

ENCUENTRA A TUS CLIENTES ONLINE CON GOOGLE ADS

□ □ LUX
□ □ DESIGN
□ □ WORKS

INTRODUCCIÓN

Hacer publicidad online tiene muchos beneficios, por varios motivos que casi seguro ya has escuchado o conoces.

Para mí hay dos que son muy importantes.

Cada vez más personas buscan en internet y se informan antes de hacer cualquier compra.

A diferencia de otros medios, puedes mostrar tus anuncios a las personas justo en el momento en el que están buscando el producto o servicio que tú ofreces.

Creo que el beneficio es claro, mucha gente buscando, y la posibilidad de contactar a quien nos busca justo en ese momento.

Bien.

Hay varias plataformas online donde poder anunciarte.

Cada una con sus cosas buenas y malas.

Para mí la mejor opción es **Google Ads**, porque puedo mostrar mi publicidad a las personas que me están buscando en la plataforma que más gente utiliza para buscar.

Muy bien.

¿Y esto es sencillo de hacer?

La respuesta corta es No.

Me refiero a un trabajo profesional claro, aprender a gestionar bien una campaña lleva su tiempo.

Pero hacer la configuración inicial es más o menos fácil.

Y esto te permite utilizar herramientas como el **planificador de palabras** clave.

Con esta herramienta puedes conseguir en poco tiempo una **estimación de la inversión** que tienes que hacer para promocionar un producto o servicio.

Puedes modificar el plan tantas veces como quieras y se queda guardado en tu cuenta.

Incluso puedes tener varios planes para diferentes productos.

Y no te costará ni un euro.

El objetivo de esta guía no es explicar en detalle cada paso.

El motivo es que Google añade mejoras a menudo para que resulte más sencillo utilizar la plataforma.

Lo que es válido hoy puede no serlo en unos meses.

Mientras que la lista de tareas que te doy, apenas ha cambiado en los últimos años.

Y es bastante probable que siga siendo válida dentro de un año.

Te hablo por experiencia.

Utilizo esta lista a diario, así no tenemos casi ni que pensar, y nos aseguramos de que no se queda nada importante por hacer.

Para completar la lista necesitarás un poco de paciencia, y una herramienta super útil, que casi siempre olvidamos, a mí me pasa por lo menos.

Leer con atención.

Si te paras y lees todo lo que se muestra en la pantalla, es mucho más difícil equivocarse, lo tengo comprobado.

Tardas un poco más, sí, pero es bastante más seguro.

Y creo que eso es todo vamos con la lista de tareas.

SI ESTAS PENSANDO EN HACER PUBLICIDAD CON GOOGLE ADS

Siempre comprobar que hemos llegado a una URL segura

Todos los servicios que te comento aquí se ofrecen online, por eso es importante estar seguros de que hemos llegado a un lugar seguro.

Yo incluiré las URLs a las que tienes que ir, pero a veces cambian por diferentes motivos.

Así que, por favor, siempre comprueba que estas en un sitio oficial y seguro.

Es muy sencillo, solo tienes que hacer clic en el candado que aparece justo a la izquierda de la url en el navegador que estés utilizando.

Aún así, ante la mínima sospecha abandona la página.

Crear una cuenta gmail de empresa

¿Utilizas tu cuenta personal de gmail para utilizar los servicios de Google?

Esto es algo que me encuentro con frecuencia, es normal.

Algunos clientes utilizan su cuenta de correo gmail personal para configurar la campaña o alguno de los servicios gratuitos que ofrece Google.

A ver, no es el fin del mundo.

Mientras que no des acceso a tu cuenta personal a un tercero para llevar la gestión de la campaña claro.

Le estás dando acceso a gran parte de tu vida privada.

Así que, si no tienes una cuenta gmail asociada a vuestra empresa es el momento de crearla.

Si puede ser una cuenta solo para utilizar los servicios de Google mucho mejor.

Y recuerda guardar la contraseña en un sitio seguro, porque vamos a utilizar esta cuenta para configurar el resto de servicios.

<https://mail.google.com/>

Página de aterrizaje

Es la página donde enviaremos a la gente cuando haga clic en el anuncio.

Los potenciales clientes deberían encontrar en esta página una descripción del producto o servicio que les ofrecemos.

Lo más importante es decidir que acción queremos que realicen las personas que visitan la página.

¿Rellenar un formulario? ¿Solicitar información? ¿Llamar? ¿Comprar en el momento?

Esto es lo que conocemos como **conversión**, y suele llevar un valor económico asociado.

Es importante tener clara la acción de conversión para la página de aterrizaje, porque así podremos definir con claridad los objetivos de la campaña de publicidad.

No hace falta decir, o sí, que una buena página de aterrizaje es clave para el éxito, es más, es uno de los factores que Google tiene muy en cuenta a la hora de valorar tus anuncios.

Página de agradecimiento

Lo más eficaz es configurar en la página de aterrizaje los *códigos de seguimiento de Google Ads* necesarios para registrar las conversiones.

Otra manera un poco más sencilla de registrar las conversiones es crear una página de agradecimiento.

De esta forma, cuando alguien rellena el formulario de contacto y le da al botón de enviar.

En lugar de mostrar un mensaje de operación realizada correctamente o similar.

Le llevamos a la página de agradecimiento.

Haciendo esto podemos capturar las conversiones, y **entrenar el algoritmo de Google** sobre el tipo de conversiones que estamos buscando.

Así **conseguimos que el algoritmo se ponga a trabajar para nosotros**, y nos traiga más personas con una probabilidad más alta de convertir en nuestra página.

Esta es una manera simple de capturar una conversión, como comentaba el principio, hay otras más eficaces pero también un poco más complejas.

Crear la cuenta Google Search Console

También lo encontrarás como dar de alta la propiedad para tu web, o dar de alta tu web en Google.

Esto tiene sus ventajas.

La primera, ser tú el que va Google a dar de alta tu web, en lugar de dejar que Google te descubra, coja lo primero que se encuentre y se lleve una imagen equivocada de tu web.

Además, te puedes beneficiar de una información muy valiosa sobre el estado de tu web vista por Google.

Esto es importante, porque si tienes muchos errores graves, te penalizará a la hora de posicionarte.

Pero es que además, recoge datos muy valiosos sobre tu web, que complementa a la perfección la información que recopila Google Analytics.

En el mundo online, no tenemos a nuestros clientes delante, solo contamos con datos.

Así que, cuanto más información y de mejor calidad, mejores decisiones tomamos.

Un poco más claro, ***las malas decisiones nos hacen perder dinero.***

<https://search.google.com/>

Crear la cuenta Google Analytics

Si ya tenemos Google Search Console para recopilar datos.

¿Por qué necesitamos otra herramienta?

Bueno pues porque el tipo de información que registra es diferente, no solo cuenta visitas, además es capaz de darte información sobre ***quien visita tu página web.***

Y esto es muy interesante si queremos conseguir crear una campaña adaptada al público que te visita con frecuencia.

Sirve para conseguir mejorar la experiencia que los usuarios tienen en nuestra página web, y por eso es tan útil para Google Ads.

Es importante asegurar que has enlazado la cuenta de Google Search Console a la de Google Analytics.

Para luego a su vez enlazar Google Analytics con Google Ads, y así tener una visión mucho más completa.

Hay otra cosa muy útil, y es la posibilidad de definir **objetivos en Google Analytics** que luego podemos importar desde Google Ads.

Esto nos ayuda a indicar al algoritmo de Google Ads, el tipo de público que mejor encaja con nuestros productos y servicios, y que tienen más posibilidades de convertir.

<https://analytics.google.com/>

Crear la cuenta Google Ads

Vale, por fin hemos llegado.

Lo primero que te vas a encontrar, tal y como está ahora es una guía paso a paso para configurar tu primera campaña.

Y en algún momento hacia el final te pide que configures un medio de pago.

Al menos es así como está a día de hoy.

Creo que la intención es buena, que es facilitar que las personas que tienen un negocio se animen a hacer publicidad online.

Es interesada, pues sí, pero no por eso deja de ser buena.

El problema que le veo, es que la mayoría de la gente no sabe responder a las preguntas que se le plantean en la guía.

Y mucho me temo que les da miedo de que Google les empiece a cobrar, y encima por una campaña que seguro que no está bien configurada.

Así que no terminan el proceso, lo sé por experiencia, porque a mí me pasó la primera vez.

Pero hay una manera de solucionarlo, y es pasar al modo experto.

Y después hay que buscar la opción de crear una cuenta sin crear una campaña.

Hay que prestar atención porque las opciones están en pequeñito, un poco escondidas.

Con esto llegamos una pantalla para configurar el idioma, zona horaria y moneda.

Te recomiendo seleccionar la opción de recibir información de Google, es de bastante utilidad, y estarás al tanto de los cambios y mejoras.

Y listo, ya puedes darle al botón para ir al panel de administración.

¿Curioso verdad?

No tenemos ni idea y nos pasamos al modo experto.

Pues sí, porque lo que estamos haciendo es saltarnos la guía e ir directos al panel de administración.

¿Y esto es más seguro?

Pues sí, porque no habrás configurado nada que se pueda poner en marcha por error.

Y si no hay un medio de pago configurado, no te pueden cobrar nada.

Eso sí, es probable que alguna funcionalidad no esté disponible hasta que no configures un medio de pago.

Lo bueno de hacerlo de esta manera, es que puedes investigar todo lo que quieras sin miedo a poner en marcha nada por error.

Pues ya lo tienes.

Te recomiendo que vayas a herramientas y configuración, y dentro de la pestaña de configuración, busques cuentas vinculadas.

Ahí tienes la posibilidad de vincular con otras cuentas, para recopilar más información para tus campañas.

Como mínimo deberías vincular Google Analytics, para terminar de cerrar el círculo.

Y cuando te sientas con confianza, o sea totalmente necesario, configurar un medio de pago.

<https://ads.google.com/>

Configurar un método de pago en la cuenta Google Ads

Lo más rápido es una tarjeta de crédito, pero yo prefiero configurar una cuenta bancaria en la que domiciliar el pago.

Si optas por la segunda opción es necesario hacer el proceso de validación.

Es sencillo ingresan unas cantidades pequeñas en tu cuenta, y has recibido el importe, tienes que ir a la plataforma y validar tu cuenta introduciendo los importes que te han ingresado.

Esto suele llevar un par de días o tres.

En cualquier caso, para hacer esto debes ir a Herramienta y configuración, Facturación, y Configuración.

Allí encontrarás las opciones para dar de alta el medio de pago que tu prefieras.

Resumiendo

Siguiendo esta lista empezarás con buen pie.

Siempre comprobar que hemos llegado a una URL segura

Crear una cuenta gmail de empresa

Página de aterrizaje

Página de agradecimiento

Crear la cuenta Google Search Console

Crear la cuenta Google Analytics

Crear la cuenta Google Ads

Configurar un método de pago en la cuenta Google Ads

Espero que encuentres esta lista y las recomendaciones de utilidad.

SI YA TIENES UNA CUENTA GOOGLE ADS Y HACES PUBLICIDAD ONLINE ESTO TE PUEDE INTERESAR

Son tres cosas muy sencillas que puedes empezar a hacer hoy, y que mejorarán tu conjunto de palabras clave.

Revisar con frecuencia nuestro conjunto de palabras clave es fundamental si quieres mantener un nivel de calidad adecuado.

Es un proceso de descarte, para quedarnos con las palabras que mejor funcionan, en relación con nuestros anuncios y página de aterrizaje.

Con esto sacamos mayor partido a nuestra inversión, porque podemos conseguir un coste por clic menor en cada puja.

Doy casi por hecho que esto ya lo sabes.

Pero para hacer más eficiente la revisión, te recomiendo lo siguiente.

Añadir la columna Palabra clave en el apartado Términos de Búsqueda

Si tienes enlazado *Google Analytics* y *Search Console* a tu cuenta *Google Ads*, en el apartado de términos de búsqueda, que está dentro de palabras clave, añade la columna Palabras Clave.

De esta forma cuándo revisas los términos de búsqueda sabes que palabra clave ha hecho saltar tu anuncio.

Esto es importante, porque puedes confirmar si las palabras clave que has seleccionado atraen al público que esperabas o no.

Por eso es mucho mejor identificar errores y corregirlos, porque así evitas invertir dinero en clics que no van a convertir en tu página.

Mucha gente malgasta parte de la inversión en publicidad de esta manera.

Por eso es tan importante revisar con frecuencia el apartado de términos de búsqueda.

Revisar con frecuencia el apartado Términos de Búsqueda

Con la revisión nos aseguramos que atraemos al público adecuado, y cuando no es así tomar algún tipo de medida.

Un ejemplo muy sencillo.

Si somos instaladores de servicios de comunicaciones para el hogar o para empresas, y utilizamos la palabra clave:

“Instalar wifi en casa”

Revisando los términos de búsqueda nos daremos cuenta de una cosa.

Que también estamos mostrando nuestros anuncios a personas que están buscando por un proveedor de servicios de telecomunicaciones como orange o movistar.

Es mucho mejor si no mostramos nuestros anuncios a estas personas, porque tenemos todas las de perder.

¿Cómo podemos evitar esto?

Hay muchas maneras, pero vamos a ver una de las más sencillas a continuación.

Añadir palabras clave negativas

Las palabras clave negativas sirven para indicar que no queremos mostrar nuestros anuncios a personas que están buscando por algo que contiene nuestra palabra clave negativa.

Una palabra clave negativa que añado casi siempre es “gratis”.

Pero si seguimos con el ejemplo de antes, lo que podemos hacer es añadir “movistar” y “orange” como palabras clave negativas.

Y así evitamos mostrar nuestros anuncios a personas que buscan por esos servicios, y que lo más seguro no les interesa lo que nosotros ofrecemos, al menos de momento.

Revisar, corregir y repetir

Eso es todo lo que hay que hacer.

Nada más y nada menos.

Yo me despido aquí.

Espero que te resulte de utilidad y te ayude a conseguir un conjunto de palabras clave más afinado, mejor precio por clic, y sobre todo más, muchas más conversiones, muchas más **ventas**.

Gracias por descargar esta guía.

Que tengas un gran día.

Jesús Parrado Alameda