

PROYECTO



DESGLOSE
SERVICIO
GOOGLE ADS

Madrid, España

1. Análisis Inicial.

Documento informativo donde recopilar toda la **información relevante sobre tu negocio** y los posibles antecedentes con la inversión publicitaria.

Ejemplo de algunas preguntas:

- ¿Cuáles son tus objetivos de empresa?
- Propuesta diferencial de la empresa.
- Productos/servicios que ofrecen.
- Factores que tienen mayor peso en la decisión de compra de tu cliente.
- ¿Conoces a tu cliente objetivo?
- En el caso de presupuesto ajustados, saber aquellos con mayor retorno/beneficio para el negocio.
- ¿Conoces a tu competencia?
- Tus precios vs mercado.
- Presupuesto publicitario.

2. Estudio de la competencia.

En Google Ads es importante saber **que está haciendo tu competencia, y cómo puedes superarla.**

- Control de las estrategias de publicidad.
- Análisis de las palabras clave más rentables de tus competidores.
- Tipos de creativos en los anuncios.
- Tipo de landing / página de venta.

Herramienta utilizada para el estudio:



3. Implementación analítica.

Implementación técnica básica, para poder **medir los resultados de las campañas**.

- Apertura o revisión de Google Analytics.
- Apertura o revisión de Google Tag manager.
- Implementación del seguimiento de conversiones y remarketing.

Todas estas implementaciones, se hacen con el objetivo de poder medir los objetivos de negocio que te interesa conocer (descarga, venta, formulario...) y para poder re impactar a los usuarios que se han interesado en tu producto pero no han realizado la conversión.

No es recomendable lanzar ninguna campaña sin estas implementaciones, ya que puede afectar a la futura rentabilidad y optimización de la misma.

3. Set up de la cuenta

Creación de la cuenta, estudio de palabras clave ,estructura de las campañas y anuncios.

- Ayuda en la creación de la cuenta, método de pago, información fiscal...
- Configuración en la estructura de las campañas (dependerá de la capacidad de inversión publicitaria y la oferta de productos y servicios).
- Creación de anuncios + copy.
- Creación de piezas creativas (servicio complementario).
- Creación de conversiones y vinculación con otras herramientas.
- Creación de audiencias anuncios de tipo remarketing.

3. Optimización.

Control de métricas con el objetivo reducir el coste por objetivo/conversión, y **mejorar la rentabilidad de las campañas.**

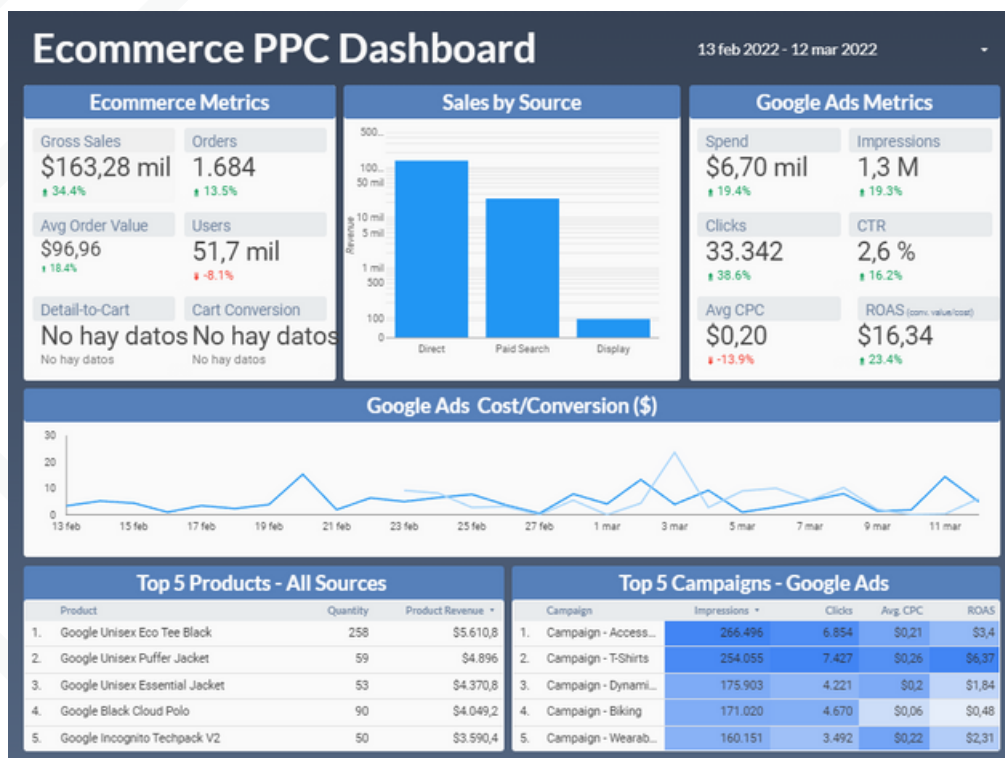
- Control del presupuesto de forma eficiente.
- Información sobre cambios y novedades.
- Optimizar la organización de las campañas, grupos de anuncios y anuncios.
- Revisión constante del nivel de calidad de landing y palabras clave.
- Palabras clave negativas.
- Nuevas oportunidades de mejora.
- Extensiones de anuncio.

4. Informe de resultados.

Control del **resultados de las campañas con total transparencia** con un informe dinámico en Data Studio.

- Visualización de las métricas más relevantes.
- Control de la evolución de tus campañas.
- Control por dispositivo

Ejemplo:



Servicios complementarios

1. Creación/Rediseño de landing Pages.
2. Seo on page para una Landing Page.
3. Informe dinámico de la web general en Data studio.
Comportamiento del usuario, fuentes de tráfico, mejores páginas...
4. Diseño de Banners (diseño de piezas creativas para anuncios).
5. Campañas en Facebook.
6. Creación de vídeos en un Plató audiovisual para tu producto/servicio. (servicio externo)
7. Fotografía para tu producto / servicio. (servicio externo).
8. Plan de medición de tu sitio web avanzado.

Precios

El precio de la gestión de la campañas es variable, porque depende de la magnitud del negocio, la capacidad de inversión y las pujas de la competencia.

Ejemplo de precio estándar para negocio o particular con capacidad inversión baja.

	PRECIO	PRECIOS/MES
Set up inicial	250.00 €	
Gestión campañas		250.00
Inversión (para Google)		300.00
TOTAL		550.00

Propuesta Cliente

Cada cliente recibe una propuesta personalizada donde se concreta:

- Antecedentes de la empresa.
- Soluciones problemas.
- Objetivos de la empresa.
- Características del servicio ofrecido.
- El calendario del proyecto.
- Desglose de costes
- Formas de pago y fechas
- Cláusulas adicionales
- Peculiaridades.