

Clínica de medicina estética en Alemania

Publicidad en Búsqueda de Google + Performance Max · 10 de abril – 8 de julio de 2026 (90 días)

El reto

Una clínica privada de medicina estética en Alemania necesitaba llenar su agenda de citas en un mercado altamente competitivo, donde tres clínicas de la zona pujaban por las mismas búsquedas. El objetivo: capturar la demanda local y proteger su marca, con un presupuesto controlado.

La estrategia

Dos campañas coordinadas: Búsqueda (captura de demanda y defensa de marca con concordancia de frase) y Performance Max (prospección multicanal con creativos propios). Optimización continua de términos de búsqueda, pujas y recursos, con seguimiento de conversiones de cita configurado a valor.

€1,552

Inversión total

205

Conversiones

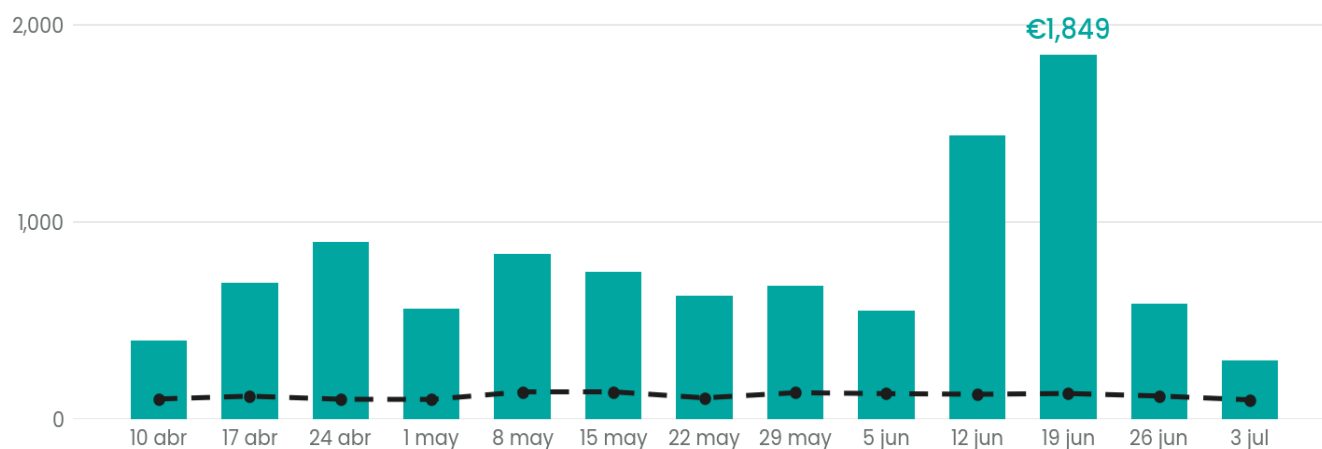
€10,163

Valor generado

6.5x

Retorno (ROAS)

Valor generado por semana (barras) vs. inversión semanal (línea) — en euros



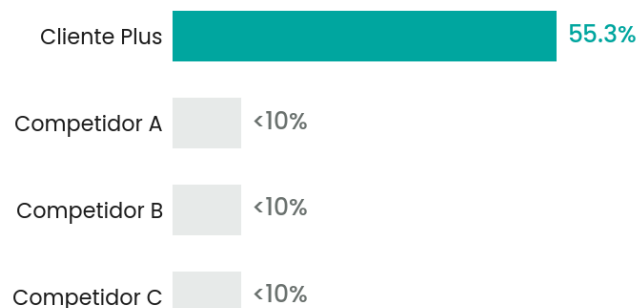
Inversión promedio de €119 por semana generando €782 semanales en valor de citas reservadas.

Cómo se logró



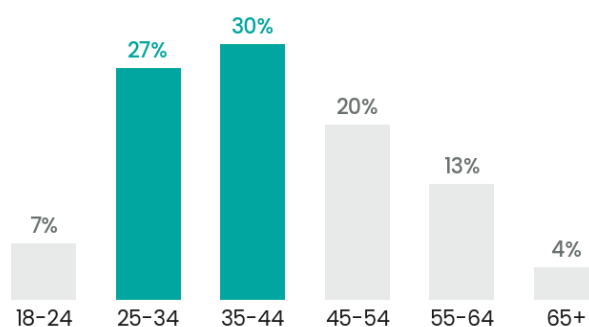
Dominio de la subasta

El anuncio del cliente apareció en el 55.3% de las subastas disponibles y, cuando apareció, se mostró en la parte superior de la página el 87% de las veces. Ningún competidor superó el 10% de presencia.



Audiencia alcanzada

89% mujeres · el núcleo entre 25 y 44 años concentra el 56% de las impresiones.



Eficiencia de la inversión

22.4%

CTR en Búsqueda

€0.93

CPC en Búsqueda

91%

de clics desde móvil

€7.57

costo por conversión

Claves del resultado

- Defensa de marca: las búsquedas del nombre de la clínica se capturaron con CTR superior al 30%.
- Concordancia de frase + revisión periódica de términos de búsqueda para eliminar tráfico irrelevante.
- Performance Max con creativos propios amplió el alcance a un CPC 53% menor que la Búsqueda.
- Seguimiento de conversiones con valor: cada cita reservada reporta su valor real al algoritmo de pujas.

Datos reportados por Google Ads para el periodo del 10 de abril al 8 de julio de 2026. La identidad del cliente y de sus competidores se mantiene en reserva por confidencialidad. Resultados históricos no garantizan resultados futuros.