



Ventajas de la nueva interfaz de AdWords

Empresas, 14/11/2018



AdWords es una aplicación por medio de la cual la empresa Google presta un servicio en el cual ofrece publicidad, AdWords llega a muchos anunciantes

potenciales debido al mismo patrocinio de quien respalda este servicio, Google. Es muy conocida como PPC (Pay per Clic).

Desde el 2017 llegó una nueva versión en beta de su herramienta para la publicidad en buscadores. AdWords permite publicar anuncios gráficos, anuncios en YouTube, anuncios en aplicaciones móviles o anuncios en forma de texto, en fin, anuncios de búsqueda.

¿Qué ventajas trae esta nueva interfaz? Las principales métricas se pueden ver a través de gráficos en los que establecer las variables que más nos interesen. La información de los anuncios y su programación se puede revisar también mediante gráficos de línea, tablas y diagramas; también se tiene información de las palabras claves, como varían las campañas y cómo es el tráfico en los móviles.

Esta nueva versión de interfaz trajo consigo nuevas alternativas de orientación demográfica. Además, refiriéndonos al estado parental hay una modificación en la red de búsqueda, algo que era exclusivamente del uso de la red display. Algo que puede ser bastante útil es la selección de los ingresos (de los hogares), lo cual ayuda a orientar las publicaciones a públicos más interesados por los precios.

Página de audiencias. Es una nueva y útil página para poder administrar desde un solo lugar la orientación y optimización de quienes acuden.

Como agencia Google Partner [La Biznaga Marketing](#) te puede asesorar en todas estas cosas y mucho más del mercadeo

digital, porque La Biznaga es la mejor **Agencia de Marketing Online** de España. Con cada vez más frecuencia estamos viendo que AdWords se renueva para ofrecer a los clientes la mejor calidad a la hora de gestionar sus campañas.