciona tu objetivo. Para este ejemplo, realizaremos una campaña de **cobertura y notoriedad de la marca**, que tiene como objetivo llegar a la mayor cantidad de personas posible.

Elige tu objetivo

Selecciona un objetivo para adaptar tu experiencia a los objetivos y la configuración que mejor funcionen para tu campaña

 Ventas Impulsa las ventas online, en la aplicación, por teléfono o en la tienda	 Clientes potenciales Anima a los clientes a realizar acciones para generar oportunidades de venta y otras conversiones	 Tráfico al sitio web Consigue que los usuarios adecuados visiten tu sitio web	 Consideración de la marca y del producto Anima a los usuarios a descubrir tus productos o servicios
 Cobertura y notoriedad de marca Llega a un gran número de usuarios y aumenta la notoriedad	 Promoción de la aplicación Aumenta las descargas, la implicación y el número de usuarios prerregistrados de tu aplicación	 Visitas a tiendas y promociones locales Impulsa las visitas a tiendas locales, incluidos restaurantes y concesionarios	 Crear una campaña sin un objetivo concreto Primero elige un tipo de campaña sin recomendaciones según tu objetivo.





Google ADS

Crea una campaña

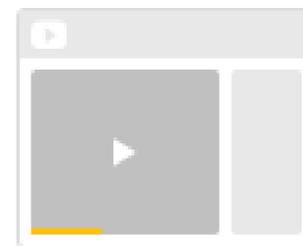
Más abajo debes elegir el **objetivo de conversión** deseado. Elige el tipo de campaña y hacer clic en continuar

Selecciona un tipo de campaña



Display

Llega a clientes de 3 millones de sitios y aplicaciones con una creatividad atractiva



Video

Llega a los usuarios en YouTube y consigue conversiones





Google ADS

Crea una campaña

Luego deberás establecer información para completar tu campaña, como:

- Ubicación geográfica donde se mostrará el anuncio.
- Puja o precio a pagar.
- Extensiones de anuncios. Son beneficiosas porque ayudan a destacar páginas más específicas de tu sitio.

Anuncio · <https://www.shein.com.mx> ▼

SHEIN Tienda de Ropa Online - Calidad y estilo de otro nivel

Todos nuestros productos son creados especialmente con los detalles y el estilo en mente.

Disponible en una amplia gama de estilos, colores y telas. 15% Off en tu primer pedido!

Camisetas Hot Sale

Trendy Camisetas en línea Comprar recién llegados

Vestido rebajas en línea

Nuevo estilo y alta calidad Tienda de compras en línea Trendy





Google ADS

Crea una campaña

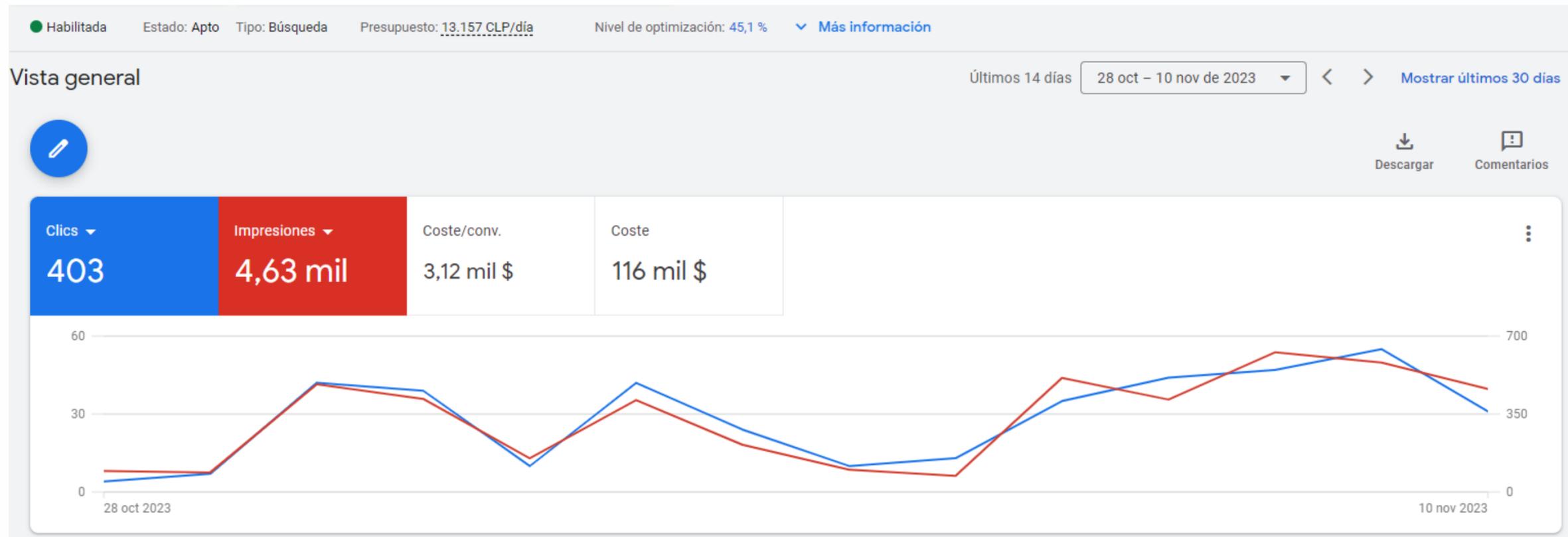
- **Define e ingresa las palabras clave.** Es importante que coincidan con la intención de búsqueda del usuario. El número óptimo de palabras clave por cada grupo de anuncios es entre 1 y 5. Pueden tener distintos tipos de concordancia. La **concordancia amplia** utiliza cualquier palabra dentro de tu frase de palabras clave sin importar el orden; **concordancia de frase**, que coincidirá con las consultas que incluyan la frase que elegiste en el mismo orden, pero pueden abarcar conceptos adicionales antes o después; la **concordancia exacta** mantiene la frase tal como fue definida; y la **concordancia negativa**, que excluye los términos con los cuales no quieres que aparezca tu anuncio.
- **Inserta el título y la descripción.** Este punto es muy importante porque el contenido de tu anuncio puede marcar la diferencia. Debe coincidir con la intención del buscador y que esté alineado con tus palabras clave.



Google ADS

Estadísticas

En la barra lateral izquierda, en “**vista general**” se entrega un resumen estadístico de la campaña seleccionada. Recuerda que debes seleccionar el rango de fechas para el análisis.





Google ADS Estadísticas

Algunas de las estadísticas que se pueden revisar son:

- Impresiones: cantidad de veces que un anuncio ha sido visto.
- Clics
- Presupuesto gastado
- Rendimiento de las palabras clave (considera clics, impresiones y CTR)
- Búsquedas en las que los usuarios han visto los anuncios
- Rendimiento de los anuncios en distintos dispositivos (computador, tablet o celular)
- Rendimiento por día y hora
- Seguimiento de las conversiones
- Grupos demográficos a los que llegan los anuncios según edad y género



Taller de marketing digital: utiliza las herramientas de Google para tu negocio

Proyecto FIC “Puesta en escena de las experiencias turísticas y puesta en valor de los prestadores de servicios turísticos de la Región de Arica y Parinacota”.

Noviembre 2023

