

## CONCEPTOS GENERALES NECESARIOS PARA COMPRENDER COMO FUNCIONA UNA CAMPAÑA PUBLICITARIA EN GOOGLE ADS

El 95% de los productos y servicios que se buscan en Chile para comprar o cotizar se buscan en Google, si no estás en Google no existen para las empresas o personas que buscan lo que vendes. Nosotros te ayudaremos a aparecer en esa primera página del buscador Google, ese lugar privilegiado que hoy hace la diferencia entre sobre vivir o morir comercialmente.

### ¿Cuánto cuesta Google ADS?

El coste por clic de un anuncio de AdWords fluctúa constantemente en el tiempo. Solo entendiendo cómo fluctúa puedes obtener la máxima rentabilidad de tu inversión.

En ATV te prestamos el servicio experto para:

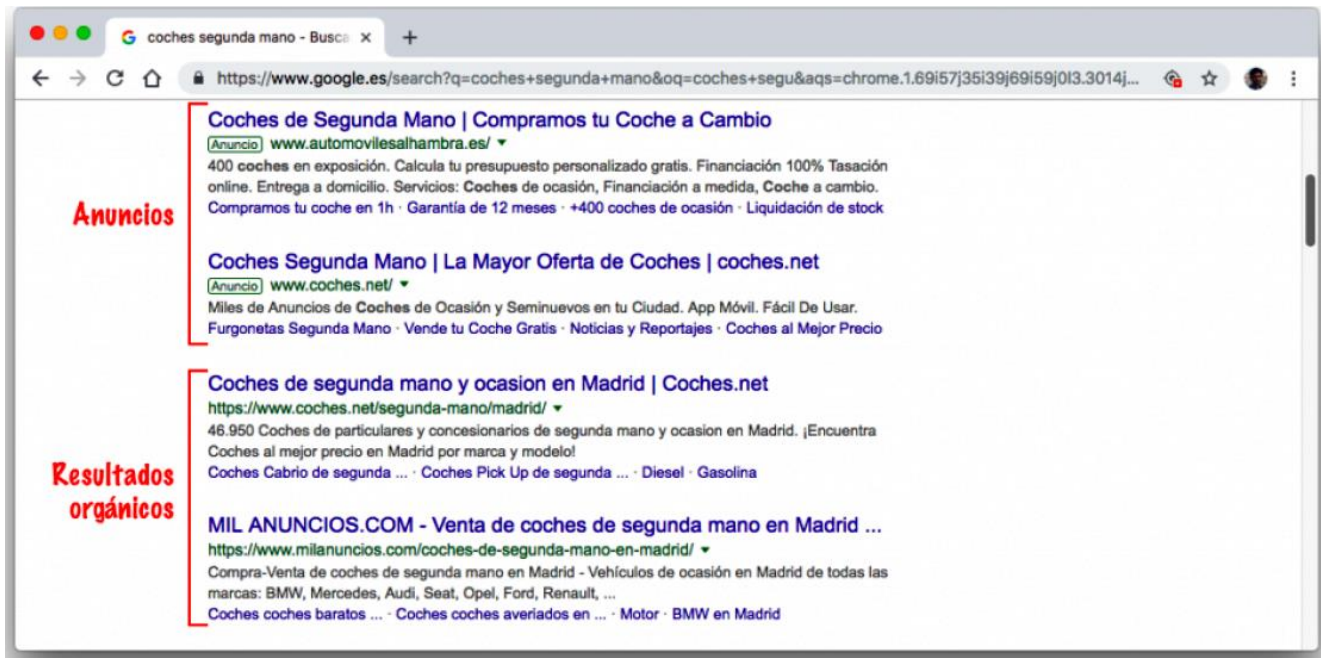
- a. Crear tu campaña de manera profesional, ahorrándote meses de estudio de la herramienta
- b. La configuramos de tal manera que gastes lo menos posible en publicidad y obtengas los mejores beneficios (más llamados de tus potenciales clientes y aumentes tus ventas)
- c. Mantenemos tu campaña publicitaria mes a mes para descubrir que horarios son los adecuados a tu mercado, que ciudades son las más adecuadas a publicar tus anuncios, a que segmento de la población es más conveniente mostrar tus anuncios (por ejemplo: mujeres entre los 18 y 60 años), etc.
- d. Te sugerimos de manera trimestral cuanto invertir en publicidad pagada en Google ADS, de acuerdo a tus objetivos de crecimiento
- e. Te sugerimos que área de negocio no es rentable para tu negocio, con datos objetivos obtenidos de los informes de búsqueda que podemos obtener de Google ADS
- f. Todo esto a un costo orientado a emprendedores que están recién partiendo o a empresas que requieren publicidad para ser visibilizados por potenciales clientes y no cuenta con un presupuesto millonario para esto
- g. Diseñamos y desarrollamos tu sitio web para que se integra de manera natural con Google

El coste por clic de un anuncio de Google Ads cambia a cada momento. Trataré de explicarte cómo para que inviertas en nuestra ayuda y así obtener la máxima rentabilidad.

Google Ads es una herramienta que sirve para que cualquiera publique anuncios que aparecerán en las primeras posiciones de los resultados de búsqueda, lo que se conoce como marketing en buscadores o SEM (otra alternativa es invertir en conseguir posicionamiento de mi sitio WEB mediante posicionamiento orgánico SEO). Cada buscador (Google, Bing, Yahoo!...) tiene su herramienta

equivalente. (Si no sabes qué es el SEO y el SEM debes leer primero [¿Qué es el posicionamiento en buscadores?]).

Para una mejor comprensión del posicionamiento SEM y SEO mira la siguiente imagen.



## ¿Cómo comprender el funcionamiento de una campaña publicitaria en Google ADS?

Con millones de anunciantes intentando sacarle el máximo provecho a Google Ads, la competencia por cualquier palabra clave cambia segundo tras segundo y, por tanto, su precio. Por eso, la cantidad de dinero que los expertos junto con el cliente le indican a Google que será lo máximo que están dispuestos a pagar por clic, a partir de ahí se establece una subasta automática cada vez que un usuario realiza una búsqueda.

El proceso funciona así:

1. Un usuario busca la palabra clave «turismos familiares».
2. Google analiza a todos los anunciantes dispuestos a pagar por la palabra clave «turismos familiares» y multiplica un factor de calidad por la cantidad que están dispuestos a pagar por clic.
3. Google muestra, ordenados de mayor a menor, los anuncios de los anunciantes que han obtenido un mayor resultado en la multiplicación explicada en el punto anterior.

Anunciante	CPC máximo en USD	Factor de calidad	CPC x FC	Posición del anuncio
BMW	2	9	18	2°
AUDI	7	2	14	4°
MERCEDES	5	4	20	1°
VOLKESWAGEN	2,5	6	15	3°

En este ejemplo, Audi, que es el que más CPC está dispuesto a pagar (¡7!), aparecerá el último. Sin embargo, BMW, que sólo ofrece 2, aparecerá el segundo. Mercedes aparecerá el primero, pero para ello ha tenido que ofrecer más del doble que BMW (5). En este ejemplo, el que mejor está haciendo las cosas es BMW, pues es capaz de conseguir un excelente resultado con una modesta inversión.

**El objetivo de la publicidad no debe ser maximizar el resultado, sino optimizarlo y en eso nosotros ayudamos a nuestros clientes.**

Mercedes conseguirá un mayor CTR por aparecer más arriba, pero si tanto Mercedes como BMW invierten la misma cantidad total mensual, BMW habrá conseguido más clics a final del mes. Entonces, según el ejemplo anterior, ¿Mercedes ha pagado 5 por clic? La respuesta es que no.

En realidad Mercedes solo paga la menor cantidad que resulta necesaria para aparecer por encima del anuncio que aparece inmediatamente debajo, en este caso el de BMW.

**Para entenderlo mejor, hagamos un cálculo sencillo (es mucho más complejo de calcular); calculemos a cuánto asciende esta cantidad:**

Puntuación de BMW:  $CPC \times FC = 2 \times 9 = 18,00$ .

Calculamos el CPC que necesitaría Mercedes para igualar el resultado de BMW:  $CPC \times FC = CPC \times 4 = 18$ , despejando  $= CPC = 18,00 / 4 = 4,50$

Entonces, está claro que Mercedes debe pagar 4,5 por clic para igualar el «CPC x FC» de BMW.

Como Google solo cobra la menor cantidad necesaria para aparecer por encima del anuncio que se muestra inmediatamente debajo, lo que Mercedes en realidad pagaría en este caso, si alguien hace clic en su anuncio, es 4,5 en lugar de los 5 que ofrece como puja máxima.

## ¡Contrátanos!

**Te diremos si estás apareciendo en los primeros tres lugares de búsqueda**  
**Te diremos si estás apareciendo en la primera página de búsqueda**  
**Haremos que tu inversión en publicidad pagada sea rentable.**

## **Algunas preguntas y conceptos típicos que necesitas saber.**

**¿Cómo saber cuánto pujar por cada palabra clave?**, Google Ads no proporciona una estimación automática de cuánto debes pujar por cada palabra clave para que tus anuncios aparezcan, esto dependerá de lo que inviertas mensualmente y como está configurada tu campaña publicitaria. Es recomendable empezar pujando un mínimo consensuado entre los expertos en Google ADS y el cliente e ir ajustando en función del número de apariciones que consigas, la posición media en la que aparezcan tus anuncios y lo que te interesa aumentar tus ventas. Si haces bien las cosas, tu posición de anuncios mejorará con el paso del tiempo y la cantidad que debas pagar al principio aumentará y posteriormente será estable o cada vez menor.

**Inversión mensual recomendada**, en la gestión de una campaña de Google Ads puedes jugar con muchas variables, como la franja horaria en la que se mostrarán los anuncios o en qué ciudades. Una vez que sepas qué horas del día o qué ciudades son más rentables, les dedicarás una mayor parte del presupuesto. Para mejorar una campaña necesitas datos y administrar bien esos datos. Nosotros te ayudamos en eso, a usar los datos en tu favor para mejorar tu campaña y alcanzar una alta rentabilidad.

**¿Cómo mejorar una campaña que vende poco?**, es difícil mejorar una campaña con menos 1.000 clics mensuales. Por tanto, si tu CPC medio es de 2 deberías invertir un mínimo de 2.000/mes. Si esta cantidad te parece elevada piensa que no necesitarás 24.000 para publicitarte a lo largo de todo un año. ¡Una de las mejores cosas del Google ADS es que sus resultados se observan a corto plazo! El primer mes después de comenzar con tu campaña publicitaria recuperarás parte o toda de la inversión. El segundo mes los resultados mejorarán, y así hasta que llegues al punto en el que aumentes lo que inviertes en publicidad en Google porque ese gasto estará cubierto cada mes (será una gran y esencial inversión para tu negocio). Nosotros te ayudaremos a quieras invertir en publicidad en Google tanto como te sea posible.

**Y si nadie hace clic en mis anuncios... ¿no pago nada?**, sí, pero sinceramente lo normal es lo contrario, Google usará cualquier término, por rebuscado que sea, para consumir más presupuesto del que puedes invertir. Por eso debes contar con asesores que te ayuden para que tu dinero no se pierda en palabras o frases que no aportaron a tu negocio, porque eso se puede corregir.

**¿Durante cuánto tiempo tengo que invertir?**, ¡Siempre! La idea es que tu campaña publicitaria te produzca más beneficios que gastos. Llegado ese punto, ¿qué sentido tiene prescindir de una herramienta que te hace crecer?. Si por el contrario, si después de tres o meses obtienes un resultado desastroso, quizás no tenga sentido continuar con la campaña. De hecho, un resultado así puede indicar que tu producto o sector es un mal negocio. Esta es la parte negativa de nuestro servicio, si nos contratas te ayudaremos a saber que tienes que "bajar la cortina", con los datos objetivos que Google Ads nos entrega, podremos ayudarte a parar a tiempo.

**Llámanos y te ayudaremos**

**Si no estás en Google no existes para quienes buscan lo que vendes**