

Google™
AdWords

GUÍA BÁSICA DE ADWORDS

Estimado cliente,

Gracias por su interés en anunciarse con nosotros.

En esta Guía Básica encontrará respuesta a las preguntas más frecuentes relacionadas con nuestro programa publicitario AdWords de Google:

- 1 Características del programa AdWords de Google
- 2 Cómo navegar por su cuenta AdWords
- 3 Métodos de pago
- 4 Visualización de su anuncio
- 5 Otras fuentes de información

Le recordamos, por otro lado, que puede encontrar un glosario de términos y definiciones en la página: <https://adwords.google.es/support/bin/topic.py?topic=29>

En un futuro, podrá encontrar directamente respuesta a todas sus dudas y preguntas efectuando una búsqueda o bien navegando por nuestro Centro de Asistencia en la siguiente dirección: <https://adwords.google.es/support>. Si no encuentra respuesta a sus consultas, siempre puede ponerse en contacto con nuestro equipo de atención al cliente utilizando el formulario en línea que encontrará en: <http://adwords.google.es/support/bin/request.py?ctx=cuffhelp>

En estos momentos no ofrecemos un servicio oficial de asistencia técnica telefónica. Sin embargo, estaremos encantados de ayudarle a través del correo electrónico.

Esperamos que esta Guía le sea de utilidad.

Atentamente,

El Equipo AdWords de Google

1

CARACTERÍSTICAS DEL PROGRAMA ADWORDS DE GOOGLE

a. ¿Dónde aparecerán mis anuncios?

Los anuncios de AdWords de Google se visualizan a la derecha de la página de resultados de Google o también pueden aparecer en ocasiones por encima de los resultados de búsqueda destacados en azul. Se colocan como enlaces patrocinados en la primera página de resultados. Si hay demasiados anunciantes utilizando la misma palabra clave los anuncios pueden aparecer también en las subsiguientes páginas.

The screenshot shows a Google search for 'Flores'. The search bar at the top contains the text 'Flores' and a 'Búsqueda' button. Below the search bar, the results page shows 'Resultados 1 - 10 de aproximadamente 104.000.000 de flores. (0,05 segundos)'. The results are divided into two columns: organic search results on the left and sponsored links on the right. A red box highlights the search bar area, labeled 'Término de búsqueda'. A red box highlights the sponsored links on the right, labeled 'Google AdWords'. A green box highlights the organic search results on the left, labeled 'Resultado de la búsqueda'.

Los anuncios de AdWords aparecen, además de en la página de resultados de Google, en otros sitios de búsqueda y contenido de la creciente red de Google. Gracias a las búsquedas en Google y las visitas a las páginas de nuestra red, sus anuncios llegan a un público muy amplio. Nuestra red global de búsquedas y contenido incluye los siguientes sitios:



Por otra parte, si le interesa la aparición gratuita de su sitio web en los resultados de Google, puede dirigirse a <http://www.google.es/support/bin/request.py>, quienes le atenderán encantados, ya que la publicidad de Google AdWords es un servicio que funciona por separado del ranking y la inclusión de su sitio web en los resultados de Google.

b. ¿Qué diferencia hay entre las campañas por palabras clave y por sitio web?

AdWords permite crear campañas publicitarias orientadas por palabra clave o sitio web. Puede utilizar uno o ambos tipos, según los objetivos de su campaña.

Las campañas orientadas por palabra clave son la forma más utilizada y tradicional de anunciarse en Google y en la red de Google. Estas campañas utilizan el modelo de precios CPC (coste por clic). Al crear una campaña, redactará el texto del anuncio y elegirá las palabras clave que activarán su aparición. Además, especificará la cantidad máxima que está dispuesto a pagar por cada clic.

Una campaña orientada por sitio web permite especificar los sitios web de nuestra red de contenido de Google en los que desea que aparezcan sus anuncios. Estas campañas utilizan el modelo de precios CPM. Al crear una campaña, redactará el texto del anuncio y definirá la cantidad máxima, o CPM máximo, que está dispuesto a pagar por cada mil impresiones que se realicen de su anuncio.

c. ¿Cuánto cuesta la publicidad con AdWords?

Es usted quien decide cuánto va a gastar en su publicidad y puede controlar este gasto a través de estos dos valores:

- Presupuesto diario: Usted fija la cantidad máxima que desea invertir en una campaña concreta al día. Recuerde que su presupuesto diario se aplica a campañas individuales, no a su inversión total en publicidad.

- CPC o CPM máximo: en las campañas orientadas por palabras clave, debe especificar el valor máximo que está dispuesto a pagar por cada clic (CPC). Solamente pagará por los clics que haya recibido su anuncio. En las campañas orientadas por sitio web, debe especificar el valor máximo que está dispuesto a pagar por cada impresión (CPM).

Con AdWords no le cobramos una cuota mínima mensual, sólo una tarifa de activación simbólica de 5 euros o el equivalente en su moneda.

Le aconsejamos utilizar nuestro Estimador de tráfico para establecer el coste por clic máximo de sus palabras clave. El Estimador de tráfico le ayudará a obtener el máximo retorno de su inversión en publicidad. Dicha herramienta calcula el promedio de clics por día, el coste por clic (CPC) medio y la posición media que ocupará su anuncio para cada una de sus palabras clave. Siga los pasos descritos en la página: https://adwords.google.com/support/bin/answer.py?answer=6270&hl=es_ES

CPC Máximo o Puja Techo de cada Grupo de Palabras

Palabras clave	Volumen de búsquedas	CPC medio estimado	Estimación de las posiciones del anuncio	Estimación de clics/día	Estimación de coste/día
Total de búsqueda		\$0,05	1 - 3	303 - 459	\$20 - \$30
bajar canciones		\$0,05	1 - 3	6 - 8	\$1
bajar musica		\$0,05	1 - 3	8 - 15	\$1
descargar musica		\$0,05	1 - 3	32 - 52	\$2 - \$3
mp3		\$0,05	1 - 3	255 - 380	\$20
mp3 music		\$0,05	4 - 6	0 - 1	\$1
musica en mp3		\$0,05	1 - 3	3 - 4	\$1

Las estimaciones de estas palabras clave se basan en los porcentajes de clics de los anuncios actuales. Algunas de estas palabras clave están sujetas a una revisión por parte de Google y puede que no activen sus anuncios hasta que se aprueben. Por favor, tenga en cuenta que en las estimaciones acerca de su tráfico se asume que las palabras clave se han aprobado.

CPC Efectivo. Descontador de AdWords

* El Descontador de AdWords™ reduce automáticamente su CPC real para que pague el precio más bajo posible por la posición de su anuncio en la página.

d. ¿Cómo puedo aparecer en las primeras posiciones?

Los anuncios orientados por palabra clave se clasifican en las páginas de resultados de búsqueda según su coste por clic (CPC) máximo y su nivel de calidad en Google.

El nivel de calidad viene determinado por el historial de rendimiento de la palabra clave en Google: su porcentaje de clics (CTR), la relevancia del texto del anuncio, el historial de rendimiento de la palabra clave, la calidad de su página de destino y otros factores importantes.

$$\text{Ranking del anuncio} = \text{CPC} \times \text{nivel de calidad}$$

Si dispone de palabras clave y de un texto de anuncio relevantes, un buen CTR en Google y un CPC elevado, su anuncio aparecerá en una posición mejor. Dado que el sistema de ranking recompensa los anuncios relevantes y bien orientados, la primera posición está al alcance de todo el mundo, algo que sería imposible en un programa basado exclusivamente en el precio.

Si desea que su anuncio aparezca en las posiciones superiores, por encima de los resultados de búsqueda gratuitos de Google, intente aumentar los niveles de calidad y los CPC máximos de sus palabras clave. En la actualidad no existe ningún método para solicitar estas posiciones.

e. ¿Cómo puedo optimizar mis campañas?

Con el objetivo de obtener el mayor rendimiento de sus campañas publicitarias le recomendamos que siga los siguientes consejos de optimización:

I. Estructure adecuadamente su cuenta: cree campañas individuales para cada una de sus líneas de productos, recursos o marcas, utilizando la orientación por país e idioma acorde con su público objetivo.

II. Elija palabras clave relevantes: en sus campañas orientadas por palabras clave, utilice palabras clave específicas relacionadas directamente con el tema concreto de su grupo de anuncios y página de destino. Benefíciese también de las distintas opciones de concordancia, para obtener más información sobre este tema puede consultar el siguiente enlace:

<https://adwords.google.es/support/bin/answer.py?answer=6100&hl=es>

III. En las campañas orientadas por sitio web: incluya sitios que sean relevantes para sus productos o servicios, y asegúrese de elegir un número suficiente de sitios.

IV. Cree anuncios directos y orientados: incluya las palabras clave en el texto del anuncio, en especial en el título, para que los usuarios vean que su anuncio, en especial en el título, para que los usuarios vean que su anuncio está relacionado con lo que buscan. Su anuncio deberá incorporar una frase interactiva además de las ventajas de su producto o servicio. Finalmente, cree varios anuncios sencillos y atractivos para el segmento al que se dirige.

V. Optimice su sitio web para obtener conversiones: conduzca a los usuarios a la página de destino apropiada. Evalúe el diseño de su sitio teniendo en cuenta que el servicio prestado al usuario es su objetivo más importante.

Estructura de una cuenta:



2

CÓMO NAVEGAR POR SU CUENTA ADWORDS

Este programa ha sido diseñado para que usted administre todos los aspectos de su cuenta a fin de obtener el máximo rendimiento. Es por ello que nos gustaría proporcionarle a continuación una guía visual para facilitarle la navegación de su cuenta AdWords.

Gestión campañas, informes, facturación y configuración

Datos identificación: e@gmail.com | Ayuda | Envíenos un mensaje | Salir
ID del cliente: XXX-XXX-XXX

Administración de campañas | Informes | Analytics | Mi cuenta

Resumen de campañas | Herramientas | Seguimiento de conversiones

Búsqueda Avanzada

Búsqueda en mis campañas: [] Búsqueda

Todas las campañas
+ Crear una campaña nueva: [orientada por palabra clave](#) | [orientada por sitio web](#) [?]

Detener | Reactivar | Suprimir | Editar información | Mostrar todas las campañas

<input type="checkbox"/>	Nombre de la campaña	Estado actual	Presupuesto actual [?]	Clics	Impr.	CTR	Prom CPC	CPC medio	Coste	Tasa de conversión	Coste/conversión
<input type="checkbox"/>	Madrid Budget Optimizer habilitado	En pausa	[€30,00/30 días]	4.813	285.725	1,68%	€0,05	-	€230,65	0,00%	€0,00
<input type="checkbox"/>	Blog	Activa	€1,00/día	3	28	10,71%	€0,05	-	€0,15	0,00%	€0,00
<input type="checkbox"/>	Campaña N°2	Suprimida	[€1,00/día]	0	2.214	0,0%	-	-	€0,00	0,00%	€0,00
<input type="checkbox"/>	Campaña N°3	Suprimida	[€1,00/día]	0	0	-	-	-	€0,00	0,00%	€0,00
Total - las 4 campañas			-	4.816	287.967	1,67%	€0,05	-	€230,00	0,00%	€0,00

Los informes no son en tiempo real. Puede ser que los clics e impresiones recibidas en las últimas 3 horas no estén incluidos. Los informes de seguimiento de conversiones presentan un retraso de 24 horas. Zona horaria para todas las fechas y horas en tablas de datos, informes y facturación (GMT+01:00) Madrid. [Más información](#)

Comandos administración campañas

Datos estadísticos para intervalo temporal seleccionado

Su cuenta AdWords de Google está dividida en las siguientes secciones:

a. Administración de Campañas

En esta pestaña encontrará un resumen de las estadísticas de sus campañas publicitarias, ciertas herramientas que le serán de utilidad para gestionar su publicidad y la herramienta gratuita de seguimiento de conversiones. Recuerde que la configuración de cada una de sus campañas (idioma, orientación, presupuesto, etc.), puede ser modificada si selecciona la campaña en cuestión y hace clic en 'Editar información'.

Accediendo a una de sus campañas, visualizarán todos sus grupos de anuncios, y dentro de cada uno de ellos los anuncios de texto o de imagen que haya creado, así como las palabras clave o sitios web que ha seleccionado para la publicación de su anuncio, dependiendo de si se trata de una campaña orientada por sitio web o por palabras clave.

Sección de Herramientas

Google AdWords

Administración de campañas | Informes | Analytics | Mi cuenta

Resumen de campañas | **Herramientas** | Seguimiento de conversiones

Herramientas

Optimizar sus anuncios

- Herramienta para palabras clave**
 Cree una lista maestra de palabras clave nuevas para sus grupos de anuncios y revise las estadísticas detalladas de rendimiento de palabras clave, como la competencia de los anunciantes y el volumen de búsquedas.
- Editar palabras clave negativas de la campaña**
 Ahora ya puede administrar sus palabras clave negativas para reducir los clics no válidos en el nivel de campaña.
- Exclusión de sitios**
 Defina mejor su segmentación en la red de contenido evitando que sus anuncios se publiquen en determinados sitios web.
- Estimador de tráfico**
 ¿Está pensando en probar con una palabra clave nueva? Introdúzcala aquí y obtendrá una aproximación de su rendimiento.

Analizar el rendimiento de sus anuncios

- Herramienta de diagnóstico de anuncios**
 ¿Sus anuncios se muestran cuando se efectúa una búsqueda determinada? Descúbralo aquí.
- Anuncios rechazados**
 Averigüe qué anuncios se han rechazado y por qué.
- Seguimiento de conversiones**
 Ha llegado el momento de aumentar la eficiencia de su campaña y de mejorar su ROI. Descubra cuáles son los mejores anuncios para lograr sus objetivos.
- Mi historial de cambios**
 Examine los cambios que ha efectuado en su cuenta en los últimos tres meses.

Modificar sus campañas

- Copiar o mover palabras clave y texto del anuncio**
 Reorganice sus campañas copiando o moviendo palabras clave y texto de anuncio a otro Grupo de anuncios de su cuenta.
- Búsqueda y edición avanzada**
 Localice el texto del anuncio, las palabras clave y los CPC máximos de toda su cuenta. Incluso puede aplicar cambios a los resultados de la búsqueda, todo al mismo tiempo.

b. Informes

La sección Informes de AdWords le permite generar informes en distintos formatos con estadísticas de rendimiento de sus sitios o palabras clave, anuncios de texto, anuncios gráficos, URL, grupos de anuncios, campañas y cuentas. También puede solicitar que le enviemos el informe por correo electrónico de forma periódica.

c. Analytics

Su cuenta AdWords puede albergar las estadísticas de nuestro producto gratuito Google Analytics. Esta herramienta le ofrece información de todo lo que desea saber acerca de cómo le han encontrado sus visitantes y cómo interactúan con su sitio.

d. Mi Cuenta

En esta última pestaña podrá comprobar el estado de su 'Resumen de facturación', pagos recibidos y rechazados (en caso de pagar a través de tarjeta de crédito), y costes de publicidad para un período de tiempo delimitado.

Acceso facturas imprimibles

Intervalo temporal

febrero - abril 2006		Se muestran: feb 2006 a abr 2006	Enviar		
Fecha	Actividad		Créditos	Cargos	Saldo
Reservar como archivo .csv					
Saldo acumulado en enero 2006					
febrero 2006					
22 feb	Pago rechazado [?] *****6548 (€44,16)				
22 feb	Pago recibido - Tarjeta de crédito alternativa - *****3413 - Factura: Ads-5850032594-0		€44,16		
28 feb	Pago rechazado [?] *****6548 (€51,74)				
28 feb	Pago recibido - Tarjeta de crédito alternativa - *****3413 - Factura: Ads-5850032594-1		€51,74		
Costes de Publicidad facturados durante febrero				€121,38	
Saldo al final de febrero [?]					€2,98
marzo 2006					
30 mar	Pago rechazado [?] *****6548 (€104,49)				
30 mar	Pago recibido - Tarjeta de crédito alternativa - *****3413 - Factura: Ads-5850032594-2		€104,49		
Costes de Publicidad facturados durante marzo				€133,68	
Saldo al final de marzo [?]					€32,17
abril 2006					
29 abr	Pago rechazado [?] *****6548 (€32,17)				
29 abr	Pago recibido - Tarjeta de crédito alternativa - *****3413 - Factura: Ads-5850032594-3		€32,17		
Costes de Publicidad facturados durante abril				€37,44	
Saldo al final de abril [?]					€37,44
Créditos totales y cargos, febrero - abril 2006			€ 232,56	€292,50	
Saldo al final de abril - transferidos a mayo 2006					EUR €37,44
Saldo pendiente - 23-nov-06					EUR €0,00

Saldo (- a su favor/+ pendiente)

En la sección 'Preferencias de facturación' se almacenan los datos de pago que nos ha facilitado. Si en algún momento desea modificar los datos de su tarjeta de crédito o de su dirección de facturación, puede dirigirse a este apartado.

En el enlace 'Acceso' puede permitir a otros usuarios acceder a su cuenta AdWords a través de un sistema de invitaciones. Recuerde que dichos usuarios podrán realizar modificaciones en su cuenta.

Finalmente, en la sección 'Preferencias de la cuenta' podrá visualizar datos generales sobre la configuración de su cuenta, tales como la información de acceso, sus preferencias de notificación, términos y condiciones, etc.

¿Cómo puedo imprimir mi factura?

AdWords de Google no envía sus facturas por correo sino que se generan automáticamente en esta parte de su cuenta en cuanto recibimos su pago. Para imprimir o consultar una factura tan sólo tiene que hacer clic en el número de factura correspondiente a cualquier línea que refleje un cargo en su cuenta, junto a Pago recibido. A continuación encontrará un enlace que le dirigirá a su 'Factura imprimible'.

3

MÉTODO DE PAGO

En función de su ubicación y moneda, existe una variedad de formas de pago disponibles para los anunciantes, incluida la tarjeta de crédito, tarjeta de débito, domiciliación, o transferencia bancaria. Para obtener información detallada sobre las opciones de pago específicas que se ofrecen para su país y moneda, visite: http://adwords.google.com/select/AfpoFinder?hl=es_ES

Le rogamos que medite la elección de la moneda y del método de pago de su cuenta AdWords ya que estos parámetros no podrán ser modificados con posterioridad.

a. Facturación pospago/con tarjeta

Con esta opción, usted paga únicamente por los clics o impresiones de campañas orientadas por sitio web que ha recibido, de modo que no le cobramos por adelantado.

No se trata de una facturación mensual fija, sino que establecemos un límite de crédito inicial de 50 euros, o lo equivalente en su moneda local. Google factura a los 30 días o cuando se alcanza el límite de crédito de 50 euros, lo que suceda primero.

Si su cargo es superior, con el fin de no realizar cargos muy sucesivos en su tarjeta, el límite de crédito inicial de 50 euros se incrementará primero a 200 euros, luego a 350 euros y, por último, al límite definitivo de 500 euros. La cantidad facturada puede ser ligeramente superior al límite de crédito si una cuenta acumula costes muy rápidamente.

Antes de proporcionarnos los datos de su tarjeta, por favor compruebe que:

- Su tarjeta no esté caducada.
- El límite de crédito sea suficiente.
- El límite de veces que se puedan realizar cargos a su cuenta en un determinado período de tiempo sea adecuado.
- La tarjeta sea apta para pagos por Internet.
- La tarjeta admita transacciones internacionales.
- La cantidad de cargo máxima sea suficiente.

Si su pago es rechazado en algún momento, la publicación de sus anuncios se detendrá. En este caso, para que podamos procesar sus cargos y reactivar su cuenta es necesario que vuelva a actualizar los datos de la tarjeta de crédito que venga utilizando o de una nueva. Para ello debe dirigirse a la pestaña 'Mi Cuenta', al apartado 'Preferencias de facturación'. Aquí puede realizar las siguientes acciones:

- Hacer clic en el botón 'Probar de nuevo la tarjeta' para indicar a nuestro sistema que procese su pago en su tarjeta actual
- Hacer clic en la opción editar que aparece junto a la sección 'Detalles de pago principal' para introducir otro número de tarjeta alternativo

Por lo general, sus anuncios empezarán a publicarse automáticamente al cabo de 24 horas, en cuanto el sistema pueda procesar sus pagos.

Para evitar que sus anuncios se vuelvan a suspender en el futuro, le recomendamos que proporcione una tarjeta de crédito alternativa, puede encontrar más información al respecto en: <http://adwords.google.com/support/bin/answer.py?answer=28857&hl=es>

b. Facturación pospago/domiciliación bancaria

La domiciliación bancaria es un método de pospago mediante el cual usted autoriza a Google a deducir sus pagos de AdWords directamente de su cuenta bancaria. La cantidad que se retire de su cuenta bancaria equivaldrá a los cargos acumulados en su cuenta de AdWords.

Por el momento, los anunciantes nuevos deben enviarnos una autorización para que podamos empezar a realizar los cobros en su cuenta bancaria y publicar sus anuncios. Si desea comenzar a publicar sus anuncios inmediatamente, puede introducir los datos de su tarjeta de crédito en su cuenta de AdWords. Los costes de publicación se cargarán en dicha tarjeta hasta que recibamos y procesemos su autorización. A continuación, el sistema cambiará su cuenta automáticamente a la opción de pago de domiciliación bancaria.

Empezaremos a publicar sus anuncios en cuanto hayamos recibido y procesado su tarjeta de autorización válida, La tarjeta de autorización suele procesarse uno o dos días laborables después de su recepción. Una vez la hayamos procesado, le enviaremos un mensaje de correo electrónico para notificarle la publicación de sus anuncios. Por el contrario, si no la hemos recibido en 14 días tras registrarse, se lo haremos saber mediante un mensaje de correo electrónico.

Google AdWords		Domiciliación bancaria de AdWords de Google Autorización de domiciliación bancaria en España	
<p>Google Ireland Ltd. El abajo firmante recibirá información a través del correo electrónico 4 días antes de que se retiren los fondos.</p> <p>AUTORIZACIÓN DE DOMICILIACIÓN BANCARIA: Autorizo a la entidad bancaria en la que dispongo de una cuenta a hacer efectivos, si la situación lo permite, todas las domiciliaciones bancarias solicitadas por BFS Finance Limited. El motivo se debe a la provisión del servicio de AdWords de Google. En caso de conflicto sobre una domiciliación bancaria, puedo suspender su procesamiento solicitándolo a la entidad bancaria en cuestión.</p> <p>Disminiré la discusión directamente con el acreedor.</p> <p>Si no está de acuerdo con la domiciliación, dispone de un máximo de 30 días para solicitar a su banco que le abone la cantidad de nuevo. Por favor, envíe este formulario al acreedor.</p>			
Beneficiario:		BFS Finance Ltd re Google	
Nombre a Razón Social:		Suite 503, 78 Marylebone High Street	
Dirección:		Londres W1U 5AF	
		Reino Unido	
Detalles de la orden de domiciliación bancaria pendiente:			
Referencia:			
Titular de la cuenta:			
Código del banco/Código de la sucursal/Dígitos de control/Número de la cuenta:			
Razón de la orden:			
Organización crediticia:			
Nombre del banco:			
Dirección del banco:			
Fecha:	Firma: _____		
Nombre del firmante en letra de imprenta: _____			
<p>Importante: Si decide enviar por fax su orden, permite a Google utilizar la copia firmada y remitida de igual forma que si se tratase de la copia original firmada y enviada por correo tradicional a efectos de autorización.</p>			

Una vez que hayamos recibido su tarjeta de autorización y sus anuncios se estén publicando, le enviaremos una notificación previa por correo electrónico antes de cada pago de AdWords que carguemos a su cuenta bancaria. Recibirá este tipo de notificación por cada cargo realizado a su cuenta, de modo que si dispone de varias o si su cuenta recibe más de un cargo al día, le llegarán mensajes distintos. Los mensajes de notificación previa hacen referencia a nuestro asociado de pagos, BFS. En cada mensaje detallamos la cantidad exacta de cada cargo a su cuenta. Estos mensajes de notificación previa se envían de forma automática y, en estos momentos, no es posible solicitar la exclusión para no recibirlos. Asimismo, tenga en cuenta que las fechas de cargos que se especifican en los mensajes son aproximadas y que no podemos garantizar que los cargos a su cuenta se realicen en una fecha concreta.

c. Facturación prepago/transferencia bancaria

Con la opción de prepago de AdWords, actualmente disponible únicamente en España, México y Chile, usted paga su publicidad por adelantado y nosotros deducimos de dicha cantidad el coste de los clics y las impresiones de campañas orientadas por sitio web a medida que los va recibiendo.

Sus anuncios se publican casi inmediatamente después de recibir el pago y siguen publicándose mientras haya fondos suficientes en su cuenta. Si su cuenta se queda sin fondos, sus anuncios dejarán de publicarse hasta que efectúe otro pago.

Una vez recibido el pago, emitimos una factura correspondiente que podrá ver en la página Resumen de facturación, en la pestaña 'Mi cuenta'.

Como efectuar una transferencia bancaria:

Para iniciar una transferencia bancaria para efectuar un pago, debe hacer clic en el vínculo 'Efectuar pagos' en la pestaña 'Mi cuenta'. Ahí podrá introducir la cantidad de dinero que desea transferir a su cuenta de AdWords.

Haga clic en el botón 'Enviar' para generar un número de referencia único y transferir el formulario de información con todos los datos importantes que necesitará para iniciar una transferencia bancaria.

Efectuar pagos

Generar un número de referencia para la transferencia bancaria.

Fondos restantes: MXN 250.00 *

Importe del pago: MXN MXN 100.00 como mínimo

- Cada vez que efectúa un pago, debe crear un nuevo número de referencia.
- Si hace clic en Ir, obtendrá un número y un vínculo a una página que se puede imprimir.
- En esta página encontrará toda la información necesaria para iniciar la transferencia bancaria.
- Es posible que su banco le cargue una tarifa por trámites bancarios, que se añadirá al importe que envíe a Google.

Números anteriores: Google todavía no ha recibido ningún pago de los siguientes números de referencia generados por usted:

para MXN 10,000.00
 para MXN 100.00

* Los informes pueden acumular cierto retraso, por lo que la cifra de fondos restantes es aproximada. Si desea cerrar su cuenta, puede [solicitar un reembolso](#) de sus fondos restantes.

?Cómo efectuó un pago?

Google
#1234567

Imprima o copie este número y la información adicional de la transferencia.

Utilice esta información para iniciar una transferencia bancaria. Asegúrese de incluir su número de referencia.

Sus anuncios se publicarán poco después de que recibamos los fondos y el número de referencia. Efectúe los pagos necesarios.

Números de referencia ya generados

Importante:

- No olvide incluir siempre el número de referencia en el formulario de pago.
- Genere un nuevo número de referencia para cada transferencia que desee efectuar.
- Google tarda de 5 a 10 días laborables en recibir su transferencia pero, en algunos casos, puede tardar hasta 30 días.
- No está obligado a realizar un pago al generar un número de referencia. También puede pagar menos o más de la cantidad introducida en el recibo de la información de transferencia.

4

VISUALIZACIÓN DE SU ANUNCIO

Existen diversos motivos por los cuales su anuncio puede no ser visualizado. El mejor modo de detectar las causas de este comportamiento es utilizar la 'Herramienta de diagnóstico de anuncios' que encontrará en la sección 'Herramientas' de la pestaña 'Administración de campañas'.

The screenshot shows the 'Herramienta de diagnóstico de anuncios' (Ad Diagnostic Tool) interface. At the top, there are navigation tabs: 'Administración de campañas', 'Informes', 'Analytics', and 'Mi cuenta'. Below these, there are links for 'Resumen de campañas', 'Herramientas', and 'Seguimiento de conversiones'. The current page is 'Herramientas > Herramienta de diagnóstico de anuncios'. The main heading is 'Herramienta de diagnóstico de anuncios' with a sub-heading 'Seleccione una de las dos opciones que encontrará a continuación para averiguar por qué no se están visualizando sus anuncios'. There are two options: 'Opción 1: Términos y parámetros de búsqueda' and 'Opción 2: URL de la página de resultados'. Option 1 includes fields for 'Palabra clave', 'Dominio de Google' (with a sample domain 'www.google.ie' and a note '<< P. ej.: froogle.google.com, www.google.co.uk'), 'Idioma de visualización' (set to 'Español'), and 'Ubicación del usuario' (with radio buttons for 'Geográfico' and 'Dirección IP', and a dropdown for 'Seleccione un país:'). Option 2 includes a field for 'URL de la página de resultados'.

Administración de campañas | Informes | Analytics | Mi cuenta

Resumen de campañas | Herramientas | Seguimiento de conversiones

Herramientas > Herramienta de diagnóstico de anuncios

Herramienta de diagnóstico de anuncios

Seleccione una de las dos opciones que encontrará a continuación para averiguar por qué no se están visualizando sus anuncios

Opción 1: Términos y parámetros de búsqueda
Utilice esta opción si le preocupan todos los anuncios de su cuenta que deberían publicarse para un término de búsqueda específico. Por ejemplo, podría comprobar el estado de su anuncio para la palabra clave de concordancia de frase "cruceros en Hawái," segmentado para los usuarios de California.

Palabra clave:

Dominio de Google: << P. ej.: froogle.google.com, www.google.co.uk

Idioma de visualización:

Ubicación del usuario: Geográfico:
 Dirección IP: Formato: xxx.xxx.xxx.xxx

Opción 2: URL de la página de resultados
Utilice esta opción si le preocupa una página de resultados específica donde cree que debería publicarse uno de sus anuncios. Pegue la URL de la barra de direcciones de la página de resultados donde debería publicarse su anuncio.

URL de la página de resultados:

Una vez que utilice esta herramienta puede verificar si una o varias de las siguientes situaciones son aplicables a su caso:

a. Presupuesto Diario

Si su presupuesto diario es inferior al recomendado por nuestro sistema, Google distribuirá la publicación de su anuncio a lo largo del día. Nuestro sistema restringe la publicación de su anuncio a determinadas horas, para que así alcance todo el potencial de su presupuesto diario cuando el tráfico tiene mayor valor para usted.

Google AdWords

Administración de campañas | Informes | Analytics | Mi cuenta

Resumen de campañas | Herramientas | Seguimiento de conversiones

Resumen de campañas > Blog > Editar información

Editar información

Blog

Configuración básica

Nombre de la campaña:

Fecha de inicio: 09-jul-06

Se publicará hasta: 31 dic 2010

Opciones de presupuesto

Presupuesto: por día [?](#)

[Ver el presupuesto recomendado](#)

Método de publicación: [?](#)

Estándar: los anuncios se publican de manera uniforme.

Acelerado: los anuncios se publican con la máxima rapidez.

Opciones avanzadas

Oferta de palabras clave: Oferta manual predeterminada - CPC máximo

[Ver y editar las opciones de ofertas](#)

Programación de anuncios: Desactivado. Los anuncios se publican de forma ininterrumpida.

[Activar programación de anuncios](#) [?](#)

Preferencia de posición: Habilitar las preferencias de posición [?](#)

Publicación de anuncios: [?](#)

Optimizar: mostrar anuncios que ofrecen mejores resultados más a menudo

Rotar: mostrar los anuncios con más regularidad

Presupuesto
recomendado
por el sistema

b. Orientación de su campaña

I. Orientación por país o territorio:

Tenga en cuenta que si dirige su campaña a un país o países específicos, sólo podrá visualizar su anuncio si se da una de las siguientes situaciones:

- Realiza la búsqueda en el dominio de Google para dicho país (google.es, google.com.mx, etc.)
- Usted realiza la búsqueda en Google y el sistema determina que su dirección IP está ubicada en dicho país.

Para ver su anuncio, puede buscarlo en el dominio de Google del país o territorio al que lo ha orientado. También puede modificar las opciones de orientación de su campaña para que incluya la ubicación en la que se encuentra actualmente.

II. Orientación regional o personalizada:

Las opciones de orientación regional, en la actualidad, están en fase de desarrollo en muchos países. Esta orientación se realiza mediante la localización del usuario, obtenida gracias a su dirección IP (Internet Protocol). Por ello, debido al sistema de asignación dinámica de direcciones IP vigente ciertos países, es posible que en ocasiones la dirección IP que le asigna su proveedor de Internet no corresponda con su región de residencia.

Si este es su caso, para evitar esta problemática y al mismo tiempo llegar a todos sus clientes potenciales, recomendamos a nuestros anunciantes que opten por la orientación regional que desarrollen también una campaña a nivel nacional (añadiendo, si lo precisa, en las palabras clave las regiones o ciudades a las que dirige su campaña) para poder comparar los resultados y, si lo desean, posteriormente opten sólo por una de las dos en función de la satisfacción obtenida.

III. Idioma de su campaña:

Si su interfaz de búsqueda de Google tiene fijado una preferencia de idioma distinta a la de su campaña no podrá visualizar su anuncio. A fin de visualizarlo, configure las preferencias de su interfaz de búsqueda de Google en el idioma en cuestión.

También puede ver su anuncio orientando su campaña a sus preferencias de idioma de la búsqueda en Google.

Para ver o modificar sus opciones de orientación, siga los pasos que se describen en la página: <https://adwords.google.com/support/bin/answer.py?answer=6277&hl=es>.

c. Estado de revisión de su anuncio

Los anuncios enviados a nuestro programa se revisan siguiendo nuestras políticas y directrices publicitarias, que encontrará en la dirección:

<https://adwords.google.com/support/bin/answer.py?answer=6277&hl=es>

Los cambios que realice en el texto del anuncio, la URL o las palabras clave también se revisarán. Por favor, tenga en cuenta que los anuncios no se publicarán en la red de contenido hasta que se hayan revisado.

Cuando un anuncio es revisado y rechazado por uno de nuestros especialistas siguiendo nuestras políticas publicitarias éste no se publica. Un mensaje de correo electrónico automático le notificará las causas del rechazo así como los pasos que debe seguir para editarlo y que nos vuelva a ser enviado para su revisión.

Le recomendamos que utilice la 'Herramienta de anuncios rechazados' para conocer qué anuncios se encuentran en este estado y por qué motivos.

d. Palabras clave inactivas

Sus palabras clave podrían pasar a un estado inactivo para búsqueda si no presentan un nivel de calidad y un coste por clic (CPC) máximo lo suficientemente elevados. Es decir, el CPC máximo de su palabra clave o grupo de anuncios no alcanza la oferta mínima necesaria para activar la publicación de los anuncios en Google o en la red de búsqueda.

Para obtener más información sobre las acciones que puede llevar a cabo para volver a activar sus palabras clave, por favor consulte el siguiente enlace:

<https://adwords.google.es/support/bin/answer.py?answer=6144&topic=7044>

e. Posición de su anuncio

Si el ranking de su anuncio no es lo suficientemente elevado como para que se encuentre en la primera página de los resultados de búsqueda, éste puede estarse publicando en sucesivas páginas.

El ranking de los anuncios viene determinado por el coste por clic (CPC) máximo y el nivel de calidad de las palabras clave. Si desea que su anuncio se muestre en una posición superior, puede aumentar su CPC máximo o definir mejor el texto del anuncio y las palabras clave para así incrementar su nivel de calidad.

f. Estado de facturación

Su anuncio no será publicado hasta que nos haya proporcionado sus datos de facturación. De la misma forma, si su pago con tarjeta de crédito ha sido rechazado, o si los fondos de su última transferencia bancaria se han agotado la publicación de su anuncio se detendrá automáticamente.

5

OTRAS FUENTES DE INFORMACIÓN

Centro de Asistencia:

<https://adwords.google.com/support/>

Grupo de Asistencia de AdWords:

<http://groups.google.com/group/adwords-help-es>

Centro de Aprendizaje:

<http://www.google.com/intl/es/adwords/learningcenter/>

Guía Editorial:

<https://adwords.google.es/select/guidelines.html>

Ayuda de Búsquedas Web:

<http://www.google.es/support>

Resultados de Búsqueda Gratuitos:

<http://www.google.es/support/webmasters>