

Aproveche el máximo de AdWords en unos pocos segundos al acceder con solo un clic a ideas de palabras clave, ofertas y presupuesto creadas especialmente para usted:

Empiece a usar la pestaña Oportunidades

La pestaña Oportunidades puede ayudarlo a mejorar su cuenta de AdWords de acuerdo con sus objetivos comerciales específicos. La pestaña Oportunidades ofrece ideas de palabras clave, presupuesto y sugerencias para su inversión publicitaria. Cada una de las ideas de la pestaña Oportunidades le brinda estimaciones acerca de cómo el cambio sugerido podría influir en sus impresiones, clics y costos, restando incertidumbre en cómo hacer crecer su empresa.

Paso 1: en su cuenta de AdWords, haga clic en la pestaña **Oportunidades** y seleccione un objetivo.

- **Compensar costo y tráfico**
Este es el objetivo predeterminado y la mejor estrategia general para conseguir un flujo estable de clientes hacia su sitio web, sin necesidad de aumentar drásticamente el dinero que invierte en AdWords. También es una buena opción para empezar si no tiene experiencia en la publicidad en línea.
- **Mantener o Reducir el Costo**
Si su intención es ahorrar dinero en temporada baja, este es su objetivo. Obtendrá ideas acerca de cómo conservar su presencia en la web mientras mantiene costos publicitarios bajos.
- **Aumentar el tráfico**
Si desea dirigir tantos clientes como sea posible a su sitio web durante promociones especiales, vacaciones y temporadas altas, elija este objetivo. Tenga en cuenta que los costos pueden aumentar junto con el tráfico de clientes.

Paso 2: consulte ideas para una campaña, un grupo de anuncios o para toda su cuenta. Es posible que algunas campañas no tengan ideas por el momento, pero esto podría cambiar más adelante, así que permanezca atento.



The screenshot shows the 'Oportunidades' (Opportunities) tab in the Google Ads interface. At the top, there are navigation tabs: 'Oportunidades', 'Herramientas y análisis', 'Facturación', and 'MI cuenta'. Below the tabs, there is a section titled 'Ideas: Todas las campañas en línea'. A description explains that ideas are generated based on budget, keywords, and campaign performance. Below this, there is a dropdown menu to select an objective, currently set to 'Compensar costo y tráfico'. A sub-section titled 'Palabras clave (2)' contains buttons for 'Aplicar ahora', 'Ejecutar experimento', 'Eliminar', and 'Exportar a .csv'. Below these buttons is a table with two columns: 'Idea' and 'Grupo de anuncios' and 'Campaña'.

Idea	Grupo de anuncios	Campaña
100 new keywords: diseño grafica,diseño graficos,diseñador grafica	DG Freelance	DG Isa Crosta Búsqueda
11 new keywords: busco trabajo diseño grafico,ofertas trabajo diseño grafico,compra ilustración	Ilustración	DG Isa Crosta Búsqueda

Paso 3: haga clic en una idea para obtener más información acerca de cómo podría afectar su cuenta. Obtendrá detalles acerca de impresiones y clics estimados, y verá cómo la idea afectará sus costos.

Paso 4: después de revisar la(s) idea(s), puede modificarla(s) para adaptarla(s) a las necesidades de su empresa.

Por ejemplo, con las ideas de palabras clave puede:

- asignar la palabra clave a otro grupo de anuncios,
- cambiar la oferta de costo por clic (CPC) máximo, es decir, el importe que está dispuesto a pagar si alguien hace clic en su anuncio.

Para ideas de presupuesto o sugerencias de inversión publicitaria, siempre puede aumentar o disminuir los valores sugeridos.

Paso 5: una vez que finalice las revisiones y modificaciones, haga clic en **Aplicar** para realizar el cambio en su cuenta. Si aún no está listo para realizar el cambio, puede guardar la idea o utilizar la función "Experimento" para probarla durante 30 días.

No olvide marcar un recordatorio en su calendario

Casi todas las semanas, aparecen oportunidades nuevas, por lo que sugerimos que se programe cinco minutos cada quince días para revisar la pestaña **Oportunidades** y descubrir nuevas formas de encontrar más clientes potenciales con AdWords.