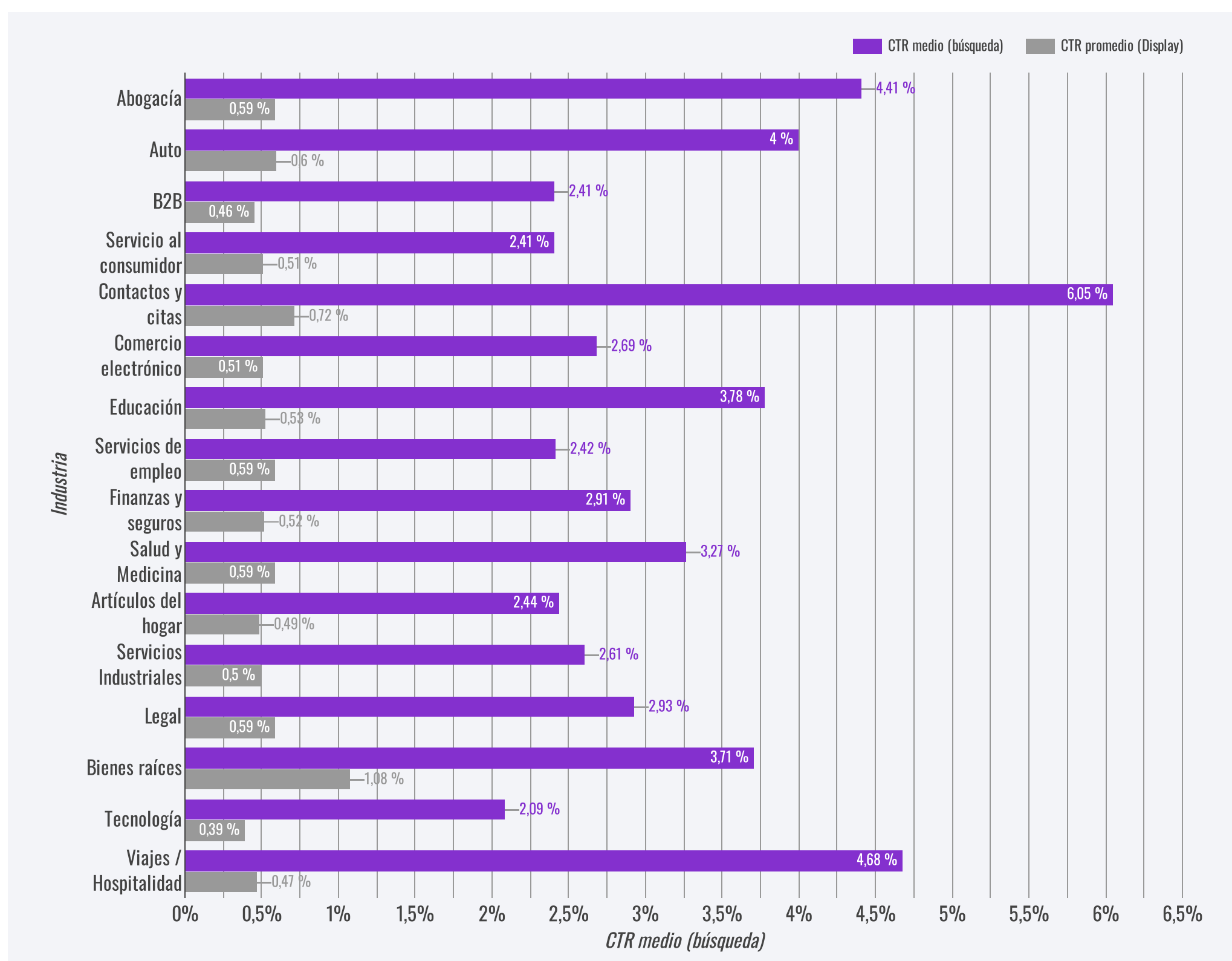


Tasa de clics promedio en Google Ads por industria



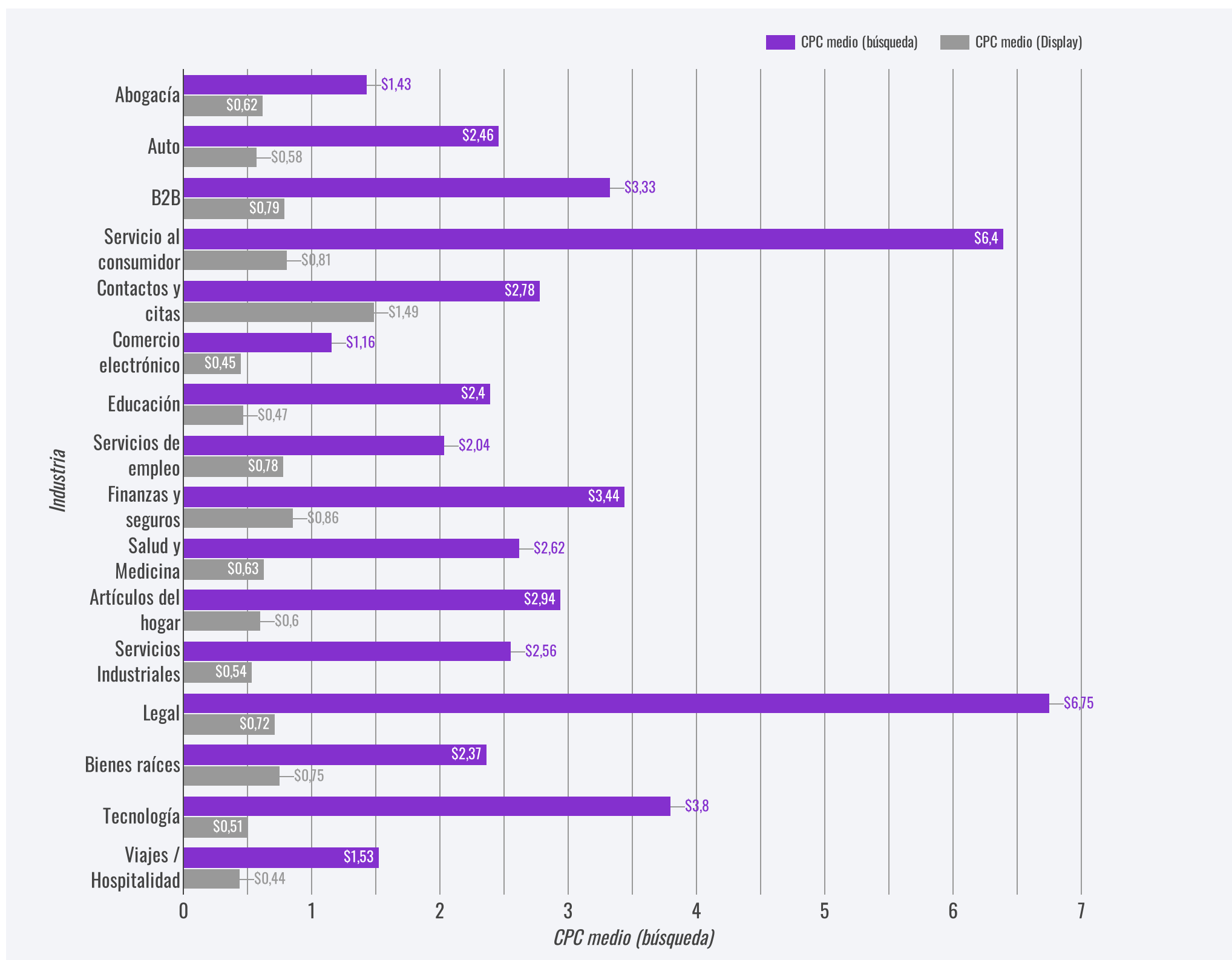
Los servicios personales y de citas realmente hacen clic con PPC, ¡con un CTR de búsqueda promedio del 6%! Sin duda, es fácil escribir un texto publicitario poderoso y emocional cuando tus prospectos buscan el amor. Otras industrias con un alto CTR de búsqueda incluyen promoción, automóviles y viajes.

Cuando recopilamos estos datos por primera vez en 2015, los servicios legales podían tener dificultades para llamar la atención sobre el SERP (con un CTR promedio relativamente bajo de 1.35%), en gran parte debido a las restricciones publicitarias impuestas tanto por Google como por organizaciones gubernamentales. ¡Los anunciantes legales han mejorado sus estadísticas en los últimos años!

Industria	CTR medio (búsqueda)	CTR promedio (Display)
1. Contactos y citas	0,06	0,72 %
2. Viajes / Hospitalidad	0,05	0,47 %
3. Abogacía	0,04	0,59 %
4. Auto	0,04	0,60 %
5. Educación	0,04	0,53 %
6. Bienes raíces	0,04	1,08 %
7. Salud y Medicina	0,03	0,59 %
8. Legal	0,03	0,59 %
9. Finanzas y seguros	0,03	0,52 %
10. Comercio electrónico	0,03	0,51 %
11. Servicios Industriales	0,03	0,50 %
12. Artículos del hogar	0,02	0,49 %
13. Servicios de empleo	0,02	0,59 %
14. B2B	0,02	0,46 %
15. Servicio al consumidor	0,02	0,51 %
16. Tecnología	0,02	0,39 %

A partir de 2019, las industrias con las tasas de clics promedio más bajas incluyen Tecnología, B2B y Servicios al consumidor. La tasa de clics promedio en AdWords en todas las industrias es del 3,17% para la búsqueda y del 0,46% para la visualización.

Coste medio por clic en Google Ads por sector



No sorprende que los servicios legales tengan algunos de los CPC más altos entre todos los anuncios de Google en la red de búsqueda. Tanto "Abogado" como "Abogado" figuran entre las 10 palabras clave más caras en Google y en Bing . Los CPC promedio en la industria legal son más de \$ 6. Los servicios al consumidor no se quedan atrás, con un CPC promedio de \$ 6.40.

Los grupos de defensa y sin fines de lucro tienen la suerte de tener un costo por clic de menos de \$ 2, probablemente como resultado de la oferta de CPC máximo de \$ 2 que los anunciantes de Google Grant deben establecer en todas sus palabras clave .

La mayoría de las industrias tienen CPC bastante económicos en la Red de Display de Google. La única industria con costos por clic superiores a 1 dólar en la Red de Display es el de Citas y contactos.

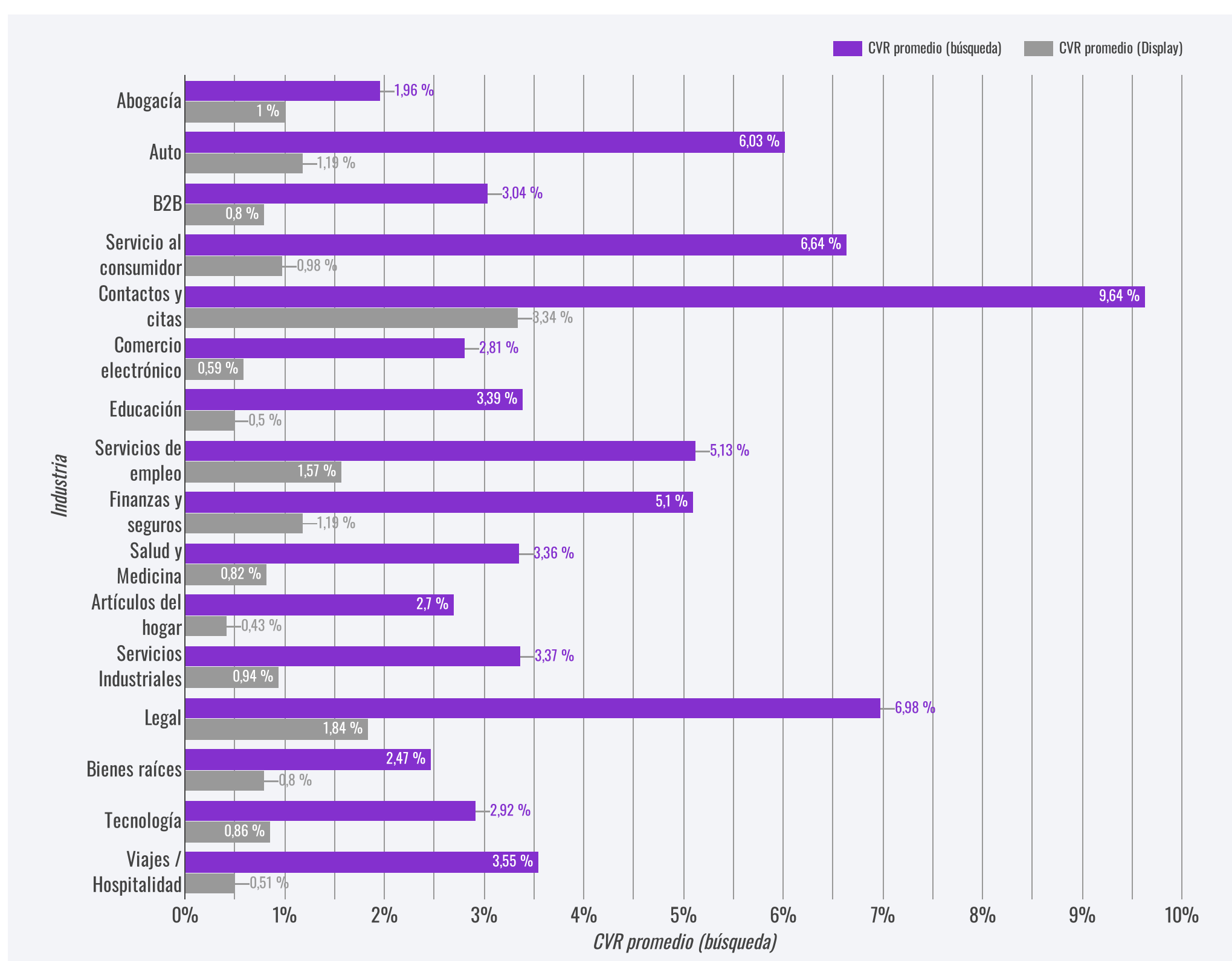
	Industria	CPC medio (búsqueda) ▾	CPC medio (Display)
1.	Legal	\$6,75	\$0,72
2.	Servicio al consumidor	\$6,4	\$0,81
3.	Tecnología	\$3,8	\$0,51
4.	Finanzas y seguros	\$3,44	\$0,86
5.	B2B	\$3,33	\$0,79
6.	Artículos del hogar	\$2,94	\$0,60
7.	Contactos y citas	\$2,78	\$1,49
8.	Salud y Medicina	\$2,62	\$0,63
9.	Servicios Industriales	\$2,56	\$0,54
10.	Auto	\$2,46	\$0,58
11.	Educación	\$2,4	\$0,47
12.	Bienes raíces	\$2,37	\$0,75
13.	Servicios de empleo	\$2,04	\$0,78
14.	Viajes / Hospitalidad	\$1,53	\$0,44
15.	Abogacía	\$1,43	\$0,62

1 - 16 / 16 < >

El costo promedio por clic en AdWords en todas las industrias es de \$ 2.69 para búsqueda y \$ 0.63 para display.

La noticia aquí también es buena: estos costos promedio han aumentado muy poco con respecto a las cifras que encontramos hace un par de años (cuando los promedios eran \$ 2.32 y \$ 0.58 respectivamente).

Tasas de conversión promedio en Google Ads por industria



Hace un par de años, las industrias de finanzas y seguros lideraban el grupo en lo que respecta a las tasas de conversión.

Sin embargo, nuestros datos recientemente actualizados muestran que la industria de las citas y personales está muy por delante ahora, ¡con tasas de conversión de búsqueda en promedio superiores al 9%! Otros destacados incluyen las industrias legales, servicios al consumidor y automóviles.

En muchos de estos casos, los mejores anunciantes que generan conversiones no temen cambiar su oferta o su flujo de conversión para aumentar sus tasas de conversión. O pueden estar aprovechando tácticas que impulsan la conversión, como las páginas de destino de videos.

Es posible que los clientes de comercio electrónico no tengan muchas opciones para cambiar su oferta y, en consecuencia, sufran una de las tasas de conversión promedio más bajas tanto en la búsqueda como en la visualización. Para empezar, a menudo tienen inventarios gigantes, lo que evita hacer ajustes en el texto del anuncio en todas las palabras clave de comercio electrónico.

Si bien eliminar las barreras a la compra siempre será una herramienta CRO importante para ayudar a los clientes de comercio electrónico, los anunciantes de AdWords deben enfocarse en mejorar el rendimiento de sus palabras clave con alta intención comercial para obtener el máximo provecho de sus campañas de búsqueda.

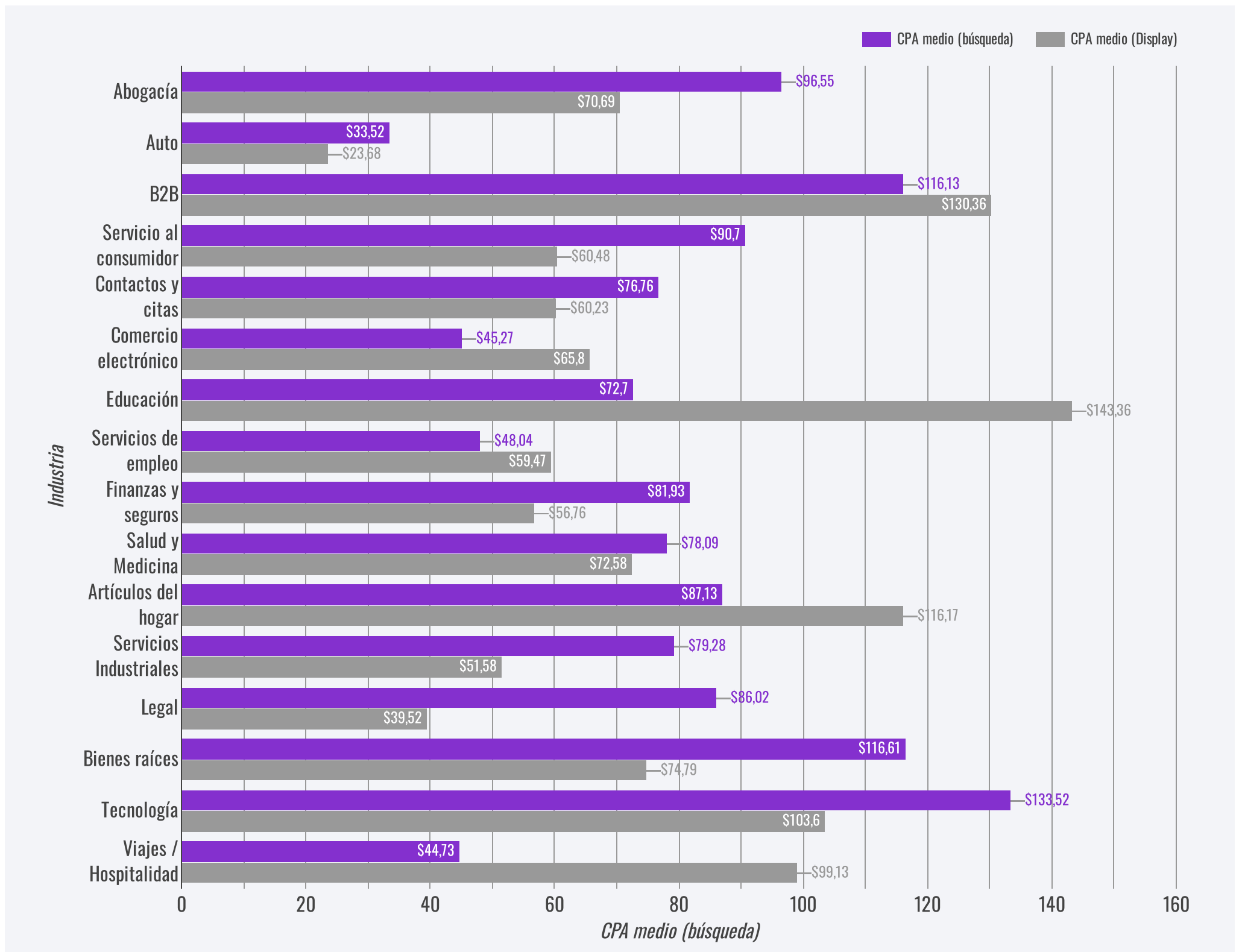
Industria	CVR promedio (búsqueda)	CVR promedio (Display)
1. Contactos y citas	0,1	3,34 %
2. Legal	0,07	1,84 %
3. Servicio al consumidor	0,07	0,98 %
4. Auto	0,06	1,19 %
5. Servicios de empleo	0,05	1,57 %
6. Finanzas y seguros	0,05	1,19 %
7. Viajes / Hospitalidad	0,04	0,51 %
8. Educación	0,03	0,50 %
9. Servicios Industriales	0,03	0,94 %
10. Salud y Medicina	0,03	0,82 %
11. B2B	0,03	0,80 %
12. Tecnología	0,03	0,86 %
13. Comercio electrónico	0,03	0,59 %
14. Artículos del hogar	0,03	0,43 %
15. Bienes raíces	0,02	0,80 %
16. Abogacía	0,02	1,00 %

1 - 16 / 16 < >

La tasa de conversión promedio en AdWords en todas las industrias es del 3.75% para búsqueda y 0.77% para display.

Desde la última vez que recopilamos estos datos, las tasas de conversión de búsqueda han aumentado levemente, pero las tasas de conversión de la Red de Display han disminuido levemente, quizás una señal de que los anunciantes de la Red de Display deben prestar más atención a las ubicaciones y la optimización de la audiencia

Coste por acción medio en Google Ads por sector



Los CPA han cambiado bastante en los últimos años. El costo por acción más bajo en todas las industrias ahora es el de automóviles, con solo \$ 33 por acción. Las empresas B2B, inmobiliarias y tecnológicas, por otro lado, enfrentan costos promedio por acción de más de \$ 100.

En general, esperamos que los costos de la publicidad aumenten con el tiempo, pero el CPA promedio en la red de búsqueda es más bajo ahora que hace un par de años. Sin embargo, los CPA de la Red de Display han subido un poco

	Industria	CPA medio (búsqueda)	CPA medio (Display)
1.	Abogacía	\$96,55	\$70,69
2.	Auto	\$33,52	\$23,68
3.	B2B	\$116,13	\$130,36
4.	Servicio al consumidor	\$90,7	\$60,48
5.	Contactos y citas	\$76,76	\$60,23
6.	Comercio electrónico	\$45,27	\$65,80
7.	Educación	\$72,7	\$143,36
8.	Servicios de empleo	\$48,04	\$59,47
9.	Finanzas y seguros	\$81,93	\$56,76
10.	Salud y Medicina	\$78,09	\$72,58
11.	Artículos del hogar	\$87,13	\$116,17
12.	Servicios Industriales	\$79,28	\$51,58
13.	Legal	\$86,02	\$39,52
14.	Bienes raíces	\$116,61	\$74,79
15.	Tecnología	\$133,52	\$103,60
16.	Viajes / Hospitalidad	\$44,73	\$99,13

El CPA promedio en AdWords en todas las industrias es de \$ 48,96 para búsqueda y \$ 75,51 para display.