

Para anunciarse en Google, mejor contratar a un profesional

Google, volvió a batir su récord de ingresos y generó más de 22 mil millones de dólares en publicidad. Por este motivo, si se quiere anunciar una empresa en la red, es mejor contar con el trabajo de un profesional

El año pasado Google volvió a batir récord de ingresos, casi 90.000 millones de dólares. De ellos el buscador generó 22.399 millones de dólares en ingresos publicitarios, un 17% más que en 2015. Esto da muestras de la buena salud del negocio de las búsquedas y los anuncios de empresas, fundamentalmente en dichos medios. Por eso cada vez es más importante que la empresa debe confiar en un profesional si quieres anunciarse en Google.

En muchos casos Google ofrece 50€ de regalo para crear su primer anuncio a las empresas que acuden a alguno de sus seminarios, por ejemplo. Si no tenemos los conocimientos adecuados, este dinero que aparentemente nos regala Google sólo va a contribuir que el resto de empresas tengan que aumentar la puja para que sus anuncios aparezcan en Google.

Una gran cantidad de empresas creando anuncios, donde al no tener el conocimiento adecuado y buscar aparecer en las primeras posiciones, pagando más por clic. De esta forma los ingresos del buscador aumentan, pero también el resto de empresas verán que el coste medio que se pagaba por clic, para que los anuncios aparezcan aumenta. De esta forma es necesario aumentar el coste destinado a marketing online.

Un profesional que se encarga de optimizar tu presupuesto

Existen muchas razones para confiar en una empresa o un profesional para que cree nuestra campaña de Adwords. En primer lugar porque la competencia cada vez es mayor. Esto significa que no bastará con poner un anuncio para aparecer, sino que el que creemos o es mejor o paga más para aparecer. Esto significa que si pagamos más de lo debido nuestro presupuesto se agotará rápidamente.

Además saben como debemos redactar los anuncios, que texto es el más adecuado para llamar la atención de los visitantes, que además respete las normas del buscador. No es fácil titular y hacer un resumen con los escasos caracteres que nos permite el buscador en sus anuncios.

También nos van a ayudar en la elección de las palabras claves adecuadas. Muchas veces las que la empresa cree que son las mejores tienen mucha competencia, lo que implica un precio mucho más elevado por clic de lo que estamos dispuestos a pagar. Sin embargo, otras alternativas, que tal vez reciban un número global menor de visitas son más asequibles y nos permiten posicionarnos bien.

Después saben cómo establecer el precio de la puja adecuado para que aparezca nuestro anuncio. Tienen la experiencia necesaria para que desde el principio el coste por clic sea lo más ajustado

posible. Si no tenemos esta experiencia, al final lo que ocurre es que mientras damos en el clavo, estamos gastando mucho más de lo que correspondería.

Nos ayudan a crear una página de aterrizaje para nuestro anuncio. Un error muy común es que después de crear el anuncio en Google, lleve a la página de inicio de nuestra web. Lo ideal es crear una página donde el cliente que llega sólo tenga la opción de comprar, de pedir más información rellenando un formulario, etc. Todo depende del objetivo que tenga nuestra campaña, ya sea la venta o captar leads.

Por último, saben utilizar la métricas de Google Analytics, crear informes e ir corrigiendo las desviaciones del objetivo que nos hemos marcado. De esta forma lo que se consigue es que nuestro presupuesto tenga un retorno de la inversión más rápido. Anunciarse en Google pasa de ser un gasto a una inversión muy rentable.

Presupuestos ajustados con muy buenos resultados

De nada servirá fijar un presupuesto para anunciarse sólo durante un mes. Puede parecer que el coste que nos facturará la empresa de marketing estaría mejor invertido en anuncios, pero pronto nos daremos cuenta que no es así. Lo que si tenemos que estar dispuestos a realizar es una inversión sostenida en el tiempo. Un presupuesto ajustado en buenas manos puede dar muy buenos resultados.

Si no queremos complicarnos la vida, lo que se puede hacer es ir directamente a anunciarse a Google Adwords Express. Esta es una opción mucho más sencilla, pensada para el comercio local, pero con muchas menos posibilidades de segmentación, de dirigir el anuncio a nuestro público objetivo. E incluso en este tipo de campañas, la ayuda de un profesional puede hacer que la inversión sea mucho más rentable.

La noticia [Por qué tu empresa debe confiar en un profesional si quiere anunciarse en Google](#) fue publicada originalmente en [Pymes y Autonomos](#) por [Carlos Roberto](#) .

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Imágen y sonido](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#) [Dispositivos móviles](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>