

Tipos de campañas en Google Ads

Dependiendo de nuestros objetivos tenemos que elegir, de los diferentes tipos de campañas en Google Ads que hay, la que más se adapte a lo que queremos lograr. De hecho, precisamente la creación de una campaña en Google Ads comienza por seleccionar uno de los objetivos que te ofrece la propia plataforma.

Selección de objetivos

Primero, debemos seleccionar el objetivo de la campaña que va en función del tipo de anuncio que queramos hacer. Aunque, si no tienes una idea previa de qué clase de anuncio quieres realizar, no te preocupes porque también hay una opción para hacer cualquier tipo de anuncio sin un objetivo definido. Esos tipos de objetivos que ofrece Google Ads son:

–**Ventas:** Orientado a impulsar las ventas en la web o e-commerce, la aplicación o por teléfono. Dirigido para los tipos de campaña en la red de búsqueda, en la red de display, campañas de shopping, de vídeo y campañas inteligentes.

–**Oportunidades de venta:** Enfocado a que los clientes interaccionen con el anuncio para generar conversiones. Dirigido a anuncios en la red de búsqueda, en la red de display, campañas de shopping, de vídeo y campañas inteligentes.

–**Tráfico al sitio web:** Como el propio nombre indica, enfocado exclusivamente a conseguir tráfico en la web. Para anuncios en la red de búsqueda, de display, shopping, vídeo.

–**Consideración de la marca y el producto:** Incita a los posibles usuarios a descubrir los productos o servicios que ofrezcas en tu campaña de display o vídeo.

-Cobertura y notoriedad de la marca: Alcanzar una gran masa de usuarios y aumentar la notoriedad de marca con anuncios en la red de display o vídeo.

-Promoción de aplicación: Conseguir más descargas e interacciones con tu aplicación. Exclusivo para anuncios de Aplicación.

-Campaña sin un objetivo concreto: Este objetivo es para elegir cualquier tipo de campaña y configurarla paso a paso sin las recomendaciones que ofrecería escoger un objetivo específico.

Selección de tipos de campañas

Tras seleccionar nuestro objetivo previo, toca escoger el tipo de campaña que queremos lanzar. Existen seis tipos distintos:

-Campaña de Búsqueda

Las campañas de anuncios de búsqueda son anuncios de texto o de llamada que se muestran en los resultados de búsqueda de Google, en los sitios web de los partners de google (Los partners de búsqueda de Google son sitios web de la Red de Búsqueda que se han asociado con Google para mostrar anuncios en los resultados de búsqueda). Una vez que has elegido este tipo de anuncios, Google Ads te da la opción de seleccionar los resultados que se quieren obtener: Visitas al sitio web, llamadas telefónicas o descargas de a aplicación, pero como digo, es opcional, son solo preconfiguraciones para ayudarte a orientar la campaña si tienes unos objetivos muy concretos desde el principio.

Las campañas de búsqueda se pueden mostrar tanto en la red de búsqueda (Se muestran cuando se buscan términos relevantes para tus palabras clave) como en la red de display (mientras visitan sitios web, reproducen vídeos y usan aplicaciones en Internet), aunque el formato de esta campaña consistirá exclusivamente en un anuncio de texto o llamada.

-Campaña de Display

En las campañas display puedes crear anuncios atractivos con el objetivo de captar la atención de los usuarios. Esta clase de campaña son especialmente útiles para **captar una gran masa de usuarios**. Además, con esa masa crítica que te permite recoger, puedes crear audiencias para hacer campañas óptimas de remarketing.

En este tipo de campaña puedes realizar cuatro tipos diferentes de anuncios:

- Anuncios de display adaptables: Los anuncios adaptables están constituidos por un texto, un logotipo e imágenes. Google generará los anuncios y optimizará su rendimiento.
- Anuncios de imagen que subas: Puedes crear y subir tú mismo los anuncios a la plataforma de Google Ads. Los anuncios que puedes subir son imágenes en los formatos y dimensiones que Google exige o a través de HTML5.
- Anuncios lightbox: Estos anuncios son tarjetas compuestas con imágenes, vídeos o un feed que tengas vinculado a la campaña. Este formato de anuncio puede contener varios vídeos, galerías de imágenes o una combinación de ambos. Estos anuncios pueden expandirse hasta ocupar toda la pantalla.
- Anuncios de Gmail: Son anuncios expandibles que se muestran en la parte superior de la bandeja de entrada de Gmail.

Este tipo de anuncios no se muestran en base a unas keywords concretas, sino que se muestran a los usuarios que coincidan con la temática y/o gustos que segmentes en la audiencia de la campaña y los datos demográficos que escojas. También se pueden mostrar a audiencias personalizadas que tu mismo hayas creado previamente. Esas audiencias, por ejemplo, pueden ser exclusivamente usuarios que hayan visitado tu web. Asimismo, puedes excluirlos de ciertas web o emplazamientos concretos que no quieres relacionar con tu marca.

-Campaña de Shopping

La función principal de las campañas de shopping es la **promoción de tus productos o servicios** con su respectiva información detallada, sin necesidad de que el usuario haya hecho click en el anuncio previamente. También puedes dirigir a usuarios a tu tienda online, pero no es la mejor clase de campaña para esta función.

Para crear esta clase de anuncios, debes tener vinculada una cuenta de Merchant Center en la cuenta de Google Ads con la que vayas a lanzar la campaña. Además, deberás vincular los datos del producto o productos que quieras promocionar con tu cuenta de Merchant Center.

Estos anuncios están compuestos de una foto del producto, el título de éste, su precio y el nombre de la tienda online donde se vende.

Los anuncios de las campañas de shopping se muestran en la pestaña de shopping de google, en la red de búsqueda de Google, en partners de búsqueda de Google, en Youtube y en Google discover en la red de display.

Los anuncios de las campañas de shopping se muestran en base a los atributos de productos que debes definir en el feed de datos del Merchant Center, no en base a keywords.

-Campaña de Vídeo

Las campañas de vídeo normalmente son creadas para aumentar la **notoriedad de marca** y, dependiendo de la clase de anuncio que hagas y el tipo de formato que escojas, podrás generar más oportunidades de venta, tráfico a la página web, o utilizarlo como un **apoyo** de cobertura a una **campaña 360** de marketing.

Los anuncios de las campañas de vídeo se muestran tanto en Youtube como en las web de partners de vídeo de Google, pero es imprescindible que el contenido de los anuncios de vídeo

estén alojados en Youtube. Es decir, en caso de que no tengas un usuario, deberás **crear una cuenta en Youtube y subir ahí tus anuncios.**

Los anuncios se mostrarán en función del presupuesto, la clase de puja que hayas seleccionado, por audiencias y datos demográficos, palabras clave, temas y emplazamientos específicos (Canales de youtube, vídeos en youtube, aplicaciones, etc). Además, puedes segmentar tus anuncios en cierto tipo de contenido que no quieres que sea mostrado o, por el contrario, segmentarlo para que se muestren en una clase de contenido específico.

Existen seis formatos de anuncios de vídeo distintos y varían, en su duración total, cuando pueden o no pueden saltárselos y dónde aparecen o se reproducen.

-Campana de Aplicación

Las campañas de aplicación están dirigidas a crear anuncios para conseguir más descargas o fomentar acciones en la aplicación que quieras promocionar. Estos anuncios se muestran en la red de búsqueda de Google, en Google Play, Youtube, red de display y Google Discover. El único requisito para poder promocionar tu aplicación, es que debe estar en la App Store o en Google Play.

Los anuncios de las campañas de aplicación de Google Ads aparecen por medio de keywords o las audiencias que escojas. También puedes orientar los anuncios hacia web, vídeos o aplicaciones específicas y, de la misma manera, puedes excluirlos de esos emplazamientos específicos.

Además, en esta clase de campaña no tienes que crear tú los anuncios ya que lo hace la propia plataforma de Google Ads, lo único que debes hacer es proporcionarle dos ideas de títulos y una descripción. Es cierto que te da la opción (incluso lo recomienda) de meter más recursos

como, vídeos, imágenes o elementos HTML5, pero con los recursos que le proporciona tu propia aplicación, crea anuncios muy conseguidos.

-Campaña Smart

Las campañas Smart o campañas inteligentes son las campañas más **sencillas de configurar** y están orientadas a las personas que no están muy familiarizadas con Google Ads. Esta clase de anuncios son similares, en aspecto, a los de una campaña de Búsqueda o display, pero con la gran diferencia de la manera de configurarla y que, si tienes vinculada tu empresa con Google My Business, los usuarios que se encuentren cerca de tu empresa pueden ver en tu anuncio un marcador de mapa para que los usuarios puedan ir directamente a google maps para encontrar la ubicación de tu empresa.

Antes de lanzarte a crear este tipo de campaña, debes escoger la acción que más te interese que puedan realizar los usuarios, esas acciones son “llamadas”, “visitas al escaparate” o “acciones en la web”.

Una vez escogida una de esas tres opciones, debes introducir el nombre de tu empresa y el sitio web donde esté alojada. Tras esto, pasaríamos a introducir en qué zona operas, para que se muestre tu anuncio en la zona geográfica que has indicado (Puedes escoger un radio de hasta 65 KM desde la ubicación de tu empresa o una ubicación específica, ya sea ciudad, estado o país), la categoría a la que pertenece tu empresa y los servicios específicos que quieras promocionar en el anuncio.

Y básicamente ya estaría la campaña, solo tendrías que indicar un par de títulos y una descripción que quieres que contenga tu anuncio, ajustarle un presupuesto y lanzar la campaña.

No obtendrás los resultados más óptimos como puedes llegar a tener con otro tipo de campaña ya que será Google quien decida finalmente a quien mostrar los anuncios, pero, como digo, si no estás familiarizado con Google Ads y quieres lanzar una campaña en Google Ads, puedes **comenzar por este tipo de campaña para empezar a conocer las métricas, las interfaces de la plataforma, etc.**

Estos son todos los tipos de campañas en Google Ads, de momento. Espero que el artículo te sirva de referencia para saber que campaña escoger en función de tus necesidades. Por supuesto, puedes encontrar información específica de cada tipo campaña en Google Support.

Por Miguel Montejo Gil

Fuente: <https://rubrika.es/marketing-digital/sem/tipos-de-campanas-en-google-ads/>
