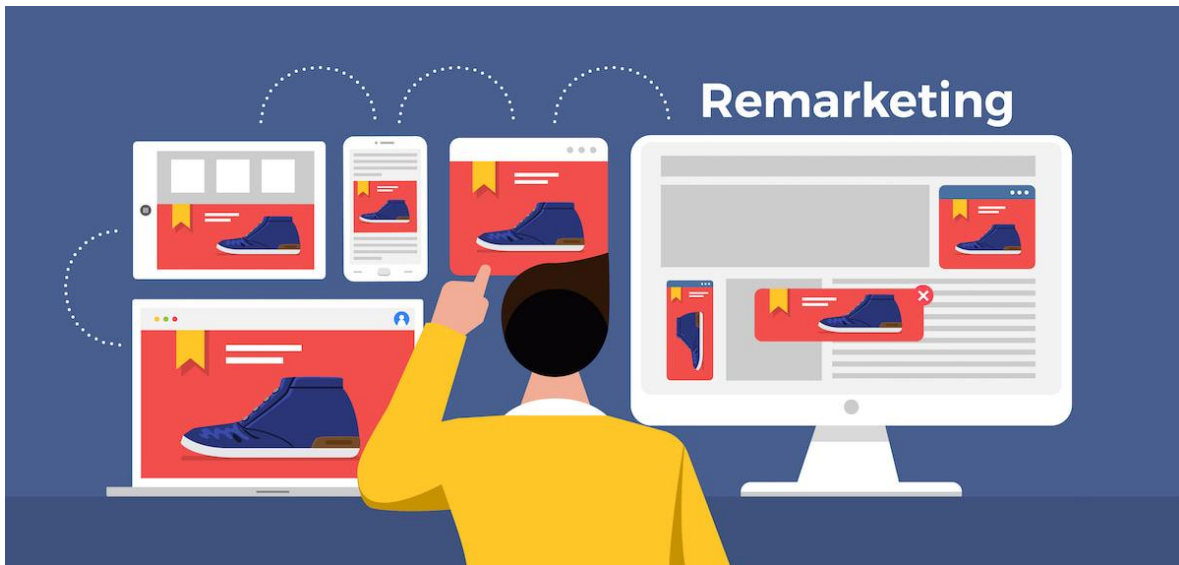


## ¿Qué es el Remarketing?



El remarketing es una táctica de Google Adwords y Facebook Ads que permite desplegar anuncios personalizados a usuarios que previamente realizaron una visita o una acción concreta en un sitio web. También suelen utilizarse los términos “retargeting” o “behavioral retargeting” (segmentación basada en comportamiento) para referirse a esta práctica.

Probablemente tú mismo ya has sido objeto de alguna estrategia de remarketing. ¿Has notado cómo después de que buscas un vuelo para tus próximas vacaciones te aparecen anuncios con ofertas similares de viajes en redes sociales? ¿O cómo después de que dejas un producto pendiente en el carrito de un e-commerce te aparecen anuncios con descuentos adicionales para incentivarte a finalizar la compra?

El objetivo del remarketing es mostrarte mensajes que vayan de acuerdo a los intereses y necesidades que proyecta tu conducta de búsqueda en Internet, con el fin de incrementar las posibilidades de conversión.

## **¿Cuáles son las ventajas del remarketing?**

El remarketing puede alcanzar un ROI superior al 130%, lo que lo convierte en una de las estrategias más efectivas del marketing digital. Básicamente, las ventajas principales que te ofrece son:

- **Sectorización:** Los anuncios que muestras en una campaña de remarketing aparecen solo a prospectos cualificados que ya demostraron un interés real en el producto.
- **Personalización:** Los anuncios que mira el usuario corresponden exactamente a lo que ha estado buscando previamente en Internet, por lo que no son tan intrusivos.
- **Conversión:** Se estima que casi la mitad de los usuarios de Internet visitan hasta 4 sitios distintos antes de decidirse a realizar una compra. Si el tuyo es uno de estos sitios, el remarketing te permite volver a aparecer en el panorama del prospecto junto con la oferta que éste necesita para animarse a cerrar la compra.
- **Tráfico:** Además de todo lo anterior, las campañas de remarketing comparten el beneficio de redirigir tráfico a tu sitio, lo que puede ser beneficioso para el SEO de tu web.

## **¿Qué es es la red de display de Google?**

Las campañas de retargeting operan a través de algo llamado Google Display Network o Red de display de Google. Esta red está integrada por más de dos millones de sitios y Apps Móviles, que obviamente incluyen todas las aplicaciones de Google (como el correo electrónico y YouTube).

Según Google, su red de display llega al 90% de los usuarios de Internet. Los expertos, sin embargo, recomiendan que en una campaña de remarketing se utilice una estrategia combinada entre Adwords y Facebook Ads, que funciona de manera similar, para obtener mayor y mejor alcance.

## **¿Qué son las listas de remarketing?**

Son las bases de datos de usuarios a los que van enfocadas las campañas de remarketing. Cuando un prospecto entra a tu sitio o concreta alguna acción, como visitar cierta sección o dejar un artículo en el carrito de compras, una cookie marca a dicho usuario y lo añade a la lista de remarketing correspondiente.

Para poder generar estos cookies de rastreo, necesitas obtener la etiqueta de remarketing de Adwords y pegarla en el código HTML de las páginas de tu sitio web.

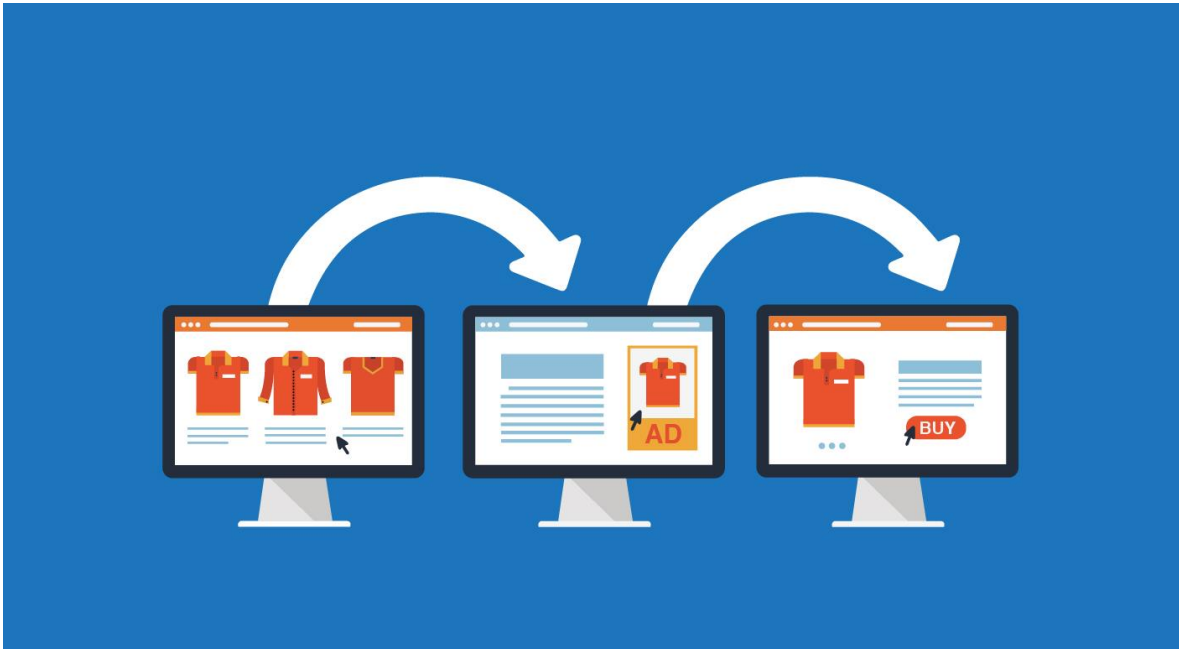
En cada una de las listas que creas en Adwords puedes establecer a cuál o cuáles etiquetas de remarketing responde, cuánto durará un usuario afiliado y la frecuencia con la que se le mostrarán los anuncios en display. El máximo de afiliación que permite Adwords es de 540 días.

Es importante mencionar que las listas de remarketing de Adwords solo se activan cuando recibes más de 100 visitas al mes.

## **¿Cómo se configuran las campañas de remarketing?**

Una campaña de remarketing implica configurar un tipo de anuncios particulares para una determinada lista. Estos anuncios son igual de personalizables que los del resto de las campañas de Adwords o Facebook Ads y pueden enfocarse, por ejemplo, a:

- Mostrar el mismo producto en que el usuario demostró interés.
- Mostrar un producto similar.
- Mostrar un nuevo producto de la línea a un usuario que ya compró algo.
- Mostrar ofertas emergentes que motiven al usuario a concretar una compra en la que ya tenía interés.



### **Desventajas del remarketing**

Aunque se trata de una estrategia muy utilizada en el entorno digital, el remarketing no está exento de algunas desventajas que también debes considerar:

Pese a que el remarketing es algo a lo que la mayoría de los usuarios ya están acostumbrados, algunos pueden sentirlo como una violación a su privacidad y generar desconfianza hacia las marcas que lo realizan.

Muchos usuarios cuentan con bloqueadores de anuncios, como Adblock, que entre otras cosas, evitan que los anuncios de remarketing aparezcan en el display.

Fuente: <https://www.workana.com/i/glosario/que-es-remarketing/>