

Se trata de un conjunto de más de dos millones de sitios web, videos y aplicaciones donde pueden aparecer sus anuncios.

Los sitios de la Red de Display llegan a más del 90% de los usuarios de Internet en todo el mundo.\* Con la Red de Display, puede usar la **orientación** para mostrar sus anuncios en contextos específicos (como “estilos de vida al aire libre” o “cnn.com”), a un público particular (como “madres jóvenes” o “usuarios que desean comprar un sedán nuevo”), en lugares concretos y mucho más.

Esta red comprende:

Sitios web

Blogs

Youtube

Aplicaciones

# ORIENTACIÓN POR PÚBLICO

Para las campañas de Display, los públicos son grupos de personas que comparten intereses, intenciones y datos demográficos específicos, según las estimaciones de Google. Al agregar un público a una campaña o un grupo de anuncios, puede seleccionar entre una amplia gama de categorías, como aficionados al deporte y los viajes, personas que compran automóviles o usuarios específicos que hayan visitado su sitio web o usado su aplicación. Google Ads mostrará anuncios a las personas que probablemente pertenezcan a las categorías seleccionadas.

- Afines, afines personalizados: Llegue a los usuarios en función de sus pasiones, intereses y hábitos.
- Datos demográficos detallados: Llegue a los usuarios en función de datos biográficos a largo plazo.
- Acontecimientos: Llegue a los usuarios cuando se encuentran en medio de eventos importantes de la vida.
- Públicos basados en intención personalizados y públicos en el mercado: Llegue a los usuarios en función de su intención de compra reciente.
- Público de remarketing: Llegue a los usuarios que interactuaron con su empresa.
- Segmentación por clientes: Llegue a sus clientes existentes en función de los datos de CRM.
- Públicos similares: Llegue a usuarios nuevos que tengan intereses similares a los de los visitantes de su sitio web o los clientes existentes.

# ORIENTACIÓN POR PÚBLICO

En el caso de las campañas de Display y de video, puede orientar sus anuncios a determinados tipos de dispositivo, sistemas operativos, inventarios de anuncios (espacios en los que los publicadores permiten la publicación de anuncios) y modelos de dispositivos, así como también a proveedores de telefonía móvil y redes inalámbricas. Algunas de estas opciones avanzadas de dispositivos móviles y tablets no están disponibles para otros tipos de campañas.

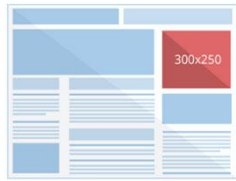
-Computadoras: Son los dispositivos de escritorio o laptops con pantallas de más de 7". Si selecciona esta opción, tendrá acceso a todo el inventario de anuncios disponibles en computadoras.

-Dispositivos móviles: Son los dispositivos portátiles que funcionan como teléfonos.

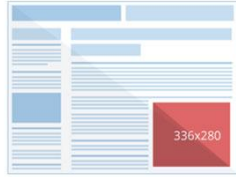
-Tablets: Son los dispositivos móviles que no necesariamente funcionan como teléfonos.

-Pantallas de TV: Son los dispositivos que transmiten contenido de TV, como los televisores inteligentes, las consolas de juegos y dispositivos conectados como Chromecast. Esta opción de orientación solo está disponible para las campañas de Display y de video.

300 x 250 px: Rectángulo mediano



336 x 280 px: Rectángulo grande



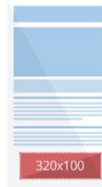
728 x 90 px: Leaderboard



300 x 600 px: Media página



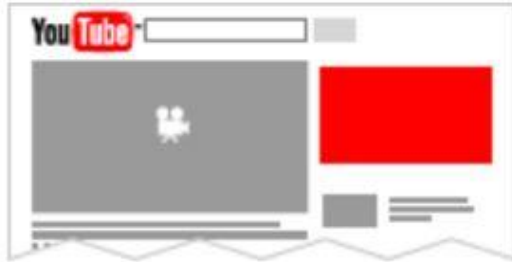
320 x 100 px: Banner móviles grande



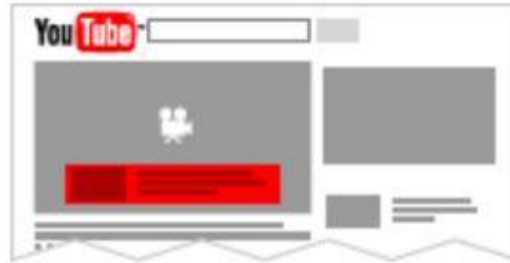
## FORMATOS DE BANNERS

## FORMATOS DE DISPLAY EN YOUTUBE

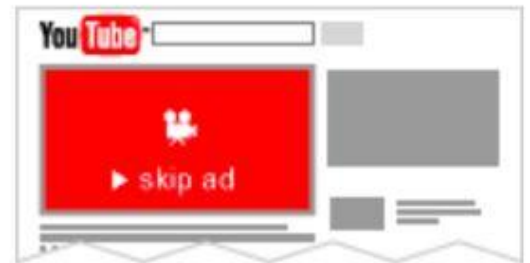
Display ads



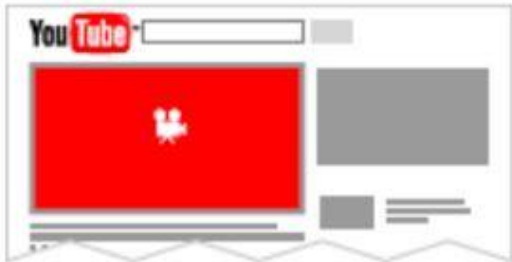
Overlay ads



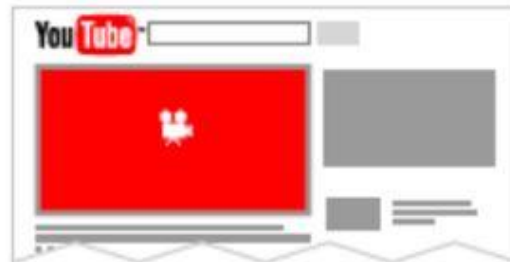
Skippable video ads



Non-skippable video ads



Bumper ads



Sponsored cards

