

## Pago por Clic

Aumenta ya el tráfico a tu web





## Pago por Clic

### ¿Qué son las campañas de Pago por Clic?

Habitualmente incluimos publicidad en lugares en los que buscamos clientes potenciales. Pero, ¿y si, en lugar de buscar clientes potenciales, fuesen ellos quienes nos buscasen y encontrasen?

Ésto es lo que posibilita el Pago por Clic. Gracias a esta técnica de publicidad, podrás anunciarte en Internet allí donde clientes potenciales buscan productos o servicios que ofrece tu empresa.

Mediante las campañas de Pago por Clic, aparecerás en los resultados de las búsquedas realizadas por usuarios de Internet en buscadores como Google o Yahoo, entre otros, en el momento en que dichos usuarios busquen palabras clave que hayas decidido adquirir previamente.

En cuanto un usuario haga clic en tu anuncio, irá a la página de tu web que hayas decidido, para que allí lleve a cabo una conversión (realizar una compra, rellenar un formulario de contacto, descargar un documento, etc.).

Este tipo de campañas son ofrecidas por los buscadores Google, Yahoo, Ask y Miva. Cada uno de ellos actúa de manera independiente, pero la metodología es la misma: participas en una puja, estableciendo el coste máximo que puedes permitirte por cada clic, para así aparecer en los resultados de búsquedas que interesen a tu modelo de negocio.

El lugar en el que aparecen los anuncios varía según los buscadores que ofrecen el servicio, pero siempre aparecen alrededor (a un lado, arriba o abajo) de los resultados naturales de dichos buscadores.

Overalia es  
usuario cualificada  
de Google AdWords

ADWORDS™

QUALIFIED  
INDIVIDUAL

Google™



En lo que se refiere al coste de estos anuncios, diferirá de si decides pagar por cada clic en tu anuncio o por cada mil impresiones del mismo (dependiendo de que quieras aparecer sólo en resultados de búsquedas, en sitios de contenido adheridos a ese buscador, o en ambos).

El precio mínimo que deberás pagar por cada clic o mil impresiones de tu anuncio dependerá del número de anunciantes con los que compitas por aparecer en los resultados de las palabras clave que hayas seleccionado.

## ¿Cuándo y para qué se emplean las campañas de Pago por Clic?

Las campañas de Pago por Clic posibilitan visibilidad inmediata en Internet para promocionar un sitio web, productos o servicios concretos e incluso, ofertas puntuales de los mismos.

Gracias a este tipo de publicidad interactiva, es posible conseguir un gran aumento de tráfico hacia tu sitio web en muy poco tiempo. Ya sea como apoyo para las campañas de marketing de la empresa o publicitar promociones puntuales sobre productos o servicios, las campañas de PPC demuestran una efectividad muy elevada.

Estar en el lugar donde posibles clientes buscan lo que tú ofreces otorga la ventaja de permanecer en el momento idóneo en la situación adecuada.

Pero, además de las razones descritas hasta ahora para realizar campañas de PPC, existen más razones como, por ejemplo:

### ■ Posicionar productos o servicios

Gracias a las campañas de PPC, lograrás que tu web esté en el momento preciso en el lugar adecuado cada vez que un cliente potencial busque en Internet los productos o servicios que ofreces.

### ■ Expandirse a nuevos mercados

Para poder internacionalizar tu negocio, sin necesidad de abrir una delegación en un nuevo país o de buscar distribuidores en ese mercado, podrás utilizar las campañas de PPC para realizar esa labor comercial.

### ■ Adelantar a la competencia

Internet es el nuevo campo de batalla para las empresas competidoras, y gracias a las campañas de PPC, podrás aparecer en los primeros resultados de las búsquedas, antes que tus competidores.

### ■ Branding

Ser el primero en los resultados que ofrecen los buscadores de la red sobre los productos o servicios que comercializas añade valor a tu imagen de marca.

# ¿Cómo lo hacemos? Nuestra metodología

Para controlar todas las variables que intervienen en este tipo de campañas, hemos establecido el siguiente plan de trabajo:

## 1 Planificación

de la campaña según los objetivos y estrategias internas, determinando países, idiomas, productos, competencia online y offline, presupuesto aproximado, buscadores y sitios.

## 2 Estudio

de las palabras clave para medir y analizar lo que buscan los usuarios. Así sabrás cómo están buscando tus productos y la forma en que operan las webs de la competencia. Sabrás, asimismo, cuáles son los portales, revistas y sitios relacionados con tus productos.

## 3 Evaluación

de la web para determinar si es adecuada para recibir el tráfico de las campañas. Es necesario tener en cuenta que será preciso dirigir al usuario a una página de destino que satisfaga las expectativas generadas en el anuncio. Para lograr que las campañas de PPC sean efectivas, es necesario que haya una coherencia entre el anuncio y el contenido que se ofrece. Este aspecto es determinante.

## 4 Compra

de palabras clave para agruparlas según criterios, teniendo en cuenta combinaciones y variables, faltas de ortografía, posibilidades de concordancia (amplia, exacta, de frase, negativa) y búsquedas con criterios de localización.

## 5 Edición

de los anuncios, según la clasificación de las palabras clave, probando textos y mensajes que sean específicos y relevantes. En esta etapa también se selecciona la página de destino a la que se dirigirán los usuarios que acceden a través del PPC.

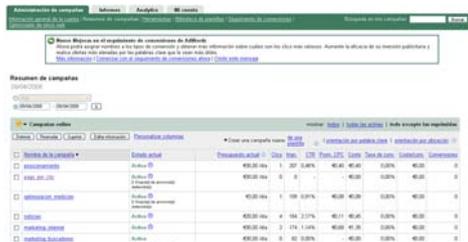
## 6 Monitorización

periódica para evaluar las campañas según los resultados, para poder así optimizar el presupuesto y mejorar el rendimiento de los anuncios.

En todo caso, la definición y el desarrollo de las campañas se llevará a cabo estudiando las recomendaciones del cliente, dado el conocimiento que posee sobre sus productos o servicios y el sector.

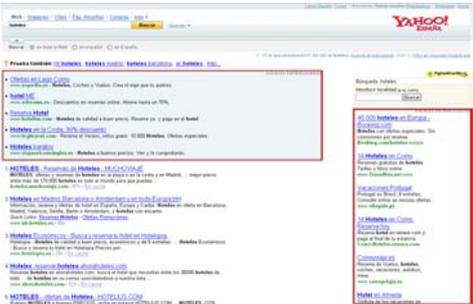
Los anuncios pueden ser dirigidos a públicos específicos, segmentándolos de la manera más oportuna (idiomas, países, localizaciones concretas, etc.).

Una vez realizadas las campañas de PPC, en Overalia creamos un acceso para el cliente a las mismas, para que pueda comprobar en cualquier momento el estado de éstas, su rendimiento y el coste acumulado hasta ese momento.



Campaña	Estado	Presupuesto	Coste	Impresiones	Clicks	Conversiones	Coste por clic	Conversiones por clic
1	Activa	40000.00	1.200	10.000.000	1000	100	1200.00	0.01
2	Activa	40000.00	2.500	20.000.000	2000	200	1250.00	0.01
3	Activa	40000.00	3.000	30.000.000	3000	300	1300.00	0.01
4	Activa	40000.00	4.000	40.000.000	4000	400	1400.00	0.01
5	Activa	40000.00	5.000	50.000.000	5000	500	1500.00	0.01





Además, en caso de decidir implantar el programa de análisis de tráfico web Google Analytics (también cabe la posibilidad de implantar los programas de analítica web Urchin u Omniture), para realizar un seguimiento de las campañas, el cliente también tendrá la posibilidad de acceder a dichos datos para examinarlos.

Con este programa de analítica web será posible establecer una serie de indicadores que determinen el rendimiento de las campañas, teniendo en cuenta las conversiones (venta de producto o servicio, envío de formulario, alta en boletín o newsletter, etc.) que se logran mediante las mismas.

Para la monitorización de las campañas, en Overalia creamos informes de seguimiento de las campañas, el posicionamiento generado gracias a las mismas, y los datos de tráfico del sitio web (incluyendo las conversiones obtenidas a través de las mismas).

Logramos que los clics a tus anuncios sean lo más rentables posible. Analizando tu situación (sector, productos, objetivos,...), escogiendo las palabras clave precisas, redactando los textos más efectivos, gracias a nuestra metodología conseguimos el mayor Retorno de Inversión (ROI) posible. Esto ocurre gracias a años de experiencia gestionando campañas de Pago por Clic. Además, el personal de Overalia posee la Certificación de Usuario Cualificado de Google AdWords.

## Precio de las campañas de Pago por Clic

El precio de la gestión de las campañas de Pago por Clic puede diferir por el número de campañas a realizar y la complejidad de las mismas.

El seguimiento de las campañas también varía en base a la complejidad de las campañas, el número de buscadores en los que se realizan y de la periodicidad de envío de informes, entre otras cuestiones.

Junto con las campañas de Pago por Clic, también cabe la posibilidad de implementar el programa de estadísticas Google Analytics para realizar un seguimiento del tráfico de la web.

El pago del coste los clics o impresiones que generen las campañas de Pago por Clic corresponderá al cliente y le serán facturados directamente a través de la plataforma de Pago por Clic seleccionada.

Si necesitas más información, o quieres que elaboremos una propuesta de Campañas de Pago por Clic a tu medida, puedes ponerte en contacto con nosotros.



**www.overalia.com**  
**masinfo@overalia.com**  
**902 820 920**

**Overalia San Sebastián**  
Oficina Central  
Camino Portuetxe 23 A, 4º oficina 7  
Donostia - San Sebastián 20018  
(Guipúzcoa)

**www.overalia.com**