

Ganancias Con AdWords 2.0

Autor:
Jacobo Benitez

Traducido Al Español Por:
Lizette Britz
(lizettebritz.elance.com)



www.GananciasConAdwords.com

El material de este Ebook está protegido por las Leyes Internacionales de Propiedad Intelectual. **NO** estás autorizado para reproducir, regalar ni revender el contenido de ninguna manera.

Aclaración Y Acuerdo de Términos de Uso

El autor y editor de este Ebook y del material que lo acompaña han puesto sus mejores esfuerzos en la preparación de este libro. El autor y editor no hacen ninguna representación o garantizan la exactitud, aplicabilidad, aptitud, o totalidad de los contenidos de este Ebook. La información en este Ebook tiene exclusivamente un propósito educativo. Así que, si quieres aplicar las ideas expresadas en este Ebook, estás tomando responsabilidad completa de tus acciones.

SE HA PUESTO MUCHO ESFUERZO PARA REPRESENTAR CON EXACTITUD ESTE PRODUCTO Y SU POTENCIAL. AUNQUE ESTA ES UNA DE LAS POCAS INDUSTRIAS EN LAS QUE UNO MISMO PUEDE ESCRIBIR SU PROPIO CONTROL EN TÉRMINOS DE GANANCIAS, NO HAY NINGUNA GARANTÍA QUE PUEDES GANAR DINERO UTILIZANDO LAS TÉCNICAS E IDEAS DE ESTE MATERIAL. LOS EJEMPLOS DADOS EN ESTE MATERIAL NO DEBEN DE SER INTERPRETADOS COMO UNA PROMESA O GARANTÍA DE GANANCIAS. EL POTENCIAL DE GANAR DINERO DEPENDE ENTERAMENTE DE LA PERSONA QUE UTILIZA ESTE PRODUCTO, LAS IDEAS Y LAS TÉCNICAS. NO PRETENDEMOS QUE ESTO SEA UN “ARDID DE HAZTE RICO”. CUALQUIER RECLAMO HECHO DE GANANCIAS REALES O EJEMPLOS DE RESULTADOS VERDADEROS PUEDEN SER VERIFICADOS A PETICIÓN. EL NIVEL DE RESULTADOS PROPUESTOS EN NUESTRO MATERIAL QUE OBTENGAS, DEPENDERÁ DEL TIEMPO QUE LE DEDIQUES AL PROGRAMA, LAS IDEAS Y TÉCNICAS MENCIONADAS, ASÍ COMO TUS FINANZAS, CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES. YA QUE ESTOS FACTORES VARÍAN EN CADA INDIVIDUO NO PODEMOS GARANTIZAR TU ÉXITO O EL NÍVEL DE TUS INGRESOS. TAMPOCO NOS HACEMOS RESPONSABLES DE NINGUNA DE TUS ACCIONES. EL MATERIAL EN NUESTRO PRODUCTO Y NUESTRA PÁGINA WEB PUEDE CONTENER INFORMACIÓN QUE INCLUYE O ESTÁ BASADA EN LAS DECLARACIONES CON MIRAS AL FUTURO EN EL ACTO DE 1995 DENTRO DEL SIGNIFICADO DE LA LITIGACIÓN SOBRE LA REFORMA DE LOS VALORES. LAS DECLARACIONES CON VISTAS AL FUTURO NOS DAN EXPECTATIVAS O PRONOSTICOS DE EVENTOS FUTUROS. PUEDES IDENTIFICAR ESTAS DECLARACIONES POR EL HECHO QUE NO SE REFIEREN Estrictamente a hechos históricos o actuales. ELLOS USAN PALABRAS COMO “ANTICIPAR,” “CALCULAR,” “SUPONER,” “PROYECTAR,” “TENER INTENCIÓN,” “PLANIFICAR,” “CREER,” Y OTRAS PALABRAS Y TÉRMINOS DE SIGNIFICADOS SIMILARES EN CONECCIÓN CON LA DESCRIPCIÓN DE GANANCIAS POTENCIALES O RENDIMIENTO FINANCIERO. NINGUNA Y TODAS NUESTRAS DECLARACIONES CON VISTAS AL FUTURO AQUÍ O EN NUESTRO MATERIAL DE VENTA TIENEN COMO INTENCIÓN EXPRESAR NUESTRA OPINIÓN SOBRE EL POTENCIAL DE BENEFICIOS. HAY MUCHOS FACTORES QUE SERÁN IMPORTANTES PARA DETERMINAR TUS RESULTADOS REALES Y NO SE DA NINGUNA GARANTÍA DE QUE OBTENDRÁS RESULTADOS PARECIDOS A LOS NUESTROS O DE CUALQUIER OTRO, ES MÁS NO SE DA NINGUNA GARANTÍA QUE OBTENDRÁS ALGUN TIPO DE RESULTADO DE LAS IDEAS Y TÉCNICAS DE NUESTRO MATERIAL.

El autor y editor niegan cualquier garantía (explícita o implícita), comerciabilidad, o adecuación para cualquier propósito particular. El autor y editor no pueden ser responsabilizados por parte alguna por cualquier daño directo, indirecto, punitivo, especial, incidental o cualquier consecuencia ocasionada por el uso directo o indirecto de este material, que se entrega “tal como está”, y sin garantías. Como siempre, se debe de buscar el asesoramiento legal, fiscal, contable o profesional. El autor y editor no garantizan la funcionalidad, rendimiento o aplicabilidad de los sitios mencionados o de los enlaces de este Ebook. Todos los enlaces son de carácter informativo y no se garantiza su contenido, exactitud o cualquier otro propósito explícito o implícito. Este Ebook está © copyrighted. Ninguna parte del libro bajo cualquier circunstancia se puede copiar, ni hacer cambios al formato, ni venderse, o ser utilizada de cualquier otra manera de la que se especifica en el Ebook.

Tabla de Contenidos

- Introducción
- **CAPÍTULO 1.**
Mi Método de AdWords
- **CAPÍTULO 2.**
Cómo Escoger Tus Productos Afiliados
- **CAPÍTULO 3.**
Elegir Las Palabras Claves Que Utilizaras Únicamente
- **CAPÍTULO 4.**
Escribe Anuncios Efectivos de AdWords
- **CAPÍTULO 5.**
Crea Una Página de Destino de Alta Conversión
- **CAPÍTULO 6.**
Supera Las Ofertas Mínimas
- **CAPÍTULO 7.**
Cómo Y Por Qué Debes Construir Tu Lista de Suscripción
- **CAPÍTULO 8.**
Contenido en Red Vs Búsqueda en Red
- **CAPÍTULO 9.**
Utiliza Productos de PLR Y MRR
- **CAPÍTULO 10.**
Cómo Creé Un Producto En Menos de 1 Día
- **CAPÍTULO 11.**
Marketing de Afiliación / ClickBank / PayDotCom / 7DollarOffers
- **CAPÍTULO 12.**
Crea Una Cuenta de Google AdWords
- Gana Dinero Con Esta Guía
- Últimas Palabras Y a Quien Le Debo Mi Gran Éxito

Introducción

Bienvenido a *Ganancias Con AdWords 2*, donde compartiré contigo mis métodos y técnicas ganadoras de AdWords.

Antes que nada, quiero agradecerte por haberte bajado mi ebook.

Valoro tu confianza, y por eso, comparto contigo mis conocimientos sobre AdWords y también ejemplos de mis campañas.

Ganancias Con AdWords 1 vs Ganancias Con AdWords 2. ¿Cuál es la diferencia? ¿Hay alguna?

Ganancias Con AdWords 1 fue el primer producto que cree, un pequeño informe destinado a los principiantes en AdWords, consistía en una sola técnica para evitar que los novatos perdieran dinero mientras llevaban sus campañas de AdWords.

Sin embargo, *Ganancias Con AdWords 2* contiene toda la información y métodos que yo utilizo personalmente para ganar 5 dígitos al mes con Google AdWords.

El título de este libro digital es *Ganancias Con AdWords 2*, pero no encontrarás solamente información de cómo optimizar tu campaña de AdWords como en otros Ebooks que hay por allí.

Aquí también aprenderás las maneras más fáciles de comenzar un negocio en Internet altamente rentable y para toda la vida. Así que aprenderás más que en cualquier otro Ebook sobre AdWords.

Antes de seguir... debo de decirte que no todos los que compran este Ebook conocen los conceptos básicos que utilizo aquí, así que he tenido que empezar explicando alguna información básica en cada capítulo.

En los últimos dos capítulos se explica información básica como: qué es marketing de afiliación, qué son ClickBank, PayDotCom y 7DollarOffers, cómo promocionar productos en estos mercados, cómo crear una cuenta en Google AdWords y cómo registrarse para alojar Webs.

Yo sé que tú y probablemente el 80% de la gente que compró este Ebook, saben los fundamentos que describí arriba, y lo que realmente quieres leer son los métodos nuevos y avanzados... **y eso es exactamente lo que encontrarás aquí.** Pero aún queda un 20% que necesita leer la información básica, así que la tenía que escribir.

El primer CAPÍTULO (Mi Método AdWords) es la sección más importante de este Ebook por lo que no te la debes de saltar, porque aprenderás cuáles son mis métodos más rentables, por qué funcionan y cómo podrás construir un negocio beneficioso en internet al utilizarlos, y en tiempo récord.

Te sorprenderás lo fácil que es construir tu negocio en Internet usando AdWords.

Pero, mientras escuchas estas increíbles noticias te estarás preguntando quién soy.

Me llamo Jacobo Benitez, nací y vivo actualmente en México. Tengo 21 años, pero con un negocio bien establecido en Internet que pude crear en menos de un año, y que me permite tener ganancias de 5 dígitos cada mes.

Mi herramienta principal de promoción ha sido siempre Google AdWords. Empecé mi negocio en Internet con AdWords, y debo decir que no fue gracias a lo que había aprendido en los últimos Ebooks sobre AdWords, aunque compré muchos con la esperanza de hacer dinero fácil en-línea cuando empezaba en el complejo mundo del marketing por Internet.

Esos libros te dicen cómo funciona AdWords, pero no te dicen cómo usar AdWords para construir tu negocio en-línea. Conceptos importantes que estás a punto de aprender que te **ayudarán a construir un negocio en Internet a largo plazo usando AdWords.**

Así que empecemos, por favor lee el próximo CAPÍTULO tantas veces como necesites ya que es el pilar fundamental del método entero.

CAPÍTULO 1

Mi Método de AdWords

Por favor lee este CAPÍTULO tantas veces como sea necesario, es corto y tengo la esperanza que hará que las cosas se vean más simples para ti. Aquí explico brevemente la clave para tu negocio en-línea, y el simple método que utilizo que me permite tener ganancias de 5 dígitos cada mes.

Antes de seguir, debo de advertirte que si eres nuevo en el marketing por Internet, encontrarás que algunos de los conceptos son desconocidos para ti. Si es así, busca papel y anota los conceptos que no entiendes, encontrarás las explicaciones mientras continuas leyendo los capítulos de este Ebook.

Recientemente han cambiado las reglas de AdWords, lo que hace que sea casi imposible para un nuevo obtener beneficios promocionando sus productos a través de AdWords.

Hace un tiempo, casi cualquiera podía escoger un producto afiliado y montar una campaña exitosa de AdWords, veían como las ventas diarias y el total de sus comisiones eran más altas que el dinero invertido en clics de AdWords.

Esto ya no es posible, Google ha cambiado sus reglas y hay demasiada competencia, así que nuestro método tuvo que ser cambiado para seguir haciendo dinero a lo grande con AdWords.

Necesitas ver a AdWords como una herramienta promocional para tu negocio, no como si AdWords fuera tu negocio.

Por negocio, me refiero a tener productos de calidad que puedas vender en-línea en un nicho específico que te permita construir una reputación en ese nicho específico.

No sé qué es lo que te apasiona, puede ser el golf, los perros, los carros, o solo quieres demostrarle a la gente que se puede ganar dinero en-línea. Sea lo que sea, es en ese nicho en lo que te tienes que centrar.

En ese nicho, tienes que construir un negocio, y luego utilizar AdWords para darte a conocer como un experto sobre el tema del que estás hablando.

Pero no es tan difícil como suena, en realidad, construir tu negocio en-línea se puede hacer en un día.

Estos son los pasos a seguir, brevemente:

1. Encuentra un nicho que te guste y que sepas algo sobre él.
2. Obtén derechos de reventa de algún producto de calidad para tu nicho, o crea uno. No hay producto mejor para vender en-línea que un libro digital (ebook).
3. Crea una página squeeze (es un sitio Web de una sola página con la habilidad de capturar el nombre de tu visita y su dirección de correo electrónico).
4. Dentro de tu página squeeze, dale algo valioso a tus visitantes a cambio de su nombre y dirección de correo electrónico, puede ser un informe que escribiste o cualquier cosa que tengas con PLR o MRR y sea relevante a tu tema.
5. Después que accedan, ofréceles un producto de pago, puede ser un producto del cual recibirás una comisión x por la venta. Después contacta a tus suscriptores por correo electrónico, envíales 2 o 3 ofertas semanales de tu producto o productos afiliados que estés promocionando hasta que te compren. Los expertos dicen que normalmente se necesitan 7 correos electrónicos para que un posible cliente haga una compra.

Pero espera, no te asustes...

Puede ser que tú estés dentro del 20% que no saben cómo hacer cada uno de los 5 pasos arriba mencionados, pero aprenderás como hacerlo mientras continúas leyendo este ebook.

Esto es algo que probablemente lo habrás escuchado una docena de veces pero no debes de olvidar: Si quieres que la gente te compre, tienes que ser reconocido como un experto en tu nicho y para que tus clientes te sigan comprando en el futuro tienes que darles información valiosa.

No puedes simplemente tomar un producto afiliado del ClickBank, crear una campaña y empezar a ver ganancias, ni siquiera si sabes cómo hacer un estudio de palabras claves y ganar las ofertas mínimas.

Tendrás que construir un negocio a largo plazo para poder tener grandes ganancias en AdWords.

Creo que es mejor darte un ejemplo para que lo entiendas mejor, así que este es de una campaña pequeña pero matona que tenía en marcha hace 2 meses. Yo vendía mi pequeño reporte de Ganancias Con AdWords 1 por \$4.97 y lo promocionaba solamente por la red de contenidos de AdWords.

Mi CPC promedio (Coste Por Clic) era de \$0.02 (conseguirás esto o aún más bajo con las técnicas que te enseñé más adelante en este ebook) y mi campaña tenía

una conversión de alrededor del 15% (un índice de conversión bastante decente por las ofertas que enviaba por correo electrónico a los suscriptores que se habían apuntado a través de mi página squeeze o de destino).

Ahora digamos que tú haces lo mismo, vendiendo el pequeño reporte de *Ganancias Con AdWords 1* con los Derechos de Reventa que obtuviste como un bono gratis al comprar este ebook.

Si vendes el reporte por tan solo \$4.97 y tu campaña convierte tan solo un 10%, ganarás alrededor de \$44.5 por 100 visitantes, pero tendrás que gastar \$2 en AdWords (por aquellos 100 visitantes a \$0.02 por clic) esto te da una ganancia de \$42.5, no está mal.

Consigue 200 visitantes diarios (es bastante fácil si sigues los métodos que te enseñaré más adelante en este Ebook) y ganarás \$85 al día.

Pero debes de construir tu lista de suscripción al mismo tiempo, y con un promedio de suscripción del 30% y 200 visitantes al día, obtendrás 60 suscripciones diarias, esos son 1,800 nuevos suscriptores en tu lista cada mes, tan solo por llevar una simple campaña de AdWords.

Imagina promocionar cada semana un producto nuevo de marketing en Internet, con tu lista creciendo tan rápidamente con una sola campaña de AdWords de bajo coste.

En un mes (con 1,800 suscriptores), envías un correo electrónico promocionando un producto de \$47 del cual ganas 75% en comisiones, y basado en porcentajes reales de “un tipo corriente”, el 30% de tus suscriptores abrirán el correo electrónico que les has enviado, así que 540 personas lo verán. Pero solamente el 60% de ellos hará clic en tu enlace afiliado, esos son 324 visitantes que envías a la página del producto que estás promocionando. Sí ofreces un buen bono a las personas que te compren y si el producto se convierte bien, espera tener un 5% de tasa de conversión (normalmente más), estas son unas 17 ventas con una comisión de \$32 por venta, así que ganarás \$544 en esta promoción que enviarías a la lista de tus 1,800 suscriptores del primer mes.

Pero debes de enviar una nueva promoción cada semana (cuatro al mes), y con tu lista creciendo cada día... ¿ves ahora el potencial?

Estas estadísticas son para “gente corriente”, sin embargo, con más credibilidad y un poco más de experiencia puedes doblar o triplicar estas estadísticas obteniendo así unos mejores resultados.

Es por esta razón que tienes que construir tu negocio (credibilidad y lista de suscripción), en lugar de tan solo promocionar productos con la esperanza de tener ventas diarias.

Primero, tienes que aprender cómo conseguir estos clics de coste tan bajo, con altas conversiones, cómo construir una página squeeze (de inicio) decente con un alto nivel de suscripción, cómo seleccionar los productos y mucho más.

Así que por favor continúa leyendo los siguientes capítulos.

CAPÍTULO 2

CÓMO SELECCIONAR TUS PRODUCTOS AFILIADOS

Es muy importante cuando se crea una lucrativa campaña de AdWords, tener un producto que se convierta bien. Sí tú tienes los mejores anuncios, las mejores páginas de inicio, pero el producto que promocionas no se convierte bien, no harás dinero. Al menos no en tu primera oferta.

Aquí te enseñaré lo que yo siempre hago para encontrar buenos productos para promocionar.

Yo solamente promociono productos electrónicos como ebooks, software, membrecías, etc. Los editores para este tipo de productos ofrecen altas comisiones, y este tipo de productos se venden muy bien en Internet. No se necesita tener inventario, no hay envíos, ni molestias. El cliente paga por ellos en-línea, obtiene descargas al momento y tú te quedas la comisión. Es muy simple.

En el primer CAPÍTULO te hablé de tres mercados donde puedes encontrar Buenos productos para promocionar: ClickBank, PayDotCom y 7DollarOffers.

Yo solo uso estos 3 sitios para encontrar productos.

Déjame que te explique la razón al hablarte brevemente de los beneficios de cada uno de estos mercados.

ClickBank – Es el procesador de pagos de más confianza en productos electrónicos. Si promocionas los productos ClickBank, puedes estar 100% seguro que tus comisiones serán pagadas con un cheque dos veces al mes.

PayDotCom – Los editores de PayDotCom te pagan las comisiones directamente a tu cuenta de PayPal cada 15 o 30 días. Pero PayPal es el único procesador de pago aceptado.

7DollarOffers – Aquí los editores ofrecen comisiones del 100% en sus ventas directas, y te pagan al instante en TU cuenta de PayPal en cada venta que tú refieres.

CÓMO Y DÓNDE ENCONTRAR PRODUCTOS RENTABLES

ClickBank – Ve al Mercado de ClickBank que está en:

<http://www.clickbank.com/marketplace.htm>

Allí encontrarás 9 categorías principales. Da igual la categoría que escojas. Cada una de ellas tiene grandes productos que puedes promocionar y que puedes estar seguro que se venderán bien.

Los cuatro factores importantes a tener en cuenta sobre el mercado de ClickBank son:

\$Ingreso/Venta: La cantidad promedio ganada por afiliado por venta referida. Toma nota que esta es la ganancia neta por cada venta real, así que le afecta los reembolsos, las transacciones devueltas, y los impuestos. Las ventas sin fondos como los cheques devueltos, no afectan a este número.

Futuro \$: Promedio del total de los ingresos re-facturados por el afiliado por las ventas en su sitio. Generalmente, esto es igual al promedio de la suma de toda la re facturación.

Total \$: Es la suma de todas las ventas iniciales y las re-facturaciones dividido por el número de ventas iniciales. Es el promedio de total \$ por venta, incluyendo las re facturaciones que puedan venir de esa venta.

%Ingresos/Venta: Es el porcentaje promedio de comisión ganada por afiliado por venta recomendada. Este número cambiará solamente si el editor ha cambiado el porcentaje pagado a lo largo del tiempo.

%Recomendado: Es la fracción del total de ventas del editor que han sido recomendadas por los afiliados.

Gravedad: Número de distintos afiliados que han ganado una comisión por recomendar los productos del editor a un cliente de pago. Esta es una suma ponderada y no un total real. Se suma una cantidad entre 0.1 y 1.0 al total por cada afiliado que se le ha pagado en las últimas 8 semanas. “Entre más reciente sea la última recomendación, se le añadirá un valor más alto”.

Te recomiendo que filtres el Mercado por Gravedad para encontrar los productos de conversión más alta.

Los productos que tengan el ranking más alto son los que debes de promocionar, porque los afiliados que los están promocionando los están vendiendo bien.

PayDotCom – Para conectarte a tu cuenta en PayDotCom ve a:

<https://paydotcom.com/login.php>

Cuando ya estés conectado a tu cuenta, haz clic en la etiqueta de “Promote Products” (Promocionar Productos), y luego en el sub-enlace “From Marketplace” (Del Mercado).

Selecciona la categoría dónde sientas que encontrarás un producto para empezar una campaña de AdWords. Decídete por la categoría que conozcas mejor.

Selecciona una categoría y luego veras que todos los productos tienen un número “APS” abajo.

[APS] es La Puntuación Potencial por Afiliación.

Esta puntuación se calcula diariamente y depende de varios factores, como el número de ventas, el total de los reembolsos, y las ganancias del afiliado con un énfasis especial en los únicos afiliados que han vendido en los últimos 150 días siendo las transacciones recientes las más relevantes. Hay otros factores incluyendo la cantidad que el afiliado gana y otros pero nosotros no publicamos este algoritmo para proteger la integridad de la puntuación para que no se pueda manipular de ninguna manera y así siempre será una representación exacta de los mejores productos que pueden promocionar los afiliados.

Así que selecciona los productos con el ranking más alto (con un APS más alto). Esos productos son los que los afiliados están vendiendo mejor, por lo que puedes estar seguro que un producto con un APS alto se convertirá bien, asegúrate también que la comisión que se ofrece es lo suficientemente alta y conveniente para ti.

Cuando encuentres un buen producto para promocionar, haz clic en el enlace de “Promote” (promocionar) que está debajo del listado del producto y automáticamente será añadido en tu cuenta de PayDotCom a tu lista de productos. Después de hacer clic en el enlace de “Promote”, serás transferido al sitio donde se te dará un enlace como afiliado del producto que has seleccionado para promocionar.

Los enlaces de afiliado de PayDotCom son largos, los puedes encubrir usando gratis TinyUrl at:

<http://www.tinyurl.com>

Este servicio convierte los largos y feos enlaces en uno corto, de esta manera tus clientes ni siquiera se darán cuenta que eres un afiliado y que comisionas la venta.

7DollarOffers – No hace falta que te registres, simplemente visita su Marketplace en:

<http://www.adwordspprofits2.com/resources/7dollaroffers>

Haz clic en la categoría que mejor conozcas.

Aquí no hay ninguna fórmula para saber que productos se convierten mejor, así que tendrás que ir producto por producto y sentir cual se venderá mejor, tendrás que leer las páginas de venta y si sientes que se convertirán bien, puedes comprar el producto (están a muy bajo precio, y algunos te los dan gratis al vender otro producto) o puedes enviarle un correo electrónico al autor pidiéndole una copia gratuita de su producto para poder escribir una reseña y hacer una página de inicio rápidamente.

Para poder comisionar el 100% promocionando productos de este marketplace, debes utilizar este enlace de afiliado:

<http://www.TheProductSite.com/?e=yourpaypal@emailaddress.com>

Por ejemplo, si promocionaras mi primer reporte de Ganancias Con AdWords que utiliza los scripts de \$7 dollar y asumiendo que tu dirección de correo electrónico de PayPal es: paypal@awprofits.com el enlace del reporte como afiliado sería:

<http://www.awprofits.com/?e=paypal@awprofits.com>

Y cuando alguien comprara el reporte tú te quedarías el 100% de su coste ingresado al instante en TU cuenta de PayPal.

No tienes que esperar semanas o meses para recibir un cheque por promocionar estos productos, y se venden como locos porque son baratos.

Pero la mejor manera de encontrar productos que se venden bien es estar atento a los lanzamientos nuevos, a las promociones de conocidos vendedores en Internet y utilizar IM News Watch.

Te puedes registrar al IM News Watch aquí:

<http://www.innewswatch.com>

La mayoría de las noticias sobre productos de marketing en Internet se encuentran publicados detalladamente allí.

Al ser miembro del IM News Watch, tendrás toda la información necesaria sobre un producto nuevo, incluso antes de su lanzamiento.

De esta manera puedes empezar tus campañas antes, empezar a construir tu lista, haciendo crecer la expectación entre tus suscriptores para luego anunciar el lanzamiento y ganar mucho dinero con ello.

Así que siempre estate atento a las noticias del IM News Watch y a los correos electrónicos promocionales de los gurús. Siempre hay un lanzamiento rentable de algún producto cada semana, y no hay mejor producto para promocionar que los lanzamientos más recientes.

No pierdas tu tiempo y tu dinero creando campañas para productos viejos y de conversión nula.

CAPÍTULO 3

Elige Únicamente Las Palabras Claves Que Utilizaras

Esto no es tan difícil como todos dicen. En verdad esta es la tarea más fácil para mí cuando monto una campaña de AdWords.

Utiliza tu sentido común. Piensa en las palabras claves que la gente utilizará cuando busquen lo que tú vendes.

Lleva un control de tus conversiones, y borra las palabras clave que no te han generado dinero.

Solamente quédate con las que convierten, aunque sean 5 o solo 1. Yo he tenido muchas campañas muy rentables utilizando solamente una palabra clave.

Si no llevas un control de tus palabras claves estarás perdido, porque estarás pagando por clics en palabras claves que no te están generando dinero.

Lleva el control de tus palabras claves es fácil, esto es lo que debes de hacer:

1. Conéctate a tu cuenta de AdWords.
2. Haz clic en la etiqueta de arriba de "Seguimiento de Conversiones".
3. Haz clic en "Obtener el código de conversiones" que está en el lado derecho.
4. Elige tu tipo de conversión (cliente potencial, venta, etc.).
5. Personaliza la vista de tu herramienta de seguimiento de conversiones.
6. Copia el código que te da Google y pégalo en tu página de "gracias", o en la página que tus clientes ven después de pagar.

Esto añadirá 3 columnas en la sección de Resumen de Campaña de tu cuenta de AdWords, que son: "Tipo Conv.", "Coste/Conv." y "Conversiones".

Hay una herramienta genial para obtener ideas sobre palabras claves llamado **Seo Book Keyword Suggestion Tool** lo puedes encontrar en:

<http://tools.seobook.com/keyword-tools/seobook/index.php>

Escribe allí tu nicho o palabra clave, por ejemplo: si el producto que estás promocionando es sobre aprender a jugar al golf simplemente escribe: “aprender golf” y haz clic en el botón de “Enviar”.

Verás una lista de variaciones de las palabras clave/ frases clave sobre “aprender golf”:

WordTracker	WordTracker count	Google daily est	Yahoo! daily est	MSN daily est	Overall daily est
learn how to golf	84	105	30	13	148
learn to play golf ←	69	86	25	11	122
learn golf	43	54	15	7	76
how to learn to play golf	37	46	13	6	65
why you should learn to play golf ←	36	45	13	6	63
learn to teach golf	34	43	12	5	60
learn easy golf	28	35	10	4	49
learn golf on computer ←	26	33	9	4	46
learn how to play golf ←	15	19	5	2	26
learn to golf vacations	12	15	4	2	21
learn to golf	6	8	2	1	11
learn about golf	5	6	2	1	9
learn golf club	5	6	2	1	9
learn golf swing ←	5	6	2	1	9
learn how to design golf courses	5	6	2	1	9
learn about golf online ←	4	5	1	1	7
learn easy golf on computer ←	4	5	1	1	7
where can i play golf and learn spanish in mexico	4	5	1	1	7
cads to learn golf	3	4	1	0	5
learn the game of golf	3	4	1	0	5
learn to play golf on computer	3	4	1	0	5
cart golf learn repair	2	3	1	0	4
learn golf swing on computer ←	2	3	1	0	4
learn how to golf on computer	2	3	1	0	4
learn like pros golf instruction	2	3	1	0	4
learn to golf on computer ←	2	3	1	0	4
learn to play golf online	2	3	1	0	4

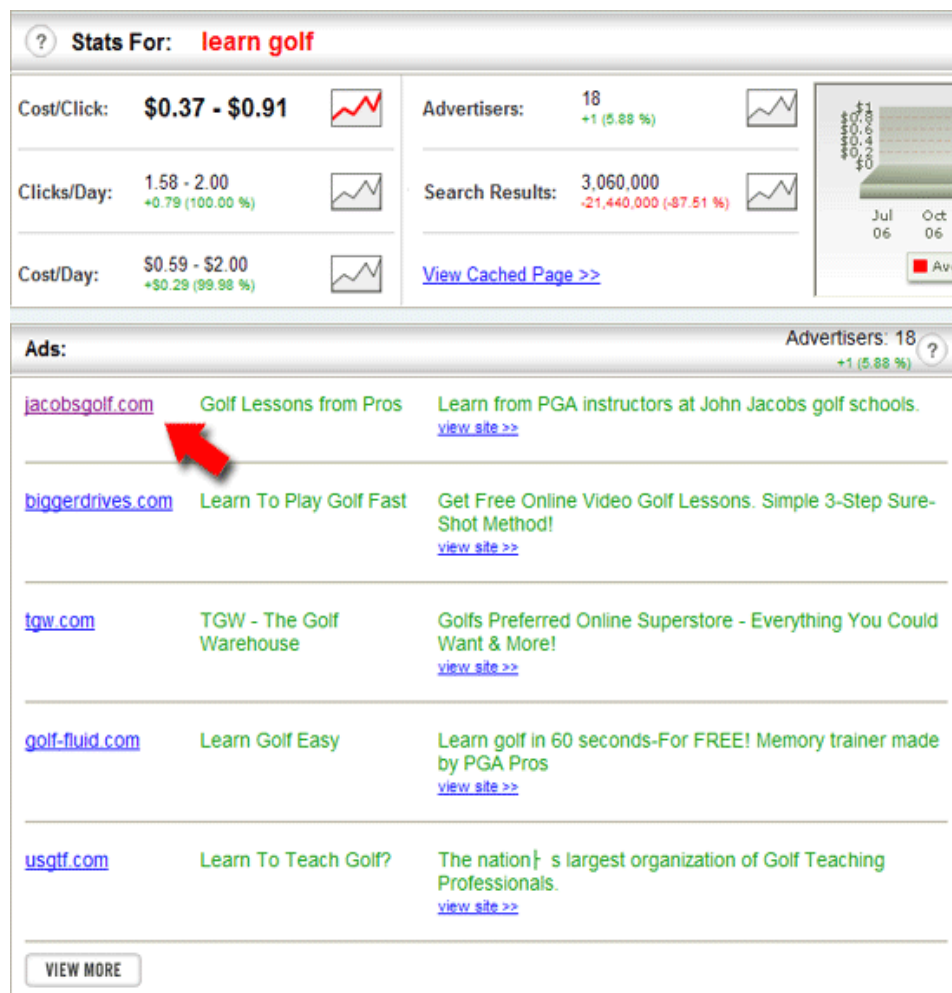
Verás que he seleccionado algunas frases clave largas, mi sentido común me dice que estás palabras claves convertirán, pero primero tengo que ver cuántos anuncios patrocinados hay por cada frase clave para saber cuánta competencia hay y cuanto costará cada clic.

Para saber cuántos anuncios patrocinados tiene una palabra clave, utiliza una herramienta llamada **SpyFu** (tienen un servicio de pago que te dará mejores resultados, pero la puedes utilizar gratis para saber los mejores anuncios y palabras clave, y eso es lo único que necesitas).

<http://www.spyfu.com>

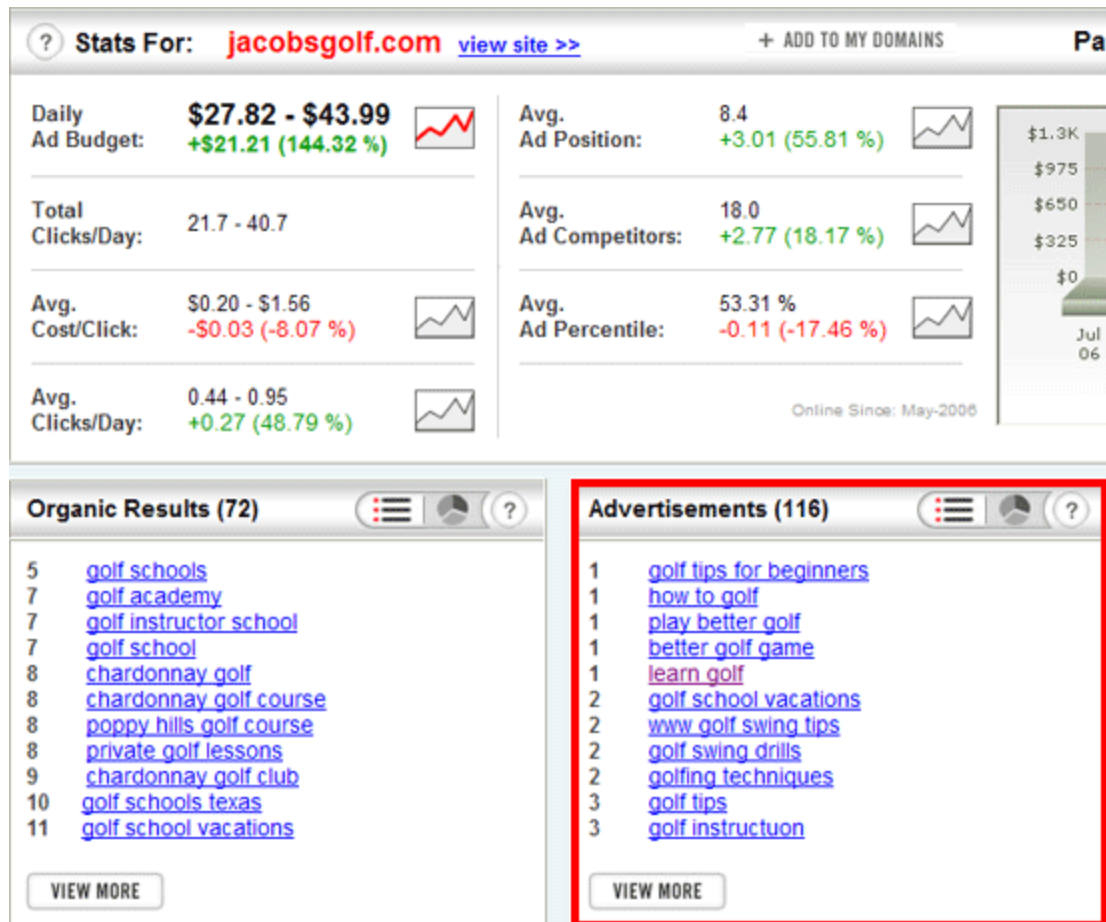
Tendrás que teclear la palabra clave que quieras ver para saber cuánta competencia hay (cuántos anuncios patrocinados aparecen por cada palabra clave).

Con SpyFu también puedes ver que palabras claves está usando un anuncio, simplemente tienes que hacer clic encima del anuncio, como se ve en la siguiente imagen:



Y luego veras una lista de las palabras clave utilizadas por el anuncio que has seleccionado.

Por favor mira la siguiente página para ver un ejemplo...



Como puedes ver, este servicio gratuito te da un número limitado de palabras claves, sin embargo no necesitamos más de 10 palabras claves altamente efectivas. Sí quieres tener más variaciones puedes comprar la membrecía, pero no es del todo necesaria, así que depende de ti.

Personalmente yo no recomiendo utilizar palabras clave que tengan más de 8 anuncios patrocinados, esto es para evitar que tengas que ofertar más alto o tengas que hacer mucha optimización de página para tener la primera clasificación.

Sí seleccionas palabras claves de menos de 8 anuncios patrocinados, tendrás garantizado que tu página sea la primera por lo que no tendrás que pagar más para ganarle a los otros anuncios.

Cuando tengas tu lista de palabras claves, tendrás que usar las 3 opciones de concordancia de palabra clave de Google:

Concordancia Amplia – Esta es la opción predeterminada. Si tu grupo de anuncios contiene la palabra clave zapatillas de tenis, tu anuncio puede ser seleccionado cuando un usuario hace una búsqueda que contenga zapatillas y tenis, en ese orden, y posiblemente con otros términos. Tu anuncio también puede aparecer en formas singular/plural, sinónimas, y otras variaciones relevantes. Por ejemplo, tu anuncio puede aparecer cuando busquen zapatilla tenis o deportivas de tenis. Para saber que variaciones de la palabra clave hacen que salga tu anuncio genera un Informe de Rendimiento de la Consulta de Búsqueda.

Concordancia de Frase – Si entras la palabra clave entre comillas, como “zapatillas de tenis”, tu anuncio aparecerá cuando un usuario haga una búsqueda con la frase zapatillas de tenis, en este orden, y probablemente con otros términos delante o después de la frase. Por ejemplo, tu anuncio puede aparecer en la búsqueda de zapatillas de tenis rojas pero no en zapatillas para tenis, zapatillas tenis, o tenis deportivas. La concordancia de frase es más específica que la concordancia amplia, pero es más flexible que la concordancia exacta.

Concordancia Exacta – Sí pones entre corchetes a tus palabras clave– como [zapatillas de tenis] – tu anuncio aparecerá cuando un usuario busque específicamente la frase zapatillas de tenis, en este orden, y sin ningún otro término en la consulta. Por ejemplo, tu anuncio no aparecerá en la consulta zapatillas de tenis rojas o zapatilla de tenis. La opción más específica es la concordancia exacta. Aunque con la concordancia exacta no recibirás tantas impresiones, sí que tendrás clics más concretos – los usuarios que buscan exactamente tu palabra clave típicamente quieren lo que tu negocio ofrece.

Palabra Clave Negativa – Si tu palabra clave es zapatillas de tenis y añades la palabra clave negativa – rojas, tu anuncio no aparecerá cuando un usuario busque zapatillas de tenis rojas. Las palabras claves negativas son especialmente útiles si tu cuenta contiene bastantes palabras clave de concordancia amplia. Es una buena idea añadir cualquier variación irrelevante de la palabra clave que aparezca en el Informe de Rendimiento de la Consulta de Búsqueda o en la Herramienta de Palabra Clave como una palabra clave negativa. Aprende más.

He visto como aumenta mi Puntuación (Nivel) de Calidad cuando utilizo estas tres opciones de concordancia de palabra clave, y muchos de los expertos en AdWords son de la misma opinión.

Para envolver automáticamente tus palabras clave, te recomiendo esta herramienta gratuita llamada “AdWords Wrapper” de Mike’s Marketing Tools:

<http://www.mikes-marketing-tools.com/adwords-wrapper.html>

Copia todas tus palabras claves, luego haz clic en “Wrap AdWords” y el programa automáticamente envolverá las palabras claves para ti. Esto te ahorrará mucho tiempo.

Después, lo que tienes que hacer es ganar la oferta mínima así puedes pagar entre \$0.05 y \$0.01 por clic (con el método “ganando tu oferta mínima” en el CAPÍTULO 6).

Si una palabra clave que tiene más de 8 anuncios patrocinados es una palabra clave de alta conversión para tu producto, la puedes probar pero necesitarás mejorar la Puntuación/Nivel de Calidad para tener una posición decente mientras pagas menos que tus competidores.

Aprenderás más sobre la Puntuación/Nivel de Calidad en el próximo CAPÍTULO. Pero antes, pasa a la página siguiente para una breve explicación sobre las palabras claves negativas.

Palabras Claves Negativas

Solamente debes de utilizar las palabras claves negativas si estas llevando a cabo una campaña de red de búsqueda (mira en el CAPÍTULO 8 búsqueda en red vs contenido en red).

Si usas palabras claves amplias, las personas que busquen cualquier palabra que esté incluida en tu frase clave amplia te encontrarán.

Pero no te alegres tanto por ello, no te debería de encontrar la gente que no está buscando exactamente lo que tu ofreces, por lo menos no si estas utilizando AdWords como tu herramienta de promoción, porque cada clic te costará dinero, así que solo deberías generar trafico específico, para que tu ROI (rentabilidad sobre tu inversión) sea lo más alto posible.

La palabra clave negativa más común que se utiliza es “-gratis”. Lo más seguro es que tu estés utilizando AdWords para ofrecer productos de pago, no querrás pagar por visitantes que están buscando información gratuita.

Las palabras claves negativas más comunes que debes incluir siempre en tus campañas de búsqueda de red son:

- gratis
- falsificación
- falso
- estafa

Aparte de estas palabras claves, cuando hagas una campaña de búsqueda en red, utiliza cualquier otra palabra clave negativa que necesites para evitar pagar por clics de visitantes no específicos.

Esto te ahorrará mucho dinero y aumentará el CTR (porcentaje de Clics) de tu anuncio.

CAPÍTULO 4

Escribe Anuncios Efectivos de AdWords

Tus anuncios son probablemente son el factor más importante en una campaña rentable de Google AdWords.

Tu anuncio será lo primero que tus clientes potenciales verán sobre tu producto o del que estás promocionando como afiliado. Así que esta es una de las cosas más importantes que debes aprender a escribir con efectividad.

Debes de saber que sin una buena copy (redacción) del anuncio, tu campaña de AdWords nunca podrá competir con la de tus competidoras, por lo que nunca tendrás clics, ni visitantes y como resultado, nada de dinero.

Pero escribir una buena copia del anuncio no es una tarea fácil.

El 95% de los anunciantes de AdWords no saben cómo escribir buenos anuncios.

La relevancia es lo que hace que un anuncio sea estupendo. Le tienes que dar al usuario exactamente lo que está buscando.

Es estupendo que tu cuenta de AdWords te permita crear varios grupos de anuncios para cada campaña, y cada grupo de anuncios puede tener varios anuncios con diferentes listas de palabras claves.

Te dejará probar tus anuncios para encontrar los que tienen el mejor Porcentaje de Clics (CTR) y los que tienen el Coste por Clic (CPC) más bajo.

Más adelante hablaremos de esto.

Sáltate el siguiente párrafo si ya tienes campañas y anuncios en AdWords:

Conéctate a tu cuenta de AdWords, después ve a la sección de “Administración de Campañas -> Resumen de Campañas” y haz clic sobre la única campaña que tengas, después haz clic sobre tu grupo de anuncios. Vamos a editar tu anuncio, así que haz clic en la etiqueta de “Variaciones del Anuncio” y luego haz clic en el enlace de “Editar” en la columna de “Acciones”.

Ya que la relevancia es el factor más importante de un gran anuncio, debes de crear diferentes grupos de anuncios para cada campaña y cada grupo de anuncios debe de tener una familia relevante de palabras claves.

Te voy a dar un ejemplo de una rentable campaña que realicé para un ebook sobre Golf que promocioné con éxito.

Para esa campaña de Golf cree dos grupos de anuncios, cada grupo tenía 10 palabras claves extensas y relevantes a los anuncios.

El primer grupo de anuncios estaba enfocado en la frase clave **“aprender a jugar golf”** mientras que el Segundo grupo estaba enfocado en la frase **“como ser un profesional del golf”**.

El primer grupo, el que tenía la frase específica **“aprender a jugar golf”** llevaba estos anuncios:

Cabecera: *Aprender a Jugar Golf*

Descripción línea 1: *Aprende De Un Experto En Golf*

Descripción línea 2: *Como Jugar Como Los Pros*

URL Visualizado: *jbc8.info/Clic-Aquí*

URL Destino: *http://www.jbc8.info/ Clic-Aquí*

Cabecera: *Aprendiendo Como Jugar Golf*

Descripción línea 1: *Jugar Al Golf No Es Tan Difícil Como*

Descripción línea 2: *Parece – Solo Necesitas Creatividad*

URL Visualizado: *jbc8.info/ Clic-Aquí*

URL Destino: *http://www.jbc8.info/ Clic-Aquí*

Mientras que el Segundo grupo de anuncios, el que estaba enfocado en la frase **“como ser un golfista profesional”** contenía estos anuncios:

Cabecera: *Como Ser Un Golfista Pro*

Descripción línea 1: *Aprende Los Secretos De Los Pros*

Descripción línea 2: *Baja Tu Puntuación Rápidamente*

URL Visualizado: *jbc8.info/Bájatelo-Ahora*

URL Destino: *http://www.jbc8.info/ Bájatelo-Ahora*

Cabecera: *Sé El Próximo Golfista Pro*

Descripción línea 1: *Aprende De Los Mejores Pros*

Descripción línea 2: *Reclama Ahora Tu Curso Gratis*

URL Visualizado: *jbc8.info/ Bájatelo-Ahora*

URL Destino: *http://www.jbc8.info/ Bájatelo-Ahora*

Toma nota que cada grupo de anuncios tiene anuncios que son relevantes a la frase en la que nos hemos centrado. Esto lo hacemos para darle a Google exactamente lo que quiere, relevancia.

Siempre ten esta frase en mente: “Google adora la relevancia”.

Así que sí tus anuncios, palabras clave, páginas de inicio son relevantes y a eso le añades productos de alta conversión, ganarás en AdWords. También toma nota que el URL que usé era el nombre del dominio (jbc8.info) y mis sitios estaban localizados en “Clic-Aquí” y en las carpetas de “*Bájatelo-Ahora*”.

Hice esto porque está comprobado que si utilizas una llamada a la acción en tu anuncio, este recibirá un CTR más alto.

Google no te dejará utilizar en la cabecera ni en las líneas de descripción una llamada de acción. Esto va contra sus Términos de Servicio y rechazarán tu anuncio si lo haces.

Así que lo que puedes hacer para añadir una llamada a la acción es crear el nombre de un dominio que tiene una llamada de acción en el texto, o hacer lo que yo hice: registré el dominio con el nombre: jbc8.info, luego creé un folder para cada producto que quería promocionar y lo nombré con una llamada a la acción. Estos son algunos ejemplos de nombres de folders que usé: “Clic-Aquí”, “Bájatelo-Ahora”, “Ordena-Ahora”, etc.... pero sin estar entre comillas.

Utiliza este método y veras una gran mejora en el CTR de tu anuncio.

Otro buen consejo para mejorar tu CTR es el siguiente:

Escribe esto en tu cabecera: **{Keyword: Aprender A Jugar Golf}**

Esto hará que tu cabecera sea exactamente la palabra / frase clave que el usuario escribió en el cuadro de búsqueda de Google, y tu cabecera estará en **negrita**. Si la frase clave es más larga de 24 caracteres, en su defecto la frase “**Aprender A Jugar Golf**” aparecerá en la cabecera.

Este es un gran truco si quieres recibir tantos clics como sea posible, pero si haces esto, Google no te premiará con un Nivel de Calidad más alto aunque recibas un alto CTR, esto es una regla de su algoritmo.

Para que tu anuncio esté más alto en el ranking y pagues menos por clic que tus competidores es necesario que tengas un alto **Nivel de Calidad**.

Nivel de Calidad se calcula midiendo el porcentaje de clics de la palabra clave, y la relevancia del texto. Otros factores que influyen en el nivel de calidad son el rendimiento histórico de la palabra clave, la calidad de la página del anuncio, y otros atributos de la palabra clave. Esta puntuación es la base para medir la calidad de las palabras clave y determinar la oferta mínima.

Recuerda siempre de esta definición, porque todo en Google AdWords se basa en el Nivel de Calidad, y el Nivel de Calidad se basa en la relevancia.

Por favor dirígete a la siguiente página para saber cómo encontrar los anuncios con los mejores rendimientos...

Encuentra Los Mejores Anuncios

Esto sólo se puede hacer testando. Y como ya sabes, AdWords te deja crear diferentes grupos de anuncios para cada campaña, y cada grupo de anuncios puede tener diferentes anuncios y palabras clave.

Así que, para encontrar los mejores anuncios, lo mejor que puedes hacer es crear diferentes anuncios para tu campaña, e incluso crear diferentes grupos de anuncios.

Cada grupo de anuncios puede tener palabras clave únicas y diferentes anuncios, así puedes ver cuáles son los que se convierten mejor, cuales tienen el CPC más bajo y el CTR más alto y luego borra aquellos anuncios que no te están dando dinero.

Para hacer esto, simplemente conéctate a tu cuenta de AdWords, haz clic en tu campaña, y veras una lista con tus grupos de anuncios. Te recomiendo que primero crees dos grupos de anuncios y dentro de cada grupo, crea dos anuncios distintos.

Utiliza el seguimiento de conversiones que tienes en tu campaña de AdWords. Si no estás familiarizado en como activarlo y personalizarlo, sigue los siguientes pasos:

1. Conéctate a tu cuenta de AdWords.
2. Haz clic en la pestaña de “Seguimiento de Conversiones” que está arriba.
3. Haz clic en “Obtener Código de Conversión” en el lado derecho.
4. Selecciona tu tipo de conversión (ventas, clientes potenciales, etc.).
5. Personaliza la vista de tu seguimiento de conversiones.
6. Copia el código que te da Google y pégalo en tu página de “agradecimiento”, o en la página que tus clientes ven después de pagar.

Al activarlo podrás hacer un seguimiento de los resultados de tu campaña. Verás qué palabras claves y anuncios son lo que te aportan dinero.

Borra los anuncios que tienen un CTR bajo y no tienen conversión.

Deja los anuncios más rentables y prueba crear algunos nuevos para ver cómo les va, así podrás seleccionar los mejores anuncios.

Esto puede llevarte una semana entera, pero valdrá la pena.

Estarás ajustando tus campañas hasta la perfección, para que bajen tus costes de publicidad mientras entra más dinero a tu bolsillo.

Esto te lo estoy diciendo desde la experiencia, la única manera de encontrar los mejores anuncios es esta: **TESTANDO**.

Antes de poder testar tus mejores anuncios tienes que:

1. **Conéctate a tu cuenta de AdWords.**
2. **Hacer clic en tu barra de selección de tu campaña.**
3. **Hacer clic en el botón de “Editar Configuración”.**
4. **Dentro de las “Opciones avanzadas”, selecciona “Rotar: Mostrar los anuncios el mismo número de veces” en la opción de “Publicación de anuncios”.**

Sí no cambias esta opción no podrás comparar que anuncio tiene mejor rendimiento, porque Google muchas veces empieza a mostrar solamente los anuncios que están empezando a dar buenos resultados, aún cuando ese anuncio no fuera el mejor.

Brevemente: cambia la configuración, revisa tus anuncios, borra los anuncios que no funcionan y continúa creando anuncios nuevos hasta que encuentres tu mejor selección.

Es así de fácil. La mejor palabra para describir esto es TESTAR, y tú ya sabes cómo hacerlo.

CAPÍTULO 5

Crea Una Página de Destino de Alta Conversión

Es necesario que sepas crear una página Web sencilla si quieres tener éxito en línea.

No solamente la creación del sitio Web te garantizará el éxito, también debes de optimizar tu página Web para la venta, y para vender bien.

Así que decidí escribir este CAPÍTULO dónde aprenderás a crear una página de destino y cómo hacerla para vender eficazmente lo que tienes para ofertar.

Con AdWords traerás tráfico específico a tu página de destino, pero tienes que convertir esos visitantes en compradores.

La primera cosa que tienes que recordar siempre, es la palabra: **relevancia**. Así que tu página de destino debe de ser relevante (específica) a tus anuncios de AdWords y tus palabras clave.

Empezaremos con un poco de información básica, seguida de técnicas avanzadas.

En caso que no tengas ni idea de cómo crear una simple página Web para usarla de página de destino o squeeze, he creado una plantilla para ti, solo la tienes que personalizar utilizando Microsoft Front Page o cualquier otro editor de Webs y subirla a tu servidor de Web.

Puedes descargar tu plantilla de la página de squeeze en:

<http://www.adwordsprofits2.com/resources/squeezepage.zip>

Todo sitio Web necesita un servidor Web (hospedaje de Webs) para poderlo subir al Internet y que todos lo puedan ver.

El servicio de hospedaje de Webs que yo uso es [HostGator](#), porque ofrece mucho espacio de disco y banda ancha, también ofrecen la posibilidad de alojar un número ilimitado de dominios en una cuenta y muchas otras fantásticas características a un precio muy bajo. También te dan un nombre de dominio (tusitio.com) gratis al contratar uno de sus paquetes de hospedaje.

Así que si todavía no tienes una cuenta de hospedaje de Web, te recomiendo que registres una en:

<http://www.adwordsprofits2.com/resources/hostgator>

Ve por el **hospedaje Web** y compra el **Baby plan**. No necesitas nada más, está bien de precio y tiene buenos paquetes. No encontrarás en ningún otro lugar un paquete mejor que este.

HostGator *we eat up the competition*

Toll Free: **1.866.96.GATOR**
Local: **1.713.574.5287**
Now hosting over 1,000,000 domains!

HOME **WEB HOSTING** RESELLER HOSTING DEDICATED SERVERS SUPPORT ORDER NOW AFFILIATES

Hosting \$4.95/mo
» Web Hosting
» Unlimited Sites
» [Learn More ...](#)
ORDER NOW!

Reseller \$24.95/mo
» Reseller Hosting
» Unlimited Sites
» [Learn More ...](#)
ORDER NOW!

Dedicated \$174.00/mo
» Dedicated Hosting
» Unlimited Sites
» [Learn More ...](#)
ORDER NOW!

Y luego...

Linux Web Hosting

HostGator is one of the world's top 10 largest web hosting companies with more than 1,000,000 hosted domains. We have over 150 employees to provide you around-the-clock superior support. We are the perfect choice whether you are looking for business, personal, or even Fortune 500 hosting.

Every web hosting plan comes with a 45 day money back guarantee, 99.9% uptime guarantee, and is fully guaranteed by the owner himself. If you ever have a problem with regular support just ask that your ticket be assigned to Brent and he will personally take the time to give you the VIP attention that you deserve.

	 Linux Web Hosting	 Windows Web Hosting	
» Linux Web Hosting Packages			
? Plans	Hatchling	Baby	Swamp
? Disk Space	350,000mb 350gb	600,000mb 600gb	1,000,000mb 1,000gb
? Bandwidth	3,000,000mb 3,000gb	6,000,000mb 6,000gb	UNLIMITED
? Domains Allowed	1	UNLIMITED	UNLIMITED
? Pricing	<u>\$4.95</u>	<u>\$7.95</u>	<u>\$12.95</u>
? Proceed to Checkout	Order Now	Order Now	Order Now

Escribe el nombre del dominio que quieres registrar o elige la segunda opción si ya tienes el nombre del dominio que quieres usar en tu cuenta.

Select a domain option:

- Register New Domain
 I will use My Existing Domain and update My Nameservers only.

New Domain: .com 

[Go Back](#)

[next >>](#)

Continúa este proceso y recibirás tu cuenta de hospedaje Web, dónde podrás subir todas tus páginas de squeeze para tus rentables campañas de AdWords.

Ahora tienes que crear tu página de destino, pero con la información correcta para convertir a tus visitantes en compradores, o por lo menos en suscriptores.

Hacer una página de destino de alta conversión es verdaderamente sencillo.

Sólo tienes que ponerte en los zapatos de tus visitantes y pensar en lo que ellos quieren, luego dales exactamente lo que ellos están buscando de la manera que te gustaría a ti que te lo dieran.

Trata a tus visitantes como personas y no como números. Debes entender sus problemas y brindarles soluciones.

Si asumimos que estas promocionando una “página de destino de creación de producto”:

1. La gente primero buscará en Google algo parecido a esto: “cómo crear una página de destino de alta conversión”.
2. Ellos verán tu anuncio porque has usado esa palabra clave en tu grupo de anuncios.
3. Después harán clic en tu anuncio porque sobresale de los demás, simplemente porque convence al usuario que mejorará la conversión de su página de destino si sigue tus métodos.
4. Luego la persona llega a tu página de destino (ahora es tu visitante), ve una cabecera atractiva y después lee el resumen del producto que estas promocionando.

5. Le gustan los beneficios del producto y luego hace clic en tu enlace de afiliado.
6. Él es transferido a la página del editor, pero con tus sugerencias en mente. Lee otras secciones de la carta de venta y finalmente hace clic en el botón de compra ahora.
7. Luego a ti y al dueño del producto se les acredita una comisión.

Aproximadamente el 50% de la venta fue hecha gracias a ti, no sólo porque enviaste al visitante a la página del editor a través de tu enlace de afiliado, pero porque convenciste al visitante con tu página de destino que el producto que promocionas le resolverá su problema.

El editor podría ser tú (sí tu creaste el producto) o el autor del ebook, del programa, del curso o del software que promocionas.

Estos son los elementos que debe tener una exitosa página de destino o de squeeze:

Cabecera. Esto será lo primero que tu visitante vea en tu página de destino, así que aquí tienes que captar su atención y hacer que quiera saber más. La cabecera normalmente formateada con un texto grande centrado de una a cinco líneas.

Subtítulo. Esto reforzará tu cabecera y se usa para intrigar al visitante para que quiera seguir leyendo.

Copia. Aquí es donde escribes el resumen del producto que promocionas.

Viñetas. Debes utilizar esto para resaltar las cosas más importantes de tu producto o del que estas promocionando. Las viñetas atraen la atención del cliente, así que es dónde tienes que escribir los beneficios del producto.

Formulario de inscripción. Esto es sumamente importante, ya que es aquí donde pegarás el código de suscripción generado por el auto respuesta para capturar el nombre y dirección de correo electrónico de tu visitante, así podrás permanecer en contacto con él en el futuro con las estrategias que aprenderás en el CAPÍTULO 7.

Audio (opcional). Puede ser útil usar una introducción en audio para algunos productos, pero a la mayoría de gente le molesta escuchar a alguien hablando cuando entran a un sitio. Si usas audio hazlo opcional, que suene solamente cuando el visitante haga clic en el botón de “Play”.

Video (opcional). Como se ha demostrado en pruebas anteriores, el video no funciona tan bien como muchos piensan, puedes usar un video para explicar los

beneficios del producto, pero no es verdaderamente importante, ya que no mejora las conversiones.

Gráficos. Debes de utilizar un gráfico para describir el producto que promocionas. Puede ser la imagen de un libro, de una caja, etc. Estoy seguro que has visto imágenes de producto en la mayoría de cartas de venta que recibes, así que sabes a lo que me refiero.

En la siguiente página verás una imagen de pantalla de la plantilla de la página de squeeze que he creado para ti. En ella te muestro en que lugares de tu página de squeeze debes colocar los elementos más importantes de los que ya hemos hablado.

Your Headline Goes Here

Your Sub-header Goes Here

Dear friend,

This is where you write your review about the product that you will promote.

You have to get your visitors to signup on the form below by offering them a free report or something of value in exchange for their name and e-mail address.

Keep going a good review, using the landing page creation tips from the AdWords Profits 2 blueprint.

Your Autoresponder Code Goes Here

To your success,
Your Name Goes Here

Place here the relevant article that you'll use to beat your minimum bids.

Check the AdWords Profits 2 blueprint for instructions on how to do this.

Make sure to leave the source and the author name intact, or else ask the author for his permission to remove it.

- Author Name
- Article Source

Puedes bajarte la plantilla de tu página de squeeze en:

<http://www.adwordsprofits2.com/resources/squeezepage.zip>

Luego edítala con Microsoft Front Page o con cualquier otro editor de páginas Web que tengas.

A continuación encontrarás los 4 componentes que tu página de squeeze debe tener:

Ve al grano. Se breve y directo. El contenido de tu página de squeeze debe de ser exactamente lo que prometiste en tu anuncio de AdWords. No te salgas del tema y habla solamente de los beneficios del producto que promocionas y de cómo este ayudará al visitante si compra el producto.

Utiliza una llamada a la acción. Usa un texto que exhorte al visitante a hacer una acción, por ejemplo: “Haz clic aquí para descargar” o “Escribe tu nombre y dirección de correo electrónico para recibir mi informe gratis”, etc.

Después que vean tu resumen, deben de ser enviados a la página del editor para comprar, así que la llamada a la acción hará que tu visitante pase al siguiente nivel.

Mantén una apariencia única. Tus visitantes nunca se pueden perder dentro de tu sitio, haz que todo se vea igual, utiliza el mismo diseño, Fuentes y colores en tu página de destino.

No pidas demasiada información personal. Sí estás dando algo gratis, no le pidas al visitante más que su nombre y dirección de correo electrónico o no recibirás nada.

Tienes suficiente con sus nombres y direcciones de correo electrónico para mantenerte en contacto con ellos en el futuro, no necesitas más información que esa.

En el CAPÍTULO 7 hay mucha más información sobre la construcción de listas de suscripción.

CAPÍTULO 6

Supera Las Ofertas Mínimas

Ahora que ya sabes crear una página de destino (o de squeeze) de alta conversión, es hora de llevarle tráfico específico y de bajo coste.

La Relevancia es la clave para los clics de bajo coste en AdWords.

Ya que tu página de squeeze no necesita tener la mejor copia, te puedes centrar en la densidad de tu palabra clave. Entre más densa de palabra clave sea tu página de squeeze comparada con las palabras claves que usas en tus anuncios de AdWords, más alto será tu Nivel de Calidad en Google.

Un ejemplo de esto son las dos campañas de prueba que cree cuando estaba promocionando un informe sobre “Consejos Al Comprar un Carro”.

Las dos campañas tenían exactamente los mismos anuncios y las mismas palabras claves. Pero cada campaña iba a una página de squeeze distinta. La parte asombrosa de esto fue que la primera campaña me permitía tener una oferta mínima de \$0.05 mientras que la otra era de \$0.30.

¿Cuál era la diferencia? ¿Por qué dos anuncios exactamente iguales con exactamente las mismas palabras clave me daban diferentes ofertas mínimas?

La respuesta es que la primera página de squeeze era más densa de palabras clave que la segunda. En otras palabras, la primera página de squeeze tenía la frase clave “Consejos Al Comprar Un Carro” en la cabecera, y por lo menos 8 veces aparecía esta frase en el texto. Mientras que en la segunda página de squeeze la frase clave “Consejos Al Comprar Un Carro” aparecía solamente dos veces.

Superar tu oferta mínima es sorprendentemente fácil, simplemente tu página de destino o squeeze tiene que ser relevante, específica, densa de palabras clave o como lo quieras llamar, a los anuncios y palabras clave que estas usando en tu campaña de AdWords.

Utiliza esta herramienta gratuita para analizar que densidad de palabra clave tiene tu página de destino:

<http://www.keyworddensity.com>

Si quieres crear una página de destino altamente relevante sin tener que escribir gran parte de ella has lo siguiente:

Primero ve a algún directorio de artículos como:

<http://www.articuloz.com/>
<http://www.articlesbase.com>
<http://www.goarticles.com>
<http://www.ezinearticles.com>

Ahora, por ejemplo, si vas a crear una página de destino para promocionar un ebook sobre “aprender a jugar golf” a través de AdWords, estos son los pasos a seguir para superar las ofertas mínimas:

1. Ve a una de los sitios de artículos mencionados arriba, esta vez probaremos “Articles Base”.
2. Busca la frase clave “aprender a jugar golf”.
3. Selecciona uno de los primeros artículos, estos son los más relevantes, así que estos son los que queremos ver, por ejemplo:

Displaying Results 1 - 15 for learn to play golf

[Learning How To Play Golf](#)

By: Cristi | 24/05/2006 | Golf

... is that this method does not provide actual practice, which can be sought separately by the learner. Friends and family can often provide valuable insight in helping one to **learning** how to **play golf** without professional instruction.
▶ [Read](#)

[Golf Playing Tips: Learn How To Play Golf In 5 Easy Ways](#)

By: David Riewe | 10/02/2006 | Golf

... of the fairway or hanging branch of a tree. These are just some of the basic tips that one could use in **playing golf**. However, the most important thing a golfer should remember is to keep his or her body healthy before the competition. It ... ▶ [Read](#)



[Learning Different Golf Techniques](#)

By: Greg Muldec | 16/10/2007 | Golf

... you that they clear their minds or they think of something pleasant. Either way, it is up to you to find a way to help yourself focus when **playing golf**. Once you have **learned** how to reduce stress during the game, your next step will be to ... ▶ [Read](#)

[Children Learning To Play Golf](#)

By: George Crystal | 26/11/2007 | Sports and Fitness

... when buying a new club. The younger you are, you can probably use a shaft with less flex than what someone older would use. When you are **learning to play golf** as a child, you will spend a great deal of time **learning** the basics. Scoring, ... ▶ [Read](#)

[Golf Playing Tips Learn How to Play Golf in 5 Easy Ways](#)

By: Shane Woods | 05/01/2007 | Golf

... of the fairway or hanging branch of a tree. These are just some of the basic tips that one could use in **playing golf**. However, the most important thing a golfer should remember is to keep his or her body healthy before the competition. ... ▶ [Read](#)

[Learn To Golf Like The Pros Online!](#)

By: Don McKay | 13/02/2006 | Golf

... in fixing the leak. Right? If you want to improve your game read informative articles by the Pros. Let them instruct you in how they mastered the game. If you take a tip here and a tip from there you will surely **learn to golf** like a pro. ▶ [Read](#)

Y después de leer rápidamente por encima los primeros artículos, el artículo marcado con la flecha roja es el que mejor se adapta a tu página de squeeze.

Así que lo que tienes que hacer ahora es copiar el artículo entero y pegarlo dentro de tu página de squeeze, pero deja la fuente del artículo intacta. Si no quieres que esté allí, tendrás que ponerte en contacto con el autor para pedirle permiso para usar su artículo y preguntarle si permite que quites su nombre y la fuente. Casi nadie te deja hacer esto.

La razón principal es que ya de por sí están densos de palabra clave y son relevantes a la frase clave que buscabas, es por eso que aparecen en las primeras posiciones cuando buscaste en el directorio de artículos.

Simplemente añadiendo el artículo hará que la oferta mínima de tu campaña baje dramáticamente.

Añade el siguiente artículo a tu formulario de suscripción, mira mi plantilla de la página de squeeze para un ejemplo de dónde lo debes de colocar:

<http://www.adwordsprofits2.com/resources/squeezepage.zip>

CAPÍTULO 7

Cómo Y Por Qué Debes De Construir Tu Lista de Suscripción

Estoy seguro que esta frase ya la has oído (muchas veces): “el dinero está en la lista”. Y esto es cierto.

Si no construyes una lista, estás dejando mucho dinero en la mesa.

Así que si tienes una campaña de AdWords para promocionar tu producto o el de alguien más como afiliado, asegúrate de construir una lista de suscripción.

Hay varios sistemas de auto respuesta, pero los dos más populares son GetResponse y Aweber.

A mí personalmente me gusta GetResponse más que Aweber, porque GetResponse es más fácil de usar que Aweber, pero es una opinión personal.

GetResponse es más fiable y económico que Aweber.

Así que sin lugar a dudas necesitas un auto respuesta ahora mismo.

Sí no quieres pagar por uno, haz una búsqueda en Google de un auto respuesta gratuita. Pero no te recomiendo los servicios gratuitos ya que son poco fiables, y tú quieres tener tu lista para siempre.

Así que te recomiendo el mismo servicio que yo utilizo, GetResponse:

<http://www.adwordspprofits2.com/resources/getresponse>

Puedes probar el servicio gratis, o comprar una suscripción anual para obtener un descuento, pero depende de ti.

La construcción de la lista te permitirá estar en contacto con tus visitantes, para poderles enviarles correos electrónicos hasta que te compren el producto, y en el futuro enviarles ofertas finales. Todo esto hará que tus ganancias aumenten. De otra manera, puede ser que nunca vuelvas a ver a la gente que visita tu sitio y que se vaya sin comprar.

En realidad esta es la manera en que los mejores afiliados ganan dinero. Nosotros montamos una campaña de AdWords para promocionar una página de squeeze mientras ofrecíamos en nuestro nicho un producto gratuito a cambio del nombre y dirección de correo electrónico del visitante, después les ofrecíamos un producto de pago, y sí el visitante no lo compraba, le mandaríamos correos

electrónicos cada otro día sobre los beneficios del producto hasta que lo comprara.

Y gracias al auto respuesta esto se puede hacer automáticamente. Cuando un visitante te compra, obviamente lo puedes empezar a llamar tu cliente, y lo puedes añadir a tu “lista de clientes” en tu auto respuesta. Esta lista vale oro, porque si tratas a tus clientes bien, ellos seguirán comprándote productos nuevos durante mucho tiempo.

Así que lo que tienes que hacer es crear una página de squeeze, puedes usar la plantilla de página squeeze que he creado para ti:

<http://www.adwordsprofits2.com/resources/squeezepage.zip>

Como te muestro en la plantilla, crea rápidamente un resumen de toda la información que has aprendido de los capítulos previos, luego vete al primer CAPÍTULO para hacerte una idea de cómo funciona todo esto.

Lo cosa importante aquí es: **“¿Cómo debes de tratar a tus suscriptores?”**

Tienes que conseguir que confíen en ti, y que te identifiquen como un experto en tu nicho. Para lograr esto, a veces tienes que tener algunos productos de PLR y MRR y enviárselos gratis, así tus suscriptores se darán cuenta que lo único que tu quieres es ayudarlos.

Nunca dejes pasar una semana sin escribirles, pero solo envíales correos electrónicos que sean útiles para ellos, algo de valor.

Al pasar las semanas empezaran a confiar en ti y pronto te verán como un experto honesto en tu nicho, porque todos los correos electrónicos que les has estado enviando tenían información útil.

Aquí tienes un ejemplo: estas en el nicho de marketing por Internet, y has creado una página de squeeze que ofrece un informe gratis de cómo empezar una campaña de AdWords (digamos que este informe es el Ganancias Con AdWords 1, por el cual recibiste un MRR como un bono gratis por ser cliente mío). Bueno, tienes su nombre y dirección de correo electrónico a través de tu código de auto respuesta que tienes en tu página de squeeze, y después tu auto respuesta le envía el reporte a su bandeja de entrada, y desvía al visitante al sitio de Ganancias Con AdWords 2 a través de un enlace afiliado.

Mira, llegado a este punto ya tienes los datos de contacto del visitante, has conseguido que se interese en aprender AdWords, y le has ofrecido un buen producto.

Sí él compra Ganancias Con AdWords 2, recibirás un 75% de comisión, sin embargo si no lo compra, verá el informe de Ganancias Con AdWords 1 esperándole en la bandeja de entrada de su correo.

Mientras lee el informe, aprenderá información básica pero útil de AdWords, sin embargo, él ahora pensará que está listo para aprender el poder completo de AdWords, así que irá al sitio de Ganancias Con AdWords 2 a través del enlace que está en el informe de Ganancias Con AdWords 1, y comprará Ganancias Con AdWords 2, y como él todavía tiene el ID de la cookie de tu afiliación de ClickBank, a ti te ingresarán una comisión del 75%.

Este es solo un ejemplo de cómo los buenos afiliados promocionan mis productos, y de cómo promociono yo los productos de otros.

Esta ha sido la mejor manera comprobada de ver las verdaderas ganancias de AdWords.

Hagamos un breve resumen:

Lo que vas a leer en el siguiente párrafo se puede hacer automáticamente gracias al uso de un auto respuesta, así que ve por tu GetResponse ahora mismo, ya que es una herramienta que “tienes que tener” para triunfar con AdWords y con el marketing en Internet en general.

<http://www.adwordspprofits2.com/resources/getresponse>

A tu cliente le diste algo valioso gratis, pero a cambio tienes su nombre y dirección de correo electrónico y después se le ofreció comprar un producto de pago donde:

1. El puede comprar el producto al momento y tu recibir tu comisión.
2. No compra el producto, pero lee el informe gratuito (o cualquier producto que le diste), y se empieza a interesar por el producto de pago que le habías ofrecido, porque:
 - a. Le diste algo valioso para él, así que empieza a confiar en ti.
 - b. El producto que le diste le muestra cómo puede empezar a cumplir sus metas, así que ahora tiene más confianza en comprar algo de ti.
 - c. Te mantienes en contacto con él a través del auto respuesta, generando más interés y confianza.
 - d. Él decide comprar el producto de pago, y porque es un buen producto, ahora tiene más confianza en comprar lo que tú le

recomiendes.

- e. A la semana siguiente, le envías un correo electrónico a través de la auto respuesta ofreciéndole otro producto relacionado, algo que de verdad le pueda ser útil, y casualmente tiene tu enlace de afiliado al final del correo electrónico.
- f. Él ya te ha comprado más de una vez, así que sabe que tu le recomiendas Buenos productos, y esta casi seguro al 100% de comprar cualquier producto que le recomiendes.

Ahora, si haces esto automáticamente con los miles de visitantes de tu página, tendrás comisiones siempre, y verdaderamente estarás ayudando a otros a alcanzar sus metas al recomendarles productos buenos y útiles..

Cuanto más valor les des, más confianza te tendrán (y las comisiones de afiliado).

Puede ser que esto suene demasiado simple para ser cierto, pero así de simple es el marketing en Internet, solo tienes que tratar a tus clientes como personas, no como números. Ayúdales como si fueran tus amigos, y empezaras a ver grandes resultados.

Si utilizas esto junto con mi “selección de palabras clave, para vencer tus ofertas mínimas” y otros métodos, tienes garantizado tu éxito en AdWords.

Dale un vistazo a las dos campañas que he creado para ti como ejemplos.

Puedes descargarlas desde:

Campaña 1:

<http://www.gananciasconadwords.com/gcaw2dl/campaign1.zip>

Campaña 2:

<http://www.gananciasconadwords.com/gcaw2dl/campaign2.zip>

CAPÍTULO 8

Red de Contenido Vs Red de Búsqueda

Google te deja mostrar tus anuncios patrocinados en el buscador de Google o en los asociados de búsqueda de Google. Pero también te deja mostrar tus anuncios en cualquier sitio relevante que tenga anuncios de AdSense. Incluso puedes escoger si aparecen en ambas o en una sola de estas redes.

No te recomiendo que uses ambas al mismo tiempo ya que no podrás probar tus campañas y se pueden desordenar.

Yo siempre monto una campaña para la red de contenido y otra para la red de búsqueda.

Mucha gente se pierde en esto, y ese es su error más grande, estas son las ventajas y desventajas de cada red:

- **Red de Búsqueda.** Aquí tus anuncios tienden a tener un CTR más alto porque solo aparecen en Google o en una página asociada cuando alguien hace una búsqueda usando tus palabras clave.

Esto es mucho más directo que la red de contenido, pero también es más caro.

Mientras que los clics en la red de búsqueda te pueden costar \$0.10, en la red de contenido te pueden costar los clics \$0.02.

- **Red de Contenido.** Aquí los clics te cuestan menos, pero esos clics son menos dirigidos que en la red de búsqueda. Sin embargo, es mejor usar esta red si tu máxima preocupación es construir tu lista de suscripción.

Puedes utilizar esta red para construir una lista de suscripción enorme con un coste bajo, así después podrás enviarle últimas ofertas a tus suscriptores, y ganar dinero a largo plazo con ello, como te enseñé en el CAPÍTULO 7.




Por defecto, tus campañas se activan en ambas redes, así que tienes que cerrar una de ellas, abajo te enseñé como hacerlo.

Entra a tu cuenta de AdWords, haz clic en la pestaña de Administración de campañas y luego haz clic en el botón de “Editar configuración”.

Allí veras la sección de Redes. Mira la imagen de la siguiente página...

Networks

Show my ads on:

- Google search**
When users search for my keywords on Google
 - Search network** 
When users search for my keywords on Google's search partners
- Content network** 
When users visit sites on Google's content network that match my ad settings
 - Content bids** 
Let me set separate prices for content clicks

Recuerda de seleccionar solamente una red por campaña.

Si quieres crear una campaña en la red de búsqueda solamente marca los dos primeros cuadros, si quieres crear una campaña en la red de contenido, es obvio que tienes que marcar solamente en tercer cuadro.

Ves que la última opción dice “Content bids”, no hace falta que la marques porque no la usarás, solamente es útil cuando montas una campaña en ambas redes a la vez.

Siempre selecciona una red por campaña para que la puedas optimizar completamente para obtener grandes resultados.

Si tienes la campaña en ambas redes, obtendrás un CTR pobre porque al estar la red de contenido activada, dañará dramáticamente tu listado en la red de búsqueda, porque tu Nivel de Calidad descenderá haciendo que tus ofertas mínimas asciendan rápidamente y como resultado, tu anuncio estará en una de las últimas posiciones.

Por ser un cliente de “Ganancias Con AdWords 2” recibirás dos ejemplos de campañas, una en la red de contenido y otra en la red de búsqueda. Por favor mira tus ejemplos de campañas de AdWords para entender esto mejor.

Sí aún no los has descargado, mira la bandeja de entrada de tu correo y abre el mensaje de “gracias por comprar Ganancias Con AdWords 2” para tener el enlace de descarga.

CAPÍTULO 9

Utilizar Productos PLR y MRR

Yo casi siempre uso productos con Etiquetas de Derechos Privados (PLR en inglés) y Máster de Derechos de Reventa (MRR en inglés) para venderlos a través de mis páginas de squeeze y que están siendo promocionados con AdWords. La razón principal es que puedo crear un único botón de pago con Paypal y no haya manera que mis compradores me roben mi comisión.

Otras cosas buenas que tiene usar productos de MRR y PLR es que puedes regalarlos (siempre y cuando el autor te lo autorice) para construir tu lista como te enseñé en el CAPÍTULO 7. Y luego les ofreces tu producto principal o tu producto afiliado como una venta extra.

La sección WSO del popular Warrior Forum es el lugar ideal para encontrar contenido nuevo de PLR y MRR:

<http://www.warriorforum.com>

Muchos expertos en marketing escriben contenido nuevo y único, lo reúnen todo en un informe o en un ebook, y venden PLR o MRR a través de la sección de Warrior Special Offer del Warrior Forum.

Al seleccionar productos de PLR, puedes llamarlos propios. Eso quiere decir que puedes editar los productos y ponerles tu nombre como si tú fueras su autor.

Esto te puede ser de gran ayuda si piensas entrar en un nicho muy pequeño, porque puedes usar estos reportes para darlos gratuitamente y poner un enlace en ellos que redirecciones al lector a la oferta del producto de pago donde recibes una comisión por ser afiliado.

En principio este CAPÍTULO iba a serte enviado por correo electrónico, pero quería explicártelo un poco antes. Así recibirás adicionalmente más información a través de tu correo electrónico, ya que este es un tema muy amplio e importante, pero necesita ser explicado por pasos, uno a la vez.

Está atento a recibir mis correos electrónicos, ya que en ellos te explicaré como hacer el mejor uso de los productos de PLR y MRR.

Por ahora, puedes bajarte el reporte de Ganancias Con AdWords 1 con MRR, su carta de venta y la imagen de la imagen del producto en:

http://www.adwordprofits2.com/resources/awp_mrr.zip

La puedes vender al precio que quieras o darla gratis para construir tu lista de

suscripción. El reporte se convierte muy bien. Te recomiendo que vuelvas al Capítulo 1 para ver el uso que le puedes dar a este reporte.

Nota – El MRR es solamente para el reporte de “Ganancias Con AdWords 1”.

El paquete de “Ganancias Con AdWords 2.0” viene solamente con los derechos personales, no se puede vender ni regular.

Sin embargo, si te quieres unir a mí programa de pago de afiliación y ganar una gran comisión del 60% en dos niveles por las ventas que tú refieras. Más acerca de esto en el CAPÍTULO “Gana Dinero Con Esta Guía”.

En el próximo CAPÍTULO encontraras un buen uso para el contenido de PLR, y como lo uso yo para crear un producto y empiezo a tener ganancias en menos de 1 día.

CAPÍTULO 10

Cómo Creé Un Producto En Menos de 1 Día

Todo empezó un día que estaba hojeando la sección de “Warrior Special Offers” en el fantástico y popular “Warrior Forum” que puedes unirte gratis en:

<http://www.warriorforum.com>

Normalmente lo leo y contribuyo en él, porque es una gran fuente de información sobre el marketing en Internet.

Cada vez que necesito buena información, artículos, productos, etc., siempre hojeo su sección de Warrior Special Offers (WSO).

Muchos vendedores ofrecen muy buena información, productos, y servicios a un muy buen precio e incluso gratis.

Así que para mí, no hay un lugar mejor para encontrar información de alta calidad a tan bajo precio que en la sección de WSO en el Warrior Forum.

Mientras hojeaba el foro de WSO, encontré un vendedor que ofrecía 50 artículos de PRL sobre el golf y la jardinería, cada paquete de 10 se vendía por \$4.97 si me recuerdo bien.

Me puse en contacto con el autor de ese WSO, preguntándole si me podía dar un precio mejor si yo compraba todos sus 50 artículos de una vez, y él estuvo de acuerdo en vendérmelos por solo \$12.

Así que por solo \$12, tenía 50 artículos de etiquetas de derechos privados de alta calidad.

A continuación seleccioné los 24 mejores artículos y use Microsoft Word para escribir una tabla de contenido con los títulos de esos 24 artículos. Luego copié y pegué los artículos en el fichero de Word, cambié el formato de la fuente y su tamaño para que se viera bien y profesional.

El resultado fue un ebook de alta calidad sobre el Golf.

Después usé PdfEdit995 (un convertidor de PDF gratuito) para convertir el documento de Word en un ebook en PDF.

Así que ya tenía el ebook (trabajé 10 minutos y me gasté \$12 en un contenido de alta calidad).

El siguiente paso fue crear una imagen de producto y una página de venta.

Ya que necesitaba una imagen profesional para la imagen de producto, me puse en contacto con **Adam** de [DesignsByAjona.com](http://www.designsbyajona.com) para que me hiciera una. Siempre que necesito gráficos de alta calidad, contacto a Adam en:

<http://www.designsbyajona.com>

En 30 minutos, él me había hecho mi imagen de producto con un acabado profesional y de alta calidad. Mientras me creaba la imagen de producto yo pensaba en la carta de venta. Tenía confianza en la calidad de mi ebook sobre el Golf así que empecé a escribir una carta de venta usando otra vez Word.

Con 5 páginas escritas pensé que ya tenía suficiente porque el ebook iba a tener un precio bajo así que no había necesidad de escribir mucho sobre él.

Cuando ya tenía listo el ebook, la página de venta y la imagen de producto, compré un dominio de \$10/año y subí el sitio a mi servidor de Web.

Luego añadí mi ebook en marketplace popular, le puse un precio de \$29.95 y le ofrecí a los afiliados una comisión del 60%.

En menos de un día ya tenía todo listo para empezar a ganar dinero. Al segundo día ya empezaba a recibir órdenes, y cada día más y más. Esto fue gracias a los afiliados que promocionaban el producto por mí, ya que les estaba pagando una comisión alta del 60%, estaban más que contentos promocionándolo.

En menos de 1 día de trabajo ya estaba disfrutando el dinero que ingresaba en mi cuenta de Paypal, me había gastado \$22 de mi bolsillo y no necesitaba hacer nada para anunciarlo. Quiero decir que ni siquiera creé una campaña de AdWords para este producto.

Así que mira la sección de WSO en el Warrior Forum para tener contenidos de alta calidad, y cuando la encuentres, compra los PLRs al autor y crea tu propio producto (reporte o ebook) con él, luego págale a alguien como **Adam** de [DesignsByAjona.com](http://www.designsbyajona.com) para que diseñe una imagen profesional para tu imagen de producto, luego crea tu página de venta.

Si no eres bueno escribiendo cartas de venta de respuesta alta, te recomiendo que contrates a un gran escritor de textos experimentado y perfeccionista como **Dean Dhuli**. Puedes ponerte en contacto con Dean en:

<http://www.highpowercopy.com>

Cuando tengas todo preparado, añade tu producto a uno de los marketplaces que menciono al principio de este ebook, ofréceles buenas comisiones a tus afiliados, luego siéntate y empieza a ver como el dinero llega a tu cuenta, sin ningún esfuerzo o sin gastar dinero en cualquier tipo de propaganda.

Nunca inflés los precios de tu producto, recuerda que los precios bajos con frecuencia tienen conversiones altas.

Y a menos que crees tu propio contenido y merezca la pena cobrar más, hazlo. Si no lo es, no cobres más de \$30 por tu producto, esto también te ayudará a evitar reembolsos.

Deja que los afiliados hagan su trabajo, y prémialos con comisiones altas para que quieran seguir promocionándolo.

En una semana o en menos tiempo, deberías empezar a recibir pedidos. Y cuando más gente y afiliados conozcan tu producto, y cuando tengas una puntuación potencial por afiliación más alta o de gravedad en ClickBank, todavía más gente empezará a promocionar tu producto y por supuesto a comprarlo.

Así que dale tiempo y podrás ganarte la vida con un solo producto si lo haces bien.

Pero no deberías detenerte ahí.

Crea tantos productos de alta calidad, siguiendo los pasos que te he explicado, y disfruta de dinero fácil que entrará rodando a tu cuenta diariamente.

CAPÍTULO 11

Marketing de Afiliación / ClickBank / PayDotCom / 7DollarOffers

Esta es la información básica de la que te hablé en la introducción. Añado esto porque no todos conocen los conceptos básicos. Y no me gustaría que la gente me dijera que no habían entendido algo de lo que digo en este ebook porque no conocían lo básico.

Marketing de Afiliación

Es un sistema para vender el producto de otros a través de un enlace en tu sitio Web, y ganas comisiones con ello.

Por ejemplo, si tienes un sitio Web que habla sobre los juegos de azar en-línea, puedes poner un banner (pancarta) que promociona una tienda de jugos de azar en-línea. Si el visitante hace clic en el banner de tu sitio, será enviado a la tienda de juegos de azar a través de tu enlace de afiliación. Y cuando el visitante haga una compra en esa tienda en-línea, a ti se te abonará una comisión.

ClickBank

Es el minorista más grande y de más confianza de productos electrónicos.

Un ebook, software, sitios con membresía (membership site), etc. son ejemplos de productos electrónicos.

Te puedes registrar para una cuenta gratuita de afiliación en ClickBank desde:

<http://www.clickbank.com>

ClickBank es el lugar más fácil para encontrar productos electrónicos de conversión alta.

Los productos electrónicos son los más fáciles para empezar a vender en-línea, porque los clientes los descargan al instante después de hacer el pago. Así que no hay envíos, seguro, stock, etc.

Lo mejor de los productos informáticos es que los comerciantes te pueden pagar una comisión del 50% o incluso del 75% por cada venta. Estas comisiones tan altas no siempre son posibles con productos tangibles.

PayDotCom

Es también un muy buen marketplace. Aquí puedes encontrar productos físicos y electrónicos que puedes promocionar y ganar grandes comisiones.

Yo uso mucho este servicio porque mis comisiones me las pagan directamente a mi cuenta de Paypal cada 15 o 30 días.

Puedes registrarte para una cuenta gratuita de PayDotCom en:

<http://www.paydotcom.com>

PayDotCom tiene honorarios más bajos que ClickBank, y si escoges añadir tu propio producto a su mercado, lo puedes hacer una vez gratis.

7DollarOffers

Es un marketplace dedicado a productos electrónicos de bajo precio, muchos de ellos son pequeños reportes a \$7 dólares.

Pero lo mejor de esta tienda es que puedes quedarte el 100% de las ganancias de cada venta que refieres.

Puedes encontrar estos productos en:

<http://www.adwordsprofits2.com/resources/7dollaroffers>

Yo promociono mucho estos productos porque se venden muy bien, y los reembolsos son mínimos por ser tan baratos. Son geniales para crear listas de suscriptores (compradores).

Ahora que ya entiendes lo que es el marketing de afiliación, y ya tienes tus cuentas de ClickBank y PayDotCom, es el momento de crear una cuenta de AdWords.

Si no tienes ni idea de cómo crear una, mira el siguiente CAPÍTULO.

CAPÍTULO 12.

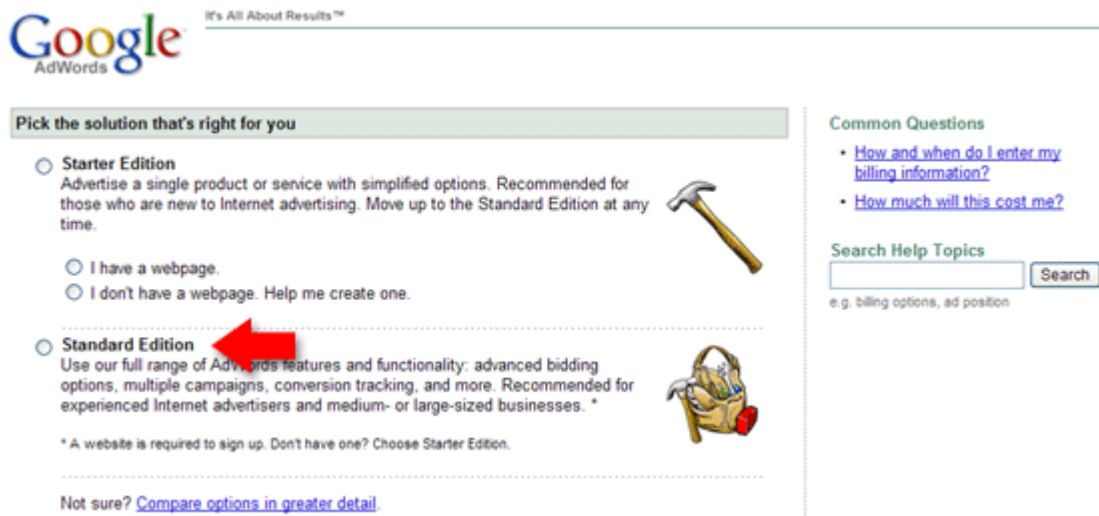
Crear Una Cuenta De Google AdWords

Aquí tienes más información básica (para crear tu cuenta de Google AdWords).

Primero tienes que ir a <http://adwords.google.com> y hacer clic en el botón de "Start now>>" para empezar.



La siguiente pantalla te dará la opción de elegir entre dos tipos de cuentas, Starter (Principiante) y Standard. Ya que profundizaremos en AdWords elige "Standard" y luego haz clic en "Continue".



En la siguiente página seleccionarás el idioma que quieres potenciar. Así que si estuvieras en España y quisieras captar usuarios de Google que hablen español, seleccionarías Spanish. Google también deja que te centres específicamente en un país, una región y ciudades o puedes especificar un área geográfica (como en un radio de 45 kilómetros a la redonda de cierta dirección).

De momento seleccionaremos el inglés como idioma y trataremos de captar de todas las ubicaciones. Haz clic en el enlace de “Change targeting”. La siguiente imagen te enseña donde:

Google AdWords It's All About Results™ [Help](#) | [Sign-up Demo](#) | [Contact Us](#)

Target customers | Create ad | Choose keywords | Set pricing | Review account | Sign up

Welcome to AdWords

This sign-up wizard will help you create your own ad campaign in four easy steps: you'll target customers, write your ad, choose keywords, and set your spending limit. Try the wizard with no obligation: your ads won't actually appear until you verify your account and submit your billing information. And of course you can change your ads or stop your campaign at any time.

Target customers by language

What language(s) do your customers speak?

Hold down the *control* or *command* key to select multiple languages.

- English
- Chinese (simplified)
- Chinese (traditional)
- Danish
- Dutch
- Finnish
- French
- German

Target customers by location

Where are your customers located?

Currently targeting: **United States** [Change targeting](#)

[How will my location choices affect my ad performance?](#)

« Back | Continue »

Common Questions

- [How is an AdWords account structured?](#)
- [How does AdWords know where to show my ads?](#)
- [What language and location ad targeting options do I have?](#)
- [Is regional or customized location targeting appropriate for me?](#)
- [AdWords Glossary](#)

Live Support

AdWords Specialists aren't available to chat. Please try again later.

Search Help Topics

e.g. billing options, ad position

Luego, la siguiente ventana se abrirá: **mira la siguiente página...**

Google | AdWords x

Target customers by location [Give us feedback](#) | [Help](#)

[Search](#) [Browse](#) [Bundles](#) [Custom](#)

Search the world for a location [Disable map](#)

↑

United States (Country)
 United States and Canada (Bundle)
 United States Minor Outlying Islands (Country)

[Reset](#)

Selected locations [remove all](#) | [view all on map](#)

No locations selected

[Exclude areas within selected locations](#) ?

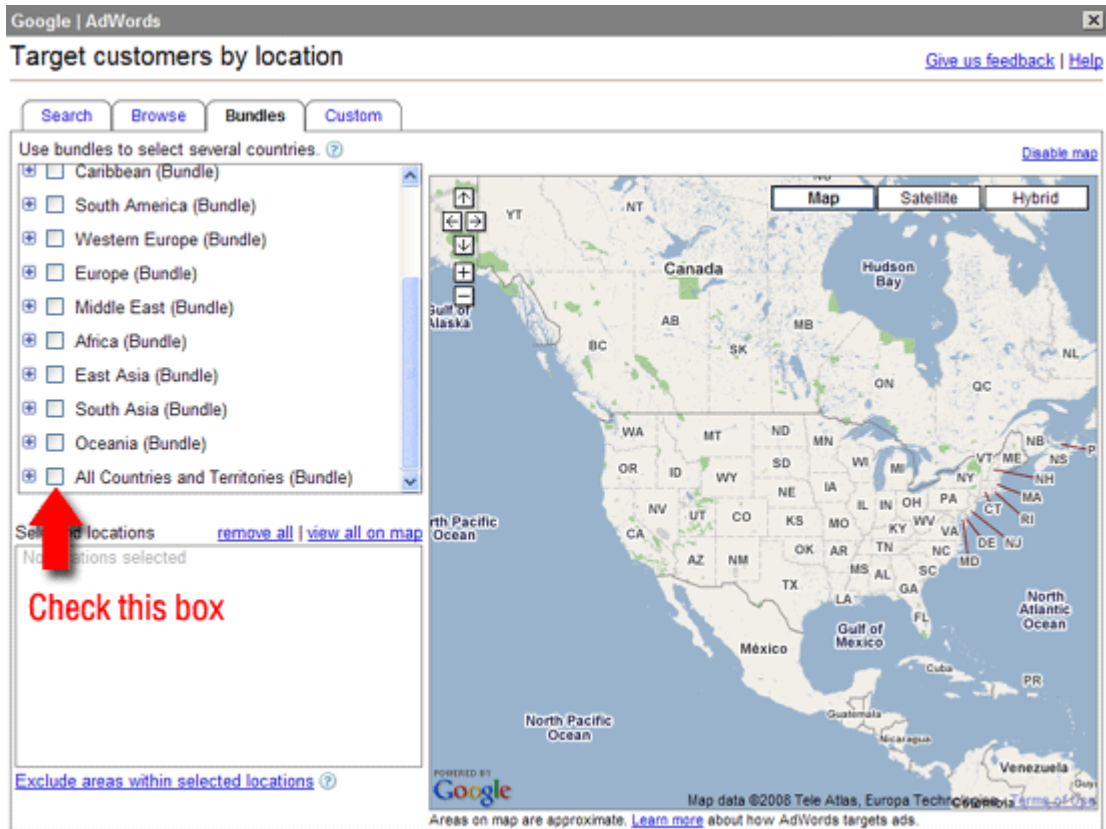
[Map](#) [Satellite](#) [Hybrid](#)

Map data ©2008 Tele Atlas, Europa Technologies, etc. Terms of Use

Areas on map are approximate. [Learn more](#) about how AdWords targets ads.

Selecciona la pestaña de “Bundles” (Paquetes) y veras la siguiente pantalla donde tendrás que desplazarte hacia abajo para ver todos los paquetes y luego selecciona el cuadro de “All Countries and Territories (Bundle)” (Todos los países y territorios).

En la siguiente página tienes una imagen de ejemplo...



Luego dale clic al botón de “Finished” (Finalizar) que está debajo.

Volverás automáticamente a la pantalla de bienvenida de AdWords, donde tendrás que cliquer el botón de “Continue >>” (Continuar).

Esto te llevará a la siguiente pantalla (mira la imagen de abajo) donde podrás crear tu anuncio de AdWords.

En la siguiente página tienes una imagen de ejemplo...

New Keyword-targeted Campaign Setup

Target customers > **Create ad** > Choose keywords > Set pricing > Review and save

Create an ad

Create ad: [Text ad](#) | [Image ad](#) | [Click-to-play video ad](#)

Example:

[Luxury Cruise to Mars](#)
Visit the Red Planet in style.
Low-gravity fun for everyone!
[www.example.com](#)

Headline:	<input type="text"/>	Max 25 characters
Description line 1:	<input type="text"/>	Max 35 characters
Description line 2:	<input type="text"/>	Max 35 characters
Display URL: ?	http:// <input type="text"/>	Max 35 characters
Destination URL: ?	http:// <input type="text"/>	Max 1024 characters

Completa los campos con un texto cualquiera y haz clic en “Continue >>”.

¿Por qué?

Porque cambiaremos tu anuncio después, de momento queremos seguir creando nuestra cuenta de Google AdWords.

Después de darle a “Continue >>” serás transferido a la siguiente página donde tendrás que escoger tus palabras clave.

En la siguiente página tienes una imagen de ejemplo...

Choose keywords

Who will see your ad?

When people search Google for the keywords you choose here, your ad can show. Keywords must be directly related to your ad. (Don't enter 'real estate' when you're selling cars.) Enter 20 or fewer keywords for best results. [Example list](#)

Enter as many specific words or phrases as you like, one per line:

Examples:

```
mars cruise
mars cruises
luxury cruise to mars
```

Important note: We cannot guarantee that these keywords will improve your campaign performance. We reserve the right to disapprove any keywords you add. You are responsible for the keywords you select and for ensuring that your use of the keywords does not violate any applicable laws.

Sample keywords based on a scan of your site

If they describe your product or service, click 'Add'. (See our [disclaimer](#).)

Click categories to view keywords:

- ▶ [Category: test](#)
- ▶ [Category: software test](#)
- ▶ [Category: software test tool](#)
- ▶ [Category: Miscellaneous keywords](#)

Want more?

Enter any word to see related keywords:

- ▶ [Advanced option: match types](#)

« Back

Continue »

Escoge una frase clave que estés seguro que nadie buscará, por ejemplo “*sdjfhsg*” (usa una distinta), luego dale a “Continue >>”.

En este ebook aprenderás a crear anuncios efectivos y a cómo seleccionar las palabras clave con la más alta conversión que debes de usar. Luego modificaremos nuestra copy del anuncio y nuestras palabras clave.

Ahora serás transferido a la siguiente página donde tienes que seleccionar tu presupuesto diario y tu CPC máximo (Coste por Clic).

En la siguiente página tienes una imagen de ejemplo...

Choose a currency

Pay for this account using: [View payment options](#)

This determines only how you pay us, not how you handle transactions with your customers.
Note: This setting can't be changed once you activate your account.

What is the most you would like to spend, on average, per day?

The daily budget [?] controls your costs. When the daily limit is reached, on average, your ad will stop showing for that day. (The budget controls the frequency of your ad, not its position.) Raise or lower your budget as often as you like.

Enter your daily budget: \$ (Please use this format: \$25.00) [?]

[How will my budget affect my ad performance?](#)

What is the maximum you are willing to pay each time someone clicks on your ad?

You influence your ad's position by setting its maximum cost per click (CPC) [?]. The max CPC is the highest price you're willing to pay each time a user clicks on your ad. Your max CPC can be changed as often as you like.

Default CPC bid: \$ (Minimum: \$0.01)

Por ahora te recomiendo que pongas de presupuesto diario \$3.00 y tu oferta de CPC determinada a \$0.10.

Esto prevendrá que no pierdas dinero cuando empiezas una nueva campaña de Google AdWords.

Luego lo cambiaremos si es necesario, pero eso te lo explicaré luego.

Cuando hayas puesto tu presupuesto haz clic en el botón de "Continue >>".

Ahora serás transferido a la página de confirmación.

Haz clic en el botón de "**Continue to Sign Up >>**".

En la siguiente página (página de *Set Up Account*), selecciona la opción que mejor te describe. **Mira la siguiente imagen...**

Set Up Account

Which best describes you?

- I have an email address and password I already use with Google services like AdSense, Gmail, Orkut, or iGoogle.
- I do *not* use these other services.

Create a new Google Account for use with AdWords.

Make sure your email address is correct. You must receive email there in order to verify this account.

Email:

e.g. myname@example.com. This will be used to sign-in to your account.

Password:

Minimum of 8 characters in length. [?]

Re-enter password:

Type the characters you see in the picture below.

 &

Letters are not case-sensitive

By submitting this form, you agree to the [Terms of Service](#) & [Privacy Policy](#)

Create Account »

Completa el formulario y haz clic en “Create Account >>”.

Ahora irás a la página de “Sign-up complete”.

Mira la siguiente imagen...

Sign-up complete

✓ **Congratulations! You've successfully created your AdWords account.**

Login email: [Redacted]

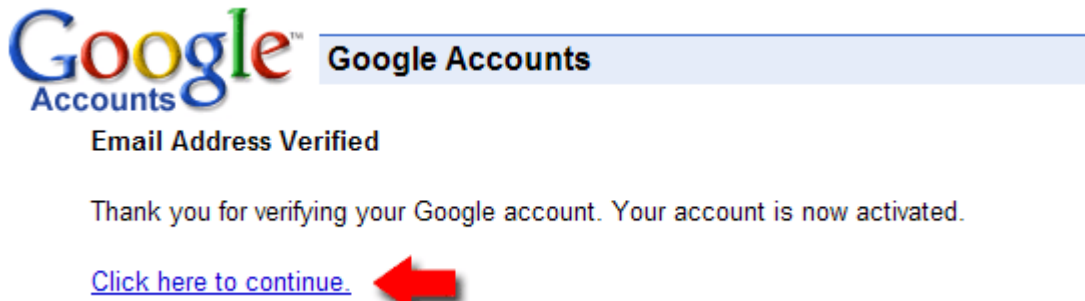
We'll send an email to the address listed above, asking you to verify your account and submit your billing information. Once you complete these steps, your ad will begin showing. After verification, you can sign in to Adwords using this email address plus the password you specified earlier.

Your ad won't run until you verify your account and provide billing information.

If the email address listed above is not yours and you cannot verify it, you can [change your email address](#) in Google Accounts. If you don't receive an email, please [contact AdWords Support](#).

Read our [navigation guide](#) to preview what your account will look like.
Start learning how to make the most of your AdWords account by reading our [optimization tips](#).

Ahora ve a tu bandeja de entrada de correo y abre el mensaje con el título “Google AdWords Account Verification Email”, haz clic en el enlace de confirmación y serás enviado a esta página:



Haz clic en el enlace de “Click here to continue,” que te llevará a la siguiente página:

Mira la siguiente imagen...



English (US)

Advertise your business on Google

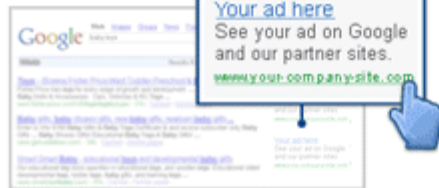
No matter what your budget, you can display your ads on Google and our advertising network. Pay only if people click your ads.

Start now»

Your ads appear beside related search results...

People click your ads...

...And connect to your business



Sign in to Google AdWords with your Google Account

Email:

Password:

Sign in

[I cannot access my account](#)

Escribe tu dirección de correo electrónico y tu contraseña de Google y haz clic en “Sign in”.

Ahora veras la página de tu cuenta de Google AdWords donde tienes que poner todos tus datos para pagar, cuando lo tengas haz clic en el siguiente enlace (en tu página de cuenta):

⚠ Please submit your payment information
[To activate your account and start running your ads, enter your billing information.](#)

Verás esta página:

Account Setup

Select location > Choose form of payment > Agree to terms > Provide billing details

1. Select the country or territory where your billing address is located.

This choice may affect the [payment options](#) you'll have in the next step.

Select a country or territory:

2. Select a permanent time zone for your account.

This will be the time zone for all your account reporting and billing.

Please choose your time zone carefully. Once you finish setting up your billing account you won't be able to change time zone again. [Learn more.](#)

Time zone country or territory:

Time zone:

3. If you have a promotional code, enter it here (optional).

Promotional code:

Continue »

Selecciona tu país, zona horaria y código promocional si lo tuvieras. Luego haz clic en “Continue >>” y versa esta página:

Account Setup

Select location > **Choose form of payment** > Agree to terms > Provide billing details

Tell us how you would like to pay for your ads.

Select a single payment method from the list below. Please choose carefully. If you later decide to change your [payment options](#), and you've already started your ads, you may have to set up a new account.

Postpay Billing - After you receive clicks, we automatically charge your card or account.

Direct Debit

Bank account payments (US bank accounts only)

Payments directly debited from your bank account without credit card limits or late fees.

Important notes:

- By selecting this option you are confirming that you are an AdWords business customer. [?](#)

- You must have an active bank account to process a payment.

Credit Card

American Express, JCB, MasterCard, Visa, and debit cards with a MasterCard or Visa logo

Prepay Billing - As you receive clicks, the cost is deducted from a prepaid balance.

Credit Card

American Express, JCB, MasterCard, Visa, and debit cards with a MasterCard or Visa logo

Note: You will pay Google AdWords for the ads you run. For details, read ['Understanding AdWords.'](#)

[« Back](#)

[Continue »](#)

Selecciona tu método de pago y haz clic en “Continue >>”.

En la siguiente página tendrás que leer y aceptar sus Términos y Condiciones y haz clic en “Continue >>”.

En cuanto les des toda la información que te piden, tendrás tu cuenta de AdWords lista.

Gana Dinero Con Esta Guía

Una de las formas más fáciles de ganar dinero por Internet es afiliarte a productos digitales que se vendan muy bien, promoverlos y ganar grandes comisiones.

Ganancias Con AdWords 2.0 es una de las guías digitales más vendidas a nivel mundial, y pagamos grandes comisiones a nuestros afiliados.

Puedes afiliarte gratuitamente y ganar un enormes comisiones por cada cliente que envíes a nuestro sitio Web por medio de tu liga de afiliado, la cual es:

<http://zzzzz.gcaw2.hop.clickbank.net>

Nota. Reemplaza “zzzzz” por tu ID de ClickBank.

Para para obtener tu ID de ClickBank, puedes registrarlo gratuitamente desde:

<http://www.gananciasconadwords.com/clickbank>

Solamente promueve tu liga de afiliado en Facebook, MySpace, foros, por e-mail, y a todas las personas que puedas.

Recuerda que entre más personas envíes, más dinero ganas.

¿Por qué nuestro programa de afiliados es diferente a los demás?

Por que no solamente te pagamos 60% de comisión en la primera venta de \$47, también te pagamos 60% de comisión en la segunda venta de \$37.

Por lo tanto, puedes ganar hasta \$44 dólares por cada cliente que envíes a nuestro sitio Web por medio de tu liga de afiliado.

A la fecha, somos el único producto en ClickBank que lo hace.

Así que, envía a todas las personas que puedas a tu liga de afiliado, ellos serán transferidos a nuestro sitio Web, y por cada uno que compre, tú ganas 60% del total de todas tus ventas de \$47 y \$37.

ClickBank te paga directamente a ti tus comisiones una vez por semana.

Palabras Finales

Por favor usa los ejemplos de campañas que te he dado con total libertad, y pon a trabajar todo lo que aprendiste en esta guía.

Quiero saber tus historias de éxito. Nada me haría más feliz que saber que poniendo en práctica todo lo que te enseñé aquí de AdWords has podido empezar un negocio de larga duración.

Pero **Ganancias Con AdWords 2** no se acaba aquí, cada vez que haya un cambio en AdWords o cuando encuentre una nueva y rentable estrategia de AdWords, te enviaré un correo electrónico.

Esto es un bono de por vida que recibes por ser mi cliente.

Finalmente, quiero agradecer a **Alex Goad**, porque a él le debo todo mi éxito.

Él no es solamente un gran vendedor en Internet, sino que es una gran persona y amigo. Él me ayudó con mi proyecto y siempre que lo necesito está allí para mí.

Pero él es así, siempre ayudando a los demás, y lo prueba en su nuevo club privado llamado **Players With Money**, que desafortunadamente cerró sus puertas debido a que solo permitía la entrada de 2000 miembros.

Estate atento a actualizaciones gratuitas de AdWords y muchas cosas más.

Tu amigo,

Jacobo Benitez