

A close-up, artistic photograph of a woman's face, focusing on her eyes, nose, and lips. She is wearing several gold earrings, including a large, ornate one with a chain and beads. The lighting is soft and natural, highlighting the texture of her skin and the metallic sheen of the jewelry. The background is a plain, light-colored wall.

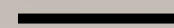
CREU

JOYERÍA ÚNICA

CLIENTE

JOYERÍA CREU

CREU es una joyería artesanal situada en el barrio de Gràcia, Barcelona. Diseña y vende joyas de creación propia, tanto en su tienda física como en su ecommerce, en plata, baño de oro y acero, con un estilo minimalista y contemporáneo.



www.creushop.com

@creushop

QUÉ VENDE

CREU cuenta con una amplia gama de productos, como pendientes, anillos, collares, pulseras, piercings, etc. No obstante, en este proyecto nos centraremos en la categoría de pendientes.



Joyería
CREU



El objetivo principal de esta estrategia es **aumentar las ventas del ecommerce** y cada tipo de campaña tiene un papel concreto y complementario.

OBJETIVOS





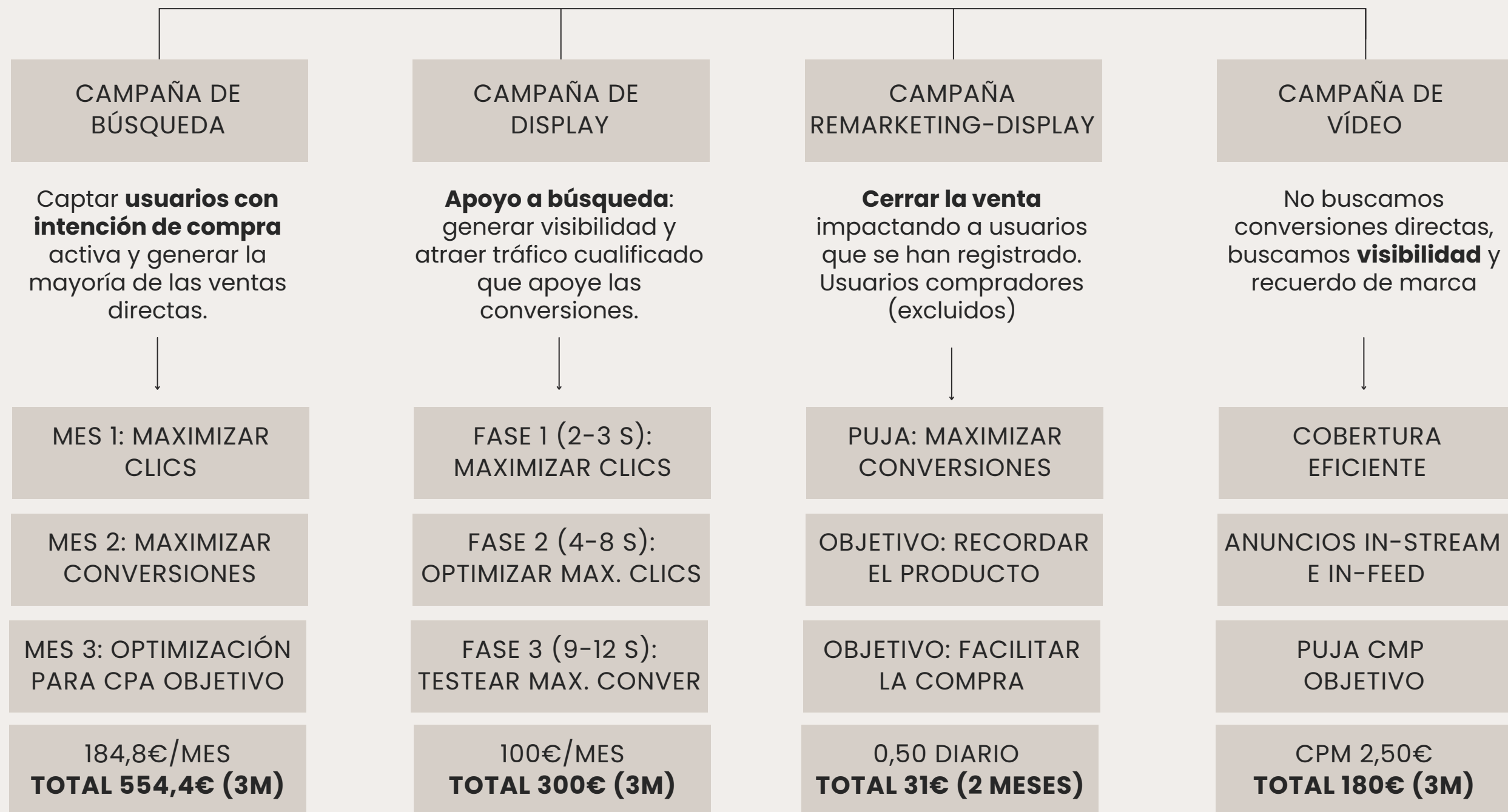
PÚBLICO OBJETIVO

La estrategia se dirige principalmente a **mujeres de entre 18 y 55 años, interesadas en la moda y los accesorios**, con una especial sensibilidad hacia productos de diseño y opciones más sostenibles. Se trata de un público habituado a comprar online, que valora tanto la estética como la **calidad de los materiales**.

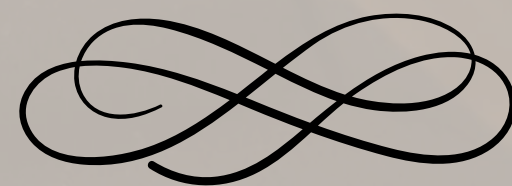
MAPA MENTAL

INVERSIÓN TOTAL
1065,4€

ESTRATEGIA GOOGLE ADS (3 MESES)



CAMPAÑA DE BÚSQUEDA



MES 1

Lanzamiento y aprendizaje

El objetivo es recoger datos y entender el comportamiento del usuario, sin forzar todavía al algoritmo.

- **Estrategia de puja:** Maximizar clics.
- **Objetivo:** generar tráfico cualificado y detectar qué keywords y grupos convierten mejor.
- **Ventaja:** control del gasto y aprendizaje inicial del sistema.

MES 2

Optimización a conversión

Una vez la campaña cuenta con tráfico estable y primeras conversiones, se pasa a una estrategia enfocada a resultados.

- **Estrategia de puja:** Maximizar conversiones
- **Objetivo:** priorizar a los usuarios con mayor probabilidad de compra.
- **Ventaja:** el algoritmo empieza a optimizar en función de ventas reales.

MES 3

Escalado y control de rentabilidad

Cuando la campaña acumula un volumen suficiente de conversiones, se puede pasar a una fase de mayor control y escalado.

- **Estrategia de puja:** CPA objetivo.
- **Objetivo:** mantener un coste por conversión rentable mientras se incrementa la inversión.
- **Ventaja:** crecimiento sostenido sin perder eficiencia.

ESTUDIO DE PALABRAS CLAVE

La campaña de búsqueda se ha planteado poniendo el foco en aquellas categorías que resultan más **rentables para el negocio**. En este caso, el cliente ha solicitado concentrar la inversión en la categoría de pendientes, ya que es uno de los productos que **mayor margen de beneficio** aporta dentro del ecommerce.

Para definir la estructura de la campaña, se ha realizado un análisis previo de las principales categorías de la web, como pendientes de perlas, piercings, acero inoxidable, aros, etc. A partir de este análisis, se ha valorado tanto el interés de búsqueda de los usuarios como el **potencial comercial de cada categoría**.



Como resultado, se han seleccionado los grupos de anuncios más interesantes para una **primera fase**, priorizando aquellos que ofrecen un mejor equilibrio entre volumen de búsqueda, intención de compra y rentabilidad.

GRUPO 1: ACERO							
pendientes acero inoxidable	1900	81%	0%	Alta	100	0,10	0,48
pendiente acero	590	108%	0%	Alta	100	0,10	0,46
pendientes aro acero inoxidable	260	23%	-18%	Alta	100	0,10	0,45
pendientes acero inoxidable dorado	210	86%	22%	Alta	100	0,09	0,37
pendientes de acero inoxidable mujer	210	21%	-56%	Alta	100	0,10	0,41
aros acero inoxidable dorado	110	91%	24%	Alta	100	0,09	0,38
aretes de acero inoxidable	50	40%	0%	Alta	100	0,09	0,50
GRUPO 2: PERLA							
pendiente perla	6600	83%	-18%	Alta	100	0,21	1,20
pendientes perlas plata	720	171%	-19%	Alta	99	0,14	0,83
pendientes de perlas y oro	590	85%	-18%	Alta	99	0,10	0,78
pendientes aro perlas	210	129%	-33%	Alta	100	0,19	1,01
pendientes de plata con perla	320	127%	0%	Alta	100	0,09	0,64
pendientes dorados con perla	110	57%	175%	Alta	100	0,10	0,66
GRUPO 3: AROS							
pendientes aro plata	2900	125%	-18%	Alta	100	0,14	0,60
pendientes de aro	2400	89%	-18%	Alta	100	0,11	0,61
aros de plata mujer	1000	116%	-21%	Alta	100	0,10	0,51
pendientes aro dorados	1300	140%	0%	Alta	100	0,13	0,57
argollas plata	1900	123%	-19%	Alta	100	0,13	0,56
aros bañados en oro	170	88%	0%	Alta	100	0,16	0,66
aros plateados	480	126%	0%	Alta	100	0,09	0,44

@creushop

KEYWORDS NEGATIVAS

- Luxenter
- Pandora
- hombre
- Niñas
- Majorica
- Tous
- Zara
- Swarovski
- Singularu
- Versace
- Recién nacida
- Bebe
- Viceroy
- Aristocrazy
- Parfois
- Chanel
- Time road
- Diamantes
- Bulgari



Joyería
CREU

@creushop

NEGATIVAS CRUZADA

- Grupo 1: Perla, Aro y Argollas.
- Grupo 2: Aro, Argollas y Acero.
- Grupo 3: Perla y Acero.



Joyería
CREU

PRESUPUESTO BÚSQUEDA

Joyería
CREU

Keyword	Avg. monthly searches	Top of page bid (low range)	Top of page bid (high range)			
pendientes acero inoxidable	1900	0,10	0,48	0,49		
pendiente acero	590	0,10	0,46	0,47		
pendientes aro acero inoxidable	260	0,10	0,45	0,46		
pendientes acero inoxidable dorado	210	0,09	0,37	0,38		
pendientes de acero inoxidable mujer	210	0,10	0,41	0,42		
aros acero inoxidable dorado	110	0,09	0,38	0,39		
aretes de acero inoxidable	50	0,09	0,50	0,51		
pendiente perla	6600	0,21	1,20	1,21		
pendientes perlas plata	720	0,14	0,83	0,84		
pendientes de perlas y oro	590	0,10	0,78	0,79		
pendientes aro perlas	210	0,19	1,01	1,02		
pendientes de plata con perla	320	0,09	0,64	0,65		
pendientes dorados con perla	110	0,10	0,66	0,67		
pendientes aro plata	2900	0,14	0,60	0,61		
pendientes de aro	2400	0,11	0,61	0,62		
aros de plata mujer	1000	0,10	0,51	0,52		
pendientes aro dorados	1300	0,13	0,57	0,58		
argollas plata	1900	0,13	0,56	0,57		
aros bañados en oro	170	0,16	0,66	0,67		
aros plateados	480	0,09	0,44	0,45		
20	22030	2,36	12,12	12,32	SUMA TOAL CPCS PUJANDO UN 0.01 +	
Presupuesto Mínimo	150 clics /mes	92,4	PRESUPUESTO MÍNIMO AL MES POR 150 CLICS			
Precio Medio 1 Clic	0,62					
Presupuesto Mínimo	200 clics /mes	123,2	PRESUPUESTO MÍNIMO AL MES POR 200 CLICS			
Precio Medio 1 Clic	0,62					
Presupuesto Mínimo	300 clics /mes	184,8	PRESUPUESTO MÍNIMO AL MES POR 300 CLICS			
Precio Medio 1 Clic	0,62					

CONFIGURACIÓN CAMPAÑA

Elige tu objetivo

Selecciona un objetivo para adaptar tu experiencia a los objetivos y la configuración que mejor funcionen para tu campaña

**Ventas**
Impulsa las ventas online, en la aplicación, por teléfono o en la tienda

**Clientes potenciales**
Anima a los clientes a realizar acciones para generar oportunidades de venta y otras conversiones

**Tráfico al sitio web**
Consigue que los usuarios adecuados visiten tu sitio web

**Promoción de la aplicación**
Aumenta las descargas, la implicación y el número de usuarios prerregistrados de tu aplicación

**Cobertura, visualizaciones e interacciones de YouTube**
Aumenta la notoriedad y la consideración de tu producto o marca
Antes se llamaba Notoriedad y consideración

**Visitas y promociones de tiendas locales**
Impulsa las visitas a tiendas locales, incluidos restaurantes y concesionarios

**Crear una campaña sin objetivo**
Elegirás una campaña a continuación

Selecciona un tipo de campaña

**Búsqueda**
Usa anuncios de texto para conseguir que los usuarios realicen acciones en la Búsqueda de Google

**Máximo rendimiento**
Llega a los usuarios adecuados mientras navegan con anuncios en la Búsqueda de Google, YouTube, Display y más [Ver cómo funciona](#)

**Generación de demanda**
Aumenta la demanda y las conversiones en YouTube, la Red de Display de Google y muchos sitios más con anuncios de imagen y de vídeo

**Display**
Llega a clientes potenciales de 3 millones de sitios y aplicaciones con tu creatividad

**Shopping**
Promociona tus productos de Merchant Center en la Búsqueda de Google con anuncios de shopping

**Vídeo**
Consigue que los usuarios realicen acciones en YouTube con tus anuncios de vídeo

**Aplicación**
Promociona tu aplicación Android o iOS en la Búsqueda de Google, Play, YouTube y sitios de partners con anuncios de aplicación

CONFIGURACIÓN CAMPAÑA

Ubicaciones

Selecciona ubicaciones para esta campaña ?

- ☐ Todos los países y territorios
- ☒ España
- ☐ Introducir otra ubicación

^ Opciones de ubicación

Incluir ?

- ☐ Presencia o interés: usuarios que se encuentran o se suelen encontrar en las ubicaciones que has incluido, o que muestran interés por ellas (recomendado)
- ☒ Presencia: usuarios que se encuentran o se suelen encontrar en las ubicaciones que has incluido

Redes

☐ Red de partners de búsqueda de Google (recomendado)

Los anuncios pueden aparecer cerca de los resultados de búsqueda de Google y en otros sitios web de [partners de búsqueda de Google](#) cuando los usuarios buscan términos relacionados con tus palabras clave. Entre los partners de búsqueda se incluyen centenares de sitios web que no son de Google, dominios aparcados, YouTube y otros sitios de Google.

 **Amplía tu cobertura con los partners de búsqueda de Google:** Llega a más clientes en sitios web de partners ?

[Aplicar](#)

☐ Red de Display de Google (recomendado)

Si te sobra presupuesto de las campañas de búsqueda, los anuncios pueden aparecer en sitios, vídeos y aplicaciones relevantes en Google (por ejemplo, YouTube) y en Internet

 **Usa la expansión a la Red de Display:** Muestra tus anuncios en más sitios y consigue más conversiones a un coste por acción (CPA) similar ?

[Aplicar](#)

CONFIGURACIÓN CAMPAÑA

Segmentos de audiencia

Selecciona los segmentos de audiencia que quieras añadir a tu campaña. Para crear tus segmentos de datos, haz clic en + Nuevo segmento, en la pestaña Búsqueda. ?

BúsquedaExplorar

Prueba con "estilos de vida y aficiones"

Mostrar: Recientes e ideas

☐

Seleccionar todas (8)

☐

Aficionados al running ?

-

☐

Aficionados a las actividades al aire libre ?

-

☐

Aficionados al deporte ?

-

☐

Aficionados a la vida sana y al fitness ?

-

+ Nuevo segmento

No hay nada seleccionadoDesmarcar todo

Selecciona uno o más segmentos que observar.

Opción de segmentación de esta campaña ?

☐ Segmentación

Limitar la cobertura de la campaña a los segmentos seleccionados (con opción a ajustar las pujas)

☒ Observación (recomendada)

No limitar la cobertura de la campaña (con opción a ajustar las pujas por los segmentos seleccionados)

Palabras clave y anuncios

Los grupos de anuncios te ayudan a organizar tus anuncios por temas comunes. Para obtener unos resultados óptimos, centra tu anuncios y palabras clave en un único producto o servicio.

Añade detalles para asociar tus anuncios con las búsquedas adecuadas

Palabras clave

Ver sugerencias de palabra clave (opcional)

Google Ads puede encontrar palabras clave analizando una página web o viendo lo que funciona con productos o servicios similares

URL final

Introduce los productos o servicios que quieres anunciar

Introducir palabras clave

Las palabras clave son palabras o frases que se usan para relacionar los anuncios con los términos que buscan los usuarios

[pendientes acero inoxidable]
[pendiente acero]
"pendientes aro acero inoxidable"
"pendientes acero inoxidable dorado"
"pendientes de acero inoxidable mujer"
"aros acero inoxidable dorado"
[aretes de acero inoxidable]

GRUPO DE ANUNCIOS 1

URL final ?

URL final

https://www.creushop.com/es/pendientes/pendientes-a

Se usará para sugerir recursos para tu anuncio.

Ruta visible ?

www.creushop.com

/ pendientes / acero

10/15 5/15

Tt Títulos 9/15 ?

Para que los anuncios tengan un rendimiento óptimo, incluye estas palabras clave en tus títulos

✓ [pendientes acero inoxidable]

✓ [aretes de acero inoxidable]

✓ [pendiente acero]

✓ "pendientes aro acero inoxidable"

Más ideas >

{Keyword:Pendientes de Acero Inoxidable}

Obligatorio 30/30

Pendientes acero mujer | CREU

Obligatorio 25/30

Comprar Pendientes de Acero

27/30

Pendientes de Acero Inoxidable

30/30

Pendientes Acero Elegantes

26/30

Pendientes Acero Quirúrgico

27/30

Pendientes para Mujer Acero

27/30

Pendientes acero plateados

26/30

Título

0/30

Título

0/30

+ Título

Tt Descripciones 4/4 ? Ver ideas

Compra pendientes de acero inoxidable resistentes y elegantes. Envío Gratis desde 50€.

T Descripciones 4/4 ? Ver ideas

Compra pendientes de acero inoxidable resistentes y elegantes. Envío Gratis desde 50€.

Obligatorio 86/90

Pendientes de acero inoxidable hipoalergénicos. Diseños modernos y calidad garantizada.

Obligatorio 87/90

Descubre pendientes de acero inoxidable para mujer. Compra online con devolución fácil.

87/90

Pendientes de acero inoxidable duraderos y con estilo. Envío gratis en 24/72h.

78/90

Nombre y logotipos de la empresa

Si no añades un nombre o logotipo, Google usará tu URL para añadirlos

Obtener acceso

Enlaces de sitio ?

Añade enlaces a tus anuncios para dirigir a los usuarios a páginas específicas de tu sitio web

Pendientes Largos

Pendientes Largos · Compra online con envío rápido

Pendientes con Circonita

Pendientes Piedras · Pendientes para Regalar

Piercings para Orejas

PRESUPUESTO Y VISTA GENERAL

Selecciona el tipo de presupuesto

Presupuesto diario medio

Fija un presupuesto diario medio para esta campaña

48,54 €

40,45 €

Recomendado

32,36 €

Definir presupuesto personalizado

Fija un presupuesto diario medio para esta campaña

6,07 €

Clics semanales

140

CPC medio

0,30 €

Coste semanal

42,49 €

Tu presupuesto es inferior al presupuesto de otros anunciantes, lo que puede influir en los resultados. Prueba a subirlo a 40,45 € al día como mínimo.

Al mes, no pagarás más del importe medio diario que elijas multiplicado por el número medio de días que tiene un mes. Es posible que un día inviertas menos de ese importe y otros días hasta el doble. Más información. [Más información](#)

Presupuesto total de la campaña

BETA

Define un presupuesto para la duración de tu campaña

Vista general

Nombre de la campaña

CREU BÚSQUEDA PENDIENTES

Tipo de campaña

Búsqueda

Objetivo específico

Compras

Puja

Puja

Maximiza los clics

Adquisición de clientes

Pujar lo mismo por clientes nuevos y por los actuales

Configuración de la campaña

Redes

Red de Búsqueda de Google

Ubicaciones

España

Idiomas

Todos los idiomas

Anuncios políticos en la UE

No incluye anuncios políticos de la UE

Audiencias

No hay segmentos

Fechas de inicio y fin

2 de marzo de 2026 - 2 de junio de 2026

NEGATIVAS CAMPAÑA Y GRUPO 1

Añadir filtro Descarga Ampliar		
	Palabras clave negativas ↑	Tipo de concordancia
	Aristocrazy	Concordancia amplia
	bebe	Concordancia amplia
	Bulgari	Concordancia amplia
	Chanel	Concordancia amplia
	diamantes	Concordancia amplia
	hombre	Concordancia amplia
	Luxenter	Concordancia amplia
	Majorica	Concordancia amplia
	niñas	Concordancia amplia
	Pandora	Concordancia amplia
	parfois	Concordancia amplia
	quirúrgico	Concordancia amplia
	recién nacida	Concordancia amplia
	Singularu	Concordancia amplia
	Swarovski	Concordancia amplia
	Tous	Concordancia amplia
	Versace	Concordancia amplia
	Viceroy	Concordancia amplia
	Zara	Concordancia amplia

Palabras clave

Palabras clave

Palabras clave negativas

Inclusiones de URLs

Exclusiones de URL

Añadir palabras clave negativas

Añadir palabras clave negativas o crear una lista

Usar lista de palabras clave negativas

Las palabras clave negativas pueden impedir que tu anuncio se muestre a los usuarios que realizan búsquedas o q

Añadir a

Grupo de anuncios ▾

Grupo 1 - ACERO INOXIDABLE

Palabras clave negativas

perla
perlas
aro
aros
argollas

Guardar

Cancelar

GRUPO DE ANUNCIOS 2

de anuncios

Grupo de anuncios 2 - PENDIENTE

ras clave y recursos

URL y la información que proporcionas para generar recursos, como títulos y descripciones, que podrás reutilizar en tus anuncios.

Google Ads puede encontrar palabras clave analizando una página similar a la tuya.

URL final

<https://www.creushop.com/es/pendientes/pendientes-acero>

Introduce los productos o servicios que quieres anunciar

Las palabras clave son palabras o frases que se usan para relacionar tu anuncio con los usuarios que buscan productos o servicios similares.

[pendiente perla]
"pendientes perlas plata"
[pendientes de perlas y oro]
[pendientes aro perlas]
"pendientes de plata con perla"
"pendientes dorados con perla"

Los tipos de concordancia ayudan a controlar qué búsquedas pueden activar tu anuncio.

palabra clave = concordancia amplia "palabra clave" = concordancia de frase

2 Crear anuncios

< > Prueba a añadir títulos más variados o a dejar de fijar algunos recursos

URL final ?

URL final

<https://www.creushop.com/es/pendientes/perla>

Se usará para sugerir recursos para tu anuncio

Ruta visible ?

www.creushop.com

/ pendientes / perla

10/15 5/15

i Los títulos y las descripciones de este anuncio se han rellenado automáticamente con sugerencias basadas en tu URL final. También puedes consultar a la IA de Google para obtener más ayuda.

Borrar todos los recursos rellenados automáticamente

Chat

< > Prueba a añadir títulos más variados o a dejar de fijar algunos recursos

✓ joyas acero inoxidable ✓ pendientes aro

✓ pendientes oro ✓ pendientes mujer

Más ideas >

{Keyword:Pendientes de Perlas}

Obligatorio 20/30

Pendientes Perlas Elegantes

Obligatorio 27/30

Compra Online con Garantía

Obligatorio 26/30

Pendientes Perlas Atemporales

29/30

Entrega Rápida en 24/48h

24/30

Compra Pendientes de Perlas

27/30

Pendiente Perlas | Oro y Plata

30/30

Joyería de Mujer | Pendientes

Tt Descripciones 4/4 ? Ver ideas

Encuentra tus pendientes de perlas y oro o plata. Diseños elegantes para cualquier ocasión

Obligatorio 90/90

Descubre pendientes aro y con perlas únicos ¡Compra online en CREU con envío rápido!

Obligatorio 84/90

Selección de pendientes dorados con perla. Calidad artesanal para un look perfecto.

83/90

Pendientes de perlas para mujer, ideales para regalar o completar tu look ¡Aprovecha!

85/90

Nombre y logotipos de la empresa

Si no añades un nombre o logotipo, Google usará tu URL para añadirlos

Obtener acceso

GRUPO DE ANUNCIOS 3

Grupo 3 - PENDIENTES ARO CREL

Google Ads puede encontrar palabras clave analizando una página web similar a la que proporcionas para generar recursos, como títulos y descripciones, que podrás revisar y editar.

URL final

https://www.creushop.com/es/pendientes/aros

Introduce los productos o servicios que quieres anunciar

Actualizar sugerencias de palabra clave

Las palabras clave son palabras o frases que se usan para relacionar

"pendientes aro plata"
[pendientes de aro]
[aros de plata mujer]
"pendientes aro dorados"
"argollas plata"
[aros bañados en oro]
"aros plateados"

Crear anuncios

Prueba a incluir más palabras clave en las descripciones

URL final

URL final

https://www.creushop.com/es/pendientes/aros

Se usará para sugerir recursos para tu anuncio.

Ruta visible

www.creushop.com

/ pendientes / aros

10/15 4/15

Los títulos y las descripciones de este anuncio se han rellenado automáticamente con sugerencias basadas en tu URL final. También puedes consultar a la IA de Google para obtener más ayuda.

Borrar todos los recursos rellenados automáticamente

Chat

Crear anuncios

Prueba a incluir más palabras clave en las descripciones

Para que los anuncios tengan un rendimiento óptimo, incluye estas palabras clave en tus títulos

✓ joyas para mujer ✓ pendientes ear cuff

✓ joyas acero inoxidable ✓ pendientes aro

✓ pendientes oro ✓ pendientes mujer

Más ideas >

{Keyword:Pendientes de Aro}

Obligatorio 17/30

CREU Shop | Pendientes Mujer

Obligatorio 28/30

Aros | Envío Gratis desde 50€

Obligatorio 29/30

Envíos en 48h-72h

17/30

Joyería de Plata y Baño de Oro

30/30

Pendientes Aros | Plata de Ley

Crear anuncios

Prueba a incluir más palabras clave en las descripciones

+ Título

0/30

Descripciones 4/4 Ver ideas

Descubre aros elegantes para cada look. Compra online de forma segura.

Obligatorio 70/90

Pendientes de aro clásicos y modernos. Compra ahora con total confianza.

Obligatorio 72/90

Compra tus pendientes de aro en plata o dorados. ¡Haz tu pedido en CREU Shop!

77/90

Descubre nuestra colección de aros de plata y argollas bañadas en oro ¡Visita la web!

85/90

CONVERSIONES

Crea una conversión

Puedes crear una conversión de dos maneras: **manualmente**, si no te supone un problema añadir código a tu sitio web, o **automáticamente**, proporcionando la URL del sitio web.

☒ Manualmente con código

Instala código en tu sitio web para medir la conversión

☐ Automáticamente sin código

Proporciona una URL de sitio web y la etiqueta de Google podrá detectar la conversión

Configuración de conversiones

Optimización de acciones

Para alcanzar este objetivo, determina si es una acción principal, que se usará para optimizar las pujas y crear informes, o una acción secundaria, que se usará para observaciones.

☒ Acción principal, usada para optimizar las pujas

☐ Acción secundaria, no usada para optimizar las pujas

✓

"Compra" es un objetivo predeterminado a nivel de cuenta. De manera predeterminada, esta acción se optimizará y se incluirá en la columna "Conversiones" y siempre que uses el objetivo "Compra" en tus campañas.

Nombre de la conversión

Conversión principal Compra

27/100

Ejemplos: "Suscripciones a boletines informativos en junio", "Solicitudes de empleo de director" o "Gran promoción de galletas"

Valor

Asigna un valor a las conversiones para medir el impacto de tu publicidad

☐ Utilizar el mismo valor para cada conversión

☐ Utilizar valores distintos para cada conversión

☒ No asignar ningún valor a esta acción de conversión (no recomendado)

No se recomienda en la mayoría de las conversiones porque los valores te ayudan a medir el impacto de tus anuncios. Si seleccionas esta opción, el valor de conversión es siempre 0.

Recuento

Selecciona el número de conversiones que se cuentan por cada clic o interacción

☒ Todas

☐ Una

Esta es la opción recomendada para las compras, porque todas las compras tienen valor.

Esta es la opción recomendada para las oportunidades de venta, los registros y otras conversiones, porque solo la primera interacción tiene valor.

Si alguien hace clic en tu anuncio y hace 2 compras independientes en distintas ocasiones, se registran 2 conversiones.

[Más información](#)

Ventana de conversión post-clic

30 días

▼

Ventana de conversión tras visualización interesada

3 días

▼

Ventana de conversión post-impresión

1 día

▼

Atribución

Basada en datos **Recomendada**

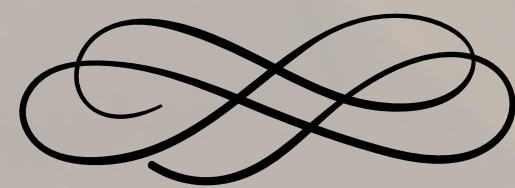
▼

Conversiones mejoradas

Se gestiona a través de la etiqueta de Google.

▼

CAMPAÑA DE DISPLAY



PLANTEAMIENTO DISPLAY

La campaña de Display se ha planteado como un **complemento a la campaña de búsqueda**, con el objetivo de aumentar la visibilidad de la marca y apoyar el proceso de compra del usuario en fases más tempranas.

Aunque Display no suele ser el canal principal de venta directa, su papel dentro de la estrategia es **generar tráfico cualificado** que posteriormente pueda convertir a través de búsqueda o remarketing.



CONFIGURACIÓN CAMPANA



Búsqueda

Usa anuncios de texto para conseguir que los usuarios realicen acciones en la Búsqueda de Google



Máximo rendimiento

Llega a los usuarios adecuados mientras navegan con anuncios en la Búsqueda de Google, YouTube, Display y más [Ver cómo funciona](#)



Generación de demanda

Aumenta la demanda y las conversiones en YouTube, la Red de Display de Google y muchos sitios más con anuncios de imagen y de video



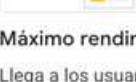
Display

Llega a clientes potenciales de 3 millones de sitios y aplicaciones con tu creatividad



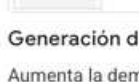
Shopping

Promociona tus productos de Merchant Center en la Búsqueda de Google con anuncios de shopping



Video

Consigue que los usuarios realicen acciones en YouTube con tus anuncios de video



Aplicación

Promociona tu aplicación Android o iOS en la Búsqueda de Google, Play, YouTube y sitios de partners con anuncios de aplicación

Configuración de la campaña

Ubicaciones

Selecciona ubicaciones para esta campaña ?

☐ Todos los países y territorios

☒ España

☐ Introducir otra ubicación

^ Opciones de ubicación

Incluir ?

☐ Presencia o interés: usuarios que se encuentran o se suelen encontrar en las ubicaciones que has incluido, o que muestran interés por ellas (recomendado)

☒ Presencia: usuarios que se encuentran o se suelen encontrar en las ubicaciones que has incluido

Idiomas

Selecciona los idiomas que hablan tus clientes ?

Español X

Catalán X

Según las ubicaciones objetivo, quizás te interese añadir estos idiomas:

Inglés

[Añadir todos](#)

CONFIGURACIÓN CAMPAÑA

Dispositivos

- ☐ Mostrar en todos los dispositivos
- ☒ Definir una segmentación específica por dispositivo

 Para simplificar la segmentación por dispositivo, se han combinado las segmentaciones por aplicación, por intersticial de aplicación y por sitio web en las nuevas opciones Teléfonos móviles y Tablets. [Más información acerca de la segmentación por dispositivo](#)

- ☒ Ordenadores
- ☒ Teléfonos móviles
- ☐ Tablets

Sistemas operativos

[Todos los sistemas operativos](#)

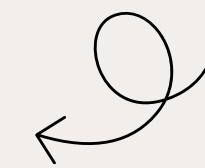
Modelos de dispositivo

Si no orientas tus anuncios a todos los dispositivos, limitarás su cobertura, pero se mostrarán con más frecuencia en los dispositivos que especifiques en la segmentación.

[Más información acerca de la segmentación por dispositivo](#)

PRESUPUESTO CAMPAÑA DE DISPLAY

Presupuesto **total de 300€** para campaña de duración de tres meses. Hemos dividido el presupuesto general en 100€ por mes.



Presupuesto y pujas

Presupuesto

Fija un presupuesto diario medio para esta campaña

3,29 €

La cantidad máxima que puedes llegar a pagar al mes es tu presupuesto diario multiplicado por 30,4 (el promedio de días de un mes). Es posible que algunos días inviertas una cantidad inferior o superior al presupuesto diario.

[Más información](#)

Puja

[Volver a las opciones de puja anteriores](#)

Selecciona tu estrategia de puja ?

Maximiza los clics

☒ Definir un límite de puja de coste por clic máximo

Límite de puja de CPC máximo ?

0,50 €

Con la estrategia Maximizar clics, Google Ads establece automáticamente las pujas para obtener el mayor número de clics posible sin sobrepasar el presupuesto.

Un límite de puja de CPC máximo limita cada puja de coste por clic. Esto podría limitar los clics en tu anuncio.

La estrategia que selecciones aquí solo se aplicará a esta campaña.

[Más información sobre la estrategia de puja Maximizar clics](#)

[Usar una estrategia de cartera](#)

GRUPO 1: AUDIENCIAS Y DATOS DEMOGRÁFICOS

Segmentación

Personas

Segmentos de audiencia

Sugiere quién puede ver tus anuncios. Puedes crear nuevos segmentos en [Gestor de audiencias](#). ?

Editar segmentos objetivo

BúsquedaExplorar

14 seleccionadosDesr

Prueba con "vestidos de boda"

Mostrar: Recientes e ideas

Seleccionar todas (36)

Afinidad

Belleza y bienestar

Afin: otro

accesorios de moda

anillos

complementos de bisutería

pendientes

Con intención de compra: otro

Grupos demográficos

Sugiere usuarios en función de la edad, el sexo, el estado parental o los ingresos familiares ?

Editar grupos demográficos de segmentaciónHecho

Sexo

☒ Mujer

☐ Hombre

☒ Desconocido ?

Edad

☒ 18 - 24

☒ 25 - 34

☒ 35 - 44

☒ 45 - 54

☒ 55 - 64

☐ +65

☐ Desconocida ?

Estado parental

☒ Sin hijos

☒ Con hijos

☒ Desconocido ?

Ingresos familiares

☒ 10% más alto

☒ 11 - 20%

☒ 21 - 30%

☒ 31 - 40%

☒ 41 - 50%

☒ 50% más bajo

☒ Desconocido ?

Nota: La segmentación por ingresos familiares solo está disponible en algunos países. [Más información](#)

CREACIÓN DE ANUNCIO

Creación de anuncios

En curso
Anuncio adaptable de display
[Cambio](#)

Tus anuncios están listos. Es más probable que obtengan buenos resultados.

Eficacia del anuncio ?
Excelente

✓ Imágenes

✓ Vídeos

✓ Títulos

✓ Descripciones

URL final ?

Obligatorio

Nombre de empresa ?

Obligatorio 9/25

Imágenes ?
Añade un máximo de 15 imágenes [Más información](#)
Debes proporcionar al menos 1 imagen horizontal
Debes proporcionar al menos 1 imagen cuadrada



+10

[Editar](#)

Imágenes sugeridas [Seleccionar todo](#)

✓

✓

✓

✓

Vista previa

[Compartir](#)

[Vista previa de anuncio](#)

Display

Gmail

YouTube



Tus anuncios están listos. Es más probable que obtengan buenos resultados.

Eficacia del anuncio ?
Excelente

✓ Imágenes

✓ Vídeos

✓ Títulos

✓ Descripciones

[Editar](#)

Imágenes sugeridas [Seleccionar todo](#)

✓

✓

✓

✓

De tu URL

De tu URL

De tu URL

De tu URL

Logotipos ?
Añade un máximo de 5 logotipos

CREU

[Editar](#)

Videos

Opcional (los vídeos verticales y horizontales que duran aproximadamente 30 segundos funcionan mejor)

[+ Vídeos](#)

i

Algunos títulos y descripciones de este anuncio adaptable de display se han rellenado automáticamente con sugerencias de tu URL final y anuncios anteriores que han tenido un rendimiento alto.

Títulos ?
Añade hasta 5 títulos

Vista previa

[Compartir](#)

[Vista previa de anuncios](#)

Display

Gmail

YouTube



CREACIÓN DE ANUNCIO

Tus anuncios están listos. Es más probable que obtengan buenos resultados.

Eficacia del anuncio
Excelente

Imágenes

Videos

Títulos

Descripciones

Títulos

Añade hasta 5 títulos

Títulos sugeridos

Más ideas

Has introducido el número máximo de títulos.

Joyería para mujer | CREU Shop

Obligatorio30/30

Joyas y Collares plata | Mujer

30/30

Joyas Minimalistas en Plata

27/30

CREU Shop: Pendientes con Alma

30/30

Joyería que no pierde Brillo

28/30

Título largo

Joyería de Acero, Baño en Oro y Plata de Ley | Accesorios Resistentes y Elegantes Mujer

Obligatorio87/90

Descripciones

Añade un máximo de 5 descripciones

Descripciones sugeridas

Más ideas

Has escrito el número máximo de descripciones.

Compra Joyas Con Diseños Únicos, Últimas Tendencias Y Experiencias

Vista previa

Compartir

Vista previa de anuncios

Display

Gmail

YouTube

<

Joyería para mujer |
CREU Shop

Joyas de mujer para cada ocasión.
Calidad, estilo y compra online con confianza.

CerrarMás información

>

[illegible]

CONFIGURACIÓN DE LA CAMPAÑA

El siguiente problema puede influir de manera negativa en el rendimiento de tu campaña



Las señales de consentimiento de los usuarios finales son necesarias para usar las funciones de personalización de anuncios en el Espacio Económico Europeo (EEE) [Más información](#)

Revisión de la campaña

Publicar campaña

Nombre de la campaña	Campaña Display Fase 1 - CREU PENDIENTES
Tipo de campaña	Display
Objetivo específico	Compras
URL final	https://www.creushop.com/es/

Configuración de la campaña

Ubicaciones	España
Idiomas	Español y Catalán
Anuncios políticos en la UE	No incluye anuncios políticos de la UE
Dispositivos	Ordenadores y 1 más
Programación de anuncios	Todo el día
Fechas de inicio y fin	2 de marzo de 2026 - 2 de junio de 2026

PRESUPUESTO Y PUJAS

Programación de anuncios

Todo el día

Fechas de inicio y fin

2 de marzo de 2026 - 2 de junio de 2026

Presupuesto y pujas

Presupuesto

3,29 € al día

Puja

Maximiza los clics

Ad group 1

Segmentación

Audiencias

Belleza y bienestar + 24 más

Grupos demográficos

Sexo (Mujer + 1 más),Edad (18 - 24 + 4 más)

Segmentación optimizada

Activado

Anuncios

Creación de anuncios

1 anuncio adaptable de display

Publica

GRUPO 2: TEMAS Y EMPLAZAMIENTOS

Segmentación

Contenido

Palabras clave

joyas + 16 más

Temas

Sugiere páginas web, aplicaciones y vídeos relacionados con un tema concreto ?

Editar temas de orientación

Buscar por palabra, frase o URL

15 seleccionados

☐

Automóviles y vehículos

☒

Belleza y fitness

☐

Casa y jardín

☐

Ciencias

☐

Comer y beber

☐

Bebidas

☐

Cocina y recetas

☐

Comida

Compras y comercios > Ropa

Servicios de moda

Compras y comercios > Ropa

Moda sostenible

Compras y comercios > Ropa

Accesorios de moda

Belleza y fitness > Moda y estilo

Moda y pasarelas

Belleza y fitness > Moda y estilo

Diseñadores de moda y colecciones

Belleza y fitness

Moda y estilo

GRUPO DE ANUNCIO 2: CONTENIDO

Emplazamientos

Sugiere sitios web, vídeos o aplicaciones en los que quieres mostrar tus anuncios ?

Editar ubicaciones de orientación

Explorar

Introducir

Introducir varios emplazamientos

Introduce una URL de emplazamiento por línea o pega una lis...

Añadir emplazamientos

https://www.vogue.es/

Sitio web

https://www.telva.com/

Sitio web

https://www.woman.es/

Sitio web

https://www.cosmopolitan.com/es/

Sitio web

https://www.hola.com/

Emplazamientos

Sugiere sitios web, vídeos o aplicaciones en los que quieres mostrar tus anuncios ?

Editar ubicaciones de orientación

Explorar

Introducir

Introducir varios emplazamientos

Introduce una URL de emplazamiento por línea o pega una lis...

Añadir emplazamientos

Canal de YouTube

Fabiana Sevillano

Canal de YouTube

Marina Barrial

Canal de YouTube

Marta Diaz

Canal de YouTube

Lucia Correa

Canal de YouTube

Abril Cols

GRUPO DE ANUNCIO 2: CONTENIDO

Nombre de empresa ?

CREU Shop

Obligatorio 9/25

Imágenes ?

Añade un máximo de 15 imágenes [Más información](#)

Debes proporcionar al menos 1 imagen horizontal
Debes proporcionar al menos 1 imagen cuadrada

+4

[Editar](#)

Imágenes sugeridas

[Seleccionar todo](#)



[De tu URL](#) [De tu URL](#) [De tu URL](#) [De tu URL](#)

Logotipos ?

Añade un máximo de 5 logotipos



[Editar](#)

Vista previa

[Compartir](#)

[Vista previa de anun](#)

Display

Gmail

YouTube



Videos

GRUPO DE ANUNCIO 2: CONTENIDO

Descripciones ⓘ
Añade un máximo de 5 descripciones

Descripciones sugeridas [Más ideas](#)

ⓘ Has escrito el número máximo de descripciones.

Envío rápido en 48/72h. Joyas artesanales y materiales de calidad.

Obligatorio 66/90

Compra joyas artesanales con entrega en 48/72h y envío gratis desde 50 €.

73/90

Joyas hipoalergénicas en plata de ley y oro. Diseños únicos que no pierden su b

85/90

El detalle perfecto para ti o para regalar. Calidad artesanal con envío rápido en 2

86/90

Joyas hechas con mimo y materiales premium. Envío rápido 48/72h.

64/90

✓ [Opciones de formato adicionales](#)

✓ [Opciones de la URL del anuncio](#)

Más opciones ▼

Colores personalizados ⓘ

Color fondo
#ECE6DD

Ejemplo: #ffffff

Color para de...
#76726E

Ejemplo: #4285f4

☒ Muestra este anuncio en emplazamientos publicitarios nativos y de

[Cerrada](#) [Abierta](#)

Buscar en el correo

PROMOCIONES

Sponsored • CREU Shop

Pendientes y Collares | CREU



Joyas hipoalergénicas en plata de ley y oro. Diseños únicos que no pierde...

EXCLUSIONES DE TEMAS + LISTA KEYWORDS NEGATIVAS

2 Tipo: Emplazamiento,Palabra clave,... (y 1 más) Nombre de la campaña contiene Display X Añadir filtro Borrar filtros Guardar X Cerrar			
☐ Contenido ↑	Tipo	Excluida de	Nivel
☐ Economía e industria	Tema	Campaña Display Fase 1 - CREU PENDIENTES	Campaña
☐ Internet y telecomunicaciones	Tema	Campaña Display Fase 1 - CREU PENDIENTES	Campaña
☐ Ciencias	Tema	Campaña Display Fase 1 - CREU PENDIENTES	Campaña
☐ Mercado inmobiliario	Tema	Campaña Display Fase 1 - CREU PENDIENTES	Campaña
☐ Informática y electrónica	Tema	Campaña Display Fase 1 - CREU PENDIENTES	Campaña
☐ Referencia	Tema	Campaña Display Fase 1 - CREU PENDIENTES	Campaña
☐ Aficiones y tiempo libre	Tema	Campaña Display Fase 1 - CREU PENDIENTES	Campaña
☐ Animales y mascotas	Tema	Campaña Display Fase 1 - CREU PENDIENTES	Campaña
☐ Viajes y transporte	Tema	Campaña Display Fase 1 - CREU PENDIENTES	Campaña
☐ Finanzas	Tema	Campaña Display Fase 1 - CREU PENDIENTES	Campaña
☐ Empleo y educación	Tema	Campaña Display Fase 1 - CREU PENDIENTES	Campaña
☐ NEGATIVAS CAMPAÑA PENDIENTES CREU SHOP	Lista de palabras clave negativas	Campaña Display Fase 1 - CREU PENDIENTES	Campaña

EXCLUSIONES DE APPS

Exclusiones de emplazamientos

Emplazamientos excluidos de la Red de Display y YouTube

☒ Añadir exclusión de emplazamientos

☐ Usar lista de exclusión de emplazamientos

Explorar

Introducir

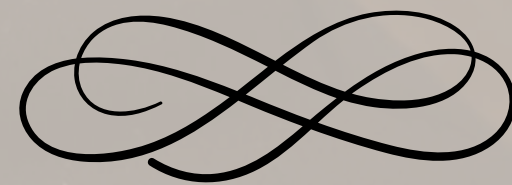
1 seleccionado

Introducir varios emplazamientos

Introduce cada URL de emplazamiento en una línea o pe...

Categorías de aplicaciones > All Apps

CAMPAÑA DE REMARKETING



PLANTEAMIENTO Y AUDIENCIAS

La campaña de remarketing se ha planteado con el objetivo de **impactar de nuevo** a usuarios que ya han tenido contacto con el ecommerce. Para ello, se han creado audiencias específicas:

- **Usuarios registrados.** Se ha creado una lista formada por usuarios que han completado el registro en la web. Se trata de un público especialmente interesante, ya que ha mostrado un interés previo por la marca y los productos, pero no necesariamente ha realizado una compra.
- **Usuarios compradores (excluidos).** Además, se ha creado una lista de usuarios que ya han realizado una compra en el ecommerce. Esta audiencia se utiliza de forma exclusiva como exclusión, con el objetivo de no mostrar anuncios de venta a personas que ya han convertido.



LISTAS DE REMARKETING

Miembros del segmento

Visitantes de páginas web

Acciones

Incluir usuarios que hayan realizado las siguientes acciones

Acción

Visita a página web durante los últimos 180 días

Esta acción debe coincidir con todos los parámetros que aparecen abajo

URL de página es igual a com/es/iniciar-sesion?create_account=1

Y

Reducir el segmento de audiencia a las personas que también hayan realizado la siguiente acción

Acción

Visita a página web durante los últimos 180 días

Esta acción debe coincidir con todos los parámetros que aparecen abajo

URL de página contiene mi-cuenta

Añadir acción (Y)

Cambiar a O

Excluir a usuarios que hayan realizado las siguientes acciones

Añadir acción

Estado de afiliación

Abierta

Nombre del segmento

Lista de exclusión clientes que hayan comprado

Tipo de cliente

Añade tipos de cliente (opcional)

El tipo de cliente te ayuda a definir grupos de clientes que puedes usar para adquirir clientes nuevos y lograr otros objetivos.

Compradores

Seleccionar tipo de cliente

Este segmento se añadirá a tu objetivo de adquisición de clientes nuevos a nivel de cuenta.

Miembros del segmento

Selecciona el tipo de visitantes a partir del que quieres crear un segmento

Visitantes de una página con etiquetas específicas

Etiquetas

Incluye usuarios que han visitado una página con cualquiera de las siguientes etiquetas

Buscar		1 seleccionado
☒	Nombre	Conversión principal Compra
☐	Compra	
☒	Conversión principal Compra	
☐	Envío de formulario para clientes potenciales	
☐	Inclusión en el carrito	

Nueva etiqueta

CREACIÓN CAMPAÑA REMARKETING - DISPLAY

¿Cuál es el objetivo de tu campaña?

Elige tu objetivo

Selecciona un objetivo para adaptar tu experiencia a los objetivos y la configuración que mejor funcionen para tu campaña



Ventas

Impulsa las ventas online, en la aplicación, por teléfono o en la tienda



Clientes potenciales

Anima a los clientes a realizar acciones para generar oportunidades de venta y otras conversiones



Tráfico al sitio web

Consigue que los usuarios adecuados visiten tu sitio web



Promoción de la aplicación

Aumenta las descargas, la implicación y el número de usuarios prerregistrados de tu aplicación



Cobertura, visualizaciones e interacciones de YouTube

Aumenta la notoriedad y la consideración de tu producto o marca

Antes se llamaba Notoriedad y consideración



Visitas y promociones de tiendas locales

Impulsa las visitas a tiendas locales, incluidos restaurantes y concesionarios



Crear una campaña sin objetivo

Elegirás una campaña a continuación



CREACIÓN CAMPAÑA REMARKETING - DISPLAY

Selecciona un tipo de campaña

Búsqueda

Usa anuncios de texto para conseguir que los usuarios realicen acciones en la Búsqueda de Google

Máximo rendimiento

Llega a los usuarios adecuados mientras navegan con anuncios en la Búsqueda de Google, YouTube, Display y más [Ver cómo funciona](#)

Generación de demanda

Aumenta la demanda y las conversiones en YouTube, la Red de Display de Google y muchos sitios más con anuncios de imagen y de video

Display

Llega a clientes potenciales de 3 millones de sitios y aplicaciones con tu creatividad

Shopping

Promociona tus productos de Merchant Center en la Búsqueda de Google con anuncios de shopping

Vídeo

Consigue que los usuarios realicen acciones en YouTube con tus anuncios de vídeo

Aplicación

Promociona tu aplicación Android o iOS en la Búsqueda de Google, Play, YouTube y sitios de partners con anuncios de aplicación

Usa estos objetivos de conversión para optimizar el rendimiento de la campaña

Revisa los objetivos de esta campaña

(i) Este cambio prevalece sobre la configuración de los objetivos de tu cuenta

Objetivos de conversión	Fuente de conversión	Acciones de conversión
Compras (valor predeterminado de la cuenta)	Sitio web	1 acción ⋮

[Añadir objetivo](#)

Configuración de la campaña

Ubicaciones

Selecciona ubicaciones para esta campaña ?

☐ Todos los países y territorios

☒ España

☐ Introducir otra ubicación

^ [Opciones de ubicación](#)

Incluir ?

☐ Presencia o interés: usuarios que se encuentran o se suelen encontrar en las ubicaciones que has incluido, o que muestran interés por ellas (recomendado)

☒ Presencia: usuarios que se encuentran o se suelen encontrar en las ubicaciones que has incluido

CREACIÓN CAMPAÑA REMARKETING - DISPLAY

Segmentación

Sugiere o define quién debería ver tus anuncios y dónde deberían aparecer, y obtén informes de rendimiento. Tendrás la opción de ajustar las pujas en las tablas de informes. [Más información](#)

Segmentos de audiencia

Selecciona los segmentos que quieras añadir o excluir de tu grupo de anuncios. Puedes crear nuevos segmentos en [Gestor de audiencias](#). ?

Editar segmentos objetivo

Hecho

Búsqueda

Explorar

1 seleccionado

← Cómo han interactuado con tu empresa

Visitantes del sitio web

Combinación personalizada

▼

Lista Registro Web CREU

⊗

Visitantes del sitio web

⬆

☐

Lista RMKT. Visitantes WEB CREU

—

☒

Lista Registro Web CREU

—

☐

Lista de exclusión clientes que hayan comprado

—

☐

Visitantes sitio web

—

Segmentos excluidos (0)

Configuración de la campaña

Ubicaciones

Selecciona ubicaciones para esta campaña ?

☐ Todos los países y territorios

☒ España

☐ Introducir otra ubicación

^ Opciones de ubicación

Incluir ?

☐ Presencia o interés: usuarios que se encuentran o se suelen encontrar en las ubicaciones que has incluido, o que muestran interés por ellas (recomendado)

☒ Presencia: usuarios que se encuentran o se suelen encontrar en las ubicaciones que has incluido

Idiomas

Selecciona los idiomas que hablan tus clientes ?

Según las ubicaciones objetivo, se recomienda añadir estos idiomas

Inglés

Añadir todos

Español

Catalán

Anuncios políticos en la UE

¿Tu campaña incluye anuncios políticos de la Unión Europea?

Obligatorio

☐ Sí, esta campaña incluye anuncios políticos de la UE

☒ No, esta campaña no incluye anuncios políticos de la UE

El reglamento de la UE exige esta pregunta

[Descubre cómo se define la UE](#)

Fechas de inicio y fin

Fecha de inicio: 2 de abril de 2026

Fecha de finalización: 2 de junio de 2026

CREACIÓN CAMPAÑA REMARKETING – DISPLAY

Segmentación

Sugiere o define quién debería ver tus anuncios y dónde deberían aparecer, y obtén informes de rendimiento. Tendrás la opción de ajustar las pujas en las tablas de informes. [Más información](#)

Segmentos de audiencia

Selecciona los segmentos que quieras añadir o excluir de tu grupo de anuncios. Puedes crear nuevos segmentos en [Gestor de audiencias](#). ?

Editar segmentos objetivo

Hecho

Búsqueda

Explorar

1 seleccionado

← Cómo han interactuado con tu empresa

Visitantes del sitio web

Combinación personalizada

▼

Lista Registro Web CREU

✕

Visitantes del sitio web

▲

☐

Lista RMKT. Visitantes WEB CREU

–

☒

Lista Registro Web CREU

–

☐

Lista de exclusión clientes que hayan comprado

–

☐

Visitantes sitio web

–

Segmentos excluidos (0)

Configuración de la campaña

Ubicaciones

Selecciona ubicaciones para esta campaña ?

☐ Todos los países y territorios

☒ España

☐ Introducir otra ubicación

^ Opciones de ubicación

Incluir ?

☐ Presencia o interés: usuarios que se encuentran o se suelen encontrar en las ubicaciones que has incluido, o que muestran interés por ellas (recomendado)

☒ Presencia: usuarios que se encuentran o se suelen encontrar en las ubicaciones que has incluido

Idiomas

Selecciona los idiomas que hablan tus clientes ?

🔍

Introduce un idioma o selecciónalo

Español ✕

Catalán ✕

Según las ubicaciones objetivo, se recomienda añadir estos idiomas:

Inglés

Añadir todos

Anuncios políticos en la UE

¿Tu campaña incluye anuncios políticos de la Unión Europea?

Obligatorio

☐ Sí, esta campaña incluye anuncios políticos de la UE

☒ No, esta campaña no incluye anuncios políticos de la UE

El reglamento de la UE exige esta pregunta

[Descubre cómo se define la UE](#)

Fechas de inicio y fin

Fecha de inicio: 2 de abril de 2026

Fecha de finalización: 2 de junio de 2026

CREACIÓN CAMPAÑA REMARKETING - DISPLAY

Campaña: Campaña Display Fase 1 - CREU PENDIENTES

Selecciona segmentos de audiencia que no deberían ver tus anuncios

Búsqueda

Explorar

Q lista

⊗

-

Cómo han interactuado con tu empresa (3)

^

☐

Visitantes del sitio web

Lista RMKT. Visitantes WEB CREU

-

☐

Visitantes del sitio web

Lista RMKT. Visitantes Web CREU

-

☒

Visitantes del sitio web

Lista de exclusión clientes que hayan comprado

-

1 seleccionado

Visitantes del sitio web

Lista de exclusión clientes que hayan comprado

⊗

Estimaciones semanales

Las estimaciones no están disponibles en este momento

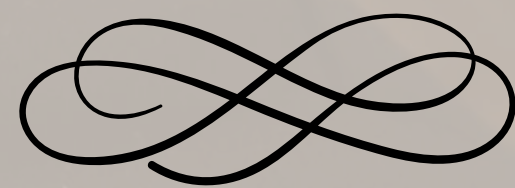
[Enviar comentarios](#)

ESTRATEGIA DE PUJA

En la campaña de remarketing se ha optado por la estrategia de puja **Maximizar conversiones** porque se trabaja con un público que **ya conoce la marca y los productos**. No son usuarios nuevos, sino personas que han visitado la web o se han registrado previamente, por lo que su probabilidad de compra es mucho mayor.

Nombre de la campaña	Campaña Remarketing CREU Display
Estado de la campaña	⏸ En pausa
Objetivos de conversión	Específico de la campaña.: Compras
Objetivo de marketing	No hay objetivos de marketing seleccionados
Ubicaciones	España (país)
Idiomas	Español y Catalán
Anuncios políticos en la UE	No incluye anuncios políticos de la UE
Puja	Maximiza las conversiones
Presupuesto	0,50 € al día

CAMPAÑA DE VÍDEO



CONFIGURACIÓN CAMPAÑA DE VÍDEO

Elige tu objetivo

Selecciona un objetivo para adaptar tu experiencia a los objetivos y la configuración que mejor funcionen para tu campaña



Ventas

Impulsa las ventas online, en la aplicación, por teléfono o en la tienda



Clientes potenciales

Anima a los clientes a realizar acciones para generar oportunidades de venta y otras conversiones



Tráfico al sitio web

Consigue que los usuarios adecuados visiten tu sitio web



Promoción de la aplicación

Aumenta las descargas, la implicación y el número de usuarios prerregistrados de tu aplicación



Notoriedad y consideración

Llega a una audiencia amplia y genera interés en tus productos o en tu marca



Visitas y promociones de tiendas locales

Impulsa las visitas a tiendas locales, incluidos restaurantes y concesionarios



Crear una campaña sin objetivo

Elegirás una campaña a continuación



CONFIGURACIÓN CAMPAÑA DE VÍDEO

Selecciona un tipo de campaña



Búsqueda

Usa anuncios de texto para conseguir que los usuarios realicen acciones en la Búsqueda de Google



Máximo rendimiento

Llega a los usuarios adecuados mientras navegan con anuncios en la Búsqueda de Google, YouTube, Display y más [Ver cómo funciona](#)



Generación de demanda

Aumenta la demanda y las conversiones en YouTube, la Red de Display de Google y muchos sitios más con anuncios de imagen y de vídeo



Display

Llega a clientes potenciales de 3 millones de sitios y aplicaciones con tu creatividad



Shopping

Promociona tus productos de Merchant Center en la Búsqueda de Google con anuncios de shopping



Video

Consigue que los usuarios realicen acciones en YouTube con tus [anuncios de vídeo](#)



Aplicación

Promociona tu aplicación Android o iOS en la Búsqueda de Google, Play, YouTube y sitios de partners con anuncios de aplicación

CONFIGURACIÓN CAMPAÑA DE VÍDEO

Seleccionar un subtipo de campaña

☐ Visualizaciones de vídeo

Consigue visualizaciones e interacciones de TrueView de los usuarios que tienen mayor probabilidad de tener en cuenta tus productos o tu marca. Solo pagarás cuando un usuario decida ver tu anuncio. Tus anuncios se pueden mostrar como anuncios in-stream saltables, in-feed y de Shorts.

[Más información](#)

Cobertura de vídeo

☒ Cobertura eficiente

Maximiza la cobertura sin salirte de tu presupuesto con anuncios bumper, in-stream saltables, in-feed y de Shorts. [Más información](#)

☐ Cobertura no saltable

Llegar a los usuarios con anuncios in-stream (bumpers, no saltables estándar y no saltables de 30 segundos). [Más información](#)

☐ Frecuencia objetivo

Llega a las mismas personas varias veces con anuncios bumper, in-stream saltables, in-stream no saltables, in-feed o de Shorts. [Más información](#)

CONFIGURACIÓN CAMPAÑA DE VÍDEO

Nombre de la campaña



Campaña video CREU

18/256

Formatos de anuncio



Consigue hasta un 50% más de cobertura de usuarios únicos usando todos los formatos disponibles

☒ Anuncios in-stream (bumper, saltables) 

☒ Anuncios in-feed 

☐ Anuncios de Shorts 

CONFIGURACIÓN CAMPAÑA DE VÍDEO

Introduce el tipo de presupuesto y el importe

Total de la campaña ▼

180 €

Fecha de inicio

2 mar 2026 ▼

Fecha de finalización

Finaliza dentro de



2 semanas ▼



2 jun 2026 ▼



Asignar una cantidad total de **10,00 €** a una campaña es similar a tener un presupuesto diario de **0,11 €** durante **93 días**.

CONFIGURACIÓN CAMPAÑA DE VÍDEO

Redes

YouTube y Google

☒ YouTube

Los anuncios pueden aparecer en vídeos y canales de YouTube, así como en Inicio de YouTube y en los resultados de búsqueda de la plataforma

☐ Google TV ?

Los anuncios pueden aparecer en aplicaciones de streaming de vídeo disponibles en Google TV. La red de Google TV solo está disponible en las campañas que se publican en Estados Unidos. [Más información](#)

Google Partners

☐ Partners de vídeo en la Red de Display de Google ?

Los partners de vídeo amplían la cobertura de los anuncios de vídeo a una serie de sitios y aplicaciones de la Red de Display de Google. [Más información](#)

CONFIGURACIÓN CAMPAÑA DE VÍDEO

Ubicaciones

Selecciona ubicaciones para esta campaña ?

☐ Todos los países y territorios

☒ España

☐ Introducir otra ubicación

Idiomas

Selecciona los idiomas que hablan tus clientes ?

Q

esp

Español

X

CONFIGURACIÓN CAMPAÑA DE VÍDEO

^ Configuración adicional

Dispositivos

- ☐ Mostrar en todos los dispositivos aptos (ordenadores, móviles, tablets y pantallas de TV)
- ☒ Definir una segmentación específica por dispositivo
 - ☒ Ordenadores
 - ☒ Teléfonos móviles
 - ☐ Tablets
 - ☐ Pantallas de TV

CONFIGURACIÓN CAMPAÑA DE VÍDEO

Limitación de frecuencia

Limita las veces que se pueden mostrar los anuncios de este grupo de campañas al mismo usuario [?]



Límite de frecuencia de impresiones [?]

Limita las veces que se pueden mostrar los anuncios de este grupo de campañas al mismo usuario

Límite de impresiones

3

Frecuencia

al día



[Añadir límite de impresiones](#)



Límite de frecuencia de visualizaciones [?]

Limita las veces que un mismo usuario puede ver o interactuar con los anuncios de esta campaña

Límite de visualizaciones

2

Frecuencia

al día



CONFIGURACIÓN CAMPAÑA DE VÍDEO

GRUPO 1: AUDIENCIAS

×

Nueva audiencia

Nombre de la audiencia

Audiencia CREU

Obligatorio

Incluir a los usuarios que **coincidan con alguno** de los siguientes criterios

Grupos demográficos

Usuarios con los siguientes datos demográficos ?

Sexo

☒ Mujer

☐ Hombre

☒ Desconocido ?

Edad

18 ▾

a

54 ▾

☒ Desconocida ?

▽ Grupos demográficos adicionales

CONFIGURACIÓN CAMPAÑA DE VÍDEO

GRUPO 1: AUDIENCIAS

Audiencia

Con las audiencias puedes llegar a los usuarios en función de quiénes son, cuáles son sus intereses y hábitos, qué buscan o cómo han interactuado con tu empresa u organización.

Añadir audienc

Audiencia CREU

 Mujer y 1 más, 18 - 24 y 4 más

☰ Moda, Ropa, y 21 más

Apta

Impresiones semanales disponibles

CONFIGURACIÓN CAMPAÑA DE VÍDEO

GRUPO 1: AUDIENCIAS

Tu video de YouTube

Añade hasta 5 vídeos. Mejora el rendimiento de tu campaña con vídeos que tengan distintos tipos de orientación. [Consulta sugerencias de vídeos.](#)



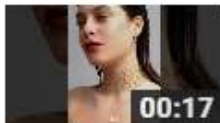
00:17

Evolution | CREU

de CREU Jewelry • 3.509 visualizaciones

Evolution, una campaña que te invita a c...

✕



00:17

Evolution | Valentina

de CREU Jewel... • 118.753 visualizaciones

Para Valentina, la evolución es vivir cons...

✕

?

Añade un vídeo horizontal. Usar vídeos verticales y horizontales puede mejorar el rendimiento de los anuncios.

🔍

Busca un vídeo o pega la URL de YouTube

https://

URL final

www.creushop.com/es/?gad_source=1&gad_c?

URL visible

creushop.com /

joyas

/

creu

5/15

4/15

☐ Llamada a la acción

Título largo

Descubre CREU | Joyería minimalista en plata y acero diseñada p?

84/90

Descripción

Joyas de plata resistentes al agua e hipoalergénicas. ¡Lúcelas siem

71/90

youtube

Todos los formatos

<

>

▶

📱

💻

▶

Ejemplo de tu anuncio in-stream saltable en YouTube en un smartpho

Ir al sitio del anunciante



Saltar anuncio ▶

00:17

CONFIGURACIÓN CAMPAÑA DE VÍDEO

GRUPO 1: AUDIENCIAS

Tu video de YouTube

Añade hasta 5 vídeos. Mejora el rendimiento de tu campaña con vídeos que tengan distintos tipos de orientación. [Consulta sugerencias de vídeos.](#)



Evolution | CREU
de CREU Jewelry • 3.509 visualizaciones
Evolution, una campaña que te invita a c...



Evolution | Valentina
de CREU Jewel... • 118.753 visualizaciones
Para Valentina, la evolución es vivir cons...

 Añade un vídeo horizontal. Usar vídeos verticales y horizontales puede mejorar el rendimiento de los anuncios.

 Busca un vídeo o pega la URL de YouTube

URL final

https://

www.creushop.com/es/?gad_source=1&gad_c?

URL visible

creushop.com /

joyas

 /

creu

youtube

Todos los formatos

< > ▶

 Ejemplo de tu anuncio in-stream saltable en YouTube en un smartpho



Ir al sitio del anunciante

Saltar anuncio ▶

00:17

URL final

https://

www.creushop.com/es/?gad_source=1&gad_c?

URL visible

creushop.com /

joyas

 /

creu

☐ Llamada a la acción

Título largo

Descubre CREU | Joyería minimalista en plata y acero diseñada p?

84/90

Descripción

Joyas de plata resistentes al agua e hipoalergénicas. ¡Lúcelas siem

71/90

CONFIGURACIÓN CAMPAÑA DE VÍDEO

GRUPO 2: CONTENIDO

Contenido: dónde quieres que se muestren tus anuncios

Tus anuncios pueden mostrarse en contenido que coincida con cualquiera de los siguientes criterios [?](#)

Palabras clave

Elige términos relacionados con tus productos o servicios para orientar tus anuncios a contenido relevante [?](#)

tendencias joyeria 2026
joyas minimalistas plata
accesorios de moda mujer
ideas looks con pendientes
mejores marcas joyas españa
pendientes de plata de ley
joyas de acero inoxidable mujer
comprar pendientes online
joyas para regalar mujer
pendientes hipoalergenicos plata

Ideas para palabras clave

 Introduce un sitio web relacionado

 Introduce tu producto o servicio

CONFIGURACIÓN CAMPAÑA DE VÍDEO

GRUPO 2: CONTENIDO

Temas

Selecciona temas para mostrar anuncios en contenido sobre materias concretas. ?

Selección: 5

Borrar todo

Compras y comercios > Ropa

Accesorios de moda

Compras y comercios > Ropa

Moda sostenible

Belleza y fitness

Moda y estilo

Belleza y fitness > Moda y estilo

Moda y pasarelas

Belleza y fitness

CONFIGURACIÓN CAMPAÑA DE VÍDEO

GRUPO 2: CONTENIDO

Emplazamientos

Selecciona tu segmentación por emplazamiento

Según tu configuración de red, puede que no se muestren tus anuncios en todos los emplazamientos seleccionados. Para incluir todos tus emplazamientos, selecciona Partners de vídeo en la Red de Display.

Explorar

Introducir

https://www.youtube.com/@dulceida

Canales de YouTube

Dulceida

300 videos • 2,1 M suscriptores

Canal de YouTube Dulceida

Canal de YouTube Maria Pombo

Borrar todo

CONFIGURACIÓN CAMPAÑA DE VÍDEO

GRUPO 2: CONTENIDO

Define una puja para este grupo de anuncios

Puja

Puja de CPM objetivo

2,50 €

CREU

¡MUCHAS
GRACIAS!

ANABEL MAYORGA BORNES

