

Actividades Google Adwords

1. Crea 2 campañas de anuncios de Google Adwords, una de nombre SOLVAM y otra con tu nombre.

2. Crea 2 grupos de anuncios por campaña. Uno debe ir dirigido a la página principal del sitio (Solvam o el tuyo), y otro a una página interior del sitio (En el caso de solvam a la web de información del ciclo de DAW, en el caso de tu web donde consideres más oportuno.)

Tipo: Búsqueda con selección de Display - Estándar

Asigne un nombre a este grupo de anuncios

Un grupo de anuncios contiene uno o varios anuncios y un conjunto de palabras clave relacionadas. Para obtener unos resultados óptimos, centre todos los anuncios y todas las palabras clave de este grupo de anuncios en un único producto o servicio. [Más información acerca de cómo estructurar su cuenta.](#)

Nombre del grupo de anuncios:

 Grupo de anuncios nº 2

3. Rellena todos los campos de los anuncios y las URL correspondientes.

4. Crea por lo menos 10 combinaciones de palabras clave por anuncios. Si quieres puedes pedirle ayuda a la plataforma para crear las palabras claves si tu imaginación no llega.

5. Los anuncios solo deben de aparecer en la comunidad valenciana.

6. No se deben de ver desde dispositivos móviles.

7. Debemos de marcar como presupuesto máximo 2 euros al día con un coste de límite de puja de CPC de 0,25 €

Google AdWords

Página principal Campañas Oportunidades Informes Herramientas

ID de cliente: 439-802-2429
lucastrike1@gmail.com

1 Seleccione la configuración de la campaña 2 Crea grupos de anuncios. 3 Crear anuncios 4 Revisar los grupos de anuncios

Idiomas: español Editar

Estrategia de puja Elija si desea configurar las pujas de sus anuncios.

Manual: CPC manual ☐ Habilitar el CPC mejorado AdWords ajusta automáticamente sus pujas para maximizar las conversiones.

Usted decide el coste por clic (CPC) máximo que desea utilizar con sus anuncios.

Oferta predeterminada € 0.25

Esta puja se aplica al primer grupo de anuncios de esta campaña, que creará en el siguiente paso.

Presupuesto € 2 al día
La inversión diaria real puede variar.

Extensiones de anuncio

Utilice esta función opcional para incluir datos relevantes de la empresa en sus anuncios. [Hacer una visita guiada](#)

Ubicación ☐ Ampliar mis anuncios con información de ubicación

Enlaces de sitio ☐ Ampliar los anuncios con enlaces a secciones de mi sitio

Llamada ☐ Ampliar los anuncios con un número de teléfono

8. No permitas que los anuncios se publiquen dentro de la red display, solo dentro de la red de búsqueda.

Google AdWords

Página principal Campañas Oportunidades Informes Herramientas

ID de cliente: 439-802-2429
lucastrike1@gmail.com

Búsqueda

Todas las campañas

Lucas

Grupo de anuncios n° 2

Grupo de anuncios n° 1

SOLVAM

Todos los borradores

Todos los experimentos

Grupos de campaña

Biblioteca compartida

Operaciones en bloque

Etiquetas

Grupos de anuncios Configuración Anuncios Palabras clave Extensiones de anuncio Dimensiones

Toda la configuración Dispositivos

Nombre de la campaña Lucas Editar

Tipo Elija el tipo de campaña al que desea cambiar:
Al cambiar de un tipo a otro se pueden ocultar o mostrar algunas funciones e informes.

Búsqueda con selección de Display Estándar - Anuncios de texto segmentados por palabra clave para la Búsqueda con selección de Display

Búsqueda con selección de Display La mejor oportunidad para llegar a la mayor cantidad posible de clientes

Solo para la Red de Búsqueda Búsqueda de Google y socios de búsqueda

Video Anuncios de video en YouTube y en la web

Redes Búsqueda en Google; Partners de búsqueda; Red de Display Editar

Dispositivos Todos
[Cambiar el ajuste de la puja del dispositivo](#)

9. Configura la página principal de adwords para no mostrar los módulos de las “palabras clave inactivas”.

The screenshot shows the Google AdWords dashboard for a user named 'lucastrike1@gmail.com'. The dashboard displays various metrics and filters for campaign management.

Personalizar módulos

Todas las campañas vs Nada Diariamente

Interactions: 0, Impr.: 0, Interaction rate: 0,00 %, Avg. Cost: 0,00 €, Conversiones: 0,00, Coste/conv.: 0,00 €, Coste: 0,00 €

Mayores variaciones:

No hay informes de mayores variaciones disponibles.

Gráfico de rendimiento

Gráfico de rendimiento de la campaña. El eje X muestra el tiempo desde el lunes, 11 de noviembre de 2018 hasta el jueves, 17 de noviembre de 2018. El eje Y muestra el rendimiento.

Palabras clave de calidad pero con poco tráfico (0)

No hay palabras clave que coincidan.

Las palabras clave están por debajo de la puja de la primera página (0)

No hay palabras clave que coincidan.

Todas las palabras clave habilitadas (0)

No hay palabras clave que coincidan.

Todas las campañas inactivas (0)

No hay campañas que coincidan.

Todas las campañas habilitadas (2)

Campaña	Estado	Clics	Coste	Impr.	CTR	Clics con conversión	Coste/clic convertido	Porcentaje de conversiones de clics	Conversiones
SOLVAM	Apto	0	0,00 €	0	0,00 %	0	0,00 €	0,00 %	0,00
Lucas	Apto	0	0,00 €	0	0,00 %	0	0,00 €	0,00 %	0,00

Ver el filtro guardado 1-2 de 2

Todos los grupos de anuncios habilitados (4)

No hay grupos de anuncios que coincidan.

10. Configura para que te envíen un correo electrónico cuando el coste de la campaña supere 1 € diario.