GIRONA NOTICIES.COM + Periodisme

Micro-conversiones en Google Ads para fortalecer sitios web, con Luis Flores

Actualidad Empresarial | 07/04/2022 | 00:00

Un programa esencial para promocionar los productos y servicios que ofrece una empresa, así como para aumentar el tráfico de una página web es Google Ads. A pesar de esto, al lanzar una campaña puede que no se obtengan los resultados buscados en materia de leads, conversiones y ventas. En cualquiera de los casos, generar micro-conversiones en Google Ads, con el objetivo de fortalecer un sitio frente al algoritmo del buscador es una estrategia posible.

El especialista en Google Ads y profesor en varias plataformas online, Luis Flores explica que una micro-conversión puede darse cuando alguien pasa más de 1 o 2 minutos en la página, se suscribe a una newsletter o añade algún artículo al carrito de compra y llega a la página final del pago.

Micro-conversiones en Google Ads para proyectos en fase inicial

Para que Google optimice una campaña en Ads debe contar con un número considerable de compras o captación de leads. Cuando un proyecto está en la fase inicial o todavía no ha sido validado el algoritmo, no tiene suficiente información para hacerlo. En estos casos, Luis Flores recomienda intentar conseguir micro-conversiones con el objetivo de que el buscador comience a recopilar información.

Si el usuario de Google Ads mide este tipo de conversiones, consigue dos ventajas. En primer lugar, puede proporcionar un volumen mayor de datos al algoritmo del buscador. En segundo lugar, consigue información para entender el proceso de compra de los usuarios. A partir de estos datos, es posible descifrar la causa del por qué no se consiguen las conversiones finales.

La mejor herramienta para medir las micro-conversiones en Google Ads es Analytics porque cumple con las dos funciones comentadas anteriormente y, además, permite observar las interacciones producidas desde otras fuentes de tráfico que no son de pago.

Tutoriales para gestionar micro-conversiones en Google Ads

A través del sitio web y el canal de YouTube de Luis Flores, es posible acceder al tutorial para administrar las micro-conversiones y mejorar el rendimiento de una campaña en Google Ads. El primer paso consiste en definir los objetivos. Después, es necesario establecer el tipo de conversión que se busca crear y realizar una serie de operaciones para vincular la acción con

Google Ads.

Una vez realizados estos ajustes es posible seguir los resultados tanto desde Analytics como desde Ads. Por otra parte, para desarrollar una estrategia de este tipo también es posible recurrir al apoyo de un especialista como Luis Flores, ya sea a través de sus tutoriales gratuitos, sus servicios de gestión de esta y otras herramientas de marketing digital.

Siguiendo los pasos que explica Luis Flores, es posible gestionar las micro-conversiones en Google Ads para mejorar el rendimiento de las campañas y conseguir más ventas y conversiones.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/empresarial/171352-micro-conversiones-en-google-ads-para-fortalecer-sitios-web-con-luis-flores.htm