

VISIÓN GENERAL DE GOOGLE ADWORDS



Encuentre a su público y deje que él le encuentre a usted

ANUNCIARSE EN GOOGLE ADWORDS SIGNIFICA:

1. Aparecer en el principal motor de búsqueda
 2. Aumentar su exposición a clientes potenciales
 3. Mejorar el tráfico hacia su sitio o división
 4. Generar clientes potenciales interesados
 5. Crear conciencia sobre el producto o especificación del grupo objetivo de la marca
 6. Generar ventas adicionales
 7. Pagar por clic, y no por aparición
 8. Registro simple de los resultados
 9. Determinar el presupuesto máximo usted mismo
 10. Llegar a los consumidores que estén realmente interesados en su oferta de productos
-

Amplíe su cartera de clientes con Google Adwords

Google, el principal motor de búsqueda en España

Todos los días, millones de personas en España usan Google para buscar productos, servicios o información. El buscador de Google tiene una audiencia única del 97,88% de internautas en España¹, lo que le convierte en el principal motor de búsqueda en España.

La clave para el éxito es la relevancia. A partir de la aplicación de tecnología de búsqueda avanzada, Google brinda a los usuarios resultados de búsqueda relevantes y objetivos con una presentación rápida, simple y sistemática.

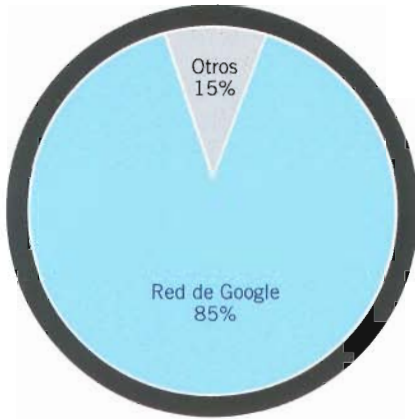
Diríjase a sus clientes cuando ellos le estén buscando

Es ampliamente sabido que para atraer a nuevos clientes es primordial comunicarles los servicios que ofrece lo más pronto posible. ¿Qué puede ser más eficaz que dirigirse a los consumidores mientras ellos estén buscando su producto o servicios en Internet?

Google AdWords, el programa de publicidad online de Google, le ofrece esta posibilidad. El programa, al permitir anunciarse a través de términos de búsqueda, le ofrece la posibilidad de dirigirse a sus clientes potenciales tan pronto ellos comiencen a buscar sus productos o servicios a través de Google.

El sistema es muy simple: el anunciante selecciona los términos de búsqueda relevantes para su producto o servicios y, a continuación, redacta textos publicitarios como complemento. Cuando un usuario de Google escribe uno de estos términos de búsqueda, su anuncio aparece automáticamente junto a la lista de resultados. El anunciante sólo tiene que pagar cuando alguien hace clic en su anuncio. De esta forma, puede comunicarse directamente con los clientes potenciales de manera económica y eficaz.

1. Nielsen Netratings, Noviembre de 2007.



La red de contenidos de Google llega a más del 85% de los usuarios de Internet de España.

Especificación del grupo objetivo

Si selecciona los términos de búsqueda adecuados y escribe textos publicitarios separados para cada grupo objetivo, puede orientar sus anuncios a diversos tipos de clientes en varias etapas del proceso de venta. Por si fuera poco, también puede determinar el grupo objetivo seleccionando los idiomas y los países en los que debería aparecer su anuncio.

Los anuncios de AdWords están disponibles en 250 países y 40 idiomas.

Incrementa el alcance de su publicidad a través de la red de Google

Además de la página de Google que incluye los resultados de búsqueda, puede incrementar el alcance de sus anuncios en los sitios asociados de Google.

Google cuenta con una extensa red de asociados de contenido² compuesta por sitios web como, por ejemplo, youtube, labolsa.com, elpais.com y un sinfín más.

También tiene la posibilidad de publicar anuncios en los sitios de búsqueda asociados. En España, esta red incluye a terra.es, ya.com y elmundo.es.

2. Además de anunciarse en función de la búsqueda de términos, Google AdWords le permite anunciarse orientándose a sitios web. Esta opción le brinda a usted, como anunciante, la oportunidad de determinar los sitios web de la red de contenido de Google donde se mostrarán sus anuncios.

VISIÓN GENERAL DE GOOGLE ADWORDS



GOOGLE ADWORDS



Únicamente paga por respuesta

Google AdWords es diferente a otros programas publicitarios en tanto que se paga por clic y no por aparición. De esta forma, únicamente pagará por la respuesta real a su anuncio y no por la cantidad de veces que aparezca.

Al crear una campaña de AdWords, debe especificar el coste por clic (CPC) máximo que desea pagar por cada término de búsqueda. Nunca se supera este valor. También debe indicar la suma diaria máxima que desea invertir en los anuncios de AdWords. Al ser usted mismo quien determina el valor que está dispuesto a pagar por clic al día, dispone de un gran control sobre el retorno de su inversión (ROI).

Logre sus objetivos de marketing con el ROI más alto

Los anunciantes usan Google AdWords para diferentes objetivos de marketing. Por ejemplo, AdWords puede servir para incrementar sus impresiones, generar clientes potenciales y estimular las ventas online.



Una ventaja destacable de AdWords es que los resultados son tangibles.

Ejemplo:

Objetivo	Resultado pretendido	Punto de medición
Impresión	<ul style="list-style-type: none"> • Publicación orientada a clientes • Sitio web con visitas de usuarios de calidad • Mayor participación 	Cantidad de páginas visualizadas
Recopilando datos del cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Participación en competencia • Solicitud del folleto del paquete de prueba • Suscripción a boletines informativos 	Cantidad de suscripciones a solicitudes
Atrayendo clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Apertura de cuentas • Solicitud de ofertas • Ventas cruzadas entre clientes existentes 	Conversiones
Comercio electrónico	<ul style="list-style-type: none"> • Ventas en línea • Mayor facturación • Promediar el número de pedidos • Valor de la duración por cliente 	Valor de la facturación

Los informes online le ofrecen una perspectiva del valor de sus anuncios 24 horas al día, siete días a la semana³. Además, puede realizar el seguimiento de sus ROI de cada campaña, cada anuncio y cada término de búsqueda.

Gracias a que puede ajustar sus ROI al instante y que sus anuncios únicamente se muestran a los consumidores interesados, Google AdWords es la forma de publicidad más eficaz. Por lo tanto, no es de sorprender que una reputada encuesta de investigación haya revelado que Google AdWords fue el método de marketing directo con los costes por cliente potencial más bajos, siendo más eficaz que el correo electrónico, los anuncios de banner y la correspondencia directa.

3. Para ver análisis completos de sus campañas publicitarias Google pone a su disposición su herramienta gratuita: Google Analytics. Para más información visite: www.google.es/analytics

Todos los componentes de los resultados de Google contribuyen a una experiencia óptima del usuario



A. Términos de búsqueda

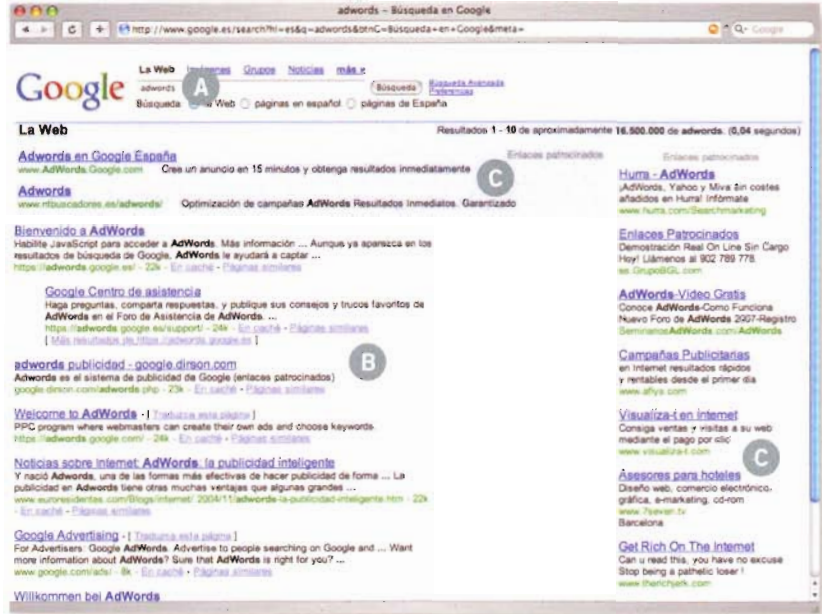
Su campaña publicitaria comienza con los términos de búsqueda que seleccione. Es mejor utilizar términos que sean relevantes para su empresa y que se ajusten a los requisitos de sus clientes. Su anuncio sólo se mostrará a los usuarios cuyas búsquedas se basen en estos términos específicos. De esta forma, no malgastará impresiones para personas que no se encuentren dentro de su grupo objetivo.

B. Resultados

Su anuncio se muestra junto a los resultados producidos por Google, la fuente de información objetiva más valorada de Internet. Con un índice muy superior al de su competidor más cercano y con la garantía de una tecnología avanzada, Google ofrece la forma más rápida y fácil de buscar información relevante.

C. Posiciones de los anuncios de AdWords

Los anuncios de AdWords aparecen por encima y a la derecha de los resultados. Los anuncios más relevantes se ubican en la primera posición por encima de los resultados.



Anunciante	CPC máx.	Nivel de calidad	Posición (CPC máx. x nivel de calidad)	Posición del anuncio
Anunciante A	€0,65	1,0%	065 (€0,65 x 1,0%)	2
Anunciante B	€0,40	1,8%	072 (€0,40 x 1,8%)	1

Ubicación de su anuncio AdWords

La posición de un anuncio de AdWords está determinada por la combinación del CPC máximo y el nivel de calidad, parcialmente basado en el porcentaje de clics (CTR). El valor del CPC máximo no es un factor determinante, el nivel de calidad de su anuncio es igual de importante para precisar la posición. Google recompensa a los anuncios relevantes con el objetivo de garantizar el valor añadido de los anuncios de AdWords para sus usuarios.



Los clientes de VirtualB apuestan por la eficiencia y la medición de resultados que ofrece Google AdWords



Compañía

VirtualB es una empresa con sede en Las Palmas de Gran Canaria especializada en el ámbito de la consultoría de negocios en Internet. Llevan a cabo proyectos de auditorías integrales de marketing online basadas en el desarrollo de sólidas planificaciones estratégicas y de marketing en este canal, además, también imparten formación en e-Business y prestan servicios de e-Legislación, entre otros.

“Adwords es mucho más que un medio efectivo para conseguir clientes. Es una oportunidad para entender el mercado”

Yolanda Hernández Socorro
Fundadora y directora
de VirtualB

Retos

El grueso de los clientes de VirtualB está compuesto principalmente por PYMEs que cuentan con un presupuesto reducido para invertir en publicidad online y que no saben cómo ni dónde planificarlo. Según Ricardo Gopar del Rosario, responsable de marketing de la empresa, “Google AdWords permite que estas pequeñas empresas encuentren oportunidades de negocio en pequeños segmentos y nichos de mercado independientemente de su presupuesto”.

Resultados

Una vez que los clientes de VirtualB han probado Google AdWords y han visto el rendimiento de su campaña, comprueban que, independientemente de sus objetivos la consecución de un buen ROI (retorno de la inversión) está prácticamente garantizado.

VirtualB cuenta con varios casos de PYMEs canarias que se han anunciado con Google AdWords. Por ejemplo, una cadena de alquiler de vehículos, con tan sólo una inversión de 30 euros logró en un día una facturación de 1.000 euros a través de AdWords. De igual forma, un bufete de abogados incrementó el número de solicitudes de comprobación de marcas de 3 (en siete meses) a 15 solicitudes (en sólo 19 días), a un coste de 0,28 euros por cada uno de estos clientes potenciales.

Durante el tiempo que llevan gestionando campañas publicitarias en Google AdWords para PYMEs canarias, todas estas empresas han mostrado su satisfacción con este tipo de publicidad. Además, al ver incrementado el número de visitas, los clientes se sienten motivados a llevar a cabo una mejora continua de su presencia en Internet.

Según Ricardo, “Google AdWords les ha permitido de una forma muy sencilla y en un plazo de tiempo muy reducido, conocer de primera mano las ventajas de comunicar en Internet, entre otros motivos, por la eficacia y eficiencia de las campañas y medición de resultados”. En resumen, en VirtualB consideran que Google AdWords “es mucho más que un medio efectivo para conseguir clientes. Es una oportunidad para entender el mercado”.

Comience a utilizar AdWords Google hoy mismo y amplíe su cartera de clientes.
Para obtener más información sobre AdWords de Google, por favor, visite:
www.google.es/adwords

Si su presupuesto publicitario es superior a 2.000 euros mensuales, puede rellenar este formulario con su información y un gestor de cuentas se pondrá en contacto con usted:
www.google.es/adwords/contactoventas