

Los costes de Google Adwords caen en 2016

En los últimos años la vida de los Adwords está cambiando de manera vertiginosa. Esta evolución está suponiendo un cambio revolucionario en los datos y las reglas de la publicidad. Los datos recogidos en SEMrush como base de estudio muestran el comportamiento de las empresas que están usando Adwords desde 2014 hasta 2016

Los resultados de algunas estrategias que estaban funcionando en 2014 no tienen nada que ver con las cifras conseguidas en 2016. En datos, se puede asegurar que el número de compañías que usan Adwords ha bajado un 16,8% en 2015 y un 28,5% en 2016. Esta dinámica está totalmente relacionada con las estrategias de uso de Adwords, así como con la reestructuración del presupuesto entre Adwords y PLA y, también, con la existencia de nuevas plataformas como, por ejemplo, SEMrush.

Este tipo de herramientas pueden ayudar a construir anuncios en Google basados en el análisis de la competencia y en su presupuesto siempre desde el punto de vista del tráfico orgánico. La herramienta Keyword PPC de esta empresa líder en inteligencia competitiva reúne las funcionalidades de varias herramientas a la vez, tales como, online key editors y los archivos de Excel, que utilizan con frecuencia los especialistas PPC.

También incluye la búsqueda de nuevas palabras clave y la importación de keywords de AdWords utilizando diferentes combinaciones y grupos de palabras. La dinámica de Adwords también se puede realizar desde otro enfoque. En 2014 un 0.04% de las compañías estaban gastando más de 100.000 euros en Adwords, en 2016 esta cifra ha bajado a solo 0.01%. Las cifras del presupuesto por mes para Adwords en 2015 bajó en un 29,6% y en 2016 en un 37,6%.

¿Qué conclusiones se pueden extraer a tenor de todos estos resultados?

Sin duda, todas las conclusiones son positivas y se deben a que las compañías están realizando una reestructuración de su presupuesto en publicidad. Es posible igualmente decir, que con los datos del SEMrush en la mano, hoy en día un 40% de las empresas gastan entre 11 y 999 euros por mes en Adwords.

En el año 2014 la cifra fue de 51,1%, pero este mayor gasto en 2014 representaba una clara falta de conocimiento y buen análisis de la competencia y de la publicidad tanto en empresas grandes como en pequeñas.

Quién permanece igual en cifras en publicidad en Adwords es uno de los 3 líderes de publicidad: booking.com. En 2014 también aparecían google.com y ask.com, en 2015 edreams.com y en 2016 amazon.com. Igualmente hay que decir que en 2016 las empresas que aparecen en la lista TOP 10 son empresas de tecnología como Apple, Telefónica Movistar, compañías del sector turismo y e-commerce.

En la actualidad, la creación de Adwords ha ascendido a otro nivel con la posibilidad de hacerlo todo

más rápido y más sencillo para los especialistas PPC.

Datos de contacto:

Jana Garanko
@SEMrush_es
y.garanko@semrush.co

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Internacional](#) [Finanzas](#) [Telecomunicaciones](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>