

Si es la primera vez que usa AdWords, estas definiciones le pueden resultar útiles para empezar.

Anuncio: publicidad que se muestra en las páginas de resultados de búsqueda, junto a los resultados de búsqueda, o encima de ellos, y en los sitios web. Con AdWords puede crear anuncios de texto, gráficos, de vídeo y para móviles.

Grupo de anuncios: conjunto de anuncios relacionados que comparten una lista de palabras clave. Con AdWords puede crear hasta 100 grupos de anuncios por campaña.

Campaña: campaña de marketing que define su orientación geográfica, presupuesto, configuración, etc. Una campaña se compone de grupos de anuncios, anuncios, y palabras clave. Puede crear hasta 25 campañas en su cuenta.

Clic: cuando un usuario ve su anuncio y hace clic en él para visitar su sitio web.

Porcentaje de clics (CTR): relación del número de veces que se ha mostrado el anuncio (impresiones) y el número de veces que se ha hecho clic en él. Por ejemplo, si un anuncio se ha mostrado a 100 personas y 2 han hecho clic en él, el CTR es del 2%.

Conversión: cuando un visitante de su sitio web lleva a cabo una acción deseada, que puede ser una compra online, rellenar un formulario, registrarse para recibir un boletín o publicar un comentario.

Coste por clic (CPC): importe que paga cada vez que un visitante hace clic en su anuncio. El *CPC máximo* es el importe máximo que está dispuesto a pagar por un clic.

URL de destino: página web a la que redirigirá a los usuarios después de que hagan clic en su anuncio. Esta página puede ser distinta de la URL visible o de la página principal.

URL visible: URL que está incluida en el anuncio (cuarta línea).

Impresiones: número de veces que su anuncio se ha mostrado a los clientes potenciales.

Lista de palabras clave: lista de palabras o frases por las que desea que aparezca su anuncio cuando un usuario las busque.

Nivel de calidad: medida de la relevancia de su palabra clave y anuncio para los usuarios que buscan su empresa, productos o servicios. El nivel de calidad se mide en una escala de 1 a 10, donde el 10 es el valor máximo. Cuanto más alto sea el nivel de calidad, mejor.