

Material Imprimible

Curso Google Ads y Posicionamiento en Google

Módulo 7

Contenidos:

- Ayuda de Google Ads
- Comunidad de Google Ads
- Google Partners y sus Certificaciones
- Recomendaciones y guías de Google Ads

Ayuda de Google Ads

La dirección web de Ayuda de Google Ads es <https://support.google.com/google-ads/>.

El Centro de ayuda de Google Ads organiza la información de manera muy similar a la forma en que hemos organizado los contenidos de este curso, de manera que, aunque sea muchísima la información allí vertida, no resultará difícil imaginar en qué apartado puede encontrarse lo que estamos necesitando averiguar. Esta información se organiza en siete grandes grupos.

- Primeros pasos es el primer grupo, dentro del cual podemos encontrar una guía para comenzar en Google Ads, los conceptos básicos, crear anuncios y campañas, entre otros.
- El segundo grupo es el de gestionar anuncios. Allí podemos encontrar anuncios y aprobaciones, ajustar la configuración de la campaña, administrar su presupuesto, palabras clave, ubicaciones de anuncios en sitios web, llegar a su público, cuentas múltiples o grandes, etc.
- El tercer grupo se llama medir resultados. En dicho grupo hayamos conectar sus objetivos con los datos, buscar y generar informes, conceptos básicos sobre sus datos, seguimiento de las ventas y otras conversiones, Google Analytics y Google Ads, problemas comunes relacionados con los informes.
- El grupo cuatro se llama campañas inteligentes, en el que encontramos obtención de datos, título y textos de anuncio, llamadas verificadas, frases de búsqueda y audiencia de los anuncios, etc.
- El grupo número cinco es el de la facturación. Dentro de este encontramos métodos y configuración de pagos, tareas básicas de facturación, promociones y cupones, devoluciones y ajustes, impuestos, problemas con pagos y cargo.
- El grupo seis es el de más información, en el que se encuentra, por ejemplo, el glosario y las guías paso a paso para la cuenta
- Y el grupo siete es Google Partners, en el que se encuentra el programa para

partners de Google.

Una cuestión a tener en cuenta es que en el año 2020, debido a la pandemia del COVID-19, agregaron un octavo grupo, llamado “Coronavirus, servicios y asistencias”, dentro del cual podemos encontrarnos con gestionar campañas durante la crisis del COVID-19, novedades sobre las políticas de Google Ads en relación con la enfermedad por coronavirus, respuesta ante la crisis del coronavirus, entre otras opciones.

Además de ser información de primera mano extendida oficialmente por la propia empresa, el tipo de información que aparece en la ayuda de Google Ads presenta la ventaja de no circunscribirse solo a las dudas sobre cómo utilizar la herramienta, sino que va más allá de eso. Por eso, propone guías interactivas, vídeos explicativos, consejos para sacarle mejor provecho a nuestras campañas, estrategias publicitarias, tendencias, recomendaciones y consejos.

Asimismo, los artículos de consulta se presentan con un desarrollo de una sola página, donde además encontraremos gráficos e imágenes que refuerzan los conceptos que se está tratando para una mejor comprensión. Luego, al final de cada artículo, y en caso de no haber encontrado la solución que buscábamos, tenemos la opción de explorar artículos similares o relacionados con el tema que acabamos de leer.

También podemos crear un feedback para mejorar la calidad de los contenidos con los botones Sí o No a la pregunta de “¿Te resultó útil este artículo?”. Esto puede parecer un detalle menor, sin embargo, recordemos que este tipo de sitios crecen, mejoran y se alimentan con el aporte de todos los usuarios.

Comunidad de Google Ads

Es otra de las herramientas que nos va a ayudar a resolver dudas e inconvenientes.

La dirección web de la Comunidad de Google Ads es <https://support.google.com/google-ads/community>. Sin embargo, en caso de que dicha página no se encuentre en vigencia, les recomendamos realizar la búsqueda a través de su buscador habitual.

La Comunidad de Google Ads tiene una naturaleza diferente al Soporte de Google Ads, ya que conecta a las personas con profesionales de Google pero también con expertos que no necesariamente trabajan en la empresa.

Google ha reparado en el hecho de que, aunque sean la voz oficial de cualquiera de sus productos, siempre existe alguien que puede saber tanto o más sobre determinados temas que inciden en el uso y pericia de las herramientas, y también, que en el mundo del Marketing Digital imperante, gracias y a causa del cual estamos aquí aprendiendo Google Ads, es fundamental la conversación de los usuarios en Comunidades virtuales.

El objetivo primordial de Google es crear “la mejor experiencia para el usuario”, por eso, decidieron crear la Comunidad, cuyo espíritu va más allá de la consulta y el aprendizaje. Aquí se busca el debate y consejo de quienes tienen experiencia real, con clientes y empresas reales, que además estén en nuestro país o región y que, por lo tanto, comprenda lenguajes, sentidos, modismos y cuestiones culturales con las que tal vez no podríamos conversar con asesores de otras latitudes.

Las Comunidades fueron creadas para todos los productos de Google. En cuanto a la que nos concierne, que es la Comunidad de Google Ads, presenta una gran cantidad de usuarios activos y expertos que colaboran para aquellas cuestiones que escapan al conocimiento general y promedio de Google Ads, como son las contingencias y situaciones especiales, excepcionalmente particulares.

También allí se puede consultar sobre temas como las actualizaciones e innovaciones que se van introduciendo en la herramienta de manera constante. Algunas son imperceptibles, porque tiene que ver con la ingeniería informática, como por ejemplo, las mejoras de seguridad, cambios en la programación, etc., pero existen otras que muchas veces surgen sin aviso alguno y simplemente nos descolocan, aun cuando llevemos muchos años trabajando con esto.

Para participar de la Comunidad es necesario crear una cuenta en ella con nuestro

correo electrónico de Gmail. Al tener una cuenta podemos realizar preguntas y participar de discusiones u opinar en las preguntas de otros usuarios. El uso de la Comunidad es similar al de cualquier red social. Allí tendremos un perfil, el cual podemos personalizar con nuestra información, y un inicio con temas sugeridos para comenzar a navegar.

El uso de la Comunidad es absolutamente gratuito y se premia a quien más participe, identificando su perfil de acuerdo a la actividad que realizamos y la frecuencia con la que visitamos la Comunidad.

A su vez, en la barra lateral derecha tenemos todas las opciones de búsqueda que podemos navegar y realizar. Los resultados pueden no solo ser artículos, sino también vídeos y hasta eventos.

Cuando navegamos un tema, podemos observar quién es la persona que ha realizado el aporte, así como también la fecha en que fue realizado. Asimismo, podemos calificar el contenido, guardarlo en favoritos para tenerlo a mano en caso de saber que lo necesitaremos como material de consulta de manera recurrente, y también podemos comentarlo.

Para quienes estén interesados en validar sus conocimientos de Google Ads o de Google Analytics, Google dispone de un centro de aprendizaje, al que llama Skillshop, al que podemos acceder desde el menú en la Comunidad, o desde el enlace <https://skillshop.withgoogle.com/> para quienes no hayan creado un perfil en la Comunidad. Al hacer click allí, nos encontraremos con una pantalla para crearnos una cuenta en Google Partners.

Google Partners

La traducción sería “Socio de Google”, y es el nombre que se le ha otorgado al entorno dentro del cual funciona Google Skillshops y es posible obtener las Certificaciones de Google Ads. El sitio web de Google Partners es <https://www.google.com/partners/> Significa “socios” porque una vez obtenida cualquier certificación, tus datos figurarán en el directorio oficial de Google Ads, es decir, Google brinda una serie de beneficios para

sus socios y comunica de manera prioritaria y exclusiva sus novedades e innovaciones.

Google Partners está dirigido a Agencias y Profesionales del Marketing Digital, y además de las Certificaciones, brinda nuevas herramientas para agencias.

Asimismo, cualquier persona interesada en rendir los exámenes para obtener su Certificación de Google, deberá contar con una cuenta de Google Partners. Sin embargo, debido a que Google Ads cambia constantemente y que los criterios del marketing digital y publicitarios no son estáticos, las certificaciones de Google Ads tienen fecha de vencimiento y es necesario realizarlas periódicamente. Generalmente deben renovarse anualmente, y todas las instancias de examen y sus correspondientes validaciones son gratuitas.

Para el caso de las empresas que deseen certificarse, deben cumplir con requisitos más estrictos que las personas particulares. Los mismos se encuentran detallados en el sitio de Partners.

Al certificarse, además de figurar en el directorio de Partners, obtendrán una insignia, cuyo uso está prohibido para fines promocionales o cualquier otro fin.

La herramienta de Google Partners ahora se encuentra dentro de Google Ads, y permite que podamos incorporarla a nuestro panel de Ads simplemente dándonos de alta en Partners.

De esta manera, nuestro perfil de Ads queda vinculado a Partners, y en esa cuenta queda registrado todo el historial de las certificaciones, ya sean personales, de empresa o el conjunto de ambos.

Google brinda en su sitio la información necesaria para rendir los exámenes. Simplemente basta con acceder a la cuenta Partners y elegir qué tipo de conocimientos deseamos certificar. De acuerdo a nuestro objetivo o el de la empresa, podemos rendir uno, varios o todos los exámenes. Estos tienen diferentes niveles de dificultad de acuerdo a los temas que se desee certificar, y todos abordan diferentes áreas y usos de la publicidad en Google Ads.

Los exámenes son:

- Certificación de publicidad en búsqueda de Google Ads. Si lo que me interesa es el famoso “aparecer primeros en los resultados de Google”, este es el examen indicado, ya que evalúa los conceptos avanzados y las recomendaciones para crear, administrar, medir y optimizar las campañas en la red de búsqueda.
- Por el contrario, si la anterior certificación no es nuestro objetivo o ya sabemos lo suficiente al respecto, podemos optar por la Certificación de publicidad en display de Google Ads, en el que aprendemos conceptos avanzados y las recomendaciones para crear, administrar, medir y optimizar las campañas en la Red de Display.
- La Certificación de medición de Google Ads es el tipo de certificación donde ya ponemos en juego nuestras habilidades analíticas sobre la medición y la optimización de los anuncios a través de una lectura e interpretación crítica de los resultados obtenidos.
- También encontramos la Certificación de publicidad en video de Google Ads, ya que lo mismo puede sucedernos con empresas que necesitan contar con expertos en publicidad en video. Por eso, este examen evalúa los conceptos básicos y avanzados, entre ellos, las recomendaciones para crear, administrar, medir y optimizar las campañas de publicidad en video en YouTube y la Web.
- Por su parte, la Certificación en anuncios de Shopping es ideal para que nos encuentren aquellas personas que necesitan vender en línea. Aprobando este examen, certificamos nuestros conocimientos de conceptos básicos y avanzados, incluidas la creación de una cuenta de Merchant Center y un feed de datos de productos, así como la creación y administración de campañas de Shopping.
- Por último, la Certificación de publicidad en apps de Google Ads es una certificación que busca que podamos evaluar nuestros conocimientos, comprendiendo fundamentalmente la diferencia entre las campañas comunes y

aquellas que serán visibilizadas a través de aplicaciones móviles.

Todos los exámenes se encuentran disponibles en español, y para certificarnos, es requisito aprobar un cierto número de exámenes en Google Ads. Este número de exámenes generalmente es dos, pero puede variar año tras año.

Antes de realizar los exámenes de Google Ads, Google recomienda que se adquiera experiencia práctica en el uso de Google Ads. O sea, que aunque sea para un amigo o familiar, realicemos alguna campaña para poner en práctica real nuestros conocimientos y poder medir los resultados.

Las guías de estudio que ofrece Google, también llamadas rutas de aprendizaje, están compuestas de pequeñas instancias que van de 1 a 50 minutos, y que en su totalidad, pueden llegar a durar, en promedio, unos 120 minutos.

Una vez leídas y asimiladas, solo basta con hacer click en Certificaciones para consultar el estado de nuestros exámenes. Damos click en “Ver exámenes” y vamos a la sección del examen que queremos hacer, y allí hacemos click en “Detalles del examen”.

Para que Google considere aprobado un examen, además de brindar respuestas correctas, es necesario hacerlo dentro de un límite de tiempo.

Los porcentajes de respuestas correctas para aprobar los exámenes y los límites de tiempo que corresponden a cada examen pueden verse ingresando a cada uno de los temas. Para ver este catálogo de temas, debemos ingresar al link que aparece en pantalla.

En este caso, una vez que ingresamos al link, seleccionamos “Google Ads” y luego “Display de Google Ads”. Lo que nos aparecerá en la siguiente pantalla será la imagen que podemos observar en estos momentos. Allí aparecerán las diversas certificaciones junto con sus tiempos.

En el caso de desaprobado el examen, el mismo se puede volver a tomar luego de un período de espera estipulado por Google. Este puede ser de 24 horas, una semana, o hasta 1 mes. Asimismo, el examen reprobado figura en el historial de nuestra cuenta

Partners.

Si, por ejemplo, se corta la luz, se puede retomar el examen desde donde lo dejamos cuando volvamos a conectarnos, pero tengamos en cuenta que el cronómetro no se detiene nunca.

En caso de cualquier inconveniente, como por ejemplo, tomar un examen y que este no aparezca en nuestro perfil, podemos contar con el servicio de ayuda de Partners, el cual es muy eficiente. De igual manera, también contamos con la posibilidad de chatear en vivo con un representante.

Recomendaciones y guías de Google Ads

Toda la información recopilada sobre las búsquedas en la web, así como también los mejores resultados de las campañas, se compilan y conforman una especie de manual de estilos, una serie de buenas prácticas, basada en la experiencia de todos los usuarios que utilizan Google Ads. Allí nace el apartado de Recomendaciones.

Las buenas prácticas están basadas en los datos internos de Google y verificadas por los creadores de Google Ads, ayudando a sentar las bases de estrategias en lo que respecta a las búsquedas de pago. Estas no son más que sugerencias estratégicas sobre las prácticas principales de marketing en motores de búsqueda. Del mismo modo que padres y abuelos dan consejos a hijos y nietos a raíz de su experiencia, por mucho que a veces no comprendamos estas recomendaciones, deberíamos hacer el ejercicio de ponerlas en práctica. Si bien ganaremos mucho haciendo nuestro propio camino y experiencia, cuando maduremos nos daremos cuenta de la razón que había en las recomendaciones, y de todo el tiempo que hubiéramos ahorrado de haberlas puesto en práctica inmediatamente.

Por su parte, las **Guías de Google Ads** están diseñadas para mantener vigente la actualización profesional, y así poder crear anuncios efectivos que hagan rendir al máximo nuestra inversión publicitaria.

Las Guías de Google Ads se dividen en tres grandes grupos: Conceptos básicos, Dispositivos móviles y Optimización, y el apartado Recomendaciones que acabamos de estudiar.

Estas Guías contienen ejemplos prácticos y numéricos de muchos de los temas que abordan. Si están pensando en tomar algún examen de Certificación, se puede practicar con estos ejercicios, ya que cada respuesta contiene su resultado, es decir, si es correcta o incorrecta, y la explicación correspondiente.

Por último, haciendo referencia a canales de YouTube recomendados y que son de gran utilidad, podemos mencionar a “Google para tu negocio” y “Google Argentina”. Estos canales tienen contenido actual, de excelente calidad y en español. La ventaja que tenemos si nos suscribimos, es que recibimos una notificación cada vez que el canal sube algún contenido. Esta es una buena forma de estar bien informado.

De acuerdo a las necesidades que podamos tener de aquí en adelante, contamos con los siguientes recursos:

- La Comunidad Google Ads, útil para despejar dudas, realizar consultas y recabar opiniones
- Las Guías de Google Ads, que ofrecen tutoriales paso a paso de aquello que no recordamos bien o que pudo haberse actualizado
- La Certificación Google Ads, que son exámenes online con certificado expedido por Google
- Y la Ayuda de Google Ads, que brinda actualización profesional permanente

Con una Comunidad tan activa, ¡nunca estarán solos!