



# AdWords para mi negocio.

Andalucía Lab 13 de Noviembre de 2014

# Bienvenidos



ADWORDS

.....  
QUALIFIED  
PROFESSIONAL  
.....



ANALYTICS

.....  
QUALIFIED  
INDIVIDUAL  
.....



segundogalvez@awency.com  
Telf.- 678 457 567



# Escenario Online

# ¿Que es el Marketing On Line?

El Marketing Online es, la aplicación de tecnologías digitales para dar a conocer nuestra empresa, marca o producto en la búsqueda de nuevos clientes y mercados.





# Pilares Básicos



# ¿Cómo funcionaban las cosas antes?

El modelo mental tradicional de tres pasos.



Estímulo  
(Televisión,  
medios de  
comunicación)



Primer  
momento de  
la verdad  
(estantería)



Segundo  
momento de  
la verdad  
(Experiencia)

## ¿... y como funcionan ahora?

- Hoy en día cuando un consumidor quiere información acerca de un producto o servicio, la primera opción es “voy a buscarlo en internet”.
- ... y se emprende una aventura en búsqueda de información.



Google.es también en: [català](#) [galego](#) [euskara](#)

# El momento ZMOT

El nuevo modelo mental.



# El Nuevo “Campo de Batalla”.

Hoy, más que nunca, quien vende u ofrece algo, debe buscar al consumidor online.



Buscar con Google

Voy a tener suerte

Google.es también en: [català](#) [galego](#) [euskara](#)



# Posiciónate en el ZMOT

1.- Busca el momento cero de tu empresa/servicio.



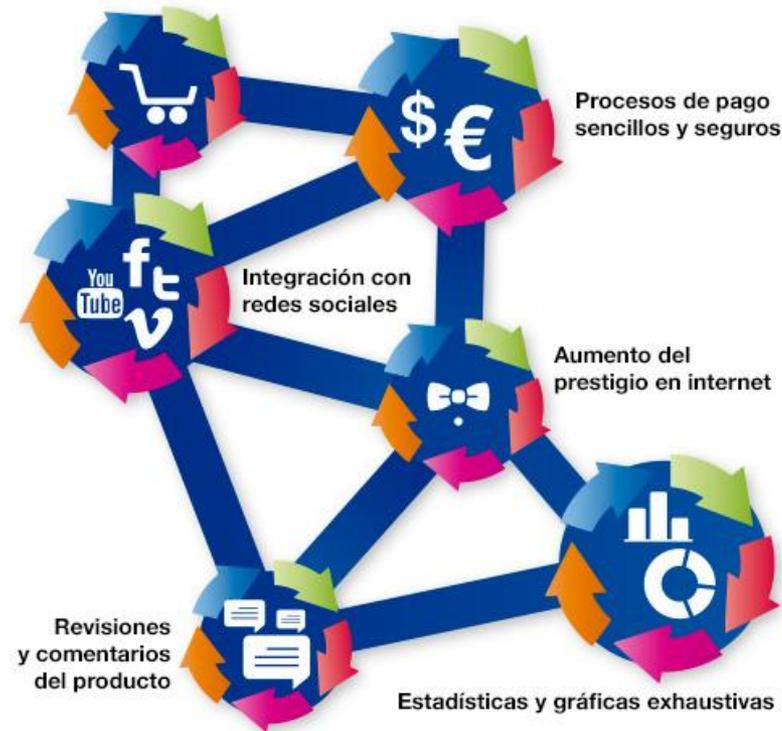
# Posiciónate en el ZMOT

2.- Responder a las preguntas de los clientes.



# Posiciónate en el ZMOT

## 3.- Optimizarse.



Mostrarse más y mejor

# Posiciónate en el ZMOT

## 4.- Actuar con rapidez.



## Posiciónate en el ZMOT

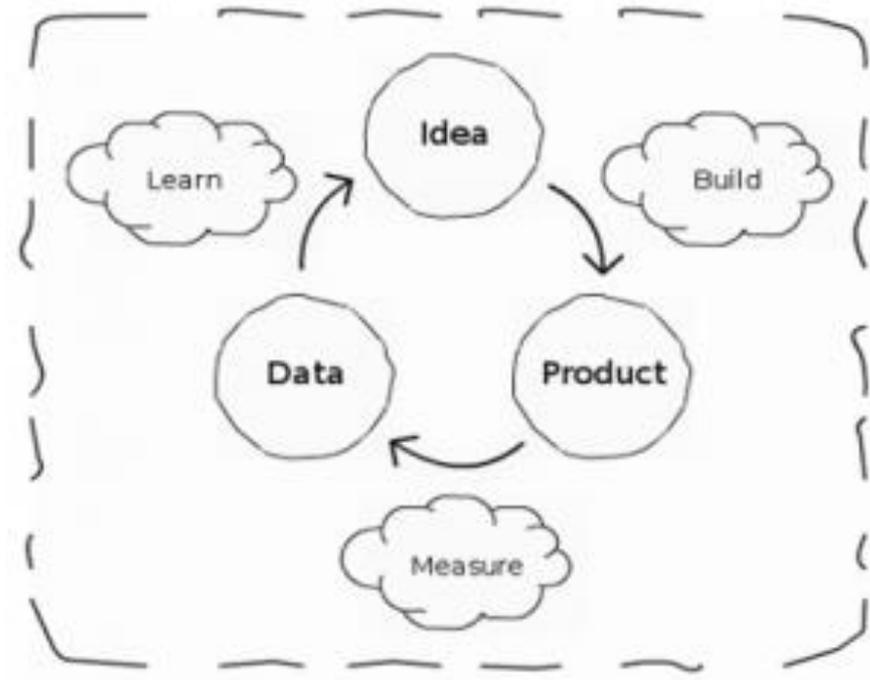
5.- No olvidar los vídeos.



Gran parte del ZMOT es visual.

# Posiciónate en el ZMOT

## 6.- Lánzate.



“Fracasar Rápido” Avinash Kaushik

## ¿... y el móvil?

Google™

Our Mobile Planet:  
España

Conoce mejor al consumidor móvil

Mayo de 2013



## ¿... y el móvil?

La penetración de los smartphones está en auge



## ¿... y el móvil?

Los smartphones siempre están encendidos,  
siempre se llevan encima



## ¿... y el móvil?

Los smartphones  
son un punto de  
acceso principal  
para las búsquedas



# 59%

busca en sus  
smartphones todos  
**los días**

## ¿... y el móvil?

# 80%

ha buscado  
un producto o servicio  
en su teléfono



## ¿... y el móvil?

Los smartphones son un punto de compra en auge



**25%**

de los usuarios de smartphones ha comprado un producto o servicio desde su smartphone

**57%**

de los compradores desde smartphones ha realizado una compra el mes pasado

## ¿... y el móvil?

### Todavía existen barreras respecto al comercio móvil



# ¡¡ Importantísimo !! Cámbiate a Responsive.



VENTAJAS DE ADAPTARSE AL MÓVIL | HAZ EL TEST MÓVIL | BIENVENIDO A LA ERA MULTIPANTALLA

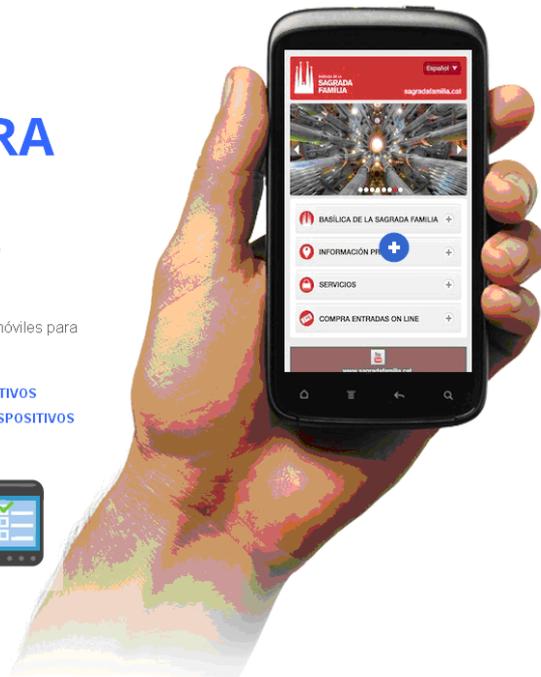
## ¿ESTÁ TU WEB ADAPTADA PARA TODOS LOS DISPOSITIVOS?

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

- CREA PÁGINAS QUE FUNCIONEN EN TODOS LOS DISPOSITIVOS
- COMPRUEBA CÓMO SE VE TU PÁGINA WEB EN OTROS DISPOSITIVOS
- LA IMPORTANCIA DE PÁGINAS OPTIMIZADAS

### SITIOS WEB MULTIDISPOSITIVO

Obtén información sobre cómo desarrollar sitios que funcionen en diferentes dispositivos... y consulta cómo evitar errores habituales.



Mobile Website

VS

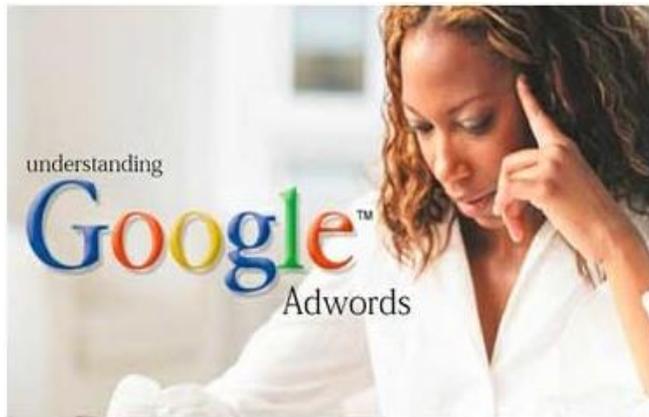


Standard Website



AdWords dentro de nuestra  
estrategia de marketing.





## Aspectos Básicos de AdWords

## Qué es AdWords y para que...

AdWords es el programa de publicidad on line de Google, que nos permite llegar a nuevos clientes y hacer crecer nuestro negocio.







Aproximadamente 2.960.000 resultados (0,41 segundos)

Las cookies nos permiten ofrecer nuestros servicios. Al utilizar nuestros servicios, aceptas el uso que hacemos de las cookies.

[Aceptar](#) [Más información](#)

Anuncios relacionados con **casa rural en malaga** ⓘ

[Casa rural en malaga - Toprural.com](#)

[www.toprural.com/Málaga](http://www.toprural.com/Málaga) ▾

Reserva tu **casa rural en Málaga**. Con fotos y opiniones de viajeros.

Toprural tiene 679 seguidores en Google+.

[Casas Rurales Málaga . 148 Alojamientos Rurales en Málaga](#)

[www.booking.com/](http://www.booking.com/) ▾

Precios óptimos. Pague en el hotel. **Casa Rural En Malaga**

Booking.com tiene 1.572.425 seguidores en Google+.

500 Buenos Aires Hoteles - 190 Hoteles en Valencia - 175 Hoteles en Granada

[Casas rurales Málaga - seleccionrural.com](#)

[www.seleccionrural.com/](http://www.seleccionrural.com/) ▾

Seleccione un destino y elija **casa rural**, hotel con encanto en **Malaga**

Frigiliana - Ronda - Nerja - Ofertas

[342 Casas rurales en Málaga - Escapada Rural](#)

[www.escapadarural.com/casas-rurales/malaga](http://www.escapadarural.com/casas-rurales/malaga) ▾

Todas las **casas rurales en Málaga**, 342 alojamientos organizados por precio, capacidad y características. Encuentra la **casa rural en Málaga** a tu medida.

Casas rurales con jacuzzi en ... - Casas rurales Ronda - Antequera - Anterior

[Casas rurales en Málaga - Toprural](#)

[www.toprural.com/Casas-rurales\\_Málaga\\_0\\_921\\_p.html](http://www.toprural.com/Casas-rurales_Málaga_0_921_p.html) ▾

Listado de **Casas rurales en Málaga**. Encuentra el alojamiento rural que mejor se adapte a tus necesidades en nuestro buscador.

Casas rurales Piscina Málaga - El Chorro Villas - Cortijo Laguna de Espejo



Mapa de **casa rural en malaga**

Anuncios ⓘ

[Casas rurales Malaga](#)

[www.ruralsierrasol.es/](http://www.ruralsierrasol.es/) ▾

952 07 12 16

**Casa rural**, cortijos, alojamientos reservas de hoteles **rurales**

[Casa Rural Pajarillo](#)

[www.casa-pajarillo.com/](http://www.casa-pajarillo.com/) ▾

Alcaucin (**Málaga**) Max. 14 plazas Ambiente **Rural**. Ideal grupos.

[Casas Rurales en Malaga](#)

[www.alorustico.com/Malaga](http://www.alorustico.com/Malaga) ▾

Si Encuentras La Misma Casa Más Barata Te Rebajamos 50€ Del Precio

[Casas Rurales en Málaga](#)

[www.sayalongarural.com/](http://www.sayalongarural.com/) ▾

Spa Barbacoa Wifi Chimenea 14plazas Ofertas para Enero.llamenos

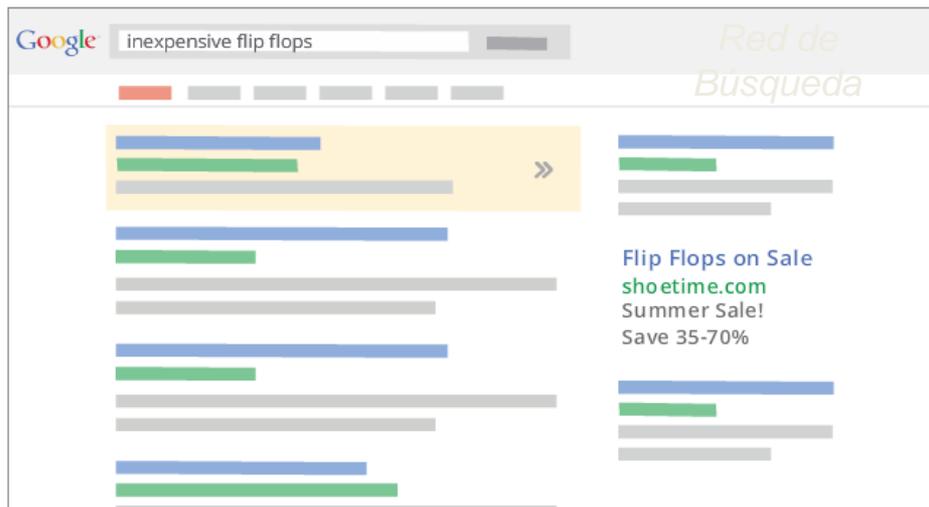
[Casas rurales económicas](#)

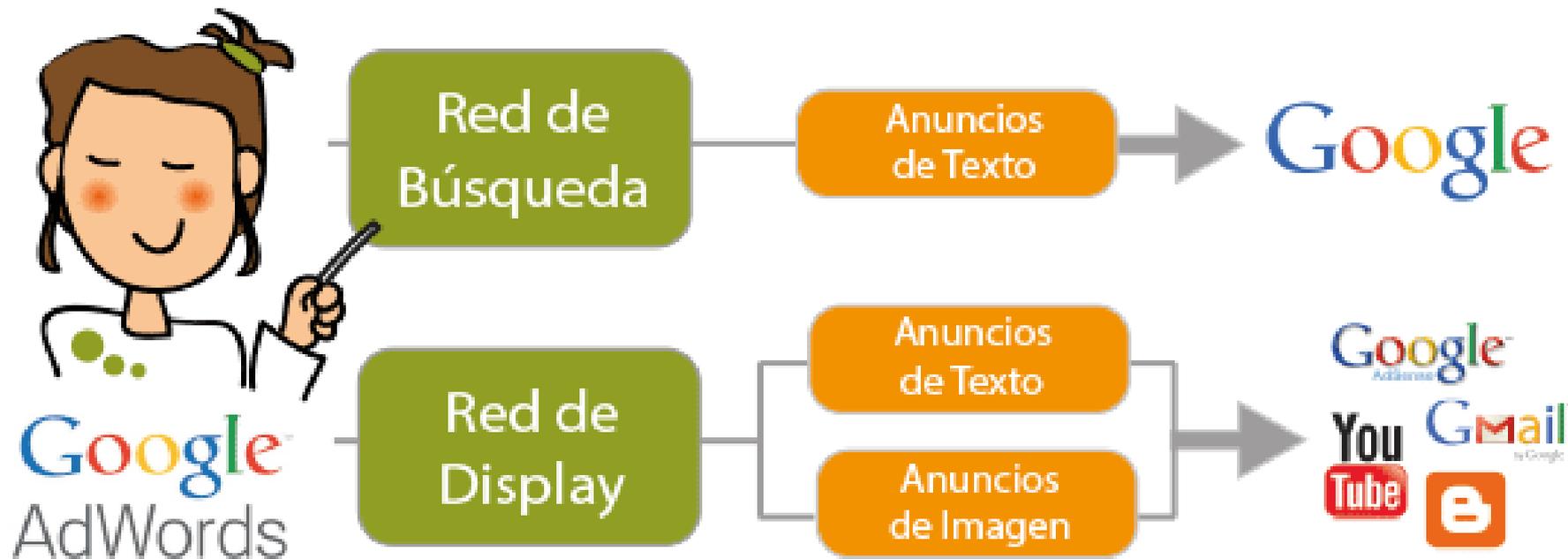
[www.casaruralvillazo.com/](http://www.casaruralvillazo.com/) ▾

240 €/fin de semana (8-10 pers)

# Ubicaciones

La ubicación es donde queremos que aparezca nuestro anuncio una vez que ha sido activado.





# Red de Búsqueda

Google robot de cocina

Web Imágenes Maps Shopping Foros de debate Más Herramientas de búsqueda

Aproximadamente 2.050.000 resultados (0,19 segundos)

Las cookies nos permiten ofrecer nuestros servicios. Al utilizar nuestros servicios, aceptas el uso que hacemos de las cookies.

Aceptar Más información

Anuncios relacionados con **robot de cocina**

[robot-de-cocina.com](http://robot-de-cocina.com) - Robot de Cocina Olla GM  
www.robot-de-cocina.com/OllaGM

Olla GM E con Funcion Freir y voz. Nuevo modelo 2014 la mas avanzada

Todo en Robots de Cocina - Amplio catálogo en primeras marcas

www.elcorteingles.es/Robot\_cocina

Compra online, es rápido y seguro. El Corte Inglés tiene 225.200 seguidores en Google+.

[Robot de Cocina - chefgourmet.es](http://Robot de Cocina - chefgourmet.es)

www.chefgourmet.es/

Chef Gourmet 3000 nuevo modelo. Web Oficial. Lanzamiento 69 euros.

[Amazon.es](http://Amazon.es): Robots de cocina Hogar

www.amazon.es > Hogar > Pequeño electrodoméstico

Robots de cocina Hogar, Pequeño electrodoméstico.

Imágenes de robot de cocina - Informar sobre las imágenes



[El Corte Inglés](http://El Corte Inglés) Robots de cocina freidoras, batidoras, grill, parrillas ...

www.elcorteingles.es/tienda/.../subcategory\_horiz\_showCase.jsp? ...999...

Listado con 36 productos Robots de cocina encontrados en el catálogo de Electrodomésticos El Corte Inglés Robots de cocina, freidoras, batidoras, grill, ...

[Robots de cocina ¿cuál me recomendáis?: Foro enFemenino](http://Robots de cocina ¿cuál me recomendáis?: Foro enFemenino)

foro.enfemenino.com > Los Foros > Ocio y tiempo libre > Cocina

14/2/2007 - 21 entradas - 17 autores

Tengo la Babycock y le he sacado mucho provecho (ya aún sigo). Por eso me estoy pensando lo de comprar un robot de cocina. A mi me gustaría tener una ...

Chicas estoy pensando en comprarme un robot de ... 8 entradas 21 Oct 2010

Robot de cocina para bebes???? 11 entradas 5 Feb 2010

... 15 entradas 14 Oct 2007

Resultados de Google Shopping para robot de cocina Enlaces Patrocinados



Robot de cocina elite 5  
61,99 €  
Hogarium



Chef o'Matic Pro 5L Robot  
119,00 €  
Teletendadir...



Cookeo Robot Cocina  
185,00 €  
La Casa del...



Robot de cocina  
129,99 €  
ElectronicStar



Klarstein Bella Rossa Robot  
139,99 €  
ElectronicStar



Robot de cocina  
59,00 €  
Letsbonus S.L



Tefal Multicook Pro  
59,90 €  
Outlet PC



Robot de cocina Taurus  
721,59 €  
Yumba.es

Anuncios

[Robot de cocina](http://Robot de cocina)

www.ufesa.es/

Ahorra tiempo y espacio cocinando, al preparar tus recetas favoritas

[Robots de cocina oferta](http://Robots de cocina oferta)

www.segundamano.es/Robot

En Segundamano.es encontrarás robots de cocina oferta económicos

[Robot De Cocina -50 %](http://Robot De Cocina -50 %)

www.avaro.es/Robot+De+Cocina

Ahora gran Oferta! Pedir en esta hora misma y ahorre en su compra.

[Thermomix Robot Cocina](http://Thermomix Robot Cocina)

96precios.es/Thermomix+Robot+Cocina

Súper ofertas en Thermomix Robot Cocina. ¡Compare precios y ahorre dinero!

## Red de Display



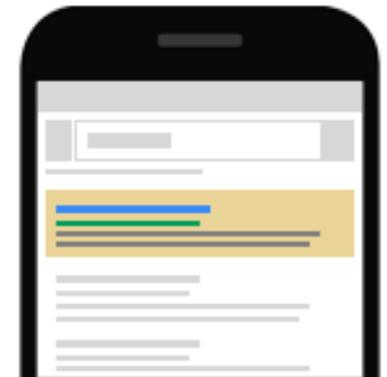
Texto



Imágenes



Vídeos



Anuncios  
Móviles

468 x 60



728 x 90



300 x 250



120 x 600



160 x 600



336 x 280



# Oferta

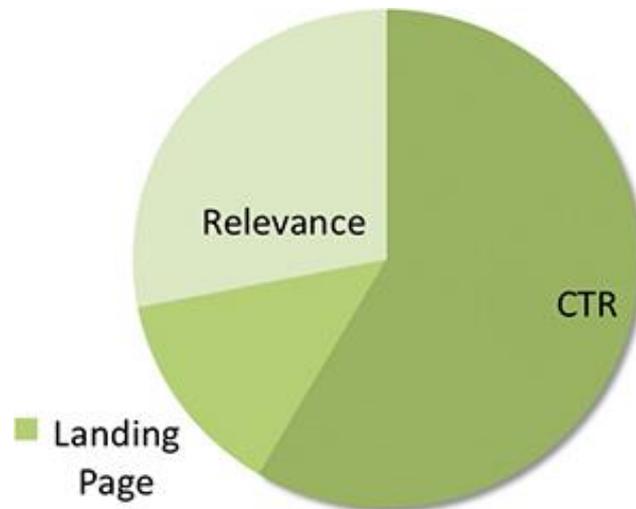


La oferta es el importe máximo que queremos pagar para que aparezca nuestro anuncio.

# Nivel de Calidad (QS)



Medida de la relevancia de los anuncios, palabras clave y página de destino.



# CTR (Click Through Rate)

$$\text{CTR} = \left( \frac{\text{Clics}}{\text{Impresiones}} \right) \times 100$$

$$\frac{1,320}{15,000} \times 100 = 8.8\%$$

Es una variable determinante en el Nivel de Calidad y Ranking del Anuncio

# Relevancia

Grado de concordancia de los elementos de nuestra campaña publicitaria con lo que busca el usuario.



[Tu Zapateria En Internet](#)

[www.zapatostock.com/](http://www.zapatostock.com/)

Por cada 10€ de compra, 1€ de regalo  
MasDe 2000 Modelos, Zapato Español

[Zapatos 2014 - Online](#)

[www.shopalike.es/Zapatos](http://www.shopalike.es/Zapatos)

Miles de Zapatos - Marcas - Estilos  
No busques más - Haz tu Pedido!

[Zapatos - Zacaris](#)

[www.zacaris.com/Zapatos](http://www.zacaris.com/Zapatos)

+120 Marcas de Zapatos Online!  
Envío Gratis en 24H. Ordena Online.



## Determinación de la experiencia en la página de destino.

- Relevancia y Originalidad del Contenido.

El propósito del sitio queda claro al usuario y resulta de utilidad.

- Transparencia

Es fácil de encontrar la información comercial y de contacto.

Indica como se trata la información recopilada del usuario.

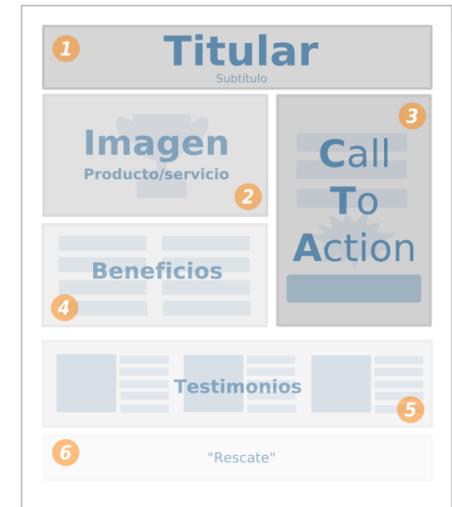
El usuario puede predecir con facilidad lo que sucederá cuando realice una acción.

- Facilidad de navegación

Al usuario le resulta fácil encontrar lo que busca.

Evitar demasiados enlaces que pueden confundir al usuario.

Se pueden localizar con facilidad información adicional o respuestas a sus preguntas.



# Visualización de la experiencia en la página de destino.

- Superior a la Media o Media

Todo marcha bien, la experiencia de la página de destino no afecta negativamente su nivel de calidad.

- Inferior a la Media.

La página de destino necesita mejoras y el nivel de calidad se está viendo reducido.

+ Palabras clave Editar Más información Estrategia de puja Automatizar Etiquetas

<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	Palabra clave	Estado <sup>?</sup>	CPC máx. <sup>?</sup>	Clics <sup>?</sup>	↓ Impr. <sup>?</sup>	CTR <sup>?</sup>	CPC medio <sup>?</sup>	Coste <sup>?</sup>	Posic. media <sup>?</sup>	Niv. calidad <sup>?</sup>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	farmacia on line	<input type="checkbox"/> Apta	0,75 € <input checked="" type="checkbox"/>	198	1.307	15,15%	0,56 €	110,34 €	1,4	5/10
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="text" value="parafarmacia online"/>	<input type="checkbox"/> Apta	0,75 €	86	723	11,89%	0,59 €	50,49 €	2,0	8/10
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	productos parafarmacia	<input type="checkbox"/>						2,50 €	1,6	8/10
		Total: todas las palabras clave detenidas y eliminadas							72,15 €	2,1	--
		Total: todas las palabras clave habilitadas <sup>?</sup>							63,33 €	1,6	--
		Total: búsqueda <sup>?</sup>							35,48 €	1,8	--
		Total: Red de Display <sup>?</sup>			0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	--
		Total (todos los grupos de anuncios) <sup>?</sup>			433	4.042	10,71%	0,54 €	235,48 €	1,8	--

Palabra clave: **parafarmacia online**

¿Se publican los anuncios en este momento?

Sí

Nivel de calidad [Más información](#)

8/10

Porcentaje de clics esperado: **Superior a la media**

Relevancia del anuncio: **Superior a la media**

Experiencia de la página de destino: **Media**

[Diagnóstico y vista previa de anuncios](#)



PageSpeed Insights +10m



Consigue una mayor velocidad de tus páginas web en todos los dispositivos.

Escribe una URL de página web

ANALIZAR

### Rendimiento web

Más información sobre [las herramientas de rendimiento web en Google](#), incluidas las extensiones del navegador y las API para Insights, PageSpeed Service y nuestras bibliotecas de optimización.

### Enviar observaciones

¿Tienes algún comentario o alguna pregunta sobre PageSpeed Insights? [Envía tus observaciones](#) o [participa en los foros de nuestra lista de correo](#).

### Sobre PageSpeed Insights

PageSpeed Insights analiza el contenido de una página web y, a continuación, genera sugerencias para mejorar la velocidad de las páginas. [Más información](#)

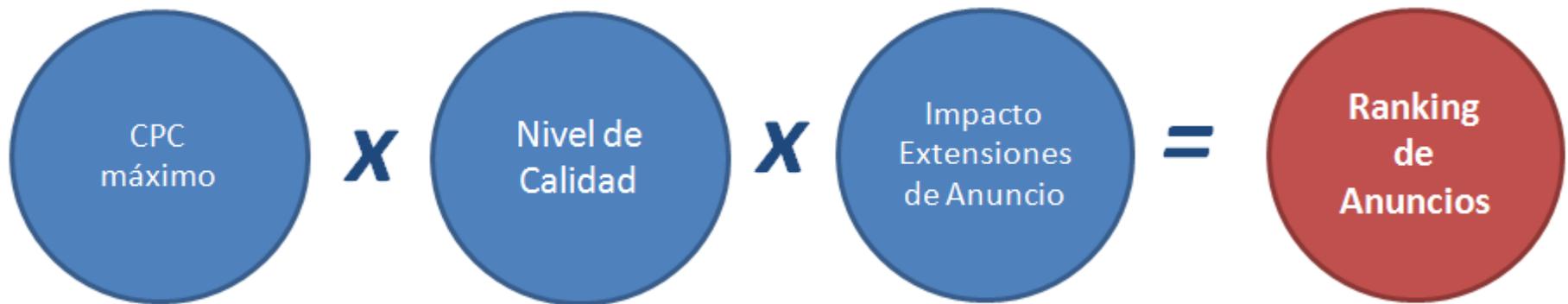


<http://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>

# Ranking del Anuncio



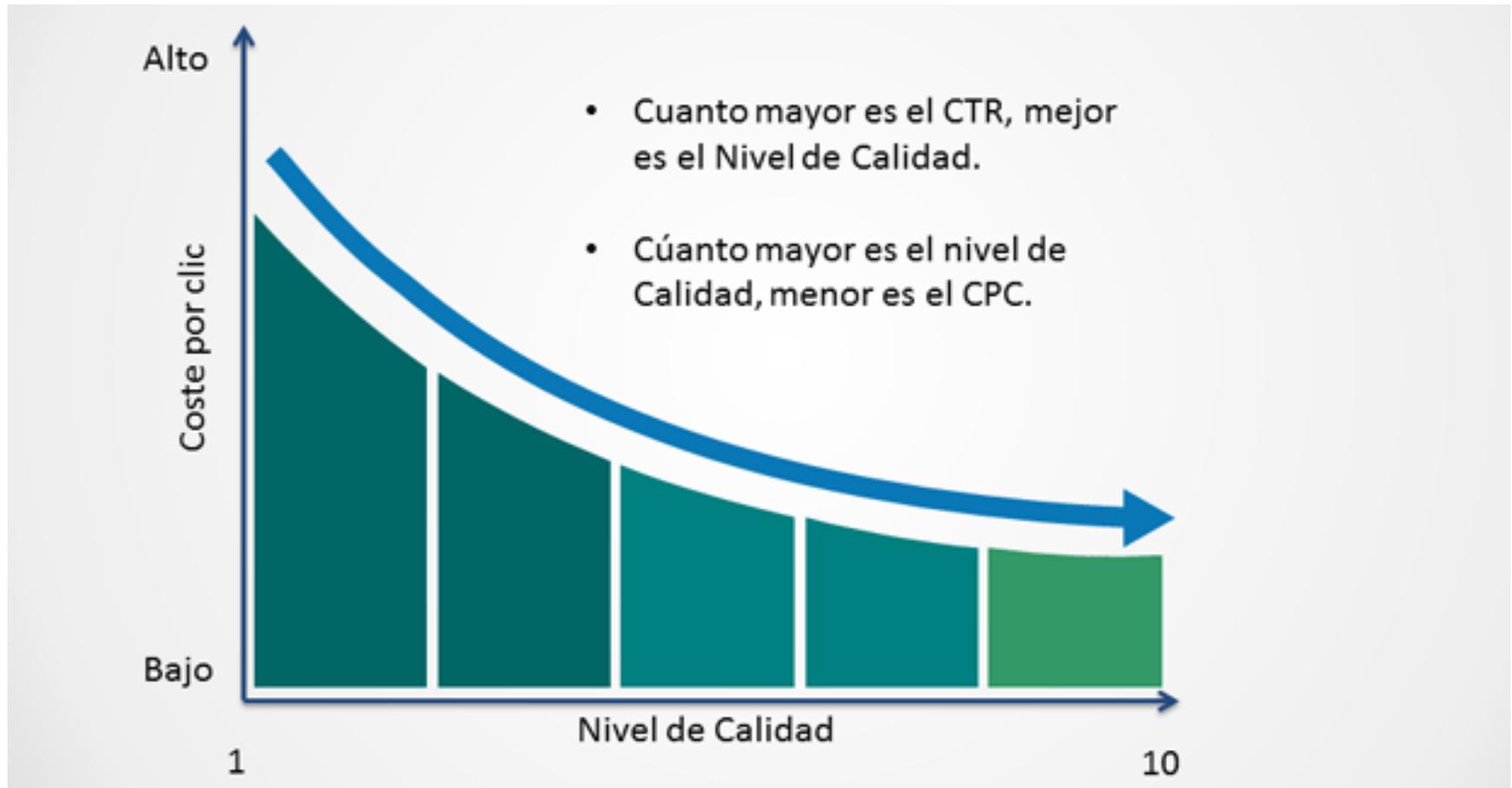
El Ranking del Anuncio determina la posición donde se muestra nuestro anuncio con relación a los demás anuncios.



# Como funciona el Ranking del Anuncio

Anunciante	Oferta CPC Máximo	Nivel de Calidad	Ranking	Posición
Anunciante A	0,60 €	7	4,2	3
Anunciante B	0,45 €	10	4,5	1
Anunciante C	0,49 €	9	4,41	2
Anunciante D	1,20 €	3	3,6	4

# Como funciona el Ranking del Anuncio



# Como funciona el Ranking del Anuncio



## Como ofertamos en AdWords.



Cada vez que uno de sus anuncios recibe un clic (CPC)



Número de veces que se muestra el anuncio (CPM)



Cada vez que un usuario realiza una conversión después de haber hecho clic en uno de sus anuncios (CPA)

# CPC Real

Es el importe final real que se cobra por un clic en función de nuestra oferta y nuestro nivel de calidad.

Anunciante	CPC Max € (b)	Nivel de Calidad (Q)	Ranking	Posición	CPC Real $p1=(b2*Q2)/Q1$
A	0,80	8	6,4	1	0,74
B	0,85	7	6,0	2	0,77
C	0,90	6	5,4	3	0,79
D	0,95	5	4,8	4	0,80
E	1,00	4	4,0	5	0,79
F	1,05	3	3,2	6	min price

# Estructura de una Cuenta



Correo electrónico, Contraseña y Datos de Facturación.

Presupuesto y Configuración. Gran temática.

Temática concreta y Oferta PPC

Anuncios que comparten temática, Palabras Clave y Oferta.

# Componentes de un Anuncio de Texto.



## Google AdWords

Pruebe Google AdWords, Anuncie  
su Negocio Online Hoy en Minutos!  
[www.google.com](http://www.google.com)

## Título 25 Caracteres max.

Línea descriptiva 1 con 35 caracteres max.  
Línea descriptiva 2 con 35 caracteres max.  
[URL Visible 35 caracteres max.](#)

## Política Editorial de Google



### Experiencia de Usuario

La publicidad debe proporcionar una experiencia positiva al usuario



### 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 privacidad de los usuarios



### Productos y servicios restringidos

Los productos y servicios que se anuncien deben ser legales y seguros



### 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



Nuestra Primera Campaña de  
AdWords en la Red de Búsqueda  
de Google.

## Identificar nuestras necesidades.

- ¿Que vendo?
  - Producto
  - Servicio
- ¿Qué quiero conseguir con esta campaña?
  - Ventas
  - Contactos
  - Potenciar mi imagen de marca (Branding)
- ¿Quién es mi público objetivo?
  - Ubicación geográfica
  - Idioma
  - Intereses.

# Identificar nuestra conversión.

Una Conversión es aquella acción que queremos que el usuario haga en nuestra web.

- Rellenar un formulario
- Hacer una venta on line
- Obtener una suscripción
- Aumentar el tiempo de visita en nuestra web
- Obtener clics de llamadas.

# 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”**

El coste por clic de la Red de Búsqueda suele ser mayor que el de la Red de Display debido a este interés por parte del usuario.



## Configuración de Campaña en la Red de Búsqueda

¿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.



Iniciar sesión Google

**Dirección de correo electrónico**

**Contraseña**

**Iniciar sesión**  No cerrar sesión

[¿No puedes acceder a tu cuenta?](#)

Funcionamiento	
La clave del éxito	
Costes y pagos	
Para empresas locales	
Historias de éxito	

### Usted crea sus propios anuncios

Usted crea los anuncios y elige las palabras clave, es decir, aquellos términos o frases relacionados con su empresa. Consejos e ideas para palabras clave

### Sus anuncios aparecen en Google

Cuando los usuarios buscan en Google una de las palabras clave que ha establecido, el anuncio aparece junto a los resultados de búsqueda. De este modo, dirige sus anuncios a un público interesado en ellos.

### Consigue captar clientes

Los usuarios solo tienen que hacer clic en su anuncio para efectuar una compra u obtener más información sobre su empresa.

[Regístrese ahora](#)



Las **palabras clave** son lo que los usuarios buscan en Google.



Su **anuncio** aparece junto a los resultados de búsqueda relevantes.

<https://accounts.google.com>

Ayuda

- ¿En qué consiste Google AdWords?
- ¿Qué es una cuenta de Google?
- ¿Qué procedimiento debo seguir para crear una cuenta de AdWords?
- No tengo un sitio web. ¿Puedo publicar anuncios en AdWords?
- Guía de inicio de AdWords

Centro de ayuda

 Ir

¿Necesita ayuda para crear su primera campaña?

Llame al 900 814 538 y le creamos su campaña gratis.  
Lunes a Viernes, de 9h a 18h. Llamada gratuita. [Más](#)

Crear una cuenta de Google > Configurar zona horaria y moneda > Verificar la cuenta >

### Crear una cuenta de Google

Hola: le damos la bienvenida a Google AdWords. Nos alegra que se haya unido a nosotros. Solo necesitamos algunos datos para configurar su cuenta. Para comenzar a crear la cuenta de AdWords, escoja el nombre de usuario y la contraseña que desee utilizar para el programa.

¿Qué afirmación describe mejor su situación actual?

- Ya dispongo de una dirección de correo electrónico y una contraseña que utilizo con servicios de Google como AdSense, Gmail, YouTube o Google+.
- No utilizo otros servicios.

¿Desea disponer de una única cuenta para todos los servicios de Google?

- Puede utilizar su cuenta de correo electrónico y contraseña actual de Google para AdWords, o seleccionar información de acceso nueva solo para AdWords.
- Me gustaría utilizar mi cuenta actual de Google para AdWords.
  - Me gustaría seleccionar un nombre de acceso y contraseña nuevos sólo para AdWords.

Acceda a AdWords con la dirección de correo electrónico y la contraseña existentes que utiliza para acceder a otros servicios de Google.

#### Cuenta de Google

Correo:    
p. ej.: pat@example.com

Contraseña:  

No cerrar sesión



[¿No puedes acceder a tu cuenta?](#)

Ayuda

- ¿En qué consiste Google AdWords?
- ¿Qué es una cuenta de Google?
- ¿Qué procedimiento debo seguir para crear una cuenta de AdWords?
- No tengo un sitio web. ¿Puedo publicar anuncios en AdWords?
- Guía de inicio de AdWords

Centro de ayuda

 Ir

¿Necesita ayuda para crear su primera campaña?

Llame al 900 814 538 y le creamos su campaña gratis.  
Lunes a Viernes, de 9h a 18h. Llamada gratuita. Más

- Crear una cuenta de Google
- Configurar zona horaria y moneda
- Verificar la cuenta

### Crear una cuenta de Google

Hola. le damos la bienvenida a Google AdWords. Nos alegra que se haya unido a nosotros. Solo necesitamos algunos datos para configurar su cuenta. Para comenzar a crear la cuenta de AdWords, escoja el nombre de usuario y la contraseña que desee utilizar para el programa.

#### ¿Qué afirmación describe mejor su situación actual?

- Ya dispongo de una dirección de correo electrónico y una contraseña que utilizo con servicios de Google como AdSense, Gmail, YouTube o Google+.
- No utilizo otros servicios.

#### ¿Desea disponer de una única cuenta para todos los servicios de Google?

Puede utilizar su cuenta de correo electrónico y contraseña actual de Google para AdWords, o seleccionar información de acceso nueva solo para AdWords.

- Me gustaría utilizar mi cuenta actual de Google para AdWords.
- Me gustaría seleccionar un nombre de acceso y contraseña nuevos sólo para AdWords.

#### Crear una nueva cuenta de Google para usarla con AdWords.

Asegúrese de que su dirección de correo es correcta. Le enviaremos un correo electrónico para verificarla.

Correo electrónico:

Contraseña:

Ocho caracteres de longitud como mínimo. [?]

Vuelva a introducir la contraseña:

Escribe los caracteres que veas en la imagen siguiente.



&

No se distingue entre mayúsculas y minúsculas.

Acepto las [Condiciones del servicio](#) y la [Política de privacidad](#) de Google.

Crear cuenta »



¿Desea obtener más ayuda?



Para obtener asistencia gratuita sobre la configuración de campañas, llame al **01800-123-1634** [¿No en México?](#)

[✓ 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 costes publicitarios y la zona horaria en la 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 están disponibles en todas las zonas.

Atrás

Continuar

¿Desea obtener más ayuda?



Para obtener asistencia gratuita sobre la configuración de campañas, llame al **01800-123-1634** [¿No en México?](#)

[✓ 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 costes publicitarios y la zona horaria en la 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 están disponibles en todas las zonas.

**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

✓ Crear una cuenta de Google > ✓ Configurar zona horaria y moneda > ✓ Verificar la cuenta >

## La cuenta de AdWords ya está creada.

**Siguiente paso: Cree su primera campaña publicitaria.**

Dirección de correo electrónico de acceso: [cuentacurso2014@gmail.com](mailto:cuentacurso2014@gmail.com)

Ahora ya puede acceder a su cuenta de AdWords mediante la dirección de su cuenta de Google y la contraseña especificada anteriormente. Cuando lo haga, el sistema le pedirá que cree su primera campaña publicitaria y que introduzca sus datos de facturación, a fin de poder activar su cuenta y empezar a publicar sus anuncios. Asimismo, le enviaremos un mensaje de correo electrónico de activación con más detalles a la dirección indicada.

**Su anuncio no se publicará hasta que envíe sus datos de facturación.**

[Inicie sesión en su cuenta de AdWords](#)



### Le damos la bienvenida a AdWords

[Cree su primera campaña](#) ←

#### Introducción

1. Elija el presupuesto.
2. Cree sus anuncios.
3. Seleccione palabras clave que muestren sus anuncios a clientes potenciales.
4. Introduzca sus datos de facturación.

#### Para anunciantes experimentados

Seleccione una de las siguientes opciones y comience a utilizar toda la gama de funciones de AdWords

- Comenzar a [crear campañas avanzadas](#)
- Vaya a [configuración de la forma de pago](#).
- Configure el [seguimiento de conversiones](#).

#### Más información

- ¿Preguntas habituales
- ¿Dónde se mostrarán los anuncios?
  - ¿Cuánto cuesta AdWords?
  - ¿Cómo se define un presupuesto?
  - ¿Cómo se elige una puja de CPC máximo?
  - ¿Cómo se seleccionan las palabras clave?
  - ¿Cómo se escriben textos de anuncios orientados?
- Buscar en el Centro de ayuda

#### Más recursos

- Para obtener asistencia gratuita sobre la configuración de campañas, llame al **01800-123-1634** (*¿No en México?*)
- ¿Quiere conocer todos los conceptos básicos? Consulte la [Guía de inicio](#).
- ¿Le gustaría encontrar a un partner certificado de AdWords para que administre su cuenta? Utilice la [Búsqueda de partners](#) para encontrar a un profesional con experiencia con clientes como usted.

#### ¿Desea recibir ayuda adicional?

- Recibir sugerencias personalizadas y ofertas especiales para ayudarme a mejorar el rendimiento de mi publicidad
- Recibir boletines informativos de AdWords con prácticas recomendadas y ofertas para valorar los nuevos productos de AdWords



Google AdWords [Página principal](#) [Campañas](#) [Oportunidades](#) [Herramientas](#)

1 Seleccione la configuración de la campaña 2 Cree un grupo de anuncios

**Tipo: Solo para la Red de Búsqueda - Estándar**

Nombre de la campaña

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  **Instalaciones de las aplicaciones para móviles** - Anuncios que invitan a las personas a descargar su aplicación  **Anuncios dinámicos de búsqueda** - Anuncios orientados a partir del contenido de su sitio web [Más información sobre los tipos de campaña](#)

o cargue la configuración de

**Redes**  Para elegir otras redes, modifique el tipo de campaña más arriba o cree una campaña nueva.  
 **Red de búsqueda de Google**  Incluir partners de búsqueda

**Dispositivos**  Los anuncios se mostrarán de manera predeterminada en todos los dispositivos aptos.

**Ubicaciones**  ¿A qué ubicaciones desea segmentar (o excluir) su campaña?  
 Todos los países y territorios  
 España  
 Quiero seleccionar yo misma.  
 [Búsqueda avanzada](#)  
Por ejemplo, un país, una ciudad, una región o un código postal.

Es función de sus ubicaciones de segmentación, quizás desea excluir sus anuncios a las páginas más relevantes en este idioma:  
 alemán  
 español  
 inglés  
 Otro idioma sugerido

**Idiomas**  Elija el idioma de los clics en los que le gustaría que se publiquen sus anuncios. Recuerde que debe incluir todos los idiomas.  
 alemán  danés  holandés  noruego  
 árabe  francés  persa  
 búlgaro  griego  polaco  
 catalán  húngaro  portugués  
 checo  hindi  rumano  
 chino (simplificado)  indonesio  ruso  
 chino (tradicional)  japonés  sueco  
 coreano  indonesio  taiwanés  
 croata  inglés  tailandés  
 danés  islandés  vietnamita  
 estonio  italiano  vietnamita  
 finlandés  japonés  vietnamita  
 español  letón  vietnamita  
 eslovaco  lituano  
 filipino  malayo

**Estrategia de página**  Opciones básicas |  Opciones avanzadas  
 Estableceré mis pujas para los clics de forma manual  
 Configuraré mis pujas de CPC máximo en el siguiente paso  
 AdWords establecerá mis pujas para tratar de conseguir la mayor cantidad de clics posible dentro de mi presupuesto objetivo

**Oferta predeterminada**

Esta paga se aplica al primer grupo de anuncios de esta campaña, que creará en el siguiente paso.

**Presupuesto**  al día  
La inversión diaria real puede variar.

**Extensiones de anuncios**  
 Utilice esta función opcional para incluir datos relevantes de la empresa con sus anuncios. Filtrar una visita guiada  
 Ubicación  ¿Quiero ampliar los anuncios con información de ubicación. Mostrar solo algunas ubicaciones para esta campaña  
 Enlaces de sitio  Ampliar los anuncios con enlaces a secciones de mi sitio  
 Llamado  Ampliar los anuncios con un número de teléfono

Una información de su navegador en Internet. No se incluye la información de los clics obtenidos en los últimos 30 días.  
 Para un máximo de 10 horas, para algunas métricas. Otras funciones para todos los países y territorios. (GMT+01:00) Madrid. Más información  
 © 2014 Google | Guía editorial | Política de privacidad

1 Seleccione la configuración de la campaña 2 Cree un grupo de anuncios.

### 🔍 Tipo: Solo para la Red de Búsqueda - Estándar

Nombre de la campaña  ←

Tipo  ↑

- 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

---

- Instalaciones de las aplicaciones para móviles** - Anuncios que invitan a las personas a descargar su aplicación
- Anuncios dinámicos de búsqueda** - Anuncios orientados a partir del contenido de su sitio web

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

o cargue la configuración de

🔍 Tipo: **Solo para la Red de Búsqueda - Estándar**

Nombre de la campaña

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 ?

- Búsqueda con selección de Display**  
La mejor oportunidad para llegar a la mayor cantidad posible de clientes
-   **Solo para la Red de Búsqueda**  
Búsqueda de Google y socios de búsqueda
- Solo para la Red de Display**  
Red de Google de sitios web de socios
- Shopping**  
La mejor forma de crear anuncios de ficha de producto
- Vídeo online**

o cargue la configuración de ?

... las características y opciones disponibles para la Red de Búsqueda

... caciones para móviles - Anuncios que invitan a las personas a

... búsqueda - Anuncios orientados a partir del contenido de su sitio web

... os de campaña

## 🔍 Tipo: Solo para la Red de Búsqueda - Todas las funciones

Nombre de la campaña

Tipo ?



- 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 ?

---

- Instalaciones de las aplicaciones para móviles** - Anuncios que invitan a las personas a descargar su aplicación ?
- Anuncios dinámicos de búsqueda** - Anuncios orientados a partir del contenido de su sitio web ?

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

o cargue la configuración de

Para ejecutar los anuncios de ficha de productos, vincule su cuenta de Google Merchant Center a esta cuenta de AdWords. [Descubra cómo](#)

---

Redes  Para elegir otras redes, modifique el tipo de campaña más arriba o cree una campaña nueva.

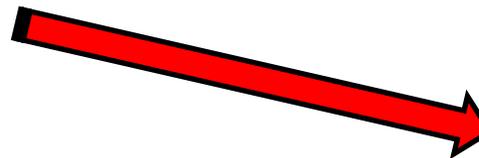
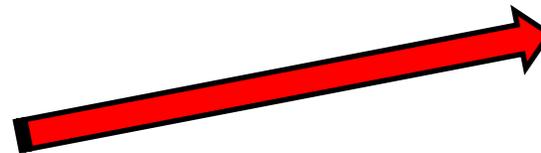
**Red de búsqueda de Google** 

Incluir partners de búsqueda

---

Dispositivos  Los anuncios se mostrarán de manera predeterminada en todos los dispositivos aptos.

# Orientación por Dispositivos.



Ubicaciones <sup>?</sup> ¿A qué ubicaciones desea segmentar (o excluir) su campaña?

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



[Búsqueda avanzada](#)



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

#### [-] Opciones de ubicación (avanzadas)

- Orientar <sup>?</sup>
- Personas que se encuentran en mi ubicación de segmentación, o que buscan o ven páginas sobre ella (recomendada) <sup>?</sup>
  - Personas en mi ubicación de segmentación <sup>?</sup>
  - Personas que buscan o ven páginas sobre mi ubicación de segmentación <sup>?</sup>



- Excluir <sup>?</sup>
- Personas que se encuentran en mi ubicación excluida, o que buscan o ven páginas sobre ella (recomendada) <sup>?</sup>
  - Personas que se encuentran en mi ubicación excluida <sup>?</sup>



Elija las ubicaciones



Buscar | Radio de segmentación | Grupos de ubicaciones | Ubicaciones en bloque



Escriba una ubicación para orientar o excluir

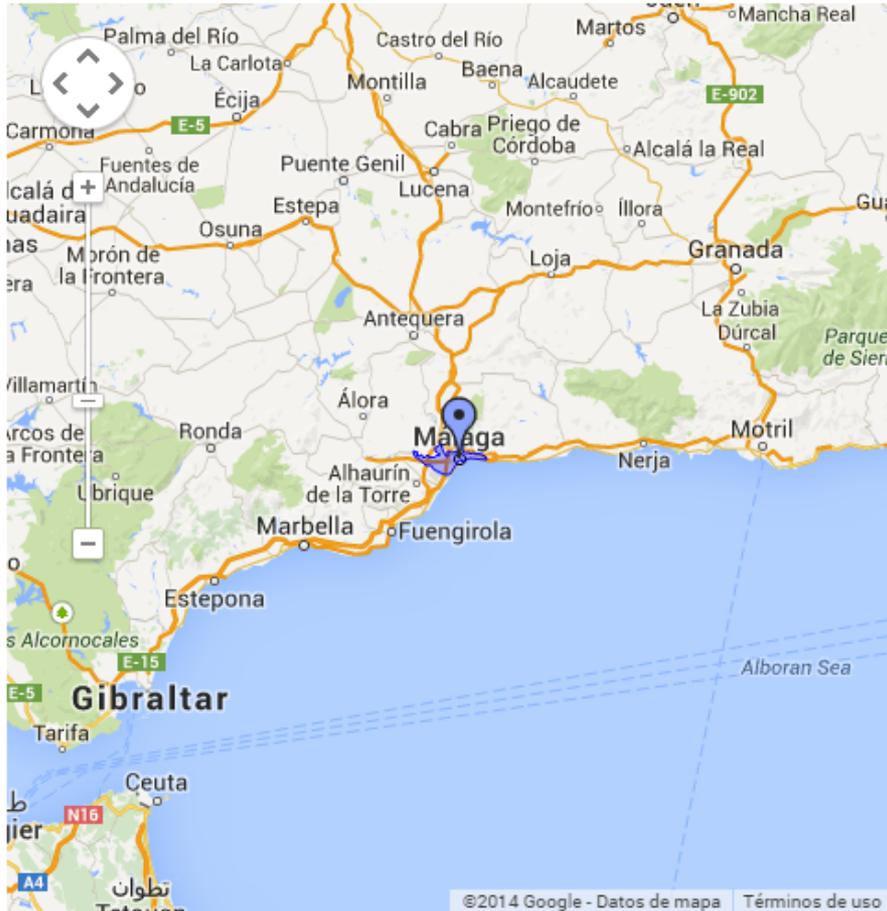
Buscar

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.

Guardar

Cancelar

Elija las ubicaciones



Buscar | [Radio de segmentación](#) | [Grupos de ubicaciones](#) | [Ubicaciones en bloque](#)



Escriba una ubicación para orientar o excluir

Buscar

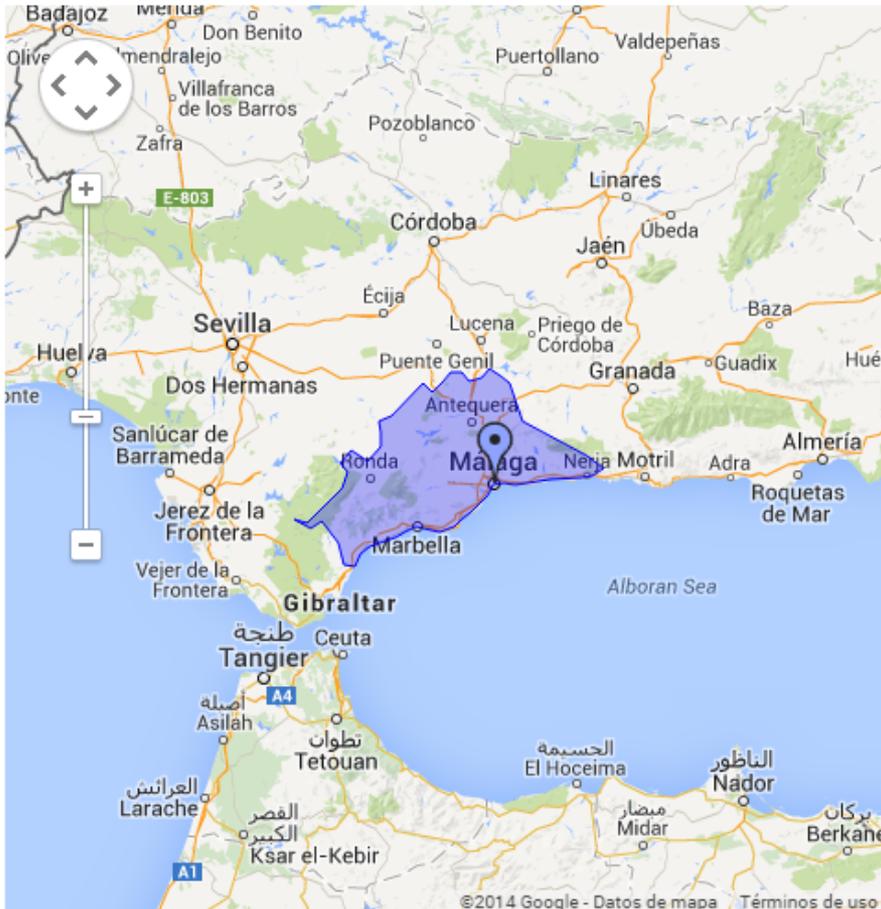
Por ejemplo, un país, una ciudad, una región o un código postal. O haga clic en el botón situado más arriba para mostrar las ubicaciones disponibles en el área del mapa.

Ubicaciones de segmentación	Cobertura ?	Eliminar todo
Málaga, Andalucía, España - ciudad	1.740.000	Quitar   Cercanas

Ocultar ubicaciones en el mapa ?

Guardar Cancelar

Elija las ubicaciones



Buscar | [Radio de segmentación](#) | [Grupos de ubicaciones](#) | [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 segmentación	Cobertura ?	Eliminar todo
Málaga, Andalucía, España - provincia	2.090.000	Quitar   Cercanas

Ocultar ubicaciones en el mapa ?

Guardar

Cancelar

Elija las ubicaciones



Buscar | Radio de segmentación | Grupos de ubicaciones | Ubicaciones en bloque

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

50,0 km cerca de Madrid, ES - personalizado X

Ubicaciones dentro de esta segmentación ?

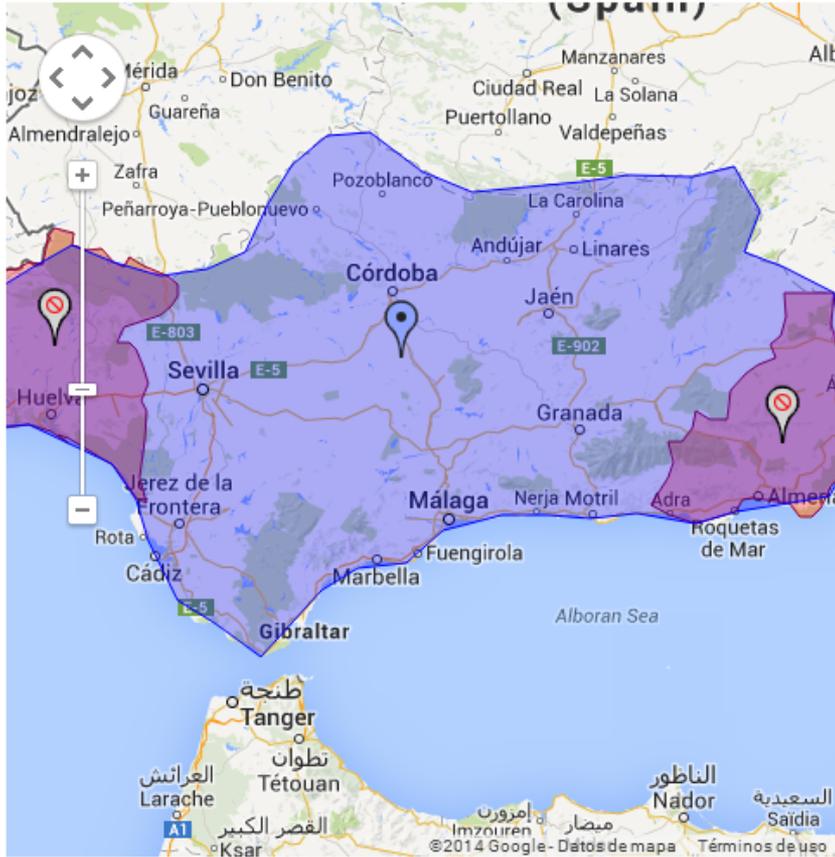
Mostrar todas ▾	Cobertura ?	Añadir todas
Comunidad de Madrid, España - comunidad autónoma	19.800.000	<a href="#">Añadir</a>   <a href="#">Excluir</a>   <a href="#">Cercanas</a>
Guadalajara, Castilla-La Mancha, España - ciudad	248.000	<a href="#">Añadir</a>   <a href="#">Excluir</a>   <a href="#">Cercanas</a>
Illescas, Castilla-La Mancha, España - ciudad	78.000	<a href="#">Añadir</a>   <a href="#">Excluir</a>   <a href="#">Cercanas</a>
Azuqueca de Henares, Castilla-La Mancha, España - ciudad	65.000	<a href="#">Añadir</a>   <a href="#">Excluir</a>   <a href="#">Cercanas</a>

[Mostrar ubicaciones en el mapa ?](#)

**Ubicaciones seleccionadas**

(2) orientaciones [Mostrar ubicaciones](#)

Elija las ubicaciones



[Buscar](#) | 
 [Radio de segmentación](#) | 
 [Grupos de ubicaciones](#) | 
 [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 segmentación	Cobertura ?	Eliminar todo
-----------------------------	-------------	---------------

Andalucía, España - comunidad autónoma	3.800.000	<a href="#">Eliminar</a>   <a href="#">Cercanas</a>
--	-----------	---

[Ocultar ubicaciones en el mapa ?](#)

Ubicaciones excluidas	Cobertura ?	Eliminar todo
-----------------------	-------------	---------------

Almería, Andalucía, España - provincia	184.000	<a href="#">Eliminar</a>   <a href="#">Cercanas</a>
--	---------	---

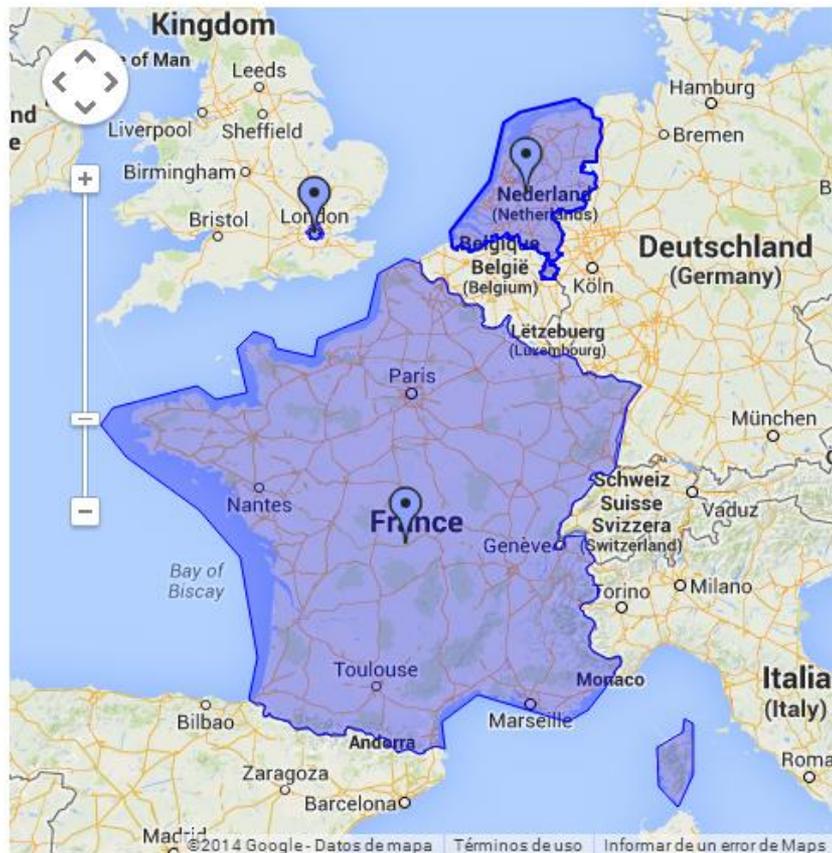
Huelva, Andalucía, España - provincia	126.000	<a href="#">Eliminar</a>   <a href="#">Cercanas</a>
---------------------------------------	---------	---

[Ocultar ubicaciones en el mapa ?](#)

Guardar

Cancelar

Elija las ubicaciones



[Buscar](#) | 
 [Radio de segmentación](#) | 
 [Grupos de ubicaciones](#) | 
 [Ubicaciones en bloque](#)

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 segmentación	Cobertura ?	Eliminar todo
Londres, Inglaterra, Reino Unido - ciudad	36.600.000	Eliminar   Cercanas
Países Bajos - país	21.800.000	Eliminar   Cercanas
Francia - país	55.500.000	Eliminar   Cercanas

[Ocultar ubicaciones en el mapa ?](#)



Idiomas  ? **español** [Editar](#)

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

Estrategia de puja ? Opciones básicas | [Opciones avanzadas](#)

  Estableceré mis pujas para los clics de forma manual

 Configuraré sus pujas de CPC máximo en el siguiente paso.

AdWords establecerá mis pujas para tratar de conseguir la mayor cantidad de clics posible dentro de mi presupuesto objetivo

Oferta predeterminada ? €  

Esta puja se aplica al primer grupo de anuncios de esta campaña, que creará en el siguiente paso.

Presupuesto ?  Presupuesto individual

€  al día 

La inversión diaria real puede variar. ?

Aplicar un presupuesto de la biblioteca compartida

## Extensiones de anuncios

Utilice esta función opcional para incluir datos relevantes de la empresa con sus anuncios. [Hacer una visita guiada](#)

- Ubicación   Ampliar mis anuncios con información de ubicación
- Enlaces de sitio   Ampliar los anuncios con enlaces a secciones de mi sitio
- Llamada   Ampliar los anuncios con un número de teléfono

[Guardar y continuar](#)

[Cancelar la nueva campaña](#)

Los informes no se generan en tiempo real. Es posible que no se incluyan las impresiones y los clics obtenidos en las últimas tres horas. Hay un retraso de más de 18 horas. [para algunas métricas](#). Zona horaria para todas las fechas y horas: (GMT+01:00) Madrid. [Más información](#)

© 2014 Google | [Guía editorial](#) | [Política de privacidad](#)

# Extensiones de Anuncios.



# Extensiones de Anuncio.

Las extensiones de anuncios son funciones que nos permiten añadir más información al anuncio que pudiera ser relevante para los clientes sin coste adicional.

Anuncios relacionados con **iberia** ⓘ

[iberia.com - Vuelos Iberia](#)

[www.iberia.com/Ofertas-Vuelos](http://www.iberia.com/Ofertas-Vuelos) ▼

Los Vuelos **Iberia** en Oferta Aquí ¡Reserva Online en **Iberia.com**!

Iberia Líneas Aéreas tiene 1.761 seguidores en Google+.

→ [Vuelos Baratos en España](#)

Ofertas de Vuelos en España e Islas  
Encuentra los Precios más Baratos

[Vuelos Baratos a América](#) ←

Ofertas de Vuelos a Toda América.  
EEUU, Costa Rica, Brasil, Argentina

[Vuelos en Oferta - Semana a Precios Increíbles](#)

[iberia.vuelos.iberia.edreams.es/](http://iberia.vuelos.iberia.edreams.es/) ▼

Aprovéchate, Reserva Tu Vuelo Ya!

299.768 seguidores en Google+

[Billetes en Oferta](#) - [Vuelos Low Cost](#) - [Vuelos 2014: 75% DTO.](#) - [Plazas Limitadas](#)

## Extensión de Ubicación



Las extensiones de ubicación añaden la dirección y el número de teléfono de tu empresa al texto de tus anuncios. Independientemente de que tengan uno o varios establecimientos.

### [Balanzas de precisión - anapre.es](https://www.anapre.es)

[www.anapre.es/](https://www.anapre.es/) ▼ 913 20 49 73

Jadever, Gibertini, Tanita, Tscale. Importación de **Balanzas** y Pesas

📍 [Calle Mequinenza 4, Madrid](#)

# En dispositivos móviles.



En los dispositivos móviles, los anuncios con extensiones de ubicación pueden aparecer en las Redes de Búsqueda y Display así como Maps para móviles. Los anuncios aparecerán como anuncios de texto para móviles con opciones del tipo **Como llegar** o de clic de llamada a tu empresa.



# Extensiones de Enlaces de Sitio.

La extensión de anuncio de enlace de sitio, nos permite mostrar enlaces a páginas específicas del sitio web, lo cual ayuda a los clientes a encontrar lo que buscan en su sitio con un solo clic. **Los enlaces de sitio sólo aparecen el las 2/3 posiciones primeras de los resultados de búsqueda.**

Anuncios relacionados con **seguros de hogar** ⓘ

[Comparador Seguros Hogar - Compara 10 Aseguradoras en 2 min](#)

[www.acierto.com/Seguros-Hogar](http://www.acierto.com/Seguros-Hogar) ▼

¡Ahorra hasta 200€ en tu seguro!

[Calcular Seguros Hogar](#)

[Encuentra el seguro más barato](#)

[Comparador Seguros Hogar](#)

[Compara Gratis en 2 minutos](#)

[Seguros para el Hogar - Ahórrate un 15% Contratando Online](#)

[www.verti.com/Seguros\\_Hogar](http://www.verti.com/Seguros_Hogar) ▼

Además tendrás 3 años sin Subidas!

[Siempre Fraccionamos - 3 Años sin Subidas - Firma Online](#)

# Enlaces de Sitio con información detallada.

Los enlaces de sitio con información detallada, nos permite mostrar información adicional en los enlaces de las páginas específicas del sitio web.

## Example Pizza Store - Fresh and Hot

[www.example.com](http://www.example.com)

Get Your Favorite Pizzas! Only At Your **Pizza** Store

### Order Online Now

**Pizza**, Breadsticks, and More!  
Free 2 liter soda with online order

### Store Locator

Find Location Nearest You  
**\$10 For Any Pizza!**

### Deals In Your Area

Free Breadsticks with Large **Pizza**  
Order Online Now. Free Delivery!

### Returning Customer? Order Here

Fresh Ingredients, Great Taste  
Easy Ordering For Returning Customers

# Extensión de Llamada.

La extensión de llamada nos permite añadir un número de teléfono al anuncio y la posibilidad de que los clientes realicen la llamada directamente desde este, mediante la inserción del botón



g taxi malaga 

**Málaga Radio TAXI** 

Anuncio [www.malagaradiotaxi.es/](http://www.malagaradiotaxi.es/)

Servicio de recogidas en Málaga  
y Aeropuerto de Málaga. TF:697488962

Haga su reserva Ahora

Map data ©2014 Google, basado en BCN IGN España

# Extensión Social.

Las anotaciones sociales aparecen de forma automática en los anuncios sin necesidad de configurarlas ni administrarlas, sólo activándolas en la configuración de nuestra campaña.

Anuncios relacionados con **hotel en malaga** 

[200 Hoteles en Málaga - Precios increíbles y sin cargos](#)

[www.booking.com/Malaga-Hoteles](http://www.booking.com/Malaga-Hoteles) ▾

Reserva un **Hotel en Málaga**

 Booking.com tiene 1.644.473 seguidores en Google+.

[Ofertas especiales](#)

[Hoteles Económicos](#)

[Mejor Precio Garantizado](#)

[Hoteles de Lujo](#)

[Hotel Centro Málaga 67€ - trivago.es](#)

[www.trivago.es/Centro-Málaga](http://www.trivago.es/Centro-Málaga) ▾

Atención: **Hotel Centro Málaga 67€**. Hoteles 4\* en **Málaga**, hasta -78%.

 trivago tiene 50.361 seguidores en Google+.

[Ver Opiniones](#) - [Ver Fotos](#) - [Mostrar Mapa Hotel](#) - [Ofertas Especiales](#)

[Hotel Malaga - nh-hotels.es](#)

[www.nh-hotels.es/Hotel-Malaga](http://www.nh-hotels.es/Hotel-Malaga) ▾

Obtén el Mejor Precio Garantizado en los Hoteles NH de **Malaga!**

 NH Hotel Group tiene 93.955 seguidores en Google+.

[Convenciones y Eventos](#) - [Mejor Precio Garantizado](#) - [Reservas Anticipadas -25%](#)



... pero tiene algunas condiciones. 

Tu página de Google + debe tener una URL verificada

El dominio de la URL de tu página de Google + debe coincidir con el dominio de la URL del anuncio

Tu página de Google + debe tener publicaciones recientes de alta calidad

Una cantidad significativa de seguidores...

...100 para la mayoría de empresas.

# Extensión de Aplicación.

La extensión de aplicación, nos permite mostrar un enlace a nuestra aplicación para móviles y/o tablets.



## Linio App para Android - Android Apps on Google Play

<https://play.google.com/.../apps/details?...>

Compra online desde tu smartphone o tablet y paga al recibir en la Tienda Online No.1 con envío a todo México, ...



de 1.594 usuarios

Gratis

## Angry Birds - Aplicaciones de Android en Google Play

<https://play.google.com/.../apps/details?...>

Mighty Eagle es una aplicación para comprar en Angry Birds de uso ilimitado ... APP DE PAGO #1 PARA iPhone en EE.



de 2.126.195 usuarios

Gratis

# Extensión de Reseñas.

Tu sabes que tu empresa es genial, pero con las extensiones de reseñas los clientes sabrán que una fuente externa de buena reputación piensa lo mismo.

Al citar una reseña positiva, un premio o un galardón, se les da a los clientes un motivo adicional para hacer clic.

Podemos usar citas parafraseadas o exacta siempre que esté atribuida y enlazada a una fuente pública.

La reseña y la fuente no debe superar los 67 caracteres

Ads related to **booking flights** ⓘ

[Brooklyn Flight Booking - example.com](#)

[www.example.com/Flight\\_Booking](#) ▾

**Book flights** from a bowerbird's cavern of airlines. Companion tickets guaranteed.

**"Rated #1 flight booking website" — Parsimonious Times**

# Texto Destacado.

La extensión de anuncio de texto destacado permite incluir texto adicional con los anuncios de la Red de Búsqueda que proporcione información detallada sobre su negocio, incluidos los productos y los servicios que ofrece.

El texto destacado aparece en los anuncios en la parte superior e inferior de los resultados de búsqueda de Google.

## ACME Electronics

Ad [www.acme.com/](http://www.acme.com/) ▼

Shop ACME Electronics for laptops, smartphones, video games and more!

Free shipping · 24-7 customer service · Price matching

"2014 Online Electronics Store of the Year" – [Electronics Weekly](#)

[Daily Deals](#) - [Laptops](#) - [Smartphones](#) - [Gift Cards](#)

Configuración avanzada

Programación: fecha de inicio, fecha de finalización, programación de anuncios

Fecha de inicio

Fecha de finalización  Ninguno

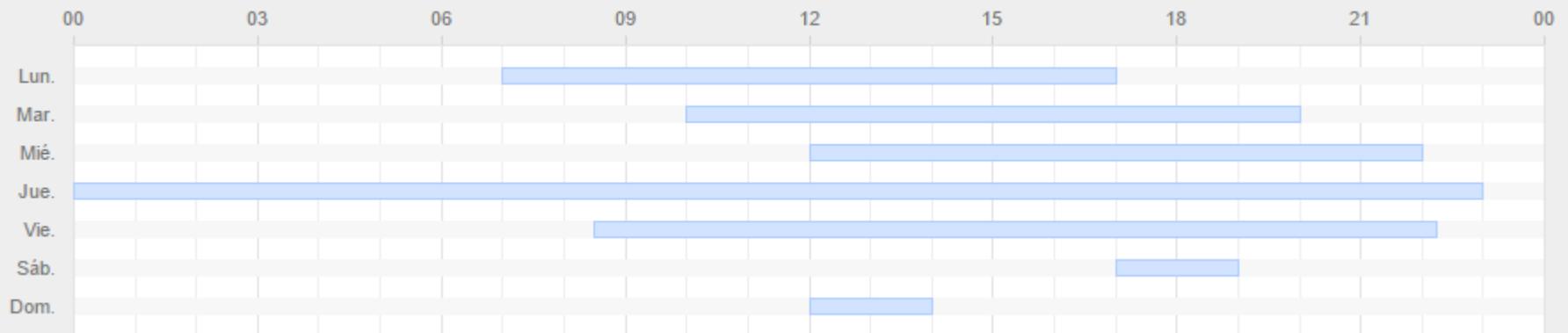
Programación de anuncios   :  a  :  X

+ Añadir

Mostrar reloj  12 horas  24 horas

Zona horaria Europe/Madrid (no se puede cambiar)

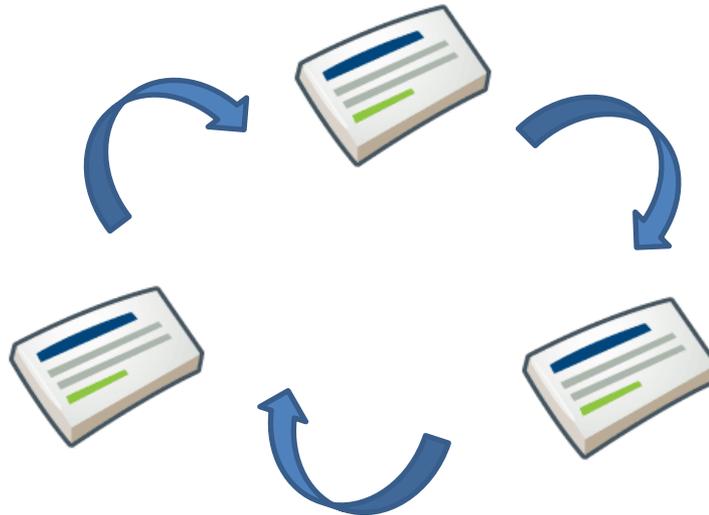
Descripción general de la programación de anuncios

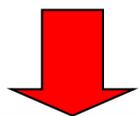


## Publicación de anuncios: rotación de anuncios y limitación de frecuencia

### Rotación de anuncios ?

- Optimizar para obtener más clics: muestre aquellos anuncios que crea que pueden ofrecer un mayor número de clics.  
Configuración ideal para la mayoría de los anunciantes
- Optimizar para obtener más conversiones: mostrar los anuncios que parece que van a ofrecer más conversiones  
Configuración ideal si utiliza el seguimiento de conversiones de Google Analytics o de AdWords  
No está disponible porque el seguimiento de conversiones no está configurado. Configure el [seguimiento de conversiones](#).
- Alternar de forma equitativa: mostrar anuncios de forma más equitativa durante 90 días; después, optimizar  
Esta opción puede resultar adecuada si optimiza los anuncios con sus propios datos.
- Alternar indefinidamente: mostrar anuncios de menor rendimiento de forma más regular con anuncios de mayor rendimiento y no optimizar  
No se recomienda para la mayoría de los anunciantes.





Guardar y continuar

Cancelar la nueva campaña

Los informes no se generan en tiempo real. Es posible que no se incluyan las impresiones y los clics obtenidos en las últimas tres horas. Hay un retraso de más de 18 horas [para algunas métricas](#). Zona horaria para todas las fechas y horas: (GMT+01:00) Madrid. [Más información](#)

© 2014 Google | [Página principal](#) | [Guía editorial](#) | [Política de privacidad](#)

✓ Seleccione la configuración de la campaña > Cree un grupo de anuncios.

- Todas las campañas online
- Campaña Ejercicio
- Nuevo grupo de anuncios

### Tipo: Solo para la Red de Búsqueda - Todas las funciones

#### Asigne un nombre a este grupo de anuncios

Un grupo de anuncios contiene uno o varios 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:

#### Cree un anuncio

- Anuncio de texto
- Anuncio de contenido digital/de aplicación
- Anuncio para móviles WAP
- Anuncio de ficha de producto
- Anuncio dinámico de búsqueda

Para empezar, solo debe redactar su primer anuncio a continuación. Recuerde que siempre podrá crear más anuncios posteriormente. [Obtenga información sobre cómo redactar un excelente anuncio de texto](#)

Título

Línea descriptiva 1

Línea descriptiva 2

URL visible

URL de destino

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

Anuncio en el lateral

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

Anuncio en la parte superior

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

#### Palabras clave

Seleccione las palabras clave.

Su anuncio podrá aparecer en Google cuando los usuarios realicen búsquedas relacionadas con sus palabras clave.

- Consejos
- Comience con entre 10 y 20 palabras clave.
  - Sea específico: evite usar palabras clave con un solo término. Elija las frases que los clientes utilizarían para buscar sus productos y servicios.
  - De forma predeterminada, las palabras clave son de concordancia amplia con respecto a las búsquedas para ayudarle a atraer a una amplia variedad de tráfico relevante. Utilice [tipos de concordancia](#) para cambiar esta opción.
  - Obtenga más información sobre [cómo elegir palabras clave eficaces](#).

Introduzca una palabra clave por línea.

Calcular tráfico de búsqueda

**Nota importante:** no podemos garantizar que estas palabras clave mejoren el rendimiento de su campaña. Google se reserva el derecho de rechazar cualquier palabra clave que añada. Usted es el responsable de los términos que seleccione y de asegurarse de que el uso que haga de ellos no infrinja ninguna de las leyes aplicables.



## Ofertas de grupo de anuncios

### Coste por clic máximo (CPC máximo)

Para influir en la posición del anuncio, establezca la puja de coste por clic (CPC) máxima. Esta puja es el precio más alto que está dispuesto a pagar cada vez que un usuario hace clic en el anuncio. Puede introducir una puja inicial a continuación, pero podrá modificar este parámetro todas las veces que desee. Para comenzar, pruebe una puja ahora y modifíquela más tarde según el rendimiento de los anuncios.

Oferta predeterminada [?](#)

€

Puede configurar las pujas de palabras clave por separado.

### Este grupo de anuncios no está listo todavía. Para poder publicar los anuncios, deberá realizar las siguientes tareas:

- Cree al menos un anuncio.
- Añada al menos una palabra clave.

Si lo desea, puede guardar el grupo de anuncios ahora y realizar los pasos más tarde.

[Guardar y continuar con la facturación](#)

[Configurar la facturación más tarde](#)

[Cancelar el nuevo grupo de anuncios](#)

Los informes no se generan en tiempo real. Es posible que no se incluyan las impresiones y los clics obtenidos en las últimas tres horas. Hay un retraso de más de 18 horas. [para algunas métricas](#). Zona horaria para todas las fechas y horas: (GMT+01:00) Madrid. [Más información](#)

© 2014 Google | [Página principal](#) | [Guía editorial](#) | [Política de privacidad](#)

Tipo: Solo para la Red de Búsqueda - Todas las funciones

Asigne un nombre a este grupo de anuncios

Un grupo de anuncios contiene uno o varios 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:

**Cree un anuncio**

- Anuncio de texto
- Anuncio de contenido digital/de aplicación
- Anuncio para móviles WAP
- Anuncio de ficha de producto
- Anuncio dinámico de búsqueda

Para empezar, solo debe redactar su primer anuncio a continuación. Recuerde que siempre podrá crear más anuncios posteriormente. [Obtenga información sobre cómo redactar un excelente anuncio de texto](#)

Título

Línea descriptiva 1

Línea descriptiva 2

URL visible

URL de destino

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

Anuncio en el lateral

[Casa Rural en Alpendeire](#)  
[www.ruralpandeire.es](http://www.ruralpandeire.es)  
En Pleno Valle del Genal. 90€/Día  
Totalmente Equipada y Piscina. 8Pax

Anuncio en la parte superior

[Casa Rural en Alpendeire](#)  
[www.ruralpandeire.es](http://www.ruralpandeire.es)  
En Pleno Valle del Genal. 90€/Día Totalmente Equipada y Piscina. 8Pax

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

## Palabras clave

### [Seleccione las palabras clave.](#)

Su anuncio podrá aparecer en Google cuando los usuarios realicen búsquedas relacionadas con sus palabras clave.

#### Consejos

- Comience con entre 10 y 20 palabras clave.
- Sea específico: evite usar palabras clave con un solo término. Elija las frases que los clientes utilizarían para buscar sus productos y servicios.
- De forma predeterminada, las palabras clave son de concordancia amplia con respecto a las búsquedas para ayudarle a atraer a una amplia variedad de tráfico relevante. Utilice [tipos de concordancia](#) para cambiar esta opción.
- Obtenga más información sobre [cómo elegir palabras clave eficaces](#).

Introduzca una palabra clave por línea.

No hay palabras clave de muestra disponibles.

Calcular tráfico de búsqueda

**Nota importante:** no podemos garantizar que estas palabras clave mejoren el rendimiento de su campaña. Google se reserva el derecho de rechazar cualquier aplicables.

Búsqueda

Todas las campañas online

Campaña Ejercicio  
Nuevo grupo de anuncios

✓ Seleccione la configuración de los anuncios.

**Tipo: Solo**

Asigne un nombre a este grupo de anuncios

Un grupo de anuncios de cómo estructurarlos

Nombre del grupo de anuncios

- Historial de cambios
- Conversiones
- Google Analytics
- Google Merchant Center
- Planificador de palabras clave
- Planificador de la Red de Display
- Diagnóstico y vista previa de anuncios

Cree un anuncio

- Anuncio de texto
- Anuncio de contenido digital/de aplicación
- Anuncio para móviles WAP
- Anuncio de ficha de producto
- Anuncio dinámico de búsqueda

Para empezar, solo debe redactar su primer anuncio a continuación. Recuerde que siempre podrá crear más anuncios posteriormente. [Obtenga información sobre cómo redactar un anuncio](#)

Título

Línea descriptiva 1

Línea descriptiva 2

URL visible

URL de destino

**Vista previa del anuncio:** es posible que las siguientes vistas previas del anuncio t

Anuncio en el lateral

[Casa Rural en Alpendeire](#)  
[www.ruralpandeire.es](http://www.ruralpandeire.es)  
En Pleno Valle del Genal. 90€/Día  
Totalmente Equipada y Piscina. 8Pax

Anuncio en la parte superior

[Casa Rural en Alpendeire](#)  
[www.ruralpandeire.es](http://www.ruralpandeire.es)  
En Pleno Valle del Genal. 90€/Día Totalmente Equipada y Piscina. 8Pax

Las **extensiones de anuncio** amplían su anuncio con información adicional como, por ejemplo, [Hacer una visita guiada](#)

## Planificador de palabras clave

Planifique su próxima campaña de la red de búsqueda

### ¿Qué desea hacer?

- ▶ Buscar nuevas ideas para palabras clave y grupos de anuncios 
- ▶ Obtener el volumen de búsquedas de una lista de palabras clave o incluirlas en grupos de anuncios
- ▶ Obtener estimaciones de tráfico para una lista de palabras clave
- ▶ Multiplicar las listas de palabras clave para obtener nuevas ideas para palabras clave

### Consejos sobre el Planificador de palabras clave

[¿Está creando una campaña de la Red de Display? Pruebe el Planificador de la Red de Display](#)

[Cómo utilizar el Planificador de palabras clave](#)

[Diferencias entre el Planificador de palabras clave y la Herramienta para palabras clave](#)

## Planificador de palabras clave

Planifique su próxima campaña de la red de búsqueda

### ¿Qué desea hacer?

#### ▼ Buscar nuevas ideas para palabras clave y grupos de anuncios

##### Introduzca una o varias de estas palabras clave:

Su producto o servicio

casa rural

Su página de destino

www.example.com/page

Categoría del producto

Introduzca o seleccione una categoría de producto.

##### Segmentación <sup>?</sup>

España

español

Google

Palabras clave negativas

##### Personalizar la búsqueda <sup>?</sup>

###### Filtros de palabras clave

Promedio de búsquedas mensuales  $\geq 0$

Puja sugerida  $\geq 0,00$  €

Porcentaje de impr. del anuncio  $\geq 0\%$

###### Opciones de palabra clave

Mostrar ideas ampliamente relacionadas

Ocultar palabras clave en mi cuenta

Ocultar palabras clave en mi plan

Incluir/Excluir

Obtener ideas

### Consejos sobre el Planificador de palabras clave

Encuentre nuevas palabras clave relacionadas con una frase, un sitio web o una categoría.

[Campaña de la Red de Display? Pruebe el Planificador de palabras clave](#)  
[Planificador de palabras clave y la Red de Display](#)





Planificador de palabras clave Su producto o servicio

Añada ideas a su plan

casa rural

Obtener ideas

Modificar búsqueda

Descargar

Añadirlas todas (801)

Segmentación

- España
- español
- Google
- Palabras clave negativas

Personalizar la búsqueda

- Filtros de palabras clave**
  - Promedio de búsquedas mensuales  $\geq 0$
  - Puja sugerida  $\geq 0,00$  €
  - Porcentaje de impr. del anuncio  $\geq 0\%$
- Opciones de palabra clave**
  - Mostrar ideas ampliamente relacionadas
  - Ocultar palabras clave en mi cuenta
  - Ocultar palabras clave en mi plan
- Incluir/Excluir**

Ideas para el grupo de anuncios

Ideas para palabras clave

Términos de búsqueda	Promedio de búsquedas mensuales	Competencia	Puja sugerida	Porcentaje de impresiones del anuncio	Añadir al plan
casa rural	18.100	Alta	0,25 €	0%	»

1 - 1 de 1 palabras clave

Palabra clave (por relevancia)	Promedio de búsquedas mensuales	Competencia	Puja sugerida	Porcentaje de impresiones del anuncio	Añadir al plan
casa rural madrid	3.600	Alta	0,30 €	0%	»
casa rural girona	1.600	Alta	0,30 €	0%	»
casas rurales malaga	3.600	Alta	0,26 €	0%	»
casas rurales con encanto	3.600	Alta	0,26 €	0%	»
casas rurales baratas	8.100	Alta	0,26 €	0%	»
casas rurales en asturias	5.400	Alta	0,40 €	0%	»
casas rurales asturias	12.100	Alta	0,39 €	0%	»
casas rurales	2.400	Alta	0,27 €	0%	»
casa rural asturias	5.400	Alta	0,43 €	0%	»
casas rurales en malaga	1.000	Alta	0,29 €	0%	»

### Búsquedas semanales durante los últimos 12 meses

Estadísticas también disponibles con las descargas



## Palabras clave

### Seleccione las palabras clave.

Su anuncio podrá aparecer en Google cuando los usuarios realicen búsquedas relacionadas con sus palabras clave.

#### Consejos

- Comience con entre 10 y 20 palabras clave.
- Sea específico: evite usar palabras clave con un solo término. Elija las frases que los clientes utilizarían para buscar sus productos y servicios.
- De forma predeterminada, las palabras clave son de concordancia amplia con respecto a las búsquedas para ayudarle a atraer a una amplia variedad de tráfico relevante. Utilice [tipos de concordancia](#) para cambiar esta opción.
- Obtenga más información sobre [cómo elegir palabras clave eficaces](#).

Introduzca una palabra clave por línea.

```
casa rural en malaga
casa rural en ronda
casa rural en alpendeire
casa rural en andalucia
```

No hay palabras clave de muestra disponibles.

[Volver a calcular tráfico de búsqueda](#)

### Resumen del tráfico estimado ?

A continuación se incluyen estimaciones de las palabras clave anteriores.

Basadas en un CPC máx. de **1,00 €** y en un presupuesto de **1,00 €/día**.

CPC medio: 0,54 € - 0,66 €

Clics/día: 0 - 1

Coste/día: ? 0,54 € - 0,66 €

**Nota importante:** no podemos garantizar que estas palabras clave mejoren el rendimiento de su campaña. Google se reserva el derecho de rechazar cualquier palabra clave que añada.

## Ofertas de grupo de anuncios

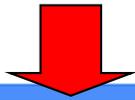
### Coste por clic máximo (CPC máximo)

Para influir en la posición del anuncio, establezca la puja de coste por clic (CPC) máxima. Esta puja es el precio más alto que está dispuesto a pagar por clic. Para comenzar, pruebe una puja ahora y modifíquela más tarde según el rendimiento de los anuncios.

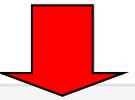
Oferta predeterminada

Puede configurar las pujas de palabras clave por separado.

€



**Guardar y continuar con la facturación**



**Configurar la facturación más tarde**

**Cancelar el nuevo grupo de anuncios**

Los informes no se generan en tiempo real. Es posible que no se incluyan las impresiones y los clics obtenidos en las últimas tres horas. Hay un retraso de más de 18 horas para algunas métricas. Zona horaria para todas las fechas y horas: (GMT+01:00) Madrid. [Más información](#)

© 2014 Google | [Página principal](#) | [Guía editorial](#) | [Política de privacidad](#)

# Ya tenemos nuestra primera campaña creada

Últimos 7 días: 19/01/2014 - 25/01/2014

Todas las campañas online >

Campaña: Casas Rurales

Detenido Tipo: Solo para la Red de Búsqueda - Todas las funciones Editar Presupuesto: 1,00 €/día Editar Segmentación: Málaga, Andalucía, España Editar

Grupos de anuncios Configuración Anuncios Palabras clave Públicos Extensiones de anuncios Dimensiones

Todas las palabras clave excepto las eliminadas Segmento Filtro Columnas Buscar

Clics vs Ninguno Diariamente

Ver mi historial de cambios



Palabras clave Editar Más información Estrategia de puja Automatizar Etiquetas

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Palabra clave	Grupo de anuncios	Estado	CPC máx.	Clics	Impr.	CTR	CPC medio	Coste	Posic. media	Etiquetas
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	casa rural en malaga	Casa Rural Ronda	Campaña detenida	1,00 €	0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	--
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	casa rural en ronda	Casa Rural Ronda	Campaña detenida	1,00 €	0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	--
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	casa rural en andalucia	Casa Rural Ronda	Campaña detenida	1,00 €	0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	--
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	casa rural en alpendeire	Casa Rural Ronda	Campaña detenida	1,00 €	0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	--
		Total: todas las palabras clave excepto las eliminadas				0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	
		Total: búsqueda				0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	
		Total: Red de Display				0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	
		Total (todas las campañas)				0	0	0,00%	0,00 €	0,00 €	0,0	

Mostrar filas: 50 1 - 4 de 4

Palabras clave negativas

# Concordancia de Palabras Clave

La concordancia es lo que nos va a permitir controlar que búsquedas activan nuestros anuncios.

**Amplia: zapatillas tenis**  
Acepta: tenis, zapatillas, comprar zapatillas de tenis, fotos zapatillas de tenis, zapatillas para correr, playeras de tenis

**Amplia modificada: zapatillas +tenis**  
Acepta: tenis, comprar zapatillas de tenis, fotos zapatillas de tenis, playeras de tenis  
NO Acepta: zapatillas, zapatillas para correr

**Amplia modificada: +zapatillas +tenis**  
Acepta: comprar zapatillas de tenis, fotos zapatillas de tenis  
NO Acepta: tenis, zapatillas, zapatillas para correr, playeras de tenis

**Frase: "zapatillas de tenis"**  
Acepta: zapatillas de tenis rojas, comprar zapatillas de tenis, fotos de zapatillas de tenis

**Exacta: [zapatillas de tenis]**  
Acepta: zapatillas de tenis

# Concordancia de Palabras Clave

Existen cinco tipos de concordancias.

# amplia

## +amplia modificada

“de frase”

[exacta]

- negativa

# Concordancia amplia

Es la opción de concordancia predeterminada y significa que el anuncio se puede mostrar si el término de búsqueda contiene las palabras clave en cualquier orden y con otros términos.

Es buena elección si se quiere obtener el máximo volumen de tráfico en nuestra web.

Palabra clave de concordancia amplia

sombreros de mujer

Los anuncios aparecen con búsquedas como estas

sombreros de mujer  
comprar sombreros de señora  
viseras de mujer  
gorro para chicas  
casco de mujer  
comprar sombreros rojos de mujer.

# Concordancia +amplia modificada

Añadiendo un modificador (+) a cualquiera de las palabras clave, los anuncios sólo aparecerán cuando el usuario realice una búsqueda con dichos términos modificados o ligeras variaciones en cualquier orden.

Es buena elección si se quiere aumentar la relevancia, aunque se obtiene menor tráfico que con la concordancia amplia.

Palabra clave de concordancia amplia

+sombrosos de mujer

Los anuncios aparecen con búsquedas como estas

sombrosos de mujer  
comprar sombreros de señora  
sombrosos para chicas  
sombrosos de mujeres  
comprar sombreros rojos de mujer  
porta sombrero para señoras.

## Concordancia “de frase”

Con este tipo de concordancia, el anuncio se puede mostrar cuando un usuario busca la palabra clave exacta o bien la palabra clave exacta con términos adicionales delante o detrás.

Proporciona una orientación más precisa y el público al que llegamos es todavía menor.

Palabra clave de concordancia de frase

Los anuncios aparecen con búsquedas como estas

“sombrosos de mujer”

sombrosos de mujer  
comprar sombreros de mujer  
sombrosos de mujer modernos  
alquiler de sombreros de mujer.

# Concordancia [exacta]

Con este tipo de concordancia, el anuncio se muestra cuando un usuario busque su palabra clave exacta, sin otros términos.

El uso de la concordancia exacta hace que las palabras clave se orienten del modo más preciso.

Palabra clave de concordancia de frase

[sombreros de mujer]

Los anuncios aparecen con búsquedas como estas

sombreros de mujer.

# Concordancia - negativa

Utilizaremos la concordancia negativa, para evitar que el anuncio se muestre a usuarios que realizan búsquedas de determinados términos.

El anuncio **NO SE MOSTRARÁ** si el termino de búsqueda contiene la palabra clave que hemos definido como negativa.

- gratis

- barato

- curso

- trabajo

- estudio.

# Ficha de producto y Shopping, el escaparate del buscador.

Los anuncios de Ficha de Producto y Shopping son un formato de anuncio que nos permite incluir una información única y específica como una imagen, un título, un mensaje promocional y el nombre de la empresa.

# Anuncios de Ficha de Producto y Shopping

Google

camaras de fotos



Web Imágenes Shopping Maps Noticias Más Herramientas de búsqueda

Aproximadamente 31.400.000 resultados (0,40 segundos)

Las cookies nos permiten ofrecer nuestros servicios. Al utilizar nuestros servicios, aceptas el uso que hacemos de las cookies.

Aceptar

Más información

Anuncio relacionado con **camaras de fotos**

[Camaras De Fotos -50% - Avaro.es](#)

[www.avaro.es/Camaras+De+Fotos](http://www.avaro.es/Camaras+De+Fotos)

Ahora gran Oferta! Pedir en esta hora misma y ahorre en su compra.

[Cámaras de fotografía, ofertas cámara de fotos y video digitales](#)  
[tiendas.mediamarkt.es/camaras-fotografia](http://tiendas.mediamarkt.es/camaras-fotografia)

Entre las ofertas de cámaras de fotografía y vídeo digitales que exponemos en este catálogo online, podrás escoger el modelo que más te interese y ...

[Cámaras digitales](#) - [Cámaras Réflex](#) - [Revelado Online](#) - [Objetivos](#)

[Imágenes de camaras de fotos](#) - [Informar sobre las imágenes](#)



[Amazon.es: Cámaras de fotos digitales compactas, tarjetas de ...](#)

[www.amazon.es](http://www.amazon.es) > ... > [Fotografía y videocámaras](#) > [Cámaras digitales](#)

Encuentra una extensa selección de cámaras digitales, fundas, tarjetas de memoria, ...

Compra tu cámara de fotos digital de las marcas Canon, Nikon, Sony, ...

[Resultados de Google Shopping para camaras de fo...](#)

Enlaces Patrocinados



[Nikon Coolpix P520 - rojo](#)

299,90 €

Pixmania.es



[Canon A2500 Powershot ...](#)

96,74 €

Staples Kala...



[Olympus SP-820UZ - ...](#)

156,48 €

Pixmania.es



[Cámara digital Nikon Coolpix](#)

209,00 €

Puntronic



[Olympus Cámara digital](#)

289,19 €

Staples Kala...



[Cámara fotos digital Canon](#)

239,00 €

Puntronic



[CANON EOS 1100D+EF-...](#)

279,00 €

iElectro



[Sony Dsch200b.ce3](#)

180,00 €

eBay

Anuncios

[Cámaras Fotográficas](#)

[encuentraprecios.es/camaras+fotograficas](http://encuentraprecios.es/camaras+fotograficas)

[Cámaras de Fotos en Oferta.](#)

Compara y Encuentra el Mejor Precio

Mostrar solo

Productos nuevos

Las cookies nos permiten ofrecer nuestros servicios. Al utilizar nuestros servicios, aceptas el uso que hacemos de las cookies.

[Aceptar](#) [Más información](#)

Precio

Hasta 200 €

200 € – 500 €

Más de 500 €

€ a  € Ir

Vendedor

eBay

Dofin Mobiles

LambdaTek

Crystal Media Shops

sihogar

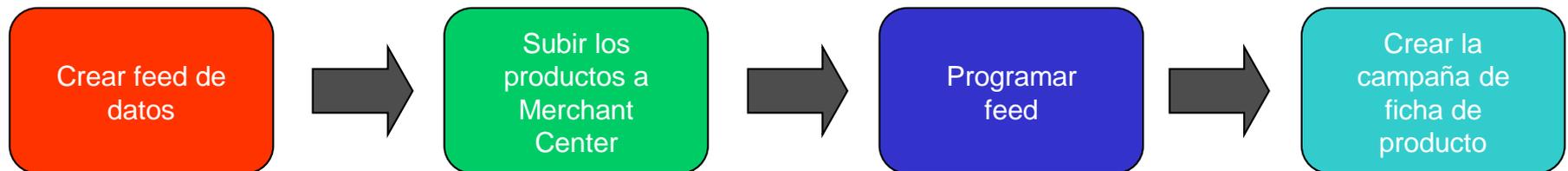
Más

Los enlaces de comerciantes están patrocinados ⓘ

 <p>Sony Cyber-shot DSC-H200 - <b>Cámara</b> digital - compacta <b>146,10 €</b> de más de 5 tiendas</p>	 <p>Nuevo Benq Gh600 <b>Camara</b> Digital 21 X Zoom, Color Negro [9h.a2501.8ae] <b>162,64 €</b> en eBay ★★★★★ (27)</p>	 <p>Nikon D5100 - <b>Cámara</b> digital - SLR <b>380,84 €</b> en 3 tiendas ★★★★★ (32)</p>	 <p>Canon PowerShot SX500 IS - <b>Cámara</b> digital - compacta <b>187,04 €</b> en 2 tiendas ★★★★★ (24)</p>	 <p>Canon EOS 1100D - <b>Cámara</b> digital - SLR <b>279,00 €</b> de más de 10 tiendas ★★★★★ (3)</p>	 <p>Nikon Coolpix P520 - <b>Cámara</b> digital - 3D <b>256,99 €</b> de más de 10 tiendas</p>
 <p>Panasonic Lumix DMC-FZ62 - <b>Cámara</b> digital - 3D <b>308,19 €</b> en 2 tiendas ★★★★★ (24)</p>	 <p>Olympus SZ-14 - <b>Cámara</b> digital - 3D <b>129,26 €</b> en 4 tiendas ★★★★★ (31)</p>	 <p>Sony Cyber-shot DSC-W710 - <b>Cámara</b> digital - compacta <b>64,95 €</b> de más de 10 tiendas ★★★★★ (1)</p>	 <p>Nikon Coolpix L820 - <b>Cámara</b> digital - 3D <b>177,99 €</b> de más de 5 tiendas ★★★★★ (76)</p>	 <p>Olympus Stylus XZ-2 - <b>Cámara</b> digital - compacta <b>259,75 €</b> de más de 10 tiendas ★★★★★ (1)</p>	 <p>Samsung SMART Camera WB800F - <b>Cámara</b> digital - compacta <b>142,99 €</b> de más de 10 tiendas ★★★★★ (4)</p>

# Anuncios de Ficha de Producto y Shopping

## Operativa básica



# Ventajas de los anuncios de ficha de producto.

Aumento del tráfico

Oportunidades de venta mejor cualificadas

Administración más sencilla

Mayor cobertura.

# Dynamic Key Insercion (DKI)

La inserción de palabras clave permite actualizar dinámicamente el texto del título del anuncio con la palabra clave que se usa para orientar el anuncio.

[Compre {Keyword: palabra clave}](#)

Líneas descriptivas 1 y 2 creadas de forma manual por el anunciante.

[www.miempresa.com](http://www.miempresa.com)

# Dynamic Key Insercion (DKI)

Palabras Clave	Texto del Anuncio
chocolate amargo chocolate sin azúcar trufas gurmés de chocolate	<p><u><a href="#">Compre {Keyword: chocolate}</a></u> Pasteles Artesanos de Málaga Envío Gratis desde 30€ <a href="http://www.miempresa.com">www.miempresa.com</a></p>

# Dynamic Key Insercion (DKI)

El cliente busca	El anuncio aparece como...
chocolate amargo	<p><a href="#"><u>Compre Chocolate Amargo</u></a> Pasteles Artesanos de Málaga Envío Gratis desde 30€ <a href="http://www.miempresa.com">www.miempresa.com</a></p>
chocolate sin azúcar	<p><a href="#"><u>Compre Chocolate</u></a> Pasteles Artesanos de Málaga Envío Gratis desde 30€ <a href="http://www.miempresa.com">www.miempresa.com</a></p>

## Acercas del tráfico no válido.

El tráfico no válido se refiere a los clics y la impresiones de anuncios de AdWords sospechosos de no proceder del verdadero interés del cliente, como clics e impresiones realizadas por herramientas automatizadas, así como los clics accidentales.



## Tipos de tráfico no válido

Clics accidentales sin valor, como el segundo clic de un doble clic

Clics manuales destinados a incrementar los costes publicitarios de una persona/empresa

Clics manuales destinados a aumentar los beneficios de los propietarios de los sitios que alojan sus anuncios

Clics efectuados de forma automatizada por herramientas, robots u otro software engañoso.

# Como protege Google del tráfico no válido.

Google ayuda a proteger a los anunciantes contra el tráfico no válido incluso antes de que se incluya en los informes de la cuenta.

El sistema analiza cada clic que se realiza en un anuncio de AdWords a través del estudio de patrones de uso, y se analizan datos de cada clic como IP's, horarios, repeticiones y otra serie de patrones.

# Beneficios de AdWords para mi negocio.

Otros soportes son difíciles de medir o saber a cuantas personas llegamos

AdWords nos permite llegar al cliente en el momento oportuno

Se adapta a cualquier negocio y presupuesto

Inmediatez, en la activación, en la realización de cambios y en la llegada al cliente

Llegar al público adecuado en el momento adecuado.

Muchas Gracias.



ADWORDS  
.....  
QUALIFIED  
PROFESSIONAL  
.....  
Google™

ANALYTICS  
.....  
QUALIFIED  
INDIVIDUAL  
.....  
Google™

segundogalvez@awency.com  
@galvezsegundo  
Telf.- 678 457 567