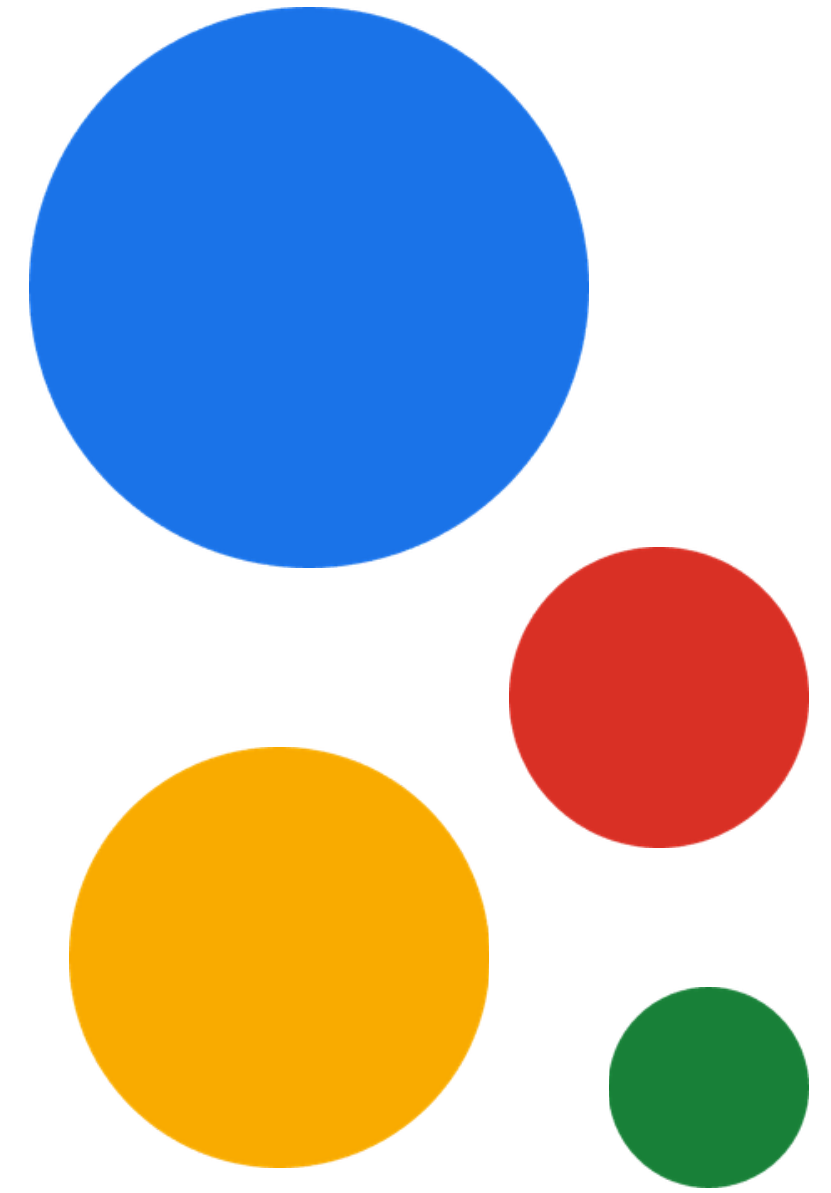


WEBINAR · 8 DE OCTUBRE · 11:00 AM

¿Está tu Google Ads listo para vender más esta temporada alta?

Prepárate para Buen Fin, Black Friday y Navidad





QUIÉN TE ACOMPAÑA HOY

Lety Zerón

Especialista en Google Ads · Convierte Leads

Llevo más de 10 años ayudando a empresas a vender con Google Ads. Me especializo en **Search y Display**, gestiono cuentas de \$5,500 a \$500,000 al mes y desarrollé una calculadora propia para estimar resultados antes de invertir. No soy todóloga: me enfoco en lo que sé hacer bien, **y lo hago bien a la primera.**

+10 años
con Google Ads

\$5.5k–\$500k
presupuestos mensuales

Partner
agencia Google Partner

La temporada alta no se gana el día de la promoción.

Se gana preparándose desde antes.

Cuéntanos: ¿qué vendes y del 1 al 5, qué tanto confías hoy en los resultados de tu Google Ads?

1

Nada

2

Poco

3

Regular

4

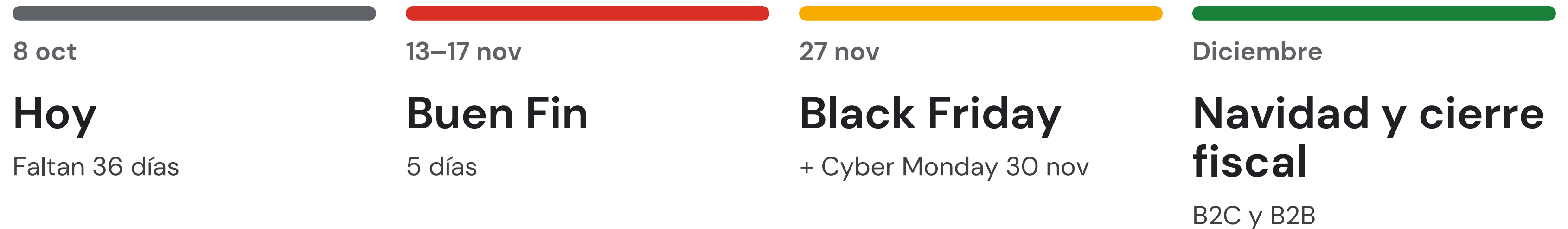
Bastante

5

Totalmente

 Escribe en el chat: «Vendo ___ · mi número es ___»

Se acerca la ventana comercial más importante del año



Fuente: El Buen Fin 2026, fechas oficiales.



¿Cuánto crecieron las ventas en línea en Buen Fin 2025?

A +5%

B +15%

C +31%

D +50%

 Vota en el chat con la letra

Buen Fin 2025: la demanda existe y crece

+31%

crecieron las ventas en línea (\$45.9 mil mdp)

27%

compró en línea por primera vez

+900 mil

anuncios digitales compitiendo

QUÉDATE HASTA EL FINAL

Auditoría gratuita de 30 minutos de tu Google Ads

Beneficio exclusivo para asistentes.

Tu cliente ya está buscando, hoy

44%

investiga con más de 1 mes de anticipación

78%

de los procesos de compra pasan por Google

97%

está abierto a cambiar de marca

Fuentes: Ipsos vía Google, n=1,000 MX, 2025; Google/Ipsos, Role of Search, 2025.



¿Quién gana en Buen Fin?



Crecen: viajes, Mobiliario, regalos, Automotriz remodelación y reparación del hogar, nicho industrial, .
En B2B: la ventana es el cierre fiscal

Fuentes: Asociación de Internet MX y Offerwise, Buen Fin 2025 (% de compradores); Concanaco-Servytur, 2025.



¿Qué promoción crees que prefiere más la gente en Buen Fin?

A Descuento directo

B Meses sin intereses

C Envío gratis

D Regalo o más producto

 Vota en el chat. Bonus: ¿cuál vas a ofrecer tú?

Lo que espera tu cliente

69%

prefiere el descuento directo

51%

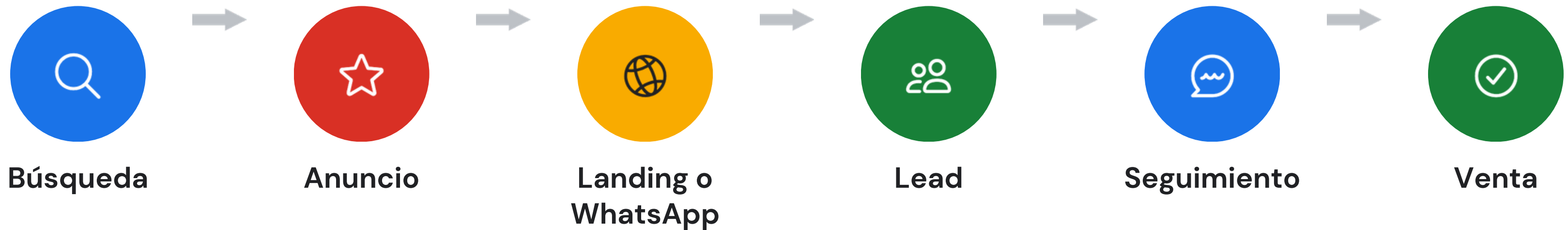
prefiere meses sin intereses

#1

promoción más esperada: envío gratis

Ojo: 64% cree que los precios se inflan antes del evento. Muestra el precio antes y después.

Google Ads te pone frente a quien ya está buscando



DÓNDE RINDE MÁS TU PRESUPUESTO

Nos enfocamos en Search y Display

CAPTURA LA INTENCIÓN

Search

Apareces justo cuando te buscan: «refrigerador buen fin», «proveedor de empaque».

- ✓ Palabras clave de temporada
- ✓ Anuncios con tu oferta, precio y MSI
- ✓ Medición hasta la venta

RECUERDA Y RECUPERA

Display

Vuelves a aparecer frente a quien ya te visitó y todavía no compra.

- ✓ Remarketing a visitantes de tu sitio
- ✓ Banners con tu promoción
- ✓ Listas de tus clientes

5 fugas de dinero que debes revisar antes de invertir más

1

Conversiones mal configuradas

2

Puja que no coincide con tu objetivo

3

Segmentación geográfica demasiado amplia

4

No saber dónde aparecen tus anuncios

5

Optimizar por cantidad de leads, no por ventas

+

Mandar todo el tráfico a la página de inicio

De las 6 fugas que acabamos de ver, ¿cuántas podrían estar pasando en tu cuenta?

0

1

2

3

4

5

6

 Escribe un número del 0 al 6 y cuál te preocupa más

“No sé si esto está pasando en mis campañas.”

Eso revisamos en la auditoría gratuita de 30 minutos.

Las 5 piezas de una temporada rentable



Antes, durante y después

Antes

- ✓ Mide bien las conversiones
- ✓ Enciende campañas nuevas 15–20 días antes
- ✓ Anuncios aprobados 48hrs. antes

Durante

- ✓ Revisa el presupuesto 2 veces al día
- ✓ No cambies la estrategia de puja
- ✓ Responde rápido a cada lead

Después

- ✓ Da seguimiento a cotizaciones
- ✓ Haz remarketing para Navidad (META)
- ✓ Anota qué funcionó

Tu cuenta regresiva a Buen Fin



«Si mi costo por lead es bajo, mi campaña es rentable.»



Verdadero



Falso



Escribe V o F en el chat

Un lead barato no es una campaña rentable

Misma inversión: \$30,000	Campaña A	Campaña B
Costo por lead	\$150	\$300
Ventas	8	15
Costo por venta	\$3,750	\$2,000

Ejemplo ilustrativo con cifras redondas; no es un cliente real.



El lead no es el resultado final.

La venta es el verdadero objetivo.

AUTODIAGNÓSTICO

Cuenta cuántas respondes con «sí»

1 ¿Tienes una oferta definida para la temporada?

3 ¿Conoces tus términos de búsqueda?

5 ¿Tu landing tiene un CTA claro?

7 ¿Sabes qué leads terminan en venta?

2 ¿Mides bien tus conversiones?

4 ¿Sabes dónde aparecen tus anuncios?

6 ¿Sabes cuánto puedes pagar por un lead?

8 ¿Tu equipo comercial está listo?

Tu resultado

7 u 8 «sí»

Preparado

4 a 6 «sí»

**Parcialmente
preparado**

0 a 3 «sí»

Necesita ajustes

¿Detectaste puntos por mejorar? No necesitas adivinar por dónde empezar.

5 ideas para llevarte

- 1 La temporada alta es una gran oportunidad comercial.
- 2 Google Ads te pone frente a quien ya busca lo que vendes.
- 3 Una mala configuración consume presupuesto sin vender.
- 4 La estrategia se prepara antes de que empiece.
- 5 El objetivo no son clics ni leads: son ventas.



¿Por qué Convierte Leads?

- ✓ Agencia Google Partner
- ✓ Más de 10 años de experiencia
- ✓ Reunión contigo cada 10 días
- ✓ Medimos hasta la venta, no solo el lead
- ✓ Marketing y ventas trabajando juntos

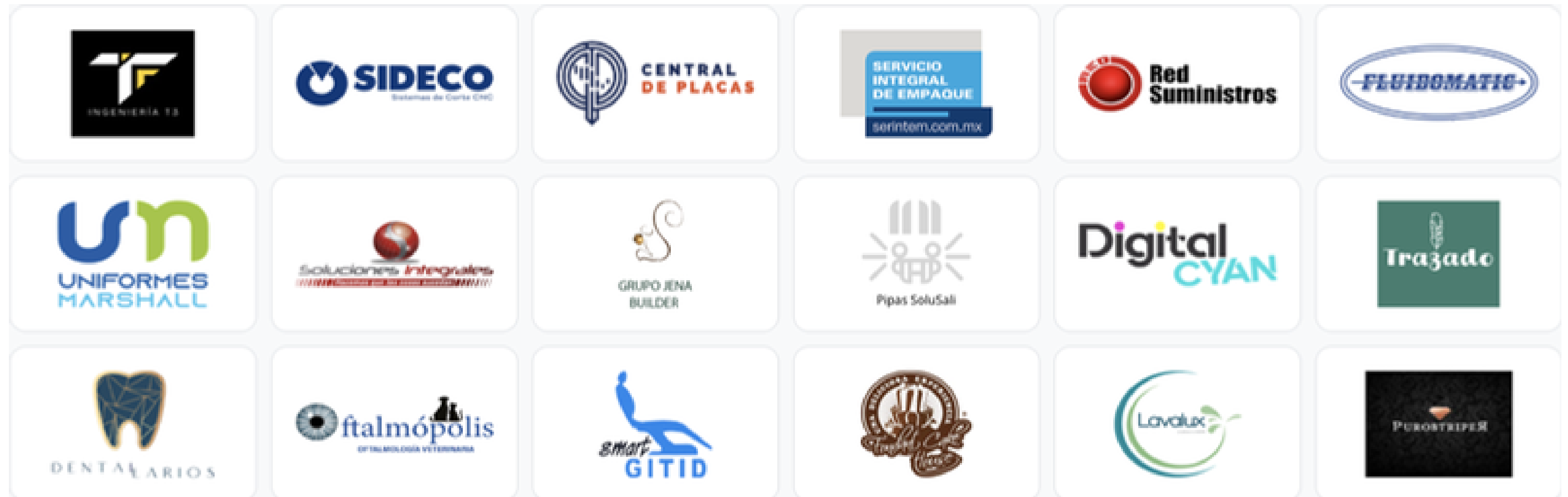
No buscamos solo generar contactos.

**Te ayudamos a convertir
oportunidades en ventas.**

NUESTROS CLIENTES

Empresas que ya confían en nosotros

 Agencia Google Partner]



Industria, manufactura, salud, servicios y consumo · Agencia Google Partner verificada en el directorio de Google Partners.



CÓMO PODEMOS AYUDARTE

Elige cómo quieres avanzar antes de Buen Fin

EMPIEZA AQUÍ

Auditoría gratuita

\$0

30 minutos · sin compromiso

- ✓ Revisamos tu cuenta
- ✓ Te decimos qué está fallando
- ✓ Tú ejecutas los cambios

PRECIO ESPECIAL WEBINAR

Auditoría por hora

\$1,500 ~~\$1,850~~

por hora · solo asistentes

- ✓ Ejecutamos las mejoras por ti
- ✓ Tu cuenta lista antes de Buen Fin
- ✓ Pagas solo las horas que necesitas

15% DE DESCUENTO WEBINAR

Gestión completa

\$4,165 ~~\$4,900~~

precio inicial al mes*

- ✓ Tú solo te dedicas a vender
- ✓ Reunión cada 10 días

*Con una inversión aprox. de \$8,000 al mes en Google Ads. El precio final depende de cuánto inviertas.

Precios especiales para asistentes, válidos hasta 16 de Octubre. Precios en MXN [+ IVA].



¿POR QUÉ PAGAR SI HAY UNA GRATUITA?

La gratuita te dice qué está mal. La pagada lo corrige.

	Gratuita	Por horas · \$1,500	Gestión completa
Revisamos tu cuenta	Sí	Sí	Sí
Te decimos qué mejorar	Sí	Sí	Sí
Ejecutamos las mejoras	No, lo haces tú	Sí, nosotros	Sí, nosotros
Cuenta lista antes de Buen Fin	Depende de tu tiempo	Sí	Sí
Optimización continua	No	No	Reunión cada 10 días
Tu papel	Implementar	Aprobar	Solo vender

Faltan 36 días para Buen Fin y las campañas nuevas necesitan de 15 a 20 días para aprender.



Agenda tu auditoría gratuita de Google Ads

30 minutos: qué funciona, dónde se va el presupuesto y qué mejorar antes de Buen Fin.

QUIERO MI AUDITORÍA GRATUITA

Solo para asistentes: auditoría por horas a \$1,500 (antes \$1,850) y 15% de descuento en gestión completa.



Preguntas y respuestas

AUDITORÍA GRATUITA DE GOOGLE ADS

30 minutos · Beneficio para asistentes



QUIERO MI AUDITORÍA

Por horas: **\$1,500** (antes \$1,850)

Gestión: **15% de descuento**