

# SEO&SEM

---

Centro ADM | 2017

S4

**ADM**

# Sesión 4

---

Herramientas de SEM (Search Engine Marketing)

¿Qué ofertas existen? Google Adwords, Bing y Yahoo Search en comparación.

Estadísticas generales sobre el uso de Máquinas de Búsqueda en México

Google Adwords, implementación, verificación y uso

Keywords: Funcionalidad de Keywords, selección de Keywords, uso de Keywords

Estrategias de MARKETING DIGITAL: Generar más tráfico, generar un imagen de la empresa o de la asociación, generar más ventas.

Crear diferentes campañas en Google Adwords Campañas para imagen

Campañas para Búsqueda

Modelos de costos

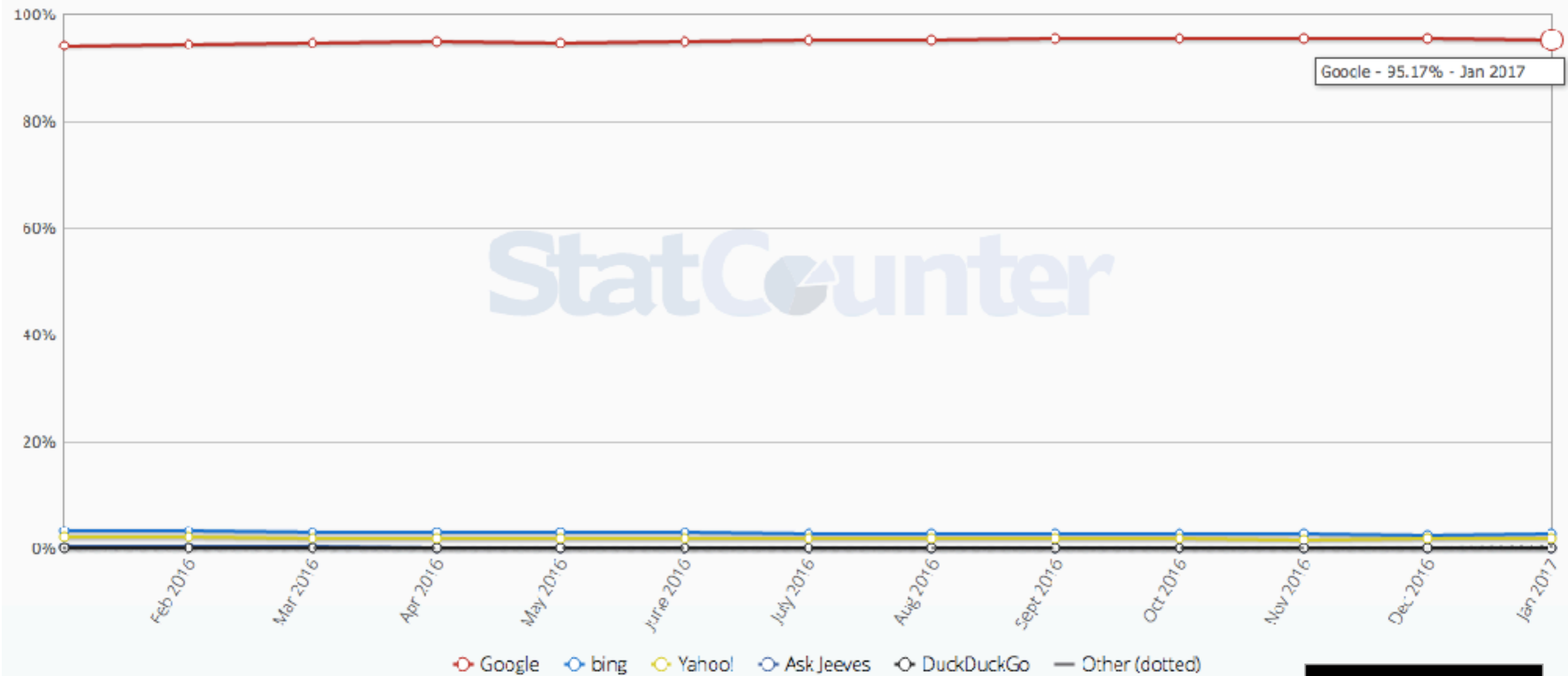
The logo for ADM (Asociación Mexicana de Marketing Digital) is located in the bottom right corner. It consists of the letters "ADM" in a bold, white, sans-serif font, centered within a solid black square.

# Market share

## Search Engine Market Share in Mexico

Jan 2016 to Jan 2017

[Edit Chart Data](#)



StatCounter

Google - 95.17% - Jan 2017



# Usuarios por país

## Internet Users by Country (2016)

See also: [2015 Estimate](#) and [2014 Finalized](#)

#	Country	Internet Users (2016)	Penetration (% of Pop)	Population (2016)	Non-Users (internetless)	Users 1 Year Change (%)	Internet Users 1 Year Change	Population 1 Y Change
1	<a href="#">China</a>	721,434,547	52.2 %	1,382,323,332	660,888,785	2.2 %	15,520,515	0.46 %
2	<a href="#">India</a>	462,124,989	34.8 %	1,326,801,576	864,676,587	30.5 %	108,010,242	1.2 %
3	<a href="#">U.S.</a>	286,942,362	88.5 %	324,118,787	37,176,425	1.1 %	3,229,955	0.73 %
4	<a href="#">Brazil</a>	139,111,185	66.4 %	209,567,920	70,456,735	5.1 %	6,753,879	0.83 %
5	<a href="#">Japan</a>	115,111,595	91.1 %	126,323,715	11,212,120	0.1 %	117,385	-0.2 %
6	<a href="#">Russia</a>	102,258,256	71.3 %	143,439,832	41,181,576	0.3 %	330,067	-0.01 %
7	<a href="#">Nigeria</a>	86,219,965	46.1 %	186,987,563	100,767,598	5 %	4,124,967	2.63 %
8	<a href="#">Germany</a>	71,016,605	88 %	80,682,351	9,665,746	0.6 %	447,557	-0.01 %
9	<a href="#">U.K.</a>	60,273,385	92.6 %	65,111,143	4,837,758	0.9 %	555,411	0.61 %
10	<a href="#">Mexico</a>	58,016,997	45.1 %	128,632,004	70,615,007	2.1 %	1,182,988	1.27 %

# ¿dónde nos quedamos?

/ Campaña

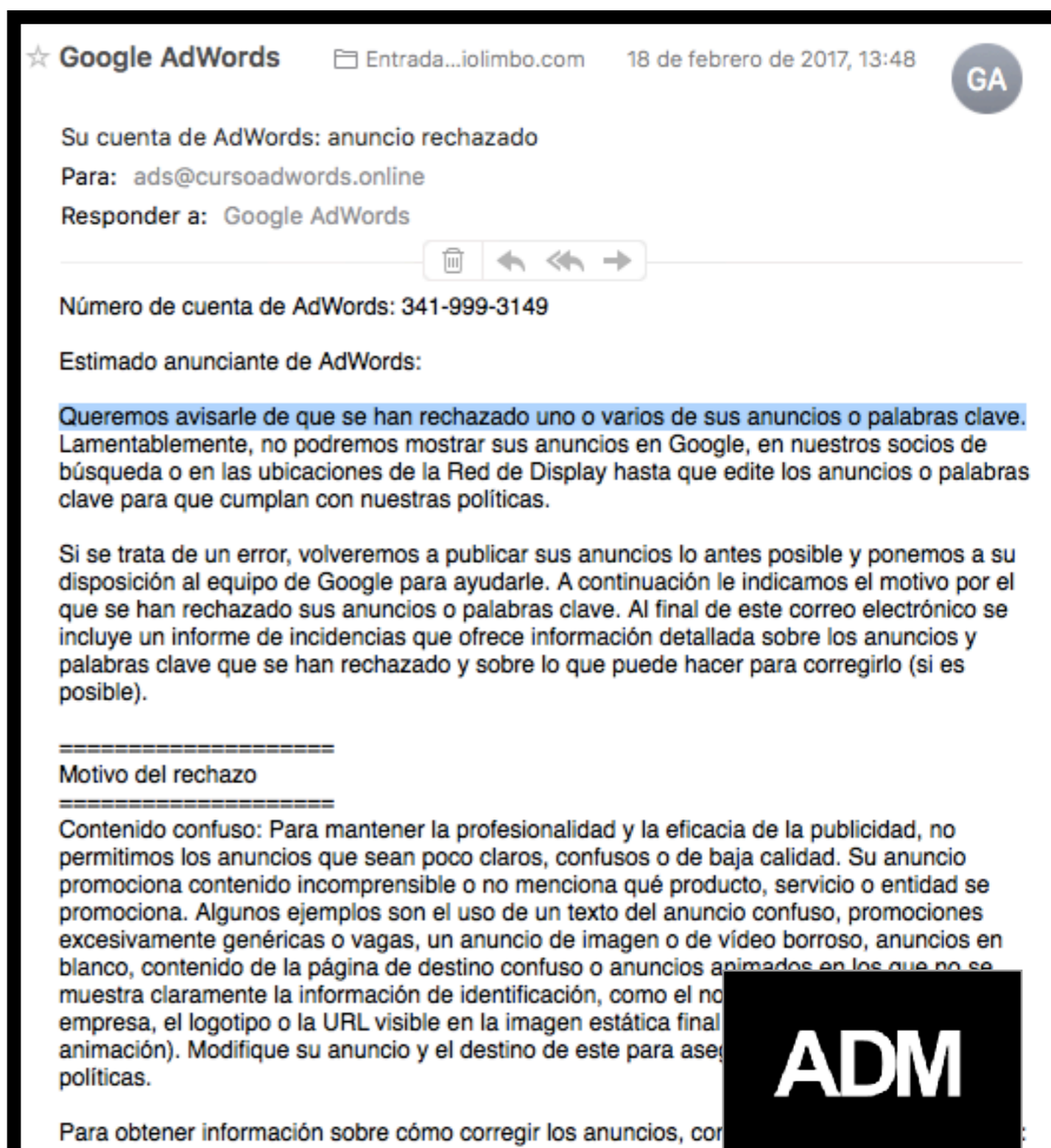
/ Anuncios

/ Pagina

/ Analytics

/ Métricas / Nivel de calidad /  
CTR

/ Conversiones / costo por  
conversión



☆ Google AdWords    Entrada...iolimbo.com    18 de febrero de 2017, 13:48    GA

Su cuenta de AdWords: anuncio rechazado  
Para: ads@cursoadwords.online  
Responder a: Google AdWords

Número de cuenta de AdWords: 341-999-3149

Estimado anunciante de AdWords:

Queremos avisarle de que se han rechazado uno o varios de sus anuncios o palabras clave. Lamentablemente, no podremos mostrar sus anuncios en Google, en nuestros socios de búsqueda o en las ubicaciones de la Red de Display hasta que edite los anuncios o palabras clave para que cumplan con nuestras políticas.

Si se trata de un error, volveremos a publicar sus anuncios lo antes posible y ponemos a su disposición al equipo de Google para ayudarle. A continuación le indicamos el motivo por el que se han rechazado sus anuncios o palabras clave. Al final de este correo electrónico se incluye un informe de incidencias que ofrece información detallada sobre los anuncios y palabras clave que se han rechazado y sobre lo que puede hacer para corregirlo (si es posible).

=====  
Motivo del rechazo  
=====

Contenido confuso: Para mantener la profesionalidad y la eficacia de la publicidad, no permitimos los anuncios que sean poco claros, confusos o de baja calidad. Su anuncio promociona contenido incomprensible o no menciona qué producto, servicio o entidad se promociona. Algunos ejemplos son el uso de un texto del anuncio confuso, promociones excesivamente genéricas o vagas, un anuncio de imagen o de vídeo borroso, anuncios en blanco, contenido de la página de destino confuso o anuncios animados en los que no se muestra claramente la información de identificación, como el nombre de la empresa, el logotipo o la URL visible en la imagen estática final de la animación). Modifique su anuncio y el destino de este para asegurarse de que cumple con nuestras políticas.

Para obtener información sobre cómo corregir los anuncios, con

**ADM**

# Revisión / analytics

---

/ ¿qué está pasando?

/ ¿quienes llegan? ¿cuanto tiempo se quedan? ¿de dónde vienen? ¿por dónde llegaron (adquisición)?

/ usuarios nuevos vs recurrentes

/ dispositivos que usan

/ rebotes

/ flujo de usuario

/ enlazar analytics & adwords

/ comportamiento (flujo) / páginas de salida

// referral spam - analytics NO ES LEY - tomar acciones -  
ej. <https://www.ohow.co/google-liar-ru-spam-in-analytics/>

<https://www.ohow.co/ultimate-guide-to-removing-irrelevant-traffic-in-google-analytics/>

**ADM**

# Revisión / adwords

---

/ visión general

/ clicks (interacciones), impresiones, CTR, cpc promedio

/ comportamiento de palabras clave

/ campañas

/ comportamiento de presupuesto por día, ¿qué hacemos?

/ configuración: ubicaciones, programación y ajustes

/ comportamiento anuncios y diferencia de campañas

/ comportamiento palabras clave y revisión de términos de búsqueda

/ ctr / cpc / nivel de calidad / términos de búsqueda

The logo for ADM, consisting of the letters 'ADM' in a bold, white, sans-serif font, centered within a solid black square.

**ADM**

# Análisis

---

/ qué está pasando

/ qué vamos a arreglar

/ on page

/ nivel de calidad de palabras

/ sitios donde me quiero anunciar (display) - red de display

/ cómo vamos a arreglarlo



# ¡estrategia!

---

/ dejamos algo echado a andar y sobre la marcha tuvimos cambios y hay que hacer ajustes

/ No hay libro - ¿qué harían?

/ 2 productos diferentes - ¿cómo cambiamos / aprovechamos esto?

/ trends

# corregir & repetir

---

**ADM**