



## • Boletín Especial MARKETING ONLINE

III parte

• Noviembre 2011

### • ¿Qué es el SEM?

**S**EM (Search Engine Marketing) es la abreviatura en inglés de Marketing en Buscadores.

Se trata de un **sistema publicitario basado en “palabras claves”** que es lo que garantiza la relevancia y la eficacia.

El usuario realiza una búsqueda, por ejemplo, “Restaurantes Madrid” y el buscador le muestra una serie de anuncios relacionados con esa palabra clave en la página de resultados. El anunciante no pagará nada a menos que el usuario haga clic en su anuncio. Por este motivo, **este método publicitario es conocido como PPC (Pago Por Clic)**.

Los anuncios permiten llegar a usuarios en el preciso momento en que éstos buscan restaurantes.

**¿Por qué es eficaz este medio? ¿Cuáles son sus principales ventajas?:**

- **Formato no intrusivo y 100% relevante:** Es el propio usuario quien realiza la búsqueda. La publicidad llega a gente que está buscando “exactamente” eso. Por eso, la predisposición para comprar o reservar es mayor que en otros medios. Además, el usuario está acostumbrado al medio, ya que todo el mundo usa los buscadores.

- **Marketing de resultados:** Sólo pago por aquella

gente que hace “clic” en el anuncio y, por tanto, visita mi página. Independientemente de cuánta gente vea el anuncio.

- **Inversión relativamente baja y flexible:** No hay un presupuesto mínimo. Eso pone el medio al alcance de pequeñas, medianas y grandes empresas. Se puede ir aumentando la inversión a medida que se ven resultados.

- **Altamente segmentable:** La segmentación por palabra clave es altamente poderosa, pero además, podemos controlar la campaña por un sinfín de criterios: localización, dispositivo, página de destino, horario... Esto nos permite dirigir aún mejor la campaña hacia nuestro público objetivo. Y todo sin un coste adicional.

- **100% controlable:** Se puede establecer un presupuesto máximo diario o mensual. Incluso cuánto queremos pagar por cada palabra clave.

- **100% medible:** Desde el primer momento tenemos visibilidad sobre los resultados que estamos consiguiendo.

- **Alta rentabilidad:** El hecho de que sea publicidad dirigida y basada en resultados hace que la gran mayoría de las ocasiones sea mucho más rentable que otras formas de publicidad tradicional.

### ► ¿Dónde y cómo aparecen exactamente estos anuncios?

**S**uelen aparecer en la columna derecha del buscador y, en algunas ocasiones, también

aparecen por encima de los resultados orgánicos con un color de fondo destacado:

La Web Imágenes Vídeos Maps Noticias Gmail Más -

Google   ← Criterio de Búsqueda

Búsqueda Aproximadamente 52.900.000 resultados (0,14 segundos)

**Anuncios de Adwords**

**Restaurantes en Madrid - Restaurantes a Precios Imbatibles**  
 www.restalo.es/Restaurantes\_Madrid  
 ¡Reserva Gratis Online y Ahorra!  
 Reservas de Grupo - Restaurantes con Descuento - Restaurantes Originales

**Restaurantes madrid - Aprovecha Nuestras Ofertas.**  
 www.atrapalo.com/Restaurantes\_Madrid  
 Reserva Ya y Obtén la Mejor Oferta.  
 Restaurantes Madrid - Restaurantes Románticos - Restaurantes con Encanto

**Restaurantes Madrid -50% | eltenedor.es**  
 www.eltenedor.es/Madrid  
 Elige entre más 4.000 Restaurantes. ¡Disfruta Ya De Las Ofertas!

**Restaurantes Madrid**  
 www.qashqairbanlife.com  
 Descubre **restaurantes** de diseño, locales de moda y mercados curiosos

**La Vaca Argentina**  
 www.lavacaargentina.net  
 Auténtica parrilla argentina.  
 14 **restaurantes**. Reserva On-line.  
 Paseo Castellana 214, Madrid  
 913 45 26 65 - [Cómo llegar](#)

**Restaurantes Madrid**  
 www.cateringbonapetit.es  
 Especialistas En Catering Para Bodas, Television & Publicidad

**Restaurante**  
 www.amarillas.es/RestaurantePaniVino  
 Comidas de Empresa, Asados, Carnes Rojas, Pescados a la Sal. Visitenos!

**Restaurante Nihil Prius**  
 www.nihilprius.com  
 Elegante y sorprendente  
 Junto a la Cibeles de Madrid

**Restaurantes con terraza**  
 www.pidemesa.es/Reserva\_Online\_Madrid. Reserva Ahora

Madrid  
 Cambiar ubicación

La Web  
 Páginas en español  
 Páginas de España  
 Páginas extranjeras traducidas

Cualquier fecha  
 Última hora  
 Últimas 24 horas  
 Últimos 2 días  
 Última semana  
 Último mes  
 Último año

**Restaurantes en Madrid, guía para comer y cenar en Madrid| Guía ...**  
 www.guiadelocio.com/madrid/restaurantes  
 Reserva fácilmente mesa en los mejores **restaurantes** de Madrid. Gu a del ocio te ofrece la crítica del servicio e información precisa de cada **restaurante**.  
 Restaurantes de 15 a 25 euros - Restaurantes con precios De 35 A 50 ... - Terraza

**Direcciones de restaurantes próximas a Madrid**

**A BOTÍN** - ★★★★★ 409 comentarios de Google  
 www.botin.es - C/ DE LOS CUCHILLEROS, 17, Madrid - 91 366 42 17

**B La Bola** - ★★★★★ 64 comentarios de Google  
 www.labola.es - C/ DE LA BOLA, 5, Madrid - 91 547 69 30

**C CASA LABRA** - ★★★★★ 118 comentarios de Google  
 www.casalabra.es - C/ TETUÁN, 12, Madrid - 915 310 081

**D LAS CUEVAS DE LUIS CANDELAS** - ★★★★★ 39 comentarios de Google

Además de la página de resultados de Google, **estos anuncios pueden aparecer también en cientos de sitios Webs a través de la red de contenidos de**

**Google**. Existen miles de páginas que publican en sus propias páginas anuncios provenientes de la red de Google. Por ejemplo:

ven a probar uno de los 20 platos nuevos

¿Por qué registrarse? |  |

EL PAÍS.COM | Buscador | EL PAÍS.com | in English | Google

ELPAÍS.com > Archivo > Buscador

**FILTROS:**  
 Selecciona los diferentes filtros para refinar tu búsqueda

**Filtrar por Fecha:**

2011 (2352)  
 2010 (528)

**Rango por fechas**  
 desde hasta  
 15/10/2010 15/10/2011

**Filtrar por Formato:**

Artículo (2612)  
 Fotografía (232)  
 Galería (26)  
 Video (7)  
 Película (2)  
 Gráfico (1)

Resultado de búsqueda: **restaurantes** (2.880 resultados encontrados)

**Anuncios Google**

**Restaurantes**  
 Aprovecha Nuestras Ofertas. Reserva Ya y Obtén la Mejor Oferta.  
 www.atrapalo.com/Restaurantes\_Madrid  
 Restaurantes Románticos Restaurantes con Encanto  
 Restaurantes Madrid

**Restaurantes en Madrid**  
 Encuentra Todos los Tipos de Cocina con Descuentos de Hasta el 70%!  
 www.restalo.es/Ofertas\_Rest\_Madrid

**Anuncios Google**

**Restaurante Con Encanto**  
 Disfruta De Las Mejores Comidas  
 En Nuestro **Restaurante** En Madrid  
 www.gruponuria.com

**Listados de Restaurantes**  
**Restaurantes** para Eventos.  
 Descúbrelos en Eventoclick.com  
 www.eventoclick.com

Ordenar por: relevancia fecha Página 1 de 288

**Quedemos en la terraza**  
 JOSÉ CARLOS CAPEL | 14-10-2011  
 Ostras y anchoas Si los **restaurantes** dejaran de ser lugares donde se buscan satisfacciones gastronómicas y la comida se convirtiera en un mero pretexto para reunirse con amigos, el nuevo Boca

El sistema más conocido de SEM es **Adwords de Google**.

Los anuncios de AdWords **se muestran en función de las búsquedas o del contenido web**. Por tanto, nuestros anuncios pueden aparecer en:

- **La red de búsqueda:** en el propio Buscador y/o en
- **La red de Display:** sitios Web que se han asociado con Google.

**¿Qué formato tienen estos anuncios?**

En la red de búsqueda: solo se permite formato texto. Por ejemplo:

**La Vaca Argentina**  
 www.lavacaargentina.net  
 Auténtica parrilla argentina.  
 14 **restaurantes**. Reserva On-line.  
 Paseo Castellana 214, Madrid  
 913 45 26 65 - [Cómo llegar](#)

En la red de contenidos los formatos pueden ser: texto, gráfico, vídeo o rich media. Por ejemplo:

**Cocina mediterránea**

## ► ¿Cuánto cuesta anunciarse en Adwords?

**E**n SEM solo se paga por clic recibidos en sus anuncios y no por impresiones. De esta forma, solo pagará por cada visita que reciba a su página Web.

Una vez elegidas las palabras claves que quiera que activen sus anuncios, puede establecer el coste por clic (CPC) máximo para cada una de ellas. También puede establecer un presupuesto diario para asegurarse de no pasar de una cantidad máxima al día.

En definitiva, es un sistema que se ajusta a todo tipo

de presupuestos y que el propio anunciante decide con total control cuánto invertir.

Por ejemplo puede establecer un precio por palabra clave desde 0,15 céntimos en adelante (dependiendo de la competencia que tenga dicha palabra clave) y un presupuesto diario en función de sus necesidades y resultados obtenidos.

Puede empezar con una cantidad pequeña para probar y, a medida que vaya consiguiendo mejores resultados, aumentar el presupuesto diario.

## ► ¿Cómo funciona y qué debo hacer para aparecer en las primeras posiciones?

**F**undamentalmente intervienen dos factores en las búsquedas orientadas por palabra clave: **coste por clic máximo** y el **nivel de calidad**.

**1) CPC máximo:** el precio dispuesto a pagar por un clic en nuestro anuncio para una palabra clave.

**2) Nivel de Calidad:** se basa en el histórico de rendimiento de esa palabra clave, según el número de clic recibidos en función del número de impresiones, es decir, el CTR. Si nuestro anuncio dispone de un texto relevante y los usuarios hacen clic en él con frecuencia, esto es significativo para Google y

umentará nuestro nivel de calidad de ese anuncio para la palabra clave que lo ha activado.

En definitiva, no está basado únicamente en el precio que paguemos por clic para cada palabra clave, también tendrá en cuenta lo relevante que sea el anuncio para los usuarios (nivel de calidad).

**Ranking = CPC x Nivel de Calidad.**

**Cuanto mayor sea nuestro nivel de calidad y el CPC por palabra clave, más posibilidades tendremos de aparecer en las primeras posiciones.**

## ► ¿Cómo crear una campaña de SEM para restaurantes?

**A** través de esta guía rápida de SEM resumiremos los aspectos fundamentales a la hora de crear una campaña SEM para el sector de la hostelería.

Imaginemos que tenemos un restaurante flamenco en Madrid y que queremos crear una campaña de SEM para darlo a conocer.

**1. Lo primero sería crear una cuenta de Adwords:** la activación de una cuenta tiene un coste inicial de solo 5 euros.

**2. Estructure correctamente su cuenta en Campañas,** Grupos de Anuncios, Anuncios y Palabras Claves.

Ya que podemos recibir tráfico tanto nacional e internacional, inicialmente nos crearemos dos campañas: una en español y otra en inglés. De esta forma podremos separar mejor los contenidos y analizar más correctamente los resultados de cada una de ellas.

Dentro de cada campaña crearemos grupos de anuncios significativos como:

○ Restaurante y flamenco	○ Flamenco
○ Ocio	○ Turismo
○ Espectáculos Madrid	○ Eventos de Empresas

Crearemos anuncios específicos para cada grupo de anuncios. Por ejemplo: para "Restaurante y flamenco"

podríamos crear el siguiente anuncio:

### **Tablao flamenco Madrid**

Si te gusta el flamenco, no dejes de visitar este local y disfruta de una excelente cena.  
[www.flamenco-madrid/restaurante](http://www.flamenco-madrid/restaurante)

**Es recomendable crear al menos tres anuncios por grupo de anuncios.** Los anuncios que mejor funcionan son los sencillos y atractivos, aquellos que destacan un punto fuerte y se diferencia de la competencia. Debe incluir palabras claves tanto en el título como en el texto del anuncio.

**Lleve los usuarios a la página apropiada de su sitio Web.** En algunos casos es preferible crear páginas de aterrizaje concretas donde se ofrezca la información necesaria para tomar una decisión y, al mismo tiempo, se ofrezcan diferentes vías de contacto: teléfono, correo electrónico, formulario, etc... Este tipo de páginas, también llamadas "landing pages", al estar optimizadas para el contenido del anuncio, suelen tener un ratio de conversión mayor.

Asociaremos una bolsa de **palabras claves** para cada grupo de anuncios. Estas palabras claves son las que activarán nuestros anuncios. Siguiendo con el ejemplo anterior para el grupo de anuncio "Restaurante y Flamenco" podríamos asociar:

- restaurante flamenco
- restaurante flamenco Madrid

- cena restaurante flamenco
- tablao flamenco
- tablao flamenco Madrid
- flamenco en Madrid
- cena flamenco Madrid

Especifique palabras claves relacionadas específicamente con el grupo de anuncio elegido.

Puede utilizar la herramienta de sugerencias de palabras claves de Adwords para obtener más variantes:

<https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternalSimilares>

Términos de búsqueda (1)		Competencia	Búsquedas globales mensuales	Búsquedas locales mensuales
Palabra clave	restaurant flamenco		3.800	1.300
Ideas para palabras clave (5)		Competencia	Búsquedas globales mensuales	Búsquedas locales mensuales
restaurant flamenco alicante			58	48
restaurant tablas flamenco madrid			140	140
restaurant flamenco madrid			480	320
flamenco restaurant			3.800	1.300
restaurant el flamenco			3.800	1.300
restaurant flamenco valencia			210	170

Haremos lo mismo para la campaña en inglés, es decir, definiremos sus grupos de anuncios, redactaremos los anuncios en inglés y seleccionaremos las palabras claves adecuadas en inglés.

### 3. Una vez que tenemos las dos campañas creadas, definiremos los siguientes parámetros:

**a. La ubicación:** desde qué zonas queremos que se activen nuestros anuncios. Puede seleccionar casi todos los grupos de ubicaciones para orientar sus anuncios, incluidos países, territorios, regiones, ciudades y zonas personalizadas. Por ejemplo, puede orientarlos a regiones concretas de España o de Estados Unidos y a algunas grandes ciudades europeas de habla inglesa.

**b. Idiomas:** determinaremos el idioma de la campaña.

**c. Redes:** Seleccionaremos entre la red de búsqueda y/o red de display.

**d. Dispositivos:** Esta configuración determina los tipos de dispositivos donde aparecerá el anuncio. Puede seleccionar una de estas opciones o ambas: Equipos portátiles y de sobremesa, iPhones y otros dispositivos móviles con navegadores de Internet completos, Tablets con navegadores completos...

**e. Tipo de oferta:** La oferta de coste por clic (CPC) indica la cantidad que desea pagar por cada clic que recibe un anuncio. Puede optar a que AdWords administre sus ofertas mediante el sistema de ofertas automáticas, o bien puede administrarlas usted mismo. Asimismo, existen opciones más avanzadas que le permiten elegir pagar por cada mil impresiones (ofertas de CPM) o establecer una oferta de coste por adquisición (Optimizador de conversiones).

**f. Presupuesto:** importe diario en euros a consumir como máximo.

**g. Fecha de finalización:** puede determinar una fecha de finalización o dejarla abierta por defecto.

**h. Programación de anuncios:** La programación de anuncios le permite indicar las horas o los días de la semana concretos en los que desea que se muestren los anuncios de AdWords. También puede ajustar ofertas para los anuncios durante periodos de tiempo determinados.

Una vez que tenemos configuradas nuestras campañas, procederemos a activarlas. En pocas horas nuestros anuncios empezarán a aparecer y a generar visitas a nuestra página Web.

## ► En Resumen

Hoy en día el SEM o Adwords es uno de los medios más rentables para generar y captar nuevos clientes.

El SEM es un sistema de alta eficacia, ya que se basa en los resultados. Solo pagará por los usuarios que hagan clic en sus anuncios y lleguen a su página Web. Son usuarios que están buscando activamente algún

producto o servicio relacionado con su empresa, lo que hace que sea un tráfico segmentado y de calidad.

Además, nos permite tener un sencillo control de costes y de la inversión realizada casi en tiempo real. Y un excelente sistema de reporting y estadísticas para poder optimizar nuestras campañas.

## Servicio de Marketing Online de LA VIÑA

La Viña ofrece el servicio de Marketing Online en colaboración con la empresa Comunicare, especialistas en Marketing Online para restaurantes.

Puede consultar las tarifas del servicio de Marketing Online en la web de La Viña [www.hosteleriamadrid.com](http://www.hosteleriamadrid.com) o en el teléfono **91 246 82 88**.

**El contenido de este Boletín Informativo Especial ha sido facilitado por la empresa COMUNICARE, especializada en la gestión del Marketing OnLine en restaurantes y colaboradora de La Viña.**



**Delegación NORTE:** Francisco Silvela, 112. Bajo. 28002, Madrid.

**Delegación CENTRO:** Pº Santa Mª de la Cabeza, 1, 1ª planta. 28045, Madrid.

**Delegación SUR:** Avda. Dos de Mayo, 4, 2ºB. (Entrada por la C/ Órganos, 2). 28931, Móstoles.

Tlf: 91 360 09 09 - 902 124 144 • [www.hosteleriamadrid.com](http://www.hosteleriamadrid.com)