



---

# Taller pràctic: Google Ads (II)

Crea les teves campanyes de recerca, display, remarketing i més a Google Ads

**Víctor de Francisco**

vdf@reexporta.com

<https://es.linkedin.com/in/victordefrancisco>

---

Data: Octubre 2021

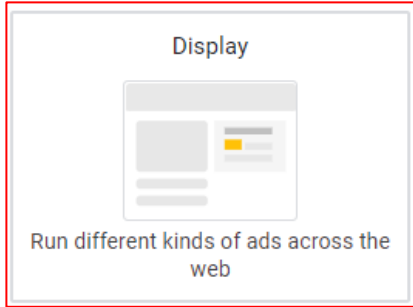
---

# Part II

## CONTINGUTS

- Crear una campanya de display
- Ampliar una campanya de display amb remarketing. Conceptes bàsics del remarketing i configuració d'una campanya de remarketing a la xarxa de display.
- Crear una campanya de vídeo
- Creació d'altres tipus de campanyes; local i discovery.
- Resultats, control i seguiment
- Creació i gestió d'informes.
- Seguiment de conversions.
- Integració a Google Analytics

# Campanyes de Display



Google Ads



Google AdSense



CÁDIZ  
**MELIÁ SANCTI PETRI**  
mejor precio online garantizado

Este sitio web utiliza cookies, tanto propias como de terceros, para recopilar información estadística sobre su navegación y mostrarle publicidad relacionada con sus preferencias, generada a partir de sus pautas de navegación. Si continua navegando, consideramos que acepta su uso. [Más información](#)

Actualizado: 19:01 h. martes, 24 de septiembre de 2013

**La Voz de Galicia.es**

Edición en Castellano

Portada Galicia Deportes Economía Opinión Política Vida digital Televisión Ocio y Cultura Gente Emprende El Tiempo Tendencias Más

Temas Crimen en Santiago Juan Carlos I Elecciones en Alemania Novagalicia Banco Pescanova Incendios en Galicia Camino de Santiago

Publicidad

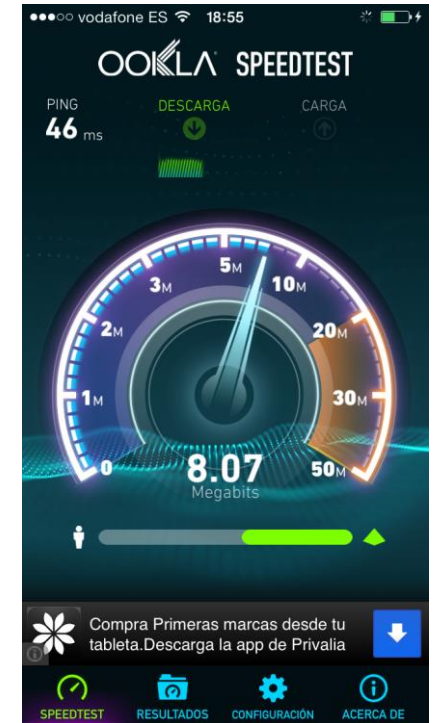
**GADIS** Melocotón amarillo, categoría 1ª Kilo **0,69 €** 24 Septiembre OportuniGADIS

CRIMEN EN SANTIAGO

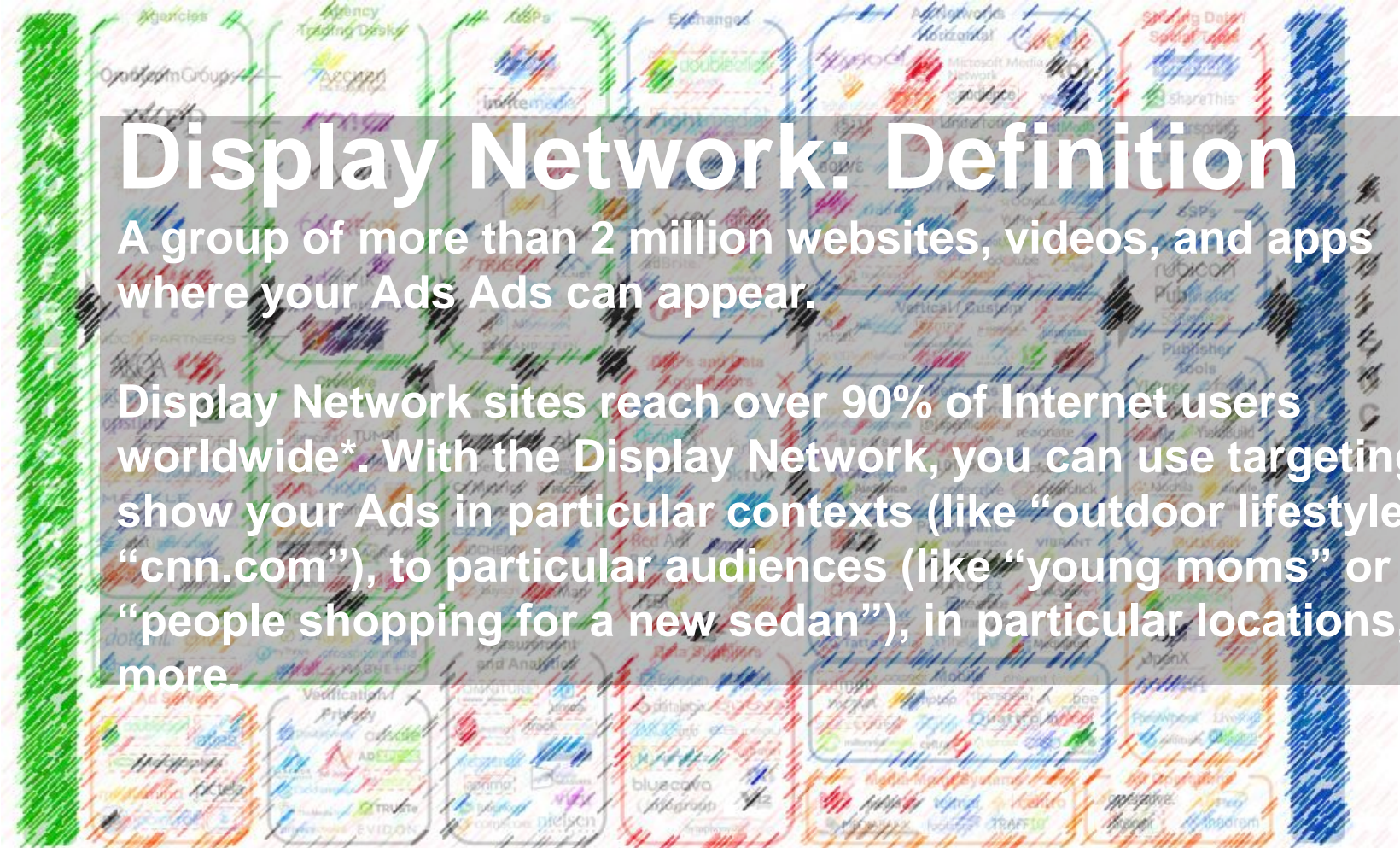
Rosario Porto, en la parte de atrás a la salida del tanatorio. A la derecha, en una imagen de archivo. A. BALLESTEROS | S. ALONSO

**Oferplan** Envío a domicilio Descuento 47%

Máquina de abdominales Envío a domicilio



## Concepte



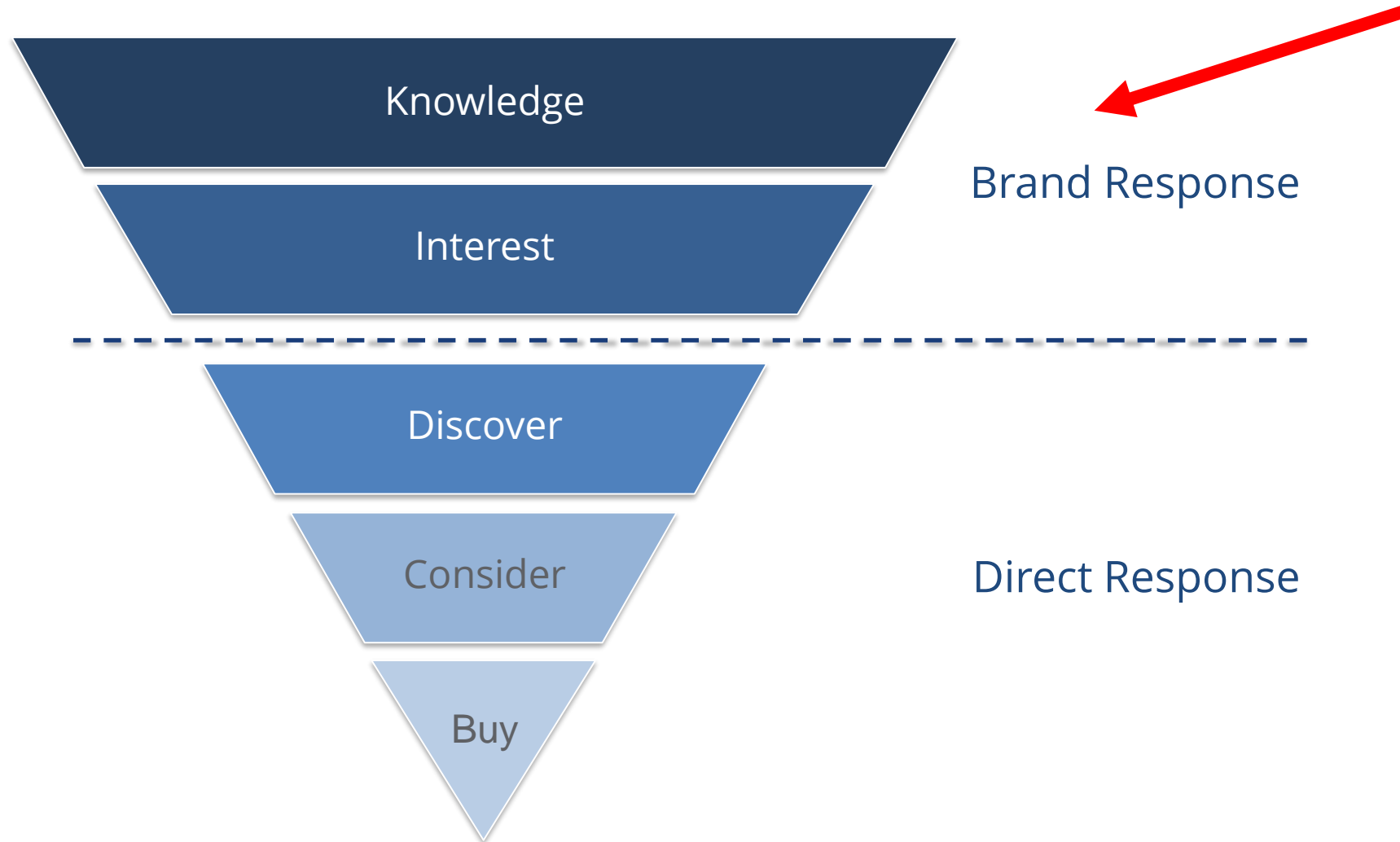
# Display Network: Definition

A group of more than 2 million websites, videos, and apps where your Ads can appear.

Display Network sites reach over 90% of Internet users worldwide\*. With the Display Network, you can use targeting to show your Ads in particular contexts (like “outdoor lifestyles” or “cnn.com”), to particular audiences (like “young moms” or “people shopping for a new sedan”), in particular locations, and more.

# Campanyes de Display

Orientació estratègica



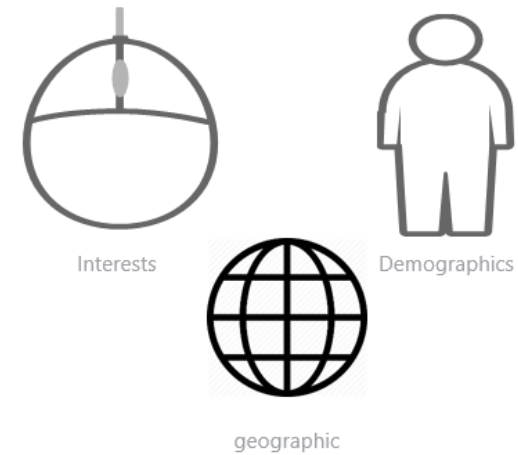
La clau és la segmentació

## Content Where they are



*Use web content to reach your audience at the point of relevancy*

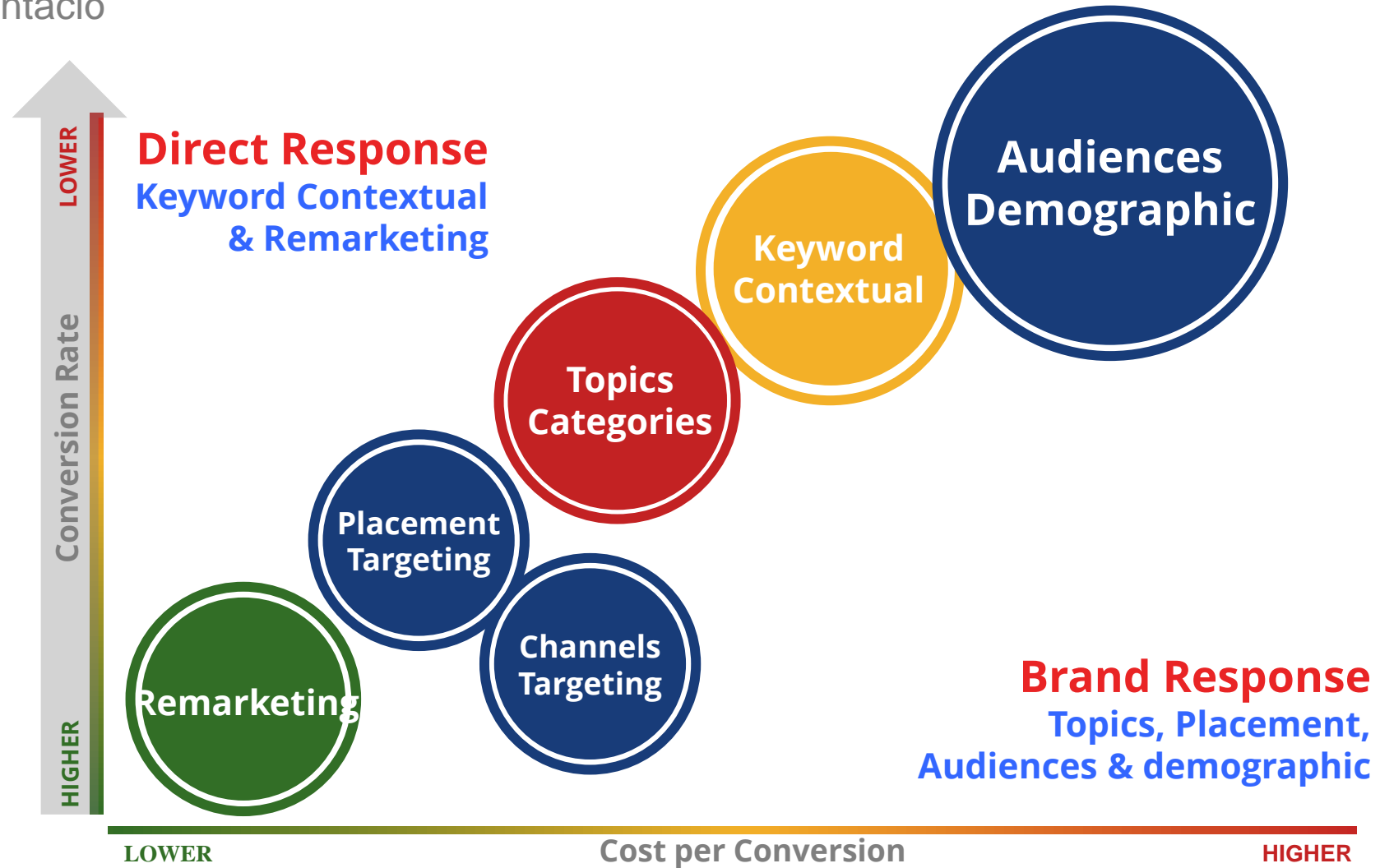
## Audience Who they are



*Target audience based on online behavior using cookie data*

# Campanyes de Display

La clau és la segmentació



# Campanyes de Display

- Elige las audiencias buscando varios conceptos

Consejo



Audiencias

Selecciona audiencias para definir quién debería ver tus anuncios. Puedes crear audiencias en [Gestor de audiencias](#).

**Editar audiencias de segmentación** GUARDAR

[BÚSQUEDA](#) [IDEAS \(11\)](#) [EXPLORAR](#) No hay nada seleccionado [BORRAR TODO](#)

🔍 Prueba con "belleza y bienestar"

Audiencias seleccionadas recientemente (13)
 

- Audiencias con intención de compra Ropa deportiva
- Audiencias afines Aficionados al running
- Datos demográficos detallados Con hijos de entre 1 y 3 años
- Datos demográficos detallados Con hijos menores de 1 año
- Visitantes del sitio web Todos los visitantes (Google Analytics)
- Audiencias con intención de compra Entradas para conciertos y festivales de música

Selecciona una o varias audiencias a las que quieras orientar tu publicidad.

**Contenido:** dónde quieres que se muestren tus anuncios  
 Limita la cobertura con palabras clave, temas o emplazamientos

[+ SEGMENTACIÓN POR CONTENIDO](#)

**Contenido:** dónde quieres que se muestren tus anuncios  
 Limita la cobertura con palabras clave, temas o emplazamientos

Palabras clave	Elige términos relacionados con tus productos o servicios para orientar anuncios a los sitios web relevantes	?	▼
Temas	Elige áreas temáticas específicas para orientar tus anuncios a un gran número de páginas web, aplicaciones y vídeos relacionados con un tema concreto	?	▼
Emplazamientos	Elige sitios web, aplicaciones o vídeos concretos donde quieras que se muestren tus anuncios	?	▼



# Campanyes de Display

- Los anuncios dinámicos son la mejor opción porque se adaptan a todos los formatos

Consejo



## Tamaños y formatos compatibles

### Tipos de archivo

Formatos de imagen GIF, JPG y PNG  
 Formatos de HTML5 ZIP con archivos HTML y archivos opcionales CSS, JS, GIF, PNG, JPG, JPEG o SVG  
 Tamaño máximo 150 kB

### Dimensiones del anuncio

Cuadrado y rectángulo		Skyscraper horizontal	
200 × 200	Cuadrado pequeño	468 × 60	Banner
240 × 400	Rectángulo vertical	728 × 90	Skyscraper horizontal
250 × 250	Cuadrado	930 × 180	Banner superior
250 × 360	Pantalla panorámica triple	970 × 90	Skyscraper horizontal grande
300 × 250	Rectángulo integrado	970 × 250	Billboard
336 × 280	Rectángulo grande	980 × 120	Panorámica
580 × 400	Tablero		
Skyscraper		Móvil	
120 × 600	Skyscraper	300 × 50	Banner para móviles
160 × 600	Skyscraper ancho	320 × 50	Banner para móviles
300 × 600	Media página	320 × 100	Banner para móviles grande
300 × 1050	Vertical		

## Nuevo anuncio adaptable de display

### Llega a más usuarios

Los anuncios adaptables de display te permiten aumentar la cobertura y te ahorran el tiempo que dedicas a crear diferentes versiones de tus anuncios.



[MÁS INFORMACIÓN](#) [CERRAR](#)

URL final

### Imágenes y logotipos

Añade 2 o más imágenes de alta calidad (se necesitan 1 cuadrada y 1 horizontal) [Más información](#)

+ **IMÁGENES Y LOGOTIPOS**

### Videos

Opcional (hasta 5)

+ **VÍDEOS**

Títulos (hasta 5)

Eficacia del anuncio [Dejar comentarios](#)



Incompleto

Añade una URL final

- Imágenes
- Títulos [Ver ideas](#)
- Descripciones [Ver ideas](#)

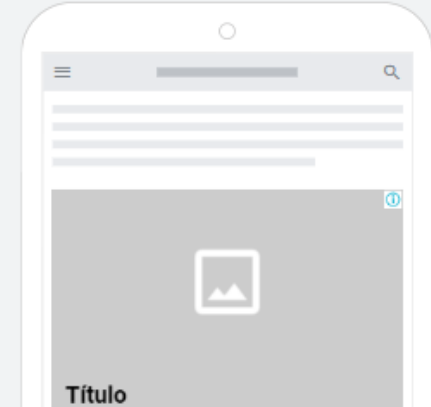
## Vista previa

[SITIOS WEB Y APLICACIONES](#)

[PROPIEDADES DE GOOGLE](#)

Formatos de anuncio principales

Ejemplo de anuncio de imagen (300x250)



# Campanyes de Display

- Configura antes en [GA4] las audiencias de *remarketing* para seleccionar en Google Ads

Consejo



### HOW REMARKETING WORKS

Add a remarketing tag, a small snippet of code you get from AdWords, across all your site pages.

Build remarketing lists for any of your webpages, such as your most popular product category

When people visit these pages on your site, they'll be added to your remarketing lists.

Create a campaign to show ads only to those on the "dress shoes" list when they search for "dress shoes" or related terms on Google, or while they browse the Display Network. These messages can be tailored based on pages they've visited.

Remarketing can help you bring customers back to your website and drive sales.

Ready to learn more? Visit [support.google.com/adwords](https://support.google.com/adwords)

## Configuració de les audiències de remarketing al [GA4]

Analytics

Pruebe a buscar "creador de URLs + UTM"

Eventos

Conversiones

**Audiencias**

Definiciones personalizadas

DebugView

Nueva audiencia

Nombre de la audiencia	Descripción	Usuarios ?	% de cambio	Fecha de creación ↓
All Users	All users	127	↑1,6 %	10 nov. 2020
Purchasers	Users who have made a purchase	Menos de 10 usuarios	-	10 nov. 2020

VINCULACIÓN CON OTROS PRODUCTOS

- Vinculación con Google Ads
- Vinculación con Ad Manager

©2021 Google | Pá



### Vinculación con Google Ads

Buscar

Vincular

Nombre de cuenta	ID de cuenta	Tipo de cuenta	Publicidad personalizada	Fecha de vinculación	Responsable de la vinculación
Aún no hay ninguna vinculación. Haga clic en Vincular para crear una.					

Items per page: 5 0 of 0

## Campanyes de Display

Fórmula; sobre la base que compleixin el **lindar mínim** d'anuncis o classificació:

$$\text{AdRank} = \overset{\text{Puja/Bid}}{\text{CPC}_{\text{máx}}} \times \text{Quality Score (Qs)}$$


$$\text{Qs} = \overset{\text{Expected}}{[\text{CTR}\odot]} \times \text{QLP}$$

CTR = Taxa de clics esperada (clics/impressions)  
QLP = qualitat de la pàgina de destinació


*\*Aquesta fórmula és pròpia, a partir de les explicacions de Google*

# Campanyes de Vídeo

Video



Reach and engage viewers on YouTube and across the web



Prueba gratis el Creador de Páginas web - GoDaddy España

GoDaddy España

date a conocer

Comienza Gratis es.godaddy.com Entra

Anuncio - 0:34 es.godaddy.com

Saltar anuncio ▶

Haz que tu idea sea real. **GoDaddy** Empezar ahora

Comienza Gratis Anuncio es.godaddy.com ENTRA

Siguiente REPRODUCCIÓN AUTOMÁTICA

Coco Mademoiselle: The Film - CHANEL CHANEL 11 M visualizaciones

YouTube

Lv. 20 Destroyer

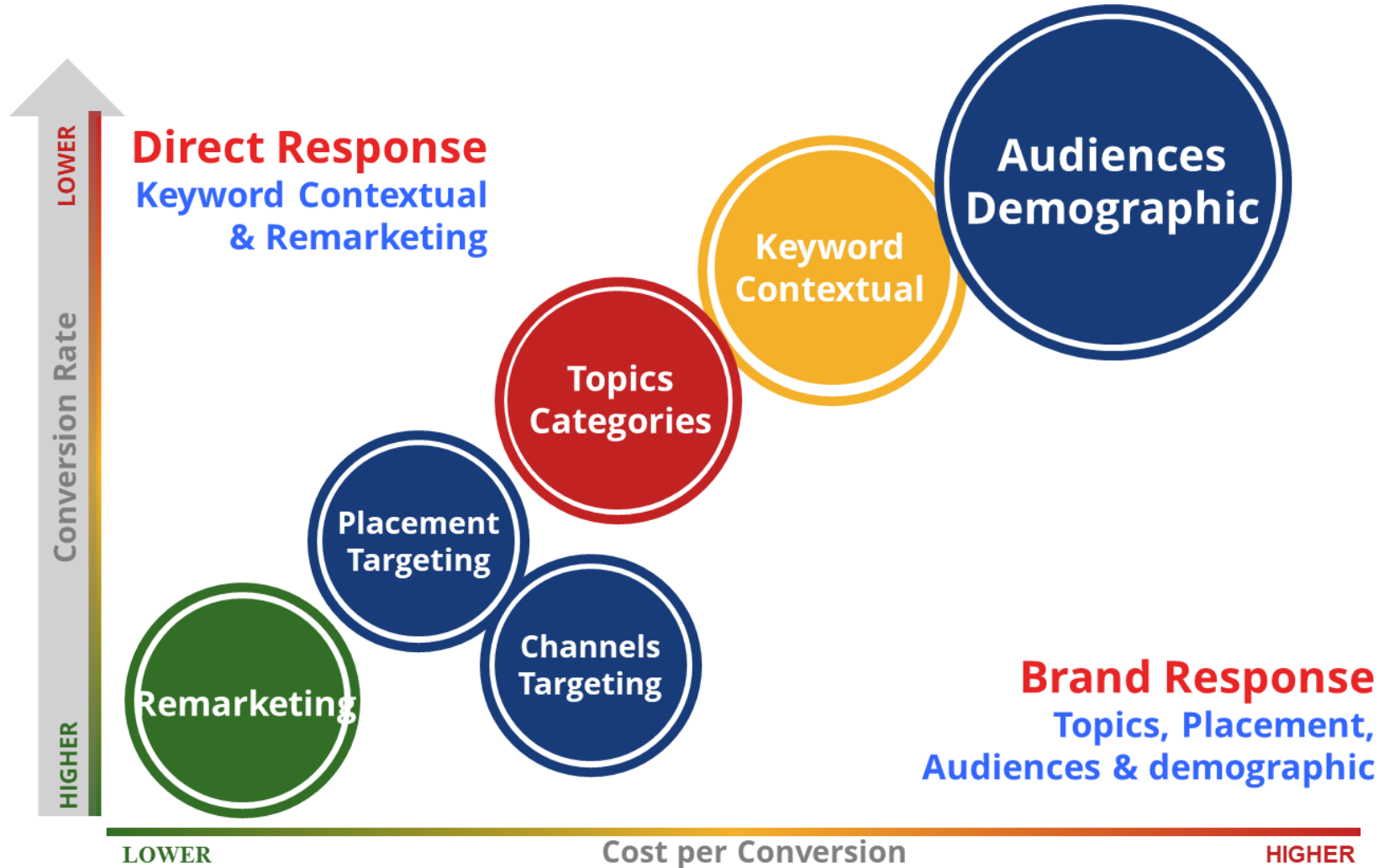
Lv. 10 Helicopter

Be the leader of the ally Attack your enemy now Anuncio 4.2 ★★★★★ GRATIS · haomin yu Descargar

Página principal Explorar Suscripciones Notificaciones Biblioteca

# Campanyes de Vídeo

De nou, la segmentació i el format és la clau



Seleccionar un subtipo de campanya

- Campanya de vídeo personalitzada**  
Personaliza tu configuració amb anuncis in-stream saltables, anuncis bumper o anuncis video discovery. [Més informació](#)
- In-stream no saltable**  
Comparteix el teu missatge complet amb anuncis in-stream no saltables de fins a 15 segons. [Més informació](#)
- Out-stream**  
Arriba a usuaris de telèfons i tablets usant la estratègia de pujada vCPM amb anuncis out-stream. [Més informació](#)
- Generar conversions**  
Consigueix més conversions amb anuncis de vídeo dissenyats per fomentar interaccions dels clients valuoses per a la teua empresa. [Més informació](#)
- Secuència d'anuncis**  
Per donar a conèixer el teu missatge, mostra una seqüència determinada a usuaris específics amb anuncis in-stream saltables, anuncis in-stream no saltables, anuncis bumper o una barreja dels tres. [Més informació](#)
- Shopping**  
Promociona productes rellevants i consigueix que els clients compren al teu lloc web amb anuncis in-stream saltables. [Més informació](#)

## On podem aparèixer?

### Resultados de búsqueda de YouTube

Los anuncios pueden mostrarse junto a los resultados de búsqueda en YouTube. Esta opción solo está disponible en campañas que utilicen [anuncios video discovery](#).

### Vídeos de YouTube

Los anuncios pueden aparecer en los vídeos, las páginas de canal y la página principal de YouTube.

### Partners de vídeo en la Red de Display

También se les conoce como [partners de vídeo de Google](#). Los anuncios pueden aparecer en los sitios y aplicaciones de la Red de Display. Se recomienda dejar esta opción seleccionada, ya que puede ayudarte a ampliar tu cobertura más allá de YouTube.

# Campanyes de Vídeo

- Puedes destinar un presupuesto total para toda la campaña

Consejo



Nombre de la campaña	Personalizada de vídeo - 2021-02-05	36/128
Estrategia de puja	Selecciona tu estrategia de puja <span>?</span> CPV máximo <span>▼</span> Las siguientes estrategias de puja no están disponibles en esta campaña: <u>CPM visibles</u> , <u>CPA objetivo</u> , <u>Maximizar conversiones</u>	Con el CPV (coste por visualización) máximo, puedes definir el importe máximo que quieres pagar cada vez que se visualice uno de tus anuncios.  Puedes crear anuncios in-stream saltables o video discovery con esta estrategia de puja.  <a href="#">Más información</a>
Presupuesto y fechas	Introduce el tipo de presupuesto y el importe Total de la campaña <span>▼</span> € <span>Obligatorio</span>  Fecha de inicio 5 feb. 2021 <span>▼</span>  Fecha de finalización Elige una fecha <span>▼</span> <span>Obligatorio</span>	El presupuesto "Total de la campaña" representa la inversión total durante toda la campaña. Debes programar la fecha de finalización de la campaña.  <a href="#">Más información</a>



## Campanyes de Vídeo

- Si sólo quieres aparecer en YouTube deberás marcar la opción correspondiente

Consejo



### Redes

Resultados de búsqueda de YouTube

Los anuncios pueden mostrarse junto a los resultados de búsqueda en YouTube. Solo puedes usar anuncios video discovery.

Vídeos de YouTube

Los anuncios pueden aparecer en vídeos de YouTube, páginas de canal y la página principal de YouTube. Puedes publicar anuncios in-stream y video discovery.

Partners de vídeo en la Red de Display ?

### Ubicaciones

Selecciona las ubicaciones geográficas a las que orientar la publicidad ?

Todos los países y territorios

España

Introducir otra ubicación

### Idiomas

Selecciona los idiomas que hablan tus clientes. ?

🔍 Introduce un idioma o selecciónalo

Todos los idiomas

- Aplica la segmentación de tu briefing de Campaña

Consejo



## Campanyes de Vídeo

Crear un grupo de anuncios [Saltar creación del grupo de anuncios y del anuncio \(opción avanzada\)](#)

Nombre del grupo de anuncios	Personalizada de vídeo - 2021-02-05	36/255
------------------------------	-------------------------------------	--------

**Personas: a quién quieres llegar**  
Define las **Audiencias**, los **Grupos demográficos** o ambos criterios de segmentación

Grupos demográficos	Cualquier edad, Cualquier sexo, Cualquier estado parental, Cualquier tipo de ingresos familiares	▼
Audiencias	Cualquier audiencia	▼

**Contenido: dónde quieres que se muestren tus anuncios**  
Restringe la cobertura con **palabras clave**, **temas** o **emplazamientos**

Palabras clave	Cualquier palabra clave	▼
Temas	Cualquier tema	▼
Emplazamientos	Cualquier emplazamiento	▼

Puja	Puja de CPV máximo	<p>La puja de CPV (coste por visualización) máximo es el importe máximo que quieres pagar para que alguien vea uno de tus anuncios de vídeo.</p> <p><a href="#">Más información</a></p>
	<input type="text"/> € Obligatorio	

- Sólo podrás promocionar videos que estén en YouTube. Recuerda la duración adecuada de un “anuncio”

Consejo



## Campanyes de Vídeo

Tu video de YouTube
EN YOUTUBE
PARTNERS DE VÍDEO DE GOOGLE

Formato del anuncio de video

Anuncio in-stream saltable ⓘ  
 Anuncio video discovery ⓘ  
 Anuncio bumper ⓘ

Los siguientes formatos de anuncio no están disponibles en esta campaña: anuncio in-stream no saltable, anuncio out-stream

http:// URL final ⓘ  
Obligatorio

URL visible ⓘ  
Obligatorio 0/255

Llamada a la acción

Opciones de URL de anuncio (avanzado)

Banner complementario (solo para ordenadores) ⓘ

Generar automáticamente con videos de tu canal (recomendado)  
 Subir una imagen

Nombre del anuncio

Anuncio #1

Móvil    Ordenador

[PREVISUALIZAR ANUNCIO EN YOUTUBE PARA ORDENADORES](#)
[COPIAR ENLACE](#)

Para previsualizar el anuncio en YouTube para móviles, copia el enlace y compártelo con un dispositivo móvil.

## Campanyes de Vídeo

Fórmula; sobre la base que compleixin el **líndar mínim** d'anuncis o classificació:

$$\text{AdRank} = \overset{\text{Puja/Bid}}{\boxed{\text{CPV}_{\text{máx}}}} \times \overset{\text{Expected}}{\boxed{\text{VTR}^{\text{©}}}}$$

CPV = Cost per Visualització

VTR = Taxa de visualització (visualitzacions/impressions)

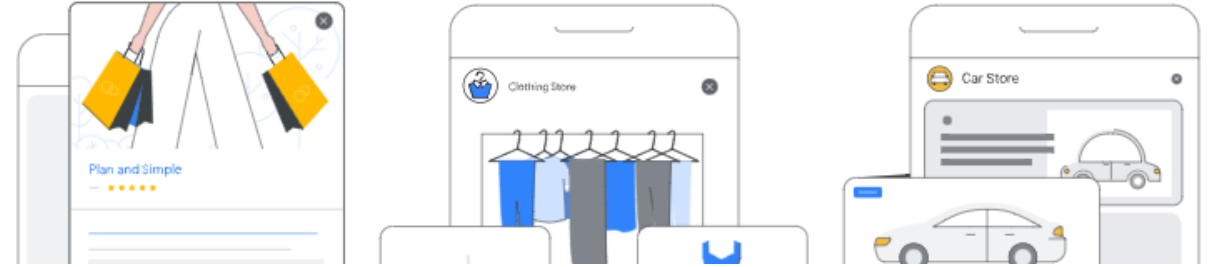
*\*Aquesta fórmula és pròpia, a partir de les explicacions de Google*

## On podem aparèixer?

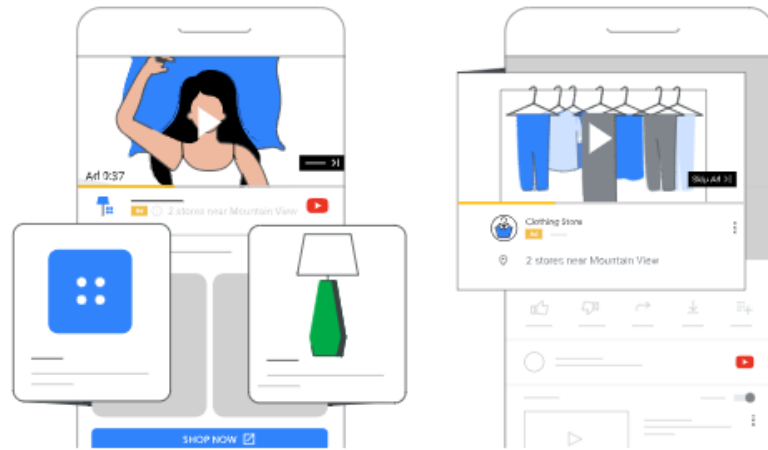
### Red de Búsqueda de Google



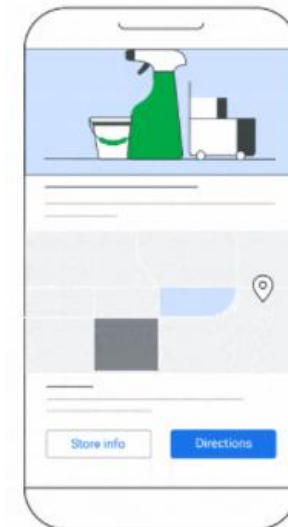
### Xarxa de Display de Google



### YouTube



### Gmail



Selecciona los tipos de ubicación que quieres anunciar en esta campaña ⓘ

Usar ubicaciones de mi empresa  Utilizar las ubicaciones afiliadas

Usar ubicaciones de mi empresa

Puedes usar una cuenta de Google My Business o las ubicaciones que selecciones

[Seleccionar ubicaciones](#)

Recurso	Obligatorio/Opcional	Descripción
Título	Obligatorio	Introduce hasta 5 líneas de texto para captar la atención de los clientes potenciales. Usa títulos distintos para obtener mejores resultados. Límite de 30 caracteres.
Descripción	Obligatorio	Introduce hasta 5 descripciones que resuman tu oferta. Límite de 60 caracteres.
Llamada a la acción	Obligatorio	Introduce hasta 5 líneas de texto para indicar a los usuarios cómo pueden interactuar con tu empresa. Límite de 11 caracteres.
URL final	Obligatorio	Introduce la URL a la que quieras que el anuncio dirija a los usuarios. Debe ser una URL válida.
Ruta visible	Opcional	Introduce hasta 2 líneas de texto para completar la URL que los usuarios verán en el anuncio. El dominio debe ser el mismo que el de la URL final. Si dejas este campo vacío, Google Ads usará tu URL final como URL visible.  * Puedes especificar 2 rutas.
URL final para móviles	Opcional	Introduce la URL a la que quieras dirigir a los usuarios. Comprueba que el sitio esté optimizado para móviles. Debe ser una URL válida.

## Campanyes Local

Recursos de anuncio

**URL final** ⓘ  
https://www.example.com

**Ruta visible** ⓘ  
www.example.com  
/ \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_  
0/15 0/15

**Títulos (hasta 5)** ⓘ  
Título \_\_\_\_\_ 0/30  
**+ TÍTULO**

**Descripciones (hasta 5)** ⓘ  
Descripción \_\_\_\_\_ 0/60  
**+ DESCRIPCIÓN**

**Llamada a la acción (se pueden añadir hasta 5)** ⓘ  
Texto de llamada a la acción

MAPAS
DISPLAY
BÚSQUEDA
YOL >

Relación de aspecto de la imagen	Tamaño mínimo	Tamaño máximo del archivo
1,91:1	600x314	5 MB
1:1	314x314	5 MB
1:1 (imagen de logotipo)	116x116	5 MB

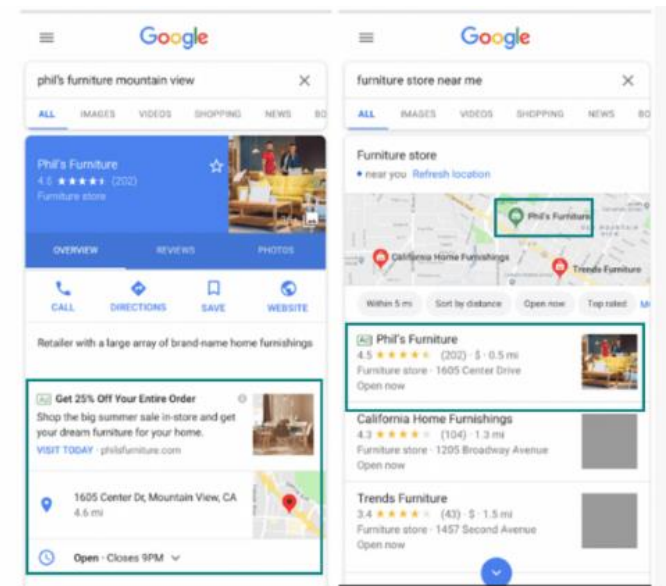
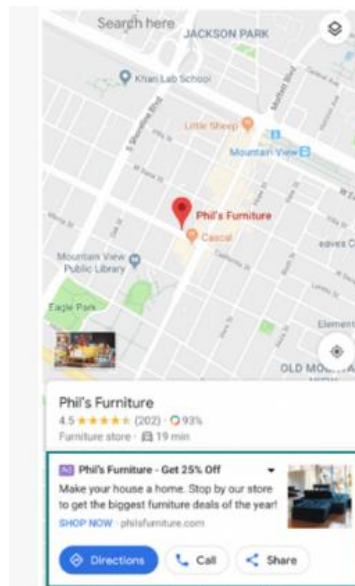
## Ubicacions afiliades

## Com funcionen

Les extensions d'ubicació afiliada us poden ajudar a guanyar nous clients a la Xarxa de Cerca de la següent manera:

1. Algú cerca un producte a Google.
2. Es mostra el vostre anunci amb l'extensió d'ubicació afiliada
3. La persona veu la botiga més propera on es ven el vostre producte, ja sigui a través d'una adreça o d'un mapa
4. Des del mòbil, la persona pot fer-hi un toc i obtenir les indicacions per arribar a la botiga
5. La persona va a la botiga i compra el producte.

Seleccionar tiendas generales	
<input type="text" value="Buscar"/>	
Se han seleccionado 25 países	272 cadenas en España
Suiza >	<input type="checkbox"/> - Unión Musical
Suecia >	<input type="checkbox"/> A Loja do Gato Preto
España >	<input type="checkbox"/> Abacus Cooperativa
Noruega >	<input type="checkbox"/> AC
México >	<input type="checkbox"/> AD MARINA AUTOMOCIÓ, S.L.
Bélgica >	<input type="checkbox"/> Ahorramas
Austria >	<input type="checkbox"/> Aki

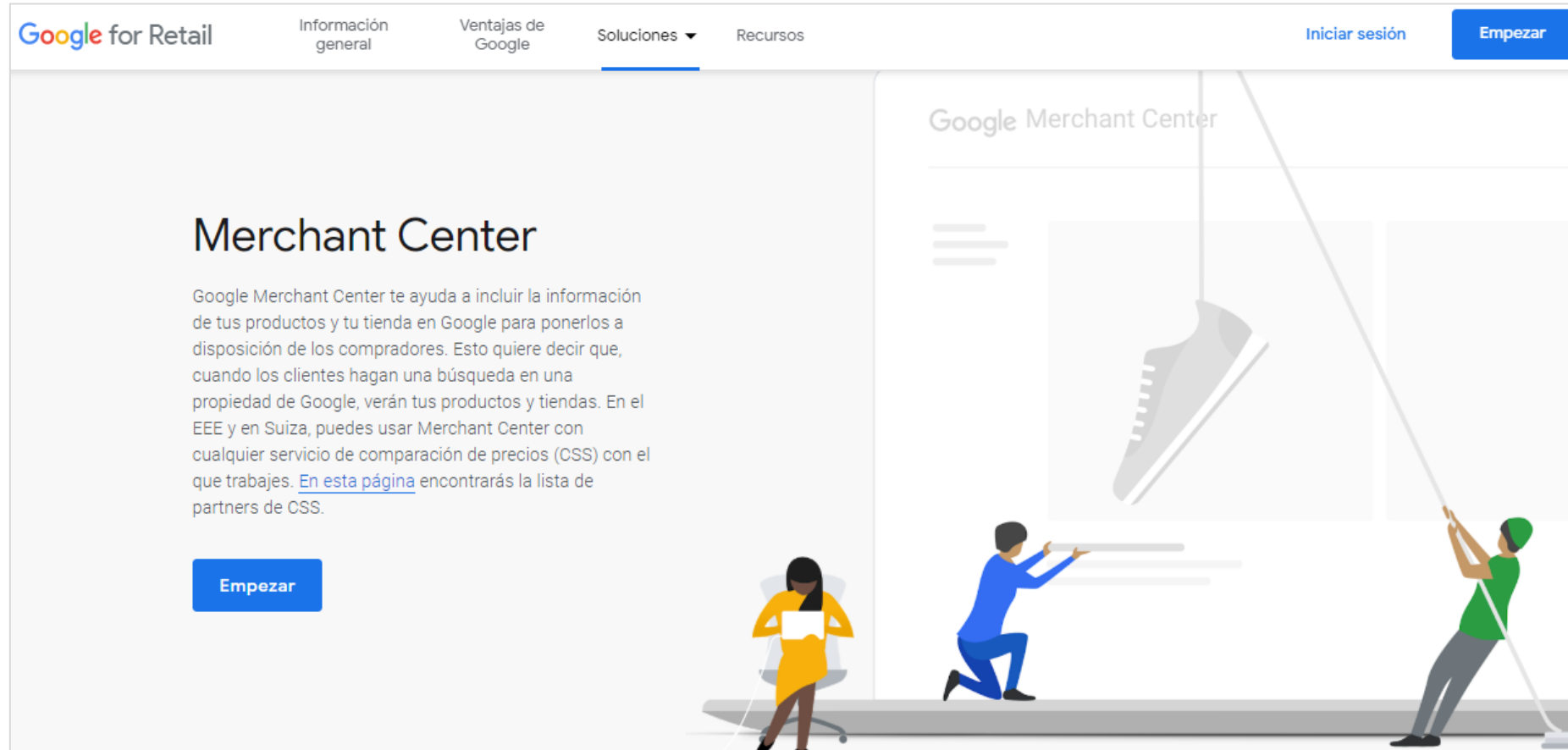


Només per e-commerce

The screenshot shows a Google search for "libros de magia". The search bar contains the text "libros de magia" and a search icon. Below the search bar, there are navigation tabs: "Todo", "Imágenes", "Vídeos", "Maps", "Libros", "Más", and "Herramientas de búsqueda". The search results show approximately 597,000 results in 0.55 seconds. The first organic result is "Web de Páginas Libros de Magia" with the URL "www.librosdemagia.com/". Below it are two more organic results: "Catálogo de libros Web de Páginas Libros de Magia" and "Catálogo de Ebooks Gratuitos Web de Páginas Libros de Magia". To the right of the organic results is a Shopping carousel titled "Resultados de Google Shopping para libros...". The carousel contains four items: "Magia Negra" (22,80 € on Amazon.es), "La magia (Crecimiento ...)" (13,30 € on Amazon.es), "Los Mejores Trucos De ..." (9,99 € on Casadellibro.c...), and "Magia Natural" (11,40 € on Amazon.es). Below the carousel is a red "Shopping" label. At the bottom of the search results, there is a section for "Imágenes de libros de magia" with a "Denunciar imágenes" link and a row of image thumbnails.



Primer, aconseguir aparèixer a GMC



<https://www.google.com/retail/solutions/merchant-center/>

El feed de dades és la clau

The screenshot shows the Google Ads interface with a dialog box for subdividing the 'All products' group. The dialog lists various categories and their corresponding product counts. A dropdown menu is open, showing options like 'Category', 'Brand', 'Item ID', etc., with 'Category' selected and highlighted in green.

Category	Count
Animals	
Apparel & Accessories	
Arts & Entertainment	
Baby & Toddler	
Business & Industrial	
Cameras & Optics	
Electronics	163
Food, Beverages & Tobacco	122
Furniture	89
Hardware	59

Product group	Max. CPC	Benchmark
All products	—	—
bikes	—	—
mens	—	—
cruisers	\$1.35	
road	\$2.00	
triathlon	\$2.15	
Everything else in 'mens'	\$1.25	
womens	\$1.50	
Everything else in 'bikes'	\$1.15	
clothing	\$1.00	
parts	\$1.10	
Everything else in 'All products'	\$0.65	

Google Confidential and Proprietary

## Cuándo deben utilizarse

Las campañas discovery pueden ser una opción adecuada para ti si tienes alguno de estos objetivos:


- **Quieres obtener conversiones a gran escala con tus creatividades (aplicando uno de los objetivos de marketing disponibles):** por ejemplo, puedes utilizar anuncios discovery para aumentar las ventas, las suscripciones a una newsletter o las visitas a un sitio web.
- **Quieres llegar a nuevos clientes con tus creatividades:** al mostrar en los feeds de las propiedades de Google creatividades de marca que llaman la atención de los usuarios y que les dan ideas sobre producto y servicios, las campañas discovery pueden ayudarte a captar el interés de clientes potenciales cuando y están dispuestos a probar nuevas marcas. Por ejemplo, puedes ampliar una estrategia de audiencia que y tenga éxito en campañas de redes sociales o de vídeo a nuevas audiencias en los feeds de Google.
- **Quieres volver a conectar con los clientes más valiosos:** cuando los consumidores regresen al cabo de un tiempo a los feeds de Google que más les gustan para buscar contenido, las campañas discovery te ofrecen más oportunidades de obtener conversiones entre los usuarios que mejor conozcan tu marca y puedan estar más interesados, ya sea porque han hecho una compra, han interactuado con tu canal de YouTube o porque han visitado tu sitio web.

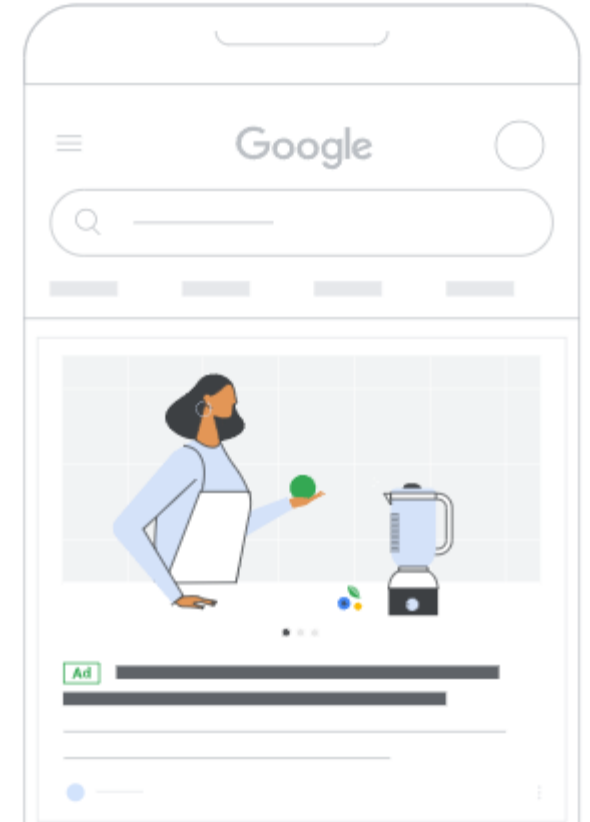


### Diferencias entre Discover y la Búsqueda de Google

En la Búsqueda de Google, los usuarios escriben términos para encontrar información útil relacionada con su consulta. En cambio, Discover funciona de una manera distinta: no devuelve resultados sobre una consulta que hace un usuario, sino que el contenido que muestra se basa principalmente en lo que los sistemas automatizados de Google consideran que interesa al usuario.

## Campanyes Discovery

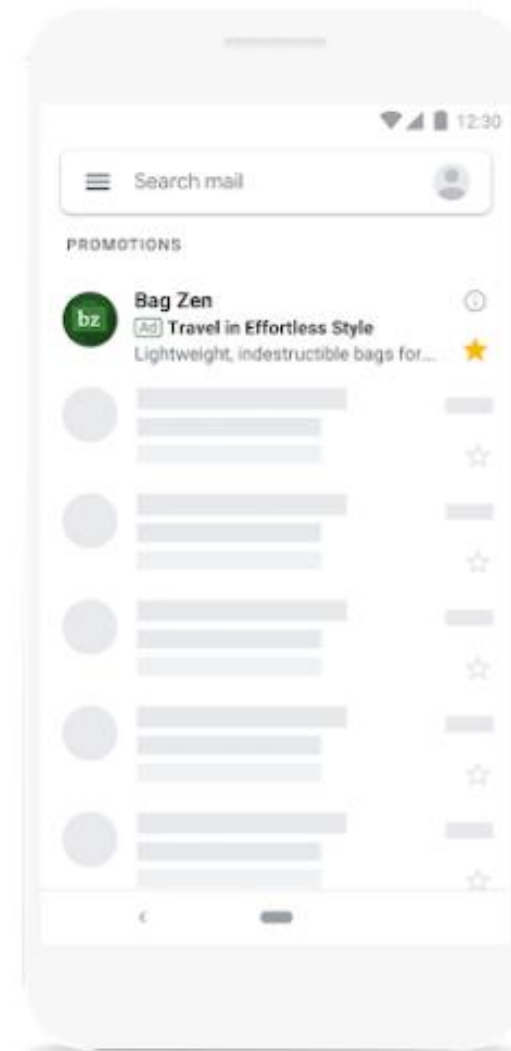
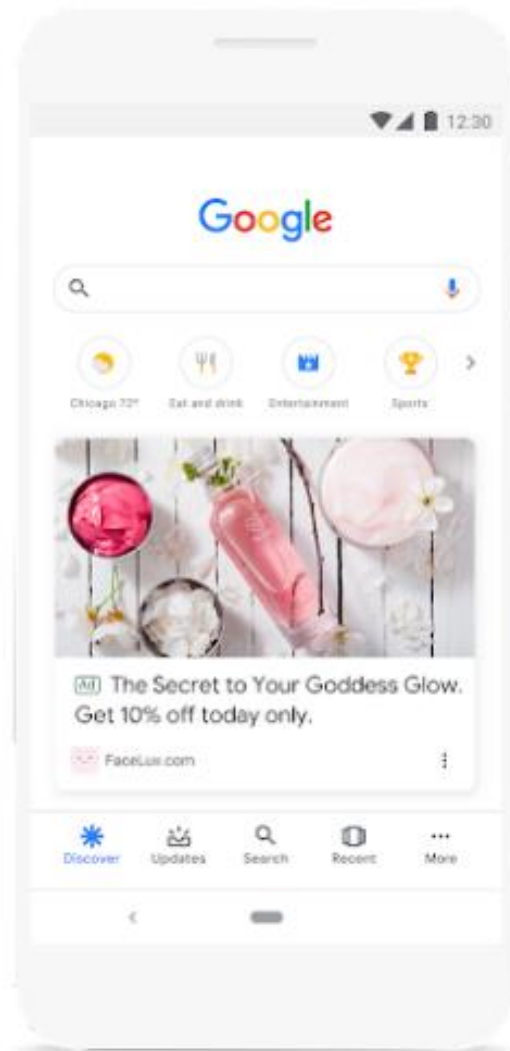
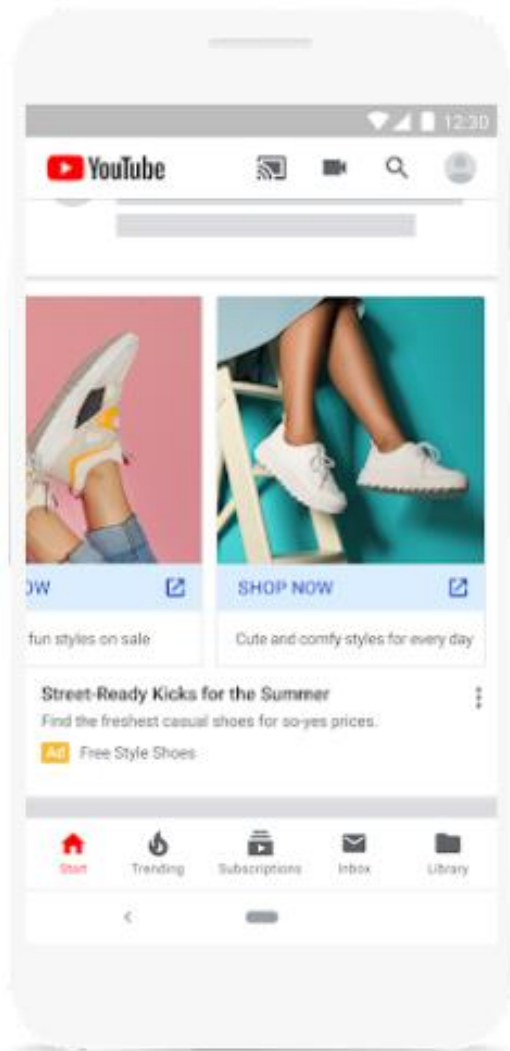
- **Permiten conseguir una mayor cobertura en Google con una sola campaña publicitaria.** Como te dan acceso a los feeds de [Inicio de YouTube](#) y [Ver a continuación](#), a [Discover](#)  \* y a las pestañas Promociones y Social de [Gmail](#), podrás llegar a más clientes potenciales entre los 3000 millones de usuarios al mes que exploran propiedades de Google muy populares en busca de todo tipo de contenido, desde las últimas tendencias en moda hasta nuevos vídeos de recetas.
- **Aumentan la implicación con anuncios más completos y relevantes.** Gracias a los conocimientos únicos de Google sobre la intención de los clientes, podrás mostrar anuncios más relevantes y significativos a los usuarios cuando estén más interesados por saber más acerca de tus productos y servicios.
- **Muestran anuncios visualmente atractivos con el potencial de llegar a un gran número de usuarios y se adaptan a los formatos nativos en las propiedades de Google.** Nuestras disposiciones de anuncios están diseñadas de forma que los consumidores descubran productos y servicios mientras consultan sus contenidos favoritos y navegan por experiencias basadas en feeds. También utilizan el aprendizaje automático para que puedas crear y mostrar tus recursos en todos los dispositivos. De esta forma, podrás captar la atención de los clientes y animarlos a actuar, todo ello más rápido y con menos esfuerzo.



# Campanyes Discovery

+ Anuncio de carrusel discovery

+ Anuncio discovery

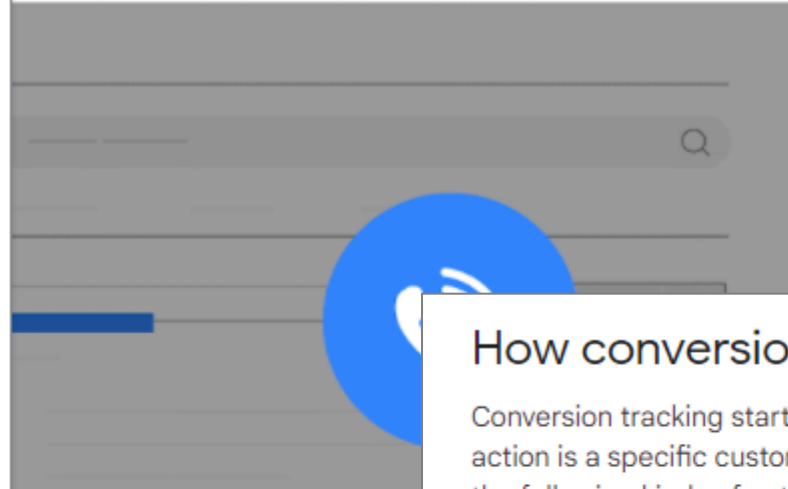


*Ejemplo de anuncio discovery en YouTube, Discover y Gmail*

## About conversion tracking

Conversion tracking is a free tool that shows you what happens *after* a customer interacts with your ads -- whether they purchased a product, signed up for your newsletter, called your business, or downloaded your app. When a customer completes an action that you've defined as valuable, these customer actions are called [conversions](#).

An action that's counted when someone interacts with your ad or free product listing (for example, clicks a text ad or views a video ad) and then takes an action that you've defined as valuable to your business, such as an online purchase or a call to your business from a mobile phone.



### How conversion tracking works

Conversion tracking starts with you creating a [conversion action](#) in your Google Ads account. A conversion action is a specific customer activity that is valuable to your business. You can use conversion tracking to track the following kinds of actions:

- **Website actions:** Purchases, sign-ups, and [other actions that customers complete on your website](#). Learn more [about how Google Ads tracks website conversions](#).

- Se recomienda configurar todas las conversiones en [GA4] y luego importarlas a Google Ads

Consejo



Selecciona el tipo de conversiones de las que quieras realizar el seguimiento. ?

Conversiones en el sitio web:

- Ventas online
- Clics en enlaces
- Páginas vistas
- Registros

Registra las acciones en tu sitio web

Aplicación



Registra las acciones en tu aplicación

Llamadas telefónicas



Registra las llamadas desde tus anuncios o tu sitio web

Importar



Importa datos de Google Analytics u otra fuente

Selecciona lo que quieres importar:

- Google Analytics (Universal Analytics) ?
- Propiedades Google Analytics 4 ?
- Análíticas de aplicaciones de terceros
- Salesforce
- Otras fuentes de datos o CRMs

Estas opciones te permiten importar conversiones de otra fuente a Google Ads.

Puedes importar las conversiones de una cuenta vinculada o seleccionar "Otras fuentes de datos o CRMs" para subirlas mediante un archivo o la API.

[Más información](#)



The first use of :-)

happened in 1982.

Now say :-) to your friends!

# Gràcies!



**Víctor de Francisco**  
Director de REEXPORTA.  
[vdf@reexporta.com](mailto:vdf@reexporta.com)



*Since 2004*  
BARCELONA – ALICANTE  
902 104 184



Síguenos en LinkedIn

<https://www.linkedin.com/in/victordefrancisco/>  
<http://www.linkedin.com/company/reexporta>



**Victor de Francisco**  
Managing Director at REEXPORTA. Think  
About Export, s.l.



## SERVEI DE DESENVOLUPAMENT EMPRESARIAL (SDE)

Sergi Orobitg - [sorobitg@gencat.cat](mailto:sorobitg@gencat.cat)  
Laia Sanahuja - [lsanahuja@gencat.cat](mailto:lsanahuja@gencat.cat)  
Lala Boldú - [eboldu@gencat.cat](mailto:eboldu@gencat.cat)

Tel. 935.565.199

[sde.icec@gencat.cat](mailto:sde.icec@gencat.cat)

[www.sde.cultura.gencat.cat](http://www.sde.cultura.gencat.cat)



Generalitat de Catalunya  
Departament  
de Cultura



Institut Català de les  
Empreses  
Culturals



Servei de  
Desenvolupament  
Empresarial