

| | Plan Inicial | Plan Estándar | Plan Avanzado |
|---|--------------|---------------|---------------|
| Creación de: | | | |
| 1 Cuenta en Google Ads | ✓ | ✓ | ✓ |
| 2 Campañas (En relación al presupuesto invertido) | 1 a 3 | 1 a 6 | 1 a 15 |
| 3 Grupos de anuncios (En relación a las campañas creadas) | 1 a 9 | 3 a 15 | 3 a 36 o más |
| 4 Palabras clave (Con una investigación, análisis y pronóstico previo) | ✓ | ✓ | ✓ |
| 5 Anuncios | ✓ | ✓ | ✓ |
| 6 Extensiones de anuncios | ✓ | ✓ | ✓ |
| Configuración de: | | | |
| 1 Presupuestos (En relación al CPC y volúmenes de búsqueda) | ✓ | ✓ | ✓ |
| 2 Segmentación o públicos | ✓ | ✓ | ✓ |
| 3 Costo por clic máximo y promedio | ✓ | ✓ | ✓ |
| 4 Conversiones de leads (Google Tag Manager) | ✓ | ✓ | ✓ |
| Formularios | ✓ | ✓ | ✓ |
| Llamadas | ✓ | ✓ | ✓ |
| Whatsapp | ✓ | ✓ | ✓ |
| Chat bot / Live Chat | ✓ | ✓ | ✓ |
| Compras | ✓ | ✓ | ✓ |
| Descargas | ✓ | ✓ | ✓ |
| Clics | ✓ | ✓ | ✓ |
| Importadas desde Google Analytics | ✓ | ✓ | ✓ |
| 5 Integración con Google Analytics | ✓ | ✓ | ✓ |
| 6 Integración con Google Data Studio | ✓ | ✓ | ✓ |
| Optimización y Mantenimiento: | | | |
| 1 Revisión y mantenimiento de palabras clave | ✓ | ✓ | ✓ |
| 2 Revisión y mantenimiento de anuncios | ✓ | ✓ | ✓ |
| 3 Monitoreo constante del presupuesto diario y mensual | ✓ | ✓ | ✓ |
| 4 Adición de nuevas palabras clave | ✓ | ✓ | ✓ |
| 5 Adición de nuevos anuncios | ✓ | ✓ | ✓ |
| 6 Adición de nuevas extensiones de anuncios | ✓ | ✓ | ✓ |
| 7 Adición de nuevas conversiones | ✓ | ✓ | ✓ |
| 8 Adición de públicos y segmentaciones | ✓ | ✓ | ✓ |
| 9 Adición de palabras clave en negativo | ✓ | ✓ | ✓ |
| 10 Análisis de los términos de búsqueda | ✓ | ✓ | ✓ |
| 11 Reporte mensual por escrito y enviado al cliente | ✓ | ✓ | ✓ |
| 12 Juntas por teléfono o videollamada | Trimestral | Mensual | Semanal |
| 13 Aumentos y disminuciones de la oferta en keywords, anuncios, públicos, dispositivos, ubicaciones, grupos de anuncios, campañas, etc. | ✓ | ✓ | ✓ |
| 14 Monitoreo de la posición promedio de impresiones en Google y la estrategia a tomar | ✓ | ✓ | ✓ |
| 15 Monitoreo de la competencia en cuanto a su posición y a su oferta en anuncios | ✓ | ✓ | ✓ |
| 16 Seguimiento de las recomendaciones de Google | ✓ | ✓ | ✓ |
| 17 Análisis y recomendaciones de las páginas de destino en favor de las campañas | ✓ | ✓ | ✓ |

