



# Conceptos básicos sobre la experiencia de la página de destino

El término **experiencia de la página de destino** hace referencia a la calidad de la experiencia de usuario que consideramos que ofrece su página de destino (la página web a la que llega el usuario tras hacer clic en su anuncio). Para mejorar la experiencia de la página de destino (y el nivel de calidad), preste especial atención a estos tres factores: relevancia y originalidad del contenido, transparencia y facilidad de navegación.

Los factores que pueden afectar a la experiencia de la página de destino son numerosos. Por ejemplo, ¿la página de destino guarda relevancia con la búsqueda del visitante? ¿Es fácil encontrar la información de contacto? ¿Resulta fácil navegar por la página? La experiencia de la página de destino no solo afecta al **nivel de calidad** general, sino que también repercute en los costes publicitarios y la posición de los anuncios.

## Importancia de la experiencia de la página de destino

Si tiene coche, probablemente sepa que las revisiones periódicas pueden contribuir a mantener el consumo en un nivel aceptable, evitar problemas mecánicos costosos y mejorar el rendimiento del vehículo a largo plazo. En cierta medida, las páginas de destino son como los coches; si se asegura de mantenerlas adecuadamente, probablemente obtendrá de ellas un mayor rendimiento y le reportarán ahorros con el tiempo.

Una página de destino que ofrezca una experiencia favorable puede ayudarle a granjearse la confianza de sus clientes y, en consecuencia, a hacer que vuelvan a visitar el sitio. Para sacar el máximo partido de su página de destino, facilite a los visitantes la compra de productos, la suscripción a boletines de noticias o cualquier otra acción que desee que realicen en su sitio web.

## Determinación de la experiencia de la página de destino

Para determinar la experiencia de una página de destino, consideramos diversos factores que abarcan desde el contenido real hasta el diseño general de la página. A continuación se describen algunos de los aspectos que debe tener en cuenta durante el diseño de la página de destino.

### 1. Relevancia y originalidad del contenido

- ¿El propósito del sitio le queda claro al usuario?
- ¿El sitio web resulta de utilidad?
- ¿Qué ofrece su sitio que otros no?

Enviar comentarios sobre el Centro de asistencia

## 2. Transparencia

- ¿Es fácil encontrar la información comercial y de contacto?
- ¿Indica desde el principio cómo se trata la información recopilada de los usuarios?
- ¿El usuario puede predecir con facilidad lo que sucederá al realizar una acción en el sitio?

## 3. Facilidad de navegación

- ¿Resulta fácil para el usuario encontrar lo que busca?
- ¿El sitio incluye demasiados enlaces que puedan confundir al usuario?
- ¿El usuario puede localizar fácilmente información adicional o respuestas a sus preguntas?

---

Exclusión de las páginas de destino de la revisión

---

---

Visitas a su página de destino procedentes de dispositivos móviles

---

## Visualización de la experiencia de la página de destino

Al contrario que en el caso del nivel de calidad del sitio, no le proporcionamos un número específico que indique la experiencia de la página de destino. En lugar de ello, le mostramos uno de estos estados: **Superior a la media**, **Medio** o **Inferior a la media**.

Para ver este estado, vaya a la pestaña **Palabras clave** y pase el cursor sobre el cuadro de ayuda situado junto al estado de cualquier palabra clave.

- **Superior a la media** o **Medio**: si ve uno de estos dos estados, todo marcha bien; la experiencia de la página de destino no afectará negativamente a su nivel de calidad
- **Inferior a la media**: este estado indica que la experiencia de la página de destino necesita mejorar y que es posible que, como resultado, el nivel de calidad se vea reducido. Esto significa que son recomendables algunos cambios para mejorar la página de destino del sitio web, como, por ejemplo, asegurarse de que los usuarios puedan encontrar lo que buscan rápida y fácilmente. Una forma de hacerlo consiste en [crear URL de destino para palabras clave individuales](#).

## Experiencia de las páginas de destino y políticas de sitios

Durante la revisión de las páginas de destino, en ocasiones nos topamos con páginas que no cumplen nuestras políticas publicitarias. Por ejemplo, si su página de destino contiene software malicioso (como un virus), es evidente que la página de destino no es en absoluto buena. En un caso así, en lugar de concederle el estado de experiencia de la página de destino "Inferior a la media", lo que hacemos es no emitir ninguna valoración y mostrar el estado de experiencia de la página de destino "No aplicable". Todas las palabras clave y anuncios que remitan a ese sitio web recibirán a su vez el estado "[Sitio suspendido](#)". Este estado significa que no se puede utilizar AdWords para publicitar ese sitio web, ya que no cumple una o varias de nuestras *políticas de sitios*.

El término **políticas de sitios** hace referencia a las [Políticas publicitarias](#) que empleamos para evaluar su página de destino (y el sitio web en general). Si la página de destino o el sitio web contienen algún elemento no

permitido, como software malicioso o productos ilegales, es posible que suspendamos el sitio web con el único fin de proteger a nuestros usuarios. La suspensión de un sitio web implica que el sitio web suspendido no se podrá publicitar hasta que el contenido inaceptable haya sido eliminado de él.

## Mejora de la experiencia de las páginas de destino

Si está intentando mejorar la experiencia de sus páginas de destino, quizás sea el momento de optimizarlas. Consulte las directrices generales descritas a continuación; pueden ayudarle a idear nuevas formas de mejorar la experiencia de sus páginas de destino para obtener de ellas un rendimiento mayor a largo plazo.

### 1. Relevancia y originalidad del contenido

- Asegúrese de que la página de destino sea directamente relevante para el texto y la palabra clave del anuncio.
- En la página de destino, incluya información útil relativa a lo que sea que anuncia.
- Procure ofrecer funciones y contenido útiles y exclusivos de su sitio.
- Considere la posibilidad de añadir reseñas que reflejen la opinión real de personas que hayan utilizado el producto.

### 2. Transparencia

- Facilite a los visitantes la localización de la información de contacto.
- Diferencie los enlaces patrocinados (por ejemplo, anuncios) del resto del contenido del sitio.
- Comparta abiertamente la información acerca de su empresa y describa de forma clara a lo que se dedica.

### 3. Facilidad de navegación

- Procure que el usuario no tenga que dar mil vueltas hasta encontrar la información que necesita.
- Trate de ofrecer al usuario un proceso de compra del producto anunciado que sea rápido y sencillo.
- Asegúrese de que el usuario puede encontrar fácilmente información adicional acerca del producto anunciado.

El sistema de AdWords visita y evalúa las páginas de destino de forma regular. Si ha efectuado mejoras significativas destinadas a mejorar la experiencia de las páginas de destino, es posible que con el tiempo dichas mejoras contribuyan a aumentar los niveles de calidad. Es posible que durante los primeros días las medidas adoptadas no tengan un efecto obvio, pero seguramente observará los resultados en los próximos meses.

## Does Your Landing Page Seal the Deal?

Learn how to go from clicks to customers by directing visitors to the right page of your website. Find out what a

landing page is, how to select the right landing page for your ad, and get tips on creating landing pages that win you customers.

---

## Cómo empezar

[Consejos para mejorar su sitio web](#)

[Conceptos básicos sobre la experiencia de la página de destino](#)

[Cómo crear un sitio para móviles eficaz](#)

[Mejore sus páginas de destino con los experimentos de contenido de Google Analytics](#)

---

### ¿Le ha resultado útil este artículo?

No ayudaba en absoluto

Apenas ayudaba

Ayudaba algo

Ayudaba bastante

Ayudaba muchísimo

---

11

©2013 Google

[Política de privacidad](#)

[Condiciones del servicio](#)

[Políticas publicitarias de AdWords](#)

[Acerca del Centro de asistencia](#)

español

