

Pujar en Google Ads, la estrategia que puede hacer ganar o perder, según Sowlutions

Google Ads es la plataforma ideal para la publicidad digital, siempre que se escoja la estrategia de puja correcta. Sin embargo, la mayoría de las empresas no saben cómo maximizar sus resultados en Google

Google Ads es una herramienta enfocada a las campañas publicitarias de los buscadores de Google. Actualmente Google cuenta con millones de usuarios de su buscador. Según un estudio de Statista realizado en el año 2020 a nivel mundial, Google cuenta con el 90% de las búsquedas que realizan los usuarios, mientras que buscadores como Yahoo, Bing y Baidu cuentan con una cuota de mercado de tan solo un 0,5-3%. Sowlutions conoce a la perfección al gigante Google como herramienta publicitaria. Sus algoritmos y sus estrategias no tienen ningún misterio para Sowlutions.

Según Sowlutions, una empresa con una gran trayectoria y experiencia en posicionamiento SEO, para conseguir tener gran éxito utilizando esta herramienta publicitaria, hay que conocer las distintas estrategias de puja. Triunfar en Google Ads no es una cuestión de suerte o magia, sino que es un trabajo al que hay que dedicarle mucho tiempo y paciencia. Actualmente hay alrededor de 40 mil anuncios vistos por segundo en Google Ads y esto puede hacer parecer imposible el hecho destacar, pero no es tan descabellado. Google Ads es una herramienta que guarda muchas cartas en la manga.

El objetivo principal de Sowlutions es echar una mano a esas empresas que dedican mucho presupuesto en la publicidad de Google, pero aun así no ven resultados satisfactorios. Sin embargo, para evitar quebraderos de cabeza y gastar más presupuesto sin ver resultados, lo mejor que puede hacer una empresa es contar con la ayuda de una empresa de gestión de publicidad en Google Ads.

Hay varios tipos de estrategias de pujas para conseguir un buen posicionamiento. El primero es el coste por clic. Esta estrategia es la ideal para ofertas, ya que se puede ajustar la puja según la necesidad. Es la estrategia perfecta para ir tomando decisiones por el camino. No obstante, esta herramienta requiere una monitorización y con ello, algo de tiempo para ir vigilando los resultados conseguidos.

El coste por clic automático es una estrategia de puja que sirve para conseguir un número de clics diarios. Este tipo de estrategia es la adecuada si se trata de una oferta por largo tiempo, ya que se puede mantener, aunque se tenga que bajar un poco el presupuesto. El coste por clic mejorado da la libertad a Google de manejar el presupuesto aumentándolo o minorizándolo en un 30% si lo ve necesario.

El coste por adquisición o conversión es la que se enfoca en conversiones. Por lo tanto, si se quiere convertir a los usuarios en clientes con un anuncio menos efectivo, es perfecto. Sin embargo, si el anuncio puede conseguir conversiones por sí solo, la estrategia de puja que necesitas será la de coste por mil impresiones. Esta puja se encarga de mostrar el anuncio al máximo número de usuarios.

Datos de contacto:

Nacho García

680273765

Nota de prensa publicada en: [Alicante](#)

Categorías: [Comunicación Marketing E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>