



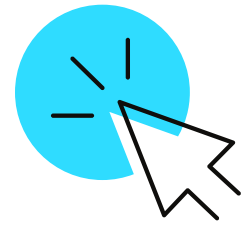
# Aprende a crear la mejor campaña en Google Ads

Guía completa paso a paso  
2023



# GOOGLE ADS

## Crear una campaña paso a paso



1

### Crea una cuenta en Google Ads

Una vez creada, accede con tu cuenta de Gmail a [Google Ads](#).

2

### Objetivo principal

Lo primero que te pregunta es qué tipo de campaña quieres crear, según el objetivo:

- Recibir llamadas
- Recibir visitas en tu negocio físico
- Recibir visitas en tu sitio web para conseguir ventas y suscripciones

3

### Crear una campaña

En el menú de la izquierda ves a Campañas, clicas el botón + y seleccionas nueva campaña.

En la parte izquierda de la pantalla completa los datos solicitados. En la parte derecha verás la previsualización del anuncio según vayas editando.

4

### Objetivo de la campaña

Selecciona el objetivo publicitario de la campaña.

5

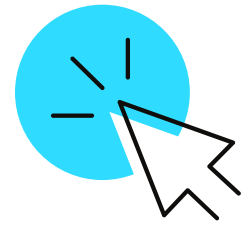
### Selecciona las metas de conversión

Desplázate hacia abajo y elige tus metas de conversión.

- Haz clic en Añadir otro objetivo para incluir más metas.
- Haz clic en el botón de eliminar para quitar metas.

# GOOGLE ADS

## Crear una campaña paso a paso



6

### Elige el tipo de campaña

El tipo de campaña determina en qué sitios de Internet verán los clientes tus anuncios.

Si has seleccionado una meta, verás los tipos de campaña más eficaces para alcanzarla. Si el tipo de campaña tiene subtipos, debemos seleccionar uno.

7

### Títulos y descripciones

Títulos del anuncio: Puedes configurar hasta 15 títulos. Tienes un máximo de 30 caracteres para definir cada uno de ellos.

Descripción: Dispones de hasta 4 descripciones con un máximo de 90 caracteres para que lances tu mensaje.

8

### Añade palabras clave

Añade temas de palabras clave para relacionar tu anuncio con las búsquedas.

9

### Elige la ubicación

Si deseas que tu anuncio se lance a un entorno geográfico, marca el área.

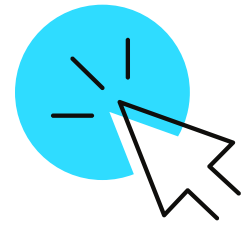
10

### Fija un presupuesto

Google Ads te propone diferentes inversiones a realizar y te ofrece datos sobre el alcance esperado. También puedes establecer a mano tu presupuesto.

# GOOGLE ADS

## Crear una campaña paso a paso



11

### Revisa tu campaña

Revisa en la previsualización todos los datos y configuración del anuncio.

12

### Confirma los datos de pago

Edita la información de pago:

- País de facturación y zona horaria
- Datos fiscales
- Dirección
- Tipo y modo de pago

**¡Tu campaña de Google Ads  
ya está en marcha!**



# CONSEJOS

Para mejorar tus campañas



## ESTRUCTURA DE LAS CAMPAÑAS



Una buena estructura es:

1. **Campaña** con un objetivo determinado
2. **Grupos de anuncios** con un bloque de anuncios relacionados
3. **Varios anuncios** para ver cuál funciona mejor

**No más de 15 palabras clave por grupo de anuncios** y que estén **relacionadas con los anuncios**. Cuidado con hacer caso a la pestaña de **Oportunidades de Google** que propone añadir palabras clave y nos podría descontrolar la campaña.

## PALABRAS CLAVE



## OPTIMIZAR LAS CAMPAÑAS



**Si has empezado hace poco** con tu cuenta en Google Ads y tu presupuesto no es muy grande **no deberías hacer cambios hasta que no pase al menos un mes**.

Después lo mejor es **revisar las campañas 1 vez por semana** y hacer cambios si es necesario.

Los anuncios deben llevar a los usuarios a **páginas relevantes, relacionadas con el anuncio**, ya que es lo que el usuario espera encontrar. A veces recomendamos hacer una landing page para la campaña.

## PÁGINAS RELEVANTES



MISTER ADS  
WORDS WITH POWER

# CONSEJOS

Para mejorar tus campañas



## ORIENTADO AL CLIENTE

Cuando un usuario va a Google es porque tiene un problema o necesidad. **Tus anuncios deben solucionar los problemas y/o satisfacer las necesidades de tu cliente** potencial para asegurarnos generarle interés y que haga clic.

Tu web debe **transmitir confianza y verse correctamente en todos los dispositivos.**

Debemos revisar también que la URL no lleve a una **página 404 u otro tipo de error** y que la **velocidad de carga** sea óptima.

## WEB ATRACTIVA

## A/B TESTS

Debemos hacer **A/B tests para comparar 2 versiones de la web o 2 versiones de anuncios** y quedarnos con la opción que funciona mejor. Para luego volver a comparar con otra opción y así constantemente.

Los objetivos tienen que ser **claros, específicos y medibles.**

Debes tener claro tu objetivo y conocer cuánto te cuesta conseguirlo para poder calcular el ROI de tu inversión.

## OBJETIVOS