

En este Glosario encontrarás todas las definiciones necesarias para entender el mundo del ppc dentro de amazon.

Términos:

Gasto: Cantidad de dinero invertido en una campaña publicitaria dentro de Amazon, ya sea Automática o Manual.

ACOS: Porcentaje de ventas atribuidas invertido en publicidad en un plazo determinado de días de clics en tus anuncios. Esto se calcula dividiendo la inversión total entre las ventas atribuidas por publicidad.

ROAS: Relación entre los Ingresos percibidos de tu inversión publicitaria y la inversión realizada para conseguirlos. Estos ingresos se calculan dividiendo las ventas atribuidas a tus anuncios entre tu inversión para dicha campaña. La atribución varía según el tipo de campaña.

IMPRESIONES: Representa el total de veces que Amazon ha enseñado nuestro anuncio a los clientes dentro de su plataforma una vez hacen uso de distintos términos de Búsqueda.

CLICKS: Representa el número de veces que un cliente ha hecho click en tu anuncio y ha entrado a ver el contenido del mismo, lo cual no significa que se convierta en una venta.
Nota: Una vez identificados, podemos tardar hasta 3 días en eliminar clics no válidos.

PORCENTAJE DE CONVERSIÓN: Representa la relación entre el número total de Clicks y el total de personas que han comprado un producto. **Nota:** El % de conversión en Amazon es bastante mayor a cualquier tipo de negocio fuera de la plataforma, esto es debido a que los clientes que entran dentro de la misma, ya están dispuestos a comprar.

CPC: Relación entre el total de clicks de una campaña y el dinero invertido para conseguir esa cantidad de visualizaciones. Representa la cantidad de dinero que hemos invertido para que un único cliente entre dentro de nuestro anuncio (comprando o no)

CTR : Representa el ratio de frecuencia con que los compradores hacen clic en el anuncio de tu producto cuando aparece. Esto se calcula en base a los clics divididos por las impresiones.

VENTAS: Valor total de los productos vendidos a clientes durante el periodo de tiempo especificado para un tipo de campaña debido a los clics en tus anuncios.

PEDIDOS: Pedidos se refiere al número de pedidos de Amazon de los compradores enviados después de hacer clic en tus anuncios.

PUJA: Cantidad de dinero que hay que pagar para que tu anuncio sea visible en Amazon para una palabra en concreto. Las pujas dependen de la competitividad del nicho de mercado en el que estemos trabajando, cuanto mayor competencia, mayor será nuestra puja.

PUJA RECOMENDADA : La puja recomendada es la puja que recomienda Amazon en función de los datos que recopila de todas las pujas para esa palabra clave

INTERVALO DE PUJAS: Amazon proporciona un intervalo de pujas en el que muestra la puja mínima y máxima para esa palabra clave. Es muy útil para saber que puja debes poner tu y poder aparecer en las primeras posiciones.

SEGMENTACIÓN: Definimos segmentación como la palabra clave o ASIN por el que quieres posicionar. En las campañas manuales la segmentación es en función de las palabras clave/ ASIN que elijas tú. En cambio en las campañas automáticas hay 4 segmentaciones establecidas proporcionadas por Amazon.

COINCIDENCIA LEJANA: Amazon muestra tu anuncio para términos de búsqueda ligeramente parecidos a los tuyos.

COINCIDENCIA CERCANA : Amazon muestra tu anuncio para términos de búsqueda que tienen un parecido alto con tu producto.

PRODUCTO SUSTITUTIVO : Amazon muestra tu anuncio para productos que puedan sustituir al tuyo. Muy útil para descubrir nuevos competidores.

PRODUCTO COMPLEMENTARIOS: Amazon muestra tu anuncio en productos que complementan al tuyo. Muy útil para descubrir nuevos productos que lanzar bajo tu marca.

SEGMENTACIÓN NEGATIVA: Método utilizado para segmentar distintas palabras o ASINs que no son relevantes para nuestro producto y que están gastando una parte importante del presupuesto diario de una campaña sin convertir alguna venta. Normalmente se suele utilizar cuando pasado 3-4 semanas ese término de búsqueda ha generado una cantidad importante de clicks (gasto) y no ha convertido ninguna venta, produciendo así un ACOS bastante elevado.

TÉRMINO DE BÚSQUEDA: Es la palabra clave o ASIN por el que se ha mostrado el anuncio en Amazon, en ocasiones coincide con el la palabra clave/ASIN segmentado, pero en ocasiones no.

KEYWORD/ PALABRA CLAVE: Palabra o palabras por el que el cliente busca el producto.

PRESUPUESTO: Cantidad de dinero necesario para poder mantener nuestras campañas publicitarias durante un periodo determinado de tiempo. El presupuesto se marcará según la bid de los distintos términos de búsqueda por los que vayamos a pujar.

GRUPO DE ANUNCIOS : Representa uno o varios anuncios con un conjunto de objetivos en común y una puja máxima predeterminada. Cuando tenemos productos similares, se recomienda usar este tipo de grupos de anuncios para obtener mejores resultados. Además, así podrás tener los distintos anuncios para cada producto agrupados en una campaña.

CARTERA DE ANUNCIOS: Las carteras son un grupo de campañas que puedes organizar para mejorar tu gestión del ppc. Puedes crear carteras por marca, categoría de producto o temporada además de crear presupuestos o límites de gasto mensual.

REPORTE: Herramienta que nos ayuda a analizar la campaña y poder optimizarla en el futuro. En este reporte se mostrarán todos los datos necesarios para poder tomar decisiones que afecten al rendimiento de nuestras campañas.