

BONO

CREACIÓN DE CUENTA Y CAMPAÑA
NUEVA CON BONO DE PUBLICIDAD
GRATUITA CON GOOGLE ADWORDS

INTRODUCCIÓN, OBJETIVOS

Google colabora con **Nanfor Ibérica** para que los nuevos anunciantes sean capaces de conocer la ayuda que puede proporcionar **Google AdWords** a su negocio. A través de un bono, el anunciante, **con un coste testimonial de 5 euros (tarifa de activación de la campaña) puede utilizar una cantidad de 50,75 o 100 Euros completamente gratuita para su uso en la primera campaña publicitaria con Google AdWords...**

Aprovecha la oportunidad que os brinda **Google** y **Nanfor Ibérica** para utilizar este bono, si ya tuvieras cuenta abierta con **Google** simplemente tendrías que dar los datos de otra empresa, o los tuyos propios a modo de prueba. La configuración de la cuenta no requiere ningún riesgo económico por tu parte y únicamente se te cobraría una tasa de 5 Euros por activación de la cuenta (este gasto se te deduciría de cualquier curso o servicio que realizaras con nuestra empresa). A continuación vamos a ver como se puede configurar la cuenta para que si no obtienen los beneficios esperados se eviten gastos al anunciante.

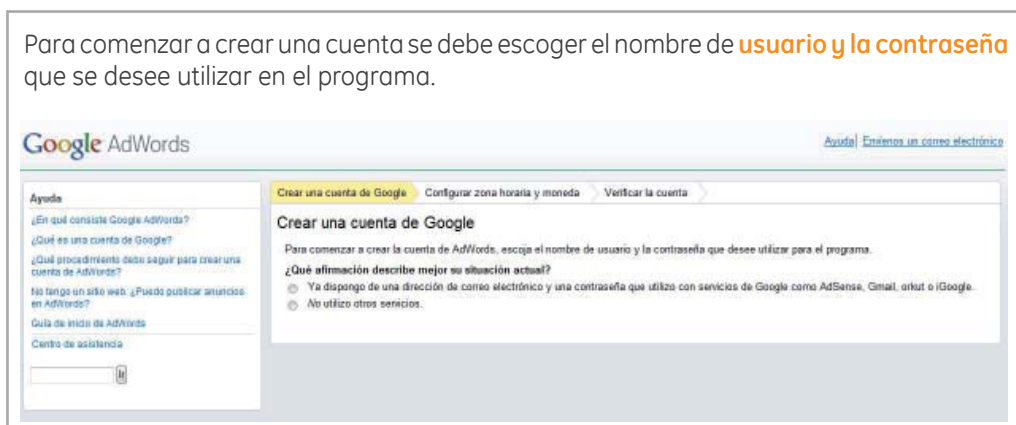
El Bono consiste en un código que se introduce en la casilla de código promocional que se encuentra en los datos de facturación cuando el nuevo anunciante crea la cuenta.

A través de esta práctica podréis conocer todos los procedimientos de registro y la ausencia de riesgos de daros de alta en una compañía como **Google**, configurando las cuentas tal y como **Nanfor Ibérica** os indica, tendréis la oportunidad de disfrutar de una experiencia única de aprendizaje ya que cuando veáis los informes que se generen después de realizar la campaña seréis capaces de conocer más datos sobre vuestros clientes, donde se encuentran, qué están buscando, como actúan en función de la competencia, que se están gastando por clics las empresas de vuestra competencia, otros datos como género, edad, ciudad o zona y otros que seguro os van a aportar ideas y mejoras sobre vuestro negocio.

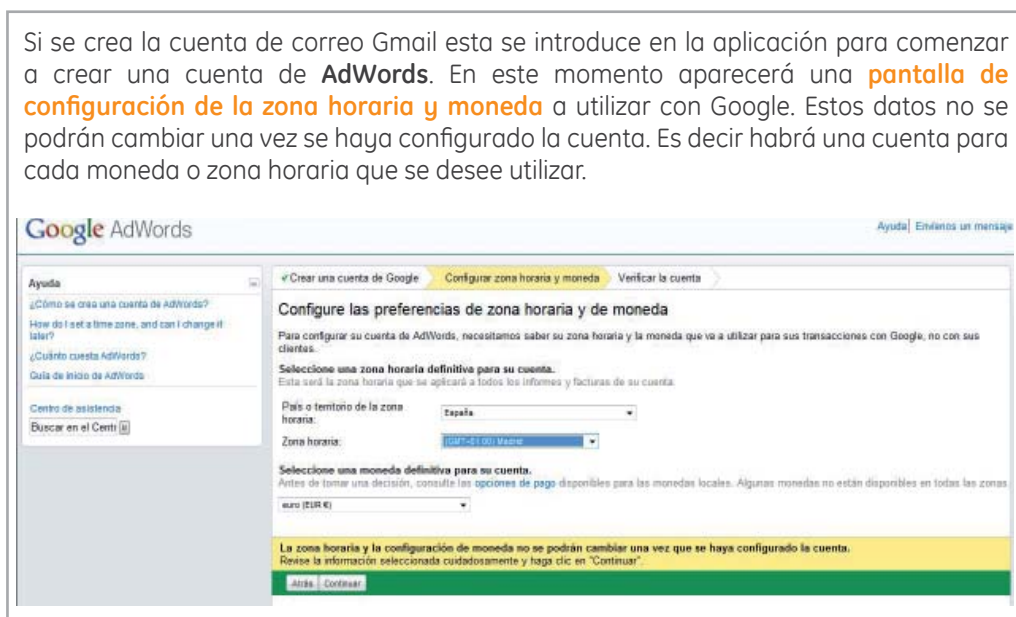
REGISTRO

Para crear una cuenta de **Google AdWords** es preciso tener una dirección de correo electrónico para identificarse previamente. Aunque se puede utilizar cualquier dirección, **recomendamos que se cree una cuenta de Gmail** ya que con esta se puede acceder a todos los servicios que ofrece **Google** adicionales como creación de páginas web, gestión de fotografías, herramientas de ofimática y otras.

- 1 > Para comenzar a crear una cuenta se debe escoger el nombre de **usuario y la contraseña** que se desee utilizar en el programa.



- 2 > Si se crea la cuenta de correo Gmail esta se introduce en la aplicación para comenzar a crear una cuenta de **AdWords**. En este momento aparecerá una **pantalla de configuración de la zona horaria y moneda** a utilizar con Google. Estos datos no se podrán cambiar una vez se haya configurado la cuenta. Es decir habrá una cuenta para cada moneda o zona horaria que se desee utilizar.



3 >

Una vez se ha creado la cuenta, es preciso **verificar los datos** y aparece una confirmación en la que se muestra la dirección de correo electrónico de acceso, y la opción de **"Acceda a la cuenta de AdWords"**.



Antes de comenzar a diseñar el anuncio, es preciso que se medite sobre el tipo de campaña que queremos hacer, el tiempo, el presupuesto con el que se dispone, si se trata de utilizar solo el bono promocional o si queremos usar el bono y un presupuesto adicional. Se tiene que definir el público objetivo, la zona geográfica, el tipo de servicios y posibles ideas de palabras clave que puedan generar alguna compra y aquellas palabras que nos perjudican el negocio para incluirlas con concordancia negativa.

Además, es conveniente analizar que está ofreciendo la competencia para un producto/ servicio parecido en el mercado y ver si podemos ofrecer algo más, algo innovador o que nos demanden realmente los clientes. También podemos poner palabras clave sobre productos que todavía no han salido y pueden salir para ver su rendimiento y captar posibilidades de nuevo negocio. Para crear las palabras clave hay que pensar en el cliente y como nos buscaría, preguntar a clientes habituales, a personas del entorno no técnicas y definir un conjunto de términos o frases que tengan posibilidades de convertirse en palabras claves relevantes o de calidad. También se puede utilizar la herramienta para palabras clave que nos permitirá tener más ideas. Una vez hecha la lista repasarla y comprobar si hay palabras demasiado generales o abiertas. Para evitar que sean demasiado generales es conveniente usar dos o más términos para evitar muchas impresiones y pocos clics. Una vez hecho este ejercicio seguimos con el registro. Así, cuando lleguemos a la parte de configuración de palabras clave tendremos mucho más claro el tipo de palabras a usar y su relevancia.

Si hemos completado con éxito el Registro y tenemos claro qué tipo de promoción queremos hacer es hora de crear la campaña propiamente dicha.

Google AdWords facilita por defecto los nombres de las campañas y los grupos de anuncios numerados, recomendamos que se adecuen los nombres al tipo de concepto (campañas, grupo de anuncios y anuncios) para la rápida identificación de los anuncios.



Antes de anunciar algo, recomendamos ver lo que está anunciado sobre este servicio en nuestro mercado y otros mercados. Así podremos obtener ideas.

Por ejemplo: búsqueda en Madrid de Hoteles en Palma de Mallorca: se pueden visualizar en la imagen una serie de hoteles. Si observamos las diferentes opciones que hay en la imagen de hotel tenemos que se ven en el SEO en bloque aquellos que tienen activadas la opción de negocio local así como varios hoteles en la parte SEM (la de enlaces patrocinados). Además vemos como la mayoría de los anuncios usan las líneas de texto como una sola en lugar de utilizar dos ideas independientes.



Cuando hayamos hecho a modo borrador diferentes pruebas, podemos continuar en el proceso de configuración de la campaña.

El ejemplo que nos ocupa es un autónomo que se dedica al alquiler de habitaciones para estudiantes. Uno de sus objetivos es el de vender en el exterior para estudiantes Erasmus por lo que incluye idiomas inglés y alemán en el anuncio.

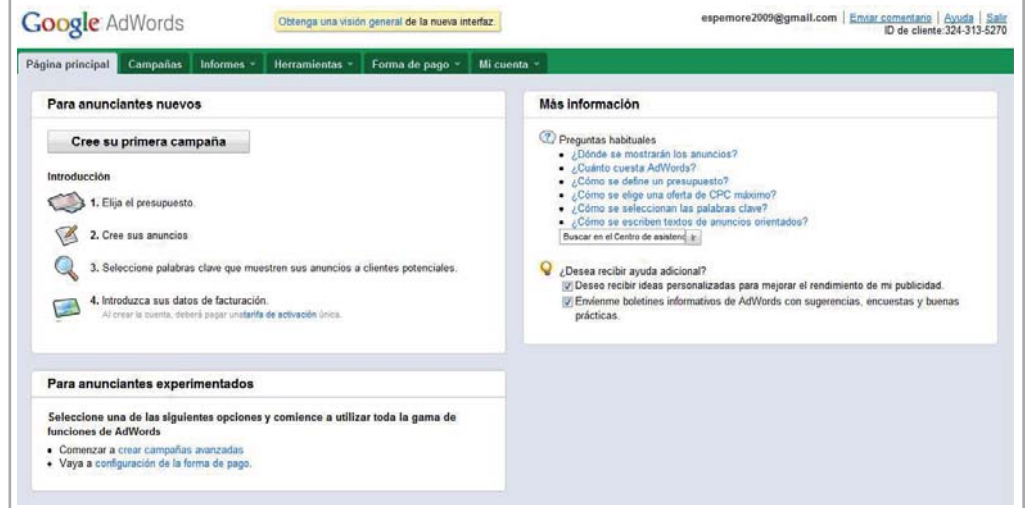
CONFIGURACIÓN DE LA CAMPAÑA

1 >

Cuando se pulsa la opción de acceso nos aparece una pantalla con el aspecto de la herramienta que se divide en carpetas y que va a sernos familiar a partir del momento en el que se crea la primera campaña. Vemos como la aplicación nos sitúa en la carpeta de "Página principal" y nos da dos opciones:

- ➡ la de anunciantes noveles,
- ➡ y la de anunciantes experimentados.

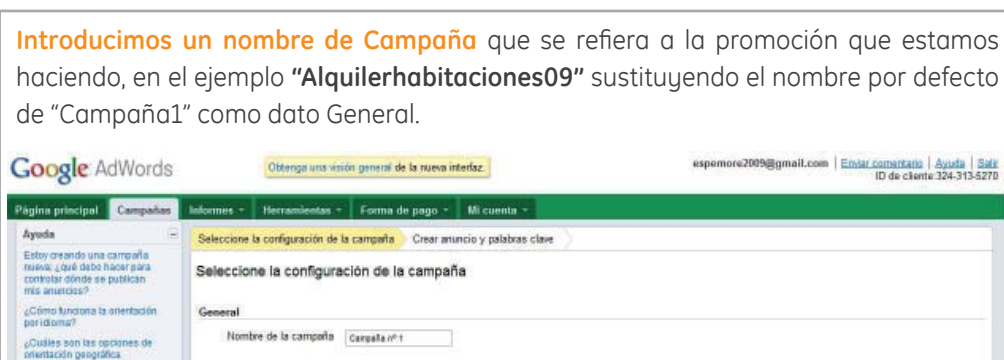
En este caso vamos a pulsar la primera opción y nos indica los 4 pasos básicos para la creación de la primera campaña. Pulsamos el botón "Cree su primera campaña" y accedemos a la carpeta de selección de configuración de la campaña. .



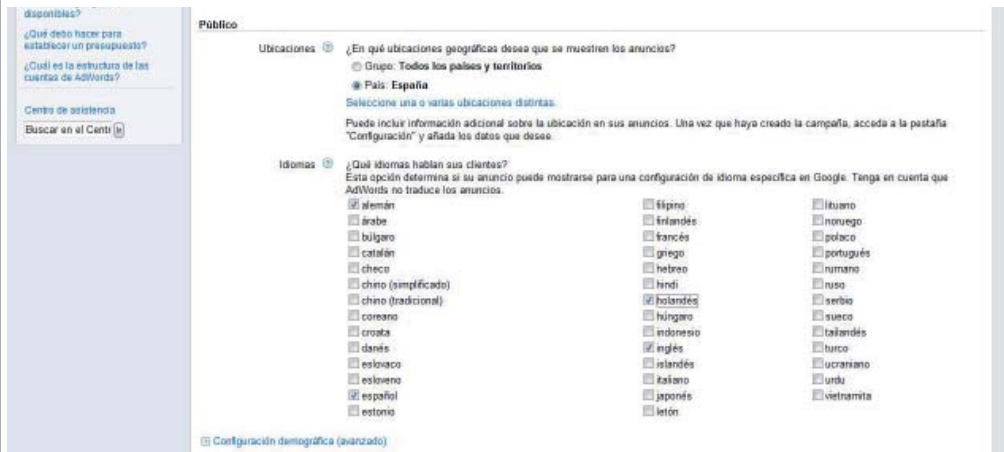
The screenshot shows the Google AdWords interface. At the top, there is a navigation bar with the Google AdWords logo, a link to 'Obtenga una visión general de la nueva interfaz', and user information including 'espemore2009@gmail.com', 'Enviar comentario', 'Ayuda', and 'Salir' with the client ID '324-313-5270'. Below the navigation bar, there are tabs for 'Página principal', 'Campañas', 'Informes', 'Herramientas', 'Forma de pago', and 'Mi cuenta'. The main content area is divided into two columns. The left column is titled 'Para anunciantes nuevos' and contains a prominent 'Cree su primera campaña' button. Below this is an 'Introducción' section with four numbered steps: 1. Elija el presupuesto, 2. Cree sus anuncios, 3. Seleccione palabras clave que muestren sus anuncios a clientes potenciales, and 4. Introduzca sus datos de facturación. The right column is titled 'Más información' and contains a 'Preguntas habituales' section with several questions and a search bar, and a '¿Desea recibir ayuda adicional?' section with two checked options: 'Deseo recibir ideas personalizadas para mejorar el rendimiento de mi publicidad' and 'Envíeme boletines informativos de AdWords con sugerencias, encuestas y buenas prácticas'.

2 >

Introducimos un nombre de Campaña que se refiera a la promoción que estamos haciendo, en el ejemplo **“Alquilerhabitaciones09”** sustituyendo el nombre por defecto de **“Campaña1”** como dato General.



Una vez introducido este se debe **seleccionar los datos relativos al tipo de público** que va a visualizar nuestros anuncios, específicamente hay que decidir **el país en el que se van a mostrar los anuncios** (para www.Google.es, o www.google.de o www.google.co.uk, serían España, Alemania y Reino Unido).



En nuestro caso elegimos España y clientes que hablan español, inglés y alemán. Podríamos haber elegido todos los países para que nos buscaran en español, inglés o alemán desde todo el mundo. Otra opción sería crear una campaña por país para que nos buscaran en el idioma del país.

Si se quisiera que ingleses que viven en Holanda nos encontraran en esta campaña tendríamos que elegir en la zona de ubicaciones el país Holanda además de poner el idioma inglés.

CREACIÓN DEL ANUNCIO Y PALABRAS CLAVE

Una vez configurados los elementos generales de la campaña, es preciso **crear anuncio y palabras clave**. Como se puede observar **el título (máximo 25 caracteres)** muestra el tipo de servicio que se quiere comercializar seguido de **dos líneas descriptivas (máximo 35 por dos en el texto=70)** y **35 caracteres en la url visible**. Esta fase es muy importante ya que determinará el éxito de la campaña.

Antes de terminar el anuncio, se recomienda analizar la concordancia de palabras clave y su incidencia en la campaña.

The screenshot shows the Google AdWords interface for creating a new ad and keywords. The main content area is titled "Crear anuncio y palabras clave" and includes the following sections:

- Crear un anuncio:** A section for creating a new ad, with a "Título" field containing "Habitaciones de lujo" and two "Línea descriptiva" fields containing "Las Rozas Madrid bus en la puerta" and "Chalet inmejorable para estudiantes". The "URL Visible" field contains "www.sites.google.com" and the "URL de destino" field contains "http://www.sites.google.com".
- Palabras clave:** A section for selecting keywords, with a list of suggested keywords including "puiler de habitaciones en madrid*", "puiler de habitaciones xona complutense*", "puiler de habitaciones madrid erasmus*", and "iting rooms in madrid erasmus*".

DATOS DE FACTURACIÓN

Cuando pulsamos **"Grabar"**, la aplicación nos lleva a la carpeta de **"Forma de pago"**. Existen dos opciones de facturación:

- ➡ **la tradicional:** una vez se han producido los clics o las impresiones y se puede abonar a través de domiciliación bancaria o a través de una tarjeta de crédito
- ➡ **la de prepago:** por la que por cada clic que reciba la el anuncio el coste se deduce de una cantidad previamente abonada.

En este caso se elige la opción de **tarjeta de crédito** ya que no requiere una autorización de domiciliación y con el número de la misma se activa el bono y la cuenta.

Al pulsar continuar, se accede al contrato que hay que aceptar y llegamos a la pantalla donde hay que introducir los datos personales, el correo y el código promocional.

Si es correcto se pasa a la siguiente pantalla de confirmación de la configuración de la campaña y de los datos de facturación, así como la confirmación de que el código promocional se ha completado.

Contrato para aceptar

Google AdWords [Obranga una visión general de la nueva interfaz](#) [espemore2009@gmail.com](#) | [Enviar comentario](#) | [Ayuda](#) | [Salir](#)
ID de cliente: 324-313-6270

[Inicio](#) | [Campañas](#) | [Informes](#) | [Herramientas](#) | [Forma de pago](#) | [Mi cuenta](#)

Configuración de cuenta

Elegir forma de pago > **Aceptar los términos** > Proporcionar datos de facturación

Lea detenidamente los siguientes **Términos y condiciones**.
Si acepta estos términos, señale su conformidad a continuación.

Términos y condiciones: ([Versión para imprimir](#))

Google Ireland Limited Programme Service Agreement (el "Service Agreement")

El presente Contrato (tal como se describe más abajo) se suscribe entre usted, siendo un agente del Anunciante o un Anunciante y siendo: (i) la parte que acepta el presente Contrato online y que consta en la cuenta que usted crea; o (ii) siendo la entidad identificada en el apartado "Facturar a" en la Portada (si la hay) de este Contrato quien firma el presente Contrato ("Cliente" / "User") y Google Ireland Limited (con número de registro 36047), con domicilio en las plantas 1ª y 2ª de Gordon House, Barrow Street, Dublin 4, Irlanda ("Google").

1. Definiciones.

"Fecha de Aceptación" se refiere a: (i) la fecha en la que el Cliente acepta este Contrato online; o (ii) la fecha de aceptación que consta en la página de las firmas (si la hay) del presente Contrato;

"Anunciante" significa la entidad cuyos anuncios (tanto si los ha creado él mismo o a través de terceros en su nombre) los publica o hace accesibles Google de acuerdo con el presente Contrato, entidad que podrá detallarse de modo particular en la Portada (si la hay) del presente Contrato;

"Programa AdWords" se refiere al programa de publicidad de Google basado en un sistema de subasta online;

"Contrato" se refiere a los presentes términos y condiciones de publicidad (incluyendo la Portada y la página de firmas, si las hay), las FAQs y la Guía Editorial;

"Creatividades" se refiere a todo el contenido de anuncios (incluyendo sin límites cualquier URL, toda información de contacto y/u otros datos en el texto de anuncios) que está sujeto a la Guía Editorial;

"Guía Editorial" se refiere a (i) la guía editorial para anuncios de texto del Programa que está ubicada en <https://adwords.google.es/select/guidelines.html>; (ii) la guía editorial para anuncios gráficos del Programa ubicada en

Pantalla para introducir los datos personales, el correo y el código promocional

Código postal:

Ciudad/población:

Provincia:

Número de teléfono:

Número de fax:

Utilizo Google AdWords con fines empresariales: Sí No

Dirección del negocio: La dirección de mi negocio es la misma que mi dirección de facturación. La dirección de mi negocio es distinta de mi dirección de facturación.

Si dispone de un número de registro de IVA de la UE, facilítelo a continuación junto con el país de aplicación. De lo contrario, deje ambos campos en blanco.

País de aplicación del IVA de la UE:

Número de registro de IVA de la UE: -

Dirección de correo electrónico:

¿Tiene un código promocional? [Haga clic aquí](#)

Código promocional:

- Una vez que se haya consumido la cantidad del código promocional, continuaremos publicando anuncios. Los cargos se cobrarán de acuerdo con el método de pago que haya indicado.
- El código promocional no es aplicable a la tarifa de activación.
- A menudo existe una fecha de caducidad; tenga en cuenta que dispone de un tiempo limitado para canjear el crédito.

USO DEL BONO: VENTAJAS Y COSTES ASOCIADOS

Para usar el bono es preciso haber creado una cuenta nueva, esto es útil para los nuevos anunciantes de **Google AdWords** y también lo es para aquellos que teniendo una cuenta nueva quieren probar nuevas campañas por diferentes motivos, por ejemplo para prospectar mercados, por motivos de privacidad que permita realizar pruebas para conocer nuevas posibilidades de comercialización de productos sin que otras personas puedan ver estas propuestas, para investigar sobre la reacción de los clientes sin que aparezca nuestra marca, para conocer nuevos mercados y hacer pruebas.

Una pequeña cantidad nos va a ofrecer información muy interesante y el anunciante con experiencia se desvincula así de las campañas y cuentas que normalmente utiliza.

¿CÓMO CONFIGURAR LA CUENTA PARA UTILIZAR EL BONO SIN COSTE?

Los costes asociados al uso del bono son los derivados de la activación de la cuenta. Es decir 5 Euros. Este coste se suma al montante total del bono promocional, si por ejemplo se dispusiera de un bono promocional de 50 Euros, el crédito útil para la campaña es de 55 Euros. Para evitar que la campaña pueda generar coste, el anunciante puede limitar las fechas de publicación y el presupuesto máximo diario. Por ejemplo, si tenemos un presupuesto de 55 Euros podríamos poner un máximo de 11 días y un presupuesto máximo diario de 5 Euros.

Estos datos se introducen en la opción de **configuración de campaña** en el área de **fechas de campaña**, antes de crear el anuncio. También se puede editar estos datos después de la realización del anuncio en la carpeta de Campañas.

Para ello editamos en la carpeta de Campañas, pulsamos Editar en la parte de Presupuesto y nos aparece la imagen donde podemos **detallar los días de publicación**. Si el anunciante tiene 55 euros tendría que pulsar el día de comienzo de publicación de la campaña por ejemplo el día 10 y el 20 como fecha de finalización. Si no se hubiera consumido el saldo puede adaptarlo hasta su extinción sin registrar gastos por este concepto.



Además, en esta parte **se pueden configurar la franja horaria de publicación, el tipo de redes donde queremos que se publique** (inicialmente recomendamos que se seleccione la opción de publicación automática y una vez vistos los resultados hacerlo de forma manual para seleccionar la red de contenidos que más nos convenga) y si nos interesa, **que se produzca la rotación de anuncios**.

En la imagen vemos las **opciones de pago y tarifas de cuentas** para España teniendo un **CPC (Coste por Clic)** mínimo de 0,01 Euros y un **CPM (Coste por mil impresiones)** mínimo de 0,02 Euros. Recomendamos evitar la opción de prepago si no se quiere abonar un pago mínimo de 10 Euros.



Respecto a la tarifa de activación queda justificada en el documento que Google nos muestra en la siguiente imagen.



En el caso de los cursos oficiales realizados con Nanfor Ibérica cuando el alumno activa una cuenta nueva ya sea por primera vez o como complemento a las cuentas que ya dispone, se le devuelve la tarifa de activación cuando demuestre a NI que ha activado la cuenta.

CONCLUSIONES

Animamos a los nuevos anunciantes y a aquellos con experiencia a crear nuevas cuentas con Google para realizar pruebas, prospecciones de mercado, utilizar divisas diferentes e idiomas distintos y aumentar el conocimiento de sus clientes para mejorar el rendimiento de su negocio.

En la siguiente página encontrará la hoja con el código que tiene que utilizar en la casilla de "Código promocional"