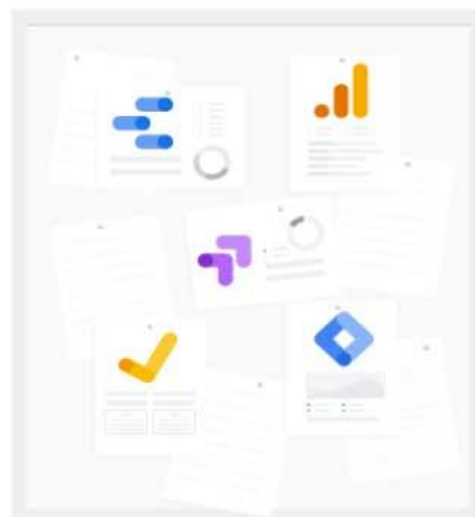


GUÍA PRÁCTICA

---

# Remarketing con Google Analytics

Aspectos Esenciales



[marceloadrian.com](http://marceloadrian.com)



---

# Contenido

---

1. Introducción

01 [→](#)

---

2. Aspectos Esenciales

02 [→](#)

---

3. Conclusión

03 [→](#)

---

---

# Introducción

El éxito de un negocio consiste en tener claro sus productos y servicios, para luego proceder a diseñar el embudo de ventas y no parar de vender. Al momento de realizar una campaña de marketing digital ya tenemos un buyer persona claro y específico con el cual trabajamos para promocionar el producto. El embudo tradicional en la actualidad ha cambiado y según un [estudio](#) realizado por Google y Verto Analytics, no hay dos recorridos iguales.<sup>1</sup>

La omnipresencia de los dispositivos móviles y los pasos de la tecnología han dado más control a los clientes. El cliente sabe que puede contar con sus dispositivos móviles en todo momento para obtener la información que quieren al instante y sin ningún esfuerzo por lo cual ahora buscan información de un producto para adquirirlo. Prueba de ello es el aumento de más del 130 % que han registrado las búsquedas de “mejores auriculares de botón” en los últimos dos años.<sup>2</sup>

En un mundo globalizado, los clientes quieren lo mejor y con la información en la palma de la mano con los dispositivos móviles lo pueden saber. Si solo muestras el producto, es muy difícil que llegues a vender porque eres uno más del montón y requieres destacarte en calidad o precio con respecto a los otros y para esto debemos crear campañas de remarketing que lleven al cliente a tomar conciencia de que tienen una necesidad de nuestro producto o servicio y deseen adquirirlo.

En esta guía, presentaremos veremos algunos aspectos esenciales para considerar en campañas de remarketing.



**Marcelo Adrián Quintana Gutiérrez**  
*Consultor Marketing y T.I.*  
*Google for Education Certified trainer*

---

1. Google/Verto, “Journey Finder” (Buscador de recorridos), EE. UU., periodo de septiembre del 2017 a febrero del 2018, n=2989, usuarios mayores de 18 años.

2. Datos de Google, EE. UU., comparación del periodo de octubre del 2015 a septiembre del 2016 con el periodo de octubre del 2017 a septiembre del 2018.

---

# 1. Aspectos Esenciales

## Consumidores curiosos

Debemos imaginar nuestro sitio web como nuestro hogar, la experiencia que le brindemos al usuario es vital porque puede volver a entrar o no volver a ingresar.

Hoy en día debemos ofrecer calidad y diferenciación porque estamos rodeados de la competencias y de alguna manera debemos diferenciarnos.

Por ejemplo, en caso de los cursos existen una cantidad de universidades y plataformas que ofrecen de diversos precios con diferentes ventajas y desventajas. Siendo más objetivos analicemos las universidades que ofrecen sus programas de posgrado te ofrecen networking y mejores oportunidades, universidades más prestigiosas hablan de personalidades ´ premiadas internacionalmente y el resto habla de expertos en el área o programas innovadores.

Es importante identificar el producto y servicio para a partir de eso seguir dimensionando el negocio, sus objetivos y la plataforma tecnológica.

---

# Tendencias en el mundo digital

## Déjate guiar por los datos

Existe un [estudio realizado por Google en colaboración con Bain & Company](#), los líderes del sector del marketing son 1,7 veces más propensos que el resto a actualizar sus métricas de marketing y sus paneles al menos una vez a la semana.

Estos expertos comparten la retroalimentación con el equipo para seguir mejorando los objetivos.

La manera de analizar esta información debe preservar la información de terceros porque existen leyes que protegen los datos y privacidad. La manera que recolectemos esa información influye mucho en lo que haremos con el procesamiento de esa información.

## Prioriza la tecnología en tu negocio

Sin duda la tecnología es vital para el crecimiento de una marca, si no la tiene era uno más del resto y no podrás competir en las grandes ligas. Claro es el ejemplo de Uber, Aliexpress y resaltar las plataformas de educación que ofrecen cursos en cualquier parte del mundo con sus plataformas personalizadas.

¿Cómo creamos experiencias de calidad y nos justificamos? Es necesario integrar la tecnología con la recogida de datos.

---

## Crear audiencias en Google Analytics habilitando la opción de remarketing

En Google Analytics, una audiencia es un segmento de usuarios que comparten los mismos atributos durante un periodo de tiempo concreto. Es decir, podemos crear audiencia de compradores actuales y antiguos, etc.

Hay tres formas de crear audiencias en Google Analytics:

- › [audiencias](#) preconfiguradas de Google Analytics
- › [Listas inteligentes](#).
- › También puedes crear tus propias audiencias personalizadas en Google Analytics.

## Crear objetivos

Si bien en Google Analytics recolecta información estas representan compras realizadas o clientes potenciales adquiridos, los objetivos pueden ser cualquier métrica valiosa como, por lo cual es necesario configurarlas para tener la información más clara y amplia.

[crear objetivos en Google Analytics](#)

# Informes útiles

A la hora de analizar la información es importante generar informes útiles. Poco nos sirve saber la ubicación tipos de dispositivos y fluctuación de los usuarios en la plataforma si no tenemos configurados objetivos, eventos y opciones de remarketing. Estas últimas opciones son vitales para explotar al máximo las herramientas que nos ofrece Google y mejorar nuestro negocio digital.

---

# Conclusión

El consumidor en la actualidad es más exigente que en tiempos pasados a la vez curioso e impaciente lo cual nos somete a ofrecer calidad en nuestros productos o servicios y la experiencia que le brindemos como consumidor desde la parte humana hasta la tecnológica

[Empieza hoy mismo vinculando Google Analytics y Google Ads](#)

Para mayor información sobre Google Analytics y Google Ads, puedes visitar:

[g.co/analytics](https://g.co/analytics)



---

# Lista de comprobación para empezar con remarketing

Es hora de sacar el máximo rendimiento a tu estrategia de marketing. Sigue estos pasos para empezar, si no tiene alguno las campañas de remarketing no serán exitosas:

- Equipo de Ventas, Marketing y Tecnología.**
- Sitio web Optimizado (UX, CX).**
- Sitio web utilizando script de seguimiento.**
- Vincula las cuentas de Google Analytics y Google Ads.**
- Activa las funciones multidispositivo.**
- Crea una audiencia de Google Analytics y compártela con Google Ads.**
- Crea e importa objetivos.**
- Utiliza informes más útiles para tomar decisiones fundamentadas.**

## Información sobre mi

Consultor en Marketing y TI.

Google for Education Certified Trainer

Docente Marketing Digital - Transformación Digital - Web Full Stack

[Más información](#)

---