

Estructura de una campaña de Search que convierte

Verifica punto por punto antes de prender tu campaña de Search

Una campaña de Search mal estructurada quema presupuesto y nunca despegue. Este checklist te lleva por cada capa: cuenta, campaña, grupos de anuncios, anuncios y medición. Marca cada punto antes de poner play y evita los errores que cuestan plata.

Nivel cuenta y campaña

- Conversiones configuradas y verificadas con valor monetario asignado.
- Objetivo claro de la campaña: una sola meta (leads o ventas), no varias mezcladas.
- Segmentación geográfica precisa: solo donde realmente atiendes (ciudad o radio).
- Idioma y red correctos: solo Red de Búsqueda, desactiva 'socios de búsqueda' y 'Display' al inicio.
- Estrategia de puja inicial: 'Maximizar clics' o 'CPA objetivo' según si ya tienes datos.

Nivel grupos de anuncios

- Un tema por grupo: cada grupo trata una sola intención de búsqueda.
- Entre 5 y 15 palabras clave estrechamente relacionadas por grupo.
- Mezcla de concordancias: frase y exacta para controlar, amplia solo con buenas negativas.
- Nombres descriptivos en los grupos para auditarlos rápido después.

Nivel anuncios

- Mínimo 2 anuncios responsivos de búsqueda por grupo.
- 15 títulos y 4 descripciones aprovechando todo el espacio disponible.
- La keyword del grupo aparece en al menos dos títulos.
- Cada anuncio tiene un llamado a la acción claro y un diferenciador.
- URL final apunta a una landing específica, no a la home.

Recursos y extensiones

- Mínimo 4 sitelinks con descripción.
- Textos destacados (callouts): al menos 4 con beneficios.
- Fragmentos estructurados configurados (servicios, marcas o tipos).
- Extensión de llamada o de formulario de clientes potenciales activa.
- Extensión de ubicación si atiendes presencialmente.

Palabras clave negativas y medición

- Lista de negativas inicial cargada (gratis, empleo, curso, tutorial si no aplican).
- Lista de negativas compartida a nivel cuenta para términos basura recurrentes.
- Conversiones por clic y por llamada activas.
- Seguimiento de UTM o enlaces para cruzar con tu CRM.

- Reporte de términos de búsqueda revisado en la primera semana.

¿Quieres que lo implementemos por ti?

Auditoría gratis de tu pauta · WhatsApp +57 302 561 6257 · manusmsads.com