

ÉXITO CON GOOGLE ADWORDS



lapublicidad
eninternet.com

PALABRAS CLAVE

Elemento fundamental de tus campañas de
publicidad en la red de búsquedas de Google

¡Éxitos en tus campañas!

Leandro Testa

BIENVENIDOS

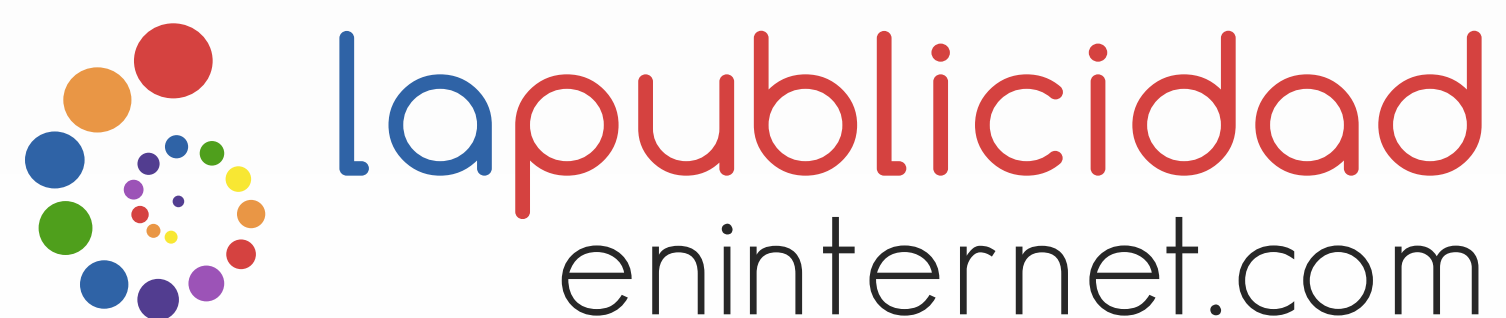
Si decidiste descargar esta guía seguramente sabes que la plataforma de publicidad **Google Adwords** es una de las herramientas más importantes para dar a conocer un negocio en la actualidad.

La magia de este sistema radica en que gracias a Adwords generas un flujo constante de visitas que buscan **exactamente** lo que tú tienes para ofrecer.

Esta guía fue pensada con la idea que te sirva como orientación para elegir tus mejores palabras clave y crear tu campaña de publicidad más efectiva en Adwords.

Te recomiendo que mientras aprendas utilices la herramienta... practicar es la mejor manera para asimilar los conceptos y hacer crecer tus proyectos.

¡Éxitos en tus campañas!



RED DE BÚSQUEDAS

LA LISTA DE PALABRAS CLAVE

Google

palabra clave



Buscar con Google

Me siento con suerte



Google AdWords



¿QUÉ SON LAS PALABRAS CLAVE?

Las *Palabras Clave* son el elemento más importante para iniciar cualquier campaña de publicidad en buscadores de internet. Vamos a comenzar definiendo el concepto de *Palabra Clave* antes de introducirnos en este tema fundamental de una estrategia de anuncios para la red de búsqueda de Google.

Las *Palabra Clave* son las palabras que las personas escriben en el buscador de Internet, para obtener información sobre algo específico. Estos buscadores pueden ser: Google, Bing, Yahoo, Youtube, Facebook, etc.

Específicamente respecto a Adwords, las palabras clave que elegimos en las campañas le van a avisar a Google cuando debe mostrar nuestros anuncios en las búsquedas que hacen los usuarios en su plataforma.

En las acciones de marketing digital tenemos el control de la mayoría de sus componentes: páginas web, mensajes promocionales, niveles de inversión, horarios de publicación, contenido de anuncios, etc., pero no podemos crear nuestras palabras clave. Las personas son quienes eligen sus palabras para buscar la solución o respuesta que tú ofreces.



CREAMOS NUESTRA LISTA DE PALABRAS CLAVE

Piensa en las personas al generar tu lista de palabras clave

Muy probablemente conozcas tu sector de actividad mucho mejor que la mayoría de las personas que buscan en Internet, por eso deberías tener una idea de cuáles son las palabras que la gente utiliza para buscar tus productos o servicios.

Al crear una lista de palabras clave es importante tener presente que las personas no conocen nuestro negocio tanto como nosotros y por eso pueden buscar de maneras muy extrañas.

En la planificación de palabras clave tenemos que contar con una lista de los términos que vienen a nuestra mente al principio, ese será el núcleo de nuestra lista de palabras clave.

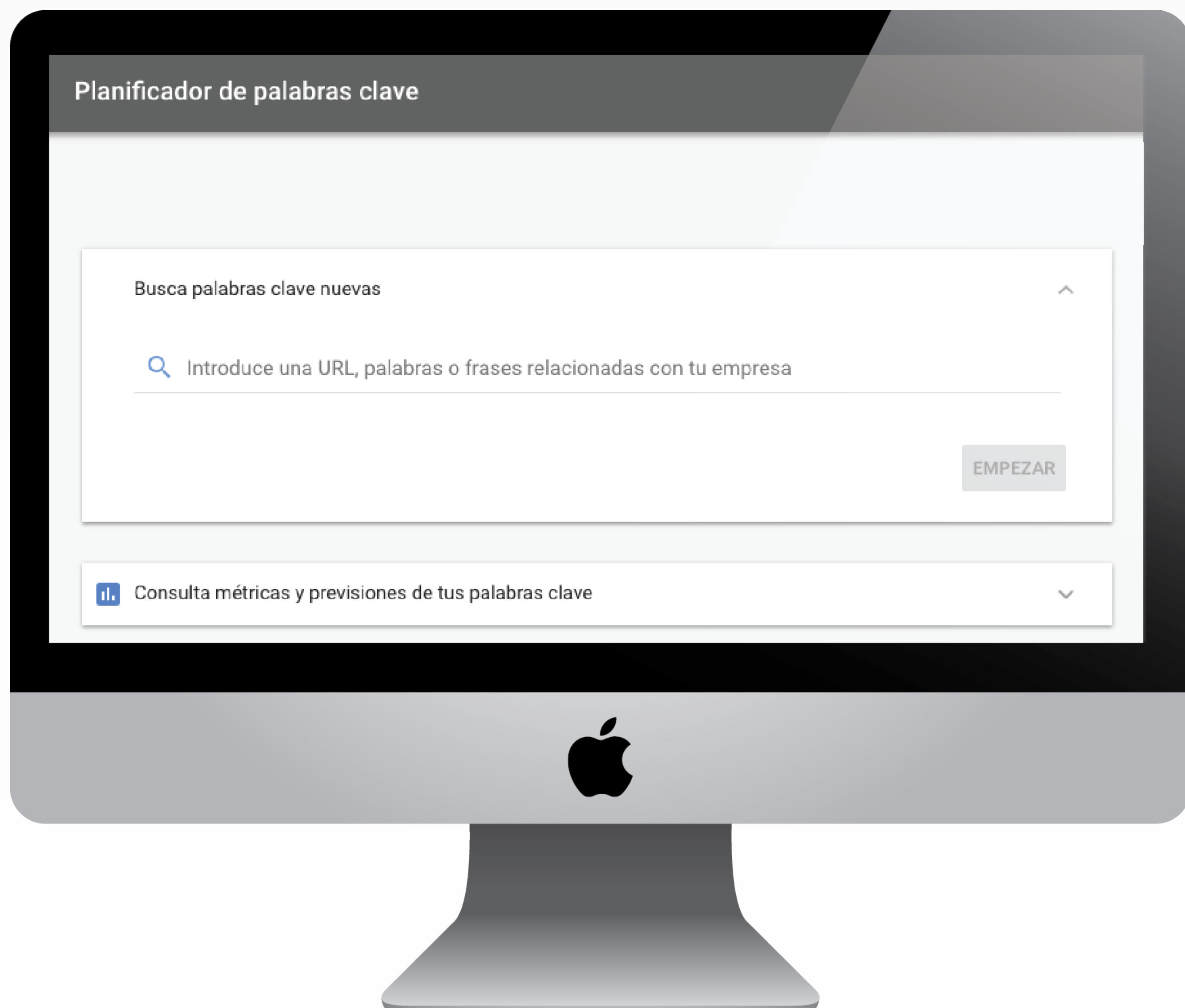
Es importante que identifiquemos las palabras clave más importantes antes de comenzar, porque tener palabras clave significa que podemos ordenarle a Google cuando y a qué usuario deberá mostrar nuestros anuncios en las búsquedas.

Nuestro trabajo aquí no es inventar palabras, sino que debemos identificar los términos o frases que nuestros clientes ya están utilizando en las búsquedas que realizan actualmente.



¿CÓMO AMPLIAR TU LISTA DE PALABRAS CLAVE?

Para ampliar nuestra lista utilizamos el *Planificador de Palabras Clave* de Adwords, con él obtendremos una lista de términos relevantes según las palabras clave que hemos considerado como base. Estas sugerencias que Google nos ofrece están relacionadas con nuestras palabras principales. Por defecto se ordenan por nivel de relevancia y nos va a ayudar a descubrir oportunidades de palabras clave que se nos pueden haber pasado por alto.





¿QUÉ INFORMACIÓN OBTIENES DEL PLANIFICADOR?

Todos los términos que nos ofrece el planificador incluyen la cantidad de búsqueda estimadas que tiene cada palabra, su nivel de competencia y el precio aproximado de puja por cada clic en anuncios (que para nosotros serán visitas hacia la web).

Esta información que tenemos antes de iniciar una campaña en Adwords es fundamental para hacer un rápido análisis del mercado. La posibilidad de conocer la demanda que tienen nuestros productos y el volumen de búsquedas que se hacen en Internet es una gran (y revolucionaria) ventaja.

El Planificador de Palabras Clave, por otro lado, nos permite encontrar palabras que no tienen nada que ver con nuestra empresa, esas serán para nosotros búsquedas irrelevantes relacionadas a nuestros productos o servicios.

Entonces podremos agregar estas palabras como “negativas” en nuestras campañas o grupos, así podremos indicar a Google que no queremos mostrar anuncios en búsquedas que incluyen esas palabras que no nos interesan por ejemplo ‘usado’, ‘gratis’ o ‘ebay’.

Con las palabras negativas no pagamos por visitas irrelevantes y como mejoramos los porcentajes de clics, también aumentamos la calidad de la cuenta.



CONOCE A TU CLIENTE

Luego de descubrir cuáles son nuestras palabras clave más atractivas el trabajo aún no ha terminado.

Ahora deberemos identificar qué hay detrás de esas palabras, porque cada palabra clave representa un paradigma diferente, un indicio acerca de cómo podemos satisfacer una necesidad.

Por ejemplo, los términos de búsqueda en singular y en plural pueden significar diferencias.

Alguien que busca "auto usado" probablemente esté más próximo a comprar que alguien que está escribiendo "autos usados" de manera más genérica.

Deberías saber que por cada persona que escribe "producto A" en Google, habrá 10 personas más que buscan de manera muy diferente y, por ejemplo, pueden escribir:

"Donde puedo conseguir producto A usado" o "Producto A opiniones" "producto A revisión".

Recuerda: tu cuenta de AdWords, si está correctamente estructurada, debe ser capaz de ayudar a las personas para que encuentren algo útil, por ejemplo, tu producto.



ANÁLISIS DE PALABRAS CLAVE

Tenemos que crear una lista de palabras clave que cumpla dos requisitos:

- Que capte la mayoría de búsquedas que sean relevantes para nuestro negocio
- Que excluya las búsquedas que no son irrelevantes.

Debemos tener en cuenta que nunca vamos a poder cubrir todas las búsquedas que existen, verás que la gente es demasiado creativa, inteligente, extraña y hasta busca como si le preguntaran a su madre: *“donde puedo conseguir el Producto A barato, usado y de color azul”*

Por esta razón vamos a utilizar las opciones de concordancia de palabra clave para cubrir más búsquedas con nuestras palabras. Información sobre concordancia de palabras clave en este artículo: [Leer Artículo](#).

Algunos ejemplos de palabras clave podrían ser:

“Comprar el producto A”, “venta de producto A”, “dónde puedo comprar el producto A?”, “producto A de segunda mano”, “el producto A online”, “producto A Madrid”, “el producto A con entrega en Bogotá”, “quien vende el producto A”, “producto A ebay”, “producto A gratis”, etc.



OBJETIVO DEL ANÁLISIS DE PALABRAS CLAVE

El proceso de análisis de palabras clave es fundamental para que nuestras campañas de Adwords sean:

- **Más Relevantes** - activa los mejores anuncios cuando los clientes buscan los productos que ofrecemos.
- **Más Específicas** - muestra anuncios sólo en las búsquedas que realmente son importantes para nuestro negocio.
- **Más Efectivas** - nos ofrecen mayor información para identificar oportunidades de optimización.

Otras herramientas para generar palabras clave

También hay en el mercado herramientas alternativas para analizar palabras clave. Yo te recomiendo comenzar con el Planificador de Google Adwords, un diccionario online de sinónimos, buscar en Google para ver sugerencias y analizar los títulos de los anuncios de búsquedas reales.

Recuerda: ¡Lo importante es comenzar! Te recomiendo que no pierdas tiempo, concéntrate primero en las **3 palabras clave más importantes**, las escribes en el planificador y comienza! Luego irás escalando las campañas para obtener más tráfico y mejores resultados.

Te espero en el próximo paso...

**¡ÉXITOS EN TUS
CAMPAÑAS!**