

Aproveche lo mejor de AdWords en un abrir y cerrar de ojos accediendo con un solo clic a propuestas para palabras clave, ofertas y presupuesto especialmente pensadas para usted.

Iniciación a la pestaña “Oportunidades”

La pestaña Oportunidades puede ayudarle a mejorar la cuenta de AdWords en función de sus objetivos empresariales. Esta pestaña le ofrece propuestas para presupuesto y ofertas. Cada una de estas propuestas viene acompañada de una previsión de cómo podrían afectar los cambios sugeridos a las impresiones, los clics y los costes, con el fin de que su negocio prospere.

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

- Compensar costo y tráfico**
 Éste es el objetivo predeterminado y la mejor estrategia general para conseguir un tráfico de clientes estable en el sitio web sin necesidad de incrementar drásticamente la inversión en AdWords. También es un buen punto de partida si no tiene experiencia en publicidad online.
- Mantener o reducir el costo**
 Si lo que pretende es ahorrar dinero en temporada baja, éste es su objetivo. Conseguirá propuestas para seguir estando presente en la Web manteniendo los costes publicitarios al mínimo.
- Aumentar el tráfico**
 Si aspira a dirigir a todos los clientes posibles hacia su sitio web en época de promociones especiales, de vacaciones o de temporada alta, elija éste objetivo. Tenga en cuenta que los costes podrían aumentar en proporción al tráfico de clientes.

Paso 2: consulte las propuestas una campaña, un grupo de anuncios, o para toda la cuenta en su conjunto. Es importante que permanezca atento ya que puede ser que algunas campañas no tengan ninguna propuesta de mejora en un momento dado pero sí más adelante.

Oportunidades | Informes y herramientas | Facturación | Mi cuenta

Ideas | Analyze Competition

Ideas: Todas las campañas online

Hemos realizado un análisis del presupuesto, las palabras clave y el rendimiento de la campaña para crear una lista de ideas automatizadas y personalizadas para su cuenta. Es posible que estas ideas mejoren los resultados de su campaña. Haga clic en una de las que se muestran a continuación para ver el resultado previsto. Si la idea le satisface, puede aplicarla directamente a su cuenta. Las ideas se actualizan cada pocas semanas, de modo que es recomendable revisarlas con regularidad. [Más información](#)

Mostrar ideas para alcanzar este objetivo: Coste equilibrado y tráfico | [Exportar todas las ideas a un archivo .csv](#)

Palabras clave (1) | Posibles resultados en 1 semanas calculados para 24/10/2011 - 31/10/2011

[Regístrate ahora](#) | [Evaluar ideas](#) | [Eliminar](#) | [Exportar a .csv](#)

<input type="checkbox"/> Idea	Grupo de anuncios	Campaña	Coste potencial	Impr. posibles	Clics potenciales
<input type="checkbox"/> 11 palabras clave nuevas: azaleas for sale, rhodc	General	Wright Rhodos	--	--	--

Mostrar filas: 15 | 1 - 1 de 1

Paso 3: haga clic en una propuesta para ampliar información sobre cómo podría afectar a su cuenta. Obtendrá detalles sobre las impresiones y los clics potenciales y sobre su repercusión en los costes.

Paso 4: después de revisar las propuestas, puede modificarlas para adaptarlas a las necesidades de su negocio. Por ejemplo, con las propuestas para palabras clave puede hacer lo siguiente:

- asignar la palabra clave a otro grupo de anuncios,
- cambiar la oferta de coste por clic (CPC) máximo,
- o cambiar la cantidad que está dispuesto a pagar si alguien hace clic en su anuncio.

En las propuestas para presupuesto o para oferta, siempre puede aumentar o reducir los valores sugeridos.

Paso 5: cuando haya terminado de revisar y editar, basta con que pulse **Aplicar** para cambiar la cuenta. Si no está preparado para éste cambio, puede guardar la propuesta o utilizar la función “Experimento” para probarla durante 30 días.

No olvide incluir un recordatorio en su calendario

Cada pocas semanas aparecen oportunidades nuevas, por lo que es aconsejable dedicar cinco minutos cada dos semanas a comprobar la pestaña **Oportunidades** para descubrir nuevas formas de conseguir más clientes potenciales con AdWords.