



## SOLUCIÓN

Hemos recibido un cliente desde otra agencia, ya tiene una campaña básica creada y posee sólo un anuncio, los detalles de este lo puedes retomar del ejemplo de esta lección, pues seguiremos con el cliente de Santiago de Chile. Recuerda que se trata de una persona que brinda servicios de belleza a domicilio, cortes de cabello, manicure y limpieza facial.



En aquel momento, configuramos la campaña, pero creamos sólo un anuncio, las palabras clave fueron bastante escuetas y no hay un llamado claro a la acción.

Tu reto es proponer al menos un nuevo anuncio, para ello debes tener en cuenta:

1. Puedes seguir manejando la URL [www.ejemplo.com](http://www.ejemplo.com)
2. Editar un poco las descripciones.
3. Buscar un llamado a la acción.
4. Mejorar las palabras clave (incluyentes y negativas) que deberíamos tener en cuenta. Para esto debes usar el reporte del planificador de palabras clave (disponible como herramientas en tu cuenta), generando al menos cinco palabras clave con un volumen alto de búsqueda y poca competencia o bajo costo.
5. Al finalizar, crearás un reporte en un documento de texto como propuesta para este nuevo anuncio.

Nota: podrás crear un anuncio nuevo, incluir palabras clave o borrarlas si lo consideras necesario, pero no podrás configurar nada de la campaña, sólo del anuncio.

## RETROALIMENTACIÓN

A continuación, encontrarás un ejemplo de solución al reto:

1. Una vez que ingresamos a nuestra cuenta de Google Ads, iremos a las herramientas:



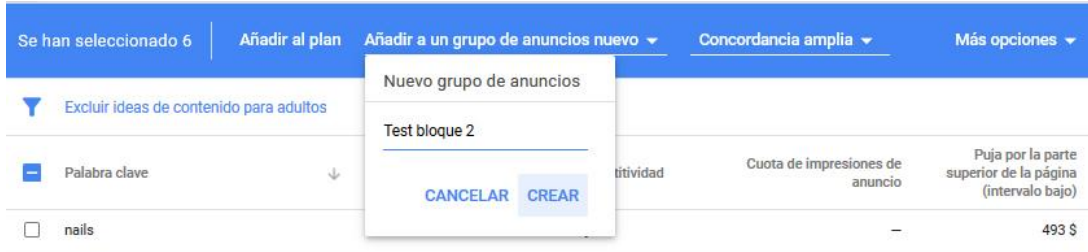
2. Allí podemos colocar varias palabras clave que usamos o que aún no están incluidas y revisaremos el promedio de búsqueda mensual (buscamos altos índices) de preferencia de baja competitividad o con costos bajos (2.000 o menos y máximo 8.000 en este caso, puedes usar uno equivalente a tu moneda). Salvo manicure que tiene un tope más alto ya que finalmente es el mayor nicho objetivo, hemos ordenado las palabras clave por promedio de búsquedas mensuales, por supuesto, al trabajar la campaña, pues segmentaremos por posición geográfica, pero el promedio de búsqueda y la competitividad (baja para este caso) aseguran un buen desempeño.

Se han seleccionado 6 | [Añadir al plan](#) | [Añadir a un grupo de anuncios nuevo](#) | [Concordancia amplia](#) | [Más opciones](#)

Excluir ideas de contenido para adultos

Palabra clave	Promedio de búsquedas mensuales	Competitividad	Cuota de impresiones de anuncio	Puja por la parte superior de la página (intervalo bajo)	Puja por la parte superior de la página (intervalo alto)	Estado de la cuenta
<input type="checkbox"/> nails	1 M - 10 M	Baja	—	493 \$	6.813 \$	
<input checked="" type="checkbox"/> pedicure	100 mil - 1 M	Baja	—	1.290 \$	7.605 \$	
<input checked="" type="checkbox"/> cortes de cabello	100 mil - 1 M	Baja	—	230 \$	3.406 \$	
<input checked="" type="checkbox"/> cortes de pelo para hombre	100 mil - 1 M	Baja	—	505 \$	2.346 \$	
<input checked="" type="checkbox"/> cortes de pelo	100 mil - 1 M	Baja	—	214 \$	3.048 \$	
<input type="checkbox"/> highlights hair	100 mil - 1 M	Baja	—	2.732 \$	13.954 \$	
<input checked="" type="checkbox"/> manicure	100 mil - 1 M	Baja	—	600 \$	9.893 \$	
<input checked="" type="checkbox"/> cortes de cabello para mujer	100 mil - 1 M	Baja	—	14 \$	1.835 \$	
<input type="checkbox"/> barberia	100 mil - 1 M	Baja	—	286 \$	1.483 \$	
<input type="checkbox"/> peluqueria	100 mil - 1 M	Baja	—	574 \$	5.919 \$	

3. Estas palabras clave pueden ser anexadas al plan dentro del grupo de anuncios o incluso crear un nuevo anuncio, en este caso las añadiré a bloque2.



4. En cuanto a la descripción, cambiaremos un poco el texto e incluiremos un llamado a la acción, un poco más contundente y orientado a la campaña en sí – llamadas – de manera que el anuncio sea más claro. Recuerda que tanto la URL, nombre de la empresa y número telefónico en este ejemplo son ficticios.

Editar anuncios de solo llamada

Test de campaña telefónica > Grupo de anuncios 1

Nombre de la empresa

Belleza a tu casa

Número de teléfono 17/25

Chile 224 21 31 36

Ejemplo: (2) 2123 4567

Línea de descripción 1

te belleza a casa, manicure, pedicure, corte cabello hombre o mujer.

Línea descriptiva 2 (recomendada) 78/80

la visita profesional en tu domicilio, llama y separa tu cita ahora

URL visible 75/80

www.ejemplo.com

URL de verificación

http://www.ejemplo.com

Vista previa del anuncio



Es posible que tu anuncio no siempre incluya todo el texto; algunos formatos pueden sufrir reducciones. [Más información](#)

- Hemos incluido también un llamado claro a la acción “llama y separa tu cita ahora” y hemos incluido palabras clave con alto potencial de búsqueda y poca competencia.
- Hemos incluido / adicionado palabras clave negativas: “tutorial”, “DIY” (de Do it Yourself), “como”, “trucos”, “paso a paso”.

Y de esta manera ya tenemos al menos dos anuncios en el mismo grupo, todo el tiempo estaremos editando nuestros anuncios para ponerlos a punto.