



PALABRAS CLAVE INACTIVAS

3. Las palabras clave se encuentran inactivas para la búsqueda

Sus palabras clave pueden pasar a un estado inactivo para búsqueda y dejar de publicar anuncios si nuestro supervisor automático de rendimiento determina que no disponen de un nivel de calidad y un coste por clic (CPC) máximo lo suficientemente elevados. Es decir, el CPC máximo de su palabra clave o grupo de anuncios no alcanza la oferta mínima necesaria para activar la publicación de los anuncios.

Recuerde que las palabras pueden adquirir el estado de “Inactivas” independientemente del número de anunciantes que están realizando ofertas por la misma palabra clave.

Resumen de campañas > Restaurant Catarsi.1 > Restaurant Catarsi Castellà Anterior 2 grupos de anuncios de 2

3 palabras clave están inactivas para búsqueda actualmente.
Estas palabras clave se marcarán en la columna "Estado" de la pestaña "Palabras clave". Para mejorar su calidad, optimícelas, suprimalas o aumente sus ofertas hasta los valores mínimos indicados. Al aumentar las ofertas al menos hasta la cantidad mínima, se activarán los términos.

Grupo de anuncios: Restaurant Catarsi Castellà Resumen Palabras clave Variaciones del anuncio

Restaurante Catarsi Activo — Detener | Suprimir

Comida, Servicio y Ambiente Único
En edificio histórico de Terrassa
www.RestaurantCatarsi.com
1 de 7 - ver todos

Haga clic aquí para ver el nivel de calidad de sus palabras clave.

Palabra clave	Estado	Nivel de calidad	Oferta actual CPC máximo	Clics	Impr.	CTR	Prom. CPC	Coste	Posic. prom.	Tasa de conversión	Coste/conversión
Total	Habilitado		Por defecto €0,05	4	132	3,03%	€0,04	€0,16	4,8	0,00%	€0,00
<input type="checkbox"/> restaurante romantico	Inactiva para búsqueda	OK	Oferta mínima: €0,12	€0,05	0	0	-	-	-	0,00%	€0,00
<input type="checkbox"/> "restaurantes con encanto"	Inactiva para búsqueda	OK	Oferta mínima: €0,12	€0,05	0	0	-	-	-	0,00%	€0,00
<input checked="" type="checkbox"/> "restaurante con encanto"	Inactiva para búsqueda	OK	Oferta mínima: €0,08	€0,05	0	0	-	-	-	0,00%	€0,00
<input type="checkbox"/> restaurante parejas	Activa	Excelente	Oferta mínima: €0,04	€0,05	0	14	0,00%	-	5,1	0,00%	€0,00
<input type="checkbox"/> restaurante valles	Activa	Excelente	Oferta mínima: €0,04	€0,05	0	7	0,00%	-	2,8	0,00%	€0,00

3

Para volver a activar sus palabras clave:

1. Aumente el nivel de calidad de sus palabras clave optimizando la relevancia.

La optimización, una técnica para la mejora de la calidad de sus palabras clave, anuncio y campaña, es la mejor forma de aumentar el rendimiento de sus palabras clave sin incrementar los costes. Algunos ejemplos que puede aplicar son:

- combine la palabra clave en cuestión con otros dos o tres términos para crear una frase de palabras clave más específica. Por ejemplo, “servicio de compra de coches” en lugar de “coche”.
- delimite las opciones de orientación, por ejemplo, por región. Asimismo, le sugerimos que añada el término en cuestión al texto de su anuncio.

El nivel de calidad es un valor dinámico que se determina a partir del porcentaje de clics (CTR) en Google y el historial de rendimiento de su palabra clave, la relevancia del texto de su anuncio, la calidad de la página de destino y otros factores importantes. Cuanto más elevado sea el nivel de calidad, menor será la oferta mínima necesaria para activar anuncios.

Puede saber que nivel de calidad - excelente, OK, bajo - tienen sus palabras clave si activa la columna “Nivel de calidad” en la opción “Personalizar columnas” de la pestaña “Palabras clave” de la página de información del grupo de anuncios. Para más información sobre esta columna consulte:

<https://adwords.google.es/support/bin/answer.py?answer=53025&query=columna&topic=&type=f>

Visite nuestra página “Sugerencias de optimización” en la dirección: <https://adwords.google.es/select/tips.html> para obtener más sugerencias.



PALABRAS CLAVE INACTIVAS

2. Aumente el CPC máximo de su palabra clave o grupo de anuncios hasta la oferta mínima recomendada.

La oferta mínima de una palabra clave es la cantidad necesaria para activar la publicación de sus anuncios en Google y viene determinada por el nivel de calidad. Por este motivo, basta con que aumente su CPC máximo al valor de oferta mínimo para volver a activar sus palabras clave. Para obtener información sobre como incrementar su CPC máximo consulte:

https://adwords.google.com/support/bin/answer.py?answer=21382&hl=es_ES

Le aconsejamos que si la optimización no activa de nuevo sus palabras clave inactivas y la oferta mínima necesaria no le parece adecuada, las suprima, ya que las palabras clave de bajo rendimiento reducen el nivel de rendimiento general de una campaña, y esto contribuye a disminuir el nivel de calidad de otras palabras clave de la campaña en cuestión.

