

Cómo crear la mejor lista de palabras clave

Si eliges las palabras clave adecuadas para los anuncios de tus clientes, les ayudarás a destacar por encima del resto. El efecto es el mismo que abrir las puertas de su empresa e invitar a todo el mundo a echar un vistazo. Cuanto más relevantes sean las palabras clave para los anuncios, más alto será el nivel de calidad. De esta manera se incrementan las posibilidades de que los anuncios de tu cliente alcancen un puesto más alto en el ranking de la Búsqueda de Google, lo que genera en última instancia más conversiones.

Consejos básicos: Elegir y organizar palabras clave

1. Piensa como un cliente cuando crees la lista

Pongámonos en el lugar del otro. Imaginemos que eres un cliente que busca en Internet los productos o servicios que ofrece tu cliente actual. Anota las palabras o frases que emplearías para describir lo que buscas. Acto seguido, divídelas en categorías, términos y sintagmas, y obtendrás todo lo que necesitas para crear una lista de palabras clave de primera.

<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Palabra clave
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	Alquiler de limusinas
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	alquiler de coches de lujo
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	alquiler de coches con chófer
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	alquiler de coches para bodas

2. Dirígete a la audiencia adecuada: escoge palabras clave más generales o más específicas

Si utilizas palabras clave más específicas, el anuncio solo aparecerá en términos aplicables a la empresa de tu cliente. Pero si tu objetivo es llegar a una audiencia lo más amplia posible, será mejor que selecciones palabras clave más generales. Estas palabras clave tendrán más competencia y, por ello, requerirán pujas más altas.

3. Agrupa las palabras clave similares en temas

Para mostrar más anuncios relevantes a clientes potenciales, prueba a agrupar tus palabras clave y anuncios en grupos basados en los productos o servicios que ofrece tu cliente, o bien en otras categorías. Si agrupas las palabras clave en temas, tendrás la cuenta mejor organizada.

4. Selecciona el número justo de palabras clave

A la mayoría de los anunciantes les resulta útil contar con entre 5 y 20 palabras clave por grupo de anuncios, aunque pueden incluirse más. Cada grupo de anuncios que crees debe contener palabras clave relacionadas directamente con el tema de ese grupo.

🔍 Encontrar palabras clave nuevas y obtener datos del volumen de búsquedas

🔍 Buscar palabras clave nuevas mediante una frase, sitio web o categoría

Introduzca una o varias de estas palabras clave:

Su producto o servicio

Su página de destino

Categoría del producto

Ideas para el grupo de anuncios		Ideas para palabras clave	
Términos de búsqueda	Promedio de búsquedas mensuales	Competencia	
alquiler de limusinas y coches de lujo	-	-	
<hr/>			
Palabra clave (por relevancia)	Promedio de búsquedas mensuales	Competencia	
coche de boda	110	Alta	
transporte de boda	40	Media	
alquiler de coches para bodas	10	Alta	
servicios de coches para bodas	10	-	
alquiler de vehículos para bodas	10	Alta	

Consejos de nivel intermedio: Utilizar el Planificador de Palabras Clave, palabras clave negativas y el informe de términos de búsqueda

1. Usa el Planificador de Palabras Clave para encontrar y seleccionar nuevas palabras clave

Tenemos montones de ideas y queremos compartirlas contigo. Te recomendamos que uses el [Planificador de Palabras Clave](#) para dar con ideas y estimaciones de tráfico que puedan ayudarte a crear una campaña para la Red de Búsqueda. Esta herramienta también muestra el posible rendimiento de una lista de palabras clave y el promedio del número de veces que los usuarios buscaron dichos términos.

2. Mejora tu porcentaje de clics (CTR) gracias a las palabras clave negativas

Si quieres que tu anuncio no aparezca con términos que no son relevantes para el producto o el servicio de tu cliente, prueba a añadir [palabras clave negativas](#). Así podrás reducir costes y conseguir que el anuncio aparezca solo con los términos de búsqueda que quieras.

<input type="checkbox"/>	Palabra clave negativa	↑
<input type="checkbox"/>	[comparación de alquiler de coches]	
<input type="checkbox"/>	[alquiler de coches a largo plazo]	
<input type="checkbox"/>	[alquiler de coches deportivos]	

Mostrar filas 50 ▼ | 1 - 3 de 3

3. Usa el informe de términos de búsqueda para mejorar tu lista de palabras clave

En el [informe de términos de búsqueda](#) descubrirás qué estaban buscando los usuarios que vieron tu anuncio e hicieron clic en él.

Consejos avanzados: Utilizar tipos de concordancia de palabras clave y seleccionar palabras clave para la Red de Display

1. Usa tipos de concordancia de palabras clave para tener un mayor control sobre quién ve tus anuncios

Los [tipos de concordancia de palabras clave](#) te permiten controlar con mayor precisión los usuarios que ven tus anuncios. Si utilizas la opción de concordancia exacta, conseguirás que tu anuncio se muestre solo cuando alguien busque la palabra clave en cuestión o variaciones muy similares de ella.

2. Elige palabras clave relacionadas con los sitios web o aplicaciones que vean tus clientes

En la [Red de Display](#), la lista de palabras clave nos permite mostrar tus anuncios en sitios web o aplicaciones relevantes que visitan tus clientes. Elige palabras clave relacionadas entre ellas y con el contenido que buscan los clientes de tu cliente.

Obtén más información sobre [cómo crear la mejor lista de palabras clave](#).