

## **Quality Score y su valor en campañas SEM según Play SEO Marketing**

**Una de las principales herramientas con las que se trabaja en las campañas de marketing y que poco a poco se ha ido haciendo un hueco en la vida digital es el buscador de Google. Al igual que cualquier otra herramienta Google se ha tenido que ir actualizando para ofrecer cada vez más cantidad de herramientas y servicios a los miles de usuarios que acuden a él día a día**

Una de las principales herramientas con las que se trabaja en las campañas de marketing y que poco a poco se ha ido haciendo un hueco en la vida digital es el buscador de Google. Al igual que cualquier otra herramienta Google se ha tenido que ir actualizando para ofrecer cada vez más cantidad de herramientas y servicios a los miles de usuarios que acuden a él día a día.

Play SEO Marketing habla del "Quality Score" que sirve para trabajar en campañas de Google Ads. El principal objetivo de esta es conseguir que los usuarios encuentren exactamente lo que están buscando y por lo tanto, mejorar la experiencia de usuario.

El QS es la calificación de 0 a 10 que esta herramienta le da a cada palabra clave o keyword. Esta estimación se hace sobre cada anuncio y página que activa cada keyword.

Es decir a mayor número mayor relevancia para el usuario del anuncio y de una página para Google.

Análisis un poco más a fondo el Quality Score

El parámetro también se puede traducir por nivel de calidad y es lo que determina la posición en la que se situará un anuncio y el CPC. Sin él simplemente el orden de los anuncios se establecería así: los anuncios pagados los primeros, el resto detrás.

¿Cómo calcula Google el Quality Score?

Para encontrar el nivel de calidad que otorgará, el buscador evalúa tres aspectos principalmente, el CTR o Click-Through Rate, la relevancia de las keywords y la calidad de el landing page.

El primer aspecto es el porcentaje de clics que el anuncio recibe con respecto al porcentaje de impresiones, a mayor número de clics según Google, mayor calidad. El segundo aspecto hace referencia a la relevancia entre las keywords usadas y el contenido del anuncio.

Y la calidad de la landing page que es, entre otras cosas, el tiempo que tarda en cargarse la página o que esta esté correctamente vinculada con el anuncio a nivel de contenido.

Gracias al Quality Score el buscador se asegura de que todos los anuncios que estén en las primeras posiciones sean los más relevantes para los usuarios cuando realizan las búsquedas y le da a los anunciantes mayores oportunidades para recibir visitas.

¿Cómo afecta el Quality Score a las campañas SEM?

Uno de los errores que más frecuentemente se cometen en las campañas de SEM es pasar por alto este indicador ya que se puede convertir en un factor imprescindible a la hora de triunfar, ya que si Google considera que la calidad de un anuncio es demasiado baja puede dejar directamente al anuncio fuera de la lista de resultados cuando los usuarios realicen una búsqueda, sin importar la cantidad de dinero que inviertas en la campaña SEM.

De esta forma el QS influye también en el CPC que se paga y en el presupuesto final de la campaña SEM, ya que a mayor número en el QS de las palabras clave menor es el precio que se tiene que pagar por cada clic.

Además de influir directamente en la posición del anuncio en el buscador, a mayor Quality Score mayor probabilidad de aparecer en las primeras posiciones de las búsquedas. Sin contar con que en algunos formatos las extensiones de los anuncios se activan sólo si el anuncio aparece en la parte superior.

Por lo tanto y a modo de resumen, el QS es importante para SEM porque si consigues tener un número alto de valoración, pagarás menos, el anuncio se situará en los primeros puestos aumentando así el número de impresiones y consiguiendo más visitas y conversiones.

Si se sabe usar bien se convertirá en el mayor aliado, pero si no se tiene en cuenta Google puede castigar la campaña eliminando el anuncio directamente de la lista de búsquedas.

**Datos de contacto:**

Play SEO Marketing  
910185992

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

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

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>