

COMENZAMOS A LAS 9:00 EN PUNTO...



Bienvenidos
“Crece con Google
ADS 🚀”



Google Media Sales Representative



Google Media Sales Representative

Representamos a Google Ads en 13 países de Latam

Puerto Rico, República Dominicana, Uruguay, Ecuador,
Bolivia, Paraguay, [Costa Rica](#), Panamá, Guatemala,
Nicaragua, Honduras, El Salvador y Perú.

¿Quién es Growth Digital?

Growth Digital es el Representante Oficial de Google para sus soluciones publicitarias en 13 países de Latinoamérica y Centroamérica.

Su función principal es brindar soporte a anunciantes y agencias para que puedan aprovechar al máximo las herramientas publicitarias de Google Ads. Ofrecen servicios como:

Consultoría y entrenamiento:

Te ayudan a crear y optimizar tus campañas de Google Ads.

Apoyo técnico:

Te brindan asistencia personalizada para potenciar tu experiencia con Google Ads.

Conocimiento local:

Te asesoran sobre las mejores prácticas para publicar en tu país de acuerdo a las tendencias.



Google Media Sales Representative



Growth Digital
no es una Agencia
de mercadeo
digital.



Growth Digital
es el único Media Sales
Representative Oficial
de **Google** en
Latinoamérica y el
Caribe



¿Qué servicios ofrece Growth Digital? →

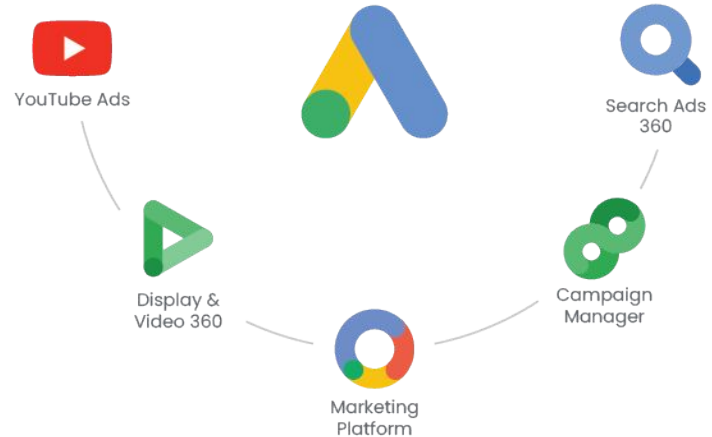
Desarrollo de capacitaciones

Programas de entrenamiento

Eventos especiales



Growth Digital ofrece una amplia gama de servicios gratuitos para ayudarte a sacar el máximo provecho de Google Ads, incluyendo **acompañamiento para ejecución, planificación y optimización de campañas en las plataformas de Google Ads.**





¿Por qué son gratuitos todos los servicios de Growth Digital?



El objetivo de Google es que sus anunciantes obtengan el mayor beneficio posible de sus productos publicitarios.

Growth Digital, como Representante Oficial de Google, ayuda a lograr este objetivo al brindar soporte gratuito, local y de alta calidad a los anunciantes.





¿Existe algún beneficio adicional por vincular mi cuenta con Growth Digital?



Sí, además de los servicios gratuitos mencionados anteriormente, al vincular tu cuenta con Growth Digital, tendrás acceso a:



Soporte local exclusivo vía Media Sales Representatives de Google que te ayudará a optimizar tu cuenta de Google Ads.



Asesoramiento estratégico a medida, en función de los objetivos específicos de cada negocio.



Recomendaciones de optimización de estrategias y acceso a betas exclusivos.



Trainings especializados de la mano de expertos de Google.



Speakers de Hoy



Jose Villegas
Scale Manager - Hub Argentina



Maria Garban
Growth Consultant - Hub Argentina

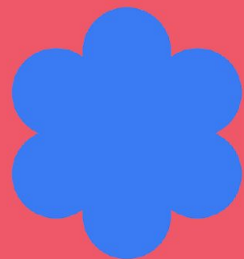


Clase 1 – Parte 1

¿Qué es Google Ads?

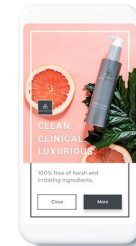
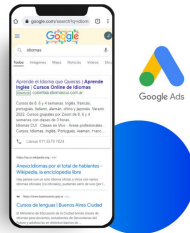
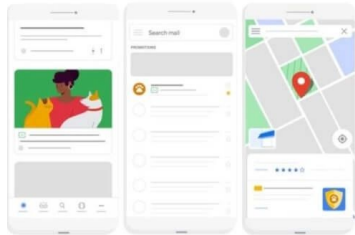
Una herramienta **poderosa** para hacer crecer tu negocio.

 Growth



¿Qué es Google Ads?

- **¿Qué es Google Ads?** La plataforma publicitaria en línea de Google que te permite mostrar tus anuncios a potenciales clientes en los diferentes momentos de la compra de tus productos o servicios.
- **¿Por qué usar Google Ads?** Aumenta tu visibilidad, genera más tráfico a tu sitio web, y **convertir más visitantes en clientes** por medio de todos sus formatos.



Beneficios de Google Ads

Alcance masivo: Llega a millones de usuarios en todo el mundo.

Resultados medibles: Rastrea el rendimiento de tus campañas y ajusta tu estrategia en tiempo real.

Flexibilidad: Establece tu propio presupuesto y elige dónde y cuándo mostrar tus anuncios.

Mayor visibilidad: Aumenta la visibilidad de tu marca y compite con tus competidores.



¿Cuáles son las ventajas de usar con Google Ads?

Control total: Control respecto a tu inversión. Tú decides cuánto invertir. Tú lo controlas por completo.

Optimización: Google no te permite mejorar la calidad de tus anuncios de forma constante, y de esa manera optimizar tus campañas.

Relevancia: Google es el buscador más importantes del mundo donde los consumidores buscan e investigan sobre sus compras.

Dato de color: El segundo es YouTube!



Tipos de Campañas de Google Ads

Alcance

Notoriedad de marca o producto, nuevo lanzamiento

- Personas que no conocen la marca
- Intención: quiero ver/conocer
- **Tipo de campañas: Display, Youtube**

Consideración

Favorabilidad, Percepción o Aumento de la intención de acción

- Personas que conocen/o no a la marca
- Intención: quiero saber más
- **Tipo de campañas: Demand Gen**

Conversión

Llamado directo a la acción

- Personas que conocen la marca
- Intención: quiero comprar/ ir / hacer
- **Tipo de campañas: Search, PMax. Remarketing**



Facturación

 Growth



¿Cómo funciona y cómo se pagó?

Vas a pagar **solo el máximo mensual que vos determines pagar**, para esto debemos multiplicar el **costo diario por 30.1** y esa manera sabes cuál es monto máximo que vas a pagar a fin de mes.

Ejemplo: si mi campaña de Search tiene un presupuesto de **30 usd diarios**, el máximo a pagar **903 usd mensuales**.

La razón por la que debemos pensar mensualmente es que google puede que gaste más un día y otro menos, **pero nunca más de 903 usd**



¿Cómo funciona y cómo voy a pagar?

Tu presupuesto va a ser gastado según el tipo de campaña y la forma que elijas pagar.

Algunos ejemplos:

Pago por clic (PPC): Se puede optar por pagar por clic en los anuncios

Pago por impresión (CPM): En algunos casos, puedes elegir pagar por cada mil impresiones de tu anuncio, sin importar si se hace clic o no.

Pago por interacción: Puedes pagar por acciones específicas del usuario, como clics en un anuncio expandible o visualizaciones de un video.

Pago por visualización: Puedes pagar por cada visualización de tu anuncio.

Pago por conversión: Google determina el costo por clic (CPC) de tus anuncios en función de su probabilidad de generar una conversión.



Métodos de pago

 Growth



Métodos de Pago

Una forma de pago es el medio que usa para pagar los costos de Google Ads. Se hace a través de una **tarjeta de crédito**, siempre y cuando su banco o la entidad emisora de la tarjeta de crédito hayan aprobado su uso internacional.

Hay tres maneras de realizar un pago



Pagos
Automáticos



Pagos
Manuales



Facturación
Mensual



Pagos Automáticos

Se le cobra automáticamente después de que se publican sus anuncios o cada vez que llegue a su umbral de pago*.

*¿Qué es un umbral de pago? Por ejemplo, si su cuenta tiene un umbral de pago de \$500, cada vez que llegue a ese gasto, se le descontará de su tarjeta.

Pagos Manuales

Agrega fondos a su cuenta antes de que se publiquen sus anuncios.

No disponible para: Puerto Rico,
Paraguay, Uruguay y Ecuador



Facturación mensual

Google extiende una línea de crédito para los costos publicitarios y luego llega una factura a fin de mes.

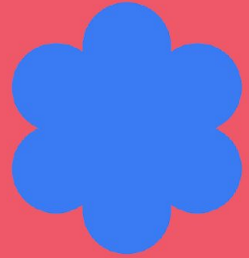
Es necesario igualmente cumplir con ciertos requisitos:

- Estar registrado como empresa durante, al menos, un año
- Tener una cuenta de Google Ads activa en regla durante, al menos, un año
- Invertir un mínimo de USD 5,000 por mes durante 3 de los últimos 12 meses



¿Cómo crear una cuenta?

 Growth



Cómo Crear una Cuenta de Google Ads

Guía Paso a Paso

Paso 1

Accede a Google Ads:

- **Abre tu navegador web** (Chrome, Firefox, Edge, etc.) y busca "Google Ads".
- **Haz clic en el primer resultado** para ir a la página oficial.

Paso 2

Inicia Sesión o Crea una Cuenta de Google:

- **Si tienes una cuenta de Google:** Usa tu correo electrónico (Gmail) y contraseña para iniciar sesión.
- **Si no tienes una cuenta de Google:** Haz clic en "Crear cuenta" y sigue los pasos para registrarte.

Paso 3

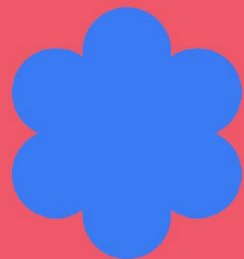
Configura tu Cuenta de Google Ads:

- **Información básica:** Ingresa el nombre de tu empresa, la dirección de tu sitio web y la zona horaria.
- **Moneda:** Selecciona la moneda en la que deseas realizar tus pagos.
- **Zona geográfica:** Especifica las ubicaciones donde quieres que se muestren tus anuncios.



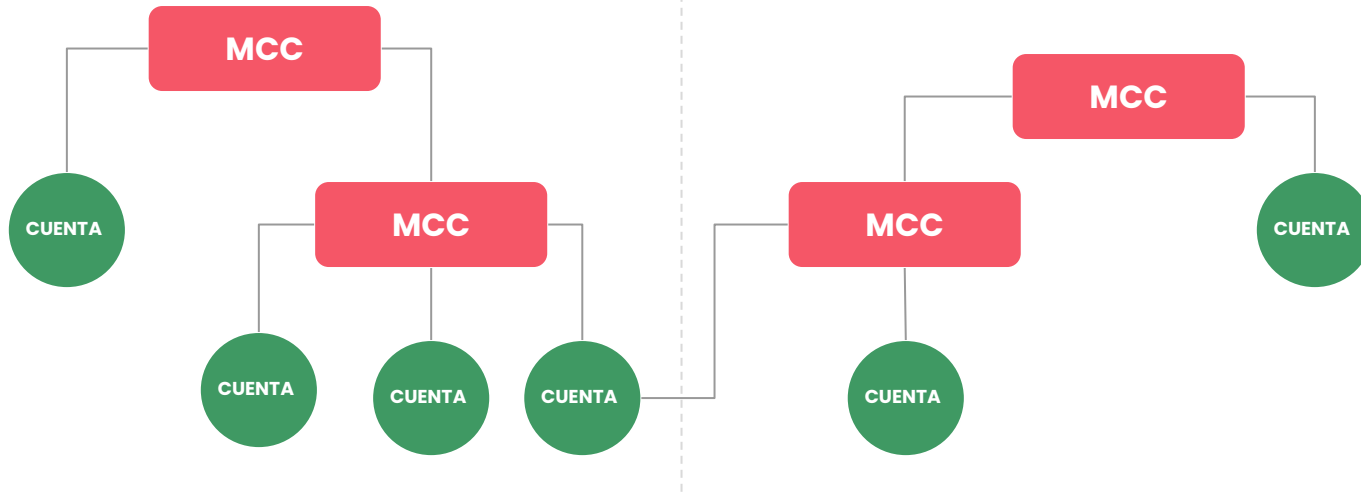
¿Cómo se estructuran las cuentas?

 Growth



Estructura MCC

Existe algo llamado cuenta de administrador o MCC, desde aquí se pueden administrar varias cuentas a la vez:

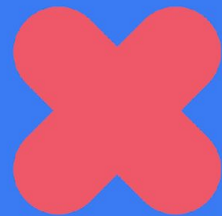


Cada MCC puede a su vez ramificarse para administrar otros MCCs o cuentas individuales.



¿Tienes una cuenta de Google ADS?

 Growth



Estructura

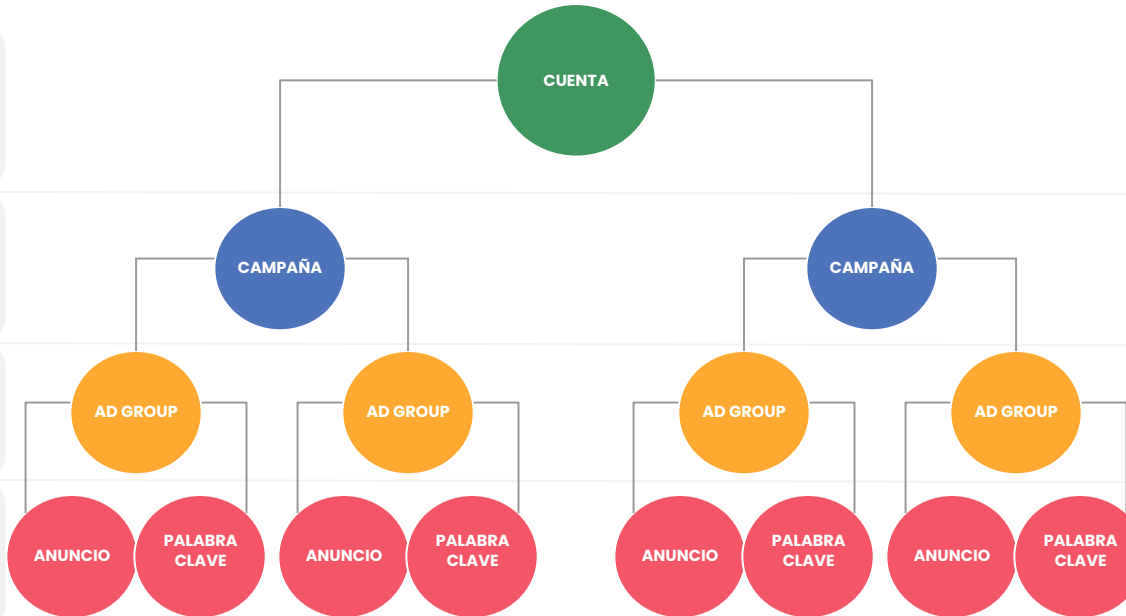
Así se ve la estructura de Google Ads y que se configura en cada etapa:

- Datos Fiscales
- Facturación
- Correo electrónico
- Preferencias de la cuenta

- Presupuestos
- Programación
- Ubicación e idioma
- Redes y dispositivos

- Palabras claves o audiencias
- Anuncios
- Extensiones

- Títulos
- Descripciones
- URL's



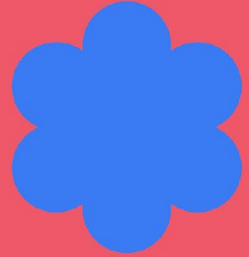
¿Que vimos hasta acá?

- Qué es Google ADS
- Qué tipos campañas tiene Google ADS
 - Como factura Google ads
 - Como crear una cuenta
 - Como se estructura un MCC

Clase 1 - Parte 2

Define tus objetivos

 Growth



Define tus objetivos

¿Cómo deben ser?

Medibles



Para conocer el éxito de nuestras campañas

Temporales



¿En cuanto tiempo vas a generar ese resultado?

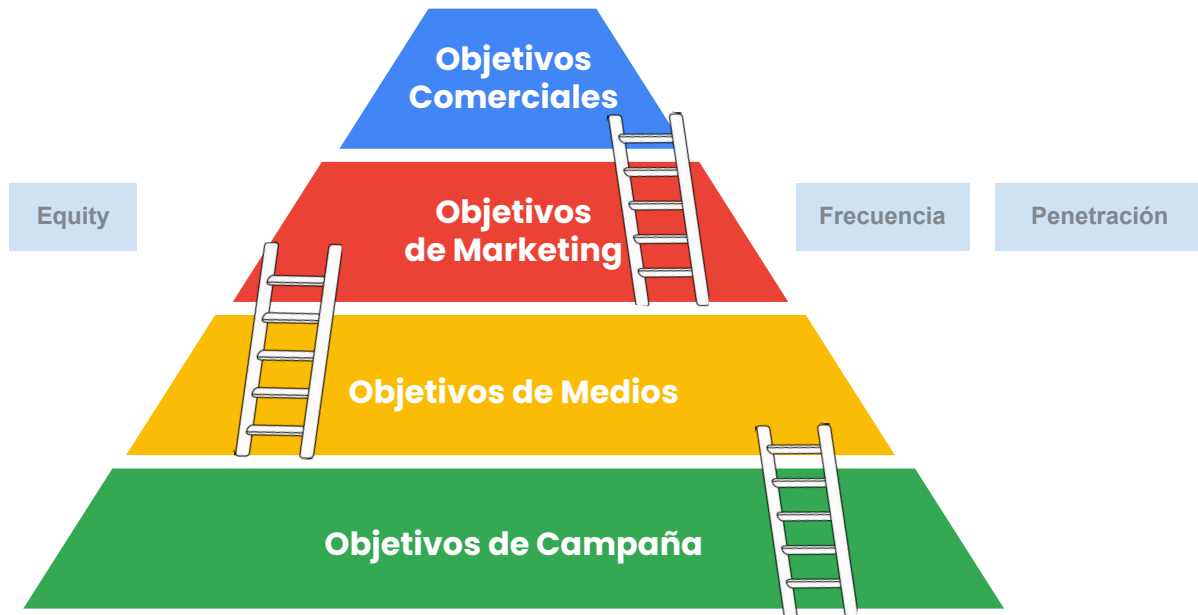
Orientado a clientes



Al fin y al cabo son los que te ayudarán a cumplir tus objetivos

Define tus objetivos

Como bloques de una torre, todas las empresas deben tener objetivos alineados que se sustentan entre sí.



Objetivos comerciales

 Growth



Objetivos comerciales

Un objetivo es específico a su negocio y define cómo medirá el éxito de su inversión. Tiene que **eleva**r los límites de lo que ya estás logrando.

Existen **3 tipos** comunes de objetivos:

Crecimiento

*mayores ingresos o
más cantidad de
clientes.*

Retorno

*asegurarse de que
estén haciendo un
buen uso de la
inversión (ROI o ROAS)*

Posición en el mercado

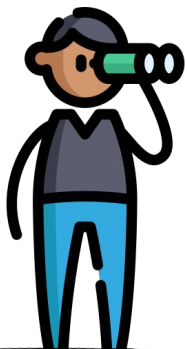
*crecimiento de su
posición en el
mercado basado en
ingresos totales*

Objetivos comerciales

Aquí les dejamos un par de preguntas que pueden ayudar a formular un objetivo comercial:

- **¿Qué estamos buscando con el negocio?**
- **¿Buscamos ventas? ¿Cuántas?**
- **¿Buscamos que los clientes llenen un formulario? ¿Cuántos?**
- **¿Cuántas ventas se necesitan para recuperar la inversión?**
- **¿Cómo lo vamos a medir?**

Un ejemplo de un objetivo comercial definido puede ser:
“Duplicar las ventas del 2022” o “Generar un x% de ventas incrementales”



Objetivos de Marketing?

 Growth



Objetivos de Marketing

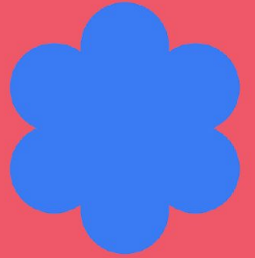
Si tu objetivo comercial es maximizar los ingresos y el modelo de captura de clientes es por contacto con una persona de ventas, un buen **objetivo de marketing** sería aumentar los leads de calidad.



Tiene que estar **100% alineado** con el objetivo comercial, ya que uno va a ayudar a cumplir el otro.

Objetivos de Medios

 Growth



Objetivo de Medios

Estos te ayudan a cumplir tu objetivo de marketing y se pueden dividir en dos partes:

- Objetivo de marca: Estos buscan aumentar la recordación de tu anuncio y/o el reconocimiento de tu marca.
- Objetivo de rendimiento: Estos se enfocan en “impulsar” acciones concretas como llamadas telefónicas y envíos de formularios.



Objetivo de medios: Con Google ads quiero generar el 1.000 leads de calidad por mes.

Objetivos de Campaña



 Growth









Objetivos de Campaña

Entonces, si nuestro objetivo comercial es generar la mayor cantidad de ingresos, el objetivo de marketing es encontrar leads de calidad y el objetivo de medios es obtener 1.000 clientes potenciales por mes; un buen ejemplo de objetivo de campaña sería:

¿Cuál es el objetivo de su campaña?

Elija su objetivo

Seleccione un objetivo para adaptar su experiencia a los objetivos y las configuraciones que mejor se adaptan a su campaña

 Ventas Aumente las ventas en línea, en las aplicaciones, por teléfono o en el negocio	 Clientes potenciales Aliente a los clientes a realizar acciones que demuestren su interés y generen otras conversiones	 Tráfico del sitio web Haga que las personas adecuadas visiten su sitio web	 Consideración de la marca y el producto Invite a las personas a que explore sus productos o servicios
 Reconocimiento y alcance de la marca Llegue a un público amplio y genere reconocimiento de la marca	 Promoción de aplicación Obtenga más instalaciones, participación y registros previos para su aplicación	 Visitas a tienda y promociones locales Genere visitas a tiendas locales, lo que incluye restaurantes y concesionarios	 Crear una campaña sin la orientación de un objetivo Elija primero un tipo de campaña, sin una recomendación basada en su objetivo.

[Cancelar](#) [Continuar](#)

Impactar a 300 mil usuarios con mi video de marca y captar 20 usuarios interesados en mi marca por día.

Ejemplos!



Google Media Sales Representative

Ejemplo de marcas de consumo masivo

General

Objetivo comercial



Lanzar un producto nuevo y ganar share de ventas en su categoría

Objetivo de marketing



Posicionar al nuevo producto y generar demanda

Objetivo de medios



Incrementar la visibilidad de la marca

Objetivo de la campaña



Objetivo de marca
Generar recordación de marca e interacción

Específico

Ejemplo Inmuebles

General

Objetivo comercial



Aumentar 10% de ventas en el próximo trimestre

Objetivo de marketing



Generar 5000 clientes potenciales calificados en el próximo trimestre

Objetivo de medios



Incrementar la visibilidad de la marca y el tráfico calificado a la web

Específico

Objetivo de la campaña



Objetivo de rendimiento
Lograr que las personas concreten la compra
Generar Retorno de inversión publicitaria

Ejemplo venta en línea

General

Objetivo comercial



Aumentar 8% ventas de productos de una categoría específica

Objetivo de marketing



Dar a conocer que el producto está disponible en la web y generar tráfico calificado al sitio

Objetivo de medios



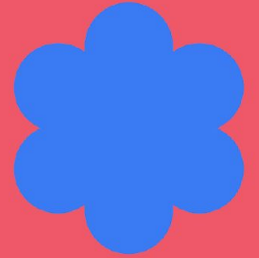
Inspirar a potenciales compradores y capturar la demanda existente

Objetivo de la campaña



Objetivo de rendimiento
Aumento de ventas de la categoría
Generar retorno de inversión publicitaria

Específico



Embudo de conversión

 Growth

Embudo de conversión

Es una manera de graficar el camino que tiene un cliente desde que conoce nuestra marca hasta que termina comprando.



Embudo de conversión

Todo comienza desde el momento en que nos conocen, luego nos consideran y por último terminan haciendo una compra.



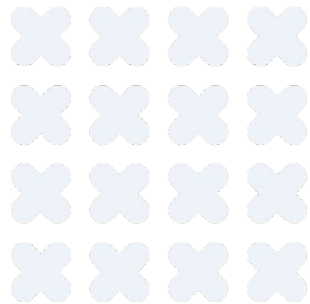


**Contactanos y
comienza tus
asesorías
gratuitas
ahora.**





Gracias



¿Dudas o consultas?
jose.villegas@growthdigital.biz
maria.garban@growthdital.biz

