



PROGRAMA CLIENTES CON ADS

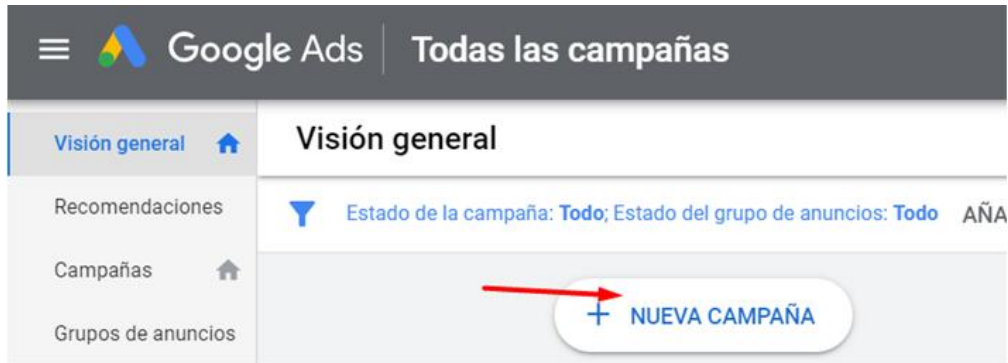
Bonus

Google Ads

CÓMO CREAR UNA CAMPAÑA DE BÚSQUEDA

► Paso 1

Haz clic en una nueva campaña



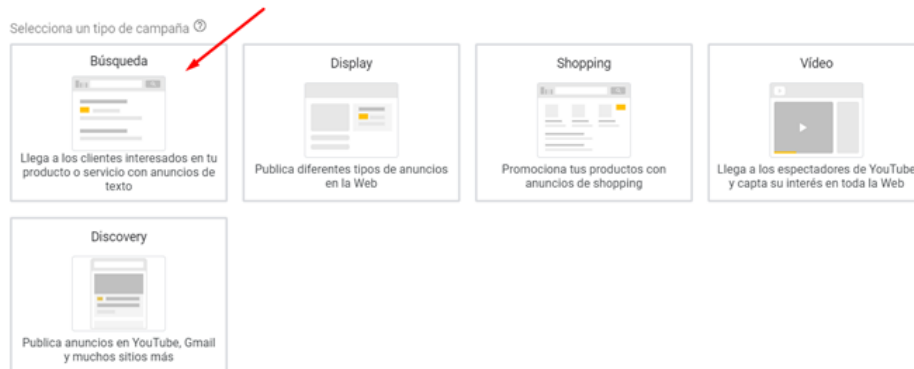
► Paso 2

Elige tráfico web



► Paso 3

Haz clic en búsqueda y pulsa CONTINUAR



► Paso 4

Dale un nombre a la campaña y desmarca display

Nombre de la campaña: ConsultoríaFacebookADS - búsqueda

Redes:

- Red de Búsqueda**: Los anuncios pueden aparecer cerca de los resultados de la búsqueda de Google y de otros sitios web de Google cuando se buscan términos relevantes para tus palabras clave. ☒ Incluir partners de búsqueda de Google
- Red de Display**: Amplía tu cobertura mostrando anuncios a clientes relevantes mientras visitan sitios web, reproducen videos y usan aplicaciones en Internet. ☐ Incluir la Red de Display de Google

No pierdas la oportunidad de llegar a más usuarios en 3 millones de sitios web y aplicaciones

► Paso 5

Elige el lugar, idioma,... así como el **presupuesto diario a invertir** en la campaña

► Paso 6

Da un nombre al grupo de anuncios. Y luego elige las palabras clave que más identifiquen el público al que deseas llegar teniendo en cuenta la concordancia

Tipo de grupo de anuncios: Estándar

Un grupo de anuncios contiene uno o más anuncios y un conjunto de palabras clave relacionadas. todas las palabras clave de un grupo de anuncios en un único producto o servicio.

Nombre del grupo de anuncios: ConsultorFacebookADS

Palabras clave:

- +consultor +facebook
- +consultor +facebook españa
- +consultor +facebook miami
- [consultor en facebook]
- [publicidad en facebook]

Los tipos de **concordancia** ayudan a controlar qué búsquedas pueden activar tus anuncios

palabra clave = concordancia amplia "palabra clave" = concordancia de frase
[palabra clave] = concordancia exacta [Más información](#)

► Paso 7

Crea tu anuncio

Completa 3 variaciones del título (máx 30 caracteres) y 2 variaciones de descripciones (máx 90 caracteres)

En la pantalla de creación de anuncios, tendremos que completar 3 variaciones de títulos de 30 caracteres de longitud máxima, y 2 variaciones de descripción de 90 caracteres de longitud máxima, de esta forma ya Google estará creando variaciones del anuncio combinando las 3 versiones de título con las 2 versiones de descripciones de forma automática.

Nuevo anuncio de texto

URL final

Título 1 0/30

Título 2 0/30

Título 3 0/30

Ruta visible [www.example.com](#) / Ruta 1 0/15 / Ruta 2 0/15

Descripción 1 0/90

Descripción 2 0/90

1 de 2 vistas previas < >

Móvil

Título 1 | Título 2

Anuncio [www.example.com](#)

Descripción 1

Es posible que en tu anuncio no siempre se incluya todo el texto o que el texto aparezca acortado en algunos formatos, pero también puedes asegurarte de que un texto específico aparezca en el anuncio. [Más información](#)

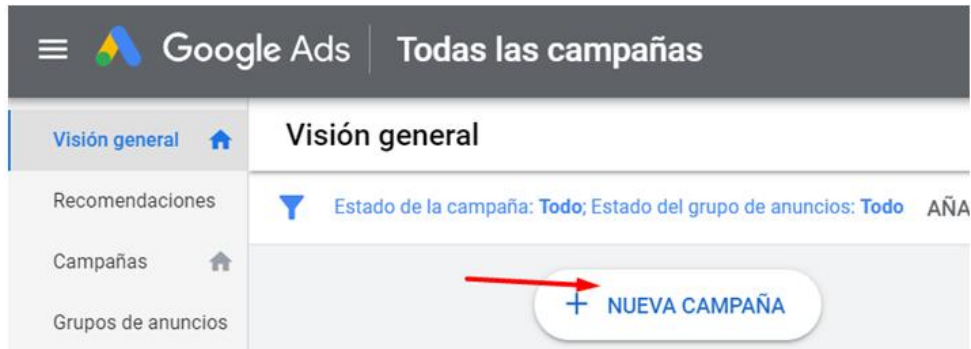
► Paso 8

Repite el proceso para crear más grupos de anuncios y anuncios con otras palabras clave

CÓMO CREAR UNA CAMPAÑA DE DISPLAY

► Paso 1

Haz clic en una nueva campaña



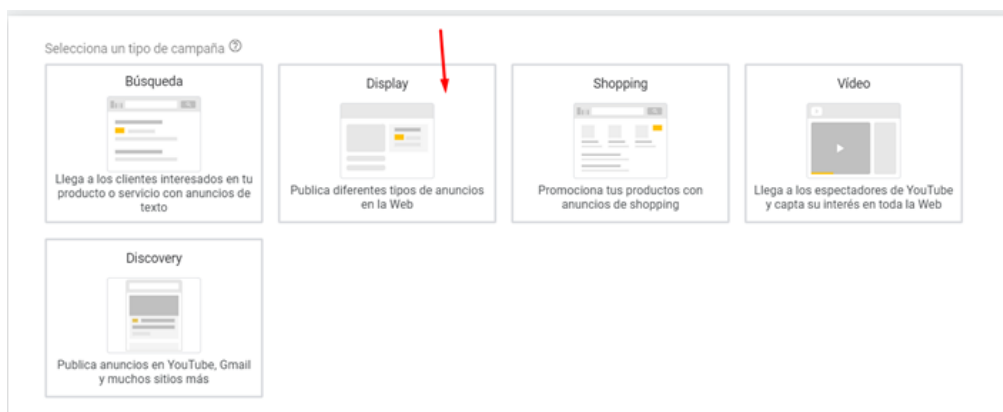
► Paso 2

Elige tráfico web



► Paso 3

Haz clic en display y deja la opción por defecto de “campaña de display estándar”



► Paso 4

Dale un nombre a la campaña y elige lugar, idioma, presupuesto...

Tipo: Display Objetivo: Tráfico al sitio web

Nombre de la campaña: CampañaDisplay

► Paso 5

En audiencias selecciona EXPLORAR y luego haz clic en **“qué buscan habitualmente”** para luego hacer clic en **“audiencias en el mercado”**. Ahí selecciona el interés que tenga que ver más con el tuyo.

Personas: a quién quieres llegar
Define tus audiencias, datos demográficos o ambas cosas

Audiencias

Selecciona audiencias para definir quién debería ver tus anuncios. Puedes crear audiencias en [Gestor de audiencias](#).

Editar audiencias de segmentación GUARDAR

BÚSQUEDA IDEAS (12) **EXPLORAR** No hay nada seleccionado BORRAR TODO

- Quiénes son (Audiencias con datos demográficos detallados)
- Cuáles son sus intereses y hábitos (Audiencias afines y afines personalizadas)
- Qué buscan habitualmente o qué están planificando** (Audiencias con intención de compra, de acontecimientos vitales y personalizadas basadas en la intención)
- Cómo han interactuado con tu empresa (Audiencias de remarketing y similares)

En este ejemplo sería “servicios de publicidad y marketing” porque queremos llegar a personas que quieren hacer publicidad en Facebook.

Editar audiencias de segmentación GUARDAR

< QUEDA IDEAS (38) **EXPLORAR** > 1 seleccionado BORRAR TODO

← Qué buscan habitualmente o qué están planificando

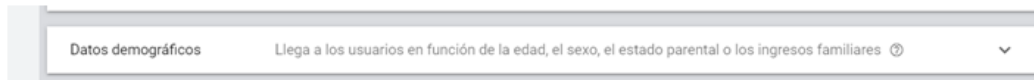
- ☐ Servicios de contratación y de personal
- ☐ Servicios de gestión de nóminas
- ☐ Servicios de impresión y documentos para empresas
- ☒ **Servicios de publicidad y marketing**
- ☐ Servicios financieros para empresas
- ☐ Tecnología para empresas

Audiencias en el mercado

Servicios para empresas
Servicios de publicidad y marketing

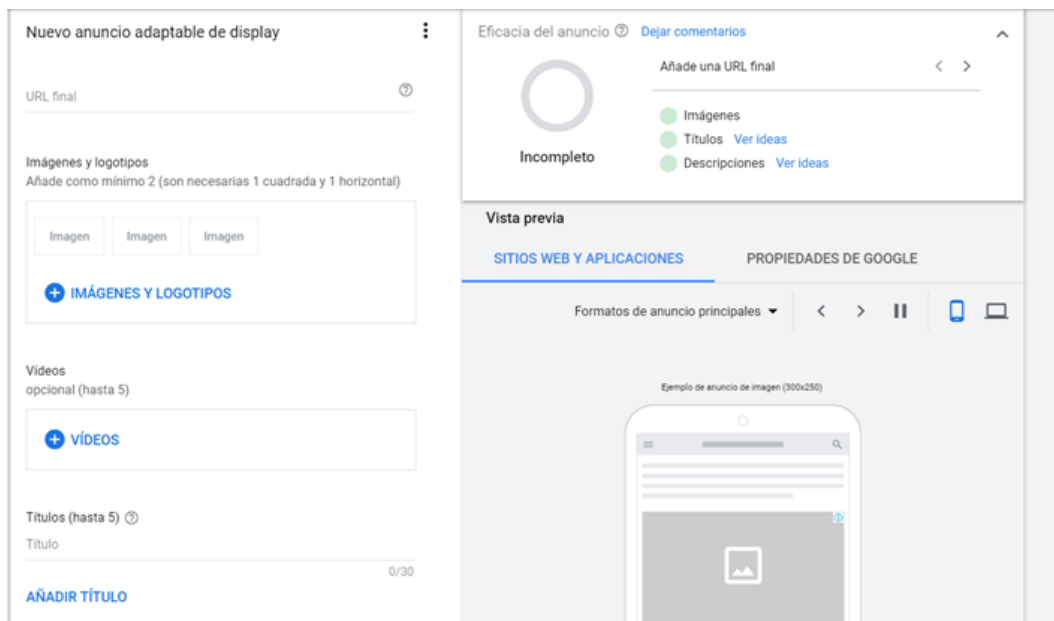
► Paso 6

(Opcional) personaliza a nivel geográfico la audiencia



► Paso 7

Crea tu anuncio adaptable de display a partir de imágenes que tengas (en tu ordenador o en la propia web)



CÓMO CREAR UNA CAMPAÑA PARA APARECER EN GMAIL

El paso a paso es igual que en el caso de “campaña de display” pero en este caso...

En el paso3 elegirás “Campaña de Gmail”

Selecciona un subtipo de campaña. Ten en cuenta que no podrás cambiar esta selección.

- ☐ Campaña de display estándar
Selecciona tu configuración y tus opciones de segmentación, y elige algunas opciones de automatización. [Más información](#)
 - ☐ Campaña inteligente de display
Se optimizan las pujas, la segmentación y los anuncios en función del interés de los clientes en tus productos y servicios y el rendimiento de tu campaña. [Más información](#)
 - ☒ Campaña de Gmail
Muestra anuncios interactivos a los usuarios mientras consultan su correo electrónico. [Más información](#)
- 