

**Los Secretos de
Ad Word**

Introducción

En este libro podrás aprender las técnicas del programa informático ad word, ¿qué es ad word?, ¿para que sirve?, ¿cómo puedo sacar beneficio con esta herramienta web?, ad word es un programa con el cual podrás posicionarte en lo más alto en el buscador más utilizados de la web como es google y poder obtener en la mayor rapidez poder conseguir sus clientes en menos tiempo y con menos esfuerzos gracias a la herramienta de la que usted dispone en estos momentos tiene el control sobre los demás usuarios y el poder en sus manos.

En este libro podrá encontrar seis capítulos donde aprenderá de una forma organizada a crear sus propias campañas para el marketing de internet, podrá saber como planificar una campaña, como realizar un cambio geográfico, como ajustar la hora a sus necesidades, como generar un informe personalizado, como crear un grupo de anuncios, como cambiar el idioma al que usted desee, quienes quiere que los vean si por provincia, localidad, estado, etc..., le ayudamos a crear sus propios anuncios de texto, podrá crear anuncios de vídeo y gráficos, sabrá como seleccionar sus palabras clave para los buscadores, podrá controlar su presupuesto, sus costes, su facturación, sus pagos. También podrá seguir sus conversiones, controles y seguimientos de sus palabras clave, el tipo de palabra clave, el seguimiento mediante la herramienta incorporada en el temario Google Analytics.

También podrá aprender en la mejora de sus anuncios, estrategias de optimización, el uso de las palabras clave para su mejor rendimiento y eficacia en sus anuncios, herramientas de google ad word para la optimización entre otros conceptos y técnicas para poder llevar a su negocio a lo más alto en menos tiempo posible "ya que el tiempo es oro", si sigue bien cada capítulo de los que se encuentran en el temario podrá alcanzar sus objetivos.

[Les deseamos mucha suerte y fortuna](#)

Indice

Unidad 1: Introducción a la publicidad por Internet	4,5,6,7,8,9
Introducción a las herramientas de Google	
Unidad 2: Como Planificar sus propias campañas	
Investigación de Mercado	10,11
Marcar Objetivos	12,13,14,15,16,17
Diseñar anuncios con Ad Word	18,19
Unidad 3: Como crear tu primera campaña	
Como llegar a Ad Word	20,21
Selección por Idiomas o País	22,23,24,25,26
Como crear un anuncio de texto	27,28,29
Administrar campañas	30,31,32,33
Establecer Presupuesto	34,35
Unidad 4: Facturación y Presupuestos Diarios de sus campañas	
El CPC o Coste por Clic	36
Configuración de Campañas con Ad Word	37,38,39,40
Opciones de Configuración de Pago	41,42,43
Facturación y Historial Mensual	44
Unidad 5: Calidad, Control y Seguimiento de las Campañas	
El Nivel de las Palabras Clave	45,46
Crear y Gestionar Informes	47,48,49
Unidad 6: Como Optimizar una Campaña	
La Mejora del Rendimiento en sus Anuncios	50
Revisar su sitio Web	51,52,53
Estrategias de Optimización	54,55,56
Optimización de la Cuenta	57,58

Unidad 1 “Introducción a la publicidad por internet”

1.1 Introducción a las herramientas de google

Diseñar y planificar campañas publicitarias por internet.

Administrar y editar grupos de anuncios

Optimizar la campaña y controlar la campaña con el objetivo de obtener mejoras en sus ingresos.

Son soluciones para su negocio hoy en día en Internet que usted podrá aprender con nosotros aquí le ponemos un ejemplo para que lo pueda apreciar mejor.

Ejemplo Maria es dueña de una floristería y José es otra persona a la que le encantaría regalar y darle una sorpresa a su mujer como por ejemplo unas flores. En este caso la dueña Maria es la que vende el producto y José el que lo está buscando.

1.2 Los Buscadores como herramienta publicitaria

El concepto de motor de búsqueda apareció con el desarrollo de internet, los usuarios con interés en recibir información o consultar datos, acceden a un buscador para conocer aspectos prácticos de su vida diaria. Es probablemente el aspecto más apreciado por las comunidades de usuarios no técnicos que ofrece internet.

En unos instantes, el usuario puede consultar

El Deporte, el tiempo, los concursos, la música etc...

La línea de metro, utilizar en sus recorridos por su calidad o saber donde se puede ir hacia una ciudad etc...

Las cotizaciones en bolsa.

Google desde el año 2001 ha adquirido prominencia debido a su concepto de **“page Rank”**, por el que se diseña un conjunto de algoritmos que asignan de forma numérica la relevancia de las páginas web.

Así una empresa que desee posicionar sus productos de forma visible y directa, puede mejorar su visibilidad y por tanto sus posibilidades de venta de sus productos utilizando herramientas como google Ad Words que permiten posicionar de forma prominente su sitio web estando de esta manera también a la altura de la competencia que hoy en día hay en el mercado de Internet.

En Internet el buscador más utilizado es el de google su uso es muy sencillo solo hay que acceder a la web **“ww.google.es”** y aparece por defecto el campo de introducción de las palabras clave. Aquí hay un elemento fundamental **“la palabra clave”** que es en lo que se basan los buscadores para ofrecer los resultados y de esta manera poder encontrar nuestras páginas web no descansan nunca siempre están con nosotros desde que construimos.

Gracias a la publicidad con Google Ad Words y al buscador de google han sido mucho los profesionales y empresas las que han conseguido resultados significativos encontrando clientes nuevos y sacando el máximo provecho que a continuación daremos paso.

Ejemplo José el escribe **"flores para regalar"** los resultados de búsqueda se encuentran en amarillo y también en la barra lateral derecha, mas resultados de avisos de Ad Words.

Los buscadores de Internet, son programas dentro de un sitio o página web, los cuales, al ingresar palabras clave, operan dentro de la base de datos del mismo buscador y recopilan todas las páginas posibles, que contengan información relacionada con lo que se busca de esta manera podemos ser encontrados.

En los buscadores, solo se necesita ingresar la palabra clara o el concepto que desea preguntar y el programador del buscador, entregará una lista de páginas que contienen aquella información entre las que se encuentran muchas veces en las primeras posiciones si pagamos por ello más que otros usuarios de Internet, para ello puede usted ver la competencia.

Tipos de buscadores: (como herramienta publicitaria). Existen básicamente dos tipos de buscadores en Internet. Están los buscadores de Internet tipo directorio y los que operan mediante robots o arañas.

Directorio

Los buscadores en Internet tipo directorios, funcionan igual que cualquier directorio existente, como por ejemplo, las páginas blancas o amarillas que pueden llegar a existir en los distintos países. Estos directorios clasifican y ordenan la información, según categorías preestablecidas.

Dentro de los buscadores en Internet tipo directorios, los más famosos son

Yahoo(El primero en gran escala de su tipo) Muy interesante y eficaz.

Dmoz o el pen directorí Project: Directorio cuya particularidad es que opera mediante editores voluntarios de todo el mundo y sin límites.

Robots o Arañas

Estamos hablando de sitios como Google, una de las páginas más visitadas y exitosas en la búsqueda de información.

Es en estos tipos de sitios en que las palabras clave, juegan un papel principal y importante al ser mucho más , mayor que en los otros buscadores de Internet. Ya que por medio de estas palabras, es que el buscador va , buscando las páginas o documentos que contienen esas palabras o títulos y las ordenan según su preponderancia o relevancia, en comparación a la palabra clave.

Otra denominación común para los buscadores que operan a través de robots es la de **“Morote; de Búsqueda”**.

Uno de los robots más conocidos son

Googlebot de Google.
Slurp de Yahoo.
MSN bot de MSN search.

Ahora, también existen aquellos buscadores en Internet, que satisfacen **“zonas geográficas específicas”**

Hay buscadores de tipo

Provincial
De ciudad
De País
Internacionales

También los buscadores como Google ofrece la opción de búsqueda local que permite buscar dentro de las páginas de un determinado país una ciudad, una provincia o internacional fuera de España si lo deseamos.

Solo hay que definir que es lo que deseamos buscar, e ingresarlo como palabra clave en nuestro motor de búsqueda favorito para obtener la información que necesitamos si no sabe o es principiante Google Ad Word le proporcionará palabras clave que puede utilizar en su actividad o negocio.

¿Cómo encontraría José los servicios de María , si ella posiciona su página web?

Si estuviera bien posicionado el anuncio de Patricia se vería en la parte derecha, de la web.

Google sigue siendo asociado por muchos usuarios como el buscador por excelencia, pero también a parte de ser una potente tecnología para las búsquedas también le ofrece otras alternativas para poder publicitarse como:

Cuentas de correo electrónico que incorpora un chat.
Software de búsquedas para el ordenador.
Mapas geográficos muy completos.
Creador de documentos en línea.
Software gráfico.
Servicios dirigidos a los editores de páginas web.

Google cuenta con una posición privilegiada en cuanto a

- La gestión de publicidad web.
- La adquisición de otros servicios de renombre, como son:

You Tube: Uno de los sitios más visitados en la actualidad y que permite la libre visualización de archivos de vídeo compartido por los usuarios.

Blogger: Es un sitio dedicado a la creación de weblogs puntero.

La publicidad en Google Ad Words (Coste por clic) El anuncio en google Ad words. Los anuncios se ven a la derecha de la página una vez ejecutada la búsqueda y en ocasiones, encima de los resultados.

Estructura de los anuncios

Soluciones e-learning

Título max 25 caracteres atraer clientes potenciales.

Plataformas e-learning herramienta de autor, contenido SCORM

www.nanforiberica.com

La página de destino a la que se dirigirá

Un anuncio con google Adwords tiene un aspecto similar en todos los casos

Texto

Gráficos y animados

Tipo Video

De empresas locales.

Anuncios para móviles.

Para realizar una inserción adecuada de anuncios es preciso conocer algunos terminos.

-CPC (Coste por clic)

Por el que únicamente Google factura al anunciante si quien consulta hace clic en él. No se carga el hecho de que el usuario vea que en una consulta aparece el anuncio.

-CTR (Porcentaje de clic)

Es una herramienta que permite conocer el rendimiento de los anuncios. La relación se establece en dos variables relevancia del anuncio y frecuencia de clics del usuario.

La formula empleada es:

Número de clics que recibe un anuncio---- / Número de impresiones x 100

Impresión de un anuncio

Un anuncio se imprime según Google Ad Words cuando aparece en Google o en los sitios o productos de la red de Google.

CPM(coste por mil impresiones)

Permite establecer ofertas a los anunciantes por impresiones, de forma que en lugar de coste por clic se establecen por 1000 impresiones.

Nivel de calidad

Es el concepto base para medir la calidad de las palabras clave y de los anuncios así como para determinar el CPC. Cuanto más elevado sea el nivel de calidad menor será el precio que se paga por cada clic. Se mide en función del porcentaje de clics y el historial de rendimiento de la palabra clave, la relevancia del texto y otros factores que le ayudarán a obtener sus resultados deseados.

Estimaciones de oferta para la primera página

Se trata de una cifra que calcula la oferta de CPC necesaria para que el anuncio se publique en la primera página de los resultados de búsqueda de google, si la búsqueda coincidiera, exactamente, con la palabra clave es cuando saldría nuestra página web o anuncio que hagamos .

El dato se encuentra en la página de análisis de las palabras clave de la herramienta, este se basa en el nivel de calidad y en la competencia del anunciante en este momento.

Notas de la lección

Buscador tipo directorio

La información se clasifica y ordena según categorías preestablecidas.

Buscador tipo robots o Arañas

Herramientas que permiten conocer el rendimiento de los anuncios.

CTR: Ordenan la información según su preponderancia o relevancia, en comparación a la palabra clave.

Conocer estos términos le ayudarán a saber como funcionan los buscadores de internet y sus métodos de búsquedas.

1.4 La Red de Contenido; de Google como herramienta publicitaria

El anunciante de Google Ad Words permite que sus anuncios aparezcan en la red de Google formada por miles de sitios web y buscadores. Al seleccionar la opción de mostrar sus anuncios en la red de Google se puede ampliar significativamente la presencia de marketing.

La red de Google está compuesta por dos subredes que son las siguientes

Red de Google:

Red de Búsquedas de Google.

Red de contenido Google

Red de búsqueda de Google

Incluye las páginas y los sitios de Google así como propiedades que muestran páginas de resultados.

Los anuncios aparecen junto a los resultados de búsqueda o encima de estos, que serán en color amarillo en la parte superior o en el lado derecho de la página.

Red de contenido de Google

Incluye numerosos elementos web sobre temas como blogs y otras propiedades como Gmail y diferentes periódicos parte de arriba en forma de anuncio texto.

Los anuncios pueden diseñarse para orientarse a una red de búsqueda o para una red de contenidos dependiendo de los objetivos de las campañas publicitarias.

Red de búsqueda de Google.

Red de contenido de Google

El Usuario de Google Ad Words tiene a su disposición herramientas de ayuda para mejorar su posicionamiento, y entorno de trabajo. Con la práctica el anunciante va a ver un aumento en sus contactos a través de teléfono o correo electrónico y una mejora en sus ventas con menor esfuerzo y disfrutando de sus éxitos.

Tema 2 “Planificación de la campaña”

2.1 Investigación de Mercado

La investigación de mercado es un conjunto de actividades que cualquier profesional o empresa debe realizar en base a sus propios recursos para establecer

Un plan de negocio
Lanzar un determinado producto o servicio.
Posicionar sus servicios ante la competencia.

Dependiendo del nivel de análisis los resultados serán más o menos detallados, el conocimiento previo del mercado en el que se encuentre el anunciante es crucial para el éxito de una campaña por ello cuanto mejor sepa cual es su propósito y como dirigir su negocio podrá obtener mejor rendimiento con esta herramienta.

El anunciante debe conocer respuestas o preguntas como

¿Qué oportunidades actuales hay en mi sector?
¿Qué necesita mi cliente potencial?
¿Qué hace mi competencia?
¿Cuáles van a ser las necesidades de mis clientes actuales?
¿Qué clientes quiero tener?
¿Qué voy a hacer realmente que clase de mercado?
¿Qué quiero vender y posicionar en Ad Word?

A mayor conocimiento, mayor serán los éxitos en las campañas con Google Ad words, porque el saber como puede plantear con detalles sus productos o anuncios le ayudarán en su mercado.

El profesional tiene su propia vía de análisis a través de las actividades de estudio definiendo.

.Que es lo que quiere saber, identificando el tipo de información que requiere.
.A que fuente recurrirá
.Como medir los datos obtenidos
.Y finalmente, analizar estos datos para obtener las conclusiones correspondientes que lleven a la conclusión final para obtener beneficios.

Gracias por visitar este Libro Electrónico

Puedes leer la versión completa de este libro electrónico en diferentes formatos:

- HTML(Gratis / Disponible a todos los usuarios)
- PDF / TXT(Disponible a miembros V.I.P. Los miembros con una membresía básica pueden acceder hasta 5 libros electrónicos en formato PDF/TXT durante el mes.)
- Epub y Mobipocket (Exclusivos para miembros V.I.P.)

Para descargar este libro completo, tan solo seleccione el formato deseado, abajo:

