

Características de los anuncios en Google Adwords



En Google han identificado elementos claves para el desarrollo de anuncios efectivos; entre mejor esté diseñado el anuncio más alcance e impacto va a generar en el mercado objetivo.



Mensaje directo y claro

El mensaje debe ser lo más comprensible posible, los anuncios que se promocionan a través de la red de Google son de visualización rápida por lo que es recomendable ser directos, adicional es importante recordar que estos deben direccionar a una landing page.



Uso de palabras claves (Keywords)



Éstas deben estar incluidas en el título y en los cuerpos de texto descriptivos.

Incluir un Call to Action

Los imperativos o mandatorios hacen que los clientes se motiven a hacer clic en el anuncio, por ejemplo: <llama ya>, <visítanos>, etc.



COMPRA YA



LLAMA YA



Titular

Recomendable tener máximo 25 caracteres e incluir palabras claves.

Body Copy

Debe tener un máximo de 35 caracteres, ser claro en qué producto o servicio se está comercializando y contener un Call to Action.



http://www.



URL visible

Debe tener un máximo de 35 caracteres, esta puede ser diferente a la URL real y tener una redacción creativa y llamativa, además debe incluir palabras claves.