

Marketing ONG

Resumen del Curso de Google Ad Grants

Más info en <https://marketingong.com/curso-grants/>

1. Estrategia

Hay que desarrollar una **estrategia que consiga encajar 2 elementos**:

1. **Lo que busca bastante gente en Google** (demanda)
2. **Los objetivos que quiere conseguir vuestra organización** (oferta)

Para ello, resulta útil el siguiente **proceso**:

- Pensar qué temas puede estar buscando mucha gente** en Google que tengan relación con vuestra organización.
- Estudiar cómo encajar esas búsquedas con lo que vosotros ofrecéis** (páginas concretas de vuestra Web) y lo queréis conseguir (objetivos/conversiones).

También se puede hacer al revés (partiendo de vuestros objetivos), pero el "problema" o "cuello de botella" para Ad Grants suele ser la demanda (encontrar búsquedas muy relevantes para tu organización que hagan miles de usuarios cada mes en vuestra zona de interés), así que normalmente es mejor empezar por ahí.

2. Palabras clave

- Apuntar en una hoja de cálculo todas las palabras que se os vayan ocurriendo**. Ir dividiéndolas por temas generales y dentro de ello en temas más específicos (esto os ayudará luego a configurar las campañas y grupos de anuncios, siguiendo estos mismos temas).

Fuentes de ideas para palabras clave:

- [Nuestra plantilla para campañas](#)
- Planificador de Palabras Clave de Google Ads
- Google Search Console
- Google Analytics
- Herramientas de SEO/SEM
- Inteligencia Artificial
- Combinadores de palabras

3. Páginas de destino

- Prepara un listado de páginas** que ya tenéis (que encajen bien con los temas que habéis decidido usar en Google Ads) y de temas importantes de los que no tenéis páginas específicas.
- Decide cuántas páginas nuevas vais a crear** de momento y de qué forma (100% manual, aprovechando IA, incluyendo contenido de terceros, creando una plantilla principal y muchas variantes similares...)
- Revisa y optimiza** las páginas de destino (al menos las que tengan más potencial): Mejorar velocidad de carga, generar confianza, pensar bien CTAs y quizá probar varias alternativas, optimizar páginas de "gracias"...

4. Campañas

- Piensa la mejor estructura para vuestras campañas (divididas según temas, ubicaciones, idiomas o una combinación)**. Puedes diseñar la estructura en una tabla de Excel / Google Sheets (más sencillo) o crear directamente las campañas y grupos en Google Ads si quieres ahorrar pasos intermedios (quizá utilizando el programa Google Ads Editor para hacerlo más rápido).
- Divide las campañas en **grupos pequeños** (máximo 20 palabras clave)
- Crea también **una campaña de marca y una campaña DSA**
- Configura las campañas con los **parámetros correctos**. Para empezar, normalmente lo mejor es:
 - Tipo de campaña: Búsqueda normal (no Smart)
 - Presupuesto: 329\$/día
 - Estrategia de puja: CPA objetivo o Maximizar conversiones
 - Rotación de anuncios: Optimizar

5. Anuncios

Recoge ideas de anuncios reales

- [Artículos que recopilan ejemplos](#)
- Herramienta de Vista Previa
- Busca en Google directamente
- Centro de Transparencia de Anuncios

Redacta los anuncios

- Incluye distintos enfoques (datos, emociones, elementos de confianza, CTAs, etc.)
- Prueba Inteligencia Artificial (distintos prompts y herramientas)
- Aprovecha los distintos tipos de recursos (sitelinks especialmente)

6. Objetivos

Haz lista completa de objetivos de tu organización (conseguir donaciones, compras, inscripciones, llamadas...)

Evalúa cómo medirás esas acciones web (formularios completados, clicks, descargas, visitas a ciertas páginas...)

Asigna un valor monetario aproximado a cada acción/conversión

Configura las conversiones en Google Analytics e importalas a Google Ads

7. Mantenimiento y optimización

Conoce las claves básicas para análisis de Google Ads (métricas clave, personalización y automatización)

Crea un calendario de revisiones (en el curso indicamos un calendario orientativo, pero recomendamos adaptarlo según las necesidades y recursos disponibles en vuestro caso, así como los resultados y "problemas" principales que se vayan viendo en vuestra cuenta)