

# Monetiza tu web con AdSense

Integración y gestión de publicidad de Google en tu sitio web.

# Requisitos

- Tener una web.
- Crea tu cuenta de google, sin ella no podrás llevar a cabo lo que se explica en este taller.
- <https://accounts.google.com/signup?hl=es>



# ¿Qué es AdSense?

- Un sistema por el cual puedes ganar dinero cediendo espacio de tu web a Google para colocar publicidad.



# Puntos fuertes de AdSense

- Anuncios de interés para los usuarios, orientados al público de la web.
- De texto y gráficos, fáciles de leer.
- Filtrado de nuncios no deseados.



# ¿Quién paga?

- Las empresas o particulares que desean anunciarse en sitios de AdSense lo hacen a través de Google AdWords.
- Ellos pagan a Google, y google te paga a ti.

# Diferencia entre AdWords y AdSense

- El programa **Google AdWords** permite crear anuncios que aparecerán en las páginas de resultados de búsqueda de Google y en la red de sitios de socios.
- El programa **Google AdSense** difiere en que publica anuncios de Google AdWords en sitios web de particulares. De este modo, Google paga a los editores web por los anuncios que publican en su sitio en función de los clics que los usuarios efectúan en anuncios o de las impresiones de anuncios, según el tipo de anuncio.

# ¿Cuánto se cobra?

- Una vez tu y tu web seáis aceptados en el programa, Google te pagará entre el 51% y el 68 % de los ingresos.

# Ciclo de pagos

- El pago es mensual siempre que se superen los 70 €. Si no se acumulan a los del mes siguiente.
- Se puede cobrar por cheque o transferencia (hay 2 formas más no disponibles en España)

# Principales características de AdSense

¿Por qué atrae?

# Personalización y control.



- Personalización de la apariencia de los anuncios para que se adapten a tu web.
- Control de los espacios, tu decides donde aparecen.
- Puedes ajustar los anuncios a tu público.
- Hay una variedad de tamaños y formatos de anuncio con opciones para bloquear categorías determinadas de anuncios o incluso anunciantes concretos.

# Asistencia de fácil acceso.



- Recomendaciones personalizadas.
- [AdSense Academy](#)



# Acceso a los anuncios de Google



- No es necesario administrar las relaciones con los anunciantes.
- Muchos anunciantes. Lo que se traduce en competencia para tus espacios publicitarios, en anuncios más pertinentes y en anuncios para todo tu contenido online.

# Herramientas de rendimiento.



- Con los informes sencillos y personalizados, podrás conocer tu rendimiento publicitario e identificar las oportunidades de crecimiento.

# Funciones adicionales.



- Muestre anuncios diseñados especialmente para vídeos y juegos y anuncios que funcionan tanto en ordenadores como en móviles.
- Integración fluida con DoubleClick for Publishers y Google Analytics

# ¿Cómo es la web orientada a dinero con AdSense?

Los principios básicos de la web. Como funcionan y como reciben tráfico.

# ¿Cómo funciona?

- La web es una enorme **red** de ordenadores conectados entre sí.
- Hay ordenadores como el tuyo que se usan para ver páginas web.
- Hay otros ordenadores que se usan para alojar páginas web y proveer servicios, estos están encendidos las 24 horas del día. Son los llamados **servidores**.
- Un proveedor de internet se dedica a brindar servicio de **alojamiento**, es en sus ordenadores donde se alojan las páginas web.
- A veces las empresas tienen sus propios servidores, pero lo más habitual es alquilar espacio a un **proveedor**.

# ¿Cómo funciona? Servidores.

- Para webs pequeñas con poco tráfico se suelen utilizar **servidores compartidos**.
- Para web grandes y con mucho tráfico se suelen utilizar **servidores dedicados**.
- Al empezar tu proyecto deberás escoger un proveedor.

# ¿Cómo funciona? Visualización.

- Una **página web** en su forma más sencilla es un archivo de texto, imágenes y enlaces.
- Se puede visualizar cuando está alojada en un **servidor web** y se ve mediante **navegadores**: Explorer, Mozilla Firefox, Opera, Safari, Chrome...



# ¿Cómo funciona? Estructura.

- Una página web es una serie de archivos, todos en el mismo espacio web, interconectados por enlaces



# ¿Cómo funciona? Programación

- Las páginas cada vez llevan más programación y son más complejas.
- Si quieres hacerla toda tu, deberás aprender HTML, CSS, php y MySQL.
- No es necesario puesto que tenemos a nuestra disposición gestores de contenido como wordpress y blogger.



# ¿Cómo funciona? Sistemas de gestión

- Un sistema de gestión de contenidos nos permite **administrar** nuestra página web con mayor facilidad.
- Todo o casi todo, se administra desde un **panel de control** con las herramientas necesarias para su gestión.

# ¿Cómo llegan visitantes? Buscadores.

- Alrededor de un 90% del tráfico que puedas recibir llegará de los buscadores y casi todo de **Google**.
- Google rastrea tu página y guarda archivos, al poco tiempo son estos archivos los que enseña en los resultados de búsqueda cuando alguien busca frases relacionadas con el contenido de tu página.

# ¿Cómo llegan visitantes? Redes sociales.

- Otra gran fuente de tráfico son las **redes sociales**, nos vamos a centrar en Facebook, Twitter y Youtube.
- Cuantos más seguidores tengamos en estas páginas, más visitas podremos conseguir cuando publiquemos **enlaces**.

# ¿Cómo llegan visitantes? Enlaces.

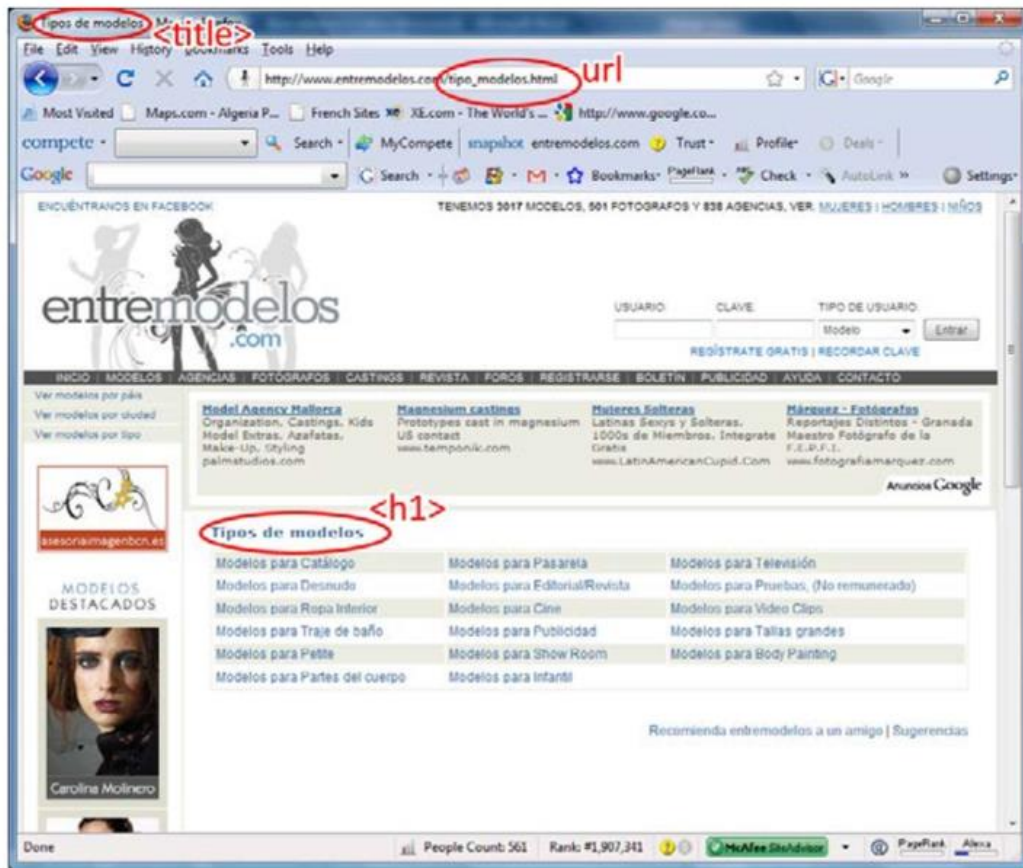
- También puedes conseguir visitas de otras páginas que enlazan hacia la tuya.
- Una de las cosas que más tiene en cuenta Google a la hora de posicionar tu página es la **cantidad de enlaces** que van desde otras páginas hacia la tuya.
- No solo es la cantidad de enlaces, también tiene en cuenta la **calidad de relevancia**. Si tu página tiene que ver con viajes, los enlaces de otros sitios de viajes valen más que los de las páginas que no tienen nada que ver con el tema.
- Si los enlaces contienen las **palabras clave** de tu sitio, mejor que mejor.
- La tecnología que emplea Google para esto se llama PageRank

# Generalidades de los enlaces

- Un sitio web se compone de muchos archivos, cada archivo tiene una **URL** diferente.
- Un enlace puede ser a cualquiera de estas URL.
- Es **beneficioso** para el posicionamiento de la URL enlazada y para todo el sitio web.
- Una buena forma de **conseguir enlaces** es ponerlos tu también.
- Deberás poner atención y enlazar aquellas páginas que resulten **relevantes**.
- Google también califica bien esta práctica



# Optimización básica 1



<head>

<title>El título que sale en el encabezado del explorador va aquí</title>

</head>

<body>

<h1> El título de la página va aquí</h1>

<p> Aquí va el texto</p>

</body>

# Optimización básica 2

- Con un gestor de contenidos no tienes que preocuparte por esto.
- Es bueno conocer los conceptos **<title>** y **<h1>** porque son muy importantes para que Google sepa de que trata tu página.
- Debes incluir tus **palabras clave** en estos dos sitios.
- Asegurarte de que cada página contenga title y h1 **únicos** que representen su contenido.
- No se debe repetir el mismo título general en varias páginas.

# Optimización básica. Socialización.

- Botones para **compartir** el contenido en Google +, Twitter y Facebook.
- Tiene mucho peso en los buscadores y es necesario para la socialización de tus páginas.

# Cómo escoger el tema

Enfoca tus 5 sentidos al objetivo

# Escoge un tema en concreto

- Cada vez es más útil enfocar el tema lo más posible.
- Es por la importancia que se le da a la actividad en redes.
- Queremos que nuestros tuits o publicaciones en Facebook sean lo más interesantes posible para nuestros seguidores.
- Empezamos enfocados, siempre tenemos la posibilidad de ampliar temas.
- **¿Qué tema me va a facilitar la participación de mis seguidores en las redes sociales?**
- **¿Qué tema abre debate y conversación con facilidad?**

# Escoge un tema “eterno”

- En la medida de lo posible escoge un tema que siga existiendo dentro de 10 años.
- Las páginas web de modas, deportistas, artistas, programas de tele, etc pueden ser muy interesantes y generar mucha actividad rápidamente, pero se van desinflando.

# Escoge un tema que conozcas y ames.

- Información **original**, **organizada** y presentada de forma **creativa** y **útil**.
- Resulta muy tentador crear un periódico sobre un tema en concreto, pero esto sin fuentes de información de primera mano se convierte en un copia/pega de otras páginas.
- Así no sería posible aportar valor añadido.
- Cuanto más amplio, más información a revisar. Piensa en el número de personas que escriben en tu web, y en los temas que les apasionan.



# Actividad 1: 10 minutos.

Elabora una lista con intereses e ideas para elaborar los contenidos de la web.

Intereses:

- Los móviles y ordenadores.
- El cine de todo tipo.
- Series: Friends, Big Bang Teory...
- La fotografía y el vídeo.
- Fútbol.
- Tenis.
- Musculatura.
- Autoayuda.

Ideas:

- Cosas que te gustaría estudiar.
- Cosas que siempre se te han dado bien.
- Temas donde ya estás involucrado en clubes y organizaciones.
- Grupos de Yahoo, grupos de google, categorías en ebay.

¿Quién se está anunciando en revistas, periódicos y webs?  
Guías de empresas como Páginas Amarillas.  
¿Qué es popular en Facebook, Twitter, etc.?

Escoge un tema que conozcas y ames.



Fundamental que sea divertido para ti y que no tengas que pensar demasiado.

# Google Trends

Tendencias de búsqueda.



# Trends. Introducción.

- Google Trends es una herramienta de Google que muestra los términos de búsqueda más populares, lo cual nos permite observar tendencias en temas específicos para apoyar nuestras investigaciones y descubrir antecedentes de investigación en temas particulares.
- **Nota:** según el navegador que utilicemos y las actualizaciones del diseño de la página los pasos pueden variar.

# Google Trends. Ingresar en la página.

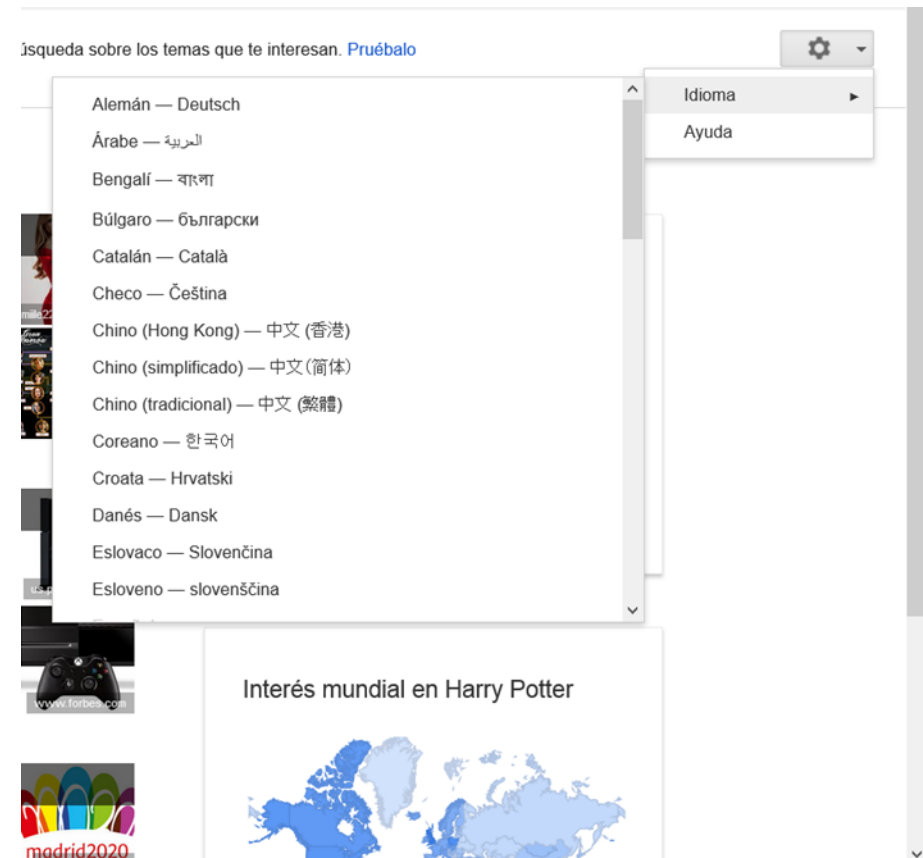
Ingresa a la dirección [www.google.com/trends](http://www.google.com/trends). Una vez ahí, verás las búsquedas recientes más populares.

The screenshot shows the Google Trends website interface in Spanish. At the top, there is a navigation bar with options like 'Inicio', 'Historial', 'Regional', 'Marcadores', 'Herramientas', and 'Ayuda'. Below this is the Google search bar and a 'Tendencias de búsqueda' section with a dropdown menu set to 'España'. The main content area is divided into three columns:

- Tendencias actuales:** A list of trending search terms with their respective search volumes and source images. The items listed are: Beatriz Montañez (20,000+ búsquedas), Santa Marta (5,000+ búsquedas), Sandra Bullock (5,000+ búsquedas), Gnar (2,000+ búsquedas), and Sabina Altynbekova (10,000+ búsquedas).
- Listas de búsquedas populares de 2013:** A section featuring various categories of popular searches from 2013, including 'Programas de TV', 'Electrónica', and 'Acontecimientos Deportivos'.
- Explorar en detalle:** A section for detailed exploration, featuring a line chart for '"Revolución" siria o "guerra civil" siria' and a world map for 'Interés mundial en Harry Potter'.

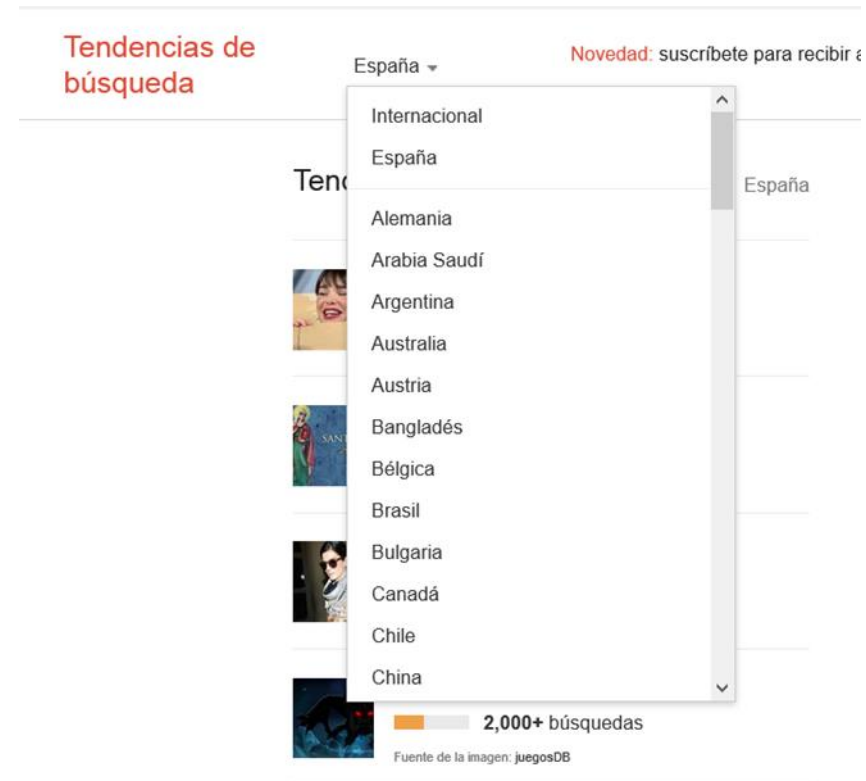
# Google Trends. Cambiar el idioma.

Si quieres cambiar el idioma haz clic en el botón en forma de engranaje de la esquina superior derecha y selecciona idioma.



# Trends. Cambiar el país.

- Si deseas ver las tendencias de un país específico, puedes cambiar el país haciendo clic en el botón de la esquina superior izquierda de la pantalla y selecciona el país que desees.










# Trends. Explorar tendencias de búsqueda.

- Haz clic en **Tendencias actuales**, debajo del país.

Tendencias de búsqueda España Novedad: suscríbete para recibir

Tendencias actuales España

	<b>Beatriz Montañez</b> 20,000+ búsquedas Fuente de la imagen: Hoycinema
	<b>Santa Marta</b> 5,000+ búsquedas Fuente de la imagen: AGI Prensa
	<b>Sandra Bullock</b> 5,000+ búsquedas Fuente de la imagen: La Opinión
	<b>Gnar</b> 2,000+ búsquedas Fuente de la imagen: juegosDB
	<b>Sabina Altynbekova</b> 10,000+ búsquedas Fuente de la imagen: metly.es



# Trends. Cambiar fechas.

- Puedes elegir ver las tendencias de búsqueda más recientes, o las de los últimos 30 días, haciendo clic en el botón **Más recientes**, o en el botón **Últimos 30 días** en la parte superior derecha de la pantalla. Según la opción que elijas Trends mostrará lo más popular en el día, o lo más popular en el mes.

The screenshot displays the Google Trends interface. At the top left, it says "Tendencias de búsqueda" in red. To the right, it indicates "España" and "Se muestran las búsquedas populares recientes. Actualizado hace 1 hora". There are icons for menu, 31 days, and settings. Below this, a sidebar on the left lists "Búsquedas más populares", "Listas de búsquedas más populares", "Explorar", and "Suscripciones". The main content area is titled "Búsquedas más populares" and includes a "Suscribirse" button and a code icon. The date "martes, 29 de julio de 2014" is centered. The top trend is for "Beatriz Montañez", showing a bar chart with "+ de 20.000 búsquedas" and related searches like "hable con ellas". A snippet from "Hoycinema" is visible, mentioning "La despedida de Beatriz Montañez: «Volveréis a verme muy pronto ...»".

Tendencias de búsqueda

España ▾ Se muestran las búsquedas populares recientes. Actualizado hace 1 hora

Búsquedas más populares

Listas de búsquedas más populares

Explorar



Suscripciones


Búsquedas más populares

Suscribirse

martes, 29 de julio de 2014

1

 Beatriz Montañez 

 + de 20.000 búsquedas

Búsquedas relacionadas: **hable con ellas**

La despedida de **Beatriz Montañez**: «Volveréis a verme muy pronto ...»

Hoycinema

**Beatriz Montañez** vivió en la noche del lunes su último programa como presentado...

# Trends. Ver elementos por categorías.

- Google Trends permite ver lo más popular por categorías. Para acceder a una categoría, despliega la lista Listas de Búsquedas más populares, a la izquierda. Y selecciona la que más te interese.

Tendencias de búsqueda

España - Se muestran las búsquedas populares recientes. Actualizado hace 1 hora

Búsquedas más populares

martes, 29 de julio de 2014

- 1** **Beatriz Montañez**  
+ de 20.000 búsquedas  
Búsquedas relacionadas: [hable con ellas](#)  
La despedida de **Beatriz Montañez**: «Volveréis a ...»  
Hoycinema  
**Beatriz Montañez** vivió en la noche del lunes su último
- 2** **Santa Marta**  
+ de 5.000 búsquedas  
Hoy la Iglesia Católica celebra a **Santa Marta**, Virg  
ACI Prensa  
Hoy la Iglesia Universal recuerda la figura de **Santa Mari**

¿Qué ha buscado el mundo en 2013?

Búsquedas más populares

Todo

Palabras

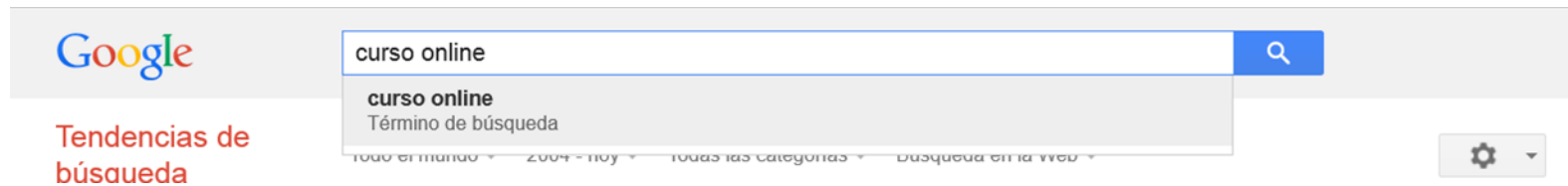
"Cómo..."

"Qué es..."

1. Cómo pagar Whatsapp

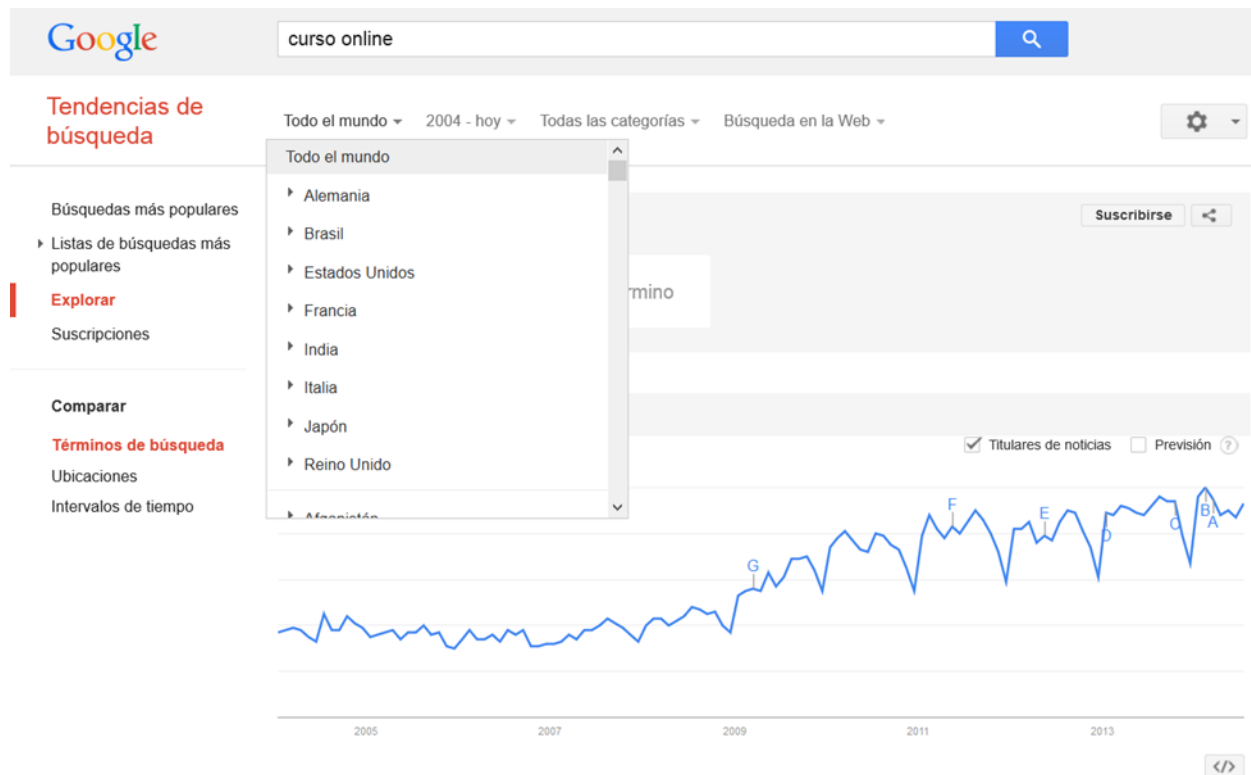
# Trends. Ver la popularidad de un término en concreto.

- Google Trends permite ver la variación del número de búsquedas de un término específico en el tiempo, Para hacer esto basta con escribir el término que deseamos buscar en la barra superior y presionar el botón en forma de lupa que se encuentra a su lado.



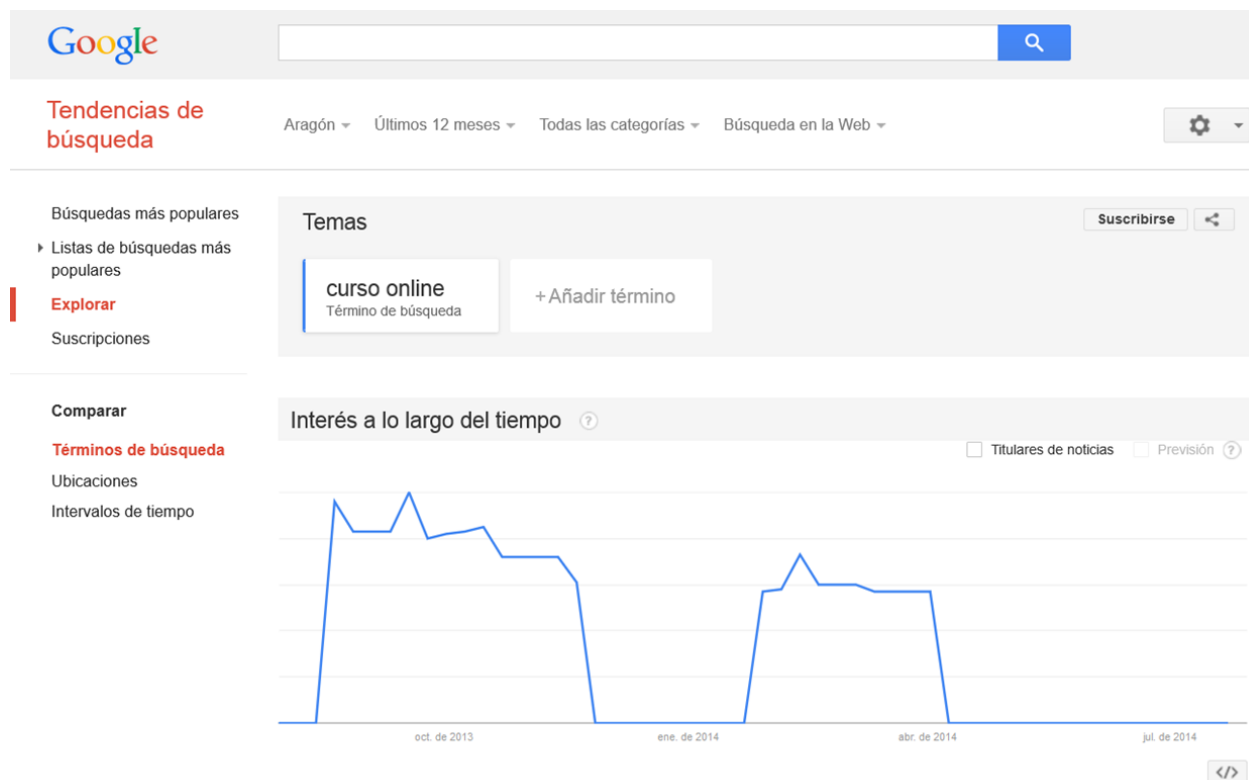
# Trends. Acotar la búsqueda. 1

- Utiliza los menús de la parte superior para acotar la búsqueda.



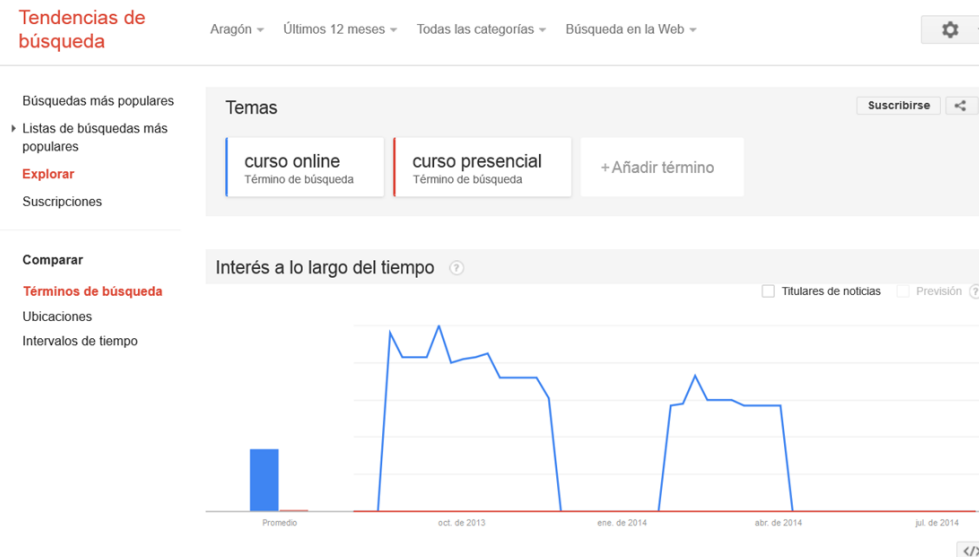
# Trends. Acotar la búsqueda. 2

- Una vez buscado un término específico, por ejemplo “curso oline”, Google Trends nos mostrará un gráfico que ilustra la cantidad de búsquedas del término en el tiempo.



# Trends. Comparar la popularidad.

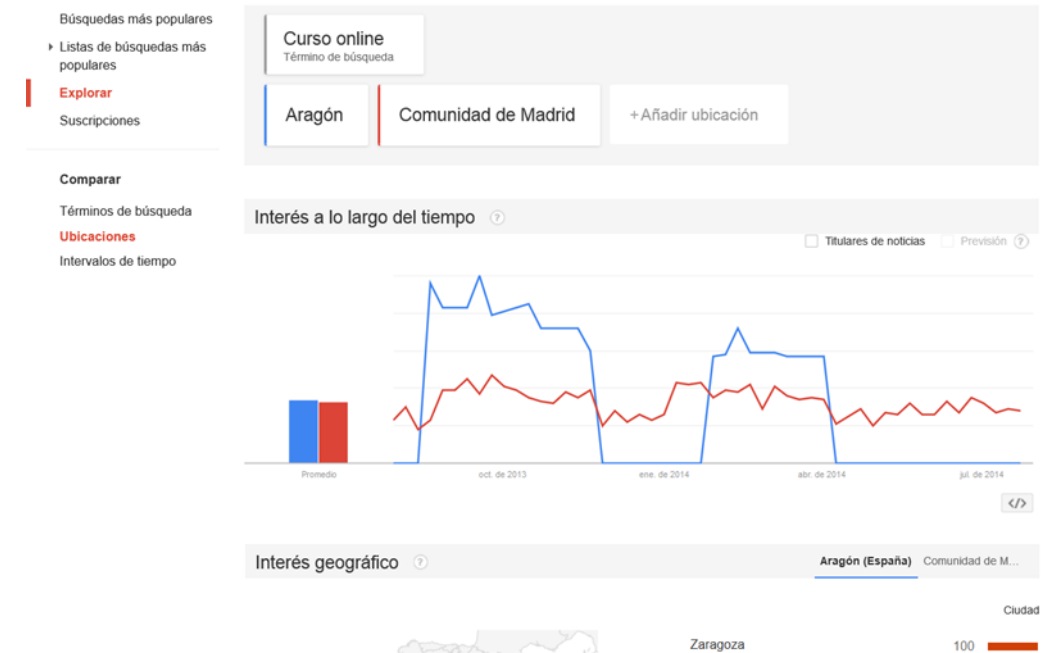
- Si deseamos comparar la popularidad del término que buscamos con la de algún otro, podemos hacerlo dando clic en el botón Añadir Término, y escribiendo la palabra que deseamos comparar. Por ejemplo, "Curso presencial". Una vez hecho esto, Google Trends nos mostrara un gráfico comparativo de la popularidad de cada término en el tiempo.





# Trends. Comparar por ubicación.

- Google Trends nos permite también comparar la popularidad de un término con diferentes lugares del mundo. Para acceder a esta funcionalidad, basta con hacer clic en el botón Ubicaciones en el lado izquierdo de la pantalla.
- Luego de haber hecho clic en Ubicaciones, presionamos el botón, Añadir ubicación y seleccionados una ubicación de la lista. Una vez hecho esto, el sitio nos mostrará un gráfico de la popularidad del término que buscamos en la región elegida. Si elegimos varias ubicaciones, el sitio nos mostrará todos los gráficos de popularidad en el tiempo juntos para poder compararlos.



# Trends. Mapa de interés geográfico

- Además de lo anterior, al buscar un término específico, Google Trends nos muestra el interés geográfico, que es un mapa mundial en el cual se indica la popularidad de este término en los diferentes países. Este gráfico se encuentra al final de la página.
- En el mapa de Interés geográfico, hay una lista, la cual nos indica en qué países se busca más el término que elegimos.





# Escoge un tema rentable 1

- Esto es importante pero no mucho.
- Google AdSense muestra a los visitantes anuncios relacionados con las últimas páginas que ha visitado.

# Ganancias potenciales



Google AdWords

Planificador de palabras clave

# Planificador de palabras clave

Buscar nuevas ideas para palabras clave y grupo de anuncios.

- Encontrar palabras clave relacionadas con una frase, web o categoría.

Obtener el volumen de búsquedas de una lista de palabras clave o incluirlas en grupos de anuncios.

- Estadísticas y volumen de búsqueda para una lista de palabras clave.

Obtener previsiones de tráfico para una lista de palabras clave.

- Clics y costes.

Multiplicar las listas de palabras clave para obtener nuevas ideas para palabras clave.

- Previsiones de tráfico y estadísticas de volumen.

# Escoge un tema menos explotado 1

- En la medida de lo posible.
- Si hacemos las cosas bien no tenemos que tener miedo de la competencia.
- Averigua que páginas se dedican al mismo tema que tu y como puedes aportar algo mejor.
- Si quieres hacer lo mismo que otras páginas con un Alexa Rank muy alto, lo mejor es que busques trabajo en esas páginas.

# Escoge un tema menos explotado 2

- Si es un tema bastante general es normal que haya muchas páginas. Si no hay una y completa no pasa nada.
- Puedes hacer algo más grande y completo con el tiempo.

# Escoge un tema menos explotado 3



- ¿**Qué servicio o información** puedes dar por internet que es especial debido a tus propios conocimientos y habilidades?
- ¿**Qué haces porque si?** No por obligación, no por dinero.
- **Tiene que haber anunciantes y nicho.** Si no lo hay, algo podrás ganar pero el proyecto estará muy limitado por esta circunstancia.

# A veces es cuestión de volumen

- Un tema puede ser más rentable con un volumen normal de tráfico.
- Existen temas mucho menos rentables pero que son capaces de capturar enormes cantidades de tráfico, entonces se vuelven rentables.

# Los objetivos para tu página

Tráfico = ganar



# Objetivos para Google

- Google es la mayor fuente de tráfico que vamos a tener.
- Después Facebook, youtube y twitter.

# Enlaces entrantes

- De calidad, de páginas de peso.
- Los blogs son el formato ideal para esto, mucha gente pone referencias a blogs cuando escribe algo.
- Para otro tipo de páginas es mucho más difícil obtenerlos.

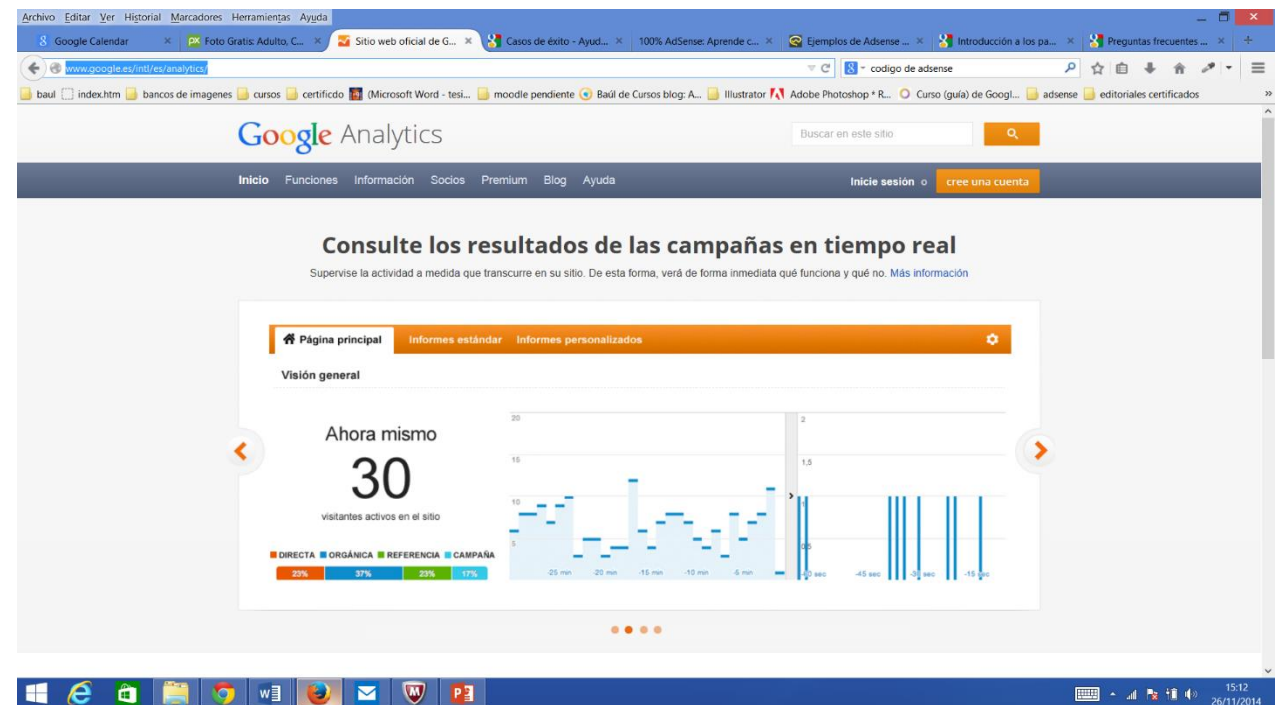
# Actividad social

- Youtube, Facebook y Twitter.
- ...y .....GOOGLE +
- Tu página y el tema de tu página debe obtener interacción de los visitantes y seguidores con relativa facilidad.

# Analítica interna

- Cuantas personas regresan a tu página. Que % son visitas nuevas y que % son recurrentes.
- Tu página debe estar estructurada para que tus visitantes tengan y/o quieran volver.

<http://www.google.es/intl/es/analytics/>



# Cuanto tiempo y cuantas páginas visitan

- Queremos que la gente se mantenga dentro de la página el mayor tiempo posible.
- Los elementos visuales ayudan: fotos, vídeos.
- La actividad social también: comentarios.
- Tener a la vista información relacionada con lo que están consultando.

# Objetivos sociales

- Para Google un 20% de las cosas dan el 80 % de los resultados.
- Facebook, YouTube y Twitter tienen un 80% de la importancia.
- Debes hacer crecer estos 3 canales de tráfico.

# Conceptos básicos sobre AdSense

Bueno, ya va siendo hora de hablar de AdSense, ¿no?

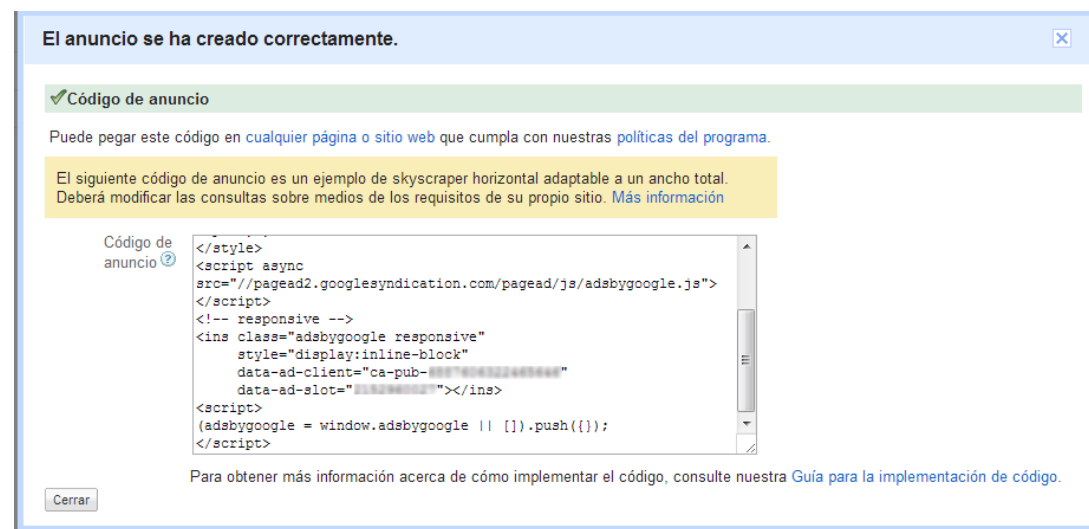
# Historia de AdSense

- 1995-2003: No existía. La única manera de anunciarse en internet era buscando anunciantes. Se podía ganar dinero con publicidad pero requería mucho más esfuerzo y mucha menos efectividad.
- 2003: Google empieza a cobrar porque las páginas aparezcan en sus primeros resultados. Gana muchísimo dinero con esto.
- Nace AdWords: donde la gente compra anuncios y puja por salir primero en los resultados.
- De AdWords nace AdSense: ahora también se puede pagar por salir en las páginas de otras personas.



# ¿Cómo funciona? 1

- Los propietarios de las páginas tienen que pegar y copiar un pequeño trozo de código para mostrar anuncios en sus páginas.
- Cuando un visitante hace clic, el dueño de la página recibe un pequeño pago.
- Estos pagos vienen de AdWords y Google se coge su parte antes de pagarte.



El anuncio se ha creado correctamente.

✓ Código de anuncio

Puede pegar este código en cualquier página o sitio web que cumpla con nuestras [políticas del programa](#).

El siguiente código de anuncio es un ejemplo de skyscraper horizontal adaptable a un ancho total. Deberá modificar las consultas sobre medios de los requisitos de su propio sitio. [Más información](#)

Código de anuncio

```
</style>
<script async
src="//pagead2.googlesyndication.com/pagead/js/adsbygoogle.js">
</script>
<!-- responsive -->
<ins class="adsbygoogle responsive"
style="display:inline-block"
data-ad-client="ca-pub-XXXXXXXXXXXXXXXX"
data-ad-slot="XXXXXXXXXX"></ins>
<script>
(adsbygoogle = window.adsbygoogle || []).push({});
</script>
```

Para obtener más información acerca de cómo implementar el código, consulte nuestra [Guía para la implementación de código](#).

Cerrar

# ¿Cómo funciona? 2

- Cualquier acto fraudulento, como pinchar en tus propios productos o participar en sistemas fraudulentos, como pinchar en anuncios de gente, esta perjudicando directamente a las personas que pagan por anunciarse...
- ¡No lo hagas!

# ¿Cómo funciona? 3

- El programa AdSense facilita conseguir anunciantes para poner en tu página.
- Su sistema detecta el tipo de información que hay en tu página e intenta mostrar anuncios similares y relevantes a la información de tu página que interesen al público que visita tu página.

# Alta

- Es muy sencillo, aunque a veces pueden rechazar nuestra petición.
- Google en principio lo acepta todo, no hace falta que sea una página bonita o profesional.
- Lo único que hace falta es no incumplir las normas.

# No se permite

- La piratería.
- Erotismo.
- Accesos ilegales.
- Manifestaciones de discriminación.
- Aversión hacia algún sector o grupo social.
- Ser una tienda.

# Requisitos para participar en AdSense

- Tener un sitio web.
- Tener más de 18 años.
- Cumplir con las políticas del programa.
- (en algunos países tener el sitio desde hace más de 6 meses)

# Actividad 4: Crea tu cuenta AdSense.

- <http://www.google.com/adsense/start/>
- Una vez que seas aceptado por Google, podrás empezar a poner los anuncios.
- Solo está permitida una cuenta por persona/empresa.

# Formato y posicionamiento

- El mejor sitio es al centro, cerca de la parte superior de la página.
- Suelen funcionar mejor justo debajo del título <h1> para que sea el primer sitio donde van los ojos del visitante.
- Sea donde sea, siempre deben verse sin tener que hacer scroll en la página.
- Lo mejor es hacer pruebas, un pequeño cambio puede hacer aumentar tu porcentaje de clics en 2-3%
- Hay quien asegura que si los pones demasiado arriba puede perjudicar tus resultados de Google. Google asegura que no influye.



# Colores y formato 1

- Los anuncios deben parecer contenidos de tu página y no bloques de publicidad.
- No se recomienda usar bordes o fondos.
- No debes poner nunca publicidad encima de un bloque de anuncios.
- El bloque que mejor resultado da es el de 336 x 280 porque es el que más se parece a los contenidos reales.
- Debes ir probando y midiendo para comprobar cual te funciona mejor, no hay una regla universal.
- Lo mejor suele ser incluirlos en varias zonas donde encajen bien.

# Colores y formato 2

- El título del anuncio debe ser igual al color de los otros enlaces de tu página.
- Otra opción es dejarlos al color de enlace azul predeterminado (#0000FF)

**Viajar Vacaciones**  
Viajes, vacaciones, escapadas, fin de semana, turismo rural

HOME VIAJAR Y VACACIONES

### Hotel en Roma

March 31st, 2010

Roma por ser Roma es una de las ciudades más visitadas del mundo y por ello cuenta con una variada oferta hotelera, si bien muchos de sus hoteles se encuentran en el extraradio y requieren de autobuses especiales para llegar a ellos cosa que te supondrá perder media hora en cada desplazamiento y de dos a cuatro euros extra diarios por persona. Otra razón no menos importante para huir de los extraradio, es que no podrás utilizar el hotel como medio de descanso si por ejemplo quieres reposar después del mediodía o para dejar bultos hasta la salida de tu avión e incluso los posibles regalos que compres durante el día, así que si no te cuesta mucho más dinero no lo dudes y reserva el hotel en Roma lo más céntrico posible.

**Galapagos Vacaciones**  
Únete a un Tour Ecológico, Descubre Un Mundo Natural, En Galápagos.  
Galapagos.Trip-Peru.com

**Apartamentos Nort Ibiza**  
Apartamentos en Portinatx con Vistas al Mar.  
Restaurante Gourmet  
www.apartamentosnort-ibiza.com

**Ofertas turismo vacaciones**  
Visítanos Y Disfruta De Bellos Paisajes A Precios Inolvidables  
MuecasTuristica.es/Naturaleza

**Hoteles en Roma desde €25**  
Ofertas de hoteles especiales Compare y ahorre hasta 50%  
Hoteles-Roma.viajerosstubo.com




**La zona de Termini**  
La zona de Termini es donde se encuentra la estación de trenes más importante de Roma y a su lado se encuentra un nudo de autobuses con más de diez líneas que cubren casi la totalidad de la ciudad de Roma sin necesidad de realizar transbordo alguno, por ello es una de las zonas más recomendadas para alojarse en Roma.


**Categorías**

- » 2 x 1
- » 3 x 2
- » 4 x 3
- » A Coruña
- » Agosto
- » Arte y artistas
- » Atrapalo
- » barcelona
- » Canarias
- » Catalunya
- » Catedrales
- » Clubes
- » Comer bien
- » Desayunos
- » Descuentos
- » Escapadas
- » España
- » Espectáculos
- » Europa
- » Experiencias
- » Fiesta
- » Galicia
- » Giróna
- » Guías de viaje
- » Hoteles
- » Islas canarias
- » Italia
- » Jardines
- » Lugo
- » Menu
- » Montaña
- » Monumentos
- » Museos
- » Noches de hotel
- » Ofertas viajes
- » Ofertones
- » Ourense

# Tipos de anuncios

## Enlaces

<p><b><a href="#">Hotels</a></b> <a href="#">www.example.com</a> Special rates until the end of the month. No booking fees, book your room now!</p>	
<p><b><a href="#">Dublin Hotels</a></b> <a href="#">www.example.com</a> Browse hundreds of hotels in Dublin, sort by price, location and user reviews.</p>	
<p><b><a href="#">Hotels in Ireland</a></b> <a href="#">www.example.com</a> Compare prices of 1000s of hotels all over Ireland!</p>	

AdChoices 

## Anuncios gráficos



# Anuncios gráficos

- Puedes activar o desactivar la opción de anuncios gráficos.
- Los anuncios de texto suelen funcionar mejor, pero no en todos los casos.
- Poner el anuncio cerca de una foto funciona bien, pero fue tan abusada que Google empezó a crear normas en su contra. Puedes hacerlo mientras no lo acerques demasiado.

# ¿Cuántos pongo?

- Puedes poner hasta 3 bloques de anuncios y 3 de AdLinks en la misma página.
- A veces menos es más.
- Puede que el 1º, 2º y 3º anunciante pague más y el resto una miseria. No merece la pena saturar la página para no ganar.
- Lo importante es tener el primer bloque donde la gente más pincha.
- Pon encima y debajo del artículo, si quieres ser más discreto, pon el de arriba más pequeño.



# Los bloques que generan más ingresos

## Los bloques de anuncios de AdSense que generan más ingresos

Bloque de 728 x 90, "skyscraper horizontal"  
No se muestra correctamente en celulares y tabletas, solo en una PC o Laptop



A horizontal skyscraper ad for iSafe. On the left is a shield icon with a cross and the text "iSafe Herramienta de eliminación de virus". In the center, it says "Completamente **gratis** ▶ **One-Click** para quitar Varios Virus." On the right is a red button with white text "Gratis & Intentar" and a downward arrow. A small "i" icon is in the top right corner. Below the button is a "CNET" logo with a 5-star rating.

Bloque de 336 x 280  
"rectángulo grande"



A vertical rectangular ad for Ala liquid detergent. It features a blue bottle of detergent on the right. Text on the left includes "Nuevo", "ala líquido", "LA MARCA N°1\* TRAE UN LÍQUIDO IMBATIBLE\*\*", and "CONOCELO ACÁ". At the bottom, there is a small disclaimer in Spanish.

Bloque de 300 x 250  
"rectángulo mediano"

El ideal para cualquier tamaño de pantalla



A rectangular ad for a boat. The top text says "Precio Excepcional, Gran Ocasión." Below is a photo of a white boat on a lift. At the bottom, it says "RIVIERA 43 FLY" and "Infórmate" with a right-pointing arrow. A small "i" icon is in the top right corner.

Bloque de enlace de 200 x 90

Utilizado en nuestro sitio  
por su compatibilidad  
y adaptabilidad

Anuncios Google

- ▶ [Para pareja](#)
- ▶ [Frases bonitas de amor](#)
- ▶ [Frases para o Facebook](#)

norfipc.com

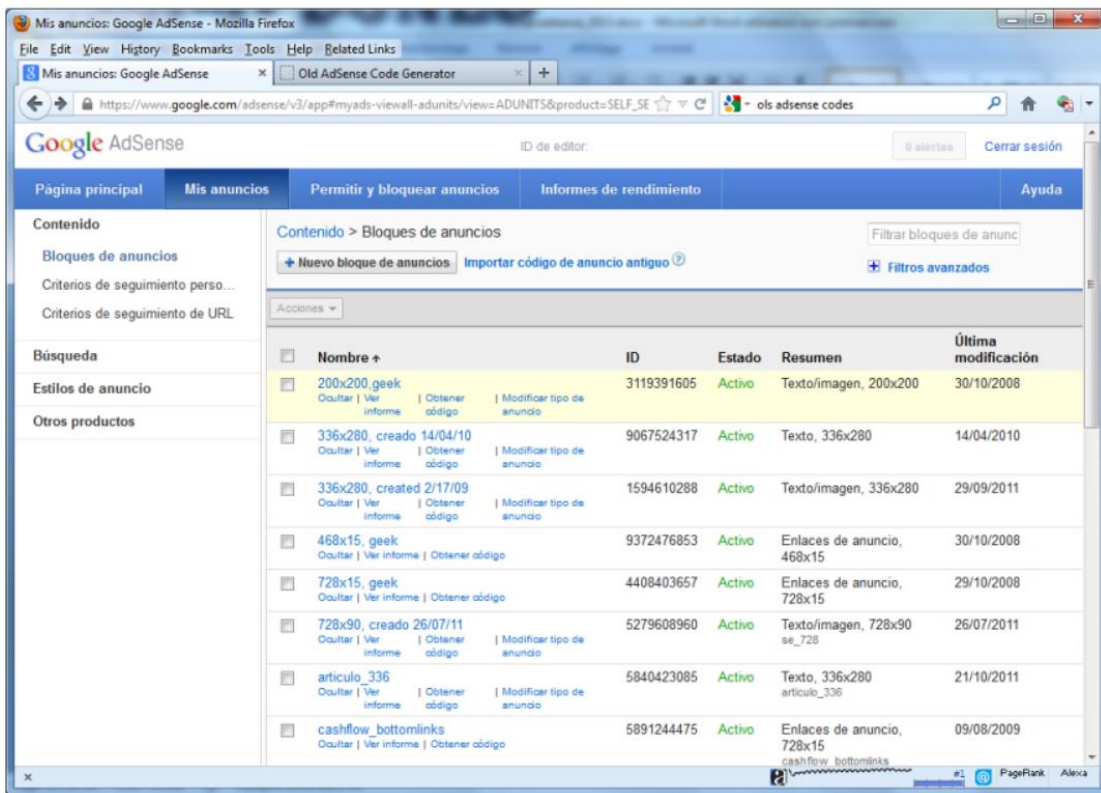
# ¿Cómo gestionar los anuncios? 1

- Para crear un anuncio:
  - Mis anuncios → Nuevo bloque de anuncios.
  - Nombre del anuncio.
  - Tamaño y tipografía.
  - Puedes incluir anuncios de reserva, por si no apareciera ninguno (muy improbable)
  - Crear criterio de seguimiento personalizado nuevo.
  - Seleccionar estilo de anuncio.
  - Enviar y obtener el código.
  - Lo copias y lo pegas en tu web.

The screenshot shows the Google AdSense interface for creating a new ad block. The navigation bar includes 'Página principal', 'Mis anuncios', 'Permitir y bloquear anuncios', 'Informes de rendimiento', and 'Ayuda'. The main content area is titled 'Contenido > Crear bloque de anuncios nuevo'. It features several configuration options: 'Nombre' (empty text field), 'Tamaño del anuncio' (728 x 90: skyscraper horizontal), 'Tipo de anuncio' (Anuncios de imagen estáticos y de texto/Rich Media), and 'Anuncios de reserva' (Mostrar espacio en blanco). Below these, there is a section for 'Criterios de seguimiento personalizados' with a list of criteria (e.g., articulo\_336, articulo\_728) and 'añadir' buttons. A search box is provided for finding criteria. The 'Estilo del anuncio' section offers 'Seleccionar estilo de anuncio' and 'Utilizar configuración personalizada'. A preview area shows the ad code configuration, including 'Borde' (border) and 'URL' (008000). The interface also includes a 'Gestión anuncios' link and a footer with PageRank and Alexa logos.

# ¿Cómo gestionar los anuncios? 2

- Una vez creado un anuncio puedes modificarlo haciendo clic en su nombre en la lista de anuncios.
- No puedes cambiar el tamaño, para esto tendrás que crear uno nuevo.
- Una vez creado el anuncio tarda unos 10 minutos en salir.



The screenshot shows the Google AdSense interface for managing ads. The main content area displays a table of ads with the following columns: Nombre, ID, Estado, Resumen, and Última modificación. The first row is highlighted in yellow.

Nombre	ID	Estado	Resumen	Última modificación
200x200_geek	3119391605	Activo	Texto/imagen, 200x200	30/10/2008
336x280_creado 14/04/10	9067524317	Activo	Texto, 336x280	14/04/2010
336x280_created 2/17/09	1594610288	Activo	Texto/imagen, 336x280	29/09/2011
468x15_geek	9372476853	Activo	Enlaces de anuncio, 468x15	30/10/2008
728x15_geek	4408403657	Activo	Enlaces de anuncio, 728x15	29/10/2008
728x90_creado 26/07/11	5279608960	Activo	Texto/imagen, 728x90	26/07/2011
articulo_336	5840423085	Activo	Texto, 336x280	21/10/2011
cashflow_bottomlinks	5891244475	Activo	Enlaces de anuncio, 728x15	09/08/2009



# Estadísticas 1

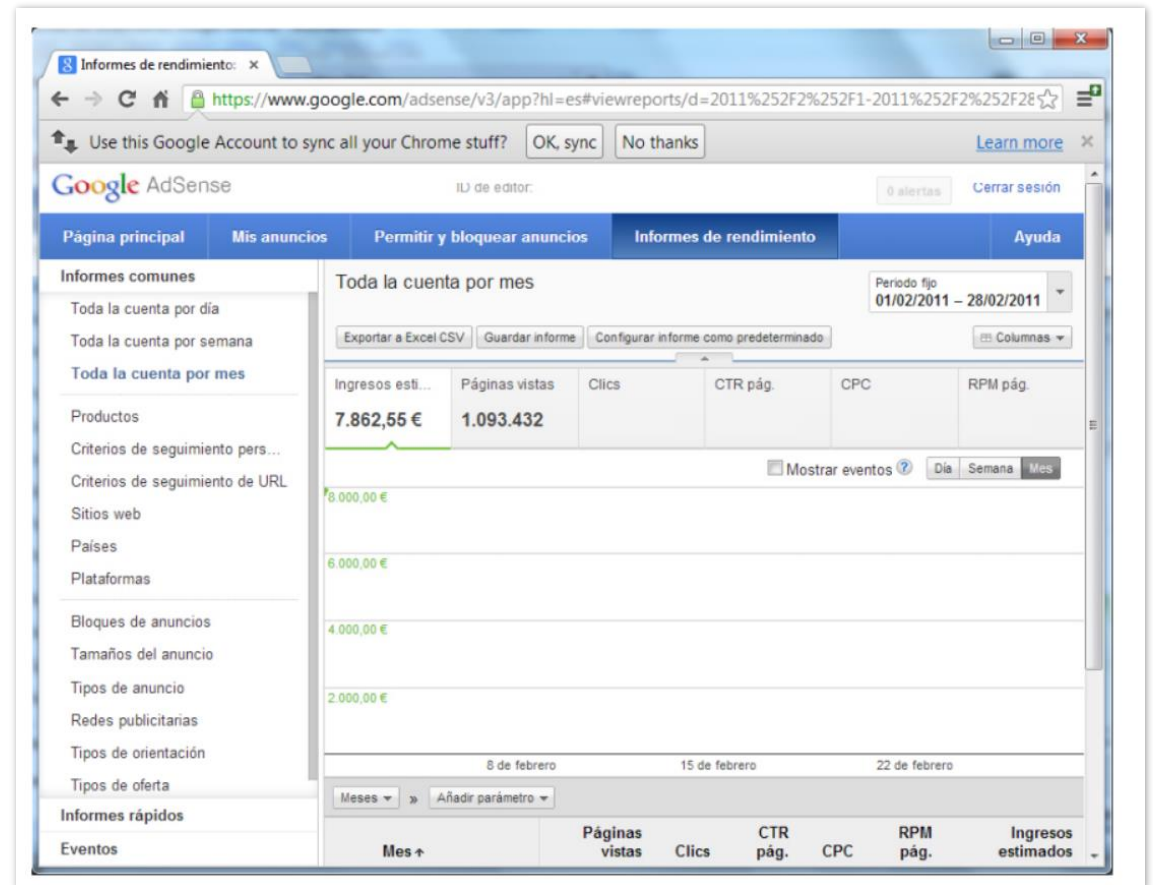
- **Impresiones por página.** El total de páginas visitadas por tus visitantes.
- **Clics.** El total de clics en los anuncios de AdSense.
- **CRT.** % de clics por impresión. Si un visitante ve 10 páginas y hace clic en 2 anuncios tendrás el 20%
- **Coste por clic.** La media de lo que te han pagado por cada clic.
- **RPM (eCPM).** El pago por 1000 impresiones. Es una forma de indicar cuánto cobras por cada página que ve un visitante.
  - $eCPM = (\text{ingresos} - \text{impresiones}) * 1000$

# Estadísticas 2

- **RPM** (eCPM). El pago por 1000 impresiones. Es una forma de indicar cuánto cobras por cada página que ve un visitante.
  - $eCPM = (\text{ingresos} - \text{impresiones}) * 1000$
  - Si tus visitantes han visto 1000 páginas y han pinchado en 8 anuncios por un total de 1,15 €, le eCPM es de 1,15 €
  - Mide la rentabilidad de tu tráfico.
  - Se puede aumentar con clics mejor pagados o un % de clic más alto, o las 2 cosas.

# Estadísticas 3

- **Ingresos estimados:** el total de ganancias que suman los clics que has recibido.
- Si muestras anuncios en tus vídeos de YouTube te sale otra cifra Ingresos Reales. No hay que hacer caso a esa cifra, tus ganancias son los estimados.



# Estadísticas 4

- **Toda la cuenta por día:** todos los ingresos juntos por día.
- Toda la cuenta por **semana**.
- Toda la cuenta por **mes**.
- **Productos:** Tipos de ingresos por separado.
- **Criterios de seguimiento personalizados:** Ingresos separados por bloques de anuncios.
- **Criterios de seguimiento de URL:** Ingresos por URL asignadas.
- **Sitios web:** te dice donde salen tus anuncios aunque no la hayas asignado URL. Es por si no te acuerdas!
- **Países** de donde viene el tráfico que hace clic.
- **Plataformas:** por ordenador, móvil y tableta.

# Estadísticas 5

- **Bloques de anuncios:** ingresos separados por anuncio.
- **Tamaños de anuncio:** ingresos por tamaño de anuncios.
- **Tipos de anuncio:** Ingresos por formato de anuncio.
- **Redes publicitarias:** Google y otras empresas.
- **Tipos de orientación:** contextual (relacionado con el contenido de tu página), basado en intereses (relacionado con contenidos que ha estado visitando) o ubicación.
- **Tipos de oferta:** Ingresos por clic o por 1000 impresiones.
- **Informes rápidos:** total de ingresos dependiendo del informe mostrado.
- **Eventos:** total de ingresos del periodo.

# Smart Pricing

- Valora tu página web con clics mejor o peor pagados dependiendo de como actúa el usuario después de pinchar en el anuncio.
- Depende de si el anunciante consigue el objetivo o no.
- No todos los anunciantes fijan objetivos en AdWords, no siempre se puede medir el Smart Pricing. En estos casos se acude al CTR.
- Una web mala, puede bajar los pagos de toda la cuenta de AdSense.

# Controlar anuncios

- No puedes decidir que anuncios te salen, lo que si que puedes hacer es ajustar algunas cosas en tus páginas para llamar a los que más te interesan:
  - **URL:** es lo primero que ve Google para enviar anuncios. Mete palabras clave relevantes para los anuncios que quieras recibir.
  - **Palabras clave:** Los <meta keywords> también pueden influir en los anuncios que te salen.
  - **Título**
  - **H1**
  - **Texto:** el más determinante es el que aparece justo antes o justo después.



# Section targeting

- Puedes añadir etiquetas “section targeting” para definir en que partes del texto de la página quieres que Google ponga más importancia. Funciona así:

```
<!--google_ad_section_start-->
```

Texto

```
<!--google_ad_section_end-->
```

- También puedes decirle que texto ignorar:

```
<!--google_ad_section_start(weight=ignore)-->
```

- Hagas lo que hagas no es muy preciso, sobre todo cuando tu web abarca muchos temas distintos.
- A veces simplemente no tiene anuncios relevantes para los contenidos que muestras.

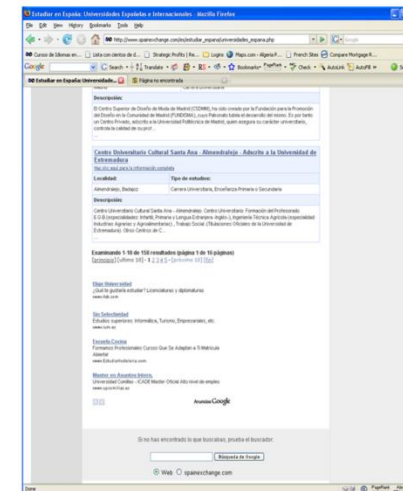


# Caja de búsqueda

- Podemos incluir una caja de búsqueda de Google que contenga anuncios de AdSense.
- Puede ser buena idea ponerla al final de la página como último recurso.

por encima de los bloques de anuncios.

A continuación puedes ver cómo pongo el buscador al final de la página para los que no hayan salido mediante los bloques de anuncios.



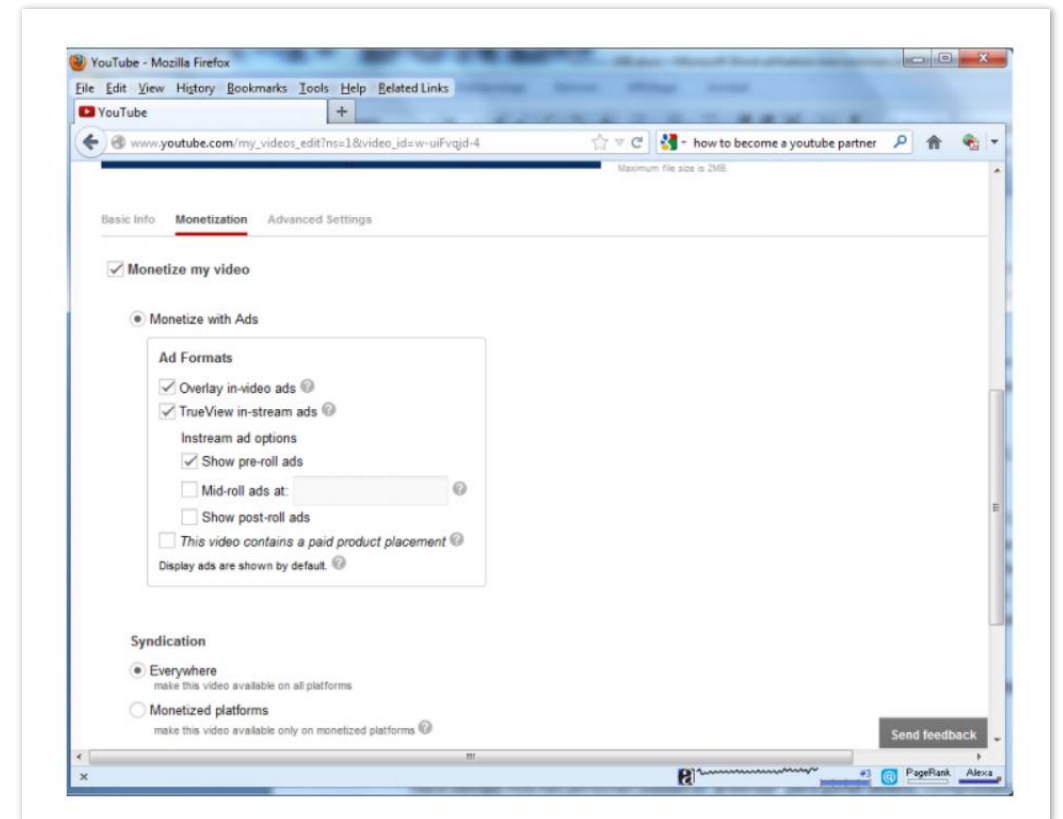
Feeds

# Feeds

- Sirve para que tus lectores puedan ver tus artículos desde su correo electrónico o lector de feeds.
- También tenemos opción de incluir anuncios en este formato.
- Para hacer esto tienes que pasar el feed a [Feedburner](#)

# Vídeos 1

- Puedes incluir anuncios en tus vídeos de YouTube sin necesidad de tener una web.
- El pago por clic en vídeo suele ser menor que en la web pero el CTR es mayor.
- Para mostrar anuncios tienes que ser un “socio”. No se exactamente cuantas, pero según parece es que cuando llegas a un cierto número de reproducciones te sale esta opción.



# Vídeo 2

- Cuando subes un vídeo tienes la opción de generar ingresos. Puedes escoger los tipos de anuncios:
  - Overlay: Muestra un anuncio encima del vídeo todo el tiempo.
  - In-Stream: Parecido a un anuncio de televisión. Sale al principio del vídeo en otra parte si así lo designas.

# ¿Cuánto puedo ganar?

- Es difícil saber quien gana cuanto.
- Hay casos de éxito como ya hemos visto.
- Empieza con pequeños retos y ve subiendo.

# No te engañes

- Hay numerosos sitios en internet que ofrecen sistemas y oportunidades para ganar dinero con AdSense.
- **Programas Scraper:** son como robots que va por internet recogiendo trozos de texto de distintas páginas para crear una sola a base de textos copiados. Si te pillan te echan del programa.
- Igualmente vas a tener que promocionar las páginas en las redes sociales, así que si vas a perder tiempo, mejor con algo que valga la pena.
- Desconfía de todos los productos milagrosos.
- Ganar dinero con AdSense requiere tiempo, trabajo y persistencia. Aportando un servicio de calidad.

# Causas del fracaso 1

- **Poca acción:** El dinero de AsSense no cae del cielo. Hay que hacer grandes esfuerzos durante un periodo grande de tiempo.
- **Poca audiencia:** Si tu nicho está muy segmentado, es bueno para posicionarte como experto, pero puede ser malo para obtener muchas ganancias. No hables de Huesca, habla de España. No hables de MATRIX, habla del cine de ciencia ficción.
- **Poco tráfico:** Necesitas mucho. Si tienes poco tráfico puede ser por dos razones, o tienes poco contenido o no tienes enlaces entrantes de calidad y no tienes mucha actividad en redes. Debes estar activo diariamente en las redes durante un largo periodo de tiempo.

# Causas del fracaso 2

- **Anuncios mal posicionados.**
- **Tema no muy concreto:** cosas abstractas como Filosofía donde no hay un mercado claro de anunciantes. ○ temas tan dispares que no permiten a Google seleccionar anuncios relevantes.
- **Impaciencia:** es una tarea de años, los primeros 6 meses son los más difíciles.



# Español vs inglés

- En inglés hay mucha más competencia que en español para anunciarse, los pagos por clic son más altos en Inglés para casi todos los temas.
- Hacer las páginas en español facilita la continuidad de visitas y audiencia porque hay menos competencia entre las páginas.
  - **Español:** menos pago por clic pero mucho más tráfico.
  - **Inglés:** más pago por clic pero mucho menos tráfico.

# Cuentas canceladas

- Por mucho que Google deje claro que está prohibido pinchar en tus propios anuncios, hay gente que sigue haciéndolo.
- Hay quien afirma que es inocente, Google canceló su cuenta y no ha cobrado.
- Por lo general solo cancelan nuevas cuentas bajo sospecha. Si llevas varios meses puedes sentirte seguro.
- Si se diera el caso, hay un [formulario](#) para proclamar tu inocencia y seguramente te la devolverán.

# Cómo analizar anuncios

Monitoriza si tu trabajo está dando frutos.

# Criterio de AdSense

## Bien

Todocine.com

Todocine.com/**comedias**/...

Todocine.com/**terror**/...

Todocine.com/**acción**/...

Todocine.com/**directores**/...

Todocine.com/**oscar**s/...

## Mal

Todocine.com/**articulo**/1

Todocine.com/**articulo**/2

Todocine.com/**articulo**/3

Todocine.com/**articulo**/4

Todocine.com/**articulo**/5

Todocine.com/**articulo**/6

# Google Analytics

- AdSense y Analytics se integran perfectamente.
- Te da información sobre las visitas de tu página: visitas nuevas/recurrentes, promedio de tiempo en el sitio, lugares, objetivos, que páginas ven...
- En Analytics hay una sección dedicada a AdSense.

# Retorno sobre la inversión

- Mide tu inversión en tiempo y dinero.
- Espera 6 meses para medir la rentabilidad de un contenido.

# Cómo obtener ingresos de tu página de otras formas

Hay otras formas además de AdSense

# Vender enlaces o anuncios de texto

- Los nichos más competitivos en este sentido son los de productos caros. Como finanzas o seguros.
- Te pagarán según tu PageRank o Alexa Rank.
- Empresas que compran enlaces:
  - <http://www.textlinkbrokers.com/>
  - <http://www.matomyseo.com/>



# Poner anuncios de pago por CPM

- CPM = a cantidad de dinero que ganas por 1000 visitas.
- Pueden contratarte el espacio solo por el número de visitas que tienes.
- Producen desconfianza porque pueden tener cosas que no pueden anunciarse en Google y no suelen encajar bien con ningún tema. Cosas como descargas y porno.
- Empresas que alquilan espacios por CPM:
  - <http://www.conversantmedia.com/>
  - <http://www.impresionesweb.com/index.php?op=.&data=>

# Banners y anunciantes propios

- Si tienes unas 1000 visitas al día puedes plantearte salir en busca de tus propios patrocinadores.
- El trato directo puede aumentar las ganancias para ti y bajar el costo al anunciante.

# Artículos patrocinados

- Cobrar por escribir artículos sobre productos o servicios de empresas.

# Programas de afiliados

- También puedes incluirte en un programa de afiliados y que te paguen por el contenido.
- Gestores de afiliados en español:
  - <http://www.tradedoubler.com/es-es/>
  - <http://www.netfilia.com/>

# Hacer crecer tu negocio

Lo que separa a los pequeñitos de los grandes.

# Mentalidad emprendedora

- **Orientado a la acción:** hay que ser el más activo y el más rápido tomando acciones para llevar a cabo ideas y proyectos. Habla sobre lo que lograste no sobre lo que vas a hacer.
- **Iniciativa:** no te va a decir nadie lo que tienes que hacer.
- **Compromiso:** eres flexible pero sin comprometer el objetivo.
- **Ética:** Trata a los demás como te gustaría que te trataran.
- **Disciplina financiera:** controla los gastos.
- **Productividad:** gestión eficaz del tiempo.
- **Realismo:** básate en hechos reales.
- **Aportar valor:** distínguese de los demás.

# Poner el dinero a trabajar

- Las bases fundamentales de un negocio de AdSense son:
  - Contenidos.
  - Seo/Social Media.
  - Programación.
  - Diseño.
- Invierte en ellas en cuanto puedas.

# Formar un equipo

- Por ejemplo:
  - 1 recolector de datos a jornada completa.
  - 1 escritor a jornada completa.
  - 2 gestores de redes sociales y enlaces.
  - 1 programador a tiempo parcial.
  - 1 diseñador freelance.



# Tu sistema



# Gestión virtual del trabajo

- Google también te permite hacer esto con Drive.
- Muy interesante la opción del teletrabajo en este tipo de negocio.

# ¿Cómo evaluar el progreso de tu proyecto?

¿Cómo saber si lo estas haciendo bien?

# Expectativas razonables

- En 3 meses: 50 visitantes diarios.
- En 6: 200 visitantes al día,
- Al cabo de 1 año: 800.
- Al cabo de 2: 2000.

# Síntomas de enfermedad

- **Poco tráfico de Google:** no hay suficiente contenido. No es de buena calidad. Tienes demasiada competencia, pocos enlaces...
- **Poco tráfico de redes:** no pones enlaces a tu web, no tienes bastantes seguidores, no publicas con frecuencia, no es interesante para tus seguidores...

# Conclusión

- Ya tienes la información que necesitas para generar ingresos con tu página web.
- Recuerda que el conocimiento no sirve si no hay acción por tu parte.
- No hay nadie más listo que tu, pero puede que si más atrevida o que pongan las cosas en movimiento.
- El comienzo siempre es lento y es la parte más difícil.

# Te deseo mucha suerte!



Envíame la foto con tu primer cheque a [jara.alvira@gmail.com](mailto:jara.alvira@gmail.com)

Etiquétame en Facebook

Mencióname en twitter @jaralvira

Hazlo como quieras, pero cuéntamelo!

