GIRONA NOTICIES.COM + Periodisme

¿Por qué la campaña de Google Ads no funciona?

Actualidad Empresarial | 07/02/2025 | 00:00

Conectar con un público objetivo puede ser complicado, especialmente cuando la publicidad online no llega a las personas correctas. Para aquellos anuncios que reciben poco tráfico o no logran los resultados esperados, estas son las recomendaciones comunes para corregir las campañas de búsqueda.

Consejos para que las campañas de Google Ads den resultados

Se presentan cuatro dimensiones que deben estar desarrolladas en la campaña para mejorar el rendimiento publicitario.

·Entender las necesidades de la audiencia

Uno de los errores en el marketing digital de las empresas es lanzar anuncios sin considerar las necesidades específicas de sus clientes potenciales. ¿El resultado? Clics que no se convierten en ventas, llamadas o formularios completados.

Para solucionar este problema, es importante analizar y perfilar al comprador objetivo (buyer persona). Conocer sus motivaciones, problemas y comportamientos permite alinear los anuncios y textos web con la intención de búsqueda, evitando así desperdiciar presupuesto en publicidad que no conecta con ellos.

·Optimizar todos los factores que intervienen en los anuncios

La optimización es esencial para mejorar el rendimiento de las campañas de Google Ads. Una buena recomendación es identificar y corregir los puntos débiles que frenan los resultados.

Desde la selección de palabras clave, el estado técnico de la web hasta la creación de mensajes claros y atractivos en la página de ventas, cada detalle cuenta para lograr conversiones de pago.

·Usar palabras clave alineadas con lo que quiere el público

Identificar las palabras clave adecuadas es la base para corregir las campañas de Google Ads.

Seleccionar términos que reflejen la intención de búsqueda (compra) de los clientes potencia la visibilidad frente a la competencia. Por ejemplo, al vender tablas de surf en vez de colocar “cuánto mide una tabla de surf en metros”, es mejor incluir —tanto en la landing page como en el grupo de anuncios— frases como “precio tabla de surf profesional”. El primer concepto tiene intención informacional, la segunda es transaccional.

El objetivo no es solo obtener más clics, sino maximizar el impacto de cada interacción.

·Medir el éxito de las campañas de Google Ads

Los datos son fundamentales para mejorar el rendimiento de la publicidad pagada en Google. Para corregir las campañas de búsqueda, se deben establecer y analizar métricas clave como la cantidad de leads generados, la tasa de clics (CTR) que sirve para medir la efectividad del anuncio y el retorno de la inversión.

Después, hay que ajustar las estrategias para garantizar que la inversión se traduzca en conversiones.

Cómo mejorar las campañas de Google Ads

Para mejorar una campaña, se requieren estrategias rentables y efectivas. Desde la segmentación precisa de la audiencia y palabras clave hasta el análisis continuo de los resultados, cada acción debe orientarse a conseguir los objetivos de conversión.

En caso de que las campañas de Google Ads no cumplan las expectativas, revisar estos aspectos o considerar el servicio de expertos puede desbloquear el potencial de la inversión publicitaria.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/empresarial/261429-por-que-la-campana-de-google-ads-no-funciona.htm