

Sobrecarga de Acrónimos: Terminología de AdWords para Principiantes

Si es la primera vez que usa AdWords, las siguientes definiciones pueden resultarle útiles para empezar.

Anuncio: publicidad que se muestra en las páginas de resultados de la búsqueda, al lado y por encima de los resultados de búsqueda y en sitios web. Con AdWords, puede crear anuncios de texto, imágenes, video y para celulares.

Grupo de Anuncios: conjunto de anuncios relacionados con un tema, que comparten una lista de palabras clave. Con AdWords, puede crear hasta 20,000 grupos de anuncios por campaña.

Campaña: campaña de marketing que define su orientación geográfica, presupuesto, configuración y más. Una campaña se compone de Grupos de Anuncios, Anuncios y Palabras Clave. Puede crear hasta 500 campañas en su cuenta.

Clic: cuando un usuario ve su anuncio y hace clic en él para visitar su sitio web.

Porcentaje de clics (CTR): relación entre la cantidad de veces que se mostró su anuncio (impresiones) y la cantidad de veces que recibió clics. Por ejemplo, si un anuncio se muestra a 100 personas y dos hacen clic en él, su CTR es de 2%.

Conversión: cuando un visitante de su sitio web realiza una acción deseada, que puede ser comprar en línea, llenar un formulario, suscribirse a un boletín informativo o publicar un comentario.

Costo por Clic (CPC): cantidad de dinero que paga cada vez que un visitante hace clic en su anuncio. El *CPC máximo* es el importe máximo que está dispuesto a pagar por un clic.

URL de destino: página web a la que se dirigirá a los visitantes después de hacer clic en su anuncio. Esta página puede ser diferente de su URL visible o página principal, siempre que conserve el mismo dominio.

URL visible: la URL que se incluye en su anuncio (cuarta línea).

Impresiones: cantidad de veces que su anuncio se ha mostrado a los clientes potenciales.

Lista de palabras clave: lista de términos o frases para las que desea que aparezca su anuncio, cuando un usuario las busque. Puede haber hasta 5,000 por cada grupo de anuncio, y 3 millones por cuenta de AdWords.

Nivel de Calidad: una medición de la relevancia entre sus anuncios y palabras clave para las personas que buscan su empresa, productos o servicios. El Nivel de Calidad se mide en una escala de 1 a 10 (donde 10 es el valor máximo). Cuanto más alto sea su Nivel de Calidad, mejor.