

¿Qué es el ranking de anuncios en Google Ads?

Ranking

Es una medida que usa Google para determinar en qué posición van aparecer los anuncios al momento de cada subasta. El ranking se vuelve a calcular cada vez que el anuncio es apto para mostrarse y así compete en la subasta. La posición va variar según la competencia en cada momento.

Ejemplo Ad Rank				
Anunciantes	Oferta	Calidad	=	Ranking
1 Tercer Puesto	\$ 4	1	=	4
2 Primer Puesto	\$ 3	3	=	9
3 Segundo Puesto	\$ 2	4	=	8

Posición

Hace referencia a cómo los anuncios van a mostrarse dentro de la página de Google al momento que se realice una búsqueda. Los anuncios de Adwords pueden aparecer al principio de la página como al final y va depender de diferentes factores.

Aclaración: Los anuncios pagos van aparecer por encima de los anuncios orgánicos

Cómo funciona la fórmula de subasta en Google Adwords



Cómo se determina la posición de su anuncio en Google

Para determinar la posición usted debe tener presente los factores de Google:

- Oferta: Monto que está dispuesto a pujar en sus campañas
- Tasa de CTR esperada por sus anuncios: Mide un estimado de cuánto podría ser el porcentaje de clics en sus anuncios. Google mide su historial de clics e impresiones en sus anuncios. No olvide sus extensiones
- Relevancia de sus anuncios y palabras clave frente a la búsqueda del usuario
- Experiencia de la página de destino: Su página sea la apropiada para el usuario. Debe ser responsiva y contener la información relevante para él
- Extensiones de sus anuncios: Información adicional dentro del anuncio
- Carga del sitio web: Es un factor que Google no especifica pero tiene en cuenta

Recientemente Google lanzó AMP, un proyecto de carga acelerada de páginas web

Cómo puede mejorar la posición de sus anuncios frente a la competencia

- **Mejorar la oferta:** Gestionar un aumento en su oferta ayuda a que sus anuncios compitan en la subasta. No quiere decir que siempre vaya estar por encima pero lo va ayudar.
- **Calidad en sus anuncios:** Usted debe manejar una línea editorial apropiada y relevancia frente a las búsquedas de los usuarios. No es bien visto atraer a clientes con información no verídica dentro del sitio web.
- **Experiencia de la página de destino:** Se debe brindar la mejor navegabilidad y contenidos. El usuario debe encontrar lo que busca. Su página debe estar adaptada a dispositivos móviles.

¿Por qué es importante la calidad en sus anuncios?

- **Mejora ahorro en las subastas de Google:** usted puede ahorrar dinero ya que entre mejor calidad menos pagará por el clic.
- **Costo por clic Real:** El costo real hace referencia a lo que realmente se cobrar por el clic de un cliente potencial. Mejor calidad se traduce en un menor cpc real.
- **Posición de su anuncio:** La calidad hace que usted ocupe posiciones más arriba en Google.
- **Extensiones de anuncio:** El ranking va determinar si el anuncio es relevante para mostrarse con las diferentes extensiones que activo.

Dónde puedo ver mi posición promedio en Google Adwords

Para ver la posición promedio de sus anuncios debe activar la casilla "Posición Promedio" en los informes personalizados de sus columnas de campañas.

Recuerde activarla en la sección Columnas "Modificar columnas".

Impr. ?	CTR ?	CPC prom. ?	Costo ?	Posic. promedio ?
0	0.00 %	COP0	COP0	0.0
0	0.00 %	COP0	COP0	0.0

Por qué es clave ser relevante en sus anuncios

Google lo va premiar si orienta adecuadamente sus anuncios.

- Estructure bien su campaña. Puede organizarla por temáticas o según la arquitectura del sitio web.
- Organice sus grupos adecuadamente
- Sea relevante en sus anuncios. Permita que los usuarios encuentren lo que realmente buscan por medio de sus anuncios
- Utilice otras herramientas para saber si debe realizar cambios en su sitio web o landing pages. Por ejemplo: Integrar Google Analytics o Google Search Console
- Consulte los modelos de atribución. Identifique las rutas de sus clientes dentro de su sitio web.

Fuente: https://yeipublicidad.blogspot.com/2017/06/que-es-el-ranking-de-anuncios-en-google_17.html