

Y en este nuevo vídeo vamos a conocer algunas herramientas complementarias para la profesión y, particularmente, vamos a conocer dos de ellas de la suite de herramientas de Google. Vamos a ver Google Trends o Google tendencias y el perfil de negocios de Google, dos cosas que nos pueden ayudar a ampliar también la visibilidad de nuestra empresa y a obtener información para generar contenidos para las marcas. Así que vamos a ello.

Vamos a conocer las herramientas para ampliar y complementar nuestra actividad que Google tiene para nosotros.

Vamos a ir conociendo dentro de ellas en la primera que es Google Trends, ¿no?, una herramienta realmente muy interesante, y gratuita, en la cual podemos buscar para obtener distintos tipos de informaciones todas las días o las semanas o ir viendo tendencias de manera de ir conociendo también algunas cuestiones que tienen que ver con qué está buscando el público objetivo, qué está buscando determinado segmento, cómo está moviendo determinado producto o servicio en la web. Así que, Google Trends nos da información muy interesante para preparar y aplicar el contenido de nuestras marcas, ¿no? Una herramienta tiene que preparar Google, Google Trends, entre a la plataforma y puede preparar buscando un término en particular para ver su tendencia, buscar, hacer algún tipo de comparación con un término contra otro, a ver qué término va está buscando más y qué términos está buscando menos, saber qué es tendencia en particular, en algún periodo de tiempo, sea en un día en particular, en alguna semana, en qué país, bueno, en definitiva, hay distintos tipos de cosas que podemos hacer con la herramienta de Google Trends, particularmente, vamos a darle un pequeño detalle de la plataforma. Nosotros vamos a buscar, quizás, algún término de búsqueda como "saca de mujer", vamos a buscar eso, a ver si, qué nos sale en la tendencia y así tenemos, en este caso, cuando nosotros entramos a Google Trends y ponemos algún tipo de término, nos da algunas cifras, ¿no?, en Argentina, en los últimos 12 meses, en todas las categorías, en búsqueda en la web, bueno, así nosotros podemos elegir si es en todo el mundo o si es en algún otro país, nosotros vamos a elegir en Argentina, ¿en qué período?, en los últimos 12 meses?, ¿en la última hora?, ¿en las últimas cuatro horas?, ¿en el último día? Bueno, vamos a ponerlo en la última semana, en los últimos siete días a ver cuánto se buscó ese término. Tenemos dos pines, así uno es (saca de mujer), pero realmente también el 17, también tenemos otro pin, que evidentemente hace un nivel de búsqueda muy interesante el día de hoy, entonces, en definitiva, vamos viendo, así todo lo que tiene que ver con algunas tendencias que nos están moviendo de búsqueda en la web.

En todas las categorías también tenemos la posibilidad de elegir en particular por internet también de los consumidores, porque puede ser que nosotros estamos buscando venderle a cierto segmento o comentar o compartir contenidos para ciertos segmentos y también Google tiene una serie de cosas que segmenta por intereses según, bueno, los comportamientos de búsqueda de los usuarios. Así que, esto también nos puede ayudar a darle un poco más de especificidad a nuestra búsqueda, si no, lo dejamos abierto y lo pone para todas las personas. También la parte de búsqueda en la web, si lo buscamos en la web, si lo buscamos en la sección de imágenes, si está buscando en la sección de noticias en Google Shopping, en YouTube, en definitiva, el mismo término que nosotros estamos viendo lo podemos ir viendo a ver qué sitio o en qué territorio queremos explorar, a ver cuál es la tendencia, ¿no?, entonces, en definitiva, estamos pudiendo así un término y en este punto podemos así establecer los filtros para que nos dé, bueno, las curvas de tendencia. En relación a eso, okay, vamos a ver en particular dentro de Argentina cuáles son, en este caso, las sub regiones en donde más se busca ese término. Así vemos que Corrientes, Córdoba, Buenos Aires, Mendoza, Entre Ríos, con los