

# Realiza campañas publicitarias en Google AdWords (1a parte)

**Autor: Cursos Vinculando - 28-07-2013**

<https://vinculando.org/articulos/negocios/campanas-publicitarias-google-adwords-1.html>

Cada vez es más común escuchar que particulares, empresas e instituciones usan la publicidad en internet para dar a conocer sus productos o servicios. Si bien es cierto que existen muchas opciones disponibles, hoy vamos a hablar sobre aquella que es, por mucho, la más grande en número de usuarios: Google Adwords.

Sin embargo, no por ser la más grande te asegura que vas a obtener los resultados que buscas. Es muy importante que sepas usarla para sacarle el mayor provecho posible, y aquí te daré las pautas más importantes que necesitas seguir para lograrlo.

## ¿Cuándo usar anuncios pagados de AdWords?

El primer punto es saber cuándo es el momento propicio para usar esta herramienta, y con los años he comprobado que es excelente para obtener resultados de corto plazo, como al momento de hacer el lanzamiento de un producto o cuando recién empiezas con tu sitio web.

En estos casos, contratar este tipo de publicidad (también conocida como "pago por clic" o pay per click en inglés) te puede dar muchos más visitantes que si únicamente confías en que los buscadores te manden más visitantes.

El punto negativo de esta estrategia es que una vez que dejas de pagar, vas a volver al anonimato, por lo que no puedes depender enteramente de pagar para que te vean.

En este sentido, es de extrema importancia que revises todas las estrategias de SEO explicadas en el primer módulo, pues aunque ello te dará resultados más lentos, te asegura que no dependerás de un presupuesto para que tus clientes te encuentren.

Supongamos que nuestros amigos cafetaleros Víctor y Claudia ya tienen un sitio web, pero quieren hacerle publicidad a un nuevo producto o servicio llegando a más personas que las que hoy conocen.

Escucharon que los anuncios de pago por clic les pueden ayudar y se dieron a la tarea de investigar cómo aprovechar su presupuesto lo mejor posible.

Dentro del sitio de Adwords hay numerosas guías para aprender a usar la herramienta, pero

casualmente han omitido hablar con detalle de algunos puntos que pueden darte mejores resultados pagando menos.

Por ello, aquí me enfoco en esos cuatro aspectos fundamentales:

1. la red de display vs. la red de búsqueda;
2. delimitación geográfica;
3. uso de palabras negativas;
4. crear y medir objetivos.

Una vez que abras tu cuenta como anunciante, el primer paso es elegir tus palabras clave, es decir, aquellas que usarás para que tus posibles clientes te encuentren. En el ejemplo que estamos usando, estas serían palabras y frases como "café verde", "café tostado", "café en taza", "arte latte", etcétera.

Recuerda que esta es una lista inicial que podrás ir cambiando con el paso del tiempo.

Ahora, vas a redactar el texto de tus primeros anuncios y para darte una idea de lo que puedes escribir, ve a Google y busca exactamente aquellas palabras que quieres a usar. En los resultados podrás ver el tipo de anuncio y textos que están usando otras personas y que te darán ideas de lo que tu puedes hacer.

## La red de display y la red de búsqueda

Una vez que hayas creado tus primeros anuncios, en la sección de "Ajustes" debes seleccionar si deseas que éstos aparezcan en la red de display, en la red de búsqueda o en ambas.

Por defecto, Google te sugerirá que lo hagas en ambas, pues ello te dará acceso a las páginas de resultados dentro de este buscador, pero también estarás visible en todos los sitios web que publican anuncios de todo tipo.

La sugerencia de Google es coherente con su trabajo, pues entre más clics recibas, más vas a pagarles a ellos, **pero eso no significa que necesariamente vas a recibir clics de alta calidad.**

Para que puedas elegir la mejor opción para tus necesidades e intereses específicos, necesitas entender que estas dos redes se dirigen a personas que están en etapas diferentes del ciclo de compras.

- **La red de display** es adecuada para quienes quieren posicionar su marca en la mente de los consumidores y tienen la posibilidad de usar anuncios gráficos, texto o videos. De esta manera, quien visita su blog favorito de tecnología, verá anuncios de XYZ aunque en ese momento no lo necesite. Si logras captar su interés, puede visitar tu sitio y saber que

existes, aunque en ese momento no compre nada.

- **La red de búsqueda** es usada por quienes, en ese momento, necesitan un producto o servicio específico. Usa únicamente anuncios de texto y los anuncios aparecen en los resultados de búsqueda de Google y de otros sitios web, pero únicamente cuando un usuario busca tus palabras clave.

Cuando busco aprovechar al máximo mi presupuesto y obtener los mejores resultados, **yo uso solamente la red de búsqueda**. Si quieres darle mayor visibilidad a una marca o un servicio, puedes usar ambas redes, pero depende de tu presupuesto y lo conocida que sea hoy tu marca.