

CONCORDANCIA DE PALABRAS CLAVE

QUÉ SON Y PARA QUÉ SIRVEN

Las concordancias de palabras clave son ajustes o configuraciones que podemos aplicar a las palabras clave que utilizamos. Sirven para ampliar o reducir las búsquedas que activan nuestros anuncios en Google.

Todas las concordancias ya incluyen variaciones de mayúsculas y minúsculas, singulares y plurales, errores y variaciones ortográficas, masculino y femenino, etc.

Por ejemplo, si la palabra clave es “niños”, tus anuncios aparecerán también cuando los usuarios busquen: “Niño”, “niño”, “niña”, “niños”, etc.

TIPOS DE CONCORDANCIA

1. CONCORDANCIA AMPLIA

La concordancia amplia se asigna de forma predeterminada a todas las palabras clave si no se especifica ningún tipo de concordancia. Implica que aparezcas en todas las búsquedas que incluyan al menos una de las palabras utilizadas como palabras clave.

Tiene mucho alcance, pero poca relevancia, porque tus anuncios aparecerán muchas veces, pero no siempre en búsquedas en las que te interesa aparecer.

Por ejemplo, si tienes como palabra clave la frase comprar un coche usado aparecerás cuando los usuarios busquen la frase tal cual, pero también cuando busquen cada una de las palabras por separado. Por tanto, puedes aparecer en búsquedas como “dónde puedo comprar un coche usado”, “usado coche comprar”, “comprar un coche”, “comprar un coche nuevo”, etc.

2. MODIFICADOR DE CONCORDANCIA AMPLIA

El modificador se utiliza para restringir la búsqueda, por lo que acota el alcance

de la concordancia amplia, aumentando la relevancia. Únicamente se mostrarán anuncios en las búsquedas que incluyan palabras designadas con el signo + (o ligeras variaciones de dichos términos).

Por ejemplo, si en Google Ads indicas: comprar +coche +usado, ya sólo aparecerían tus anuncios en búsquedas como: “comprar un coche usado”, “dónde puedo comprar un coche usado”, “usado coche comprar”, etc.

3. CONCORDANCIA DE FRASE

Los anuncios aparecerán cuando la búsqueda se haga con la frase completa y en el mismo orden, aunque pueden aparecer ligeras variaciones y palabras adicionales delante o detrás. Este tipo de concordancia se indica en la herramienta con comillas (“...”). Es la concordancia que se recomienda usar en la mayoría de las palabras clave.

En el ejemplo: “comprar bañador de hombre” se mostrarían tus anuncios cuando los usuarios busquen, por ejemplo: “comprar bañador de hombre barato” o “comprar bañador azul de hombre”.

4. CONCORDANCIA EXACTA

Únicamente aparecerán nuestros anuncios como resultado cuando se busque un término exacto o con ligeras variaciones de significado o de palabras funcionales (preposiciones, conjunciones, artículos y otras palabras que no afectan a la intención de una búsqueda), sinónimos, etc. Este tipo de concordancia se indica en la herramienta se indica con corchetes [...].

Por ejemplo, con la palabra clave [comprar bañador de hombre], podrían aparecer anuncios en búsquedas como “comprar bañador para hombre” o “comprar bañador de señor”.

Normalmente se utiliza este tipo de concordancia para modelos específicos (p. ej. [hp pavilion x360]).

5. CONCORDANCIA NEGATIVA

Se utiliza para excluir tus anuncios de búsquedas que indican un término específico y en las que no te interesa aparecer. Se indica con el signo -.

Por ejemplo, si tu marca únicamente vendes bañadores de hombre pues excluir “-mujer” o “-niño”. También puedes utilizarla para excluir términos que consideres negativos como “-feo”, “-barato”, etc.

EJEMPLO DE CONCORDANCIA: MONTBLANC

Montblanc es una marca premium conocida por sus artículos de escritura, especialmente por sus plumas estilográficas. ¿Cómo utilizaría los tipos de concordancia en sus anuncios?

- La marca utilizará en concordancia amplia su nombre: Montblanc.
- En concordancia amplia modificada podría usar “+plumas +oficina” o “+pluma +elegante”. De esta forma, aparecerá en búsquedas como “quiero comprar plumas para mi oficina” o “regalar pluma elegante”, etc.
- Utilizando “plumas estilográficas” en concordancia de frase sus anuncios aparecerán cada vez que los usuarios busquen estas palabras, aunque añadan más a la frase.
- La marca tiene varias colecciones de plumas. Puede usar la concordancia exacta para cada colección y así aparecer en búsquedas específicas de los usuarios: [Montblanc Meisterstück], [Montblanc StarWalker], [Montblanc Bonheur], etc.
- La marca es conocida por su elegancia, calidad y exclusividad, por lo que no le interesará aparecer con plumas corrientes más asequibles. Podría usar en concordancia negativa: “-baratas”.