

Google for Startups

Impulsemos su estrategia digital



17 Noviembre 2022

Agenda

Panorama Digital

Estrategia Digital

Google Ads

Google Search

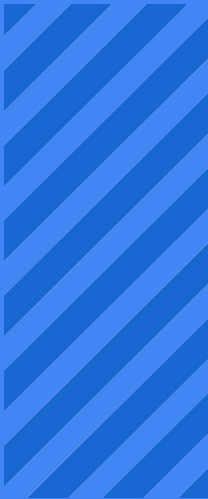
Smart Bidding

Audiencias

Display, Discovery y Video

Caso práctico

Q&A



PANORAMA DIGITAL

¿Cómo es el mundo actualmente?

¿Cómo ve Google el ~~future~~ ahora ?

a.

Experiencias
únicas

b.

Machine
learning

c.

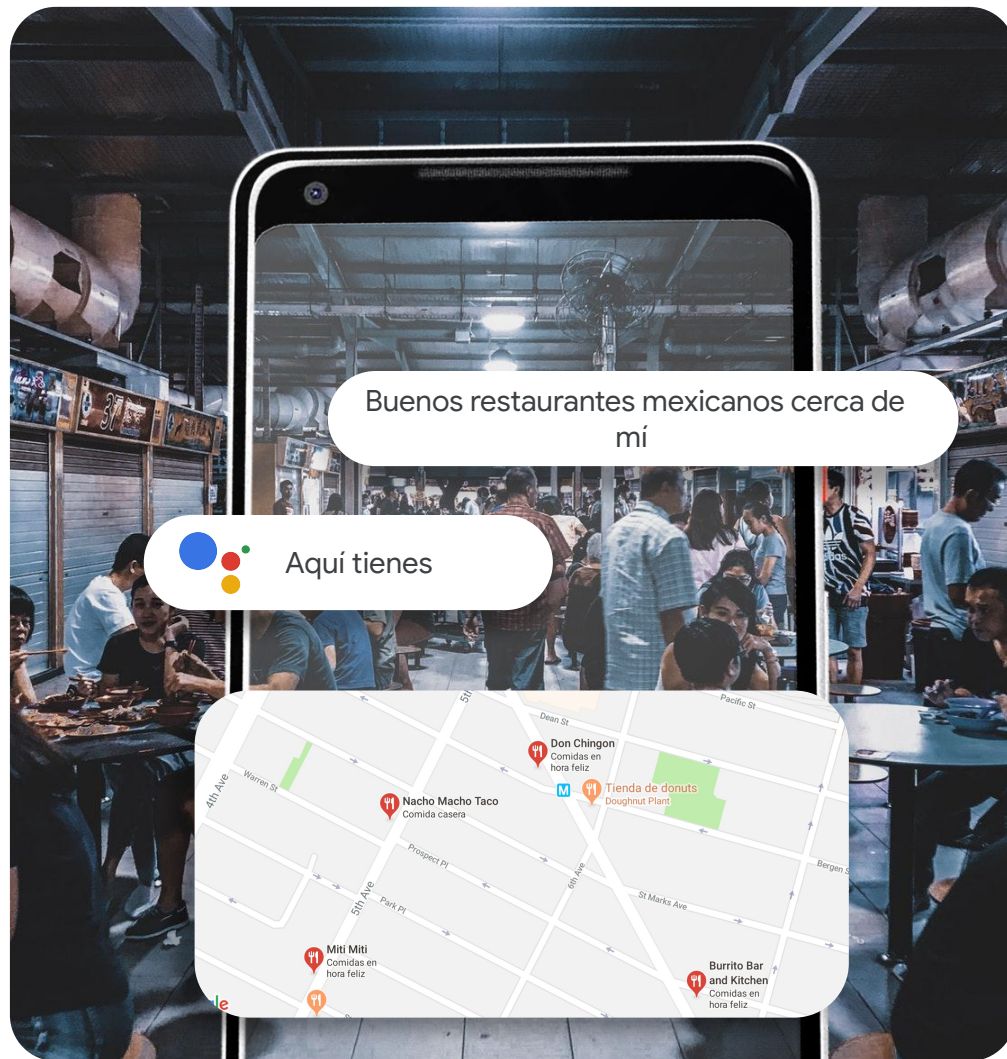
Marketing
digital
personalizado

d.

Auge
visual

a. Experiencias únicas

Los consumidores de hoy **quieren** un servicio sin contratiempos y son leales a las empresas que satisfacen sus crecientes demandas de experiencias **rápidas, relevantes y fluidas.**



b. Machine Learning

En Google creemos que el aprendizaje automático transformará todos los negocios, tanto online como offline



c. Marketing Digital Personalizado

Los datos demográficos ya no son suficientes

Ahora el objetivo es tener un mensaje personalizado para cada cliente

Proprietary + confidential



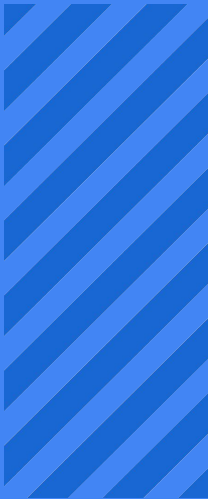
Google

Google for Startups

d. Auge visual

El marketing se trata de atraer la atención de tu marca, y el video es una excelente manera de sobresalir entre la multitud.





ESTRATEGIA DIGITAL

Crece rápido de forma sostenible

¿Cómo lograrlo?

Pensando de forma estratégica en sus objetivos



Objetivos
comerciales



Objetivos de
marketing



Objetivos
digitales



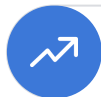
Objetivos de
campaña



Más estratégico

Más táctico

Objetivos comerciales



Aumentar los ingresos



Aumentar las ventas



Ganar market-share a competidores



Incrementar posicionamiento en el mercado



Incrementar base de clientes

Objetivos de marketing

Crear posicionamiento

Influenciar la consideración

Tener más ventas

Crear lealtad

Objetivos y KPIs digitales



Alcance



Frecuencia



Interacción



Conversión

La estrategia de campaña está enfocada en cómo queremos lograr nuestros objetivos



Alcance

- ✓ Unique reach
- ✓ On-target reach
- ✓ Cost per RP
- ✓ Cost per incremental RP
- ✓ Impressions
- ✓ CPM
- ✓ Views
- ✓ CPV
- ✓ GRP



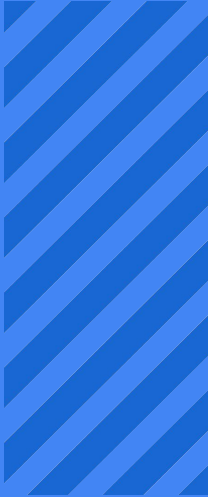
Interacción

- ✓ View-through rate
- ✓ Completion rate
- ✓ Watch time
- ✓ Social interactions
- ✓ Search lift



Conversión

- ✓ Clicks
- ✓ CPC
- ✓ CPI
- ✓ App installations
- ✓ Website visitors
- ✓ Sales lift
- ✓ Purchases
- ✓ ROI
- ✓ CPA



GOOGLE ADS

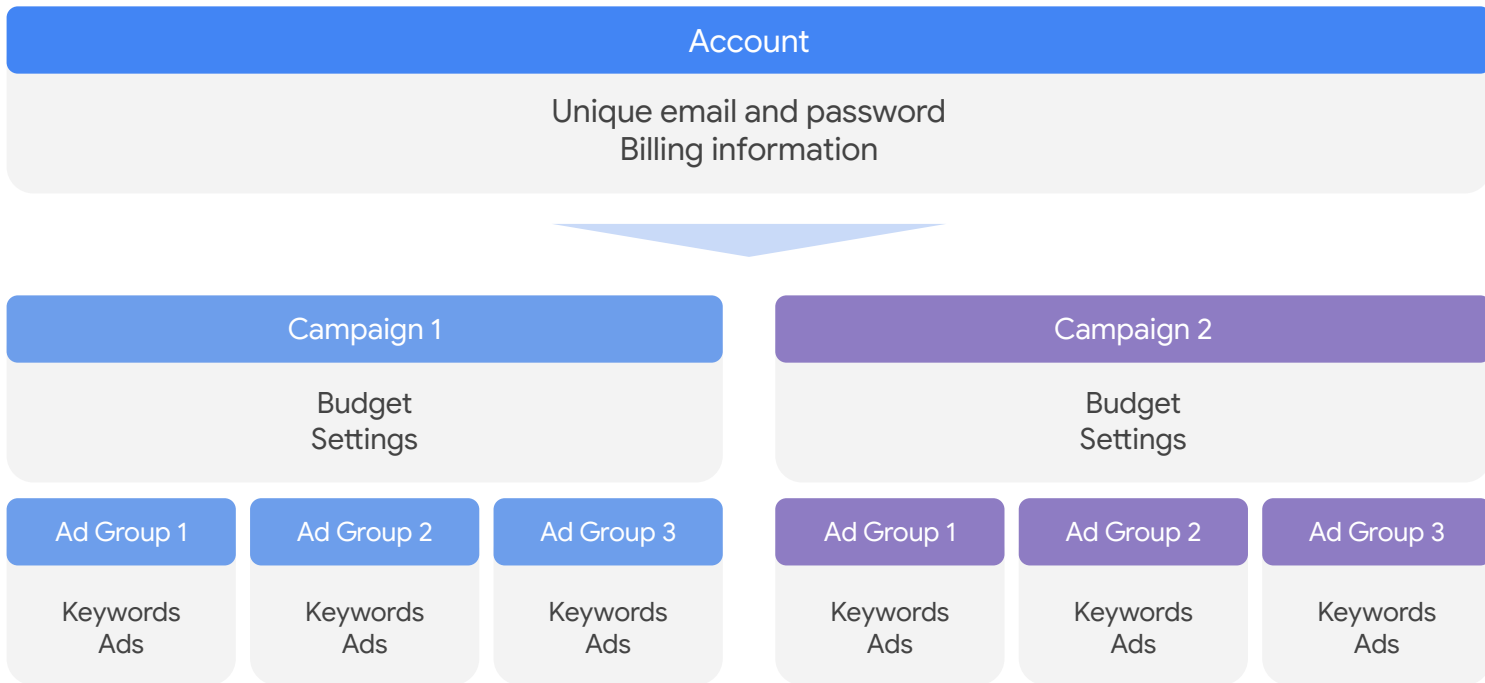
¿Qué es Google Ads ?

Google Ads (anteriormente conocido como Google AdWords) es una plataforma de autoservicio de publicidad de Google para empresas que desean tener campañas de **búsqueda**, **display**, **discovery** y **video** en **Google** y su red de publicidad.

La plataforma **Google Ads** permite a las empresas establecer un presupuesto para publicidad y pagar solo cuando las personas interactúan con sus anuncios.



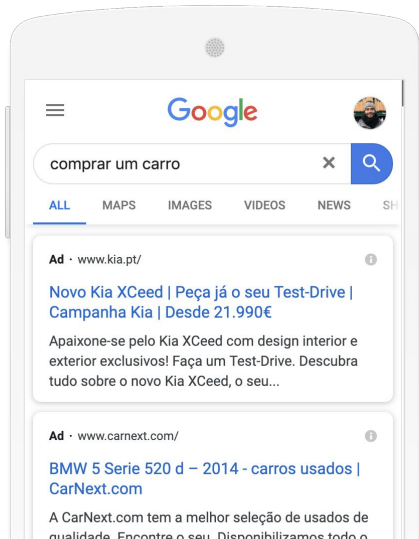
Organización de sus cuentas de Google Ads



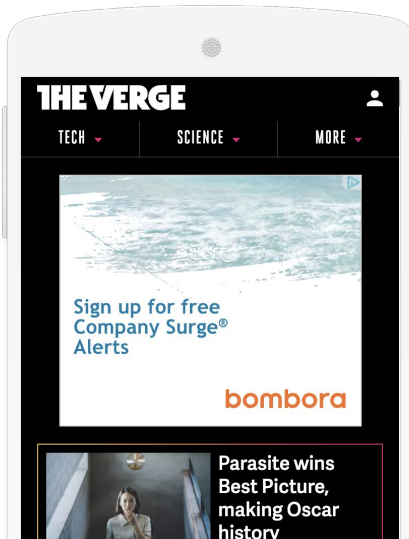
Formatos



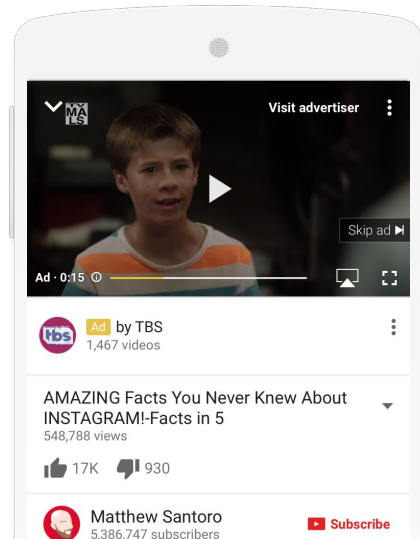
Búsqueda

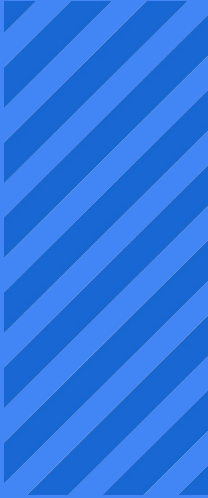


Display



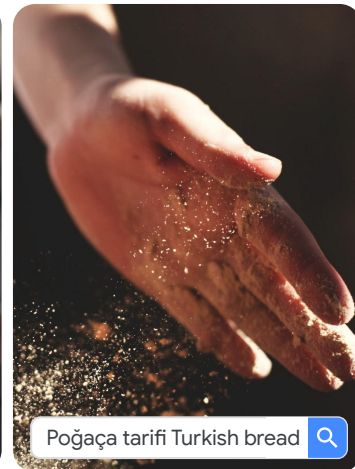
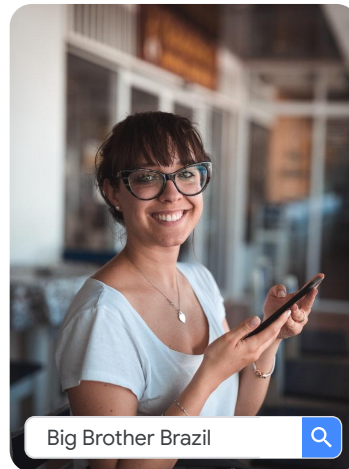
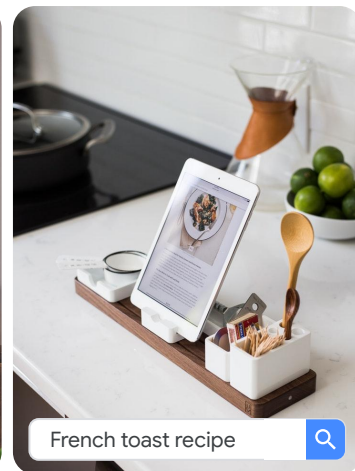
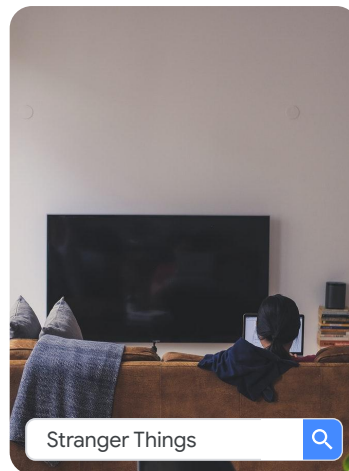
Video





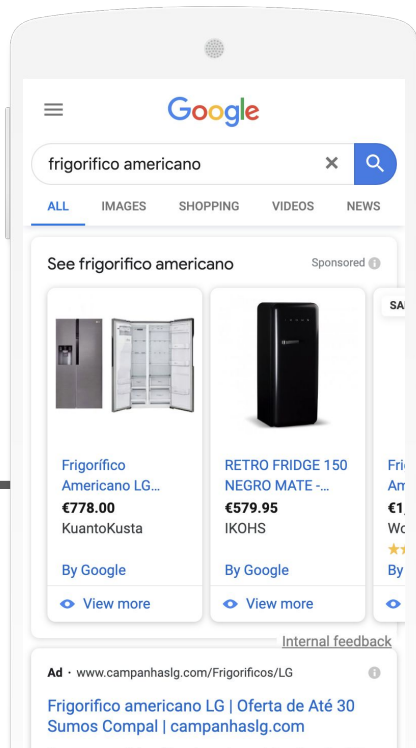
GOOGLE SEARCH

Search

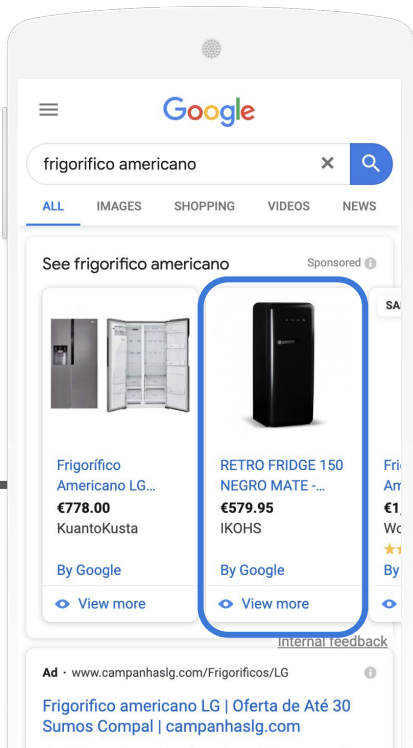


¿Qué sucede en un proceso de búsqueda?

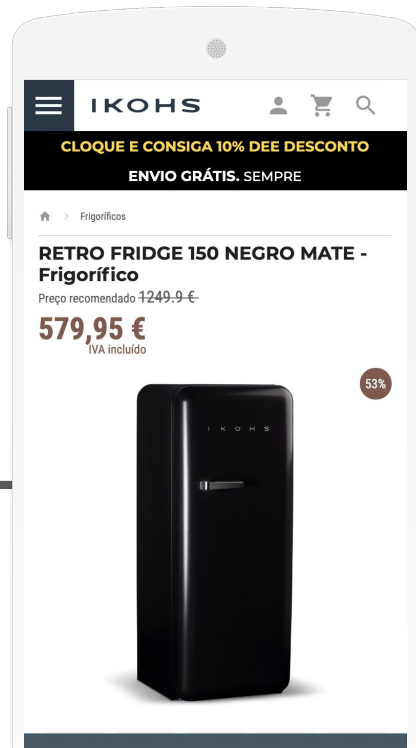
SEARCH



CLICK



SITIO WEB



¿Cómo funciona la subasta?

$$\text{Ad Rank} = \text{Max. Bid} \times \text{Quality score}$$

Entendiendo el nivel de calidad

CTR Esperado



Relevancia del Anuncio



Experiencia de LP



¿Cómo funciona la subasta?

Ad Rank

=

Max. Bid

x

Quality
score

Ad Position	Advertiser	Max. CPC bid	Quality Score	Ad Rank
1	*You*	\$3,00	9	27
2	Competitor A	\$4,00	5	20
3	Competitor B	\$3,00	5	15
4	Competitor B	\$6,00	2	12

Tipos de palabras clave

Los tipos de concordancia en las palabras clave nos permiten tener control de qué términos de búsqueda activan nuestros anuncios

CONCORDANCIA AMPLIA: e.g. **zapatos formales**

CONCORDANCIA DE FRASE: e.g. **"zapatos formales"**

CONCORDANCIA EXACTA **[zapatos formales]**

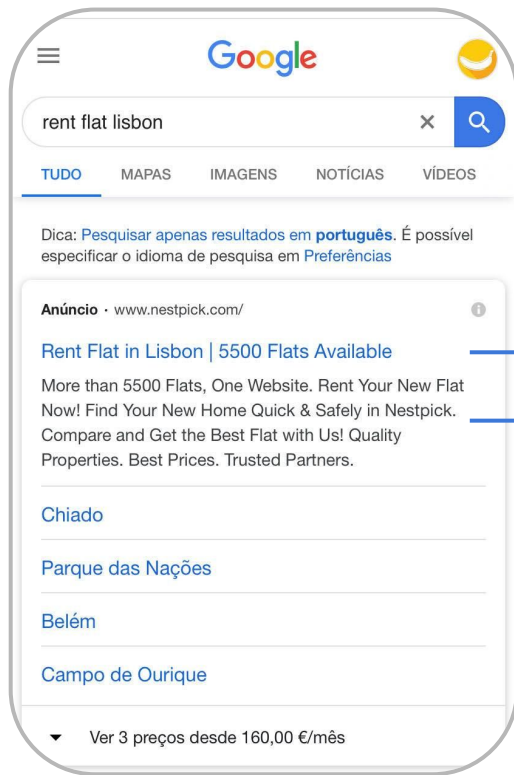


Para llegar a clientes potenciales, los anuncios de texto deben ser **específicos, relevantes y llamativos**



Los anuncios de Google Search se dividen en tres partes:

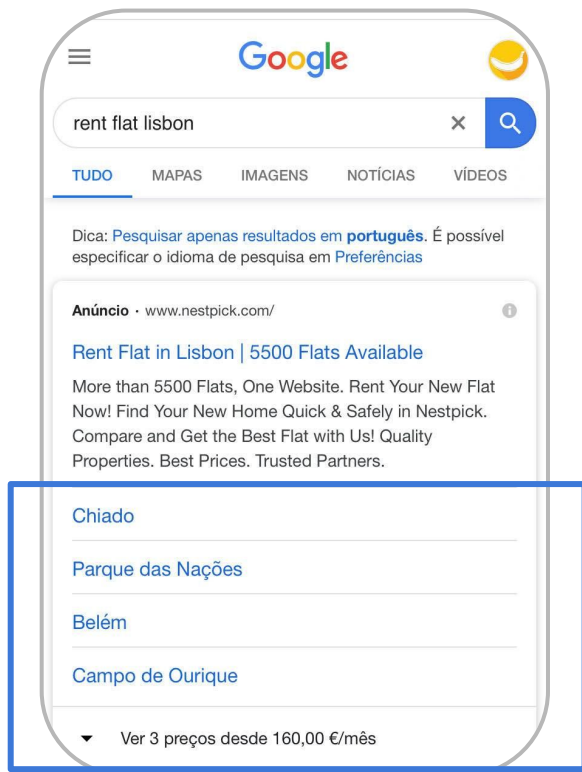
Título, URL visible y descripción



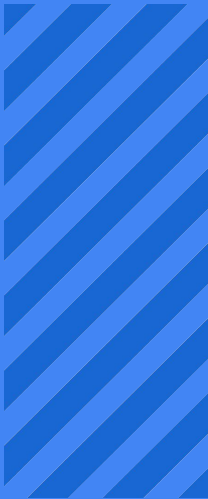
Títulos (30 caracteres máx)

Descripción (90 caracteres máx)

Las **extensiones** le dan al usuario más razones para interactuar con nuestro negocio



Extensiones



Estrategias de oferta



Ofertas de
Palabras Clave



Hace unos años
las ofertas eran
muy simples...





Después
llegaron los
dispositivos
móviles

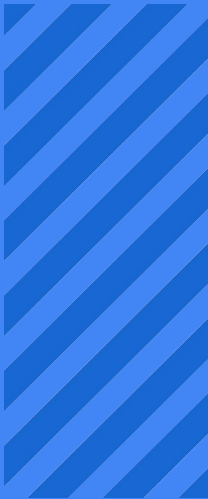


El manejo de campañas se volvió más complejo que nunca



Ofertas inteligentes

es la estrategia de puja más eficiente ya que toma en cuenta todas las señales disponibles para mejorar el rendimiento de forma constante.



ESTRATEGIA DE AUDIENCIAS

Tipos de audiencias disponibles en Google Ads

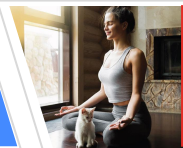
TIPO DE
AUDIENCIA



How can I reach people based on **facts about their life** beyond age & gender?

Datos Demográficos

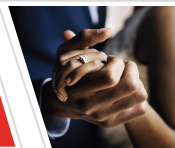
Estatus parental · Estado Civil ·
Ingresos · Educación · Empleo



How can I reach people based on **interests, frequent behaviours and habits**?

Hábitos e Intereses

Afinidad
Afinidad personalizada
Patrones del consumidor



How can I reach people making **purchase decisions relevant to my brand right now**?

Intención y Acción

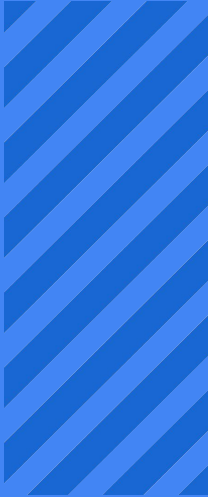
Eventos de vida
En el mercado
Intención personalizada
Remarketing
Videos · Sitio web · Audiencias Similares
Customer Match
Email · Dirección · Teléfono · Audiencias Similares

MÁS
ADECUADO
PARA

Awareness

Consideración y lealtad de marca

Intención de compra / Conversiones online y offline



DISPLAY

¿Qué hace diferente a Google Display?

Intención



+1B de usuarios en 9 plataformas,
con **señales que se conectan**

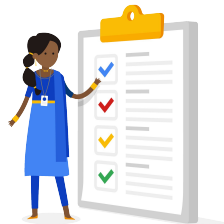


Sitios Web y Aplicaciones que son
parte de la **GDN**

Performance



de los usuarios mundiales de
internet, son alcanzados por la **GDN**



formatos para cada objetivo

Audencias impulsadas por Machine Learning



señales que se analizan para fortalecer
la puja, audiencia y specs creativos



identificación de audiencias y del
usuario

Lo más nuevo en Display: Discovery Campaigns

Discovery Ads

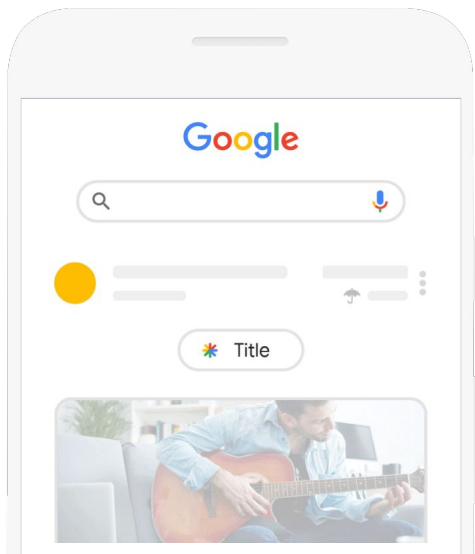


Powered by
Smart Bidding

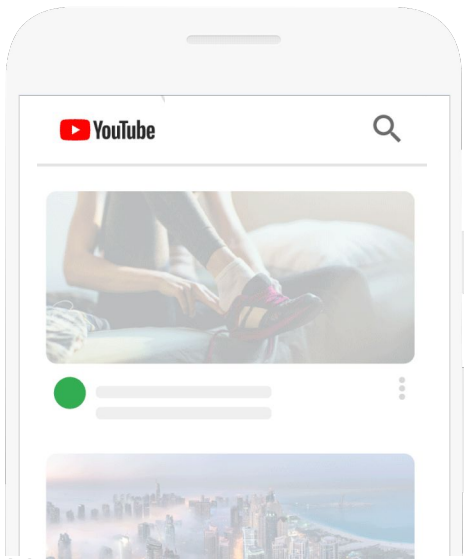
Llegue a nuevos clientes en las diferentes propiedades de Google
en el momento adecuado



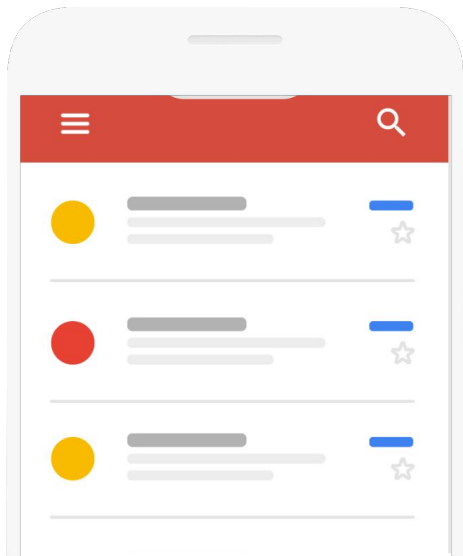
Descubriendo intereses

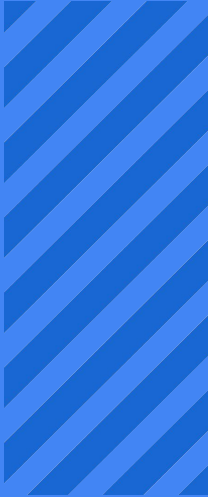


Viendo videos



Leyendo sus emails





VIDEO

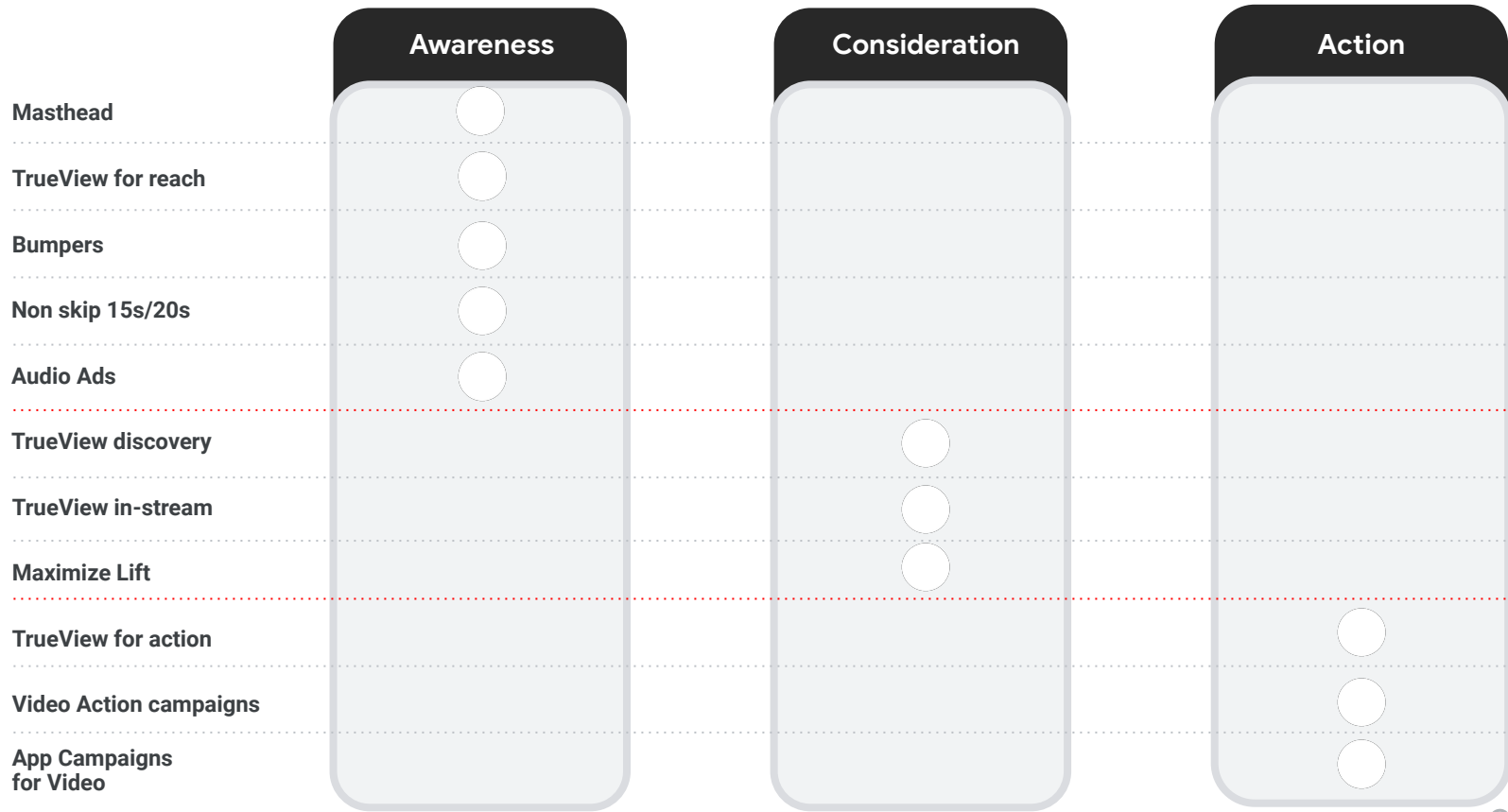


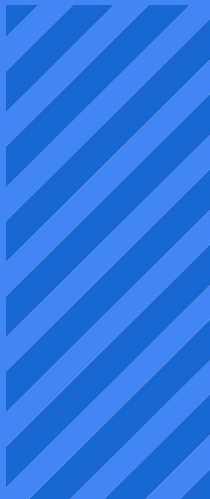
YouTube para diferentes objetivos de marketing

Utilizar campañas de video para diferentes objetivos de marketing te permite **llegar a clientes en las diferentes etapas de su recorrido mientras logras tus objetivos de negocio.**

Los diferentes formatos permiten que los creativos y señales trabajen en conjunto para lograr una estrategia full funnel

Escoge el **formato** correcto de acuerdo a tus **objetivos**





MEJORES PRÁCTICAS PARA START-UPS

Objetivos

Órdenes (no Retail)

Objetivos

- ✓ Vista de producto
- ✓ Agregar al carrito
- ✓ Ventas

Formatos

- ✓ Search
- ✓ Display
- ✓ Discovery

Audiencias

- ✓ Remarketing
- ✓ In-market
- ✓ Datos demográficos

Órdenes (Retail)

Objetivos

- ✓ Vista de producto
- ✓ Agregar al carrito
- ✓ Ventas

Formatos

- ✓ Search
- ✓ Pmax
- ✓ Display
- ✓ Discovery

Audiencias

- ✓ Remarketing
- ✓ In-market

Leads

Objetivos

- ✓ Formulario
- ✓ Llamada
- ✓ MQL
- ✓ Cierre

Formatos

- ✓ Search
- ✓ Display
- ✓ Discovery

Audiencias

- ✓ Remarketing
- ✓ In-market

Q&A





Gracias

