

Los Secretos de Google AdSense

lo que Google no le ha explicado sobre cómo ganar más con AdSense



Edición 2005

Descubra cómo:

1. Conseguir que se disparen sus porcentajes de clics
2. Incrementar las ganancias por clic mediante un contenido optimizado
3. Encontrar ingresos ocultos gracias a unas herramientas de seguimiento avanzadas

De Joel Comm Dr. AdSense

© Joel Comm/InfoMedia, Inc.
Reservados todos los derechos universalmente

Traducido y Adaptado al Español por
Gaëlle Many y Javier Buckenmeyer

No se permite en ningún caso compartir o transmitir
a terceros la información contenida en este libro.

Nota para el lector:

Este libro ha sido escrito originalmente en inglés. Esto significa que los productos, las herramientas y los ejemplos presentados aquí suelen estar disponibles en inglés sólo.

En esta primera edición, hemos traducido el libro tal y como está. Cuando ha sido posible, hemos adaptado la información y los enlaces para un público hispanohablante. Presentamos sin embargo los productos, herramientas o ejemplos que no ha sido posible adaptar para que usted pueda inspirarse de ellos o incluso utilizarlos si tiene conocimientos de inglés. Si desea traducir algunos de esos recursos externos puede utilizar esta herramienta:

http://www.google.com/language_tools?hl=es.



ÍNDICE

Capítulo	Tema	Página
0	<u>¿Cómo Utilizar Este Libro?</u>	5
1	<u>¿Cómo Ganar (Más) Dinero Con Google Adsense?</u>	8
2	<u>Empezar Con Google Adsense: Facilísimo</u>	12
3	<u>¿Cómo Ajustar Sus Anuncios Para Que Sus Internautas Hagan Clic?</u>	19
4	<u>Utilizar Colores Para Aumentar Sus Clics</u>	23
5	<u>¿Cómo Maximizar La Visibilidad Y Conseguir Que Sus Internautas Hagan Clic?</u>	32
6	<u>Controlar Los Anuncios</u>	43
7	<u>Retener a Los Visitantes Inconstantes Con La Caja de Búsqueda De Google</u>	49
8	<u>Crear Contenido</u>	55
9	<u>El Análisis Del Comportamiento De Sus Visitantes: Su Mina De Oro AdSense</u>	66



10	<u>¿Cómo Hacer Funcionar AdSense Con Comunidades De Internet?</u>	84
11	<u>¿Cómo Conocer A Fondo A Sus Visitantes?</u>	89
12	<u>Lo Que Cabe Hacer Antes De Apuntarse A Google AdSense</u>	94
13	<u>Recursos Recomendados: Pruebe Estas Herramientas e Instrumentos de AdSense (¡Algunos Son GRATUITOS!)</u>	101
14	<u>No Pierda De Vista Lo Que Le Funciona (Y Lo Que No Le Funciona)</u>	105
15	<u>Otros Programas De Pago Por Clic</u>	111
16	<u>Conseguir Tráfico A Su Sitio Web</u>	114
17	<u>Optimización Para Los Buscadores</u>	119
18	<u>Estudios De Caso</u>	132
	<u>Conclusión</u>	132
	<u>Información Legal</u>	135



Estimado/a Lector/a...

Gracias por comprar esta segunda edición ampliada de " Lo que Google no le ha explicado sobre cómo ganar más con AdSense: 3 Pasos hacia Más Ganancias de AdSense"!

Al escribir este libro avanzado sobre Google AdSense, he supuesto que usted, el lector o la lectora, ya tiene conocimientos básicos sobre AdSense.

¡Que esto no le asuste!, pues es un libro bastante fácil de entender. Sin embargo, en caso de que sólo esté empezando con AdSense, le podrá resultar útil visitar las [Páginas de Asistencia de Google AdSense](#) o consultar su [Glosario](#) online.

He intentado escribir un libro conciso y enfocar la atención sobre el objetivo de incrementar sus ganancias de AdSense. En este libro encontrará soluciones prácticas a muchos asuntos y retos con los que se suelen enfrentar los editores de contenido cuando tratan de **atraer a su público objetivo, mejorar la relevancia del contenido e incitar a sus visitantes a que hagan clic en los anuncios de AdSense**. Las soluciones propuestas son técnicas legales y fáciles de implementar que han funcionado para mí así como para otras muchas personas.

Sea cual sea la naturaleza de su sitio Web y su contenido, encontrará maneras prácticas de incrementar sus ganancias de AdSense.

A lo largo de las páginas de este libro, le enseñaré las mismísimas técnicas que he utilizado yo para MULTIPLICAR POR DIEZ mis ganancias de AdSense, icasi de la noche a la mañana! Son técnicas que puede aplicar usted y con las que podrá apreciar verdaderos resultados.

Si contaba con un libro grueso del tipo "AdSense para Torpes" con capítulos enteros dedicados a "¿Qué es AdSense?" o "Breve historia de la publicidad contextual", este libro delgado le sorprenderá. Pero hay una razón para ello. Y la razón es que no quiero confundirle antes de llegar a las partes verdaderamente sustanciales. Revelaré, por primera vez, mis técnicas comprobadas para que aprenda paso a paso a aumentar sus porcentajes de clics en el marco de AdSense.



¿No es esa la verdadera razón por la que ha comprado este libro?

Entonces, no quedará decepcionado.

No quiero esconder estos granos de sabiduría debajo de capas de nimiedades que se pueden leer gratis en Internet. De hecho, si quiere dar un repaso a los conocimientos básicos sobre AdSense, no hay nada mejor que la guía propuesta por el mismo Google y disponible [aquí](#).

A lo mejor querrá imprimirlo y tenerlo a mano. Consúltelo a menudo, o en caso de dudas. ¡Por qué pagar por información gratuita! ¡Encuentre la información básica en las páginas de Google directamente!

Sin embargo, esto no significa que no haya nada en este libro para ayudar a los principiantes. En esta edición revisada, he añadido al principio una sección corta para los que sólo están empezando con AdSense. Si no tiene sitio Web, le diré cómo construir uno, ponerlo en línea y empezar a ganar dinero con AdSense rápidamente. Si ya tiene un sitio Web y usa AdSense pero desea saber cómo utilizarlo para ganar muchísimo más dinero, puede pasar por alto esas páginas y ¡enfascarse en el oro! Es que instalar Google AdSense es la parte sencilla. La parte más complicada consiste en conseguir mucho dinero con AdSense. ¡Y allí es donde resulta útil este libro!

Los lectores de mi primera edición me envían emails con frecuencia para hacerme preguntas como “¿Dónde se puede encontrar contenido gratis?”, “¿Cómo puedo optimizar mis sitios Web para los buscadores?” o “¿Cómo conseguir tráfico a mi sitio?”. Por consiguiente, la edición ampliada contiene capítulos sobre la optimización para motores de búsqueda, la consecución de tráfico, la redacción de contenido, los formatos de anuncios y otras muchas técnicas útiles que podrá implementar y cuyos resultados notará en su monedero enseguida.

Le aseguro que encontrará aquí revelaciones que no podrá encontrar en ningún otro sitio. Mi experiencia con AdSense, desde el período lento en que ganaba tan sólo \$3 al día hasta conseguir \$600 al día y que AdSense me pueda pagar la hipoteca, el préstamo coche, la suscripción a la televisión por cable y muchísimas más cosas, me ha enseñado mucho sobre cómo hacer mis sitios Web más rentables.

Cada página rebosa de consejos sobre AdSense, trucos y estrategias comprobadas que son difíciles encontrar en otro sitio y que recogí de





editores exitosos que aceptaron compartir conmigo sus ideas para ganar dinero.

iLea! iAplique! iY no olvide relatar sus resultados!

Puede escribirme en inglés a joel.comm@adsense-secrets.com o contactar con mi socio y traductor (en inglés o en español) a javier@buckenmeyer.com.

En el ámbito de la publicidad contextual, cuya evolución es rápida, los problemas a los que se enfrente usted así como sus resultados concretos contribuirán a la actualización de ediciones futuras y mantendrán su utilidad. ¡Aprecio sus aportaciones!

Por mayores beneficios con AdSense,

Cordialmente,

Joel Comm



Capítulo Uno

¿Cómo Ganar Más Dinero Con Google AdSense?

Google quiere una parte de su tráfico y iestá dispuesto a pagar mucho por él!

Para los que se quejan de tener mucho tráfico a su sitio y sin embargo realizar pocas ventas, no hay mejor que AdSense para sacar provecho de estos visitantes que usted tuvo tanta dificultad para atraer.

¡AdSense es muy fácil!

No hace falta instalar ningún software complicado, ni buscar afiliados. Tampoco hace falta comprar nada y ni siquiera tener una cuenta corriente. Entonces...

¿Por qué no lo utiliza todo el mundo? Y aún más importante, ¿por qué no le saca todo el mundo el mayor provecho?

Es "Dinero Escondido"

"Ver para creer", dicen. La mayoría de los Webmasters están obsesionados con comprobar varias veces al día cuántos visitantes han llegado a su sitio, cuáles son sus porcentajes de clics así como el importe de sus ganancias. Les encanta ver lo que hay, pero muchas veces se pierden lo que puede haber.

AdSense no le deja controlar qué anuncios serán suministrados, ni la manera en que se turnan, ni tampoco el valor de cada clic. Eso es bueno pues son ingresos por los que no hay que hacer nada. (Sí que AdSense le deja algo de control sin embargo y le explicaré en este libro cómo utilizar dicho control.)

Pero muchos Webmasters siguen pensando que una vez que han pegado el código de AdSense en su sitio, ya no hay nada que hacer sino esperar y mirar.

Y sin embargo, la realidad es muy diferente! Google le deja mucho control sobre sus anuncios, y en particular los elementos visuales y gráficos. Si ajustara dichos elementos para su beneficio, podría fácilmente (en unos minutos) multiplicar sus porcentajes de clics desmesuradamente.



Mis Experimentos con AdSense

Me apunté a AdSense en junio del 2003 y empecé con poner anuncios en unas pocas páginas.

Al final del día, había producido varios miles de impresiones de anuncios AdSense, con las que gané la bonita suma de ... \$3 en neto. Nada espectacular.

Aunque no le atribuí mucho potencial a ese primer resultado, pensé que tampoco pasaría nada si pusiera código AdSense en más páginas. Después de un par de meses, multipiqué por 25 el número de impresiones, y sin embargo nadie hacía clic en los anuncios. En ese período fue cuando alcancé mi nivel más bajo como editor Web. Mis porcentajes por clics estaban tan bajos que necesitaba miles de visitantes para ganar \$30 al día.

En ese momento me di cuenta de que algo tenía que cambiar, y ¡lo iba a cambiar yo!

Sólo fue en abril del 2004 (diez meses después de apuntarme a AdSense) cuando abrí los ojos a todo lo que había perdido en todo ese tiempo. Fue una de esas revelaciones que me dio la sensación de que me acababa de caer en la cabeza una manzana igual que a Newton. Así que me puse enseguida a probar varios colores y colocaciones para mis anuncios Google con el fin de averiguar si mis suposiciones tenían sentido.

¡Los resultados fueron rápidos y fantásticos!

Apliqué los ajustes sencillos de los que trata ahora este libro y conseguí triplicar mi porcentaje de clics mientras mis ingresos ascendieron a \$600 AL DÍA! Todavía recuerdo aquel día mágico del mes de abril del 2004, y desde entonces no he vuelto a mirar atrás.

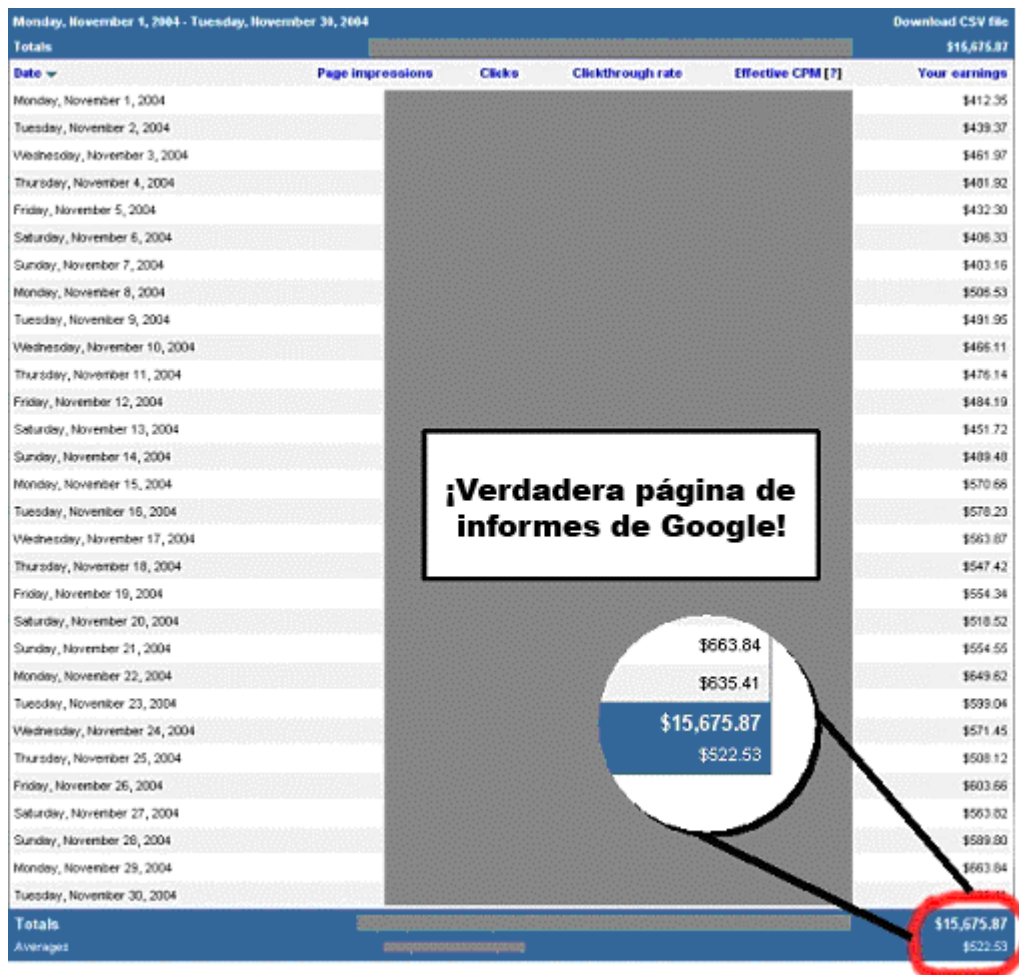
Desde mis primeros pasos como "desconocido AdSense" hasta hacerme un experto importante en el tema (a tal punto que ya ni me sorprenden ganancias mensuales de cinco cifras...), he recorrido un camino accidentado que me ha enseñado mucho.



¡La gran máquina de AdSense funciona a base de pequeñas cosas!

Es fácil exaltarse cuando se gana tanto dinero. Pero nunca pierdo de vista las pequeñas cosas que generan mucho dinero con AdSense.

Cada socio de AdSense (sea grande o pequeño) sabe que al final del día, todo se reduce a una sola cosa: ¡las estadísticas! Puede que sus estadísticas no sean impresionantes al principio pero acostúmbrese a analizarlas a fondo. En cuanto empiece a entender esas "pequeñas cifras"... ¡los grandes cheques seguirán!



Monday, November 1, 2004 - Tuesday, November 30, 2004					
Totals					Download CSV file
					\$15,675.87
Date	Page impressions	Clicks	Clickthrough rate	Effective CPM [7]	Your earnings
Monday, November 1, 2004					\$412.95
Tuesday, November 2, 2004					\$439.37
Wednesday, November 3, 2004					\$461.97
Thursday, November 4, 2004					\$401.82
Friday, November 5, 2004					\$432.30
Saturday, November 6, 2004					\$406.33
Sunday, November 7, 2004					\$403.16
Monday, November 8, 2004					\$506.53
Tuesday, November 9, 2004					\$491.95
Wednesday, November 10, 2004					\$466.11
Thursday, November 11, 2004					\$476.14
Friday, November 12, 2004					\$484.19
Saturday, November 13, 2004					\$451.72
Sunday, November 14, 2004					\$409.40
Monday, November 15, 2004					\$570.66
Tuesday, November 16, 2004					\$578.23
Wednesday, November 17, 2004					\$563.87
Thursday, November 18, 2004					\$547.42
Friday, November 19, 2004					\$554.34
Saturday, November 20, 2004					\$518.52
Sunday, November 21, 2004					\$554.55
Monday, November 22, 2004					\$649.62
Tuesday, November 23, 2004					\$599.04
Wednesday, November 24, 2004					\$571.45
Thursday, November 25, 2004					\$508.12
Friday, November 26, 2004					\$603.66
Saturday, November 27, 2004					\$563.82
Sunday, November 28, 2004					\$589.80
Monday, November 29, 2004					\$663.84
Tuesday, November 30, 2004					\$663.84
Totals					\$15,675.87
Averages					\$522.53

Fig. 1.1 Las estadísticas son el santo grial del marketing en Internet. Ésta es una verdadera impresión de pantalla de un sitio de estadísticas mía reciente. Se pueden ver mis ganancias diarias, pero detalles específicos como el CPM y el porcentaje de clics han sido escondidos para acatar las condiciones de uso establecidas por Google.



¡Me ha tocado el gordo de AdSense!

Como ya dije, hoy en día mis ganancias de AdSense pagan mi préstamo coche, mi hipoteca, mis facturas de televisión por cable y cubren otros muchos gastos.

¿No se muere por saber...?

QUÉ es lo que le hice a AdSense (y a mi sitio Web) para que se volviera, de la noche a la mañana, una gallina de los huevos de oro superproductiva?

Y aún más importante, ¿qué puede hacer USTED para que se disparen sus ganancias de AdSense en seguida?

Lo que le aconsejo es muy sencillo...

No sea pasivo en cuanto a sus ganancias de AdSense. ¡Trabaje para aumentarlas! Pero antes de probar cualquier nueva idea genial que haya descubierto en algún foro en Internet, compruebe los [Términos y Condiciones](#) de Google. Ciertos editores Web han perdido para siempre sus cheques gordos de AdSense sólo por descuidar lo que es fundamental para sobrevivir en el mundo de AdSense: sus normas.

Me gusta respetar las reglas. Por lo tanto me aseguré de que mis consejos y ajustes en cuanto a AdSense fueran legales antes de incluirlos en este libro. Gano tanto dinero con AdSense que no tengo ningunas ganas de infringir las reglas y correr el riesgo de que me cierren mi cuenta AdSense de por vida.

AdSense es la gallina de los huevos de oro de muchos propietarios de sitios Web así que más vale cuidar de ella. ¡No la mate en un acceso de locura para conseguir ingresos más altos!



2. Empezar Con Google AdSense

2.1 Lo Básico: Construir Su Sitio

Después de la publicación de la última edición de este libro, mucha gente empezó a preguntarme cómo podía ganar dinero con AdSense. Siempre me alegro de poder ayudar a la gente para que saque el mayor provecho de Google pero la mayoría ni siquiera tenía un sitio Web!

Es un hecho: para ganar dinero con AdSense, hace falta un sitio Web. No hay otra forma. La buena noticia es que nunca ha sido más fácil crear un sitio Web desde cero y utilizarlo para generar verdaderos ingresos.

A continuación haré una breve introducción sobre la creación de un sitio Web desde el principio al fin. Se puede encontrar mucha más información en Internet y le diré dónde mirar. Si ya tiene un sitio en funcionamiento, puede pasar por alto esta parte y empezar directamente por la sección 2.10 que trata de la manera de mejorar sus ganancias de AdSense.

2.2 Nombrar Su Sitio

Lo primero que a su sitio le hace falta es un nombre. Es más fácil decirlo que hacerlo. La mayoría de las mejores palabras del diccionario ya han sido compradas por promotores para sus sitios o por especuladores que las ofrecen a precios muy altos.

Pero tampoco significa que no es posible crear un buen nombre y comprarlo barato. El vincular dos palabras con un guión puede funcionar muy bien (como por ejemplo <http://www.AdSense-tools.com>) y muchísimos buenos nombres están disponibles si usted está dispuesto a utilizar extensiones como .net, .biz etc. antes que .com.

La primera etapa consiste en registrar un dominio y suscribir un plan de alojamiento Web. Uno de mis sitios favoritos para hacerlo es [Globat](#). Proponen ofertas especiales muy a menudo, tales como alojamiento gratis o a precio reducido durante un año. [Pulse aquí](#) para ver sus ofertas más recientes.



Otra opción es [Network Solutions](#). Ofrece un servicio práctico que le permite buscar y comprar nombres, pedir planes de alojamiento y aun dar su espacio Web a conocer a los motores de búsqueda. Le comunica si los nombres que le interesan están disponibles o no y además, si le compra uno, no le costará más de \$20 al año.

Si no encuentra ningún nombre que le guste y que no haya sido cogido ya, puede echar un vistazo a sitios como [moderndomains.com](#) y [bestnames.net](#). Son empresas que compran nombres de dominio y los revenden con ánimo de lucro. Es muy probable que encuentre buenos nombres allí pero le podrán costar entre \$50 y \$50 000. Antes de que se desprenda de un solo céntimo, piense en la ventaja que un buen nombre puede darle y pregúntese si no hay otra forma de conseguir un aumento en el tráfico a su sitio. Muchas veces, la hay. ¡Y recuerde que hace doce años nadie conocía Yahoo, ebay o Google!

2.2 Elegir Un Servicio De Alojamiento Web

Su sitio tiene que ser alojado en el servidor de una empresa de alojamiento Web. (No planeaba dejar a miles de personas que se conectasen a su ordenador cada hora, ¿verdad?) Para esto también existen muchas opciones diferentes según lo que necesita y el precio que está dispuesto a pagar.

En general, hace falta tener un espacio de unos 50 megabytes (ies lo suficiente para 100 páginas!), informe completo de sus estadísticas y sobre todo un servicio de 24 horas al día. Si su sitio no funciona correctamente, perderá dinero cada hora que no esté en línea. Si hay un problema con el servidor, hay que asegurarse de que lo arreglen enseguida.

Muchas veces con el alojamiento Web, se recibe la calidad por la que se ha pagado. Existen desde servicios "gratuitos" con los que el ahorro no compensará el dinero que le hagan perder hasta servidores dedicados de \$200 al mes. Veinte euros al mes es un precio razonable y [Globat](#) y [Network Solutions](#) ofrecen programas buenos.

2.3 Diseñar El Sitio

Se solía decir que cualquier persona podía crear un sitio Web. Era la verdad: cualquier persona que conociera HTML. Hoy en día, ni siquiera es necesario conocerlo. Existen programas como Microsoft FrontPage o NVU (es gratis y



se puede descargar en <http://www.nvu.com>) que le permiten crear sitios sin que tenga que saber las pestañas de sus tablas. O sea que si es capaz de utilizar Word, es capaz de crear un sitio Web.

Si lo desea, puede divertirse con los programas y diseñar el sitio usted mismo. Puede también contratar a un diseñador profesional que lo haga para usted.

Existen sitios de trabajadores freelance, como por ejemplo <http://www.elance.com> y <http://www.guru.com>, que son útiles para anunciarse y donde podrá pedir presupuestos a los diseñadores y elegir la mejor relación calidad/precio. No dude en consultar los portafolios de los diseñadores que le interesan así como los comentarios de las personas que ya han recurrido a sus servicios pues los precios bajos suelen serlo por un buen motivo.

2.4 Crear Contenido

En el [capítulo 8](#), cuento con detalles cómo fabricar contenido y optimizar sus textos para atraer tráfico y maximizar sus ingresos de AdSense. Hay varias formas de hacerlo pero de momento, tenga presente que los anuncios que aparezcan en su sitio Web dependerán del contenido que ofrezca. Así es como funciona AdSense: los visitantes hacen clic en los anuncios si son relevantes.

Y por eso no vale la pena construir un sitio Web con el único objetivo de ganar dinero con anuncios cuyas palabras clave pagan mucho. A Google no le gusta y tampoco a los visitantes. Si su sitio no presenta un *verdadero* interés para sus visitantes, no conseguirá tráfico con facilidad ni tampoco enlaces y clics en sus anuncios.

Pero sí que existen varias formas de crear contenido muy sencillamente para mejorar sus ingresos. Se lo diré todo en el capítulo 8.

También cabe recordar que Google no pone anuncios en ciertos tipos de sitios así que, si pensaba crear un sitio Web de casino en Internet e iba a trufarla con anuncios AdSense, olvídense ya, no funcionará.

Si cabe la más mínima posibilidad que el contenido pueda ser polémico, es aconsejable que consulte los [Términos y Condiciones](#) antes de empezar con



el sitio para asegurarse de que no está prohibido. Le darán toda la información que tiene que conocer.

2.5 Optimización Para Los Buscadores

Por supuesto, una vez que tiene un sitio Web, hace falta darlo a conocer. Una de las maneras más importantes de hacerlo es el conseguir una alta clasificación en un buscador.

Existen muchísimos buscadores pero solo tres de ellos son realmente importantes: Google, Yahoo! y MSN. En el [capítulo 17](#), explicaré con detalle cómo mejorar sus clasificaciones en los buscadores.

Si quiere tomar un atajo, puede pasar por empresas (las hay muchas) que se dedican a incluir sitios en los buscadores. Incluso optimizarán su sitio para posicionarlo lo más alto posible. [Submit Express](#) ofrece un servicio gratuito que le pueda resultar útil.

2.6 Enlaces

Su clasificación en los buscadores dependerá de varios factores. Uno de ellos es el número de sitios que tienen un enlace al suyo. En cuanto a Google, si muchos sitios que tratan de maquetas ponen un enlace a su sitio de maquetas, demuestra que la gente aficionada a las maquetas considera que su sitio es bueno. Por eso a Google le interesará proponerlo a los internautas en busca de maquetas; lo que a usted le traerá mucho tráfico gratis.

Una vez que tenga un sitio Web en funcionamiento, tendrá que convencer a otros sitios de que pongan un enlace hacia él. Puede proponer un intercambio de enlaces e incluso crear una sección especial que contenga enlaces recomendados para tener un espacio donde ponerlos.

Existe una gama de otros servicios y estrategias que se pueden utilizar y de los que trata el [capítulo 17](#).

2.7 AdSense — ¡Ganar El Dinero!

15



Una vez que haya hecho todo eso, estará listo para empezar a utilizar AdSense y sacar provecho de este sistema. El proceso de solicitud es muy sencillo y directo.

En primer lugar, tendrá que decirle a Google si usted representa a una empresa o si es un particular. Es una distinción importante pues le indicará a Google dónde se tiene que enviar el dinero. **(Suele ser mejor que se ingrese el dinero a su cuenta directamente dado que Google cobra los envíos de cheques por correo.)** También tendrá que decidir si quiere anuncios para contenido, para búsqueda o los dos. **(Es mejor recurrir a los anuncios por contenido pero le explicaré cómo sacar provecho de cada tipo.)**

Una vez que Google haya aprobado su solicitud, usted sólo tendrá que copiar y pegar unas líneas de código en su página y ¡ya está!

2.8 Política De Google

AdSense funciona. Lo sé porque tengo pruebas: las estadísticas, los cheques y el saldo bancario. Y todos los métodos que he utilizado para incrementar mis ganancias con AdSense son totalmente legales y de acuerdo con la política de Google.

Esto es importante. Es posible estafar a AdSense pero usted tendría que estar loco para intentarlo. Se puede ganar tanto dinero respetando las reglas establecidas por Google que sería pura locura correr el riesgo de estar excluido de AdSense por poner anuncios en sitios sin contenido o incentivar a los usuarios a que hagan clic en los anuncios.

Encontrará una descripción pormenorizada de lo que se puede y no se puede hacer en el marco de AdSense (principalmente lo que no se puede hacer) en <https://www.google.es/AdSense/policias>. Es aconsejable que preste particular atención a los siguientes temas:

Modificación de Código

Usted tiene que pegar el código tal cual en su página. ¡Y no hay que hacer nada más! Su cuenta AdSense le dejará jugar con los colores y las colocaciones (si consigue los ajustes correctos, sus ingresos se dispararán de verdad) así que ¿para qué molestarse con el código HTML de Google? No es necesario y podría costarle una exclusión de por vida.



Incentivos

Cuando los anuncios aparecen en su sitio, tiene que dejarlos tal y como están. Podría estar tentado de decir a sus usuarios que "hagan clic aquí" o apoyen a sus patrocinadores, pero si Google le pilla, podría excluirle. Google quiere que la gente haga clic porque le interesa el anuncio de verdad. Si elabora la estrategia correcta, es exactamente lo que hará la gente.

Contenido

Google es bastante selectivo sobre los sitios que pueden poner anuncios. No quieren que sus anunciantes se quejen de que sus servicios hayan sido promocionados en un sitio a favor del juego o que contenga blasfemias y tacos o que conste de más anuncios que contenido. Si su contenido no da la talla, necesitará un sitio que sí la dé.

Clics Prohibidos

Lo peor es la gente que hace clic en sus propios anuncios o crea programas que lo hacen en su lugar.

Lo más importante es que nada de todo esto es necesario. ¡Es fácil maximizar sus ingresos dentro de las normas!

2.10 ¡Facilísimo!

Lo esencial es que existen tres formas de aumentar sus ingresos de AdSense.

1. Ajustar los Anuncios

para que llamen más la atención de sus visitantes;

2. Optimizar su sitio Web


para que los anuncios apunten a su público objetivo (es lo que Google llama "segmentación por contenido");

Y el único método infalible para conseguir los dos puntos anteriores es el

3. Analizar el Comportamiento de sus Visitantes ante los Anuncios.

Si no sabe lo que funciona (y lo que no) en su intento por aumentar sus ganancias de AdSense... ¡está trabajando en valde!






Las herramientas de análisis adecuadas pueden revelar mucho sobre sus visitantes y aportar respuestas a preguntas fundamentales como por ejemplo **¿qué están buscando?** y **¿qué les incita a hacer clic?** Una vez que lo haya averiguado, ¡bingo! Estará en camino a muchísimas ganancias de AdSense.

Sin embargo, no es tan sencillo como parece. De serlo, no visitaría tanta gente el foro de AdSense para quejarse de no ganar bastante con este sistema.

No es que esta gente no haga nada al respecto. Sólo que no hacen lo correcto.

Le puedo asegurar que, desde que utilizo AdSense, mis ganancias han ido creciendo. Y las tuyas también irán aumentando siempre que aplique todas mis técnicas seriamente.



3. ¿Cómo Ajustar Sus Anuncios Para Que Sus Internautas Hagan Clic?

3.1 Formatos de los Anuncios: ¡"Decore" sus anuncios para que tengan éxito!

¿Cómo quiere sus anuncios? ¿Banners? ¿Skyscrapers? ¿Rectángulos? ¿Cuadrados? Y ¿en cuanto a los colores de los bordes y del fondo?

Las elecciones pueden ser abrumadoras. Por eso mucha gente prefiere conservar los ajustes por defecto de Google. ¡Gran error! Por mi experiencia, le puedo decir que equivale a cambiar un billete de cien euros por uno de diez.

Durante casi un año me conformé con tan sólo una décima parte de lo que habría podido ganar, simplemente por no querer molestarme con la apariencia y la colocación de mis anuncios.

Existen miles de combinaciones de formatos, colores y colocaciones de los anuncios en el sitio Web. Uno podría pasarse horas a diario probando cada combinación posible. Pero a usted no le gustaría hacerlo, ¿verdad?

Entonces, encontrará a continuación algunas reglas básicas con las que los porcentajes de clics de mis sitios más rentables se dispararon:

3.2 ¡Que no parezca un anuncio!

Los internautas no llegan a su sitio en busca de anuncios. Lo que quieren es contenido interesante.

Si resalta los anuncios con colores, imágenes o bordes llamativos, entonces se notará con facilidad que son anuncios. Y esto no es bueno pues los internautas precisamente se esfuerzan en evitarlos.

Ocurre lo mismo con los anuncios escondidos arriba, abajo o en alguna esquina de la página. ¡Es tan fácil ignorarlos!



Si quiere que los visitantes hagan clic, tiene que ajustar los anuncios para que den la impresión de formar parte del contenido.

Los internautas de hoy no prestan atención a los banners, les fastidian los pop-ups, les aburren los anuncios y no se fían de los concursos ni de los regalos. Entonces, ¿cómo puede ganar su confianza? Es muy sencillo: ¡que sus anuncios no parezcan anuncios!

A continuación encontrará algunas elecciones que hicieron subir mis porcentajes de clics a alturas increíbles:

3.3 Elija anuncios de texto en vez de anuncios gráficos

Un anuncio de texto presenta más ventajas que los anuncios gráficos:

- A. Con los ajustes adecuados en cuanto al formato, un anuncio de texto se mezcla con el contenido de su sitio. En cambio, un anuncio gráfico no le dejará tanta libertad con su apariencia pues lo único que se puede hacer es jugar con el tamaño y la colocación.
- B. Se pueden poner más anuncios de texto en el espacio que ocuparía un banner tradicional. Y a la gente le encanta poder elegir.
- C. Los anuncios de texto bien ajustados no producen la impresión de desorden de los banners.
- D. La gente odia los banners y huye de ellos nada más verlos. Muchas pruebas confirman que los internautas son mucho más receptivos a anuncios de texto relacionados con el contenido de los sitios.





Fig 3.1 Este banner se destaca del resto de la página, pero ¿harán clic en él los lectores? Dave Taylor, escritor exitoso especializado en la tecnología y socio de AdSense, defiende los anuncios de texto en un artículo disponible en <http://www.free-web-money.com/000449.html>. Se pueden leer más artículos suyos que tratan de AdSense en [esta página](#).

Para comparar los aspectos de los varios formatos de anuncios, lo mejor es referirse a la guía oficial de AdSense:
<https://www.Google.es/AdSense/adformats>

3.4 El Tamaño De Anuncios Que Mejor Funciona

Entonces, usará anuncios de texto y los ajustará de forma que no parezcan anuncios. También necesitará elegir un tamaño para sus anuncios. ¿Pero cuál?

336 x 280 – el Rectángulo Grande.



¿Por qué elegir el bloque de anuncios rectángulo grande? Simplemente porque es el que recibe más clics. Mis estudios demuestran que éste es el formato que más se parece a contenido verdadero que se añade a la página. Me he interesado por todos los formatos ofrecidos por Google pero éste es el que obtiene los mejores resultados siempre. Otras personas me han dicho exactamente lo mismo. ¡Es lo único que necesito saber!

El Segundo mejor formato es el 300 x 250 – El Rectángulo Mediano.

Este formato es muy útil cuando quiere tener dos bloques de anuncios uno al lado del otro. Caben perfectamente en la mayoría de las páginas.

También recomiendo el uso del “skyscraper ampliado” (de anuncios de texto exclusivamente) en el margen derecho de la pantalla conjuntamente con la triple armonía de la que hablo en el capítulo 4.

Si lo piensa bien, casi todos los que utilizan un ordenador son diestros (incluso los zurdos como yo que manejan el ratón con la mano derecha pues así nos enseñaron a utilizar un ratón.) Al poner los anuncios en el margen derecho se reduce la distancia “psicológica” entre la mano derecha y la pantalla.

En mi opinión, esta “proximidad” hace sentirse cómodo el usuario y por eso es más probable que haga clic en un enlace. Se siente más en control de su visita.

¡No se acerque al bloque de anuncios 468 x 60!

Una de las primeras cosas que hace la gente al apuntarse a AdSense es elegir un bloque de anuncios 468 x 60.

Gran error.

Tengo mi teoría al respecto. Es la misma teoría que explica por qué el bloque 468 x 60 block *no* obtiene clics.

Al poner anuncios en su sitio, la mayoría de los propietarios piensan que deben elegir el código que más se conforma a la publicidad Web tradicional. ¿Y cuál es? Pues sí, el 468 x 60, el omnipresente formato de banner que todos llegamos a conocer, adorar e... IGNORAR.



Todos conocemos el 468 x 60. Y por eso es tan bajo el porcentaje de clics que se consigue con este formato, incluso entre los anunciantes que utilizan imágenes en sus banners.

El bloque 468 x 60 grita "¡Oye! Soy un anuncio. Haga lo que haga, ¡no haga clic! De hecho, ¡debería alejarse de mí en cuanto antes!"

Aparte de unos pocos casos especiales, me ha parecido totalmente ineficaz el bloque de anuncios 468 x 60 así que recomiendo que lo ignore igual que lo ignoran sus visitantes.

4. Utilizar Colores Para Aumentar Sus Clics

4.1 Diseñe su sitio Web para poner énfasis en AdSense

Una vez asistí a un desfile en el que todos los modelos llevaban el mismo conjunto negro. ¿Aburrido? ¡Qué va! El desfile presentaba joyas de platino y los conjuntos habían sido diseñados para realzar las joyas en vez de distraer al público.

No hace falta que todas las páginas de su sitio Web sean idénticas (o negras). Pero es preciso que la apariencia de su sitio llame la atención sobre los anuncios y les presente tan atractivos y valiosos como las joyas de platino.

Muchos sitios Web muestran elementos gráficos llamativos que saltan a la vista, en general a costa de los bloques de anuncios de AdSense.

Si utiliza AdSense, seleccione juiciosamente las fuentes, sus tamaños, los colores, las imágenes, las tablas y los demás aspectos visuales de su sitio Web.

Llame la atención sutilmente sobre sus anuncios AdSense. ¡Que sean las estrellas de su espectáculo!



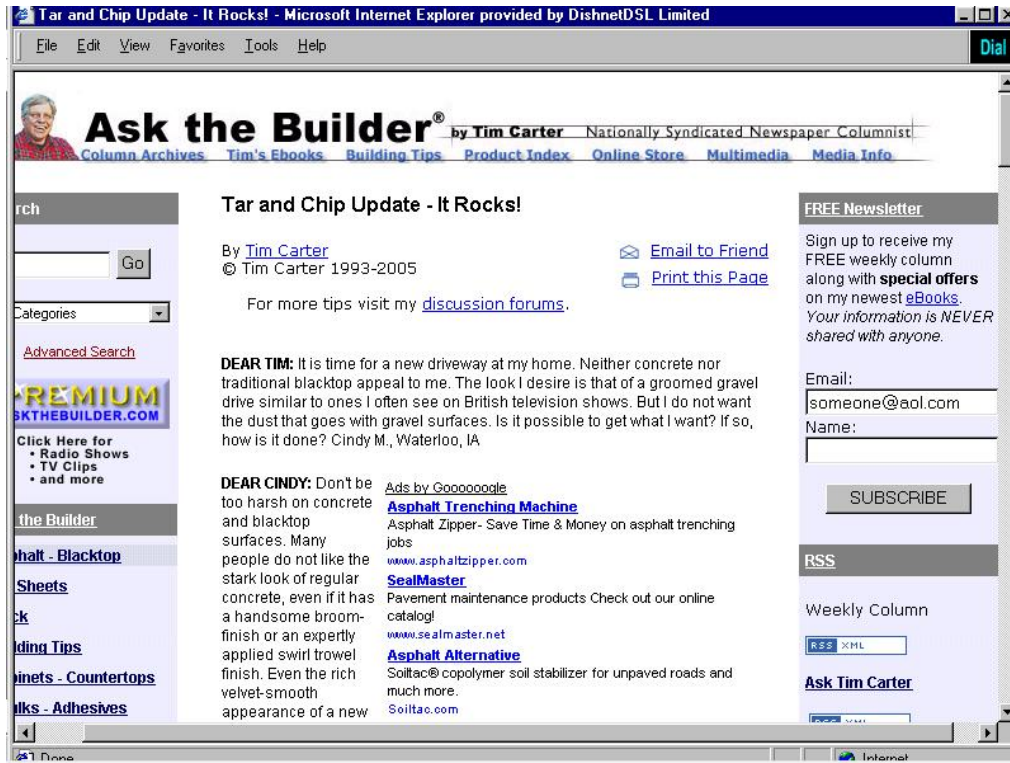


Fig. 4.1 En este sitio Web, Tim Carter diseña y coloca los anuncios astutamente: AdSense se vuelve el foco de atención. Compruébelo en http://www.askthebuilder.com/457_Tar_and_Chip_Driveway_Update.shtml

4.2 ¡Quite el borde!

Puede DOBLAR (e incluso más) sus porcentajes de clics con este ajuste sencillo.

Incluso antes de Internet, los anuncios en los periódicos y las revistas se demarcaban con un borde grueso. Así que no es de extrañar que los bordes y las cajas simbolicen ahora los mensajes publicitarios.

Los anuncios cuyos bordes son prominentes dan un aspecto desorganizado a su página. Apartan la mirada de los anuncios de texto y también ponen de relieve la separación entre los bloques de anuncios y el resto del



contenido.

Google le proporciona una paleta de colores amplia en su área de administración (ver a continuación). Utilícela para ajustar la apariencia de sus anuncios de forma que le queden bien a su página.



Informes | AdSense para contenido | AdSense para búsqueda | Mi Cuenta

Código de disposición del anuncio | Colores del anuncio | Criterios de seguimiento | Filtro de anuncios de la con

Sabemos que mantener la calidad de su sitio Web implica poder controlar su apariencia. Siga los pasos que detallamos a continuación y guarde un máximo de 100 paletas de colores personalizadas para anuncios que sean adecuadas para sus páginas Web.

Elegir colores

Seleccionar una paleta como punto de partida

Mother Earth

A continuación seleccione los colores para cada elemento del anuncio

Ejemplo
Título enlazado
El texto del anuncio va aquí
www.url-anunciante.com
Anuncios Google

☐ Borde #FFFFFF ☐ Título #0000FF
☐ Fondo #FFFFFF ☒ Texto #000000
☐ URL #008000



En un clic puede armonizar el color del borde de su anuncio con el color del fondo de su sitio Web. Cuando el borde se mezcla con el fondo, libera muchísimo espacio. Con lo cual la página parece enseguida más cuidada y los anuncios más atractivos.

Asegúrese también de elegir un color que quede bien para el fondo del anuncio pues debe hacer juego con el fondo de la página en que aparece. Si el anuncio aparece en una tabla, entonces tiene que armonizar el fondo de la tabla con el fondo del anuncio. La clave es la mezcla del color del fondo y de los bordes con la página, de modo que el texto parezca formar parte del contenido de dicha página.



Informes

AdSense para contenido

AdSense para búsqueda

Mi Cuenta

Código de disposición del anuncio

Colores del anuncio

Criterios de seguimiento

Filtro de anuncios de la con

Sabemos que mantener la calidad de su sitio Web implica poder controlar su apariencia. Siga los pasos que detallamos a continuación y guarde un máximo de 100 paletas de colores personalizadas para anuncios que sean adecuadas para sus páginas Web.

Elegir colores

Seleccionar una paleta como punto de partida

Mother Earth

Restablecer

A continuación seleccione los colores para cada elemento del anuncio

Borde

#FFFFFF

Título

#0000FF

Fondo

#FFFFFF

Texto

#000000

URL

#008000

Ejemplo

Título enlazado

El texto del anuncio va aquí

www.url-anunciante.com

Anuncios Google

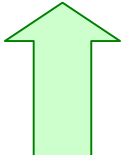



Fig 4.2 Siempre resulta más fácil trabajar con un fondo blanco. Si el fondo de su sitio Web es blanco, puede ver enseguida el resultado de su elección de colores gracias al anuncio **Ejemplo** situado al lado de la paleta de colores.

26

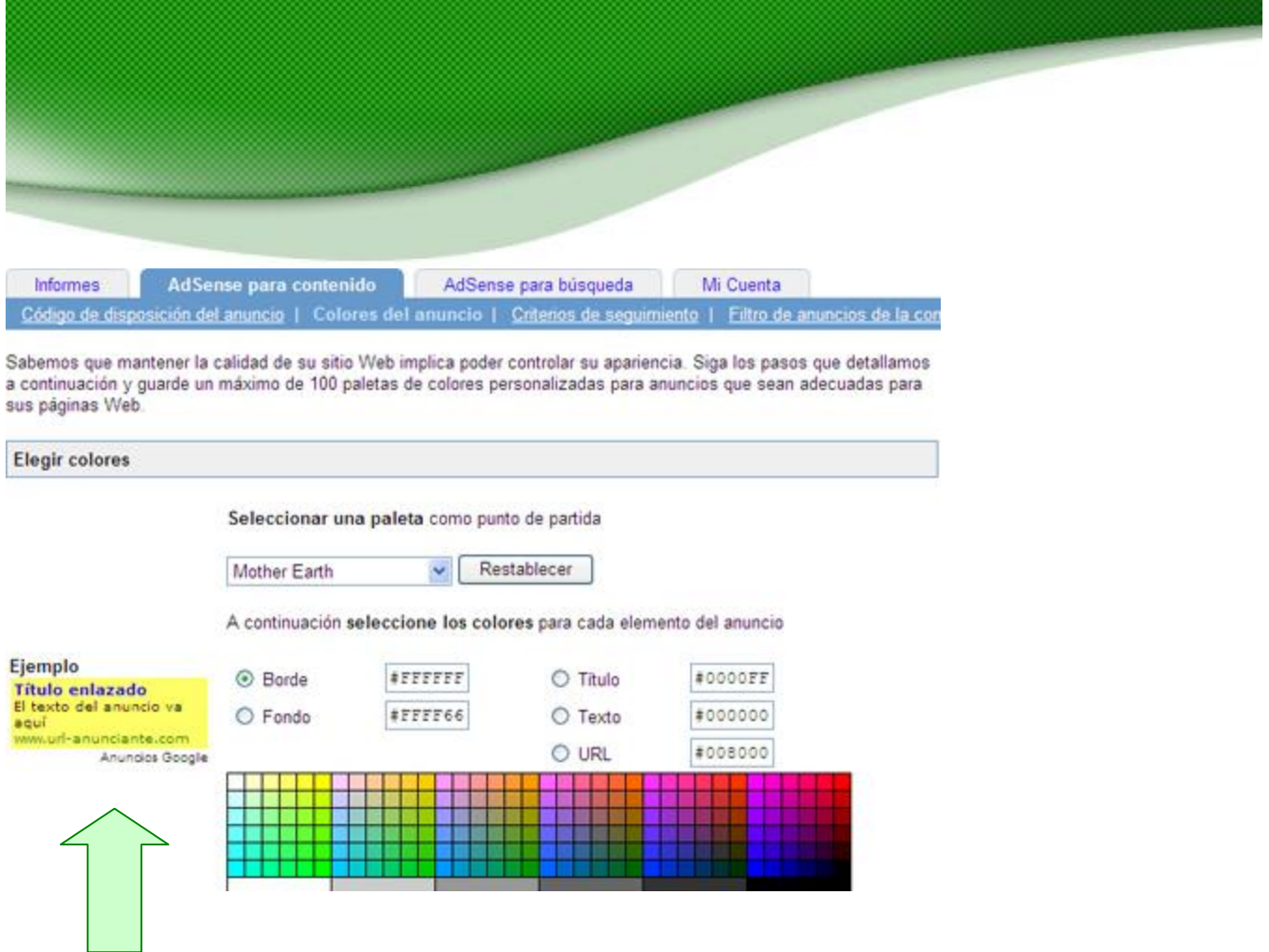


Fig. 4.3 Es importante armonizar el color del fondo del anuncio con el color del fondo de su sitio Web. Como lo demuestra este **Ejemplo**, aunque el borde hace juego con el fondo de la página, el anuncio se destaca mucho de su fondo blanco.

4.3 ¡El Texto también es Diseño!

Entonces, el tamaño del texto, su fuente, su color y el color de sus anuncios tienen que hacer juego con los otros elementos de texto. Si el color del texto de los anuncios es idéntico al texto de la página, facilitará su incorporación y le dará al lector la impresión de que es usted quien anuncia.

Y si el tamaño de la fuente de los anuncios es idéntico al tamaño del contenido, ocurrirá lo mismo: no darán la impresión de ser algo que Google haya traído sino de formar parte del sitio.

Esta armonía se traduce en clics.





Fig 4.5 **¡Ajuste el formato de sus anuncios de texto para maximizar sus clics!**
En mi Blog, he decidido utilizar un skyscraper horizontal 728 x 90 arriba de la página. Visite <http://www.joelcomm.com> para saber más.

Esto es lo que puede ver en mi Blog donde estoy haciendo un experimento: he cambiado el color del título de los anuncios para que haga juego con el color de los títulos del texto. Además he armonizado el color del texto de los anuncios con el color del texto de la página y el fondo de los anuncios con el fondo de la página. (También podría cambiar el tamaño de las fuentes para ver si afecta mi porcentaje de clics.)

Esta **triple armonía** (títulos, texto y fondo) puede generar porcentajes de clics excelentes.

La utilización de demasiados estilos de texto produce desorden y confusión para sus visitantes. Por eso es mejor probar todos los medios legales que puedan dar la impresión de que sus anuncios forman parte del contenido de su sitio.

O mejor dicho, ¡utilice los colores para que sus anuncios **no parezcan anuncios!**



4.4 Azul Es El Mejor Color

Así que se quita el borde, el texto de los anuncios tiene que ser del mismo color que el texto en la página y hay que armonizar el fondo de los anuncios con el color del fondo de la página Web.

¿Y el enlace? ¿De qué color tendría que ser la línea en la que el usuario va a hacer clic?

La respuesta es sencilla: azul.

Solía decir que *todo* el texto del anuncio tenía que hacer juego con el texto de la página, incluso el enlace. Pero después de leer un artículo sobre las ventajas de mantener el color azul de los enlaces y de probarlo ampliamente, ya no lo digo.

Según la lógica, los usuarios están acostumbrados a que los enlaces estén en azul, de la misma forma que las señales de stop en rojo.

Esto significa que es más probable que la gente haga clic en un enlace azul que en un enlace de cualquier otro color.

La línea de su código AdSense que establece el color de su enlace es la siguiente:

```
Google_color_link = "#color";
```

"#color" es un código (bajo la forma de un número hexadecimal) que representa el color que se quiere usar. Es aconsejable que se utilice el número #0000FF.

Si mantiene el color azul para sus enlaces, sus porcentajes de clics podrán aumentar hasta un 25%.

4.5 ¿Adónde fue la URL?

Puede cambiar el color del texto y dar la sensación de que tus enlaces gritan "¡Soy una vía LIBRE hacia donde usted quiere ir!"



Pero según las normas de Google, tiene que aparecer la URL. Sin embargo, no hace falta que llame la atención de los visitantes.

Existe un truco legal para que la URL no sea tan llamativa. Se trata de cambiarle el color para armonizarlo con el color de la descripción. De esta forma la URL se mezcla con la descripción y es el hiperenlace el que llama la atención en vez de la URL. Google le proporciona herramientas para hacerlo así que sería una pena no utilizarlas, ¿no?

Le advierto que es normal que no aparezcan URLs en el skyscraper horizontal 728 x 90 y el banner 468 x 60 así que no se preocupe por ello, no tendrá ningún problema con Google al respecto. Estos bloques de anuncios son así.

4.6 Falta de Armonía Intencional

En cuanto a los colores, recomiendo la triple armonía así como el uso del color azul para los enlaces. Pero se puede implementar otra estrategia.

Puede elegir intencionalmente que los colores y estilos de los anuncios no hagan juego con lo demás de la página, *siempre que los coloques arriba de la página*.

Esta distinción genera dos "zonas" potentes y por consiguiente dos tipos de experiencia para el visitante.

La primera zona se sitúa siempre arriba de la primera página, encima del banner principal que simboliza el sitio. Los colores del texto y de los títulos se armonizan con los colores que componen dicho banner principal. (Importante: Dado que las URLs no aparecen en este tipo de bloque de anuncios, sólo con ciertos anuncios de texto podrá implementar esta estrategia.)

Resulta que estos anuncios colocados encima del banner principal parecen ser puntos de control clave para su página y es probable que reciban más clics pues los visitantes tendrán la impresión de visitar otra zona fundamental del sitio.



Want the Wedding Gown of your Dreams?

Ads by Goooooogle

Beautiful Wedding Dresses

Wedding guide w/links to stunning wedding gowns & bridesmaid dresses.

YourWedding101.com

Chinese Dress For Wedding

Chinese Style Wedding Dresses Cheongsam, Chinese Style Clothing

www.eaststore.com

Sophisticated Lady

Informal & Formal Wedding Dresses Starting Under \$100.00 !

www.sophisticatedlady.us

All the Bridal Gowns

All the Bridal Gown Savings! Smart Bridal Shoppers Start Here

Bridal.Gown.AlltheBrands.com

Lubbock, TX May 17, 2004 -- "Ever since you were a little girl, you have always dreamed of that certian fairytale gown for your special day," quips Amanda Porter, owner of Bridal Gowns Wholesale. We are offering stay at home moms, as well as bridal salons and wholesalers to get in with us to distribute our couture gowns. Jennifer M., a new business owner says of the opportunity, "This is like a dream for me, really.

We also work with brides-to-be. Bridal Gowns Wholesale will custom make a gown for you. If you want a train that is 20 ft long, it is possible, just as we can make a gown of organza or matte satin. We are here to make your wedding day just that much better!

For additional information please contact Amanda Fornari at 806.239.0632 or email fishapache@odsy.net

We can always supply any amount of gowns for your company.

This article courtesy of <http://www.dressesforthewedding.com>.

You may freely reprint this article on your website or in your newsletter provided this courtesy notice and the author

Fig. 4.6 www.dressesforthewedding.com se compone de dos zonas: una zona de anuncios arriba y un artículo gratis abajo. ¡La implementación de este diseño multiplicó sus ingresos POR CINCO!



5. ¿Cómo Maximizar La Visibilidad Y Conseguir Que Sus Internautas Hagan Clic?

5.1 Colocación de los Anuncios: ¿Dónde poner los Anuncios?

La posición es fundamental. Antes que nada, el mejor anuncio del mundo no estará a la altura si no es visible. Sin embargo, después de muchos experimentos con Google AdSense, me he dado cuenta de que los anuncios más visibles no son siempre los más eficaces. De hecho, es probable que parezcan "anuncios descarados" y por eso que la gente los ignore.

Lo que sí funciona es la colocación *inteligente*. Ponga sus anuncios donde el contenido de su sitio tiene más posibilidades de interesar a sus visitantes y llamarles la atención.

Puede crear varios "focos de interés" si utiliza gráficos, tables y otras técnicas de diseño inteligentemente.

Una vez que haya conseguido la atención de sus visitantes con contenido atractivo y relevante, es más probable que lean y hagan clic en los anuncios adecuados. Y esto es precisamente lo que Google quiere: clics "cultos" que procedan de verdaderos clientes potenciales, y no visitas aleatorias de gente aburrida.

A continuación encontrará algunos consejos sencillos para conseguir clics en sus anuncios.

5.2 Siga la "corriente"

Identifique los patrones de lectura de sus visitantes. ¿Qué les llama la atención en primer lugar? ¿Qué les incita a hacer clic?

Como he dicho anteriormente, se deben poner los anuncios en las zonas que atraerán a los visitantes por su contenido interesante. No tiene sentido colocar los anuncios en alguna esquinita donde nadie mira.

Sus visitantes seguirán su contenido y por eso es necesario que sus anuncios sigan su contenido también.



Mire la disposición y el diseño de su sitio, identifique los sitios más visitados por sus internautas: éstos son los sitios donde puede poner sus anuncios.

De hecho, Google ofrece una herramienta bastante estupenda para ayudarle a identificar los sitios donde más probablemente miran sus visitantes. Su "mapa de calor" se encuentra en <https://www.google.es/support/adsense/bin/static.py?page=tips.html> y resume bastante bien todas las opciones:




Fig. 5.1 El "mapa de calor" de Google enseña los puntos calientes de un sitio Web estándar. Las zonas más oscuras señalan los sitios donde la gente mira más a menudo. Pero tenga presente que ningún sitio Web es "estándar". ¿Dónde miran más a menudo sus visitantes?

Según Google, ciertas zonas son más eficaces que otras. Los investigadores han descubierto que, al visitar un sitio Web, los internautas miran primero en la esquina izquierda superior y van bajando de izquierda a derecha.

Es verdad pero las zonas más "calientes" pueden variar de un sitio a otro. Tendrá que hacer experimentos para determinar cuáles son los mejores sitios para usted.

5.3. Encima Del Pliegue





Hay una regla general en el ámbito del Internet según la que los internautas se pasan la mayoría de su visita "encima del pliegue".

Lo primero que hace la gente cuando visita un sitio Web es absorber tanta información como sea posible antes de desplazarse hacia abajo en la página. Nos referiremos a la parte de la página que se ve sin que sea necesario desplazarse hacia abajo como la parte "encima del pliegue".

En dicha parte tiene que colocar sus anuncios.

La cantidad de enlaces disponibles encima del pliegue influirá en la probabilidad de recibir clics en sus anuncios AdSense. *Por consiguiente, no es siempre exacto pensar que cuantos más anuncios se ponga más dinero se ganará.*

Google siempre pone los anuncios más remunerados arriba y los que menos pagan abajo.

Si tiene una pila de tres anuncios o más, puede que los que menos pagan llamen la atención en perjuicio de los que más pagan y abarroten su sitio Web.

Es mejor que no haya competencia entre los anuncios y los enlaces. Si quiere incrementar sus ganancias por clic, tenga presente que "¡Menos es Más!", en particular encima del pliegue.

Le propongo que miremos dos ejemplos de sitios Web:





Fig 5.2 MegaBookshop.com se compone de un formulario de búsqueda, un producto distinguido, enlaces a las varias categorías disponibles y anuncios AdSense que se sitúan todos encima del pliege.



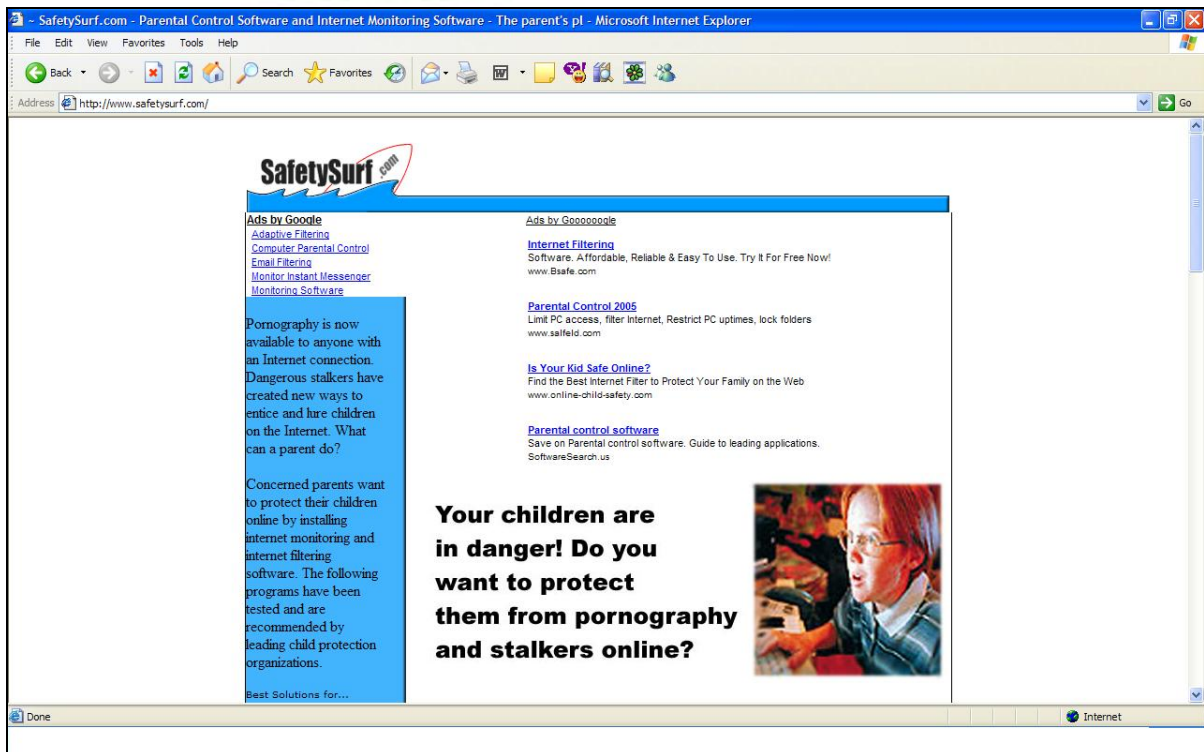


Fig 5.3 SafetySurf.com no es el sitio Web más atractivo pero es importante notar que los únicos enlaces situados encima del pliegue son anuncios AdSense.

Ahora adivine cuál de esos dos sitios goza de un porcentaje de clics más alto... Se trata efectivamente del segundo. Su porcentaje de clics es trez veces superior al del primero. ¿Cuál es la moraleja del cuento? Si quiere maximizar sus clics, tiene que ofrecer poca elección a sus visitantes en la parte situada encima del pliegue.

5.4 Utilizar Tablas

He explicado previamente que uno de los principios para conseguir un porcentaje de clics alto es el mezclar los anuncios con el sitio Web. Cuánto más se mezclen con su página, mejor porcentaje de clics logrará. Una manera ingeniosa de conseguir este efecto consiste en colocar los anuncios en tablas.

En el ejemplo siguiente, el experto en tecnología Chris Pirillo coloca hábilmente sus anuncios en una <tabla>. Los anuncios AdSense parecen ordenados y atractivos y se hacen por lo tanto un nuevo foco de atención.



Puede visitar el sitio <http://www.lockergnome.com> para ver mejor cómo lo hace.

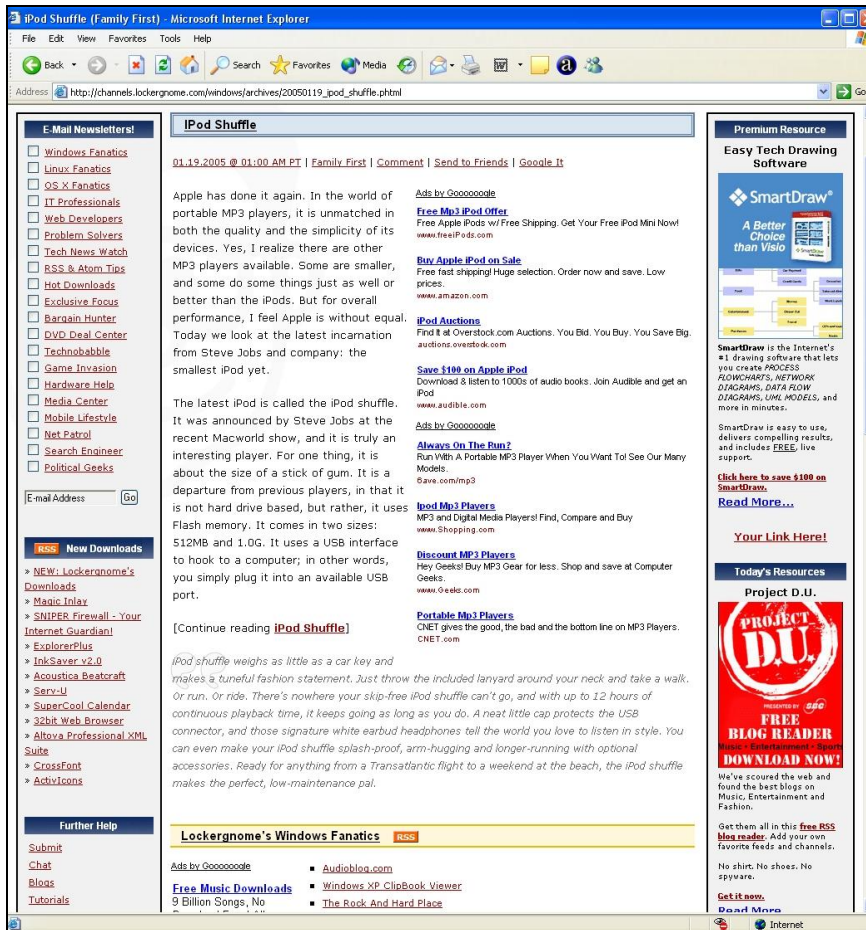


Fig 5.4 Se nota que los anuncios parecen más claros gracias a las tablas.

Desea el mismo resultado con su sitio Web?

Dave Taylor (<http://www.intuitive.com>) ofrece este código sencillo que permite crear una tabla con alineación a la izquierda conteniendo anuncios AdSense. Usted sólo tiene que pegar este código donde quiere colocar sus anuncios.

¡Muy fácil!

Tabla con alineación a la izquierda conteniendo anuncios AdSense:

```
<table border="0" align="left"><tr><td>
```



el código de Google AdSense se coloca aquí

```
</td></tr></table>
```

Tabla con alineación a la derecha conteniendo anuncios AdSense:

```
<table border="0" align="right"><tr><td>
```

el código de Google AdSense se coloca aquí

```
</td></tr></table>
```

5.5 Bloques De Vínculos

Hasta ahora he hablado del sitio donde colocar los anuncios: he recomendado encima del pliegue, con poca competencia y he sugerido que se podrían poner en una tabla. Pero también tiene que pensar usted en *el tipo de anuncios* que quiere poner y en qué sitio.

Los bloques de vínculos AdSense le permiten poner en su sitio Web una caja que contenga cuatro o cinco enlaces y que está disponible en varios tamaños, desde 20 x 90 hasta 200 x 90. El mejor sitio donde colocarlos son los menús laterales.

Dado que se puede poner un bloque de vínculos además de otros tres bloques de anuncios, le podrá resultar útil tener esta opción: si un usuario no encuentra nada que le interese en un tipo de bloque, puede que sí haya algo interesante en otro tipo.

Los vínculos AdSense difieren de los otros tipos de anuncios en la medida en que no enseñan los anuncios en sí sino que se componen de una lista de temas que Google considera adecuados al contenido de su sitio Web. Cuando un visitante hace clic en un tema, se abre otra ventana en la que se pueden visualizar anuncios Google relacionados con dicho tema.

Se puede pensar que los bloques de vínculos son ineficaces pues los internautas deben hacer clic dos veces para que usted pueda cobrar. Es verdad que sólo cobra por el *segundo* clic (pero eso le permite comprobar cuáles son los anuncios ofrecidos a sus usuarios.)

Sin embargo, también se puede pensar que si alguien toma el tiempo de hacer clic en un tema, significa que está muy interesado y por ello es probable que haga clic en un anuncio de la página siguiente. Según ciertas personas, todos los visitantes que hacen clic en un vínculo AdSense también hacen clic en los anuncios que aparecen en la página siguiente.

38



He probado los vínculos en varios sitios y he obtenido resultados muy diferentes según los casos. Por eso es difícil decir si funcionarán con su sitio o no.

Por una parte, coloqué vínculos en un sitio más bien informativo con un público bastante general. No conseguí nada extraordinario. Digamos que el CPM era suficiente para pagar una gran chocolatina.

Por otra parte, coloqué vínculos en un sitio dedicado a un producto específico con un público limitado. ¡Los resultados fueron fantásticos! Conseguí un CPM superior a lo que podría ganar alguien trabajando en un restaurante de comida rápida todo un día.

Las conclusiones son obvias. Si desea recurrir a los bloques de vínculos, tiene que colocarlos:

1. **En un sitio dedicado a un foco de interés específico.** Un sitio general recibirá anuncios generales y pocos clics.
2. **Encima del pliegue y con pocos enlaces más.** Eso es crucial para los vínculos: si sus visitantes hacen clic, que lo hagan en un enlace (en este caso vínculo) que a usted le traiga dinero.

Es buena idea conservar sus bloques de vínculos para sitios cuyas palabras clave pagan mucho. Si un internauta llega a su sitio Web en busca de un producto o de información sobre una palabra clave que paga mucho, suele hacer clic.

Veamos un ejemplo:



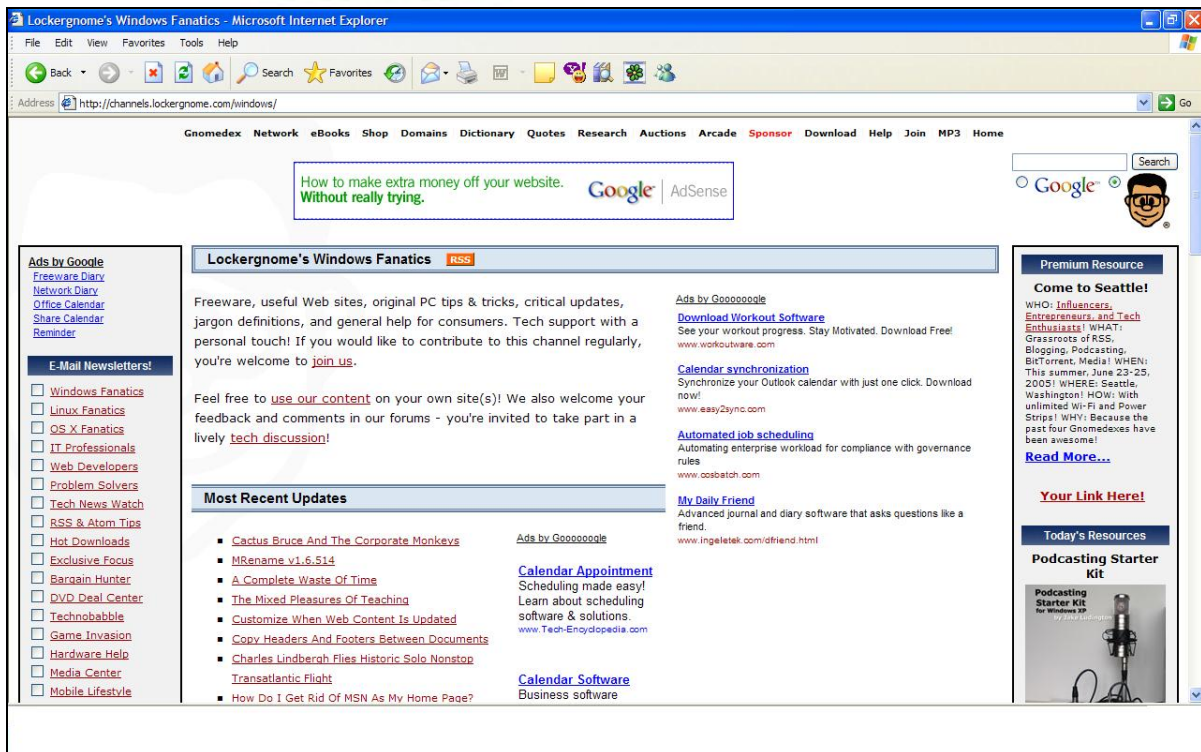


Fig 5.5 LockerGnome.com pone vínculos AdSense encima de una lista de enlaces, de forma que sus vínculos se mezclan con su sitio Web.

Ya he mencionado LockerGnome.com, el sitio de Chris Pirillo, como un excelente modelo de implementación de AdSense. Aunque no tenga acceso a sus estadísticas de AdSense, llevo bastante tiempo analizando sus sitios como para suponer que tiene mucho éxito.

En cuanto a la columna central de su página, se trata de la forma tradicional de colocar los anuncios: Pirillo utiliza un rectángulo mediano o grande con enlaces azules, texto negro y URLs discretos. Los anuncios están situados más bien en la parte central de la página y alineados a la derecha. Los visitantes empiezan en la izquierda y derivan hacia la derecha. Mis pruebas también han demostrado que los anuncios colocados a la derecha son más rentables.

Utiliza un skyscraper 120 x 600, lo que no suelo recomendar aunque mucha gente los utilice en los menús laterales. Pirillo ha usado toda su imaginación y utilizado el espacio vacío situado al lado de sus viñetas en esta página. Ha



sido muy astuto alinear a la derecha el skyscraper y colocarlo en la parte central de la página.

Pero mire dónde están sus vínculos adSense: en la columna de la izquierda, arriba, encima del pliegue. Esto significa que lo primero que se ve son los anuncios Google. Siempre que dichos vínculos AdSense sean adecuados al contenido del sitio, podrán generar un porcentaje de clics de 1%-2%. Si tiene espacio en su menú lateral y que pueden caber allí, yo que usted los probaría.

5.6 Bloques de Vínculos Horizontales

Google ha introducido recientemente un nuevo formato de bloques de vínculos AdSense: el formato horizontal. Se trata de una diferencia enorme pues los usuarios del nuevo formato han conseguido aumentar sus porcentajes de clics ¡hasta un 200%!

El apilamiento de los vínculos es conveniente encima de listas de enlaces pero llama demasiado la atención cuando se coloca dentro del texto. En cambio, los anuncios horizontales convienen muy bien a los sitios compuestos de artículos con los que se mezclan perfectamente.



Fig. 5.6 Los nuevos bloques de vínculos horizontales son perfectos para ir insertados dentro de artículos y además ponen claramente de relieve las palabras clave que su sitio Web genera.

Se mantienen las normas, o sea que sólo se puede poner un bloque de vínculos AdSense por página y los internautas tienen que hacer clic dos veces para que usted pueda cobrar. Pero de verdad vale la pena deslizarlos dentro de un artículo largo. Recomiendo que se coloquen encima del artículo o dentro pero no abajo donde se podrían ignorar fácilmente.



5.7 Utilizar Bloques De Anuncios Múltiples

Así que Google autoriza que se pongan hasta tres bloques de anuncios AdSense en una misma página así como un bloque de vínculos AdSense y una caja de búsqueda. ¿Qué implica esto para los editores Web?

¡Una verdadera bonanza!: ahora tiene muchas más posibilidades de “enganchar” a los lectores gracias a nuevos anuncios dado que los anuncios de cada bloque son siempre distintos.

Para potenciar esta oportunidad, piense en añadir nuevo contenido a los sitios que más tráfico reciben. Puede recurrir a gráficos atractivos que cargan rápidamente para incitar a los internautas a desplazarse hacia abajo. Por ejemplo, gráficos llamativos y relevantes podrían ser un buen medio para atraer a los visitantes hacia un anuncio. Un sitio Web de B2B (transacciones entre empresas conocidas entre sí) podría ofrecer cada día una historieta que abordara con un tono humorístico las cuestiones y las noticias relativas a los negocios. Puede colocar sus anuncios justo debajo de la historieta para que se vean enseguida.

Esta estrategia maximizará la visibilidad de los bloques AdSense, lo que producirá más clics y por lo tanto ¡más dinero!

Con los bloques de anuncios múltiples, usted decide dónde es mejor colocar cada tipo de anuncios que quiere proporcionar en su sitio Web.



6. Controlar Los Anuncios

6.1 Atraer Los Anuncios Relevantes

La elección adecuada del color y de la colocación le permitirá mejorar su porcentaje de clics. Pero no influye en la selección de los anuncios que aparecen en su sitio Web.

En teoría, es Google el que controla los anuncios que aparecen en su sitio así que usted no los puede elegir para nada. En la práctica, hay un par de cosas que se pueden hacer para impedir que los anuncios irrelevantes aparezcan y asegurarse de que los anuncios proporcionados por Google paguen bastante bien.

Cuanto más relevante sea un anuncio, más posibilidades habrá de que el usuario haga clic y por lo tanto que usted gane dinero.

El factor más importante es evidentemente el contenido de su sitio. El robot de Google lo comprueba y le proporciona anuncios en función de sus palabras clave y su contenido.

Tenga presente que el robot de Google no es capaz de leer gráficos, Flash y casi nada excepto textos. Hablaré con todo detalle del contenido en el capítulo 8 pero de momento, es importante recordar que si usted quiere anuncios relevantes, es necesario que su sitio sea del tipo de los que Google es capaz de entender y utilizar para que le pueda proporcionar los anuncios deseados.

6.2 Que El Título, El Directorio Y Los Titulares Sean Relevantes

Igual que la composición de la Coca Cola, la manera en que el robot de Google lee los sitios es un secreto bien guardado. Sin embargo, parece que sí influye el título de las URLs y de los archivos.

Cuando usted crea sus páginas y las ve en el ordenador antes de subirlas al servidor, puede notar que AdSense ya proporciona anuncios relacionados con el nombre del directorio en el que se encuentra la página. Esto demuestra bastante claramente que una de las cosas que Google toma en cuenta es el nombre del directorio.



De hecho, no sólo importa el nombre del directorio sino también el nombre del archivo.

Supongamos que su sitio Web verse sobre aviones: uno de los archivos trata específicamente de los trenes de aterrizaje y se titula por ejemplo `trenes.php`. En este caso, es muy probable que los anuncios que aparezcan promocionen la Empresa Colombiana de Vías Férreas o la Red Nacional de Ferrocarriles Españoles. No es así como usted conseguirá muchos clics. Pero si cambia `trenes.php` por `trenesdeaterizaje.php`, entonces es más probable que aparezcan anuncios relacionados con los aviones.

Si se da cuenta de que los anuncios no tienen nada que ver con el contenido de su sitio, lo primero que cabe hacer es modificar el directorio y el título de forma que sean más relevantes con respecto a su contenido. Así es como conseguirá anuncios más adecuados.

También puede modificar sus titulares: en vez de utilizar una etiqueta (un tag) `` para los titulares que contienen las palabras clave, pruebe la etiqueta `<h1>`. Debería ayudarlos a llamar la atención de los robots.

Y si no tiene ningún titular, intente añadir algunos.

6.3 Encontrar Palabras Clave

Se sabe que el robot de Google busca las palabras clave de los sitios Web y luego comunica los resultados a la empresa y le dice qué tipo de anuncios enviar a las páginas. Si su sitio trata de centros de enseñanza en el extranjero por ejemplo, se podrán elegir palabras clave como "estudiar inglés", "escuelas de inglés"...

No sólo la elección de palabras clave adecuadas influirá en la relevancia de los anuncios que Google le proporcionará sino que además le ayudará a asegurarse de que dichos anuncios son los mejor remunerados.

Existen varias herramientas disponibles en Internet con las que se puede averiguar la cantidad de dinero que se está dispuesto a pagar en función de las palabras clave: www.overture.com y www.googlest.com, así como keywords.clickhereforit.com que también ofrece una lista de palabras clave con sus precios.



Repito que no se debe construir un sitio Web sólo para sacar provecho de las palabras clave que pagan mucho. Pero si se sabe que "escuelas de inglés" paga más que "estudiar inglés", entonces es lógico utilizar las palabras que más pagan antes que las que menos pagan.

En el [capítulo 12.4](#) encontrará información sobre las palabras clave mejor remuneradas actualmente.

6.4 Densidad De Palabras Clave

Es necesario elegir las palabras correctas para obtener los anuncios adecuados. Pero también hace falta encontrar la cantidad de palabras adecuada.

No existe ninguna regla de oro en cuanto a la cantidad de palabras clave necesaria para obtener los anuncios deseados. Por consiguiente, hay que probar. Parece ser que la densidad de palabras clave se calcula globalmente, es decir teniendo en cuenta el conjunto de los archivos, en particular cuando se trata de las palabras mejor remuneradas. Si su sitio Web versa sobre coches y una de las secciones trata del alquiler de coches (esta palabra clave en inglés, "car rental", paga mucho), entonces se dará cuenta rápidamente de que le hacen falta varias secciones sobre el alquiler de coches antes de recibir anuncios sobre este tema.

En general, si se da cuenta de que los anuncios de su sitio no tienen mucho que ver con su contenido a pesar de que todos los titulares sean correctos, entonces tendrá que intentar mencionar sus palabras clave más a menudo y asegurarse de que las haya elegido bien todas. Por ejemplo, es probable que obtenga mejores resultados con las palabras "extintores de incendio" antes que "dispositivos de seguridad".

6.5 Colocación De Las Palabras Clave

No debería importar mucho el sitio donde se colocan las palabras clave, ¿verdad? Siempre que las palabras correctas estén en la página adecuada y dentro de la cantidad de palabras adecuada, debería ser suficiente para que los anuncios sean relevantes, ¿verdad?

Pues no.



Extrañamente, se ha comprobado que el poner palabras clave en determinados sitios de la página puede influir en los anuncios que se reciben.

Según mi experiencia, el sitio más importante en una página Web se sitúa justo debajo de la caja AdSense. Las palabras clave que usted ponga allí pueden influir en sus anuncios.

Por ejemplo, si menciona payasos justo debajo de su caja AdSense, ipuede que sus anuncios traten de circos y narices rojas!

Puesto que sabe esto, puede jugar con sus anuncios de varias formas. Si tuviera un sitio Web sobre la acampada por ejemplo, seguro que recibiría muchos anuncios para promocionar tiendas y sacos de dormir, lo que estaría muy bien. Pero si además quisiera un par de anuncios promocionando caravanas o parques naturales, el mencionar dichas palabras un par de veces justo debajo de la caja AdSense podría atraer anuncios sobre estos temas.

Recuerde también que recibirá más bien anuncios que intenten combinar la idea central de su página con las palabras que ha colocado justo debajo de la caja AdSense. Con lo cual, si su página trata de horticultura y que se menciona la palabra "col" debajo de la caja AdSense, los anuncios probablemente tratarán del cultivo de la col y no de la forma de cocinarla.

Si hace experimentos con la colocación de las palabras clave, puede que consiga controlar al menos uno o dos anuncios de su página así como mantener cierta variedad. De verdad vale la pena intentar.

6.6 Frames Para Palabras Clave

Una de las razones por las que los sitios Web no siempre reciben anuncios relevantes es porque todas las palabras relacionadas con la navegación (y otros textos que no tienen que ver con el contenido en sí) pueden interferir en la lectura de su sitio por Google. Si sus enlaces y demás ocupan mucho espacio, podrían afectar sus resultados de mala manera.

Un método simple para evitar que su navegación afecte sus anuncios consiste en crear frames (marcos). Pone todo el contenido en el frame principal y todo lo relacionado con la navegación en otro frame distinto. El código Google sólo se incluye en el frame principal (`pagina_google_url = document.location`), de forma que el impacto de sus palabras clave no sea reducido por palabras irrelevantes.



6.7 ¡No "Estafe"!

Muchas veces hice clic en el enlace a un sitio Web que parecía "prometedor" y me encontré con un bombardeo de palabras clave salpicado de anuncios Google. Ese tipo de sitios daña la reputación de AdSense.

Puede que el bombardeo de palabras clave consiga estafar a las arañas de los buscadores (o robots) pero en cualquier caso los visitantes humanos saldrán decepcionados.

Los internautas odian que un agente commercial les estafe. Así que mejor ofrecerles contenido interesante para que su visita valga la pena.
Ofrezca contenido auténtico que satisfaga las necesidades de sus visitantes y trate de los asuntos que les interesan.

Un contenido de calidad cimienta la confianza y la fidelidad de los internautas, lo que además les incita a hacer clic. Aunque cambie la clasificación de su sitio en los buscadores, los visitantes fieles siempre volverán.

6.8 Cambiar Las Meta-Etiquetas

Las Meta-etiquetas (Metatags) ya no son lo que eran y con respecto a AdSense, casi no valen nada. A la hora de proporcionarle anuncios relevantes, es muy probable que sus Meta-etiquetas no tengan ninguna influencia.

Como ya lo he mencionado anteriormente, lo que sí influye es el título del sitio, y posiblemente la descripción también.

Sin embargo, no significa que sus Meta-etiquetas sean inútiles del todo con respecto a AdSense. No sirven para influir en la distribución de los anuncios pero sí desempeñan un papel en la optimización de su sitio para los buscadores y en la rapidez de su indexación.

6.9 Invitar Al Robot

Hasta ahora en este capítulo, he explicado cómo se puede ajustar un sitio Web para que los anuncios proporcionados sean relevantes. Pero los



cambios efectuados no producirán ningún efecto hasta que el robot de Google pase por el sitio y vuelva a indexarlo. Lo que suele ocurrir una vez que ya se ha subido el nuevo sitio es que siguen apareciendo los antiguos anuncios y entonces se tiene que esperar cierto tiempo hasta que el robot vuelva a visitar dicho sitio y que se pueda apreciar los resultados producidos por los cambios.

Para conseguir que el robot pase por el sitio en cuanto antes, se puede actualizar el sitio en el navegador una primera vez, y volver a hacerlo un par de minutos después. No se debe hacer clic en los anuncios sino simplemente actualizar el sitio y esperar algunos minutos antes de volver a hacerlo.

Se supone que Google envía nuevos anuncios al cabo de unos minutos.

6.10 Anuncios De Servicio Público

El castigo por no tener la densidad adecuada de palabras clave o no colocarlas bien puede ser la aparición de anuncios irrelevantes o aún peor la ausencia total de anuncios. En el caso de que Google no encuentre ningún anuncio relevante para proporcionarle, puede utilizar el espacio vacío para poner anuncios de servicio público. Eso está muy bien pero usted no cobrará ni un céntimo por ellos. En este caso, a lo mejor prefiere ganar dinero y darlo a una organización benéfica de su elección antes que regalar el espacio de su sitio a causas elegidas por Google.

La manera más eficaz de combatir este problema consiste en especificar, mediante su cuenta AdSense, una URL de repuesto por si Google no tiene anuncios para su sitio. En vez de un anuncio promocionando la Cruz Roja por ejemplo, usted recibirá un enlace a un sitio que habrá elegido previamente. Por ejemplo, he configurado anuncios por defecto para mi bloque de anuncios 336x280.

<http://www.worldvillage.com/336x280-1.html>

Parecen verdaderos anuncios AdSense, ¿verdad?

También puede utilizar el espacio vacío para poner anuncios gráficos que procedan de su servidor. Entre los programas que pagan por acción (clics, contratos, abonos), solía utilizar WebSponsors.com. Puede apuntarse a una cuenta gratis y descubrir nuevos medios para ganar dinero con el espacio vacío.



También puede recurrir a Google Backfill, un servicio muy bueno que le da facultad de seleccionar palabras clave en relación con su sitio y cambiar los anuncios de servicio público o su URL de repuesto por anuncios relevantes que hagan juego con sus colores y estilo. Usted cobrará la mitad de las ganancias conseguidas. Respeta los Términos y Condiciones de Google y representa una buena alternativa a la ausencia total de ingresos además de arreglar el problema de las palabras clave. Este servicio está disponible en www.allfeeds.com

6.11 Bloquear Anuncios

Finalmente, el último medio para controlar los anuncios que Google le proporciona consiste en bloquear los anuncios que no desea ver en su sitio. Google le da facultad de bloquear 200 URLs como máximo, lo que no es mucho. Puede que agote esta reserva muy rápidamente, en particular si intenta bloquear los anuncios que menos pagan en beneficio de los que más pagan. De hecho, obtendrá mejores resultados al jugar con las palabras clave, el contenido y la colocación de los anuncios.

7. Retener A Los Visitantes Inconstantes Con La Caja De Búsqueda De Google

7.1 Encontrar Dinero Con La Búsqueda

¿Qué ocurre cuando sus visitantes no consiguen encontrar lo que quieren en su sitio? Se aburren, probablemente quieren más o desean refinar su búsqueda. Gracias a la caja de búsqueda de Google puede ahora retener a estos visitantes que se desaniman con facilidad y ganar dinero cuando hacen clic en los anuncios de la página de resultados.

No se trata de una comodidad más para sus visitantes: ¡Con la caja de búsqueda de Google, usted puede ganar dinero!

Si se ignoran sus anuncios, añada un enlace debajo de ellos para invitar a los visitantes a que prueban la búsqueda de Google. Con una pequeña frase debería funcionar muy bien. Pruebe algo como: "¿No encuentras lo que buscas? ¡Intenta con la Búsqueda de Google!"



Con la caja de búsqueda de Google, sus visitantes pueden especificar los términos exactos de su búsqueda y por lo tanto atraen anuncios más relevantes para su sitio. La Búsqueda de Google le permitirá ofrecer **anuncios AdSense a pedido** en la parte superior de los resultados de la búsqueda.




Debajo de los anuncios de texto de AdSense, ponga un enlace a la Búsqueda de Google e invite a sus lectores a que busquen ofertas y contenido más interesantes para ellos. Cuando un visitante hace clic en un anuncio, ¡USTED cobra!

Puede proponer la búsqueda dentro de su sitio Web o en la red entera. **En la medida de lo posible, utilice un botón gris sobrio.** Parecerá más creíble y legítimo. Recuerde que Google ni siquiera ha jugado con sus propios botones, aunque el logotipo sí cambia con frecuencia en función de los eventos.

Fig 7.1 La Búsqueda es una parte importante de los sitios Web que abundan en contenido. Dentro de esta página mía, los usuarios pueden buscar entre varios hilos por "palabra clave" o "usuario". Visite <http://forums.dealofday.com/search.php?> 50





para verlo.

Las cajas de búsqueda de Google tienen cada vez más éxito en los foros pues permiten a los usuarios recibir anuncios de texto relevantes “a pedido”.

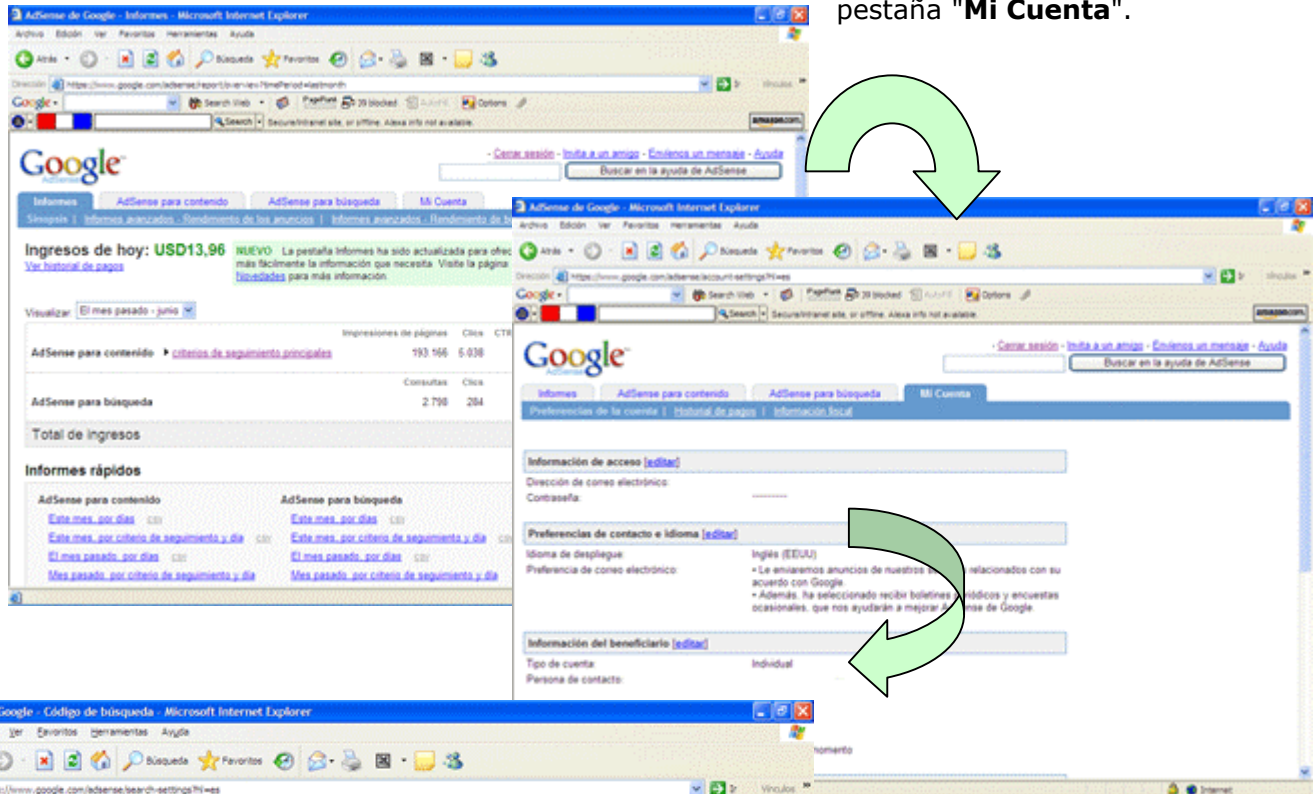
7.2 ¡Aprenda A Añadir La Búsqueda De Google A Su Sitio Web!

Es muy sencillo añadir la Búsqueda de Google a un sitio Web. Este [Tutorial](#) le explica cada paso:

Cómo... **Añadir “AdSense para Búsqueda” a su Página Web?**



1. Conéctese a su Cuenta AdSense y pulse la pestaña **"Mi Cuenta"**.



2. En la página **"Mi Cuenta"**, pulse **"Productos"** y el botón **"Editar"** para apuntarse a **Anuncios para Búsqueda**.

3. Pulse la pestaña **"Configuración de la Búsqueda"** para especificar sus preferencias y resultados de búsqueda. Pegue el código html en su página y ¡empiece a ganar dinero!



7.3 Buscar O No Buscar

La implementación de una caja de búsqueda de Google tiene ventajas y desventajas. La mayor ventaja es que todos los anuncios que ven los visitantes son relevantes. Dado que el usuario elige las palabras clave, los resultados corresponderán a lo que quiere.

Sin embargo, también significa que usted no tiene ningún control sobre las palabras que eligen los visitantes y entonces no puede intentar promover las palabras clave que más pagan. Tiene que aceptar lo que aparece sin más. Por lo tanto podría sacar pocos ingresos a pesar de un alto porcentaje de clics (aunque de todas formas no se pueda garantizar que los visitantes vayan a hacer clic en un anuncio antes que una entrada del listado gratis de resultados.)

En cualquier caso, sus visitantes acabarán saliendo de su sitio. Así que mejor intentar ganar dinero con los clics que les llevan fuera de su sitio. Aunque la Búsqueda de Google no genere altas cantidades de dinero, sí es una fuente más de ingresos y además es una comodidad más para sus visitantes. Por lo que a mí se refiere, si un visitante no encuentra lo que busca en mi sitio, ¡prefiero que me deje una propina antes de salir!

7.4 Página De Inicio Como Buscador

Una de las técnicas para aumentar los ingresos que proceden de su AdSense para búsqueda consiste en animar a los internautas a configurar su sitio como página de inicio.

Muchos tienen Google como página de inicio. Pero si usted ofrece los mismos servicios que Google, usando su caja de búsqueda y sus resultados, entonces pueden perfectamente buscar a partir de su sitio y por lo tanto crearle ingresos.

Con sólo animar a sus visitantes a cambiar por su sitio, en particular a los que ya tienen Google configurado, podrá sacar el mayor provecho de su caja de búsqueda y de sus anuncios.

7.5 Personalice Su Búsqueda



Google le autoriza a personalizar la caja de búsqueda de forma que haga juego con su sitio, igual que se pueden personalizar los bloques de anuncios. Sin embargo, otro principio se debe aplicar aquí: los anuncios no deben parecer anuncios pero en cambio, su caja de búsqueda sí que debe parecer una caja de búsqueda.

Puede perfectamente modificar la apariencia de la caja para que dé la impresión de formar parte de su página y que el conjunto sea atractivo, pero como ya dije, es mejor que el botón siga gris.

Los internautas confían en Google y en sus resultados. Por consiguiente, si la caja de búsqueda les recuerda Google, es más probable que la utilicen antes que ir a Google.es.

7.6 Un Script de Búsqueda Innovador

Bob Rankin de www.tourbus.com ofrece este javascript hecho a medida para sugerir a los visitantes más terminos para buscar. Tenga presente que la modificación del código de la búsqueda constituye una violación de los Términos y Condiciones de Google. Sin embargo, este script (o guión) es independiente del código de la búsqueda aunque sí modifica los inputs (las entradas).

Sólo tiene que cambiar ABC, DEF y GHI en el script que se incluye a continuación por términos que desea sugerir a sus visitantes cuando utilicen la búsqueda.

```
// cambiar forms[0] por forms[n] según haga falta.
```

```
<SCRIPT language="JavaScript">
  function setvar(val) {
    document.forms[0].q.value=val;
  }
</SCRIPT>
```

```
<P>Sugerimos las Búsquedas Sigüientes
<BR>Haga clic en una palabra resaltada antes de pulsar el botón de
búsqueda.
```

```
<P>
<A href="javascript:setvar('ABC');">ABC</A> &nbsp; &nbsp; &nbsp;
<A href="javascript:setvar('DEF');">DEF</A> &nbsp; &nbsp; &nbsp;
<A href="javascript:setvar('GHI');">GHI</A> &nbsp; &nbsp; &nbsp;
```



8. Crear Contenido

8.1 Escribir Contenido

AdSense funciona mejor que cualquier otro tipo de publicidad online simplemente porque los anuncios están relacionados con el contenido de los sitios Web. Los anuncios presentan algo de interés para los internautas, que por lo tanto hacen clic en ellos.

Vuelven a su sitio y hacen clic *otra vez* porque el contenido les interesa.

En cambio, si el contenido de su sitio no es interesante, le costará mucho atraer a los internautas y los enlaces, y tampoco conseguirá convencer a nadie de que vuelva.

Es por lo tanto es crucial que el contenido de su sitio sea interesante para conseguir buenos ingresos con AdSense. También es crucial para la relación que mantiene su sitio con el mecanismo de indexación de Google. Recuerde que Google es un buscador ante todo. Su propósito consiste en proporcionarle al internauta los mejores resultados relacionados con los términos de su búsqueda. Si el contenido de su sitio es de buena calidad, tiene más posibilidades de aparecer más alto en los resultados de las búsquedas.

Afortunadamente, es más fácil que nunca crear páginas con contenido de interés y en las cuales se pueden poner bloques de anuncios para ganar dinero.

Lo más obvio para crear contenido es **escribirlo**. Escoja un tema que le guste y diga todo lo que pueda al respecto. Si le apasionan los vídeo juegos, puede construir un sitio Web con muchas pruebas, críticas, noticias que usted escriba. AdSense le proporcionará anuncios relacionados con los juegos y siempre que su colocación y su apariencia sean correctas, usted debería cobrar más que lo suficiente para financiar su "adicción" a los vídeo juegos. Y esto se puede repetir con cualquier tema que le interese.

Pero si ha decidido crear un sitio Web para ganar dinero y tiene que escribir el contenido usted mismo, entonces significa que está *trabajando* por este



dinero. Cuando calcule sus ingresos, tendrá que tener en cuenta el tiempo y los esfuerzos necesarios para conseguirlos.

Es una de las razones por las que mucha gente busca otros medios más sencillos para crear contenido alrededor de sus anuncios. Otra buena razón puede ser que no les guste escribir. Afortunadamente, existen muchísimos medios para crear contenido sin esfuerzo e incluso los hay gratis.

8.2 Ganar Dinero Con Los Blogs

Hace falta esforzarse un poco para escribir un blog pero se suele hacer para divertirse. Además a Google le encantan los blogs pues se actualizan muy a menudo. En cualquier caso, si le apetece escribir uno, vale la pena intentar ganar dinero con él.

El mayor reto al que se enfrenta uno al escribir un blog es la consecución de anuncios que paguen bastante. Dado que los varios artículos de un mismo blog suelen tratar de temas muy distintos, es muy probable que los anuncios también traten de temas distintos.

No pasa nada, a no ser que los anuncios no generen bastantes ingresos para pagar el blog.

Si los anuncios tratan de "blogs" en vez de los temas abordados en el blog, se puede intentar modificar el nombre oculto (meta name) de la plantilla. Hay que suprimir la etiqueta <\$Metainfodata\$> y cambiarla por una descripción y palabras clave propias.

```
<meta name="robots" content="index,follow">  
<meta name="keywords" Content="Your keywords">  
<meta name="description" Content="Keyword-rich description">
```

Es necesario que haya muchas palabras clave y muchos titulares con expresiones clave que se repitan a lo largo del blog.

Y sobre todo, es imprescindible que el blog contenga mucho texto. Puede ser divertido rellenarlo de fotos de familiares, amigos y animales pero Google no es capaz de leerlos así que el blog acabará con anuncios de servicio público en vez de anuncios rentables.



8.3 Añadir AdSense A Su Blog

No todos los blogs utilizan la misma plantilla. Por eso, el procedimiento para añadir AdSense a su blog depende de la empresa que lo gestiona.

Para los que usan Blogspot.com, que pertenece a Google, se pueden poner los anuncios en la sección de la plantilla de la página:

```
<!-- Begin .post -->
<div class="post"><a name="<$BlogItemNumber$">"></a>
<BlogItemTitle>
<h3 class="post-title">
<BlogItemUrl><a href="<$BlogItemUrl$">" title="external
link"></BlogItemUrl>
<$BlogItemTitle$>
<BlogItemUrl></a></BlogItemUrl>
</h3>
</BlogItemTitle>
<!-- Su código AdSense -->
```

En mi blog (<http://www.joelcomm.com>) se puede ver cómo pongo anuncios justo encima de mi texto. <http://crayfish-info.blogspot.com> lo hace también. Sus anuncios se sitúan encima del tag <div> y se ha añadido un tag de corte de línea
 que permite dejar un espacio entre el encabezamiento y los anuncios para destacarlos.

Para hacer lo mismo con su blog blogspot, haga clic en "Change Settings" en el salpicadero y pulse "Template Tab." En algún sitio de la página, debajo de las hojas de estilo, tendría que encontrar una sección de código que empiece por:

```
<p id="description"><$BlogDescription$></p>
</div></div><br>
```

Luego el código sería algo parecido a éste:

```
<div align="center">
<script type="text/javascript"><!--
google_ad_client = "pub-xxxxx09818xxxxx";
google_ad_width = 728;
google_ad_height = 90;
google_ad_format = "728x90_as";
google_ad_channel = "117893460x";
google_ad_type = "text_image";
```



```
google_color_border = "336666";
google_color_bg = "669966";
google_color_link = "CCFF99";
google_color_url = "003333";
google_color_text = "FFFFFF";
//--></script>
<script type="text/javascript"
src="http://pagead2.googlesyndication.com/pagead/show_ads.js">
</script></center></div>
<!-- Begin #main — Contains main-column blog content -->
```

Antes de subirlo, compruebe con la vista preliminar que la colocación y la apariencia de los anuncios le gustan. Después, guarde los cambios con "Save Template Changes" y actualice el blog con "Republish".

Por supuesto, no está obligado a poner AdSense justo encima del texto. **Otra opción consiste en insertar los anuncios *dentro* del texto de forma que aparezcan después de determinados artículos.** Sólo se podría hacer con tres artículos por página (si quisiera un bloque de anuncios después de cada artículo) pero podría también incrementar sus porcentajes de clic.

8.4 Contenido Antiguo

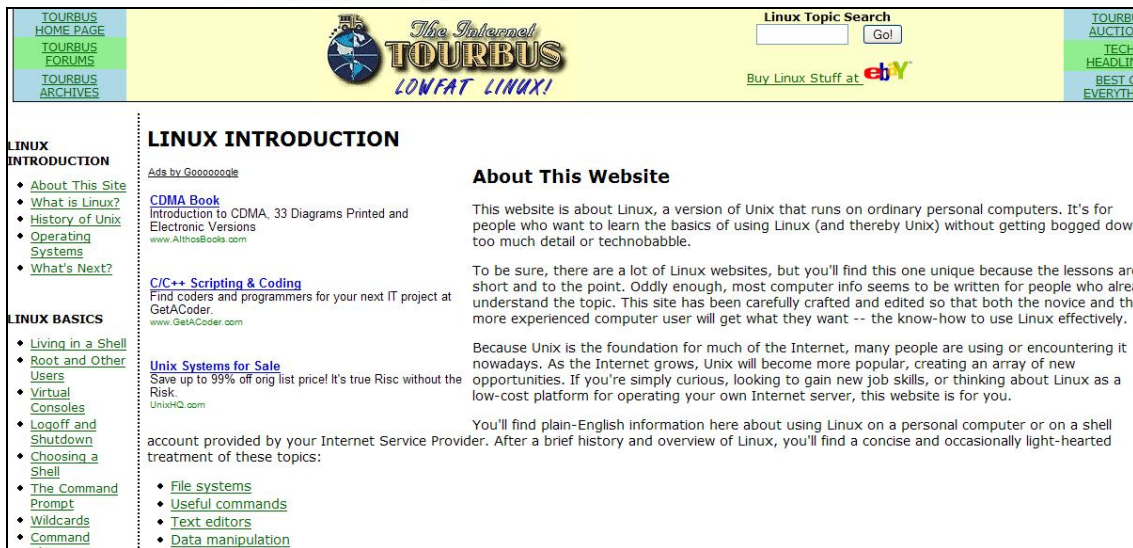
Hay que escribir los blogs constantemente, pero si ya escribió algo en el pasado, no lo deje coger polvo en su estantería. Póngalo en la Web para darle otra vida.

Por ejemplo, Bob Rankin escribió "Low Fat Linux" hace años. Tal vez se puede encontrar en Amazon.com, pero no lo comprará mucha gente pues se puede leer entero y gratuitamente en www.lowfatlinux.com.

La primera función de este libro fue venderse y ya ha cumplido. Ahora tiene otra función: conseguir clics en los anuncios.

¿Qué tiene usted por ahí que podría hacerle ganar dinero?





The screenshot shows a website titled "The Internet TOURBUS LOWFAT LINUX!". The header includes a logo, a search bar, and navigation links. The main content area is divided into sections: "LINUX INTRODUCTION" with a list of links, "LINUX BASICS" with a list of links, and "About This Website" with a paragraph of text. There are also advertisements for "CDMA Book" and "Unix Systems for Sale".

Fig. 8.1 Bob Rankin gana dinero con contenido antiguo. Los anuncios llaman la atención pero Ron quizá podría conseguir más clics si se situaran a la derecha. También podría añadir un bloque de vínculos AdSense encima de la lista de enlaces a la izquierda.

A lo mejor tiene usted un e-book (un libro digital) que no se vende muy bien. En vez de intentar venderlo por 19.95 €, podría transformarlo en un sitio Web gratuito del que todos podríamos disfrutar. Coloque anuncios Google en dicho sitio y puede que generen más dinero que las ventas del libro. El reciclaje de contenido antiguo es un medio fantástico para "sacar agua de su propia fuente".

8.5 Autores Voluntarios

Para utilizar contenido antiguo, hace falta contenido. Si usted no dispone de libros que ha escrito (ediciones agotadas), o si no le apetece escribir nada nuevo, puede pedir que otros escriban gratuitamente para su sitio.

A mucha gente le gusta escribir. Un ejemplo es Amazon: no pagan para conseguir todas las críticas de libros que ofrecen en su sitio. Sus autores lo hacen gratis y a Amazon le beneficia.

Cuando empecé www.WorldVillage.com, no tenía dinero para pagar a la gente que escribiera las críticas de los softwares para mí. En cambio, contacté con las empresas de juegos para que me mandaran ejemplares gratuitos de sus juegos para ordenador. Y por otra parte llegué a un



acuerdo con los autores voluntarios de mi equipo: les daba los juegos sobre los que me tenían que escribir críticas y a cambio se los podían quedar. Tengo muchísimas críticas de juegos que atraen visitantes a mi sitio y les incita a hacer clic en mis anuncios Google. No tuve que pagar nada por esas críticas y sin embargo, años después, siguen generando ingresos para mí.

No tienen que ser críticas. Sea cual sea el tema de su sitio Web, puede añadir una frase que pida a los visitantes que envíen sus puntos de vista y comentarios. Por ejemplo: "OS necesitamos. Vuestros puntos de vista, comentarios y artículos nos interesan. Envíelos a editor@supagina.com y los publicaremos aquí."

Así podrá crear una nueva sección en su sitio donde colocar los escritos de sus visitantes así como anuncios Google.

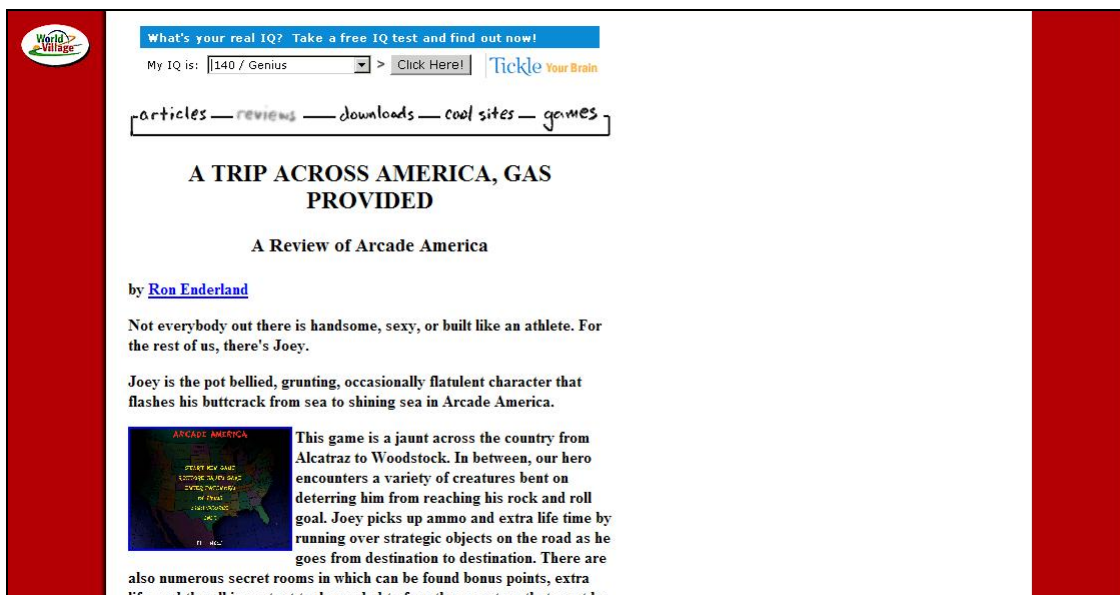


Fig. 8.2 Críticas de juegos en <http://www.worldvillage.com/softwarereviews/index.html> Mmm... contenido gratis.

8.6 Añada Obras De Dominio Público A Su Página Web

Uno de los secretos mejor guardados en cuanto al contenido gratis son las obras de dominio público. Se trata de los libros, los artículos, las grabaciones y las fotos cuyos derechos de autor han caducado. Como no se han renovado los derechos, las obras entran en el dominio público. ¿Qué significa esto? 60



¡Significa que CUALQUIER PERSONA (usted incluido) puede editar, reeditar y/o vender las obras sin pagar comisiones a nadie!

Piénselo. ¡Puede construir un sitio con CIENTOS de páginas con la sola publicación de un libro de dominio público! ¡Piense en todas las impresiones AdSense que puede suministrar! Las posibilidades no tienen fin.

Le propongo dos recursos útiles si quiere más información sobre las obras de dominio público.

Idea #1 — [Project Gutenberg](#)

Project Gutenberg es el editor más antiguo de libros digitales gratuitos en Internet. Su colección de más de 15000 libros fue creada por cientos de voluntarios. En el momento en que escribo este libro, las obras más populares son:

1. [The Notebooks of Leonardo Da Vinci de Leonardo da Vinci](#)
2. [Project Gutenberg "10K" DVD](#)
3. [How to Live on 24 Hours a Day de Arnold Bennett](#)
4. [The Art of War](#)
5. [Ulysses de James Joyce](#)
6. [The Adventures of Sherlock Holmes de Sir Arthur Conan Doyle](#)
7. [Project Gutenberg "Best Of" CD August 2003](#)
8. [How to Speak and Write Correctly de Joseph Devlin](#)
9. [Alice's Adventures in Wonderland de Lewis Carroll](#)
10. [Grimm's Fairy Tales de Jacob Grimm y Wilhelm Grimm](#)

Revise su biblioteca entera en <http://www.gutenberg.org/>
Recuerde que aunque puede reeditar estas obras en sus páginas Web, no puede volver a venderlas.

Lo malo de Project Gutenberg es que puede que ya utilicen sus obras cientos de personas. Puede optar por obras menos populares para conseguir mejores posiciones en los buscadores.



Idea #2 – [The Lost Files](#)

Creado por Russell Brunson, The Lost Files es un servicio basado en una suscripción. Proporciona las obras que han entrado recientemente en el dominio público. Dicho de otra forma, le mantiene al día de los nuevos libros y artículos de dominio público antes de que los demás los consigan!

A continuación está una lista de algunos títulos disponibles para los miembros:

- * How To Develop Self Confidence
- * How To Draw and Paint
- * Guide To Bowling
- * What Character Does Your Handwriting Reveal
- * How To Develop Perseverance
- * How To Become A Speaker
- * Dreams Interpreted
- * How To Play Tennis
- * Hints On Writing Short Stories
- * How To Make Money
- * Strength From Eating
- * How To Study The Bible For Greater Profit
- * The History Of Music
- * How To Make and Use A Home Radio
- * How To Write A Hit Song And Sell It



Yo me he suscrito a este servicio y pienso hacer pruebas de algunas obras en una de mis páginas. Para más información sobre The Lost Files, ir a <http://www.adsense-secrets.com/thelostfiles.html>

8.7 AdSense En Los Feeds RSS

Uno de los mayores cambios que ha experimentado Internet es el desarrollo de los feeds RSS (acrónimo de Rich Site Summary o Really Simple Syndication, es decir Sindicación Realmente Simple). Estos feeds permiten poner al suscriptor al día de las actualizaciones de un sitio Web en vez de esperar a que vuelva para enterarse él mismo.

Lo bueno es que Google empieza a poner AdSense en los feeds RSS.



Es un sistema nuevo y en el momento en que escribo este libro, Google lo sigue probando: si usted tiene un feed RSS en un sitio suyo (o si quiere implementar uno) y si consigue más de 100 suscriptores, puede juntarse a su equipo de probadores Beta.

Parece que no se deja mucha libertad para ajustar los anuncios, aunque es lógico pensar que se debería poder aplicar los mismos principios aquí (en particular el de mezclar los anuncios con la página) que en una página Web. De momento sin embargo, los anuncios sólo aparecen después del contenido, debajo de la URL. Para apuntarse a este programa, vaya a http://services.google.es/ads_inquiry/aff

Si no quiere hacer de cobaya para Google, puede utilizar Kanoodle cuyo programa está mucho más avanzado. Para utilizar el programa de Kanoodle, vaya a <http://www.kanoodle.com/about/brightads.cool>

8.8 ¡Utilice Su Boletín Para Enviar Tráfico!

Un buen boletín es otra manera de sacar provecho de AdSense. ¡Los boletines son herramientas fantásticas para **conseguir visitas repetidas a sus páginas!**

Ésta es una manera de usarlos: en vez de enviar el boletín entero, guarde unos trocitos sabrosos para su espacio Web y ponga un enlace para que los usuarios lo pulsen.

Cuando los suscriptores hagan clic para leer el final del artículo, es posible que hagan clic en sus anuncios y ¡le creen más ganancias de AdSense! Por ejemplo, Prizepot (<http://www.prizepot.com>) es un sitio Web que organiza concursos y apuestas y propone un nuevo artículo cada día. Su boletín se compone de un texto destinado a atraer a los usuarios enseñándoles los nuevos artículos de la semana. Para apuntarse al concurso, uno está obligado a pulsar el enlace del boletín. Y por supuesto, cuando llega a la página, no sólo tiene información sobre el concurso sino que también le dan la bienvenida unos anuncios. Para recibir un ejemplo de boletín, envíe un email a join-prizepot@lists.worldvillage.com.

Si tiene una lista grande y receptiva, ¡empiece a convertirla en dinero de AdSense extra!



Y si eso no es suficiente motivo para que usted empiece a producir un boletín, parece que Google está empezando a probar los anuncios en los boletines también. Ya está implementado para iVillage.com y es posible que lo extiendan a más sitios pronto.

Puede crear su propio boletín – y enviarlo con un sistema de envío masivo como Intellicontact.com — o puede pedir que alguien se lo escriba. ConstantConversions.com (<http://www.constantconversions.com>) es un servicio especializado en la redacción de boletines. Les puede comentar sobre su página y se lo harán todo, desde el concepto hasta el envío. Incluso se les puede comunicar que lo desea optimizado para anuncios AdSense pues sabrán qué hacer.



Para empezar su propio boletín y contestador automático para su sitio Web, recomiendo Aweber.com. Con Aweber, uno puede crear tantos contestadores automáticos y listas como desee. Eso significa que tiene su lista preparada para enviar emails automáticos a determinados grupos de personas en determinados momentos. Junto con su servicio de envío de emails, Aweber es mi primera elección para gestionar muchas listas más.

8.9 Comprar Contenido / Contratar Escritores

Uno de los problemas con el contenido gratis es que se recibe por lo que se ha pagado. Y si tu página no tiene información de valor, afectará sus porcentajes de clics.

Obviamente, la alternativa consiste en pagar a escritores profesionales. Ya he mencionado www.elance.com como un sitio interesante donde encontrar diseñadores pero también es interesante para encontrar escritores. Otro sitio donde pedir que le escriban artículos es ConstantConversions.com.

La ventaja de contratar escritores es la seguridad de poder ofrecer buen contenido con poco esfuerzo. Por otro lado, se tiene que recuperar el dinero gastado.

Intente con un escritor para ver cuánto dinero genera una serie de artículos. Si paga \$200 por 5 artículos pero sus nuevas páginas no generan al menos \$200 en ganancias, necesita otra idea, u otro escritor.



8.10 Contenido Automatizado

Por último, dos opciones más que pueda usar para crear contenido para su página Web son [ArticleBot](#) y [TrafficEqualizer](#).

Estas dos herramientas llenan sus páginas automáticamente con contenido basado en sus palabras clave, y así le ahorran el trabajo de escribirlo usted mismo o el gasto de comprarlo.

A Google no le emociona mucho este contenido prefabricado y seguro que a sus usuarios tampoco. Será mejor que nada, pero al fin y al cabo ofrecer contenido interesante es lo mejor.



9. El Análisis Del Comportamiento De Sus Visitantes: ¡Su Mina de Oro AdSense!

En el último capítulo hablamos del contenido. Google no le da facultad de pedir a sus visitantes que hagan clic en sus anuncios ni tampoco usar otras técnicas engañosas para incitarles a hacer clic. Pero ofrecer buen contenido es una recomendación para el producto en sí. Parte de su encanto se transmite a los anuncios y los hace más creíbles e interesantes!

Si usted tiene una página Web con críticas imparciales de productos, por ejemplo, los visitantes tendrán la tendencia de hacer clic más a menudo en los anuncios para obtener más información sobre un producto, ver los últimos precios o pedir en línea.

Es crucial crear contenido que es realmente interesante. Pero su trabajo no termina aquí.

Después de crear su cuenta AdSense, lo primero que usted tiene que hacer es jugar con el formato y la colocación de sus anuncios para mezclarlos con su página. Allí es donde se esconde la mayoría del "dinero fácil".

Pero una vez que haya efectuado las modificaciones, ¿qué es lo siguiente? Empiece a afinar el texto y hacer todo tipo de cambios para mejorar su porcentaje de clics (CTR).

Pero cada vez que usted realice un cambio, tiene que seguir los resultados.

Considere este ejemplo:

Joe Drinker tiene un sitio Web estupendo sobre "Cómo Hacer Cerveza en Casa". Le va bien con AdSense, pero quiere mejorar. Sus estadísticas para la semana están así:

Fecha	Impresiones de páginas	Clics	CTR de la página	eCPM de página	Ganancias
4/2/05	40930	1516	3.7%	5.62	229.92
4/3/05	40358	1574	3.9%	6.59	265.99



4/4/05	38962	1517	3.9%	6.11	238.01
4/5/05	33563	1381	4.1%	6.38	214.21
4/6/05	32978	1325	4.0%	6.76	223.81
4/7/05	28207	1294	4.6%	7.52	212.01
4/8/05	27322	1251	4.6%	7.47	204.20

Joe está contento con su CTR pero se pregunta si puede mejorar su CPM y en el proceso aumentar sus ganancias. Así que busca palabras clave mejor remuneradas y relacionadas con su sitio, y por eso introduce el término "latas de cerveza" dentro de su contenido.

Unos días después, hace login en su cuenta de AdSense y se da cuenta de que este cambio HA EMPEORADO sus ingresos:

Fecha	Impresiones de páginas	Clics	CTR de la página	eCPM de página	Ganancias
4/9/05	32744	985	3.0%	4.21	137.95
4/10/05	32286	1023	3.2%	4.94	159.59
4/11/05	30954	986	3.2%	4.59	142.08
4/12/05	26850	898	3.3%	4.78	128.52
4/13/05	26382	861	3.3%	5.08	134.28
4/14/05	22566	841	3.7%	5.63	127.20
4/15/05	21858	813	3.7%	5.60	122.52

Joe no sólo decepcionó a muchos coleccionistas que visitaron su sitio en busca de latas de cerveza – su sitio se compone de muchas palabras clave pero no ofrece el contenido adecuado – sino que además ha disuadido a los internautas interesados en elaborar cerveza en casa de visitar su sitio.

Su clasificación en los buscadores ha bajado, haciendo su sitio Web más difícil de encontrar y reduciendo sus visitas. También ha afectado sus ganancias por clic pues los visitantes salen de su sitio más rápidamente. Además se ha arriesgado a perder su cuenta de AdSense.

Entonces, ¿significa esto que es mala idea optimizar su página para AdSense?

En absoluto. Es buena idea si se hace bien. Y con eso quiero decir que no se deben buscar soluciones rápidas.



Existe un proceso sencillo para optimizar paso a paso su página para los términos mejor remunerados. ¡Y este método es casi infalible! ¿Entonces, porque no lo hace todo el mundo?

Simplemente porque muy pocos editores Web saben cómo gestionar el **seguimiento de sus resultados** para su ventaja.

El seguimiento no sólo le ayuda a minimizar las consecuencias de sus errores sino que también puede revelar porciones de dinero bien escondidas que usted no habría encontrado de otro modo.

Siga leyendo para enterarse de CÓMO usar el seguimiento para que se dispare su CTR y aumenten sus ganancias por clic.

CONSEJO: [Pulse aquí](#) para aprender sobre las herramientas que permiten optimizar su página Web para términos de alto valor (bien remunerados).

9.1 Cómo Seguir Sus Resultados Con los Canales

Google tiene su propio sistema para seguir el rendimiento de los anuncios y lo llaman "criterios de seguimiento" pero lo llamaremos "canales". Me recuerdan las películas de espías, en las que implantan un chip en el brazo de un súper detective para poder seguir sus actividades y movimiento.

AdSense le regala unos 50 chips de este tipo. Úselos para seguir los canales en un dominio específico o juntar anuncios según ciertos formatos de anuncio, palabras clave, colocación en la página, etc. Puede usar cualquier otro factor que pueda influir en la efectividad de los anuncios, en función del tipo de página que tiene.

¡Canalize Esos Clics!

Google le comunica muchos datos sobre cada canal, tales como el número de impresiones, el porcentaje de clics y los ingresos.

Usted puede usar los informes de canales para saber qué canales le aportan más dinero y cómo aumentar las ganancias de otros canales.



9.2 Cómo Crear Un Canal

Usted debe crear un canal para cada uno de sus espacios Web.

Dentro de un espacio, todavía tiene la opción de crear canales para páginas individuales si lo desea, lo que puede resultar útil si quiere comprobar qué tal funcionan determinados anuncios con respecto a otros. Pero empiece con un canal para cada URL de cada espacio y ya tendrá una idea general que pueda usar como punto de partida para su seguimiento.

Y es muy fácil hacerlo.

Lo primero que tiene que hacer es crear canales para las URLs.

Administrar criterios de seguimiento de URL

Ejemplos: example.com

realizar un seguimiento de todas las páginas en todos los subdominios

sports.example.com

realizar un seguimiento sólo de las páginas del subdominio 'sports'

sports.example.com/widgets

realizar un seguimiento de todas las páginas de un directorio concreto

sports.example.com/index.html

realizar el seguimiento de una página concreta

http://

Crear nuevo criterio

Buscar criterios de seguimiento

[Restablecer](#)

Activar criterio de seguimiento de URL:

☐ www.articulo.org

☐ www.buckenmeyer.com

☐ www.buscoafiliados.com

☐ www.buscoafiliados.com/rentabiliza

☐ www.sestudyabroad.com

☐ www.sestudyabroad.com/housing

☐ www.sestudyabroad.com/study abroad

Seleccionar: Todos, Activa, Inactivo, Ninguno


Activar Desactivar Eliminar

[Ir a Informes >>](#)

Fig 9.1 Google se vuelve potente con los canales de URLs.

Con los canales originales, se tenían que **cambiar las etiquetas de AdSense manualmente** para cada bloque que se quería seguir. Muchos de los editores se quejaron de los límites de este funcionamiento así que





Google acabó por implementar los canales de URLs para hacerlo todo más fácil.

Ahora, usted puede usar los canales de URLs para seguir páginas individuales o sencillamente especificar el nombre del dominio para seguir todas las páginas de dicho dominio. Las páginas o sitios que añada serán seguidos automáticamente (no hace falta cambiar el código manualmente). ¡Estupendo!

Si quiero seguir todos los bloques de anuncios de mi sitio Web www.DealOfDay.com, sólo necesito especificar la URL y Google hace el resto. Los canales de URLs son particularmente útiles si se tienen varios sitios Web, y una idea general de los formatos, colores y alineaciones que mejor le van.

Recuerde sin embargo que todavía hace falta recurrir a los canales originales (por criterio) si se quiere seguir anuncios a través de varios dominios según el tamaño, el formato, los colores, etc.

Por ejemplo, si quiero seguir anuncios alineados a la izquierda en todos mis sitios Web (todos los dominios), necesito juntarlos en un solo canal y cambiar el código para cada página manualmente.

Primero, le pongo nombre al canal:



Administrar criterios de seguimiento personalizados

Utilice esta sección para crear criterios de seguimiento personalizados y desactivar, reactivar o renombrar los ya existentes. A continuación, seleccione el criterio de seguimiento correspondiente en la página Código de disposición del anuncio antes de pegar el código AdSense en su sitio.

nombre_canal

[Restablecer](#)

Criterios de seguimiento personalizados activados:

<input type="checkbox"/>	bm_articles
<input type="checkbox"/>	bm_links_results_bottom
<input type="checkbox"/>	bm_top
<input type="checkbox"/>	busco_top
<input type="checkbox"/>	gala_blog_top
<input type="checkbox"/>	gala_right_links
<input type="checkbox"/>	gala_top

Selecccionar: [Todos](#), [Activa](#), [Inactivo](#), [Ninguno](#)

Renombrar a

[Ir a Disposición del anuncio >>](#)

Fig. 9.2 Aquí está un nuevo canal...

Después escojo el Tipo, el Diseño y el Color de los anuncios que quiero seguir:



Tipo de anuncio

Elija el tipo de bloque de anuncios que desea mostrar en su página.

☒ Bloque de anuncios Usar la opción predeterminada para mi cuenta
(Predeterminado: **sólo anuncios de texto**. [Cambiar](#))

☐ Bloque de vínculos 4 vínculos por bloque

Más información sobre [anuncios gráficos...](#)
Más información sobre [bloques de vínculos...](#)

Disposición del anuncio

Elija la disposición del anuncio que desea aparezca en sus páginas. [Ver ejemplos...](#)

Rectángulo integrado grande de 336 x 280

Paletas de colores *opcional*

Elija la paleta de colores de sus anuncios. Mantenga pulsada la tecla *CTRL* o *Comando* para seleccionar varias paletas que se rotarán de forma aleatoria en su página. [Aprenda más...](#)

Mother Earth
Black and Blue
Fresh Mint
Cut Grass
Raspberry Smoothie
Vanilla Cream
Green Taffy
It's a Girl!

Ejemplo
Título enlazado
El texto del anuncio va aquí
[www.url-anunciante.com](#)
Anuncios Google

[Administre sus paletas de colores](#)

Fig. 9.3 definición de los anuncios para seguir en un nuevo canal.

Por último, sólo hay que especificar una URL alternativa si no se quiere que aparezcan anuncios de servicio público, seleccionando el canal y copiando y **pegando el código en cada página que contenga el tipo de anuncio que quiero seguir.**



Criterio *opcional*

Seleccione el criterio para este grupo de páginas. [Aprenda más...](#)

bm_top

[Administre sus criterios de seguimiento](#)

Páginas con frames *opcional*

Seleccione esta opción si su página utiliza frames. [Aprenda más...](#)

☐ El anuncio será colocado en una página con frames.

Su código AdSense

Haga clic dentro de este cuadro para seleccionar todo el código.

Puede copiar y pegar el código en cualquier página que cumpla las [políticas del programa](#).

```
<script type="text/javascript"><!--
google_ad_client = "pub-6033359828241754";
google_ad_width = 336;
google_ad_height = 280;
google_ad_format = "336x280_as";
google_ad_type = "text";
google_ad_channel = "6259329868";
google_color_border = "B4D0DC";
google_color_bg = "ECF8FF";
google_color_link = "0000CC";
google_color_url = "008000";
google_color_text = "6F6F6F";
//--></script>
```

Fig. 9.4 Creación del código para un nuevo canal.

Por supuesto, tendría que repetir el proceso si quisiera seguir anuncios de un determinado tamaño y color.

Aunque Google puede seguir el rendimiento de los anuncios para un dominio especificado, no espere que los canales de URL o por Criterio le aporten datos sobre sus visitantes, tales como quién les ha referido su página Web y qué tipo de navegador usan. Dichos detalles sólo se pueden conseguir mediante los registros (logs) de su servidor.

9.3 Cómo Leer Los Logs De Su Servidor

Se venden actualmente en Internet varios programas de seguimiento de AdSense. Este tipo de software se ejecuta en su propio servidor, lo que



significa que tiene acceso a información fundamental sobre los visitantes.

No se trata de paquetes afiliados con Google, pero la mayoría de ellos se pueden usar sin infringir los [Términos y Condiciones](#) de AdSense.

Un Software de seguimiento le puede dar mucha información que los canales AdSense no revelan, tales como:

- De dónde provienen sus visitantes
- De dónde proceden los que hacen clic en los anuncios
- Qué palabras clave de los buscadores les llevó a su página

Su software de estadísticas debe compilar e interpretar sus archivos de logs. Le podrá decir cuántos internautas visitaron sus páginas, cuánto tiempo se quedaron, cuáles son las páginas más populares, de qué países/dominios provienen, y cuántos han añadido su página a sus favoritos.

Se trata de toda la información que se necesita.

Lo que **no puede** hacer el software de seguimiento es decirle **exactamente cuánto DINERO un anuncio en particular** (o un grupo de anuncios) le hace ganar. Sólo los canales de Google pueden comunicar esta información.

Un Software de seguimiento externo puede informarle del porcentaje de clics de un anuncio pero sus ingresos AdSense también dependen de factores como las ganancias por clic, la relevancia del contenido, la clasificación de la página en Google y varios otros factores.

Por consiguiente, el mismo anuncio puede producir distintas comisiones en 2 sitios Web distintos.

Cuanto mejor sea su página (cuanto más alta la clasificación que le asignen los buscadores, cuanto más enlaces tenga, etc) más comisión ganará.

Recomiendo mucho el uso de software de seguimiento externo además de los canales de Google.

¿Por qué? Porque los canales pueden ser difíciles de analizar si se usan solos.



Considere este ejemplo:

En este caso hipotético, Jim tiene un espacio Web sobre coches deportivos, donde comenta sobre su pasión a miles de visitantes con el mismo interés en coches deportivos. Decide averiguar qué anuncios remuneran más que otros.

Jim junta todos los anuncios con borde azul en un canal específico y lo llama "Borde_Azul". Se da cuenta de que los anuncios del canal "Borde_Azul" generan un CTR (porcentaje de clic) de un 5%, mientras los demás anuncios generan una media de un 2%:

Canal	Impresiones de bloques	Clics	CTR del bloque	eCPM de bloque	Sus Ganancias
Borde_Azul	11378	569	5.0%	7.24	82.38
Texto_Verde	11205	525	2.0%	6.29	70.54
Anuncios Altos	12963	302	2.3%	1.22	15.78

Al día siguiente, Jim modifica sus anuncios para que todos tengan un borde azul. ¿El resultado?

Los anuncios del canal "Borde_Azul" siguen generando un CTR de un 5%, mientras el resto de los anuncios (que también tienen borde azul ahora) siguen generando un CTR de un 2%. ¡Qué confusión!

Canal	Impresiones de bloques	Clics	CTR del bloque	eCPM de bloque	Sus Ganancias
Borde_Azul	11606	590	5.0%	7.24	86.50
Texto_Verde	11765	55	2.0%	6.29	74.07
Anuncios Altos	12315	287	2.3%	1.22	14.99

Demuestra claramente que hay un factor que incita a los visitantes a hacer clic en los anuncios – y seguramente no tiene nada que ver con el borde azul.

¿Cuál es este ingrediente escondido que está empujando los clics? Los canales no lo cuentan.

Así que Jim decide instalar un software de seguimiento externo en sus sitios Web. Tras mirar los logs de su servidor, nota que son los anuncios con el



término "Accesorios de coche" los que logran la mayoría de los clics. ¿Cómo lo sabe?

Es sencillo. Su software de seguimiento le comunica cuáles son los anuncios en que los visitantes hacen clic. También sabe cuáles son las páginas a donde van sus visitantes al salir de su sitio.

Jim se dio cuenta de que todos los visitantes en busca del término "Accesorios de coche" generaban la mayoría de los clics en sus páginas. Entonces, este término daba mejor resultados que los demás.

Entonces, ¿debería Jim optimizar su sitio para el término "Accesorios de coche"?

Para la mayoría de los Webmasters, sería suficiente para poner manos a la obra.

Pero Jim no se fía. **Él quiere saber si sus anuncios "Accesorios de coche" también son los que mejor remuneran.**

Para averiguarlo, Jim crea un canal para seguir las ganancias de todos los anuncios con el término "Accesorios de Coche" y lo llama "Accesorios_Coche":

Un par de días más tarde, Jim hace login en su cuenta de AdSense para ver sus ganancias. Ve que el 30% de sus ingresos lo producen los visitantes en busca de accesorios de coche.

Canal	Impresiones de bloques	Clics	CTR del bloque	eCPM de bloque	Sus Ganancias
Asesorios_Coches	14577	729	5.0%	4.9	71.43

Es significativo, pero crea otra pregunta en la mente de Jim:

¿De dónde procede el otro 70% de sus ganancias?

Vuelve a revisar sus informes y se entera de que los anuncios con el término 'Piezas de Coches' también ofrecen una remuneración interesante. Mientras "Accesorios de Coche" lleva la delantera con un CTR de un 5%, los anuncios "Piezas de Coches" generan un buen 3%.

Jim se emociona. ¡Sabe que ha descubierto algo importante!



Gracias a su software de seguimiento, ha descubierto dos grandes pistas.
¿Cuál generará más ingresos?

Se complica el asunto...

Para averiguarlo, Jim crea otro canal y lo llama "Piezas_Coches".

Una semana más tarde, hace login en su cuenta de AdSense para comparar las ganancias de cada canal.

Éstos son los resultados:

Total de ingresos de AdSense para una semana = \$1666.67

Canal "Accesorios_Coche" = \$500 (el 30% del total de sus ganancias)

Canal "Piezas_Coches" = \$1000 (el 60% del total de sus ganancias)

Anuncios restantes = \$166.67 (el 10% del total de sus ganancias)

¡Increíble! Jim ahora sabe que los anuncios del canal "Accesorios_Coche" consiguen la mayoría de los clics y **¡sin embargo los anuncios del canal "Piezas_Coches" le hacen ganar más dinero!**

Google no dará todos los motivos por los que los anuncios del canal "Piezas_Coches" remuneran más. Pero Jim sabe que probablemente la palabra clave "Piezas de Coches" sea más cara, y su sitio Web se clasifique mejor para este término.


FINALMENTE—

Jim está listo para actuar. Analicemos sus opciones:

1. Puede optimizar su sitio para el término "Piezas de Coches", para que su contenido sea más relevante. Jim sabe de experiencia que al aumentar su clasificación para la palabra clave "Piezas de Coches", también incrementarán sus ganancias por clic.

Pero tiene una desventaja. ¡Puede que le haga perder sus visitantes en busca de "Accesorios de Coche"! Jim sabe que el precio de las palabras clave varía según las pujas ofrecidas por los anunciantes de AdSense. ¡Una palabra





clave poco popular hoy puede producir una batalla de pujas mañana!

Jim no quiere perder los visitantes que más hacen clic y le permiten ganar \$500 al mes.

2. Jim puede optimizar su sitio para "Accesorios de Coche". Pero así se arriesga a perder el 60% de sus ganancias.
3. Jim puede lanzar dos espacios Web distintos: uno para "Piezas de Coches" y otro para "Accesorios de Coche".
4. Jim puede optimizar su sitio para AMBOS términos.

Jim elige la opción 4, es decir optimizar para AMBOS términos. Jim conoce el refrán según el que al intentar complacer a todos, uno puede acabar complaciendo a nadie. Por eso decide actuar con cuidado.

Jim entiende el comportamiento de sus visitantes. Sabe que a sus visitantes les gusta leer pequeñas porciones. Nunca leen una página Web como un libro, empezando desde arriba hasta abajo.

Así que Jim modifica su diseño para destacar más los artículos sobre las "Piezas de Coches". Utiliza de manera inteligente las fotos de los coches chulos para crear varios focos de interés dentro de su diseño claro.

Jim sabe también que los visitantes miran instintivamente las fotos de los coches antes de prestar atención a la información pormenorizada sobre las piezas (seguida por anuncios Google colocados estratégicamente).

Google le deja poner hasta 3 bloques de anuncios en una misma página. [Lea más sobre este cambio de política y lo que significa para usted.](#)

Para aprovechar bien esta oportunidad, Jim cambia el diseño de su sitio Web para crear más espacio que se pueda llenar de contenido. Ahora puede aprovechar el diseño y la maquetación de su página para atraer a los internautas con trocitos de contenido interesante que llaman la atención hacia los anuncios de Google.

Además, añade nuevos menús laterales con detalles sabrosos sobre nuevos accesorios para coche. Estos detalles actúan como imanes, atrayendo a los ⁷⁸



visitantes en busca de accesorios para coche. Y aún más importante, al lado de dichos nuevos menús, Jim coloca anuncios de AdSense que atraen a los visitantes con nuevas ofertas de accesorios para coche.

Una sección especial llamada "Los accesorios que a mí me gustan" invita a los visitantes a desplazarse hacia abajo en la página. Allí Jim ofrece noticias, actualizaciones y críticas imparciales sobre el mercado de accesorios de coches. Además, invita a sus visitantes a buscar lanzamientos de nuevos productos mediante una caja de búsqueda de Google, lo que les da la oportunidad de buscar contenido relevante en su página Web o en todo la Red.

Estos cambios no sólo mejoran la relevancia del sitio de Jim sino que sus visitantes son más receptivos. Y además, Jim ahora puede generar más ingresos poniendo enlaces a páginas dedicadas a accesorios de coche, piezas y otras palabras clave que ya atraen a su sitio a visitantes reactivos.

Jim ha utilizado sus canales y los logs de su servidor para cavar a fondo y descubrir una mina de oro de información. Usted también puede usar estos secretos para **encontrar los anuncios que más dinero producen** y fuentes de ingresos escondidas.

9.4 Herramientas de Seguimiento

Existen muchas herramientas de seguimiento para satisfacer las necesidades que los canales de Google no satisfacen. A continuación le presento los productos principales, y dos herramientas IMPRESCINDIBLES al final:

AdSense Log

<http://www.adsense-secrets.com/adsenselog.html>



Creado por MetalGrass, este analizador de estadísticas ofrece gráficos y tablas fáciles de comprender. También usa las estadísticas de Google en vez de recurrir al MySQL de su servidor.

Puede hacer login en su cuenta todas las veces que quiera y el log le avisará si hay nuevos datos disponibles mediante un sonido, un email o la apertura de una ventana flotante (pop-up).

Precio: \$50. Existe una versión de prueba de 30 días gratis.



AsRep

<http://www.asrep.com>

asRep

AsRep le permite seguir sus estadísticas en tiempo real, incluyendo sus 3 bloques de anuncios, un bloque de vínculos y hasta 2 cajas de búsqueda por página.

El programa también recoge los colores, formatos y canales, y puede decir si las unidades muestran anuncios Google o anuncios alternativos.

Precio \$50. Versión de prueba ilimitada disponible.

CSV AdStats

<http://www.nix.fr/en/csvadstats.aspx>

CSV AdStats no es tanto un software de seguimiento sino más bien un analizador de cifras. Se puede descargar el archivo de datos CSV de Google y hacer un análisis completo de las estadísticas para comprobar las medias y crear gráficos.



Una manera útil de sacar más información de sus estadísticas.

GRATIS

Google AdSense Tracking Script

<http://www.biz-directory.org/AdSense/>

El Google AdSense Tracking Script le permite ver los dominios y archivos donde se produjeron clics. Ofrece estadísticas por hora y diarias y le informa de quién hizo clic en qué, dónde y cuándo.

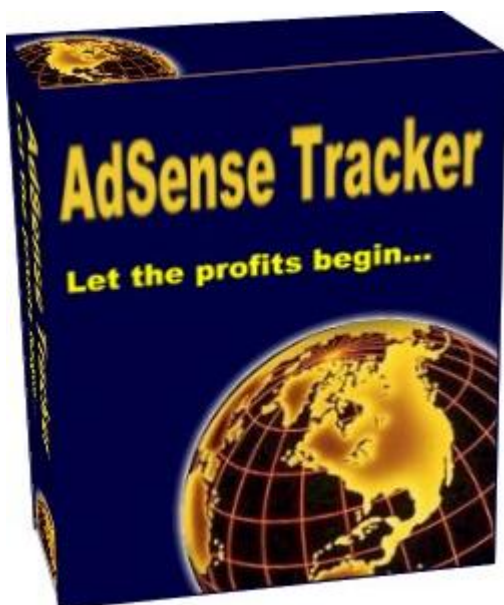
Precio \$100.



¡2 HERRAMIENTAS IMPRESCINDIBLES!

Si toma en serio la idea de ganar dinero con AdSense, hay dos herramientas que uso regularmente y recomiendo totalmente por encima de los demás. La inversión en estas herramientas se amortizará una y otra vez.

AdSense Tracker



AdSense Tracker hace lo siguiente:

1. Sigue los clics, las páginas vistas y el CTR por **referrer (página de donde proviene el visitante)**.
2. Sigue los clics, las páginas vistas y el CTR para **cada buscador y todas las palabras clave**.
3. Seguimiento en tiempo real de sus **canales AdSense** y sus canales por criterio.
4. Sigue los clics, las páginas vistas y el CTR por dominio, página, directorio, URL del anunciante, IP y formato
5. Enseña todos los clics (IP, URL del anuncio, **página de origen**, y fecha/hora).
6. Sigue las búsquedas realizadas en la Red por dominio, página y referrer.
7. Sigue las búsquedas realizadas en la Red por buscador y todas las palabras clave, así como por canal, hora y dirección IP.
8. Enseña todas las búsquedas (IP, términos de búsqueda, página de origen, referrer y fecha/hora) y realiza informes relacionados con cualquier fecha.



El autor de este producto ofrece una PRUEBA GRATIS de 30 días, así que usted debe probarlo.

Pulse en el enlace para probar AdSense Tracker gratis:
<http://www.adSense-secrets.com/tracker.html>

AdSenseDesktop — Análisis Instantáneo De Las Estadísticas



Una vez que usted tenga sus estadísticas, le recomiendo analizarlas con AdSenseDesktop. Esta magnífica herramienta le permite descargar sus estadísticas, convertirlos en gráficos y analizarlos para identificar tendencias y averiguar lo que mejor funciona.

También le proporcionará un acceso más fácil y rápido a sus datos pues no es necesario hacer login en su cuenta de AdSense a través del espacio Web de Google cada vez que quiera ver cómo va, ¡y todos los cambios que haga se

guardarán en un log central! Será así más fácil recordar los cambios que ha hecho y ver cuáles han incrementado (o bajado) sus ganancias.

Y como lo mencionaré en un capítulo más adelante, es imprescindible mantener un diario de AdSense, apuntando todos los cambios que haga poco a poco. AdSense Desktop incluye una página de "Notas" que se lo permite hacer.

Es una herramienta muy útil.



Fig. 9.2 AdSenseDesktop le proporciona informes instantáneos al pasar usted el ratón sobre la barra de tareas.



Una de las mayores ventajas de AdSenseDesktop es que se pueden convertir las estadísticas en toda clase de gráficos, incluyendo gráficos por:

- Impresiones de páginas
- Número de clics
- Porcentaje de clics (CTR)
- CPM efectivo
- Ganancias

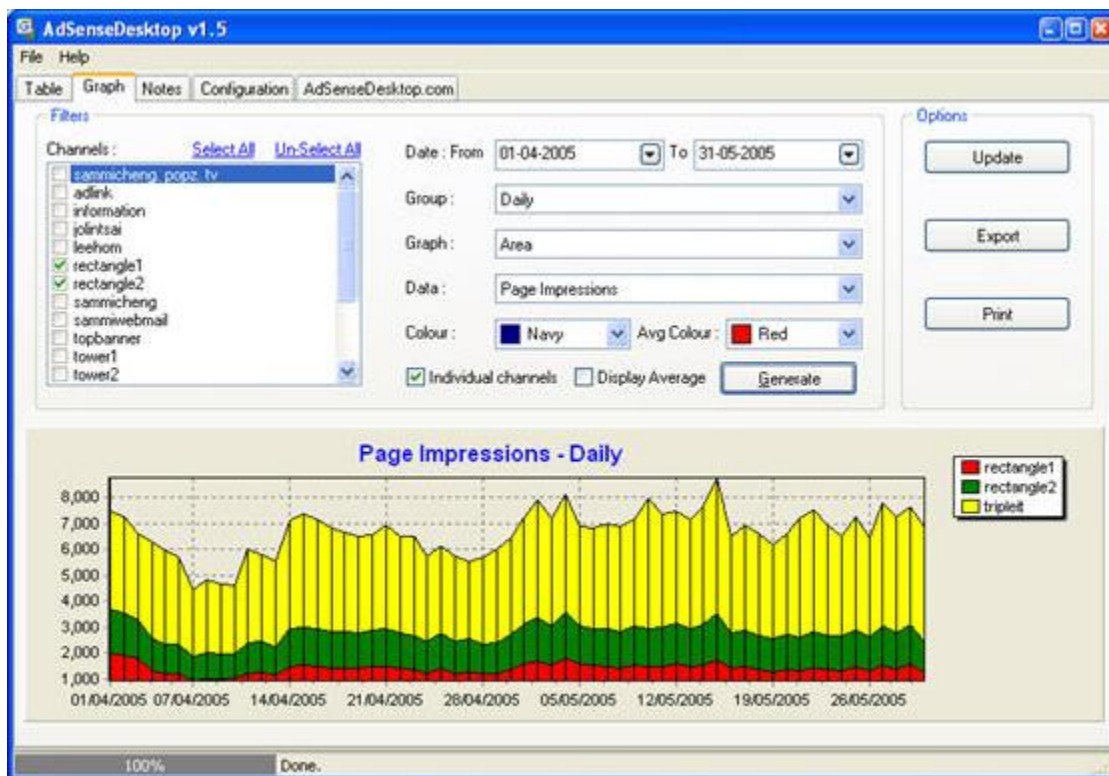


Fig. 9.3 Siga varios canales de un solo vistazo.

Suena bien, ¿verdad? Puede descargar una versión de prueba GRATIS en <http://www.adsense-secrets.com/adsensedesktop.html>



10. ¿Cómo Hacer Funcionar AdSense Con Comunidades De Internet?

¡Maximice sus ganancias de AdSense a través de los Foros y Grupos de Discusión!

En el capítulo 8, he comentado sobre cómo ganar dinero con los blogs. Pero los blogs no son la única clase de contenido en-línea donde se pueda ganar dinero con AdSense.

En una comunidad de Internet activa, los usuarios generan la mayoría del contenido. No se pueden controlar del todo las palabras clave ni los temas, lo que significa que AdSense puede proporcionar anuncios sorprendentes. (Guarde unos [Anuncios Alternativos](#) a mano en caso de que Google le envíe a su foro anuncios de servicio publico.)

Contrariamente a los visitantes pasivos que exploran su sitio Web para encontrar información relevante, los miembros de un foro están enfocados en sus mensajes y sus respuestas.

Muchos de los editores Web que disponen de comunidades en Internet se quejan de CTRs bajos, palabras clave irrelevantes y pocas ganancias por clic. Pero no se dan cuenta de que las comunidades en Internet son una mina de oro a escondidas pues inspiran lealtad, visitas repetidas, contenido único y un alto nivel de implicación del usuario en el contenido.

Marcas famosas tales como Apple y Harley Davidson basaron su éxito en la misma idea: un sentido de enlazamiento personal, alta implicación en el producto y referencias sólidas. ¡Usted puede conseguir los mismos resultados con su página Web!

Aunque todas las comunidades en Internet sean distintas, todas tienen las mismas ventajas. Sólo tiene que reconocerlas y buscar nuevas maneras de convertirlas en dinero, igual que ya lo hacen algunos editores Web espabilados.



A continuación encontrará algunas ideas para inspirarse:

10.1 Los miembros de un foro están muy enfocados en el tema de la discusión. Así que los anuncios colocados arriba, abajo y en los lados **no conseguirán distraerlos de su objetivo principal**, a saber leer y contestar los mensajes.

10.2 La mejor manera de llamarles la atención consiste en poner los anuncios **al final del primer mensaje de cada página** pues son los que más se leen y suelen dar el tono de la discusión.

Muchos editores Web le tienen una fe ciega al skyscraper horizontal 728x90 con dos anuncios debajo del primer mensaje de cada página.

10.3 ¿Dónde se pulsa más en un foro?
¡En los **botones del foro** por supuesto! Ponga sus anuncios cerca de dichos botones pues siempre los buscan los usuarios (para buscar hilos, crearlos, o enviar una respuesta). Mire este ejemplo:





Fig. 10.1 Colocados debajo de los principales botones del foro, estos anuncios Google atraen a los usuarios cuando tienen la disposición de ánimo más adecuada, es decir cuando desean hacer clic! ¡A continuación encontrará otra buena manera de convertir sus anuncios Google en imanes de clics!



Deal of Day - DealofDay.com Forums - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Back Forward Stop Home Search Favorites Media Mail Print TV RSS a

Address <http://forums.dealofday.com> Go

deal talk

user cp calendar members f.a.q. search home

Deal of Day Welcome, mayor. You last visited: Today at 10:10 AM
Private Messages: Unread 0, Total 20. **QUICK MENU**

DEAL OF DAY Members: 149,995, Threads: 124,094, Posts: 769,636
Welcome to our newest member, flightbird

Freebies - Dell Laptop Product testers wanted. Evaluate & keep it. Free Shipping.

247malls Coupons & Deals Get daily updates on coupons and deals at 247malls

Freebies and More Free offers and big savings from brand name companies. Sign up Now.

\$75.00 Gap Gift card Free Gap/Old Navy! Do a short survey and get \$75. No Cost/No Strings. Aff

Ads by Google

Forum	Posts	Threads	Last Post
The Deals			
Deal of Day deals! (6 Viewing) Deal of Day brings you the best deals everyday. Check out what we have found today!	5,461	5,414	Tupperware- Weekend Special... Today 10:04 AM (mayor)
Internet and Retail Deals! (99 Viewing) Find a great deal on or off the Internet? How about a the location of a coupon to clip? Share it with everyone here! These deals will have some cost associated with them.	68,792	17,324	Free \$5 off \$10 Half.com Today 10:44 PM (flightbird)
Found a FREEBIE! (67 Viewing) Freebie hunting is a full-time sport for some! Did you zero in on a good one? Talk about it here! Freebies listed should be 100% FREE.	78,792	14,530	Free Schick Quatro Razor... Today 10:51 PM (Freya)
Help Me Find a Deal! (41 Viewing) Need help finding a deal on anything online or offline? Post your request here and our community of deal hunters will help you!	13,067	4,176	Discontinued Candle-Lite... Today 12:15 PM (ShainaT)
From the Merchant's Mouth (7 Viewing) This forum is for online merchants to directly post their deals! Also a great place to interact with merchants. Please read rules for posting within this forum.	1,607	824	10% off Foot Care Products ... 01-19-2005 11:51 AM (footproducts)
Points and Rewards (11 Viewing) For discussion of online point and reward programs such as MyPoints, FreeRide and Clickrewards	40,772	11,699	RewTV Trivia 1/22 Today 06:25 PM (rmcindoe)
Stuff for Sale or Trade (31 Viewing) Want to sell or trade your "stuff"? This forum is a flea market for users to post items they have for sale or trade, whether new or used. This forum is NOT for merchants to promote their products and/or web sites! So MLMs and other business	19,034	8,397	Clothing, jewelry and more on... Today 03:33 PM (JesseJoyce)
Deal Talk			
Compliments and Complaints (12 Viewing) Want to give kudos to an online merchant? How about thumbs-down? This forum is for compliments and complaints.	6,189	1,365	footprints.com Today 07:59 PM (amvrfisher)
Coupon Clipping Central (25 Viewing) Coupon Clippers and Rebate Renegades take heart! This is the place to discuss the art of getting the biggest bang for your buck. Learn the how-to's and ask your questions here!	2,166	899	(H) *Victoria's Secret* 01-19-2005 01:00 PM (boba2004boba)

Fig 10.2 En este foro, los usuarios buscan ofertas por Internet así que he convertido mis anuncios Google en las estrellas de la página. <http://forums.dealofday.com>

Sin tener que pedir jamás a un usuario que haga clic, **el título "Deal Of The Day" (Chollo del Día) convierte los anuncios Google en un recurso para encontrar las mejores ofertas del día.**

Estadísticas impresionantes (tales como el número de miembros, hilos y mensajes) situadas cerca de los anuncios los hace parecer más legítimos. ¡La alta cantidad de usuarios crea un sentido de urgencia en la investigación de



los anuncios para conseguir los chollos antes que los demás!

- 10.4 Asegúrese de **aplicar el mismo formato de texto en los anuncios y en el contenido creado por sus usuarios**. Es importante conseguir que los usuarios le presten atención primero, y después puede soltar su mensaje cuando estén dispuestos a escuchar!
- 10.5 Pruebe colocando los anuncios en la parte **inferior de cada mensaje**. Si los usuarios se dan cuenta del esquema, pruebe en un mensaje de cada dos pues la clave es variar para que no se enteren!
- 10.6 **No ponga anuncios en medio de los mensajes**. Dado que el contenido de los foros lo crean los usuarios, puede que estén más sensible a estas intromisiones y se ofendan si da la sensación de que los anuncios sean recomendaciones suyas.
- 10.7 **No agrupe los anuncios en medio de la página**. Funciona bien con visitantes pasivos, pero los miembros del foro los pasarán por alto!
- 10.8 **Permita que los usuarios encuentren anuncios segmentados mediante la caja de búsqueda de Google!**
¿Cuántas veces un mensaje le ha incitado a buscar algo en Google?
¿Una vez? ¿Dos? ¿Siempre? Si usted es como yo, **la búsqueda de Google es una comodidad más que la mayoría de los usuarios apreciarán**. Incita a los usuarios a quedarse. ¡Y si hacen clic en un anuncio de la página de resultados, usted gana dinero!

¿Cuáles de estas estrategias funcionarán en sus foros?

Sólo el tiempo dirá, pero que no se le olvide seguir sus resultados con los canales gratis de Google. Los hay que han ganado una fortuna con sus comunidades. No es tan complejo, ¡un poco de determinación y perseverancia le harán llegar lejos!



11 ¿Cómo Conocer A Fondo A Sus Visitantes?

11.1 Interpretar Las Estadísticas, los Logs, Y Los Informes...

Las estadísticas desempeñan un papel fundamental en su éxito. Si no puede seguir los resultados de los cambios que va hacer, entonces nunca rendirá las maximas ganancias.

Pero le puede resultar difícil entender tantas tablas y cifras, organizadas de cierta forma pero que se podrían organizar de manera diversa.

Por eso es imprescindible saber como leer sus estadísticas y entender las figuras.

11.2 Las Estadísticas Más Importantes

¿Sabe cuál es la estadística más importante de todas?

¡Las ganancias! Si usted no gana dinero, lo demás no importa.

Si gana dinero, la siguiente estadística que debe observar es el porcentaje de clics (CTR). Cuanto más alto el porcentaje de clic, más aumentará su CPM y mejor serán sus ganancias.

Cuando modifique la colocación de sus anuncios, las palabras clave, los colores de los anuncios o cualquier otra cosa, espere una semana antes de revisar sus resultados. Mire primero las ganancias.

Tome en cuenta que cuando se tienen bloques de anuncios múltiples en una página, cada bloque de anuncios cuenta como una impresión, ¡pero no podrá recibir tres clics! Por consiguiente, los anuncios múltiples pueden bajar su CTR aunque generen buenos ingresos.

A lo mejor querrá convertir sus resultados en gráficos. En este caso, lo más importante es mirar las tendencias del CTR y de las ganancias. El seguimiento de las impresiones también le permitirá observar las fluctuaciones del tráfico.

11.3 El Porcentaje De Clics (CTR) Óptimo



La mayor parte de su éxito dependerá del nivel de su CTR. Obviamente, cuántas más personas hagan clic en sus anuncios, más dinero ganará usted. Pero no es siempre fácil determinar si uno está incitando a la mayor cantidad de internautas a hacer clic. Mi CTR ha pasado de un 1% a más de un 8% en ciertas páginas, ipero conozco espacios Web que tienen un CTR superior a un 30%!

Su CTR dependerá de varios factores entre los cuales están:

- **Contenido de la Página** — Ciertas clases de contenido reciben más clics que otras (pero no significa que paguen más por clic...)
- **Diseño de la Página**— Ya comentamos sobre la importancia de la colocación de los anuncios.
- **Número de Enlaces** — ¿Por qué hacerles la competencia a sus propios anuncios? Si la gente quiere salir de su página, que usted cobre por ello.
- **Relevancia de los Anuncios** — Si no aparecen anuncios relevantes, su CTR va a ser bajo.

11.4 Arbitraje AdSense

Una vez que tenga organizados sus estadísticas y logs, puede que note algo interesante. Puede que vea, por ejemplo, que una página suya recibe 5000 clics al mes y genera \$1500.

Divida \$1500 por 5000 clics y se dará cuenta de que cada clic vale 30 céntimos.

Es una información que debe tener en cuenta a la hora de comprar contenido. Mientras pague menos de 30 céntimos por clic le saldrá rentable. Una manera de hacer eso consiste en abrir una cuenta de AdWords y comprar espacio para anunciarse en las búsquedas de Google. Se puede pagar 5 céntimos como mínimo, lo que le aportaría 25 céntimos cada vez que sus usuarios hicieran clic en un anuncio de 30 céntimos.

Esto es lo que se llama el arbitraje AdSense. Parece una manera infalible de ganar dinero.

Pero si fuera tan fácil lo haría todo el mundo.



El problema con el arbitraje es que nunca se puede lograr un CTR de un 100%. No todos los clics pagados a 5 céntimos se convierten en otro clic de 30 céntimos y cada impresión sin clic baja sus ganancias.

Según estas cifras (y las suyas serán diferentes), se necesitaría un CTR de un 16% para no endeudarse. (Si cada clic costara 5 céntimos y aportara 30 céntimos, se podrían perder cinco de cada seis clics, es decir un 16%)

Así que si se consigue un CTR de un 16%, puede valer la pena comprar publicidad en Google para enviar tráfico a su sitio Web.

O no.

El segundo problema con el arbitraje es que el CTR está basado en los usuarios que llegan a un sitio desde sus fuentes actuales. Puede que los usuarios conseguidos con AdWords se comporten de manera diversa. Dado que ya han hecho clic en un anuncio, es posible que no quieran volver a hacer clic en otro.

O si no, pues se trata de una clase de usuarios que sí hacen clic en los anuncios, es posible que sean precisamente los que hagan clic en sus anuncios

Los resultados del arbitraje varían. Algunos comentan que los clics que compran les dan menos ingresos, otros dicen que mejoran su CTR.

Algunas personas ganan un dinero IMPRESIONANTE con el arbitraje de AdSense. La clave del éxito consiste en comprar tráfico basado en las palabras clave adecuadas. Y para hacer esto se necesita...

11.5 WordTracker

[WordTracker](#) es una buena manera de encontrar hacia qué palabras clave debe orientar su sitio Web y aplicar el arbitraje. La idea es sencilla: si usted puede encontrar palabras clave populares a las que pocos sitios Web apuntan, puede incrementar el CTR de los anuncios que usted compra y aumentar las posibilidades que los usuarios hagan clic en los anuncios de su sitio Web. Con estas palabras clave conseguirá las mejores ganancias con el arbitraje y la mayoría de los clics de los resultados de las búsquedas.



WordTracker le ayuda de cuatro maneras distintas.

Primero, inserte una palabra clave, como, "fútbol". WordTracker le suministrará una lista de centenares de palabras clave distintas relacionadas con el fútbol (palabras como "estadio", "equipo", "jugador de fútbol"). Puede que ya se le haya ocurrido algunas, pero descubrirá la mayoría de ellas.

¡Ya tiene dispone más palabras clave que antes!

WORDTRACKER®
KEYWORDS

The Ultimate Tool to Increase Your Website Traffic

Home Tour Trial Price Testimonials Partners Help About Us

Find the **best keywords** for your **website**.

 [Tell me more](#)

Wordtracker's advanced tools
Learn how Wordtracker's multiple tools and features support the

The Wordtracker Academy
Test your search engine marketing knowledge and build your skills

Download top search terms
Keyword Reports offer the latest Top 20,000 to the Top 500,000 search terms.

Develop your own applications
Integrate the power of Wordtracker into your own services or

Member Login
[Wordtracker Tour](#)

Current Top Keywords

1. paris hilton
2. playstation 2 cheats
3. games
4. funny jokes
5. google
6. yahoo
7. anne bancroft
8. ebay
9. top 100 baby names
10. poetry

[More current keywords](#)

Wordtracker News

Fig. 11.1 WordTracker: "Encuentra las mejores palabras clave para su sitio Web". ¡Lo dice todo!

El siguiente paso consiste en conocer la popularidad de dichas palabras clave. WordTracker revisa los principales buscadores para averiguar el número de internautas que hayan buscado cada palabra clave en los últimos 60 días. Es interesante pero no tiene sentido elegir como blanco palabras



clave que 1000 personas buscan cada dos meses si un millón de sitios ya las tienen como blanco también .

Su sitio se clasificaría en la página cincuenta y algo de los resultados en los buscadores y recibiría muy pocos clics.

Con el siguiente paso se pone interesante el asunto. **Wordtracker compara el número de búsquedas realizadas para cada palabra clave con el número de sitios que las tienen como blanco.**

Incluso le atribuye una calificación a cada palabra clave para indicar el nivel de oportunidad que representa para los nuevos sitios interesados. Así es fácil para usted distinguir cuáles son las palabras con las que su sitio Web conseguirá una alta posición en los buscadores y cuáles conseguirán más clics por el menor precio (a la hora de anunciarse).

Por ejemplo, si le pide a WordTracker que analice la palabra "fútbol", puede que encuentre que 3474 personas buscan "hombreras" cada día pero sólo 2375 páginas Web tienen como blanco esta palabra. Si tiene un sitio Web sobre el fútbol y una de sus páginas tiene como blanco esta palabra, seguramente conseguirá una alta posición en los buscadores, lo que también le traerá mucho tráfico gratis.

Y si decide anunciar su sitio en un anuncio Google, puede estar seguro de que recibirá muchos clics y producirá buenas ganancias.

Wordtracker es una herramienta fantástica. Debe formar parte del material que usted use para ganar dinero. Más información en www.adsense-secrets.com/wordtracker.html



12. Lo Que Cabe Hacer Antes De Apuntarse A Google AdSense

Pautas Para Los Nuevos Editores Web

Imagínese que un gran anunciante de Google esté buscando en Internet palabras clave relacionadas con su negocio. Acaba llegando a una página extraña cuyo logotipo es cutre y cuyo contenido está lleno de errores de ortografía. Ni siquiera funcionan los enlaces. Y al final se encuentra con lo que menos espera.

Se queda de piedra. Se le pueden ver las venas engordándose en la cara. Coge el teléfono y hace una llamada. "¡No me lo puedo creer!" grita, "¡No puedo creer que ustedes hayan puesto MI anuncio en ESA página Web!"

Ay ay ay.

Google tiene que estar a la altura de su reputación. La reputación de suministrar contenido de calidad y tráfico segmentado y de estar bien de precio para sus anunciantes.

La única manera de cumplir estos requisitos consiste en aportar contenido que esté acorde con sus exigencias y que dé un paso más hacia la excelencia y la novedad, lo que los demás sitios Web no ofrecen.

Antes de apuntarse a AdSense, asegúrese de ofrecer un espacio Web profesional y de calidad, tanto en el diseño como el contenido. Google lo rechazará rápidamente si sólo fue construido para atraer los robots o para engañar a los internautas de forma que hagan clic en los anuncios.

Para ganar un buen dinero con AdSense, usted necesita un verdadero compromiso con sus visitantes así como contenido único y enfocado a un determinado tema, lo que permite a los anunciantes apuntar bien a su público objetivo.

En resumen, esto es lo que usted debe y no debe hacer antes de apuntarse:



12.1 No construya un espacio Web que apunte sólo a los robots y no ofrezca nada a los visitantes humanos.

Ya he hablado de lo importante que es crear contenido que los usuarios encuentren realmente interesante. Si ofrece contenido interesante, logrará un CTR más alto y más ganancias.

Con tantas maneras legítimas de crear contenido que genere ingresos, sólo se engaña a usted mismo si busca atajos ilegales. No sólo disminuirá su CTR sino que también aumentará las posibilidades de que Google le excluya para siempre.

12.2 No construya un espacio Web con el único objetivo de ganar dinero con AdSense.

¡La mejor manera de producir contenido realmente interesante consiste en crear contenido que a usted le interese!

Puede pensar que cuantas más páginas cree, más dinero ganará. Sin embargo, si no es capaz de producir el contenido que le haga la competencia a las empresas especializadas en la producción de contenido de interés, no conseguirá el tráfico ni las ganancias.

Pero seguro que hay muchos temas que usted conoce y que le interesan. Con dichos temas ganará dinero.

Y además convertirá el ganar dinero en una actividad mucho más divertida.

12.3 Suministre contenido bien enfocado a un determinado tema de forma que los anunciantes de Google puedan sacar provecho de su tráfico.

Escribir sobre lo que le agrada en vez de escribir sobre temas que le ayuden a ganar dinero tampoco significa que usted se deba olvidar de usar su contenido para atraer anuncios segmentados.

Si sabe que ciertas palabras clave relacionadas con su tema valen más que otras, entonces debe escribir sobre ellas. También debe incluir muchas palabras clave en los títulos para que los anuncios permanezcan segmentados y relevantes.





12.4 ¡NO construya un espacio Web con el único objetivo de escoger como blanco las palabras clave mejor remuneradas a no ser que planee ofrecer contenido de calidad!

No todos los anunciantes ofrecen pujas altas para las mismas palabras.

Igual que es mala idea crear más contenido sólo para conseguir más dinero, también es un error enfocarse en ciertas palabras clave para ganar mucho dinero!

Si está dispuesto a producir contenido de calidad y quiere que este contenido incluya palabras clave bien remuneradas, un informe muy útil propone una liste de dichas palabras clave. Lo encontrará en:

<http://www.adsense-secrets.com/cashkeywords.html>

#	Keywords	Avg Bid	Searches	Results	R/S Ratio	Google Ads	CPD
1	new orleans real estate	\$19.74	11,147	2,310,000	207	45	7.0
2	cleveland ohio real estate	\$12.16	14,779	1,550,000	105	39	0.9
3	nashville real estate	\$9.07	18,040	3,090,000	171	50 +	9.8
4	real estate license	\$8.73	23,828	6,390,000	270	42	61.2
5	orlando real estate	\$8.45	13,584	4,680,000	345	50 +	14.0
6	real estate lawyer	\$7.75	13,414	9,740,000	728	38	8.2
7	real estate school	\$7.22	37,874	16,300,000	430	46	52.2

Fig. 12.1 ejemplo de un informe que enseña las palabras clave de alto valor.

Si desea llevar una campaña de construcción de espacios Web agresiva, otra herramienta útil es **Top Keyword Lists**.

Se trata de una suscripción mensual 'plug and play' ("enchufar y usar") que presenta 25 mercados de AdSense bien remunerados cada semana. Si utiliza una aplicación que le permite crear sitios Web sencillamente, puede generar 25 sitios Web bastante rápida y fácilmente cada semana. Si prefiere pasar un poco más de tiempo para construir su sitio Web con artículos, Top Keyword Lists ofrece una herramienta para ayudarle a buscar palabras clave y enfocar sus artículos a determinadas expresiones clave de forma que usted consiga



los máximos beneficios de AdSense. Para más información vaya a:
<http://www.adsense-secrets.com/topkeywords.html>

12.5 Los espacios Web con mejor clasificación en Google reciben una remuneración por clic más alta que los que están clasificados más abajo para la misma palabra clave.

No sé si es porque Google quiere recompensar los sitios que están acorde con sus requisitos o porque considera que los sitios con mejor clasificación les suministrarán mejores usuarios a sus anunciantes.

Mayormente se trata de la relevancia del contenido.

Una página de alta clasificación se considera más relevante que otra cuya clasificación es más baja. Así que le recomiendo que se mantenga al tanto de las posiciones de sus páginas para cada palabra clave y trabaje continuamente en la optimización de su página. El resultado de todo eso es que una vez que usted haya creado su sitio Web, tendrá que estar atento a la optimización para los buscadores.

No sólo le traerá tráfico gratis sino que también generará más dinero para el tráfico recibido.

Puede informarse más de la optimización para los buscadores en el capítulo 17.


12.6 Aumentar las 'Ganas de Comprar'

Los anunciantes prefieren los sitios Web cuyos visitantes son potenciales compradores. Se lo explico con un ejemplo sencillo: una búsqueda para "teléfonos móviles" puede proponer varios resultados, entre los cuales un sitio que trata de los peligros de las radiaciones debidas a los móviles, un artículo de un profesor universitario sobre las tecnologías del mensaje o una guía de compra que compara las ventajas y los precios de los móviles que más se venden.

Para un anunciante en busca de compradores de teléfonos móviles, la guía de compra ofrece el espacio publicitario más relevante (y por lo tanto con más **valor**).

Eso forma parte de la segmentación del contenido.





Usted quiere que la gente haga clic en sus anuncios. También es lo que quieren sus anunciantes.

Si es capaz de enfocar su contenido a los productos que venden los anunciantes, entonces incrementará su CTR.

Por supuesto, también le corresponde a Google asegurarse de que sus anuncios tengan que ver con su contenido. Pero si escribe sobre DVDs., es lógico que su contenido anime a los visitantes a que compren DVDs ipues sabe que es esta la clase de anuncios que aparecerán en su página!

Si escribiera sobre la compra de una casa, puede estar seguro que aparecerían anuncios relacionados con hipotecas e inmobiliarias. Y entonces, si pusiera páginas que tratasen de cómo encontrar la hipoteca adecuada o cómo escoger su inmobiliaria, no sólo parecerían los anuncios más relevantes sino que también llamarían más la atención.





Fig 12.2 **iLo que quiere el anunciante!**

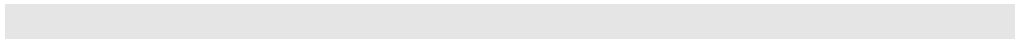
Tim Carter es el ejemplo de que la relevancia del contenido acarrea la lealtad de los visitantes. Es un experto en su ámbito: incrementa la relevancia y la credibilidad de los anuncios que aparecen en su página. Mire un ejemplo en <http://www.askthebuilder.com/535-Installing-Large-Ceramic-Tiles.shtml>



12.7 No tome atajos. Evite las erratas, los diseños cutres, los enlaces rotos, la mala calidad, y el plagio.

Los usuarios esperan ver páginas profesionales. Allí es donde se pasan la mayoría del tiempo y prestan más atención. Y también son los que Google recompensa más.

Así que merece la pena esforzarse en mejorar su página y ofrecer un diseño atractivo y cuidado.



13. Recursos Recomendados: Pruebe Estas Herramientas e Instrumentos de AdSense (¡Algunos Son GRATUITOS!).

Facilitarles la vida a los Socios de AdSense

13.1 ¡Demuestre su brío con el AdSense Sandbox!



<http://www.digitalpoint.com/tools/adsense-sandbox/>

Antes de apuntarse a AdSense, someta su sitio Web a un examen de prueba mediante un instrumento gratuito llamado [AdSense Sandbox](#). Es una buena manera de determinar qué clase de anuncios aparecerán en sus páginas. También puede estimar el potencial de ganancias de las palabras clave de los anuncios.

El [AdSense Sandbox](#) es gratis, no requiere suscripción y enseña los resultados en un solo clic.



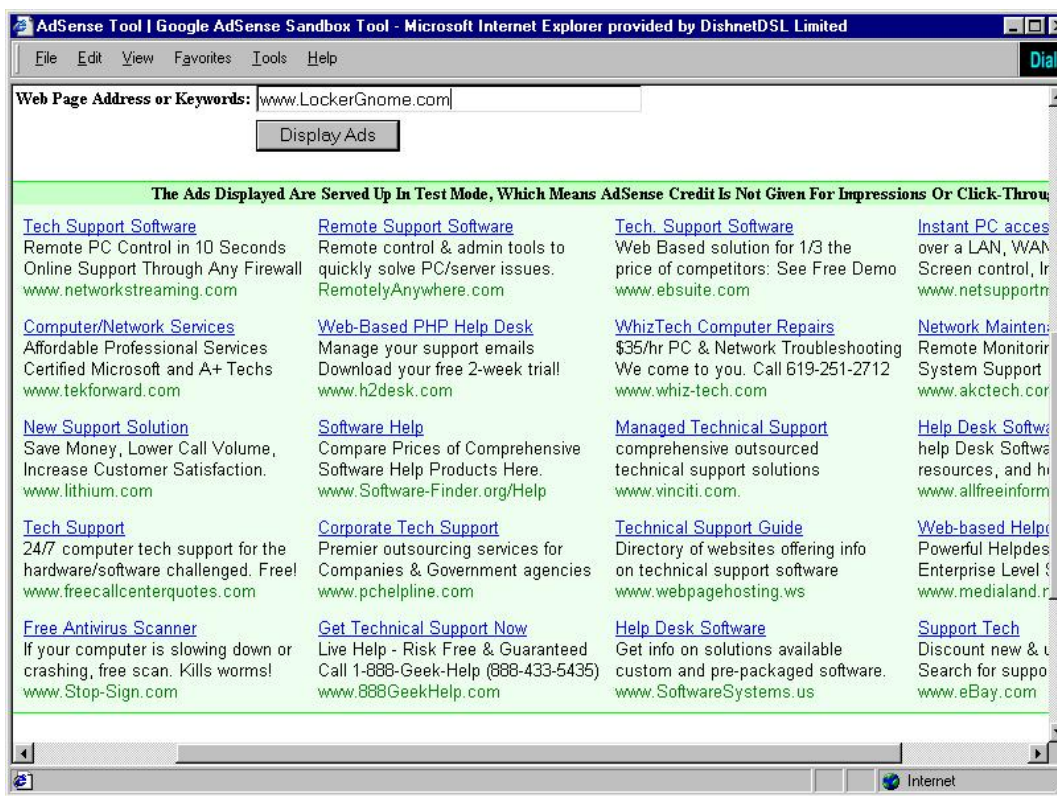


Fig 13.1 Probé el AdSense SandBox con la página de Chris Pirillo, LockerGnome.com, y me presentó una lista de 20 anuncios. La página Web proporciona 4 anuncios actualmente, **y los cuatro los presentó el Sandbox.**

Muchos socios de AdSense ya lo utilizan y sus resultados son excelentes.

¡[Pulse aquí](#) para probarlo gratis!



13.2 Herramienta De Demostración De Google AdSense

<https://www.Google.es/support/AdSense/bin/answer.py?answer=10004&topic=160>

Si tiene Internet Explorer (versión 6 como mínimo), ahora puede instalar esta herramienta estupenda que Google ofrece para ver los anuncios que probablemente saldrían en su página.

Sólo hay que hacer clic un par de veces y además, funciona con cualquier página incluso si no tiene AdSense todavía.

13.3 Herramienta De Visualización De Ofertas De Overture

<http://uv.bidtool.overture.com/d/search/tools/bidtool/index.jhtml>

Dado que Google no revela cuánto vale cada clic, usted puede probar otros métodos como la herramienta de visualización de ofertas de Overture para conocer el coste relativo de las palabras clave [aquí](#).

La herramienta de Overture da a conocer el importe relativo por clic que está dispuesto a pagar cada anunciante de Overture para cada palabra clave. Así usted puede comparar las ofertas máximas para palabras clave distintas con el fin de averiguar con bastante certeza cuáles son las palabras clave más rentables para su espacio Web.

Recuerde que lo que Google le paga en realidad puede variar mucho. ¡Pero con la práctica, usted *conseguirá* acercarse! ;)

13.4 Herramienta de Sugerencia de Palabras de Búsqueda de Overture

<http://inventory.overture.com/d/searchinventory/suggestion/>

Introduzca un término de búsqueda y Overture le revelará cuántas veces se ha buscado en Overture en el último mes. También le dará una lista de términos relacionados y le comunicará cuántas veces se han buscado.



13.5 Ultimate SEO Tool

http://www.Googlerankings.com/ultimate_seo_tool.php

Introduzca la dirección URL de su sitio Web y pulse Enter. Esta herramienta increíble le comunicará una lista con las palabras y expresiones que aparecen en su sitio con más frecuencia, el número de veces que aparecen y la densidad de palabras clave. Al pulsar el botón "Create Position Report", conocerá la clasificación de su sitio para cada palabra clave. ¿Qué más se puede pedir?

13.6 El Estimador De Tráfico Y La Herramienta de Visualización De Ofertas De Google AdWords

<https://adwords.google.es/select/TrafficEstimatorSandbox>

Si usted se anuncia a través de AdWords, puede usar esta herramienta para conseguir una estimación del precio de la puja y del tráfico para las palabras clave que indique.

13.7 Keyword Rankings Tool

<http://www.Googlerankings.com/index.php>

¿Qué tal se clasifica su sitio Web en Google para un término en concreto? Averíguelo con esta herramienta gratuita.

13.8 Mass Keywords Search

<http://www.Googlerankings.com/mkindex.php>

Averigüe la clasificación de su espacio Web en Google por palabras, hasta 10 a la vez. Si además le interesa estudiar los 100 espacios Web mejor clasificados para la búsqueda por palabra clave que ha realizado, obtendrá los resultados aún más rápidamente.



13.9 Guía para un diseño en conformidad con Google

<http://www.Googlerankings.com/Googlefriendly.php>

A nosotros nos puede parecer un espacio Web precioso con un contenido formidable, pero el Googlebot se da cuenta de que detrás hay una gran cantidad de código oculto que además es innecesario. La clasificación asignada por Google está basada en una combinación de palabras, diseño y programación. Descubra cómo crear un espacio Web relevante, limpio y libre de estorbos: la clase de sitio Web que le encanta al Googlebot!

14. ¡No Pierda De Vista Lo Que Le Funciona Y Lo Que No Le Funciona!

Empiece un Diario de AdSense

A menudo, las personas que desean perder peso llevan un "diario de alimentación". Sin el diario es muy fácil olvidarse de ese bocado que se comió muy tarde por la noche, o la cucharada de azúcar extra que se puso en la cuarta taza de café. El diario de alimentación les ayuda a mantenerse en la línea. Les ayuda a reconocer las razones verdaderas que hay detrás de tantas subidas y bajadas de peso.

Estoy seguro de que tras leer este libro, usted estará impaciente por probar muchos de los ajustes que tratamos aquí -- incluso algunos de los suyos propios.

Sin un diario de AdSense, le sería muy fácil olvidar sus éxitos, o repetir sus fallos. Recuerde el programa que mencioné anteriormente [AdSenseDesktop](#). ¡Esta herramienta le proporciona todo lo que usted necesita para mantener el diario de su actividad en AdSense!

Todos y cada uno de los pequeños ajustes tienen importancia, ¡pero no intente hacerlos todos a la vez!



Hágalo poco a poco. Escriba su propio plan de AdSense para la primera semana. Haga login en su cuenta de AdSense una vez al día para hacer un seguimiento de los clics y de las ganancias.

No sea demasiado rígido con su plan y hágale sitio a la inspiración. Si usted tiene una gran idea, anótela para ponerla en práctica más adelante. No ponga todas sus ideas en práctica a la vez y dé a cada idea un cierto tiempo para probar su valor. Verá en un día si tiene miles de visitas a sus páginas. Si ése no es el caso, déle unos días más. ¡Preferiblemente una semana!

No se desanime si ve que a diario hay fluctuaciones sin importancia en los clics y en sus ganancias. Es normal y seguro que no tiene nada que ver con el último ajuste que usted hizo.

Apúntese a un foro de AdSense, o a varios si es posible. Comparta sus opiniones con otros miembros. Comente lo que funciona y lo que no funciona para usted. De vez en cuando, un miembro del foro le avisará de una infracción posible de los [Términos y Condiciones de AdSense](#). ¡Podría ser una falsa alarma, pero es preferible estar seguro!

Ante cualquier duda, envíe un email al servicio de asistencia de AdSense a adsense-support@google.es

La mayoría de los emails son contestados rápidamente por una persona real. No le van a cerrar la cuenta por preguntar, pero puede que sí lo hagan si no pregunta. De hecho, un lector me envió un mensaje preguntándome porque se sospechó fraude de clics en su sitio Web. Probablemente evitó que su cuenta de AdSense fuera cerrada al contactar con Google para aclarar sus dudas y preocupaciones.

Lea todo lo más posible y apunte cada idea que considere ser buena. Así mantendrá alto su nivel de interés y siempre tendrá algo nuevo en lo que trabajar.

Cada nuevo ajuste es un escalón que le lleva al éxito con AdSense.

Una vez alcanzado cierto nivel es fácil decir ¡Estupendo, ya sé de qué va esto! Pero créame, el Marketing en Internet no ha dejado de cambiar para mí y las normas van a cambiar para usted también.



No se comporte como aquellos dos pequeños vagos del cuento “¿Quién movió mi queso?” No deje de buscar maneras de ganar dinero con AdSense. Substituya las ideas que ya no parecen funcionar por ideas e inspiraciones nuevas. Algunas personas que yo conozco todavía siguen doloridas por el derrumbe de las punto com.

¡Siempre es más fácil cuando se ve venir, que cuando le llega por sorpresa!

¿Recuerda la historia de 'El Traje Nuevo del Emperador'? Hay una lección en ella para todos los que vendemos en Internet, y es ésta:

No importa cuánto dinero haya ganado ya con AdSense, ni los resultados de aquellas pruebas del índice de inteligencia que usted hizo: ¡No le está funcionando hasta que las estadísticas lo demuestren!

14.1 Ejemplo de un Diario de AdSense

Por ejemplo, digamos que usted tiene un sitio Web sobre los árboles de Bonsái. Al leer este libro usted decide poner en marcha las estrategias de las que he estado hablando.

Al empezar sus estadísticas podrían ser más o menos así. Imprímalas y utilícelas para compararlas.

Fecha	Impresiones de páginas	Clics	CTR de la página	eCPM de página	Sus ganancias
5/1/05	8020	160	2.0%	5.04	40.04
5/2/05	8186	172	2.1%	5.53	45.27
5/3/05	8071	153	1.9%	4.92	39.76
5/4/05	7792	156	2.0%	5.50	42.89
5/5/05	6712	154	2.3%	5.76	38.65
5/6/05	6596	132	2.0%	5.70	37.65
5/7/05	7134	157	2.2%	5.81	41.45

Obviamente su meta va a ser subir esos CTRs (porcentajes de clics), y ahora ya debe tener toda clase de ideas sobre cómo puede conseguirlo. Apunte sus tres primeras ideas:

La triple armonía — El color del texto, el fondo y el tamaño del texto.



Diseño — Mover los anuncios arriba del pliegue para darles más relieve.

Apuntar a determinados anuncios — Títulos que cambiar para elevar su importancia y mejorar las palabras clave.

Usted ya está utilizando anuncios de 336 x 280, así que decide comenzar con la triple armonía cambiando todos los anuncios de forma que armonicen con su página. Cambie el color de fondo de los anuncios para igualarlo al color de fondo de sus páginas y el tamaño y color del texto del anuncio para igualarlo al tamaño y color del texto de sus páginas.

Después de una semana, sus estadísticas estarán así:

Fecha	Impresiones de páginas	Clics	CTR de la página	eCPM de página	Sus ganancias
5/8/05	8123	236	2.9%	5.08	41.27
5/9/05	8135	244.05	3.0%	6.02	48.97
5/10/05	8024	249	3.1%	5.90	48.65
5/11/05	7926	238	3.0%	5.92	46.93
5/12/05	7865	252	3.2%	5.62	44.26
5/13/05	6645	193	2.9%	6.10	40.52
5/14/05	7103	220	3.1%	6.06	43.05

Sus ganancias semanales ya habrán subido de 285,71 a 313,65 dólares y la media de su CTR (porcentaje de clics) se habrá incrementado en un punto de porcentaje completo. Es un buen comienzo, pero le queda mucho camino por recorrer todavía.

Imprima el informe de la semana y ponga una anotación que diga "la triple armonía" para saber exactamente que fue lo que hizo que resultara en esos cambios. También así sabrá que valor tiene la triple armonía en relación con sus ganancias.

Lo siguiente que debe hacer es mover los anuncios que tiene al fondo de las páginas a la parte superior (encima del pliegue) poniéndolos en una posición prominente. Una semana después imprimirá estas estadísticas:

Fecha	Impresiones de páginas	Clics	CTR de la página	eCPM de página	Sus ganancias
5/15/05	8365	343	4.1%	5.93	49.65
5/16/05	8296	324	3.9%	6.04	50.09



5/17/05	8032	321	4.0%	6.42	51.59
5/18/05	7920	317	4.0%	6.30	49.93
5/19/05	7853	306	3.9%	6.20	48.67
5/20/05	6725	282	4.2%	6.68	44.92
5/21/05	7145	293	4.1%	6.51	46.55

De nuevo su CTR se habrá incrementado en otro punto de porcentaje y sus ganancias semanales subirán a \$341,40. Junto a estas estadísticas anote "diseño" y colóquelas en su diario detrás de los grupos de estadísticas anteriores.

A partir de aquí las cosas se complicarán un poco. Sus anuncios ya armonizan con las páginas y están colocados en puestos prominentes, pero va a observar que no siempre aparecerán los anuncios más indicados. Por ejemplo, en su página en la que se explica cómo conseguir un bonsái a partir de un tallo cortado, ve que están saliendo muchos anuncios relacionados con álbumes de recortes. Los registros de su servidor confirman su sospecha: nadie está haciendo clic en estos anuncios.

Cree un canal para esa página y haga un seguimiento de las estadísticas durante una semana. Al empezar las estadísticas estaban así:

Canal	Impresión de Bloques	Clics	CTR del bloque de anuncios	eCPM de bloque de anuncios	Sus ganancias
Página de recortes	829	8	1.0%	1.44	1.20
Página de recortes	764	9	1.2%	1.89	1.44
Página de recortes	801	7	0.9%	1.22	0.98
Página de recortes	712	7	1.0%	1.37	0.98
Página de recortes	758	10	1.3%	1.85	1.40
Página de recortes	652	5	0.8%	1.07	0.70
Página de recortes	704	6	0.9%	1.19	0.84



Esto es bastante pobre, pero no es sorprendente ya que pocos de sus usuarios van a estar interesados en álbumes de recortes. Habrá que cambiar el título de la página de www.bonsai.com/recortes.html a www.bonsai.com/recortes_arbol.html, cambiando la palabra recortes por "recortes_arbol". También habrá que cambiar la palabra "recortes" por "recortes de árbol", especialmente en la zona que está debajo del bloque de anuncios.

Lo sube al servidor y espere a que el robot indexe su página de nuevo; compruebe que le vuelven a llegar anuncios de páginas de jardinería y horticultura.

Después de una semana verá que las estadísticas de esa página están así:

Canal	Impresión de Bloques	Clics	CTR del bloque de anuncios	eCPM de bloque de anuncios	Sus ganancias
Página de recortes	1300	52	4.0%	6.40	8.32
Página de recortes	1423	58	4.1%	6.52	9.28
Página de recortes	1346	52	3.9%	6.18	8.32
Página de recortes	1256	50	3.9%	6.40	8.04
Página de recortes	1156	44	3.8%	6.09	7.04
Página de recortes	1098	45	4.0%	6.56	7.20
Página de recortes	1247	49	3.9%	6.29	7.84

Una vez más, imprima esta página y añádala a su diario.

Hasta el momento, en las últimas tres semanas, unos simples ajustes le habrán aumentado las ganancias semanales en más de 104 dólares.

¡Y todavía hay mucho más que puede hacer!

Se puede cerciorar de que cada una de las páginas esté optimizada, puede buscar palabras clave mejor remuneradas, y puede probar otros colores y



diseños, cajas de búsqueda y anuncios múltiples para aumentar sus ganancias.

Y por supuesto podría crear más páginas y más espacios Web.

Observe que solamente en el último ejemplo (cuando cambió las palabras clave mejorando su posición en los buscadores) los cambios alteraron el número de impresiones. Estos ajustes simplemente sacaron el mejor partido del tráfico que ya tenía.

Por supuesto si aumenta su tráfico ganará más dinero.

Lo importante es recordar que debe anotar todo lo que haga y estar muy atento a los resultados. En pocas semanas tendrá un historial completo de todos los cambios realizados y el valor que suponen en el resultado final.

15. Otros Programas De Pago Por Clic

Probablemente AdSense sea la forma más fácil de producir ingresos con su página Web. A mí me está generando una cantidad de dinero fantástica. Pero ciertamente no es el único programa de pago por clic con el que usted puede ganar dinero.

En este capítulo vamos a ver otros programas en los que podría participar en vez de AdSense o además de AdSense. Pero recuerde que Google no permite que haya otra clase de anuncios orientados al contenido en las páginas donde ya hay anuncios AdSense.

15.1 AdBrite

La mayor ventaja de Google es servir anuncios basados en contenido. Su programa revisa el contenido de su Web y le envía anuncios que puedan agradar a sus usuarios. AdBrite es mucho más sencillo.

AdSense se basa en que la gente tiende a pedir a las páginas Web más populares que anuncien sus enlaces. Seguramente esto ya le ha pasado. Pero en vez de pedir un enlace recíproco, usted podría pedir dinero a cambio.



AdBrite es un punto de encuentro entre los sitios Web en busca de anuncios para sus espacios publicitarios y los que desean anunciarse pero pudiendo elegir donde insertar su anuncio.

Para los anunciantes, la ventaja sobre Google radica en que sabrán exactamente dónde van a aparecer sus anuncios y exactamente cuánto les va a costar.

Los editores Web, como usted, pueden decidir sus propias tarifas y aceptar o rechazar los anuncios antes de que se publiquen en su sitio. Le da facultad de elegir sus anuncios y sus precios en vez de dejar la repartición en manos de Google.

Ésas son las ventajas. Las desventajas son que casi todo el mundo piensa que Adsense paga mejor y que no se pueden poner los dos en la misma página.

Para más información sobre AdBrite vaya a www.adbrite.com.

15.2 Kanoodle – Bright Ads

BrightAds, de Kanoodle, es un servicio parecido a Google. Es un motor de búsqueda que envía anuncios basados en el contenido de los espacios Web.

Su forma de generar el anuncio según el contenido no es tan acertada como la de Google, aunque BrightAds ofrece algunas opciones que no ofrece Google, o por lo menos hasta el momento. Su programa de publicidad RSS (Sindicación Realmente Simple) lleva ya tiempo en existencia, está enfocado a sitios locales, lo que puede ser atractivo para empresas cuyo mercado es local (o sitios cuyo contenido es de interés local) y también sirve anuncios relacionados con el comportamiento previo de los usuarios. Si, por ejemplo, un usuario visita muchos sitios de inmobiliarias, podría seguir recibiendo anuncios de inmobiliarias aunque estuviera en una Web de deportes. Lo que significa que su espacio Web podría mostrar anuncios que no tuvieran nada que ver con su contenido.

Todo eso es creativo; también es bueno ver ideas nuevas. Sin embargo mejor sería ver remuneraciones que compitan con las de Google, y yo no he sabido de nadie que gane más con BrightAds que con Google.



Puede que valga la pena informarse de BrightAds si se quiere ganar dinero con un feed RSS, pero no estoy convencido de que vayan a causarle alguna preocupación a Google.

Para más información sobre BrightAds de Kanoodle ir a <http://www.kanoodle.com/about/brightads.cool>

15.3 Searchfeed

Puede que Searchfeed sea la mejor alternativa a Google. Funcionan de manera similar a Google, suministrando anuncios basados en el contenido de los espacios. También ofrecen servicios que apuntan a zonas geográficas, lo que les da un alcance global amplio, útil si se está ubicado fuera de los Estados Unidos.

Podrá añadir el anuncio a su espacio Web sin ningún problema, copiando el código HTML y pegándolo, o pidiendo a sus especialistas que le ayuden a aumentar su CTR (porcentaje de clics). También tienen la buena reputación de pagar a tiempo.

Pero el que le vayan a pagar más que Google ya es otro tema. Solamente lo sabrá con seguridad si hace la prueba, pero si le está yendo bien con Google ¿para que molestarse?

Si por cualquier razón no quiere usar Google, o no puede usarlo, entonces puede que Searchfeed sea una buena alternativa para usted.

Para ver más información de Searchfeed vaya a www.searchfeed.com

15.4 Red de Editores de Yahoo

Tenía que pasar más pronto o más tarde. Yahoo es el espacio más visitado de toda la Web, lo que le convierte en una fuerza mayor con la que hay que contar. Tras la adquisición de Overture.com, Yahoo está por sacar su "YahooSense" (como me gusta a mí llamarle). El programa esta en fase de prueba beta al escribir este libro, pero ya se puede solicitar que le avisen cuando pase a activo en <http://publisher.yahoo.com/>.

Jensense.com se mantiene al tanto de todo lo último en este mercado, así que para ver mas información útil relacionada con YPN (acrónimo de Yahoo



Publisher Network, es decir Red de Editores de Yahoo) no deje de ver esta página

http://www.jensense.com/archives/yahoo_publisher_network/

16. Conseguir Tráfico A Su Sitio Web

Una de las preguntas más frecuentes que me hacen es "¿Me enseñará su libro cómo conseguir más tráfico a mi sitio Web?". Ya se han escrito muchos libros - y series de libros - sobre cómo generar tráfico. *Este libro*, en cambio, se enfoca en la maximización del tráfico que ya tiene usted. Y aunque los consejos para construir páginas a través de foros y contenido gratuito son excelentes ideas, no sustituyen a un buen curso de marketing en Internet. Pero dado que esta pregunta es tan común, la trataré brevemente en este capítulo. Le daré los conocimientos básicos, describiré ideas originales que algunas personas utilizan y le diré dónde encontrar información útil.

Además, trataré brevemente en el capítulo 17 de la optimización de su sitio Web para los buscadores.

16.1 Publicidad

Empecemos con lo obvio: anunciarse. Ya hemos comentado el arbitraje Adwords/AdSense. Este mismo principio se aplica a la hora de comprar el tráfico a otras fuentes.

Por ejemplo, el precio mínimo para anunciarse en Overture es 10 céntimos por clic y se tienen que gastar \$20 al mes como mínimo. Si los anuncios enviados a su página están generando menos de diez céntimos por clic, usted nunca sacará beneficios.

Los mismos principios valen para cualquier clase de campaña publicitaria basada en el pago por clic.

Si usted analiza sus estadísticas de AdSense, tendrá la ventaja de poder estimar el valor de los clics hechos en los anuncios de su sitio. A la hora de anunciarse, sabrá por lo tanto cuánto puede gastar por los clics hechos en los anuncios de otros sitios.



Puede que merezca la pena anunciarse, pero es preferible asegurarse primero de que genera beneficios.

16.2 Enlaces Recíprocos

Uno se suele enfocar en la búsqueda de intercambios de enlaces como una forma de mejorar la clasificación de su sitio Web en los motores de búsqueda. ¡Es un buen motivo pero no se olvide de que los enlaces pueden ser también una de sus mayores fuentes de tráfico!

Probablemente la manera más fácil de conseguir enlaces (aparte de buscar sitios parecidos y contactar con cada uno) consiste en añadir una sección de enlaces donde los Webmasters puedan escoger un banner, un botón o un enlace de texto para poner en su espacio Web. En dicha sección, también pueden solicitar que usted ponga un enlace a su sitio. Este método le da facultad de conseguir intercambios de enlaces sin ser acosado constantemente por espacios Web en busca de enlaces gratis.

Lo fundamental cuando se pide un enlace es saber dónde se va a colocar en el otro espacio Web. Los enlaces que se coloquen en la portada siempre darán mejores resultados que los que se escondan en las páginas internas. Además, un banner o un enlace gráfico (en un espacio Web cuyo contenido está relacionado con el sitio suyo) suele recibir más clics que un enlace de texto.

Si sus enlaces no aparecen en las páginas que desea, existen algunos remedios sencillos que pueda aplicar.

¡Para empezar, pida una posición mejor! Si usted mantiene buenas relaciones con el Webmaster o si se trata de un sitio pequeño, es probable que acepte. Por preguntar no se pierde nada.

Sin embargo, no todo el mundo es tan generoso así que puede resultar útil ofrecer algo a cambio: un enlace en una posición similar en su propia página puede cerrar el trato si ambos sitios son de tamaño similar. Pero también se puede ofrecer contenido o una página especial para los visitantes de ese sitio.

Si usted tiene un sitio Web sobre muebles, por ejemplo, y desea tener su enlace en el mejor directorio de muebles de hogar. Podría crear una página de entrada especial para los usuarios de dicho directorio para incitarlos a



consultar más páginas de su sitio y suministrarles anuncios de interés. Usted tal vez quiera dar un paso más y crear una versión compartida de su página con el diseño del otro espacio Web para atraer a sus usuarios (se llama el co-branding en inglés). Siempre que cobre cada vez que un usuario haga clic en los anuncios, a usted no le importará quién ha realizado el diseño de la página.

Compré un software fantástico que se llama [Reciprocal Manager](http://www.worldvillage.com/links/index.html) para manejar mis intercambios de enlaces. Después de años de intentar gestionar mis enlaces manualmente, por fin tengo una herramienta para automatizar el proceso. ¡Puede probarlo ahora mismo para añadir un enlace a SU sitio Web desde el mío!

<http://www.worldvillage.com/links/index.html>

Simplemente inserta sus datos y ponga un enlace a mi sitio en el suyo. Una vez a la semana, le pido a mi panel de control que añada todos los nuevos sitios a mi directorio. Recipricol Manager busca los enlaces válidos automáticamente y actualiza mi página de enlaces. Estupendo, ¿no?

Consiga su propio ejemplar de Reciprocal Manger en:
<http://www.adsense-secrets.com/reciprocalmanger.html>

16.3 Enviar A Un Amigo

¡No hay nada mejor que el marketing viral para promocionar su sitio Web! Es gratis, los destinatarios confían en los remitentes y genera un buen porcentaje de clics.

Ponga en cada página con contenido un enlace "Enviar a un amigo". Al pulsarlo, se abre una ventana con un formulario de forma que el usuario pueda transmitir la URL de su sitio Web a quién quiera. Hasta que Google permita anuncios en los correos, es bastante inútil enviar verdadero contenido por email. En cambio, no hay nada que le impida a Usted o a sus usuarios enviar emails para comunicar la URL de un espacio Web con anuncios Google.

16.4 Marketing Fuera De Internet

Uno de los errores más grandes que se cometa al montar un negocio en Internet es olvidarse de que hay un mundo fuera de la Red. El que gane



dinero del tráfico en Internet no quiere decir que lo tenga que conseguir todo a través de la Red.

Debería incorporar su URL en todos los documentos que utiliza para su marketing: su tarjeta de visita, publicidad en las Páginas Amarillas, folletos, sobres y cualquier otra cosa que se le ocurra. También debería incluir la dirección de su página Web en su firma de correo electrónico.

16.5 Promocionar Su Blog

He hablado mucho de los blogs en este libro, mayormente porque sé por experiencia que es posible lograr unos buenos ingresos con un buen blog pero también porque es relativamente nuevo, así que mucha gente no lo está aprovechando al máximo.

Si usted tiene AdSense en su blog, hay una variedad de cosas que pueda hacer para incrementar el tráfico y ganar dinero extra.

Lo primero que debe hacer es asegurarse de que su blog está configurado para hacer ping con rpc.pingomatic.com al actualizarlo. Pingomatic.com ofrece un servicio gratis y completo de ping y cubre los mayores directorios de blogs y los buscadores. En Blogger.com, se encuentra en los 'settings' mientras otras herramientas de blog tales como Movable Type y Wordpress tienen una opción similar.

También debería implementar un feed RSS para avisar a los usuarios cuando hay actualizaciones. Aparte del que pueda poner anuncios en sus feeds, también incitará a sus usuarios a volver para ver más anuncios y los últimos artículos.

En vez de poner enlaces a los artículos de los meses o semanas anteriores, cada página debe tener su propio enlace. Parece obvio, ¿verdad? Y sin embargo, ¿cuántos blogs has visto con un solo enlace a un conjunto de 20 artículos? Un enlace a cada artículo genera más páginas donde colocar anuncios, mejor enlaces de parte de otros espacios Web y una clasificación más alta en los buscadores.

Es aconsejable dejar comentarios en los blogs de los demás, sobre todo los que tratan de los mismos temas que usted. Pero al fin y al cabo, la mejor manera de conseguir tráfico es que su blog sea interesante. Si lo que escribe es aburrido o difícil de leer, da igual cuánto empeño pongas en ello, a



nadie le apetecerá leerlo y los que sí se queden no estarán interesados en los anuncios.

16.6 Aprender De Un Profesional

¿Conoce a John Reese? Si no, será porque usted no lleva mucho tiempo en círculos de marketing en Internet. John es el experto más reconocido en la enseñanza de los métodos para conseguir más tráfico a sus sitios Web. Dirige seminarios de varios días para pequeños grupos, cobrando hasta \$5000 por persona. ¡Y sin embargo, al salir, sus alumnos consideran que han pagado un precio de ganga!

El curso de marketing de John se encuentra ya disponible para el gran público por una ínfima parte de su precio. Se compone de muchísimos Dvds, CDs, libros de texto, libro de ejercicios y consejos para ayudarle a construir una estrategia de marketing en Internet completa.



Tengo un ejemplar de 'Traffic Secrets' y me alegro de poder recomendarlo personalmente. Aunque podría intentar enseñarle todo lo que sé de marketing en Internet, no tendría sentido pues todo lo que necesita saber está en este curso, y la inversión es pequeña para los que tienen la intención de construir un negocio en Internet exitoso y duradero.

Si quiere leer más sobre el curso de John, 'Traffic Secrets', vaya a

<http://www.adsense-secrets.com/trafficsecrets.html>



17. Optimización Para Los Buscadores (SEO)

En el capítulo anterior, he hablado de muchas maneras distintas de incrementar el tráfico. La mejor manera es probablemente conseguir clasificaciones altas en los buscadores. Esto representa tráfico gratis.

De nuevo, hay toda clase de libros y expertos que pueden ayudarle en la optimización de su sitio Web para conseguir posiciones altas en los buscadores. He experimentado varias estrategias que le podría ayudar y por eso me gustaría compartirlas con usted.

17.1 Robot.txt

Lo primero que usted necesita saber es qué decide qué páginas son indexadas y cuáles no gracias a un archivo que se llama robots.txt.

Robots.txt sólo se compone de datos que indican cuáles son las páginas que cada robot indexa.

Sin entrar en los detalles, hay dos funciones en un archivo de robots.txt:

User-agent: [Define cuáles son los robots al que se dirige el sitio.]
Disallow: [Le permite enumerar los sitios o robots que desea excluir.]

Probablemente utilizará "User-agent: *" para estar seguro de dirigirse a los robots de todos los buscadores e incluirá todas sus páginas (aunque tal vez quiera excluir su directorio: "Disallow: /cgi-bin/").

Robots.txt sólo le deja controlar cuáles son las páginas que cada robot indexará. Es importante tenerlo en su directorio pero no mejorará mucho su clasificación en los buscadores.

Los títulos, URLs y enlaces tienen mucha más importancia.



17.2 Titulares y URL's

He mencionado en el capítulo 2 que los Metatags ya no son lo que eran hace tiempo. También he dicho que los titulares y las URLs tienen que llevar las palabras clave más importantes para asegurarse que los anuncios sean relevantes.

Pero esos titulares y URLs influyen no sólo en los anuncios sino también en la clasificación asignada por los buscadores.

Puede que una página sobre coches de juguete que se llame coches.html tenga una clasificación baja al buscar alguien información sobre coches. Pero si se cambiara el nombre a coches_juete.html, conseguiría probablemente una clasificación mucho más alta al buscar alguien "coches de juguete".

Cuanto más relevante sea la URL y más fácil la lectura, mejor. www.dominio.com/pagina es siempre mejor que <http://dominio.com/pagina.php?newsid=1234583373>. Por eso en mi sitio www.familyfirst.com, me gusta usar URLs como http://www.familyfirst.com/miss_abigails_time_warp.html en vez de una serie de números que confunden los robots.

Lo primero que hay que mirar cuando se quiere mejorar la clasificación son los titulares y URLs.

17.3 Enlaces

Cuantos más enlaces tenga, mejor. Y si los sitios que ponen enlaces al suyo son de buena calidad y tienen una clasificación alta, dichos enlaces valdrán mucho más.

Está bien intercambiar y pedir enlaces pero merece la pena intentar conseguir enlaces en los sitios cuya presentación es profesional y la clasificación alta. De hecho, salir en una página de mala calidad puede perjudicar su clasificación.

Los foros forman parte de los mejores sitios donde colocar enlaces para mejorar su clasificación. Inserta un comentario e incluya su URL en la firma. A los robots de Google les encanta los foros y los repasan todas las semanas. Y dado que los foros suelen tener una clasificación alta, los enlaces harán maravillas para su propia clasificación.









También puede comprar enlaces en sitios como www.Adzaar.com, www.AdBrite.com, y www.LinkAdage.com que le dejan escoger los espacios Web donde poner sus enlaces.

En mi propia página www.buyjoeldessert.com, por ejemplo, pongo enlaces a las páginas de las personas que satisfacen mi gusto de dulces con una donación. (¡Por cierto, sigo con hambre así que apúntese y hágale feliz a mi dentista!)

Ads by Goooooogle

Select and click the button below once.

	3 Musketeers Bars \$2.00 <input type="checkbox"/>
	Chocolate Chip Cookies \$3.00 <input type="checkbox"/>
	Hot Fudge Sundae \$5.00 <input type="checkbox"/>
	Caramel Corn \$7.00 <input type="checkbox"/>
	Chocolate Cake \$10.00 <input type="checkbox"/>
	Rowenas Double Delicious Chocolate Cake \$25.00 <input type="checkbox"/>

Or Define Your Dessert:

Sponsors

- ♦ [Stealth Traffic Secrets](#)
- ♦ [Sony PSP Portal](#)
- ♦ [steve bishop](#)
- ♦ [Free Tarot Readings](#)
- ♦ [Whiplash Injury](#)
- ♦ [Rowenas Gourmet Cakes](#)
- ♦ [Rent 2 Own Homes](#)
- ♦ [The Zen of Thin](#)
- ♦ [Perfumenut.com](#)
- ♦ [Coupon Codes Online](#)
- ♦ [Davids Deal](#)
- ♦ [Asbestos Removal](#)
- ♦ [Billiqfluege](#)
- ♦ [Romel Wallace](#)
- ♦ [Fractional Ownership](#)
- ♦ [Windows Registry Cleaner](#)

Fed By:

- ♦ [Scott Hildenbrand](#)
- ♦ [Bluegrass Basset Rescue](#)
- ♦ [Kolley K](#)
- ♦ [Jerrold Foutz](#)
- ♦ [good eats](#)
- ♦ [Angela Roberts](#)
- ♦ [Steve Green](#)
- ♦ [Debra Sawyers](#)
- ♦ [Keith Woolley](#)
- ♦ [Bambini Kids](#)
- ♦ [Carol Tana](#)
- ♦ [The Sam Freedom Phenomenon](#)
- ♦ [Kim Snyder](#)
- ♦ [Terry Stockdale](#)
- ♦ [Gary Nave](#)

Fig. 17.1 Se venden enlaces en BuyJoelDessert.com.

Conozco a varios socios que han hecho cosas parecidas para que los visitantes puedan agradecerles sus esfuerzos. Los Webmasters listos notan la oportunidad en esta estrategia de adquirir enlaces de buena calidad sin gastar mucho. Éstos son más ejemplos.

<http://www.buyleoalatte.com>
<http://www.buybarbaracoffee.com>



<http://javier.buckenmeyer.com>

Puede adquirir el script "Cómprame una bebida" que usan todas estas páginas para crear su propio espacio "Comprame ---". [¡Pulse aquí!](#)

17.4 Crear Puertas

Normalmente, sus enlaces conducen directamente a la portada de su espacio Web. Se trata de la página que lo empieza y por eso usted quiere que los visitantes entren por allí.

Pero si el contenido que el usuario desea ver se sitúa en una de las páginas internas, no hay necesidad de que tenga que ir buscándolo. Llene esta página con palabras clave para que consiga su propia clasificación en los buscadores y anuncios relevantes para los visitantes.

Así que si tiene un sitio Web sobre gatos y una de las páginas trata de comida para gatos, es aconsejable que usted la llene de palabras clave relacionadas con la comida para gatos. Así le saldrán anuncios relacionados con la comida para gatos y su sitio logrará una alta clasificación en los motores de búsqueda también para los términos "comida para gato" en vez de sólo interesar a los internautas en busca de información general sobre los gatos.

17.5 Envíos Automáticos

El envío de su sitio Web a todos los buscadores, desde Google y Yahoo hasta los más pequeños, y la optimización de cada página para conseguir una alta clasificación pueden ser un rollo. Usted tendrá que volver a enviarles su sitio Web a menudo y vigilar su clasificación con mucha frecuencia para mantenerla.

Los buscadores vuelven a indexar los espacios Web y organizar sus datos constantemente. Puede que un sitio esté arriba del listado una semana y encontrarse un par de páginas después la semana siguiente (Buena noticia para los que están clasificados muy abajo pero no tan buena si usted lleva horas modificando su sitio para intentar subir).

Por eso muchos Webmasters prefieren centrarse en el contenido de sus espacios Web y contratar a otros para que se encarguen de su optimización.



Muchas empresas se dedican a la optimización de los espacios Web. Search Engine Blaster, por ejemplo, le da facultad de escoger entre más de 600 000 buscadores pero no son los únicos.

Pero de todas formas, yo creo que es una pérdida de tiempo. Sólo Google, Yahoo y MSN, en este orden, son importantes.

17.6 Herramientas Para La Optimización (SEO)

Le recomiendo varias herramientas que le puedan ayudar con la optimización de sus páginas para los motores de búsqueda. La primera es la barra Google, que le permite seguir su clasificación en Google, el llamado "pagerank". Puede descargarla gratis en http://toolbar.google.com/intl/es/index_ie.php.



Fig. 17.2 La barra Google: Bonita y Útil.

La barra de Alexa también es útil y le enseñará cómo se clasifica su espacio Web con respecto a los demás en términos de tráfico. Puede descargarla en http://pages.alexa.com/prod_serv/quicktour.html



Fig. 17.3 La Barra Alexa: Es su espacio Web el primero?

SEO Elite

SEO Elite es una herramienta estupenda para saber más sobre sus competidores más exitosos. Usted puede descubrir cuántas veces debe repetir las palabras clave idealmente, dónde colocarlas, si es necesario utilizar las etiquetas h1 y h2 e incluso la estrategia de enlaces de sus competidores y mucho más.



En resumen, puede enterarse de cómo sus competidores llegaron a las mejores posiciones en los buscadores, lo que hicieron y hacer exactamente lo mismo para quitarles el puesto.

Puede encontrar más información sobre SEO Elite y conseguirlo en www.adsense-secrets.com/seoelite.html

Reciprocal Manager

Como ya lo he mencionado previamente, Reciprocal Manager sirve para aliviar el dolor de cabeza debido a la gestión de los enlaces. Mientras siga optimizando su página, conseguirá mas enlaces suyos en otras páginas y le pedirán más enlaces también. Reciprocal Manager crea un directorio bien organizado y con un aspecto profesional, lo que agrada a los que le pidan enlaces así como a sus visitantes.



Este programa también le da facultad de proponer a los demás sitios Web que pongan sus enlaces en más de un sitio a la vez, y sobre todo, buscar otros espacios Web con los que intercambiar enlaces en función de la palabra o la frase buscada.

Para más información sobre Reciprocal Manager, ir a <http://www.adsense-secrets.com/reciprocalmanager.html>

Stomping The Search Engines




Brad Fallon es uno de los mejores expertos en el ámbito de la optimización de los sitios Web para los buscadores. Con su sitio 'Wedding Favors', ganó más de 1 000 000 de dólares el primer año, mayormente por su habilidad en colocar su sitio en la primera posición en Google y otros buscadores. Cuando alguien es capaz de hacer esto, ¡yo presto atención!

He podido hablar con Brad de sus técnicas de optimización y le aseguro que sabe de qué habla.

Pensaba que yo sabía mucho, pero después de unas horas con Brad, me





siento como un novato.

Puede tener miles de páginas Web, pero sin un buen plan de optimización, puede que no consiga ganar el dinero que quiera con AdSense. Le recomiendo DE VERDAD que pruebe la serie de 10 CDs audio "Stomping the Search Engines". Son 8 horas durante las que Brad le enseña a usted cómo repetir su éxito con su propio espacio Web.

Yo tengo este producto y está LLENO de material increíble que le resultará muy útil para alcanzar sus objetivos.

Para más información sobre 'Stomping the Search Engine' vaya a <http://www.adsense-secrets.com/seoexpert.html>.



18. Estudios de Caso

A lo largo del libro he explicado todas las maneras de optimizar su sitio Web e incrementar sus ganancias. En este capítulo le presento unos ejemplos.

Todos son verdaderos sitios Web que emplearon las técnicas descritas en este libro para ganar más dinero. Le comentaré cada uno para que entienda exactamente todo lo que hicieron ellos y por qué.

18.1 Freeafterrebate.info — Imposible No Ver Sus Anuncios

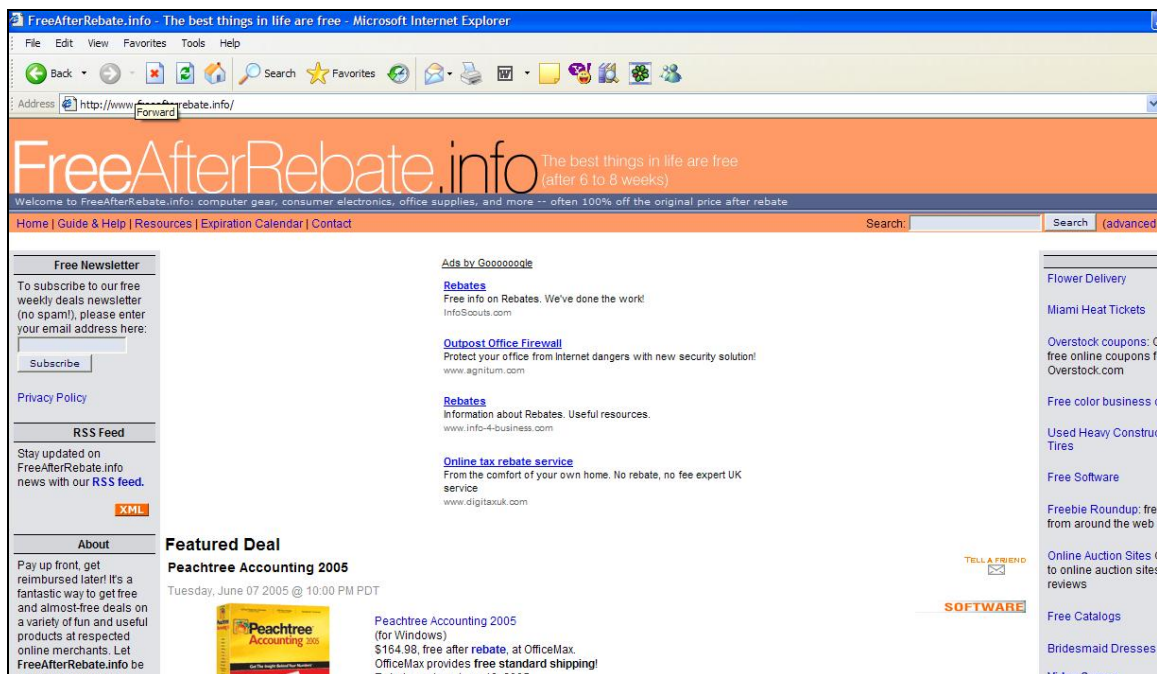


Fig. 18.1 Freeafterrebate.info pone sus anuncios en la parte central.

Requiere coraje realizar la publicidad para que sea lo más importante que vea el usuario en la página, pero eso es lo que ha hecho [Freeafterrebate.info](http://www.freeafterrebate.info).

¡No puede perder de vista estos anuncios! Están precisamente en la parte central de la página y justo encima del pliegue. Las ganancias de esta página experimentaron un enorme crecimiento al colocar los anuncios aquí.

¿Y esos enlaces a la derecha? Son anuncios de Adbrite. Visite www.freeafterrebate.info.



18.2 Grandes Ideas Para La Integración De Parte De 'The Idea Box'

The screenshot shows the homepage of 'The Idea Box' website. At the top left, there's a logo for 'Idea Box' with the tagline 'Early Childhood Education & Activity Resources'. To the right of the logo is a quote: 'Have you said "You're a great helper!" to a child today?'. Below the logo is a Google search bar with a 'Search' button. To the left of the search bar is a sidebar with links: 'Crafts', 'Stories', 'Games', 'Projects', 'Kits', 'Children Craft', 'Sign up FREE!', 'Survey', 'Club', 'FREE Idea Box Newsletter', 'Email address:', 'subscribe', 'Holiday/Seasonal Activity', 'Craft Recipe', 'Game', 'Music/Song', 'Recipe', 'Christian Crafts', 'Activity Pages', 'Work at Home', and 'Message Forums'. In the center, there's a large yellow banner for 'Summer Craft Camp 2005' with the text '8 Weeks of FREE themed ideas!' and a list of activities: Painting, Drawing, Clay & Sculpture, Paper Crafts, Textiles, Beading, Printmaking, and Mixed Media. To the right of the banner is a blue box for 'ClubMom' with the text 'Get rewards for the shopping you do for the family!' and a 'join free' button. Below the banner is a 'Craft List' section with a 'Jump to: Full List' link and a '3-D Crayon Pictures' link. The page is designed with a green and white color scheme and a wavy border at the top and bottom.

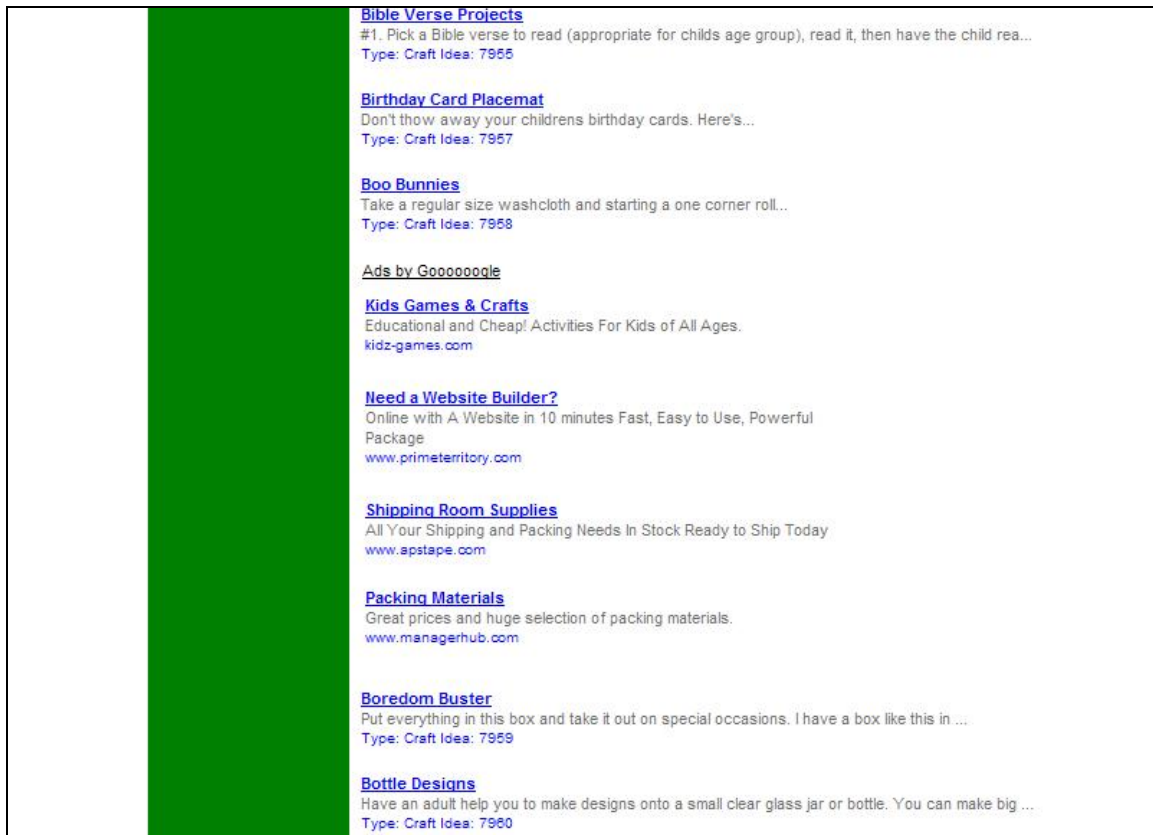
Fig. 18.2 En la primera parte visible de la pantalla (encima del pliegue) en 'Idea Box'.

Pocos sitios integran mejor sus anuncios en el texto que theideasbox.com. Encima del pliegue, hay una caja de búsqueda en el centro y un bloque de vínculos Google a la izquierda, que se mezclan preciosamente con el diseño de la página para que uno no se pueda dar cuenta de que es un anuncio.

Debajo del pliegue, se puede notar que los anuncios se mezclan con los enlaces gracias a la triple armonía. ¡Perfecto!



Mírelo en <http://ideas.theideabox.com/ib.php?web=ideasbytype&type=Craft>



The screenshot shows a webpage with a green vertical bar on the left side. The main content area contains several links and descriptions of craft ideas:

- Bible Verse Projects**
#1. Pick a Bible verse to read (appropriate for child's age group), read it, then have the child rea...
Type: Craft Idea: 7955
- Birthday Card Placemat**
Don't throw away your children's birthday cards. Here's...
Type: Craft Idea: 7957
- Boo Bunnies**
Take a regular size washcloth and starting a one corner roll...
Type: Craft Idea: 7958
- Ads by Google**
- Kids Games & Crafts**
Educational and Cheap! Activities For Kids of All Ages.
kidz-games.com
- Need a Website Builder?**
Online with A Website in 10 minutes Fast, Easy to Use, Powerful Package
www.primeterritory.com
- Shipping Room Supplies**
All Your Shipping and Packing Needs In Stock Ready to Ship Today
www.spstape.com
- Packing Materials**
Great prices and huge selection of packing materials.
www.managerhub.com
- Boredom Buster**
Put everything in this box and take it out on special occasions. I have a box like this in ...
Type: Craft Idea: 7959
- Bottle Designs**
Have an adult help you to make designs onto a small clear glass jar or bottle. You can make big ...
Type: Craft Idea: 7960

Fig. 18.3 debajo del pliegue: anuncios perfectamente camuflados.

18.3 Gifts-911.com Recibe Un Tratamiento de Emergencia Con Anuncios Múltiples

Lo máximo que ganó Adriana Copaceanu con su sitio Gifts-911.com fue \$31.19 (poco más que un dólar al día). Decidió poner un bloque de anuncios principal en la parte de arriba, otro en la parte de abajo y un bloque de vínculos Google a la derecha.



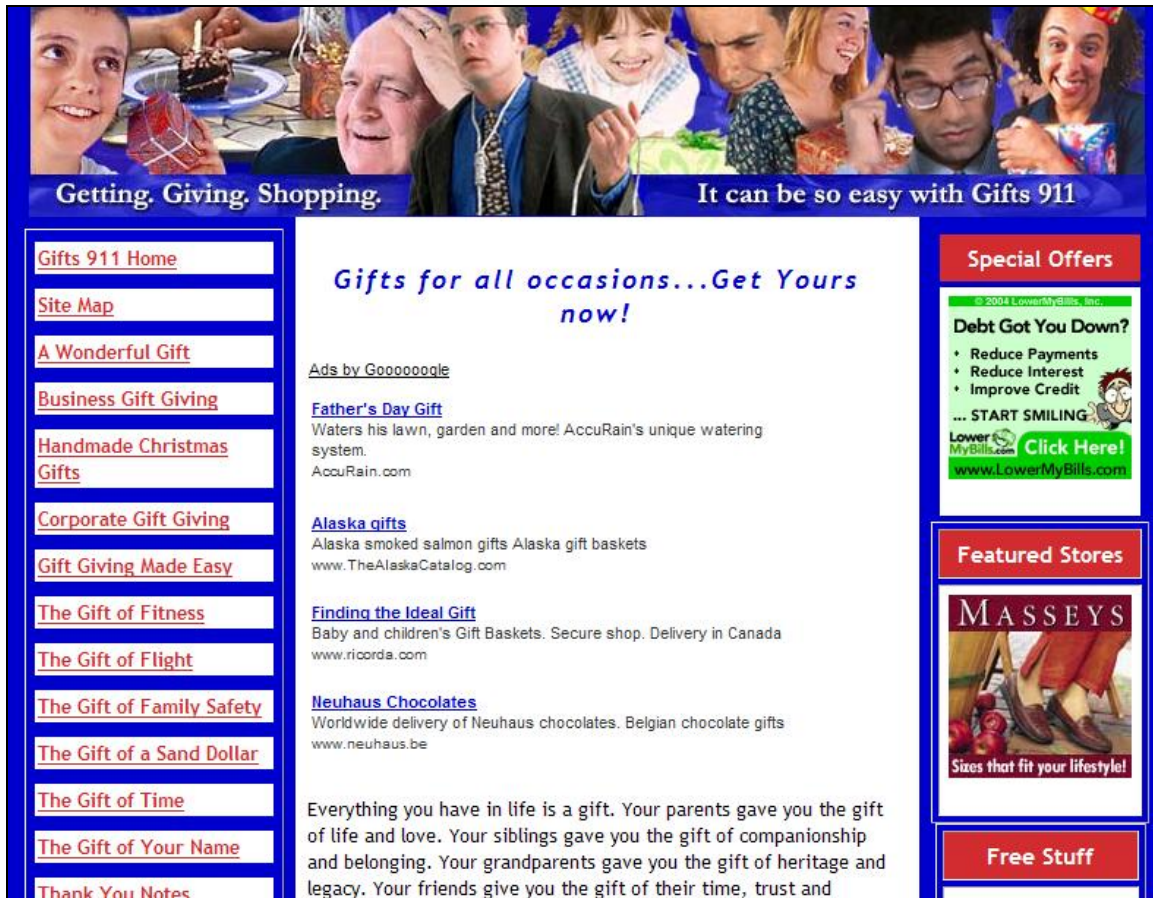


Fig. 18.4 Gift-911.com le da los primeros auxilios a sus ingresos al poner anuncios encima del pliegue...

Tras colocar más anuncios y hacerlos más llamativos, los ingresos doblaron el siguiente mes y alcanzaron hasta \$200 el mes después.

¿Podría Adriana hacer más? Seguro que sí, pero ya ha comenzado bastante bien!

Visite Gift-911.com en www.Gift-911.com.



Two things that can make your gift perfect are if it is something that they really want, but would never buy for themselves; or if it is something that they truly need.



Golfing Father's Day Cookie Tin (32 Cookies)

When it comes to being a great father, he is par excellence. Celebrate his passion for his favorite sport and his favorite dessert with this golf themed "Happy Fathers Day" cookie tin. Chip N Dough gourmet cookies are baked and shipped the same day to ensure freshness!

Cookie delivery is available nationwide. Also, includes a personal greeting card from you.

Buy

Ads by Goooooogle

Unique Gift Idea

Professional Art from your Photos Give Art! Learn How. From \$154.
www.anartfulgift.com

Star Wishing Gifts

Name a star and add a special wish. Come see why our customers love us.
www.starwishing.com

Ads by Google

[Gourmet Cookies](#)

[Gift Baskets](#)

[Golf Gift Ideas](#)

[Valentines Gifts](#)

[Gift Ideas](#)

Fig. 18.5 ...y debajo del pliegue



18.5 StellaAwards – Un Diseño Que Gana Premios

Para conseguir el éxito con AdSense, hace falta realmente mezclar los anuncios con la página. www.stellaawards.com ha utilizado un diseño especial con la intención de replicar un documento legal. Los anuncios a la derecha complementan el texto de la esquina en la parte superior derecha y resultó en casi 20 veces más clics de la noche a la mañana con esta sencilla mejora.

1	OPPORTUNISTS AND)	
2	SELF-DESCRIBED VICTIMS)	
3	Plaintiffs,)	StellaAwards.com
4	vs.)	pleading before the
5	ANY AVAILABLE DEEP POCKETS)	Court Of Public Opinion
6	AND THE U.S. JUSTICE SYSTEM)	begs the court to take notice of the
7	Defendants.)	Free Subscriptions Below
8	May it please the court:		
9	The Stella Awards were inspired by Stella Liebeck. In 1992, Stella, then 79, spilled a cup of McDonald's coffee onto her lap, burning herself. A New Mexico jury awarded her \$2.9 million in damages, but that's <u>not the whole story</u> . Ever since, the name "Stella Award" has been applied to any wild, outrageous, or ridiculous lawsuits -- including <u>bogus</u> cases! We search for <u>true</u> cases, and you can subscribe by e-mail for <u>free</u> to get the case reports as they're issued.		
10	Yes, we mean to be entertaining. But there's also a deeper consideration that we'll be addressing: are the people involved in the cases we present to you (a juror in the Court of Public Opinion) using the courts to redress justifiable grievances that can't otherwise be settled? ...Or are they trying to extort money from anyone they can? Are the lawyers involved champions of justice? ...Or are they helping to abuse the system in the name of getting a piece of the action? <i>You be the judge!</i>		
11	Unlike most "tort reform" sites, we are not a front for any special interest group. We are <u>completely independent</u> .		
12	We <u>do not</u> publish the case reports on this web site. Just subscribe below and we'll e-mail you the case reports as they are issued! Subscriptions are free. (See our <u>Privacy Notice</u> . Summary: we <i>never</i> give out our address list to <i>anyone</i> , since <u>we hate spam</u> at least as much as you do). Details on our free subscriptions and terms of service are <u>here</u> . See <u>this page</u> for a sample issue.		
13	Stella Awards is a project of <u>This is True</u> ® -- a weekly news commentary column featuring bizarre-but-true stories from newspapers all over the world, all with snippy commentary by Colorado humorist (and Society of Professional Journalists professional member) <u>Boody Casperich</u> . If you like the Stella Awards, we'll love the award, but <u>no money sent out once each week in This is True</u> .		
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			

Annual Award Info
[2004 Awards Announced](#)
[2003 & 2002 Awards](#)

Ads by Google
[Stay out of jail](#)
Criminal defense attorneys are not equal learn how to find one for you
www.maximuminformation.com
[Class action lawsuits](#)
Articles & information about Class action lawsuits
BambooWeb.com
[Tort reform](#)
Get Tort reform news & manufacturing info at IndustryWeek
www.IndustryWeek.com
[Class Action Facts](#)
Free and Unbiased information on Class Action Lawsuits
www.classactionfaq.org

Fig. 18.6 Anuncio que se mezclan; veinte veces más clics.



Conclusión

AdSense puede aportarle enormes cantidades de dinero. Puede pagarle su hipoteca, su préstamo coche y las vacaciones con que siempre ha soñado. Si lo desea, incluso puede que le permitir dejar su empleo y empezar a trabajar en casa, en pijama y sin otro jefe que usted mismo.

O también puede darle el dinero suficiente para comprar un par de chocolatinas a la semana.

El secreto de AdSense no es complicado. Usted no tiene que pasarse años estudiando o buscar una universidad donde sacar un título. Su principio es muy básico:

Ofrezca anuncios que interesen a los usuarios de forma que quieran hacer clic.

Se consigue con el diseño, con la elección del tamaño de anuncios adecuado y con la integración de los anuncios en el resto del espacio Web (para que no parezcan anuncios).

Además hace falta escoger las palabras clave correctas. También es importante conseguir tráfico a su Web por un importe inferior al que gane con el envío de los usuarios a otros anunciantes a través de AdSense.

Pero lo que más importancia tiene es el seguimiento detallado de sus resultados para tomar nota de lo que le funciona y lo que no le funciona.

En este libro le he comentado todo lo que necesita saber para que sus ganancias de AdSense se disparen. Si aplica las técnicas descritas aquí y *analiza los resultados*, sus ganancias deberían experimentar un incremento tan rápido como las mías.

¡Buena suerte y buenos ingresos!



Recibo emails de lectores regularmente. Todo el mundo se emociona al aplicar mis consejos y ver aumentar sus ganancias de AdSense. Éstos son algunos emails que he recibido hace poco.

"No se si usted se acordará de mí pero fui el "escéptico" que compró su libro hace un mes. Quería comunicarle mis resultados tras implementar los cambios que usted me recomendó. Desde que compré el libro, mi porcentaje de clics se ha TRIPLICADO y mis ganancias diarias se han CUADRUPLICADO, igual que lo decía la calculadora en su página. ¡MUCHÍSIMAS gracias!" – Nombre ocultado según pedido

"Yo compré su libro ayer. A las 2:30 esta tarde, ya he generado el DOBLE de lo que suelo ganar en un día. Aunque sólo haya implementado el primer paso recomendado en su libro todavía, parece que ya he triplicado mis ganancias. ¡Muchas gracias!" — Kenn Nesbit

"Solo quería comentarle que he triplicado mis estadísticas tras comprar su libro" — Shawn Mcgarvey

"¡La compra de su libro me está beneficiando realmente! ¡Mi porcentaje de clics ha aumentado un 100% tras una sola semana de implementación de sus consejos! Ya he recuperado el dinero invertido en su libro. Y resulta que a diario estoy ganando más dinero con AdSense que anteriormente. Gracias por compartir sus conocimientos."— Kamau Austin

"Joel, al comprar tu libro implementé enseguida algunos de tus consejos. (Lo leí entero pues no podía dejarlo hasta terminar) Decir que los resultados fueron emocionantes es decir poco. Ganamos más de \$500 en Marzo y sigue aumentando esa cifra. Nunca he escrito una carta de referencia antes pero el libro fue tan buena compra que me sentí obligado."— Chris Bartram

"Solo escribo para decir "GRACIAS" por su maravilloso libro. He aumentado mis ingresos Adsense casi un 300% al aplicar sus consejos."— Bingwen Lu

"Estoy EMOCIONADO con su libro. Lo descargué la semana pasada, lo leí el sábado, y he empezado a realizar las modificaciones recomendadas en los anuncios y en el diseño de mis



páginas para que los anuncios parezcan menos anuncios. ¡Es increíble, pero solo después de un día, los cambios realizados en tres de mis espacios Web han triplicado mis porcentajes de clics ya! Ya he imprimido el libro y lo he leído 3 veces. Pienso comentárselo a todos mis clientes." — Ed Hudson

Me encanta recibir estos emails y espero que usted tome el tiempo de escribirme y compartir conmigo su éxito. Que se multipliquen sus ganancias de Google AdSense (¡Eso le hará feliz a Google Y TAMBIÉN a usted!)

Puede escribirme en inglés a joel.comm@adsense-secrets.com o contactar con mi socio y traductor (en inglés o en español) a javier@buckenmeyer.com.



Información Legal

Se ha hecho el máximo esfuerzo para representar este producto y su potencial de una forma precisa. Aunque se trata de uno de los pocos sectores en que uno puede controlar la cantidad de dinero que gana, no hay garantía alguna de que usted gane dinero al emplear las técnicas descritas en este libro. Los ejemplos presentados no deben ser interpretados como una promesa o garantía de ganancias. El potencial de ganancias depende totalmente de la persona que use el producto y las ideas y técnicas presentadas. No se trata de un programa para hacerse rico rápidamente.

Su nivel de éxito en la consecución de los resultados mencionados en este libro depende del tiempo que usted dedique a aplicar las ideas y técnicas mencionadas, de sus finanzas, sus conocimientos y otras habilidades. Dado que estos factores varían según los individuos, no podemos garantizar su éxito o nivel de ingresos. Tampoco somos responsables de sus acciones.

Nuestro producto y nuestro espacio Web pueden contener información que incluya informes y estadísticas potenciales o se base en ellos, al amparo del 'securities litigation reform act of 1995'. Estos informes potenciales presentan nuestras expectativas y previsiones de futuros eventos. Usted puede reconocer estos informes por el hecho de que no estén relacionados directamente con hechos actuales o históricos. Utilizan palabras tales como "anticipar", "estimar", "esperar", "proyectar", "pretender", "planear", "creer", y otras palabras y términos de significados parecidos con respecto a la descripción de ingresos potenciales o rendimiento financiero.

Cualquier informe potencial del libro, del espacio Web o del material que vendemos tiene como objeto expresar nuestra opinión sobre potenciales ganancias. Muchos factores influirán en sus resultados y no hay garantía alguna de que logre resultados similares a los nuestros o los de cualquier otra persona. De hecho, no podemos asegurarle de que logre resultados con los métodos e ideas expuestos en nuestro material.

Los resultados pueden variar, como con cualquier oportunidad de negocio, y usted podrá ganar más o menos. El éxito de CUALQUIER oportunidad de negocio es el resultado de mucho trabajo, tiempo y otros muchos factores. No le ofrecemos ninguna garantía expresa o tácita de ingresos al comprar usted este libro.

