



DIGICOM
PLAN DE DIGITALIZACIÓN
DEL COMERCIO DE GIJÓN

HERRAMIENTAS DE GOOGLE PARA VENDER GOOGLE ADS



cómo publicar anuncios en google

PARA PROMOCIONAR TU NEGOCIO

¿PUBLICIDAD AL ALCANCE DE TODOS?

Tradicionalmente, la publicidad ha estado reservada para grandes marcas que podían permitírsela.

Internet ofrece la posibilidad de hacer campañas con inversiones menores.



¿PUBLICIDAD AL ALCANCE DE TODOS?

Aún persiste la creencia de que promocionarse en Internet es **rápido, fácil y gratis.**



- *“Me ayuda mi hijo / sobrino / cuñado / vecino que es un crack de la informática y me lo hace en un momento”*
- *“Con publicar fotos y eso ya vale, ¿verdad? Es lo que hacen todos los que sigo”*
- *“Sí, sí, quiero hacer una promoción a lo grande. No, dinero no tenía pensado gastar, porque me ayuda un amigo que me dijo que en dos días me ponía el primero en Google”*

- **Internet no es “Jauja”**: cambia el contexto, pero el Marketing digital exige dedicación, esfuerzo y recursos, igual que el Marketing tradicional.
- **Tu tiempo vale dinero**, aunque uses herramientas gratuitas.
- La dedicación debe ser **constante**.
- **Saber de “informática” no implica saber de Marketing**, ni tener la capacidad de entender las necesidades de una empresa.

Lo primero es lo primero: El plan de marketing digital

Un **Plan de Marketing Digital** es un documento donde se recogen los **objetivos** y las **acciones** que vamos a desarrollar para conseguirlos.

Suele tener una validez de un año, tras el cual debemos **revisar su cumplimiento** y establecer nuevos objetivos y acciones.

Plan de Marketing Digital

Análisis

¿Dónde estamos?
Situación digital de la empresa, interna y externa

PASO
01



PASO
02

Objetivos
¿Qué queremos conseguir en el canal digital?



PASO
03

Estrategias y Tácticas

¿Qué haremos para conseguir los objetivos?



PASO
04

Plan de acción
¿Cómo lo haremos, cuándo, cuánto, quién?



PASO
05

Monitorización y Análítica
¿Qué métricas utilizaremos y cada cuánto tiempo?



www.silviamazzoli.com

1. Análisis de la situación

- ¿Cuál es nuestra **propuesta de valor**?
- **Estudio de Mercado**. ¿A quién nos dirigimos? ¿Dónde están? ¿Qué quieren?
- **Estudio de la Competencia**. ¿Qué se está haciendo? ¿Qué nos diferencia?
- **D.A.F.O.** (Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades)
- **Recursos** que podemos destinar.



2. Definición de objetivos

- **S**PECIFIC (específicos)
- **M**EASURABLE (medibles)
- **A**CHIEVABLE (alcanzables)
- **R**ELEVANT (relevantes)
- **T**IME-BOUND (temporales)



3. Estrategias y tácticas

- ¿Qué han hecho otros para alcanzar esos objetivos?
- ¿En qué terrenos vamos a jugar?
- ¿Qué herramientas vamos a utilizar?
- ¿En quiénes nos vamos a apoyar?
- ¿Qué recursos podemos destinar?



4. Plan de acción

- Definición de acciones concretas.
- Establecimiento de hoja de ruta (“roadmap”)
- Calendarización.
- Reparto de tareas.
- Asignación de recursos.



5. Monitorización y Analítica

- ¿Cómo podemos medir los resultados?
- ¿Cuáles son nuestros KPIs? (indicadores de cumplimiento)
- ¿Qué herramientas podemos utilizar para medirlos?
- ¿Quiénes se van a encargar de medirlos?
- ¿Cada cuánto tiempo?



BUYER PERSONA

El “**buyer persona**” es una *representación ficticia generalizada* de tu cliente ideal. Te ayuda a entender mejor a tus posibles clientes y te facilita la personalización del contenido de acuerdo a las necesidades, los comportamientos y las inquietudes específicos de diferentes grupos.



Público objetivo

Hombres y mujeres, de 24 a 30 años, solteros, graduados en Arquitectura, con una media de ingresos mensuales de 1.500€, que piensan aumentar su capacitación profesional y a quienes les gusta viajar.

BUYER PERSONA

Pedro tiene 26 años, es arquitecto recién graduado y autónomo. Prevé desarrollarse profesionalmente haciendo un máster fuera del país porque le encanta viajar, es soltero y siempre quiso hacer un intercambio. Está buscando una agencia que le ayude a encontrar universidades en Estados Unidos que acepten a alumnos extranjeros.

BUYER JOURNEY

El “ciclo de compra” o “buyer journey” es el proceso por el cual pasa un cliente desde que descubre nuestro producto o servicio hasta que finalmente realiza la compra.

Es importante tener presente las **fases** que componen este “viaje” de nuestro buyer persona.

DESCUBRIMIENTO



CONSIDERACIÓN



DECISIÓN



DESCUBRIMIENTO



Cada fase del “viaje” se diferencia de las otras en el tipo de información que se busca. En la fase de **descubrimiento**, las búsquedas de Pedro serán:

- “Mejor máster de Arquitectura en USA”
- “Mejores Universidades intercambio USA”
- “Best Architecture University USA”

En la fase de **consideración**, Pedro probablemente buscará algo como:

- “Experiencias alumnos Arquitectura Universidad Michigan”
- “Comparativa Universidad Michigan y Universidad Wisconsin”
- “Requisitos para estudiar máster en EEUU”

CONSIDERACIÓN



DECISIÓN



Y en la fase de **decisión**, las búsquedas de Pedro serán:

- “Vuelos baratos a Michigan”
- “Share apartment Michigan October”
- “Making friends in Michigan”

S.E.O., S.E.M., S.M.M., S.M.O.

S.E.O.: Search Engine Optimization

(Optimización motores búsqueda)

S.E.M.: Search Engine Marketing

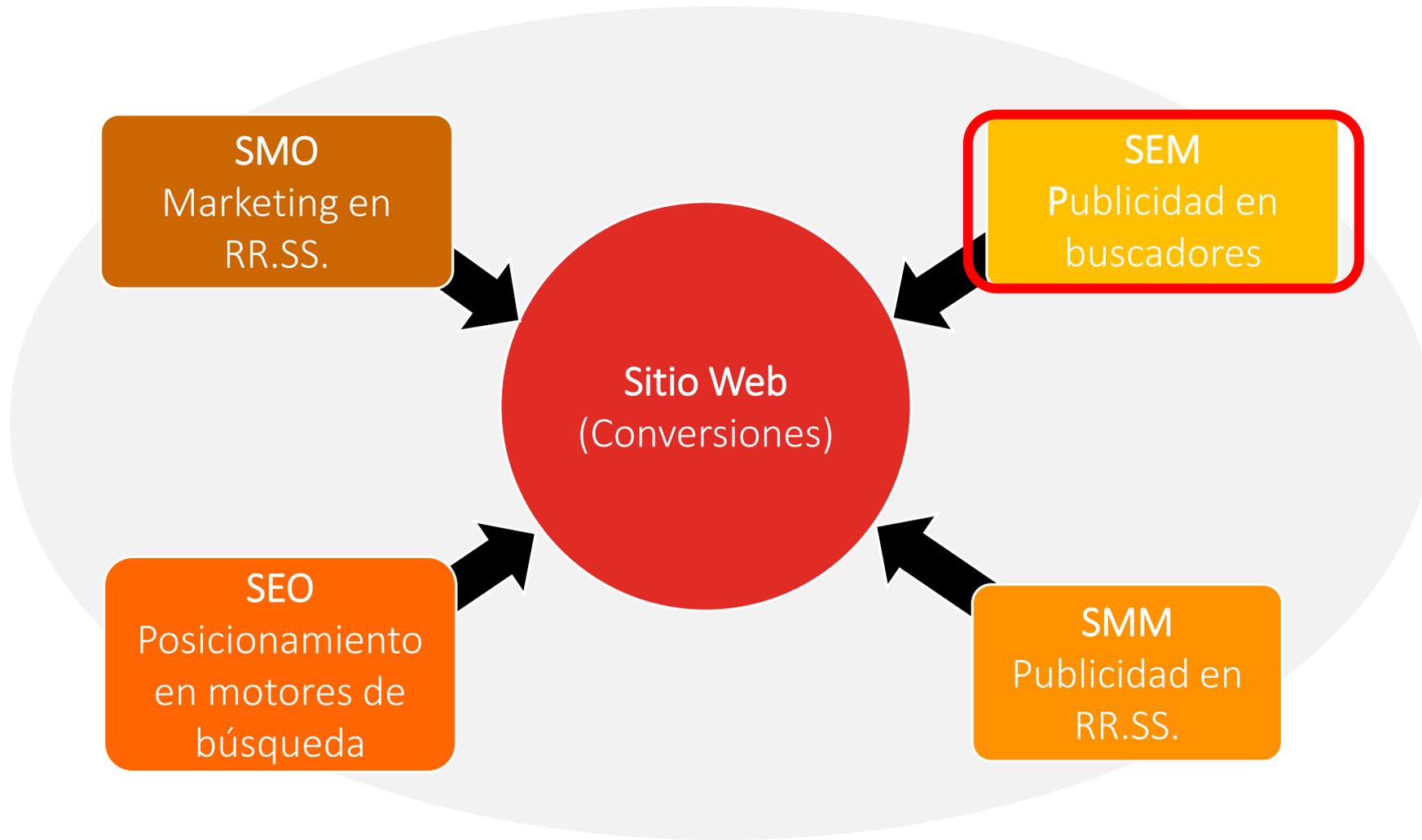
(Marketing motores búsqueda)

S.M.O.: Social Media Optimization

(Optimización redes sociales)

S.M.M: Social Media Marketing

(Marketing medios sociales)



Google Ads es la plataforma publicitaria de **Google**,
responsable de la mayor parte de sus ingresos

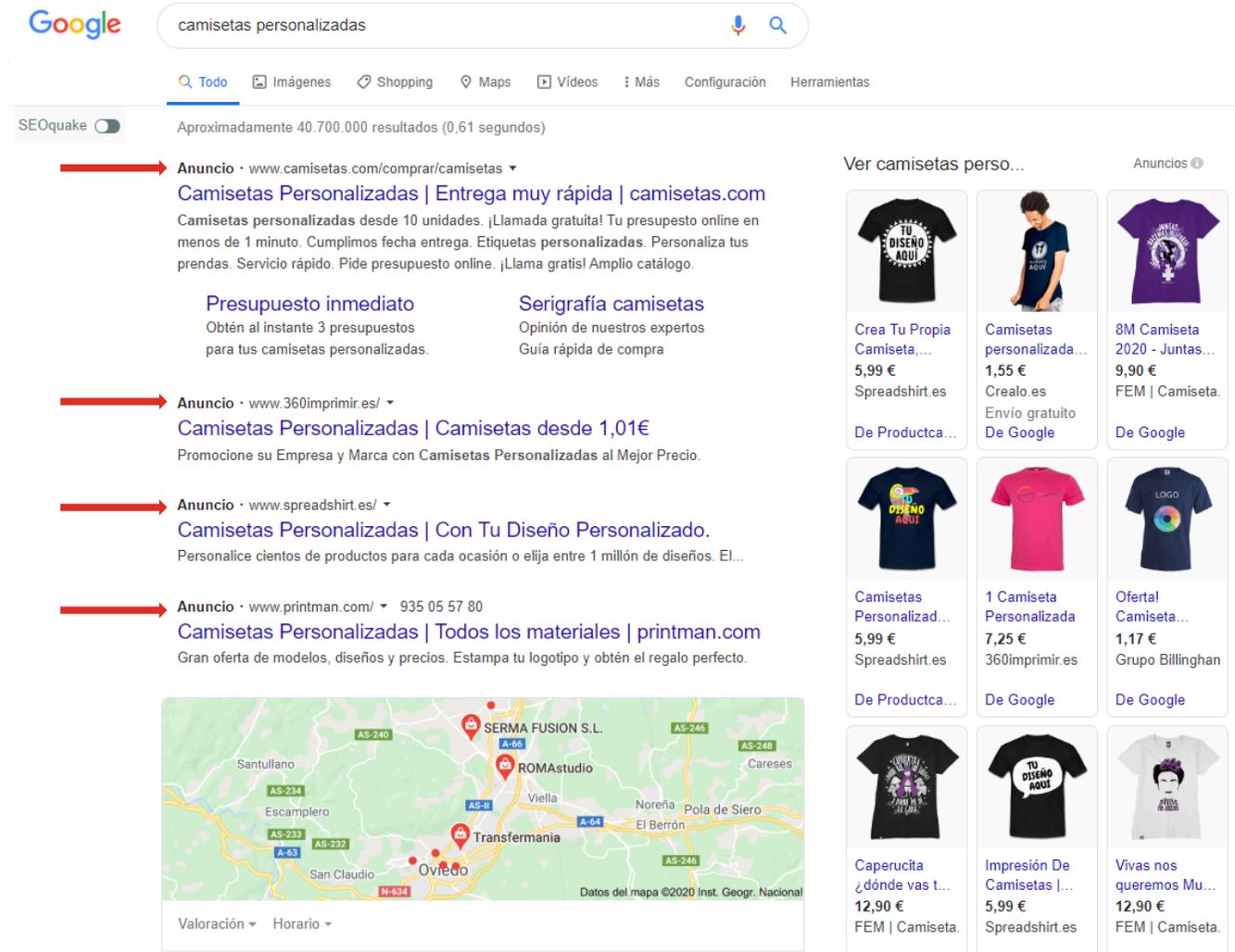
Ojo, no es “pagar para salir el primero en Google”:

NO influye en el posicionamiento orgánico (SEO)

VENTAJAS DEL S.E.M.

PRESENCIA

Google apenas muestra resultados orgánicos en muchas de las búsquedas.



Google camisetas personalizadas

Todo Imágenes Shopping Maps Vídeos Más Configuración Herramientas

SEOquake Aproximadamente 40.700.000 resultados (0,61 segundos)

Anuncio · www.camisetas.com/comprar/camisetas ▾
Camisetas Personalizadas | Entrega muy rápida | camisetas.com
 Camisetas personalizadas desde 10 unidades. ¡Llamada gratuita! Tu presupuesto online en menos de 1 minuto. Cumplimos fecha entrega. Etiquetas personalizadas. Personaliza tus prendas. Servicio rápido. Pide presupuesto online. ¡Llama gratis! Amplio catálogo.

Presupuesto inmediato: Obtén al instante 3 presupuestos para tus camisetas personalizadas.
 Serigrafía camisetas: Opinión de nuestros expertos. Guía rápida de compra.

Anuncio · www.360imprimir.es/ ▾
Camisetas Personalizadas | Camisetas desde 1,01€
 Promocione su Empresa y Marca con Camisetas Personalizadas al Mejor Precio.

Anuncio · www.spreadshirt.es/ ▾
Camisetas Personalizadas | Con Tu Diseño Personalizado.
 Personalice cientos de productos para cada ocasión o elija entre 1 millón de diseños. El...

Anuncio · www.printman.com/ ▾ 935 05 57 80
Camisetas Personalizadas | Todos los materiales | printman.com
 Gran oferta de modelos, diseños y precios. Estampa tu logotipo y obtén el regalo perfecto.

Ver camisetas perso... Anuncios

Grid of product listings (12 items):

- 1. Crea Tu Propia Camiseta... Spreadshirt.es. 5,99 €
- 2. Camisetas personalizada... Crealo.es. 1,55 €
- 3. 8M Camiseta 2020 - Juntas... FEM | Camiseta. 9,90 €
- 4. Camisetas Personalizadas... Spreadshirt.es. 5,99 €
- 5. 1 Camiseta Personalizada... 360imprimir.es. 7,25 €
- 6. Oferta! Camiseta... Grupo Billingham. 1,17 €
- 7. Camisetas Personalizadas... Spreadshirt.es. 5,99 €
- 8. Impresión De Camisetas... Spreadshirt.es. 5,99 €
- 9. Caperucita ¿dónde vas t... FEM | Camiseta. 12,90 €
- 10. Vivas nos queremos Mu... FEM | Camiseta. 12,90 €

Map showing locations: Santullano, Escamplero, San Claudio, Oviedo, Transfermania, Viella, Noreña, Pola de Siero, El Berrón, Careses. SERMA FUSION S.L., ROMAstudio.

- Proporciona **visibilidad** de manera **rápida**.
- Posibilita competir en entornos donde ya existen **muchos otros competidores**.
- Otorga **flexibilidad** para decidir las inversiones a realizar.
- Permite realizar campañas en **momentos puntuales** o programados.
- La capacidad de **segmentación es muy elevada**, lo que hace posible una orientación muy precisa.
- Los resultados son **medibles a corto plazo**.

IMPORTANTE:

Las campañas han de enfocarse hacia
conversiones / rentabilidad

Google ads (anteriormente conocido como google adwords)



- **Palabras clave:** Palabras o frases que se eligen para determinar cuándo aparecerán los anuncios.
- **Coste por clic (CPC):** Cantidad de dinero que se paga cada vez que una persona haga clic en uno de los anuncios y visite el sitio web al que dirigen. Es decir, no se paga por aparecer, sino por las veces que los anuncios atraen a alguien.
- **Coste por Mil Impresiones (CPM):** Cantidad de dinero que se paga cada vez que un anuncio de una campaña exclusiva para Red de Display es mostrado mil veces.

- **CTR o Click-Through Rate:** El porcentaje del número de clics obtenidos respecto al número de veces que se ha mostrado el anuncio (impresiones). Así, 5 clics y 75 impresiones arrojan un CTR igual a $5 / 75 = 0,06$; expresado en porcentaje, un 6%
- **Landing page (página de aterrizaje):** Página web a la que dirige el anuncio.
- **Conversiones:** Son los objetivos que consigue el usuario, provenientes de un clic en uno de los anuncios en Google Ads (ventas, solicitud de información, registro de usuario...).



¿dónde se ven los anuncios de google ads?

En los resultados de búsqueda de Google.

camisetas personalizadas  

 Todo  Imágenes  Shopping  Maps  Vídeos  Más Configuración Herramientas

Aproximadamente 35.100.000 resultados (0,71 segundos)

Anuncio · www.camisetas.com/ ▼

Camisetas Personalizadas | Entrega muy rápida | camisetas.com

Camisetas personalizadas desde 10 unidades. ¡Llamada gratuita! Tu presupuesto online en menos de 1 minuto. Amplio catálogo. Personaliza tus prendas. Servicio rápido. **Camisetas** baratas. Pide presupuesto online. Etiquetas **personalizadas**. ¡Llama gratis!
Camisetas Roly · Serigrafía camisetas · La más económica 0,97€/ud · Camisetas Sol's
Camisetas algodón - desde 1,04 € - 331 camisetas esperándote · Más ▼

Anuncio · www.camaloon.es/ ▼

Camisetas personalizadas | Te las entregamos en 72h

Personaliza **camisetas** online con tus imágenes, logo o texto. Ideales para grupos, empresas o celebraciones. A punto para promociones. 100% Personalizable. Asesoramiento Experto.

Anuncio · www.360imprimir.es/ ▼

Camisetas Personalizadas | Camisetas desde 1,01€

Promocione su Empresa y Marca con **Camisetas Personalizadas** al Mejor Precio.

Anuncio · www.bananaprint.es/ ▼

Nº1 Camisetas Personalizadas | Envío Gratis & Exprés 72 H

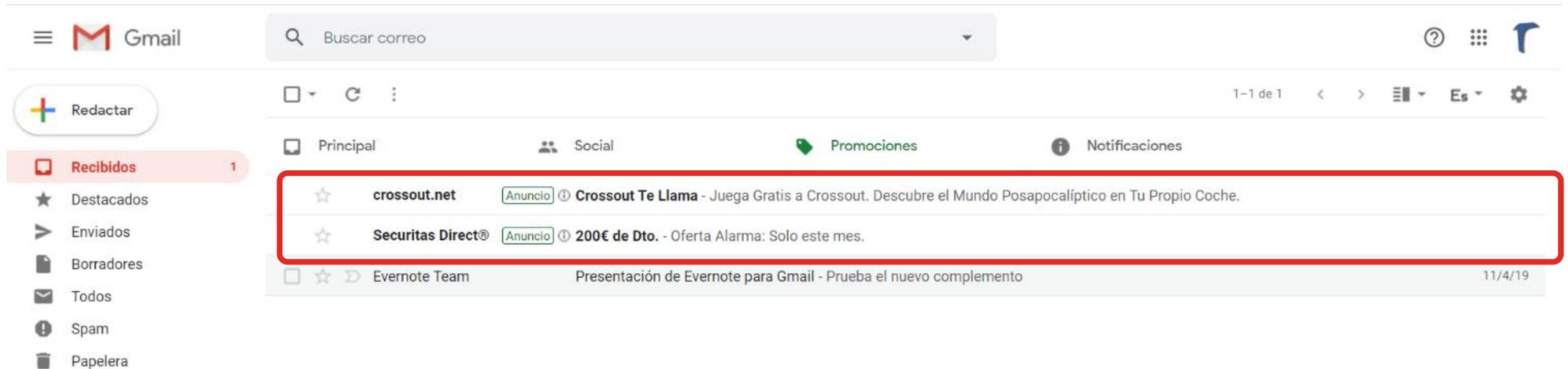
Nº1 en **Camisetas Personalizadas** con Logo. Hasta -50 % Descuentos por cantidad. Mínimo 5 Ud

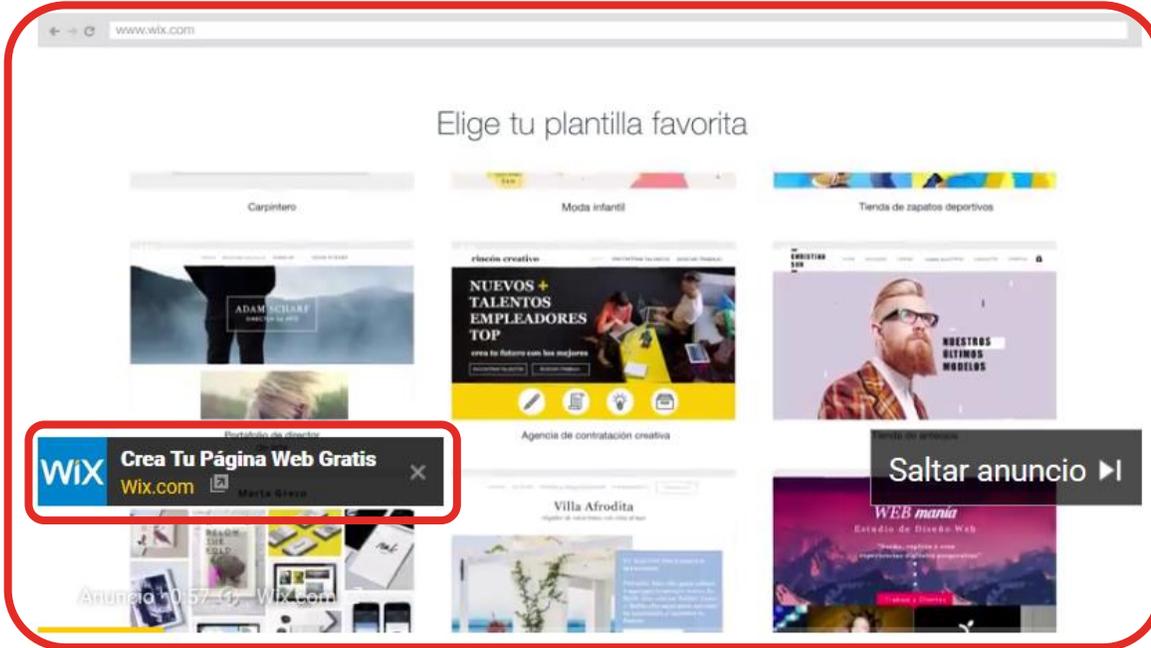
Ver camisetas perso...

Anuncios 

		
Crea Tu Propia Camiseta,...	Camisetas personalizada...	1 Camiseta Personalizada
5,99 €	1,55 €	7,25 €
Spreadshirt.es	Crealo.es	360imprimir.es
De Productca...	Envío gratuito De Google	De Google
		
Camisetas Personalizad...	1 Polo Personalizado	Impresión De Camisetas ...
5,99 €	9,67 €	5,99 €
Spreadshirt.es	360imprimir.es	Spreadshirt.es

En la cuenta de Gmail, si tenemos la “bandeja inteligente” activada.





En YouTube

Crea tu propia camiseta ¡fácil y barato! - EL RINCÓN DEL MANITAS

3.891.966 visualizaciones

83 MIL 2 MIL COMPARTIR

En webs que incluyen espacios publicitarios de Google AdSense.

Tecnología

← Ads by Google

Stop seeing this ad Why this ad? ▶

🕒
3/6/20
12:50 PM

🔖
SAVE



TECNOLOGÍA

Oppo planta cara a Samsung con los nuevos Find X2 y X2 Pro

Sam Rutherford | 💬

🕒
3/6/20
10:48 AM



TECNOLOGÍA

Oppo se sube al carro de los relojes inteligentes con

PAYPAL TE TRAE EL ESTILO SIN RIESGOS

**Sujeto a términos y condiciones*

Crea una cuenta ahora

comprendiendo google ads

LA SUBASTA: FUNCIONAMIENTO

<https://support.google.com/google-ads/answer/142918>

- Cuando un usuario realiza una búsqueda, el sistema de Google Ads encuentra **todos los anuncios cuyas palabras clave concuerdan** con dicha búsqueda.
- De esos anuncios, el sistema no tiene en cuenta los que **no son aptos**, como los anuncios que se dirigen a un país diferente o que se rechazan por una infracción de las políticas.
- De los anuncios restantes, solo se mostrarán los que tengan un **ranking del anuncio suficientemente alto**. El ranking del anuncio es una combinación de la puja, la calidad del anuncio, los umbrales del ranking del anuncio, el contexto de la búsqueda de la persona y el impacto esperado de las extensiones y otros formatos de anuncios.

LA SUBASTA: FUNCIONAMIENTO

<https://support.google.com/google-ads/answer/142918>

- Lo más importante que debes recordar es que, incluso si la competencia realiza una puja más alta que la tuya, **puedes ganar una posición más alta, a un precio menor, con palabras clave y anuncios de gran relevancia.**
- Debido a que el proceso de subasta se repite para todas las búsquedas en Google, **en cada subasta pueden aparecer resultados distintos cada vez,** según la competencia que haya en ese momento. Por lo tanto, es normal que se observe algo de fluctuación en la posición del anuncio en la página y en el hecho de que tu anuncio se muestre o no.

ESTRUCTURA DE GOOGLE ADS

- Segmentación de red, geográfica y de idioma
- Duración
- Fechas de inicio/fin
- Presupuesto
- Se definen las **palabras clave** que aplicarán a los anuncios incluidos en cada grupo.
- Mejor crear **muchos grupos con pocas palabras clave muy relacionadas entre sí** que un grupo con muchas palabras.
- Es recomendable crear distintos anuncios **muy similares entre sí**.
- Permiten “extensiones” (botones, ubicación...)
- Si bien no forman parte directa de Google Ads, son esenciales para lograr la conversión.



ESTRUCTURA DE GOOGLE ADS

Campaña: Lámparas

e-goi

Grupo de anuncio 1: lámparas de mesita

Palabras clave: comprar lamparas de mesita, lamparas de mesita online, lamparas de mesita originales, lamparas de mesita baratas, etc.

Ejemplo título Anuncio 1. *Compra lámparas de mesita originales al mejor precio.*

Ejemplo título Anuncio 2. *Encuentra las mejores lámparas de mesita. Envíos gratis a España.*

Ejemplo título Anuncio 3. *Compra lámparas de mesita online. 2 x 1 en lámparas de mesita en Julio.*

Grupo de anuncio 2: lámparas de pie

Palabras clave: comprar lamparas de pie, lamparas de pie online, lamparas de pie originales, lamparas de pie baratas, etc.

Ejemplo título Anuncio 1. *Compra lámparas de pie para tu salón al mejor precio.*

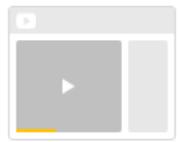
Ejemplo título Anuncio 2. *Encuentra las mejores lámparas de pie para tu hogar. Envíos gratis a España.*

Ejemplo título Anuncio 3. *Compra lámparas de pie online. 2 x 1 en lámparas de pie en verano.*

<https://www.ttandem.com/blog/como-se-estructuran-las-cuentas-de-google-adwords/>

TIPOS DE CAMPAÑAS

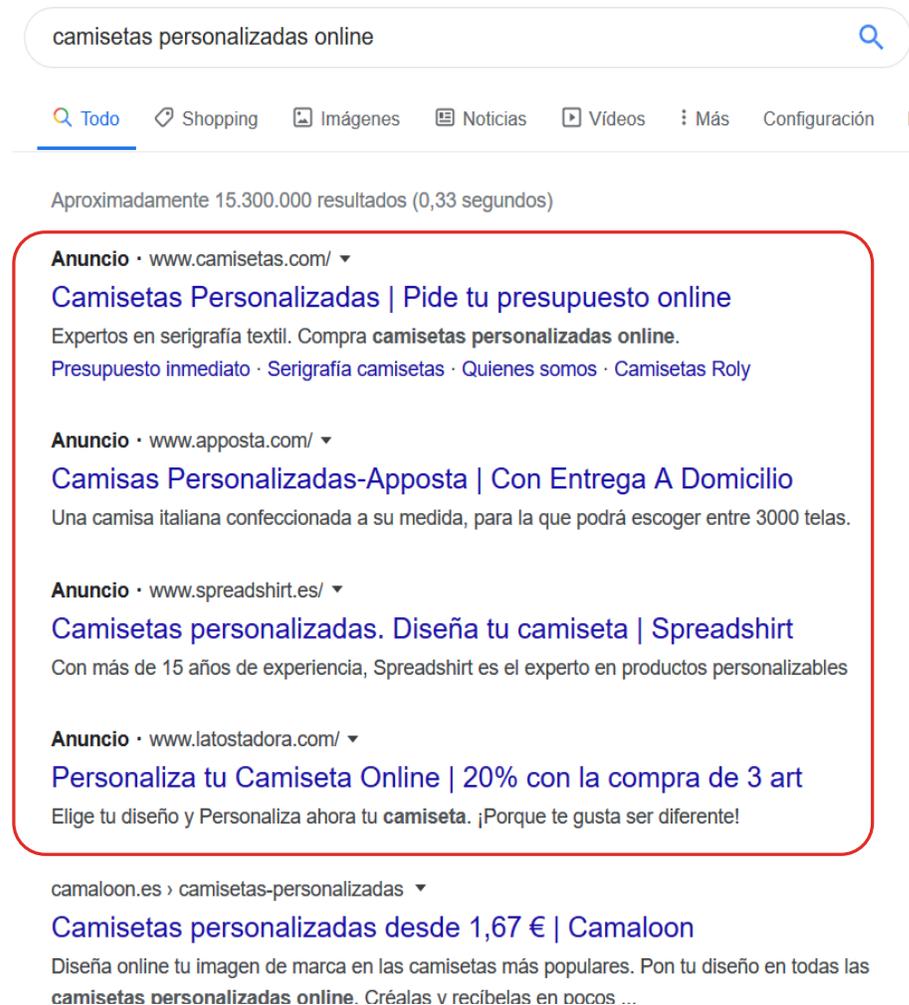
Selecciona un tipo de campaña ?

<p>Búsqueda</p>  <p>Llega a los clientes interesados en tu producto o servicio con anuncios de texto</p>	<p>Display</p>  <p>Publica diferentes tipos de anuncios en la Web</p>	<p>Shopping</p>  <p>Promociona tus productos con anuncios de shopping</p>	<p>Vídeo</p>  <p>Llega a los espectadores de YouTube y capta su interés en toda la Web</p>
<p>Aplicación</p>  <p>Promociona tu aplicación en las redes de Google</p>	<p>Smart</p>  <p>Consigue tus objetivos de negocio con anuncios automáticos en Google y en toda la Web</p>	<p>Discovery</p>  <p>Publica anuncios en YouTube, Gmail y muchos sitios más</p>	

TIPOS DE CAMPAÑAS: red de búsqueda

Se basa en tratar de **dar respuesta a las demandas o intereses de los usuarios**. El usuario está **buscando activamente ESO y AHORA** y los anuncios aparecen como la solución a sus demandas. Esto hace que el CPC sea mayor.

Los anuncios de las campañas de la red de búsqueda **se muestran en los resultados de búsqueda de Google y de sus socios o partners de búsqueda**.



camisetas personalizadas online

Todo Shopping Imágenes Noticias Vídeos Más Configuración H

Aproximadamente 15.300.000 resultados (0,33 segundos)

Anuncio · www.camisetas.com/ ▾
Camisetas Personalizadas | Pide tu presupuesto online
Expertos en serigrafía textil. Compra **camisetas personalizadas online**.
Presupuesto inmediato · Serigrafía camisetas · Quienes somos · Camisetas Roly

Anuncio · www.apposta.com/ ▾
Camisas Personalizadas-Apposta | Con Entrega A Domicilio
Una camisa italiana confeccionada a su medida, para la que podrá escoger entre 3000 telas.

Anuncio · www.spreadshirt.es/ ▾
Camisetas personalizadas. Diseña tu camiseta | Spreadshirt
Con más de 15 años de experiencia, Spreadshirt es el experto en productos personalizables

Anuncio · www.latostadora.com/ ▾
Personaliza tu Camiseta Online | 20% con la compra de 3 art
Elige tu diseño y Personaliza ahora tu **camiseta**. ¡Porque te gusta ser diferente!

camaloon.es › camisetas-personalizadas ▾
Camisetas personalizadas desde 1,67 € | Camaloon
Diseña online tu imagen de marca en las camisetas más populares. Pon tu diseño en todas las **camisetas personalizadas online**. Créalas y recíbelas en pocos ...

TIPOS DE CAMPAÑAS: red de DISPLAY

Los anuncios de las campañas de Display se muestran a usuarios que **NO** están buscando algo específicamente, sino navegando por sitios que integran la red de afiliados de Google.

Tienen un **CPC** mucho más bajo que las campañas de la red de búsqueda (y también menor CTR). Se trata pues de mantener un CPC que permita lograr impresiones.

The screenshot shows the Xataka website interface. At the top, there is a search bar and navigation links. A prominent advertisement for the Sony Xperia Z1 Compact is displayed, featuring the phone in various colors and a 'Descubre más' button. Below the ad, there is a section titled 'Lo último' with a news article snippet about Microsoft's information practices. To the right, there is a sidebar advertisement for Google Apps for Business.

TIPOS DE CAMPAÑAS: red de DISPLAY

Ofrece más opciones de segmentación (además de geográfica e idioma):

- Tipos de dispositivo móvil (sistema operativo, fabricante, operador...)
- Contextual (palabras clave que aparezcan en la página)
- Intereses (en base a históricos de visitas)
- Temas (temáticas del sitio AdSense)
- Sexo y Edad
- Listas y remarketing (de nuestra web)
- Ubicaciones web concretas



The screenshot shows the Xataka website interface. At the top, there's a search bar and navigation menu. A prominent advertisement for the Sony Xperia Z1 Compact is displayed, featuring the phone in various colors and the text 'XPERIA Z1 Compact'. Below the ad, there's a news article titled 'Esto es lo que cobra Microsoft por cederle al FBI tu información' by Javier Pastor. The article includes a table with columns for 'ID', 'Initial Item Processed', 'AdItem Processed', 'Views', and 'Revenue'. To the right of the article, there's a 'Google Apps for Business' advertisement with the text 'El trabajo se ha pasado a Google' and a 'Más información' button.

ID	Initial Item Processed	AdItem Processed	Views	Revenue
OCC-539185-P68116	Initial Item Processed	AdItem Processed	34	\$8,800.00 \$0.00
OCC-540036-G623M5	Initial Item Processed	AdItem Processed	37	\$7,400.00 \$0.00
OCC-539883-11F8P9	Initial Item Processed	AdItem Processed	42	\$8,400.00 \$0.00
OCC-541216-Q1Y3O3	Initial Item Processed	AdItem Processed	50	\$15,000.00 \$0.00
OCC-537844-Q2H9J7	Initial Item Processed	AdItem Processed	76	\$14,800.00 \$0.00

TIPOS DE CAMPAÑAS: shopping

Si tienes una **tienda online**, pueden ser los anuncios más adecuados, pues permiten mostrar una imagen del producto, su nombre y el precio.

Para poderlas crear, **es necesario disponer de cuenta en el Google Merchant Center** y cargar en él los productos que se quieren anunciar.

Una campaña de este tipo **NO compite con las otras**.

Ver camisetas perso...

Anuncios ⓘ



Crea Tu Propia Camiseta, ...
5,99 €
Spreadshirt.es

De Productca...



Camisetas Personalizadas,
5,99 €
Spreadshirt.es

De Productca...



1 Camiseta Personalizada
7,25 €
360imprimir.es

De Google



1 Polo Personalizado
9,67 €
360imprimir.es



Camisetas personalizadas
1,55 €
Crealo.es



Oferta! Camiseta
1,17 €
Grupo Billinghan

TIPOS DE CAMPAÑAS: shopping

The screenshot shows a Google Shopping search for 'camisetas personalizadas'. The search bar is at the top, with the Google logo on the left and search controls on the right. Below the search bar, there are navigation tabs for 'Todo', 'Imágenes', 'Maps', and 'Shopping' (which is highlighted with a red box). The location is set to 'Gijón'. On the left side, there are filters for 'Precio' (price) with radio buttons for 'Hasta 10 €', '10 € - 20 €', and 'Más de 20 €', and a price range input. Below that is a 'Color' filter with color swatches. At the bottom left is a 'Sección' (category) filter with checkboxes for 'Mujeres', 'Hombres', 'Infantil', and 'Chicos'. The main content area shows a grid of product listings under the heading 'Anuncios · Ver camisetas personalizadas'. Each listing includes a product image, a title, a price, and the seller's name. The listings are: 1. 'Camiseta Personalizada' by Printerval.com for 3,99 €. 2. 'Oferta! Camiseta Personalizada, serigrafiada y...' by Grupo Billingham for 1,46 €. 3. 'Camiseta hombre Personalizada' by Spreadshirt.es for 10,99 €. 4. 'Camisetas Personalizadas' by Positivos.com for 15,97 €. 5. 'Crea tu propia camiseta deportiva para niño! Añade...' by Optimalprint for 5,69 €. 6. '10 Camisetas con Personalización Negro' by 360imprimir.es for 58,23 €. A vertical scrollbar is on the right side of the product grid.

Google

camisetas personalizadas

Shopping

Gijón

Ordenar por: Relevancia

Precio

- Hasta 10 €
- 10 € - 20 €
- Más de 20 €

Mín. € - Máx. €

Color

Más

Sección

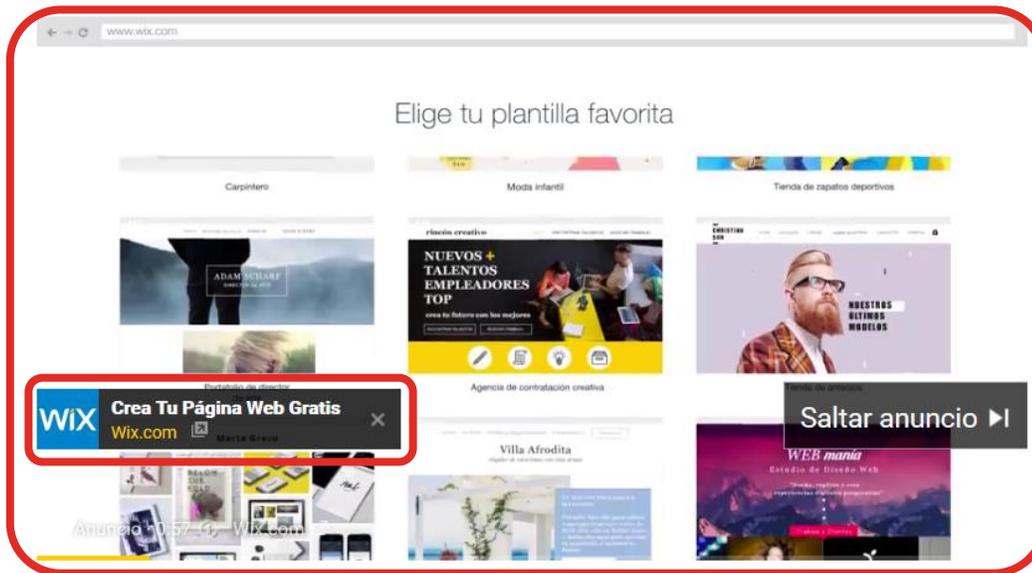
- Mujeres
- Hombres
- Infantil
- Chicos

Anuncios · Ver camisetas personalizadas

Producto	Precio	Vendedor	Gastos
Camiseta Personalizada	3,99 €	Printerval.com	+3,99 € de gastos...
Oferta! Camiseta Personalizada, serigrafiada y...	1,46 €	Grupo Billingham	+9,00 € de gastos...
Camiseta hombre Personalizada	10,99 €	Spreadshirt.es	+4,99 € de gastos...
Camisetas Personalizadas	15,97 €	Positivos.com	+3,87 € de gastos...
Crea tu propia camiseta deportiva para niño! Añade ...	5,69 €	Optimalprint	+5,90 € de gastos...
10 Camisetas con Personalización Negro	58,23 €	360imprimir.es	+5,45 € de gastos... 5,82 € / 1 ct

Acerca de estos resultados

TIPOS DE CAMPAÑAS: youtube



Ofrecen la posibilidad de crear **distintos tipos de anuncios** que se mostrarán en YouTube

Crea tu propia camiseta ¡fácil y barato! - EL RINCÓN DEL MANITAS

3.891.966 visualizaciones

83 MIL 2 MIL COMPARTIR

Cómo planificar mi campaña en google ads

1. Establecer los objetivos y seleccionar el TIPO DE CAMPAÑA



Si se elige un objetivo, Google Ads preselecciona los tipos de campaña que pueden encajar mejor.

2. Segmentar el público objetivo

¿Dónde está tu público objetivo?

¿A dónde se dirige su intención de búsqueda?

¿Dónde no está tu público objetivo?

¿Qué idioma utiliza tu público objetivo?

¿Qué dispositivo utiliza para navegar?



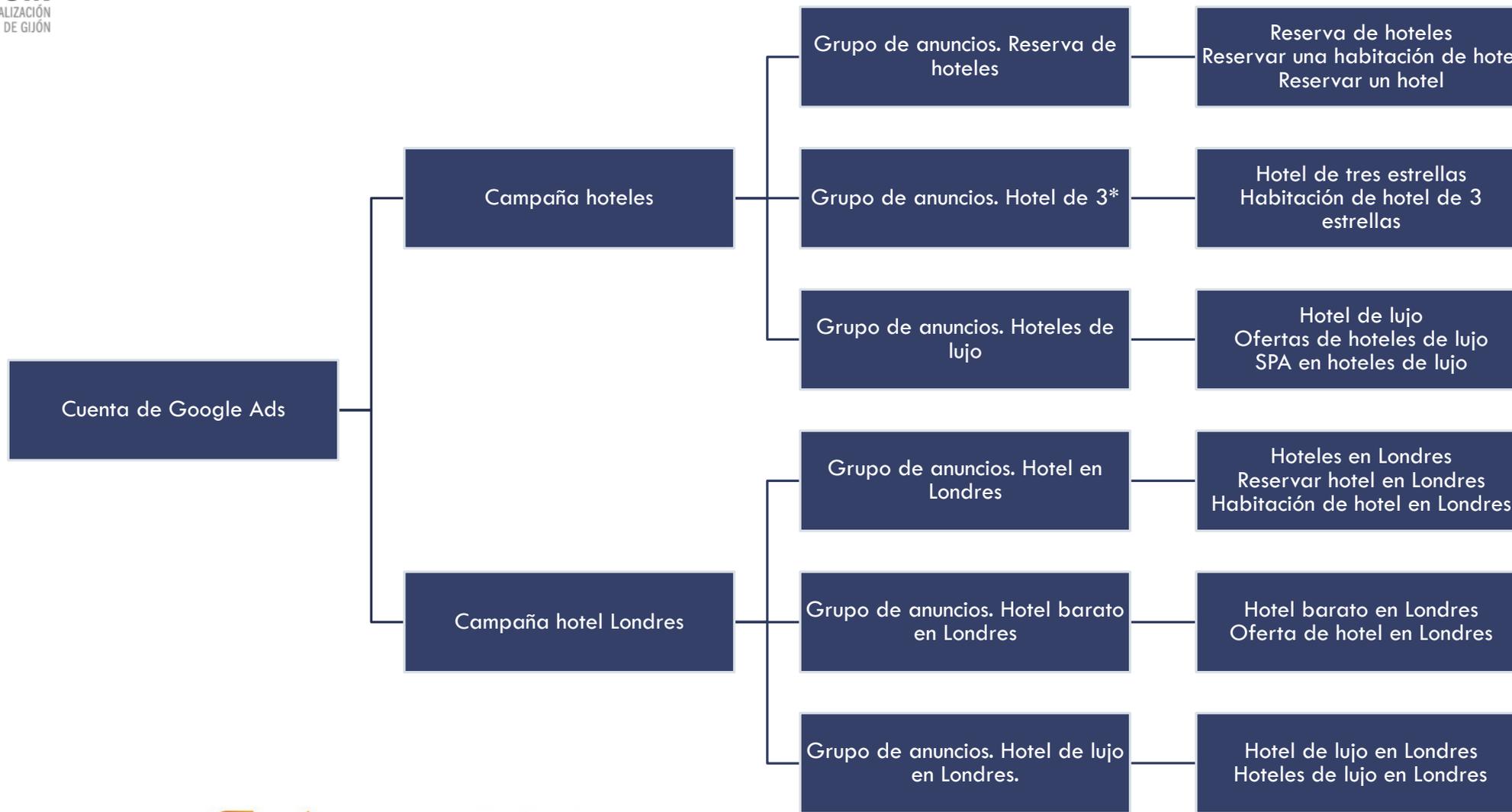
2. Segmentar el público objetivo

Si ya tengo una web/tienda online, puedo encontrar respuestas en...



Google Analytics

3. Definir campañas y grupos de anuncios



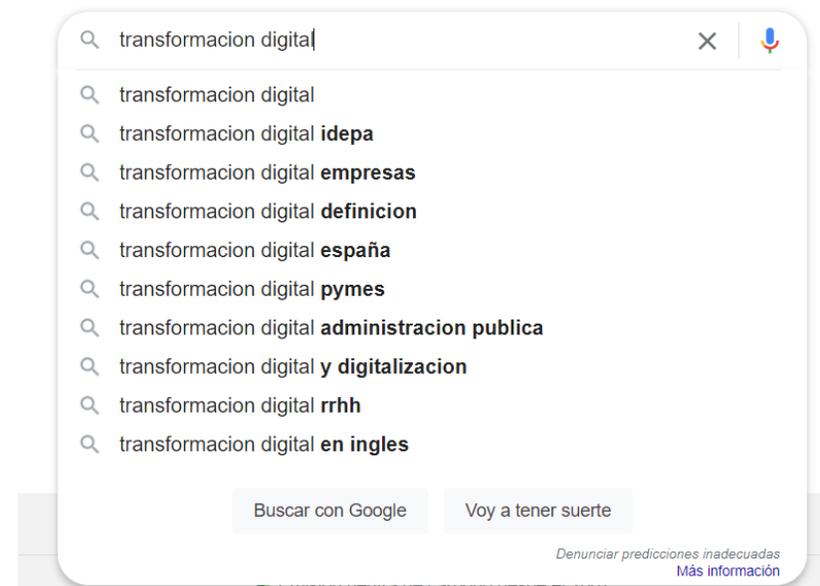
Cómo elegir las **PALABRAS CLAVE**

¿Qué está buscando EN Google MI BUYER PERSONA?

Autocompletado

Las predicciones de búsqueda son posibles términos de búsqueda relacionados con lo que se busca y con lo que otras personas ya han buscado.

Google hace predicciones de búsqueda en función de determinados factores, como la popularidad o la similitud.



¿Qué han buscado también otras personas?

Búsquedas relacionadas



transformación digital

Búsquedas relacionadas

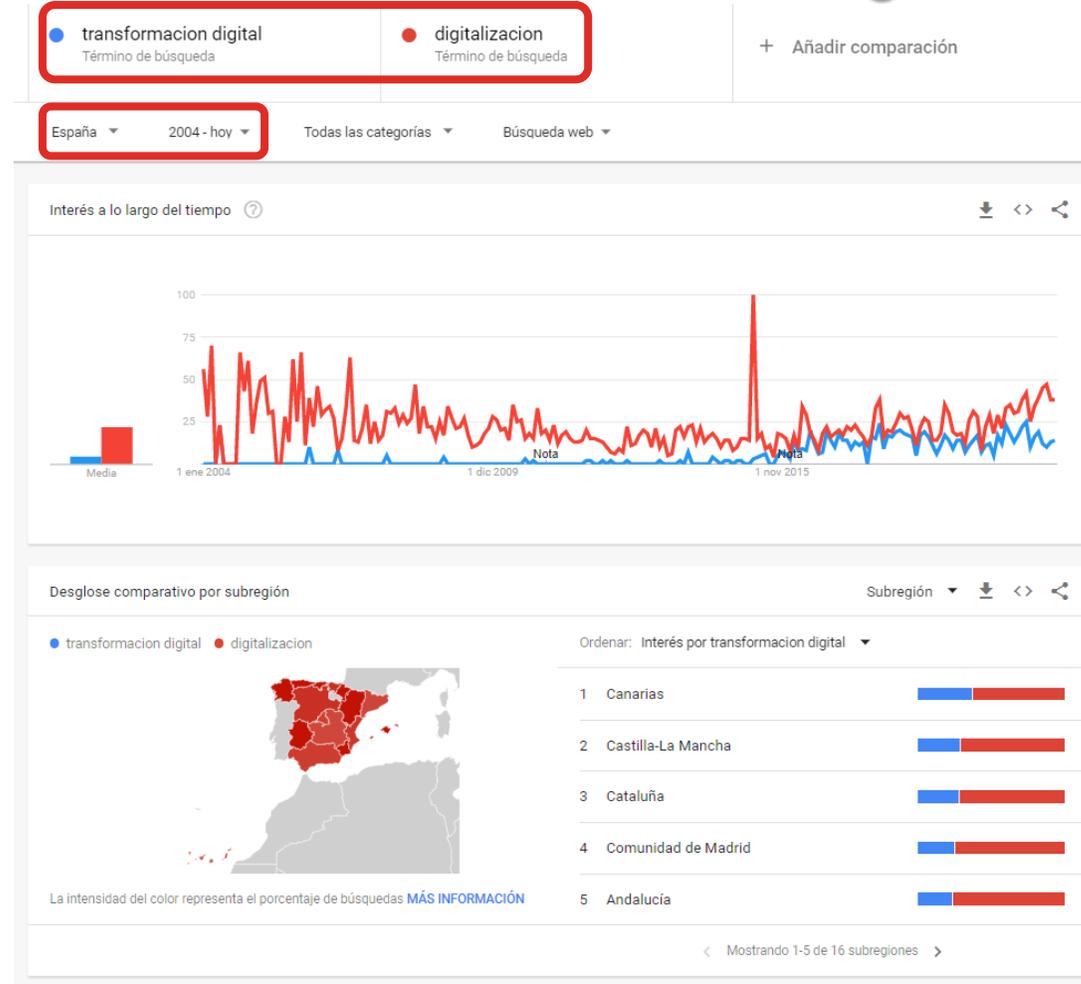
- transformación digital **ejemplos**
- transformación digital **españa**
- transformación digital **de procesos**
- transformación digital **empresa**
- importancia de la** transformación digital
- transformación digital **pdf**
- transformación digital **curso**
- transformación digital **madrid**

Búsquedas relacionadas de **transformación digital**

- transformación digital **en empresas**
- transformación digital **de la empresa**
- transformación digital **españa**
- transformación digital **junta de andalucía**
- que es la** transformación digital
- que es** transformación digital
- subvención** transformación digital
- definición de** transformación digital



tendencias de búsqueda: Google Trends



Conocer el volumen de búsquedas: Planificador de Palabras Clave de Google Ads



Q **transformación digital** 📍 España 🌐 Español 🔍 Google 📅 jun. 2019 – may. 2021

Amplia tu búsqueda:

[Excluir ideas de contenido para adultos](#) **AÑADIR FILTRO** 65 ideas para palabras clave disponibles COLUMNAS

<input type="checkbox"/> Palabra clave (por relevancia)	Promedio de búsquedas mensuales	Competitividad	Cuota de impresiones de anuncio	Puja por la parte superior de la página (intervalo bajo)	Puja por la parte superior de la página (intervalo alto)
Palabras clave proporcionadas					
<input type="checkbox"/> transformación digital	1 mil - 10 mil	Media	–	0,75 €	3,68 €
Ideas para palabras clave					
<input type="checkbox"/> empresas de transformacion	10 - 100	Baja	–	–	–
<input type="checkbox"/> transformación digital en las empresas	100 - 1 mil	Media	–	1,12 €	3,94 €
<input type="checkbox"/> transformación digital pdf	10 - 100	Alta	–	0,60 €	2,80 €
<input type="checkbox"/> la transformación digital	10 - 100	Media	–	0,66 €	2,51 €
<input type="checkbox"/> transformación digital empresarial	10 - 100	Media	–	0,67 €	2,48 €

Qué han buscado Mis clientes: google search console

Google Search Console

Rendimiento

Tipo de búsqueda: Web Fecha: Últimos 3 meses + NUEVO Última actualización

CONSULTAS	PÁGINAS	PAÍSES	DISPOSITIVOS	APARIENCIA EN EL BUSCADOR	FECHAS	
Consulta			↓ Clics	Impresiones	CTR	Posición
tatuajes lugones			3	11	27,3 %	2,7
tatuajes en oviedo			1	2	50 %	43
tienda tattoo cerca			1	1	100 %	1
piercing cerca			1	1	100 %	2
tatuaje lazo			0	56	0 %	16,5
lazo tattoo			0	37	0 %	14,4
tattoo lazo			0	27	0 %	35,8

Otras opciones para descubrir palabras clave



Keywords Everywhere



Ubersuggest

Concordancia de PALABRAS CLAVE

Concordancia amplia

La establece Google Ads **por defecto**.

Se muestra un anuncio cuando en la búsqueda el usuario emplee **tanto la palabra clave que hemos seleccionado como variaciones** de la misma:

- *Sinónimos*
- *Formas en singular y plural*
- *Variaciones de género*
- *Errores ortográficos*
- *Búsquedas relacionadas*
- *Frases que contengan el propio término*

Concordancia amplia modificada

Se activa colocando un **símbolo “+”** delante de la palabra en cuestión.

Es igual que la concordancia amplia, pero **SIN** sinónimos.

+Bicicleta de +niño →

- Bicicletas de niño
- Comprar bicicleta de niño
- Bicicleta de niño en oferta
- bicicletas para niños 3 años
- Bici plegable
- Bicicleta de niño
- Ropa de ciclismo
- Tienda ciclismo
- Triciclos

Concordancia de frase

Se especifica entrecerrando las palabras clave **con comillas**.

Muestra el anuncio cuando la búsqueda contenga esa frase (o ligeras variaciones), pudiendo llevar texto delante y/o detrás.

“Bicicleta de niño”



- Bicicletas de niño
- Comprar bicicleta de niño
- Bicicleta de niño en oferta
- bicicletas para niños 3 años
- Bici plegable
- Ropa de ciclismo
- Tienda ciclismo
- Triciclos

Concordancia exacta

Se especifica entrecerrando las palabras clave **con corchetes**.

Muestra el anuncio cuando la búsqueda contenga exactamente esa frase, sin más texto.

[Bicicleta de niño]



- Bicicleta de niño
- Bicicletas de niño
- Comprar bicicleta de niño
- Bicicleta de niño en oferta
- bicicletas para niños 3 años
- Bici plegable
- Ropa de ciclismo
- Tienda ciclismo
- Triciclos

Palabras clave negativas

Ayudan a rechazar tráfico no relevante.

Se crean siempre con **concordancia exacta o de frase**.

PALABRA CLAVE	PALABRAS CLAVES NEGATIVAS	BÚSQUEDAS	¿PUEDEN ACTIVAR EL ANUNCIO?
"gran hotel juice"	-londres -reino -unido -inglaterra -paddington	gran hotel juice en barcelona	SÍ
		gran hotel juice barcelona	SÍ
		gran hotel juice en londres	NO
		gran hotel juice reino unido	NO
		paddington gran hotel juice	NO
		gran hotel juice ubicado en inglaterra	NO

¿qué presupuesto debo destinar?

Al configurar una campaña, se puede establecer un presupuesto máximo diario.
¿Cómo lo podemos estimar?

Dos opciones:

Opción 1:

$$\text{Presupuesto diario} = \text{Coste máximo mensual} / 30$$

Al configurar una campaña, se puede establecer un presupuesto máximo diario.
¿Cómo lo podemos estimar?

Dos opciones:

Opción 2:

¿Cuántos clics deseas tener al día?
multiplicado por
¿Qué CPC estimado tienen las palabras clave por las que pujas?
es igual a
Presupuesto Diario Estimado

En cualquier caso, hay que procurar **AGOTAR** el presupuesto diario

Conocer el c.p.c. estimado: Planificador de Palabras Clave de Google Ads



transformación digital España Español Google Jun. 2019 - may. 2021

Amplía tu búsqueda: + cambio cultural + digital + autoclave digital + esterilizacion digital

Excluir ideas de contenido para adultos AÑADIR FILTRO 65 ideas para palabras clave disponibles COLUMNAS

<input type="checkbox"/> Palabra clave (por relevancia)	Promedio de búsquedas mensuales	Competitividad	Cuota de impresiones de anuncio	Puja por la parte superior de la página (intervalo bajo)	Puja por la parte superior de la página (intervalo alto)
Palabras clave proporcionadas					
<input type="checkbox"/> transformación digital	1 mil - 10 mil	Media	-	0,75 €	3,68 €
Ideas para palabras clave					
<input type="checkbox"/> empresas de transformacion	10 - 100	Baja	-	-	-
<input type="checkbox"/> transformación digital en las empresas	100 - 1 mil	Media	-	1,12 €	3,94 €
<input type="checkbox"/> transformación digital pdf	10 - 100	Alta	-	0,60 €	2,80 €
<input type="checkbox"/> la transformación digital	10 - 100	Media	-	0,66 €	2,51 €
<input type="checkbox"/> transformación digital empresarial	10 - 100	Media	-	0,67 €	2,48 €

el dinero no lo es todo: nivel de calidad

Nivel de calidad

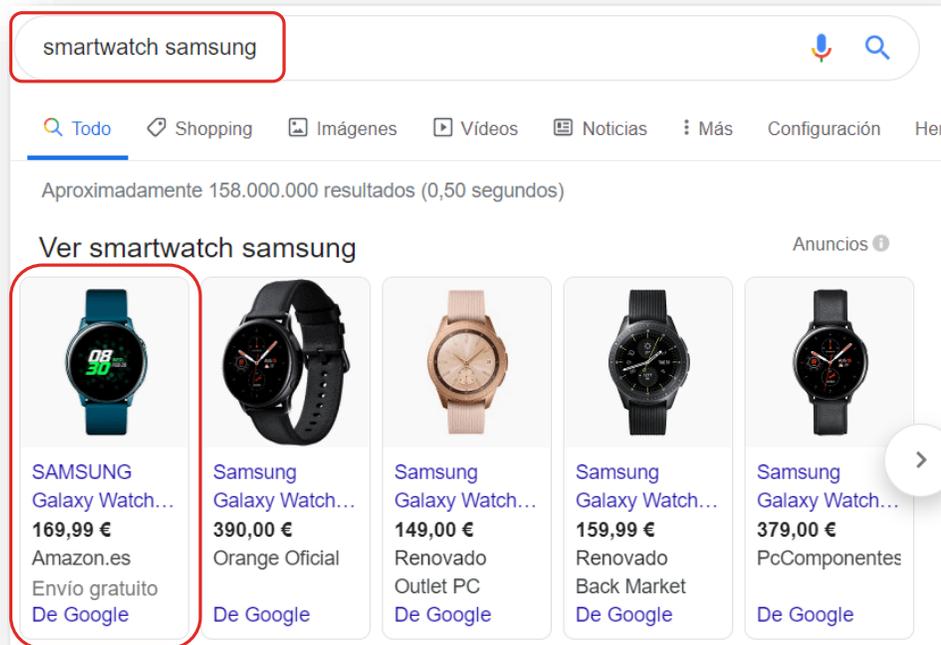
- El Nivel de Calidad (Quality Score) es lo que ayuda a mantener una **buena relación posición/coste**.
- Es un **valor entre 0 y 10** que determina el ranking del anuncio.
- Se ve **influido por**:
 - El **CTR** histórico
 - La **calidad de la página de destino**
 - La **relevancia de las palabras clave** y los anuncios
 - La **relevancia de las extensiones** de anuncio (sólo en anuncios de la red de búsqueda)
 - **Rendimiento de la cuenta con respecto a la región geográfica** donde aparece el anuncio



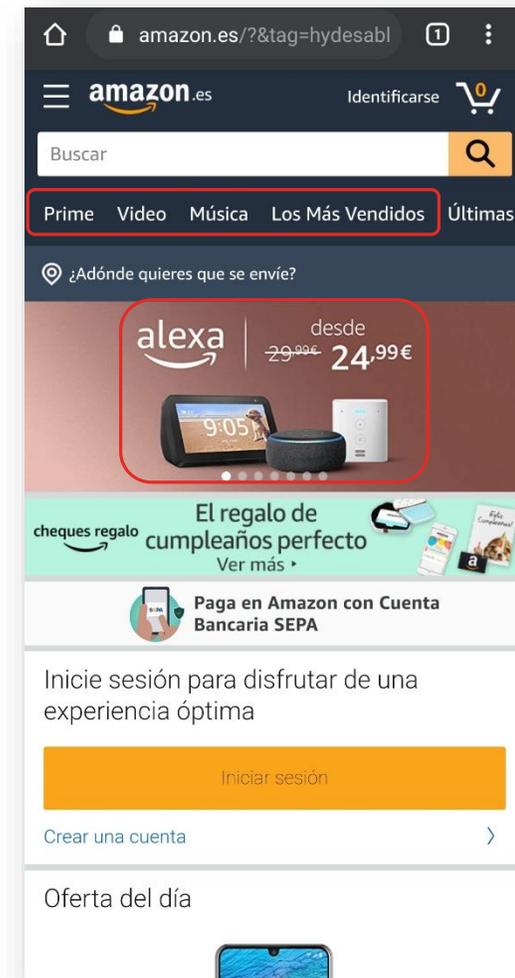
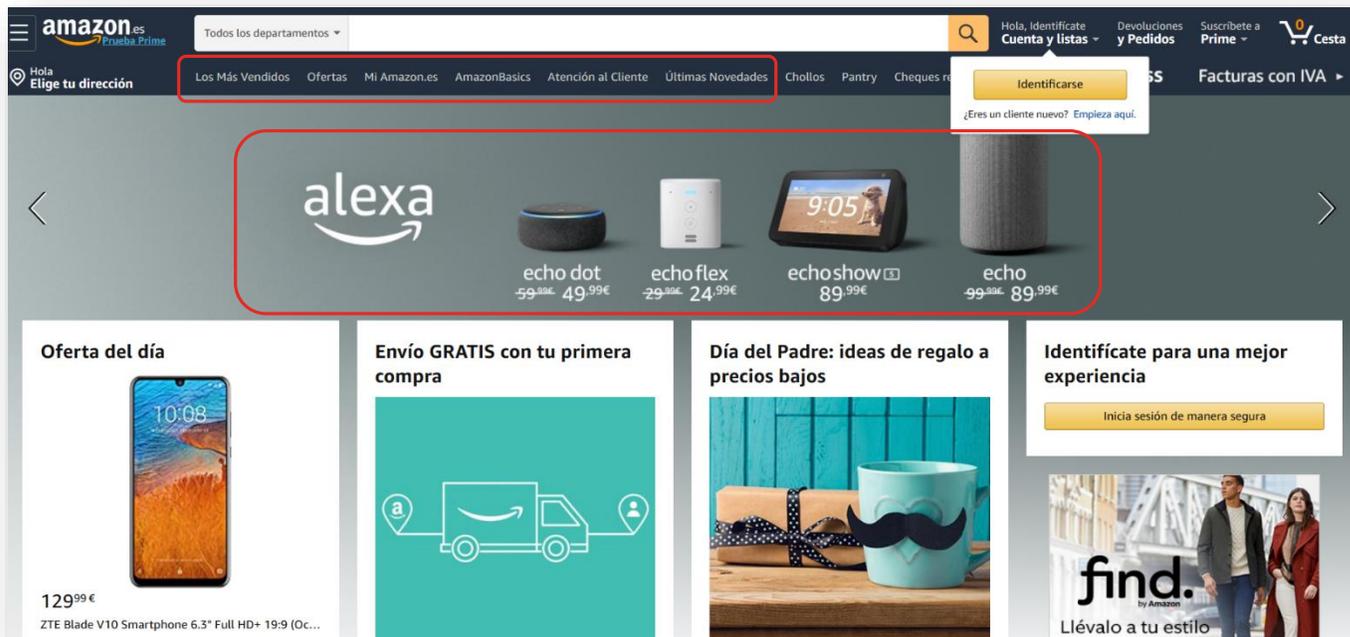
IMPORTANTE: OPTIMIZAR LA LANDING PAGE

- ¿Hay relación entre el idioma de tu público, el de los anuncios y el de la landing page?
- ¿Carga lo suficientemente rápido?
- ¿Está optimizada para dispositivos móviles (no solo adaptada)?
- ¿Está orientada a la conversión?
- ¿Se parece el anuncio a la landing page?

IMPORTANTE: OPTIMIZAR LA LANDING PAGE



IMPORTANTE: OPTIMIZAR LA LANDING PAGE



conclusiones

conclusiones

- **Optimiza tu web**
- Define tus objetivos: Ten claro lo que quieres anunciar (**ijbusca conversión!!**)
- Elige el tipo de campañas más adecuado a tus intereses, y crea la estructura necesaria
- Segmenta en función de tus objetivos

conclusiones

- Crea los grupos de anuncios que sean necesarios
- Trabaja las palabras clave que mejor pueden encajar
 - Elige concordancias, palabras negativas...
- Crea anuncios descriptivos, concretos y que inciten a pinchar en ellos. **¡¡Variedad!!**
 - Incluye las extensiones que puedan ser más oportunas

conclusiones

- Elige las landing page adecuadas para cada anuncio (recuerda: **¿Están optimizadas?**)
- Activa el seguimiento de conversiones y enlaza Analytics y Search Console con Ads
- Analiza. Mide. Rectifica.



DIGICOM

PLAN DE DIGITALIZACIÓN
DEL COMERCIO DE GIJÓN

