

S
U
R
Y
Y
A

K
L
E
Y

GOOGLE ADS

MEDIA MARKET

P
A
U
T
A

Índice:

1. Definición del Objetivo.....	2
2. Selección de Palabras Clave.....	3
3. Estrategia Creativa.....	4
4. Extensiones de Anuncio.....	5
5. Presupuesto y Puja.....	6
6. Estimación de Resultados.....	8
Conclusión.....	9
Bibliografía.....	10

Proceso de Creación de la Campaña de Google Ads para “Regalos de Reyes Magos”

A continuación, describimos el proceso que seguimos para desarrollar y estructurar la campaña de Google Ads, incluyendo la **selección de palabras clave, estrategia, elementos creativos, presupuesto y otros aspectos clave.**

1. Definición del Objetivo

El objetivo principal de la campaña es captar tráfico relevante y maximizar las conversiones enfocándonos en la compra de regalos para el Día de Reyes Magos. Esto se logró al analizar tendencias de búsqueda relacionadas con la temporada navideña, priorizando términos con alta intención de compra y rendimiento publicitario comprobado.

1	Keyword	Currency	Segment	Avg. mont	Three mor	YoY chang	Competiti	Competiti	Top of pag	Top of pag	Ad impres	Organic av	Organic irr	In Account	Searches	Searches
2	December 1, 2023 - November 30, 2024															
3			All	57700.0												
4			Spain	57700.0												
5	descuento	EUR		50.0	∞	0%	Low		0							
6	ideas rega	EUR		500.0	900%	0%	High		100	0.08	0.49					
7	mediamar	EUR		50000.0	0%	900%	Low		25	0.16	1.46					
8	ofertas reg	EUR		50.0	∞	0%	High		100							
9	regalos ba	EUR		50.0	0%	0%	High		100	0.09	0.44					
10	regalos ori	EUR		500.0	900%	0%	High		100	0.09	0.45					
11	regalos pa	EUR		50.0	0%	∞	High		100							
12	regalos pa	EUR		500.0	900%	0%	High		100	0.05	0.36					
13	regalos pa	EUR		500.0	900%	0%	High		100	0.10	0.42					
14	regalos re	EUR		5000.0	900%	0%	High		94	0.15	0.64					
15	regalos te	EUR		500.0	0%	0%	High		100	0.04	0.15					

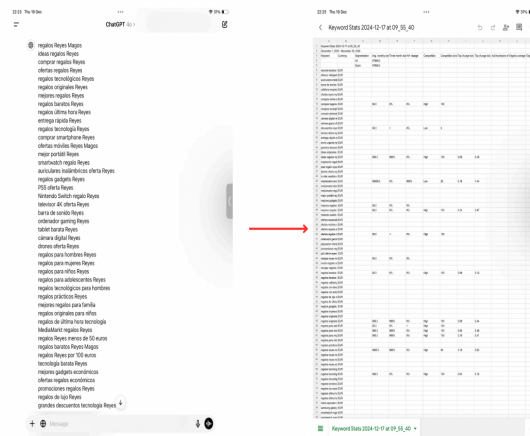
2. Selección de Palabras Clave

Se realizó un análisis de palabras clave en base al volumen de búsquedas, cambios anuales (YoY), competencia y CPC (Costo por Clic). A partir de una larga lista de palabras claves relevantes obtenidos de ChatGPT, depuramos con Keyword Planner y elegimos términos específicos con alta relevancia, como:

- “regalos reyes magos” (5,000 búsquedas/mes, alta competencia, +900% YoY)
- “ideas regalos reyes” (500 búsquedas/mes, alta competencia)
- “mediamarkt cerca de mí” (50,000 búsquedas/mes, baja competencia)

Además, seleccionamos palabras clave específicas para diferentes segmentos, como:

- “regalos para hombres reyes”
- “regalos tecnológicos para hombres”
- “regalos baratos reyes”.



The image shows a screenshot of a spreadsheet with the following data:

Keyword	Currency	Segments	Avg. mo/mo	YoY change	Competition	Top of pag.	Impres.	Organic	In Account	Searches
regalos reyes magos	EUR	High	5000.0	900%	High	100	0.08	0.69		
ideas regalos reyes	EUR	High	500.0	0%	High	100	1.16	1.46		
regalos baratos reyes	EUR	High	500.0	0%	High	100	0.09	0.64		
regalos para hombres reyes	EUR	High	500.0	0%	High	100	0.09	0.45		
regalos tecnológicos para hombres reyes	EUR	High	500.0	0%	High	100	0.05	0.36		
regalos para niños reyes	EUR	High	500.0	0%	High	100	0.19	0.42		
regalos para mujeres reyes	EUR	High	5000.0	900%	High	100	0.15	0.64		
regalos para Navidad reyes	EUR	High	500.0	0%	High	100	0.04	0.25		

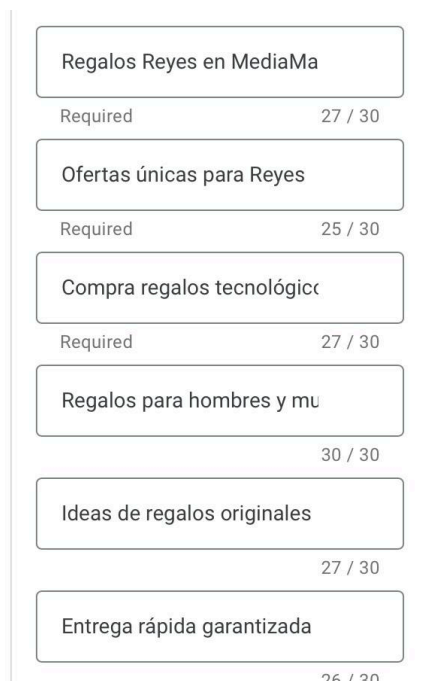
3. Estrategia Creativa

Para captar la atención del público objetivo, se desarrollaron headlines y descripciones basadas en las palabras clave seleccionadas, asegurando que fueran atractivas, informativas y concisas. **Ejemplos de headlines:**

- “Regalos Reyes en MediaMarkt”
- “Ideas de regalos originales”
- “Descuentos Reyes Magos 2024”.

Se estructuraron descripciones enfocadas en beneficios claros:

- “Descubre regalos únicos para Reyes con entrega rápida y grandes descuentos”.
- “MediaMarkt tiene tus regalos Reyes con ofertas exclusivas y entrega garantizada”.

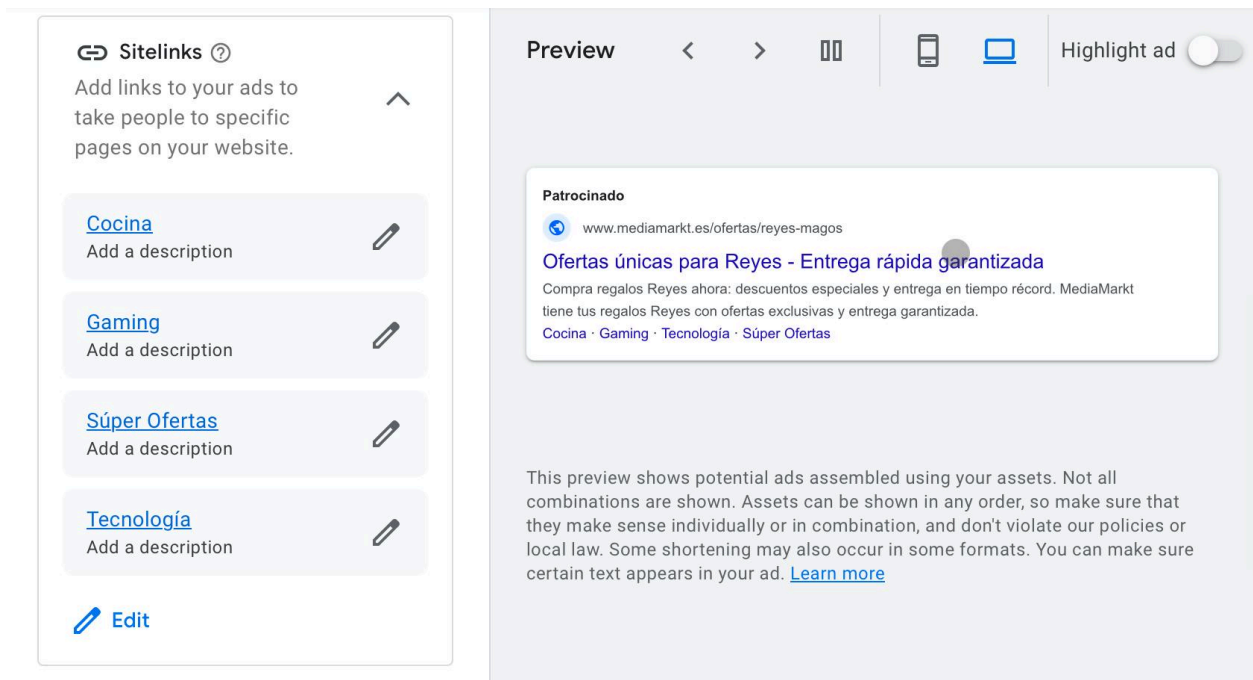


4. Extensiones de Anuncio

Para enriquecer los anuncios y mejorar el CTR (tasa de clics), se incluyeron sitelinks que dirigen a apartados específicos, como:

- “Súper Ofertas”
- “Gaming”
- “Cocina”
- “Tecnología”.

Esto permite al usuario acceder rápidamente a categorías relevantes, mejorando la experiencia y la probabilidad de conversión.



The image shows a screenshot of the Google Ads interface. On the left, there is a panel for managing sitelinks. The panel is titled "Sitelinks" and includes a question mark icon. Below the title, it says "Add links to your ads to take people to specific pages on your website." There are four sitelink entries, each with a blue link name, the text "Add a description", and an edit icon (pencil):

- [Cocina](#) Add a description
- [Gaming](#) Add a description
- [Súper Ofertas](#) Add a description
- [Tecnología](#) Add a description

At the bottom of the panel is an "Edit" button with a pencil icon.

On the right, there is a "Preview" section. It shows a simulated advertisement for MediaMarkt. The ad includes a "Patrocinado" (Sponsored) label, a globe icon, the URL www.mediemarkt.es/ofertas/reyes-magos, and the headline "Ofertas únicas para Reyes - Entrega rápida garantizada". The description reads: "Compra regalos Reyes ahora: descuentos especiales y entrega en tiempo récord. MediaMarkt tiene tus regalos Reyes con ofertas exclusivas y entrega garantizada." Below the description are four sitelink labels: "Cocina · Gaming · Tecnología · Súper Ofertas".

Below the ad preview, there is a disclaimer: "This preview shows potential ads assembled using your assets. Not all combinations are shown. Assets can be shown in any order, so make sure that they make sense individually or in combination, and don't violate our policies or local law. Some shortening may also occur in some formats. You can make sure certain text appears in your ad. [Learn more](#)"

5. Presupuesto y Puja

Según datos obtenidos de internet, ajustamos la estimación del **ticket promedio** para la campaña de Reyes Magos en MediaMarkt a **un rango de €150-€250** (sería óptimo consultar estadísticas de campañas anteriores similares). Este rango refleja el gasto más moderado de las familias durante Reyes en comparación con Navidad, pero también considera el precio medio de los productos tecnológicos más comunes que ofrece MediaMarkt en esta época.

Basándonos en el **ticket promedio estimado (€150-€250)** y el **coste de conversión estimado por Google de €8.31**, ajustamos las recomendaciones de presupuesto para reflejar un enfoque rentable y escalable.

Presupuesto diario recomendado

- Rango inicial: €200-€350 diarios, lo que permite generar entre 24 y 42 conversiones diarias con el coste de conversión estimado.
- Incremento gradual: Durante los días pico de la campaña (los días inmediatamente previos al 6 de enero, en las que todavía podemos asegurar una entrega de envío), el presupuesto puede incrementarse hasta €500 diarios, permitiendo hasta 60 conversiones diarias.

Distribución del presupuesto por palabras clave

Para maximizar el impacto del gasto publicitario, el presupuesto debe distribuirse según la intención de búsqueda:

- Alta intención: Dedicar el 70% del presupuesto a palabras clave como “regalos Reyes Magos”, “ideas regalos Reyes”, y “Mediamarkt cerca de mí”. Estas palabras clave tienen alta conversión debido a la relevancia estacional.
- Costo medio/bajo: Dedicar el 30% del presupuesto a términos más económicos y menos competitivos como “regalos baratos Reyes” y “ofertas regalos tecnológicos”, para atraer tráfico adicional de calidad.

Conclusión del Presupuesto

Con un ticket promedio estimado de €150-€250, un presupuesto diario de €200-€350, la campaña se mantiene rentable y alineada con las tendencias de consumo para Reyes. Este ajuste asegura un equilibrio entre alcance, eficiencia y retorno de inversión.

 Set custom budget ^

Set your average daily budget for this campaign

Weekly conv.	Cost / Conv.	Weekly cost
169	€8.31	€1,400.00

6. Estimación de Resultados

Proyectamos el rendimiento con base en los datos accesibles y las herramientas publicitarias:

Conversión diaria estimada

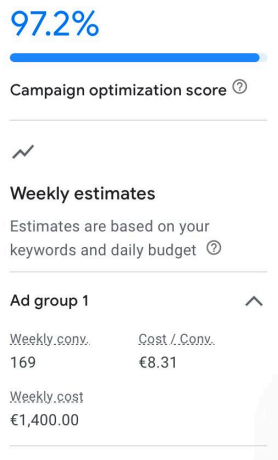
- Con un presupuesto de €200-€350 diarios y un coste de conversión de €8.31, se espera:
- 24-42 conversiones diarias en la fase inicial.
- Si el presupuesto se incrementa a €500 diarios, se podrían alcanzar 60 conversiones diarias.

Ingresos diarios estimados

- Con un ticket promedio de €150-€250, los ingresos proyectados son:
- Fase inicial: Entre €3,600 y €10,500 diarios (dependiendo del presupuesto y las conversiones).
- Días pico: Hasta €15,000 diarios con un presupuesto ampliado.

ROI estimado

- Con un coste de conversión de €8.31 y un ticket promedio de €150-€250, el retorno por cada euro invertido sería de aproximadamente 1705% a 2307%.



Conclusión

La campaña fue diseñada teniendo en cuenta las características específicas del mercado en la temporada de Reyes Magos, con un enfoque en maximizar conversiones a través de un presupuesto eficiente y palabras clave de alta relevancia.

Con un **coste de conversión estimado de €8.31** y un **ticket promedio de €150-€250**, las proyecciones indican un **ROI positivo de entre 1705% a 2307%**, lo que **asegura rentabilidad muy alta para MediaMarkt**. Además, un presupuesto diario de €200-€500 permitirá adaptarse a las variaciones en la intención de compra, especialmente durante los días previos al 6 de enero.

El diseño de anuncios atractivos, el uso estratégico de extensiones como sitelinks y promociones, y la priorización de palabras clave con alta intención de compra garantizarán un desempeño sólido. Esta estructura permitirá ajustar dinámicamente el presupuesto y las estrategias según el rendimiento inicial, maximizando el impacto de la inversión publicitaria.

La combinación de datos accesibles, estimaciones realistas y herramientas de análisis **posiciona esta campaña como una solución óptima** para capturar la atención de los compradores durante Reyes, una de las temporadas más importantes para la venta de tecnología y regalos.

Bibliografía

Business Insider España

- Artículo: "¿Cuánto vas a gastar en regalos de Navidad? El presupuesto medio aumenta a 243 euros en 2024"
- URL: businessinsider.es

Información TV

- Artículo: "El perfil de los Reyes Magos en España: Se gastan 220 euros por niño"
- URL: informacion.es

Xataka Selección

- Artículo: "MediaMarkt está en modo Año Nuevo con sus ofertas de Reyes: móviles, cafeteras superautomáticas, freidoras de aire y más"
- URL: xataka.com

Datos estimados y herramientas de Google Ads

- Información obtenida a partir de las estadísticas de palabras clave y el coste de conversión estimado proporcionado por Google Ads.