

Empezar Una Campaña SEM



En el caso de una **PYME**, es necesario pensar en una **planificación** rigurosa, dado que tendremos menos recursos que las **grandes empresas** o **multinacionales**. Por lo tanto, la primera tarea sería **optimizar** nuestros recursos. Siguiendo esta idea de optimización y a la hora de decidir entre hacerla **campaña SEM / SEO** por si mismo o por una agencia especializada; establecer que la experiencia de un profesional, se paga ahora el ROI (**Retorno Sobre Inversión**) es mayor.

Como orientación, **indicador de éxito**, de la campaña, marcamos los siguientes objetivos:

+ Definir en porcentaje o en número entero, el **volumen de ventas**; así como un **plazo** para obtenerlo (corto, medio o largo). En el caso de querer resultado de manera rápida, es mejor optar por una campaña SEM, que nos proporciona una **visibilidad inmediata**; a diferencia de la campaña SEO. Además con la experiencia de la campaña SEM, conoceremos las **palabras clave** por las que el **internauta** nos reconoce y las podemos aplicar a nuestra campaña SEO.

+ Definir el **producto o servicio** que queremos **promocionar**. Dada la rapidez de **posicionamiento** de una campaña SEM, podemos optar por un producto en crecimiento, para conseguir **beneficios**, que nos ayudarán a la **financiación** de la campaña. También es bueno optar por ello, en términos de **reputación**, dado que mostramos nuestra mejor faceta, nuestro producto "rey".

+ Definir el **presupuesto** que consideramos oportuno, teniendo en cuenta la estimación del volumen de ventas esperado.

+ Definir en qué buscador hacer la campaña SEM. Parece

bastante evidente optar por los buscadores más conocidos, o mejor dicho más utilizados (**Google, Yahoo!, MSN**), dado que lo que buscamos es visibilidad, tocar un público más amplio.

Una vez definidos estos puntos, pasamos a la práctica. Lo primero es crear nuestra campaña **Google Adwords** o mediante una cuenta de correo electrónico de otro proveedor que no sea Google, se puede hacer; o por nuestra cuenta **Gmail**. Esta segunda opción nos permite tener control, sobre todas las **herramientas** que propone Google, para seguir la evolución de nuestra campaña (**Analytics, Adsense, Alerts, ...**). Google es más que experto en lo digital y como multinacional y líder de su sector, posee una armada de expertos que diseñan cada día las herramientas de hoy y de mañana.