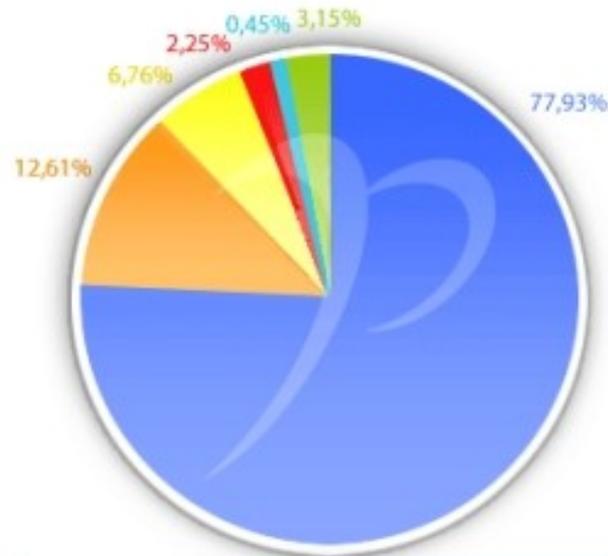

Acciones de publicidad

- Banners en sitios
 - Intercambio de banners o links
 - Servicios Pago Por Clic
 - Adwords google
 - Sistemas medición web
 - WEBrings
 - <http://dir.webring.com/rw>
-

Enlaces

- <http://www.marketing20.com/>
 - <http://www.analitia.com/>
-

Buscadores en España



¿Cuál es el buscador online más usado en España?

- Google
- Yahoo
- Msn (Windows Live)
- Ozú
- Lycos
- Otros

Google

77,93%

YAHOO!

12,61%

msn.

6,76%

Otros

3,15%

OZÚ
www.ozu.es

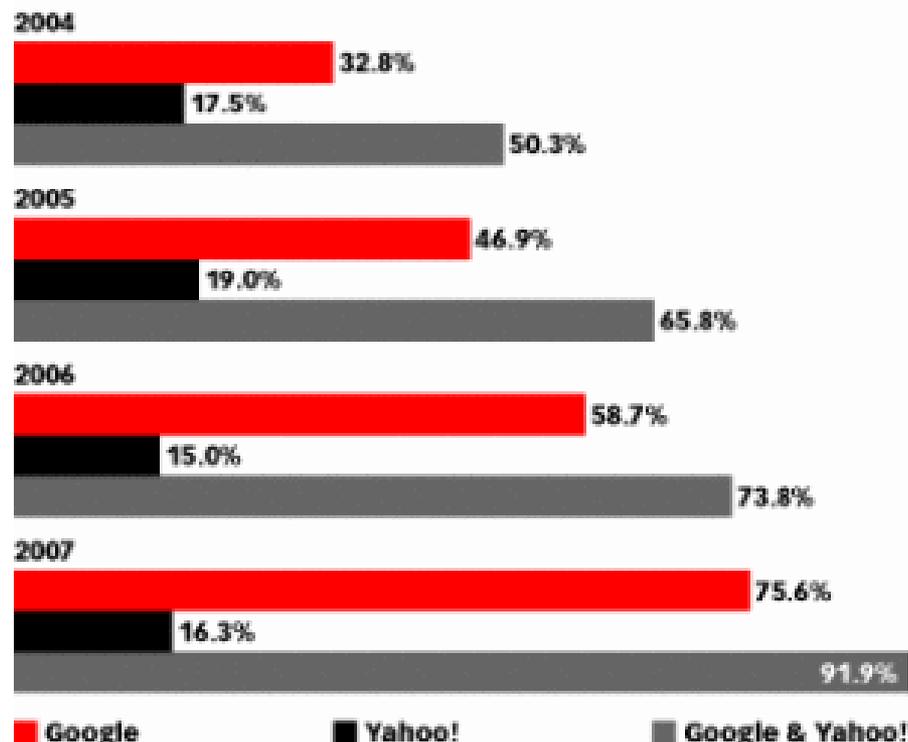
2,25%

LYCOS

0,45%

Publicidad on-line

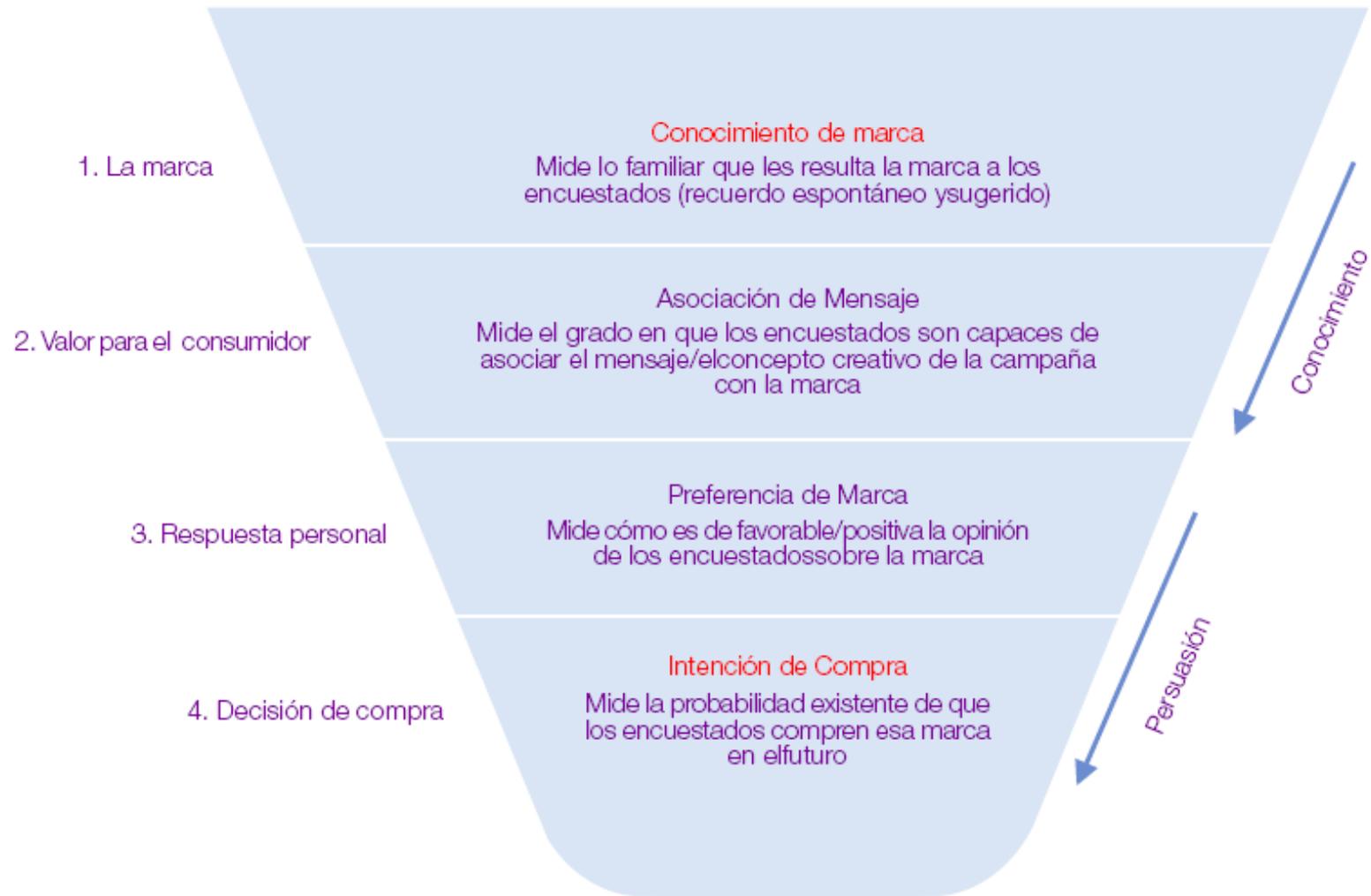
Google and Yahoo!'s Share* of US Paid Search Advertising Spending, 2004-2007



Note: *net of traffic acquisition costs (TAC)

Source: company reports, 2004-2007; eMarketer calculations, February 2007

Efectividad publicitaria



El uso del banner

- **¿Qué es?**
 - Imagen usada en Internet para hacer publicidad sobre algo
- **Conceptos**
 - **Impresión:** Medida del número de veces que un banner es mostrado.
 - **CTR (Click-through ratio):** ratio de las veces que un banner es pinchado respecto a las veces que es visualizado.
 - El CTR es el número de veces que un banner es visualizado dividido por el número de veces que es pinchado.
 - Por ejemplo, si un banner tiene un CTR de 20:1 indica por cada 20 veces que el banner es visualizado una vez es pinchado, es decir el banner es pinchado un 5% de las veces. Cuanto mayor es esta ratio mejor es el banner.
 - **CPM:** Coste por mil impresiones.
 - Es una manera de medir el precio de un anuncio mediante banners. Si el precio de un anuncio es de 300.-euros por CPM indica que por 300.-euros su banner será visualizado 1000 veces
- **Posición**
 - **Al comienzo y en la página principal**
 - **Contexto:** intentar que siempre pueda aparecer en un contexto adecuado, un buen ejemplo de lo que no se debe hacer es un banner escrito en español en una página en alemán.

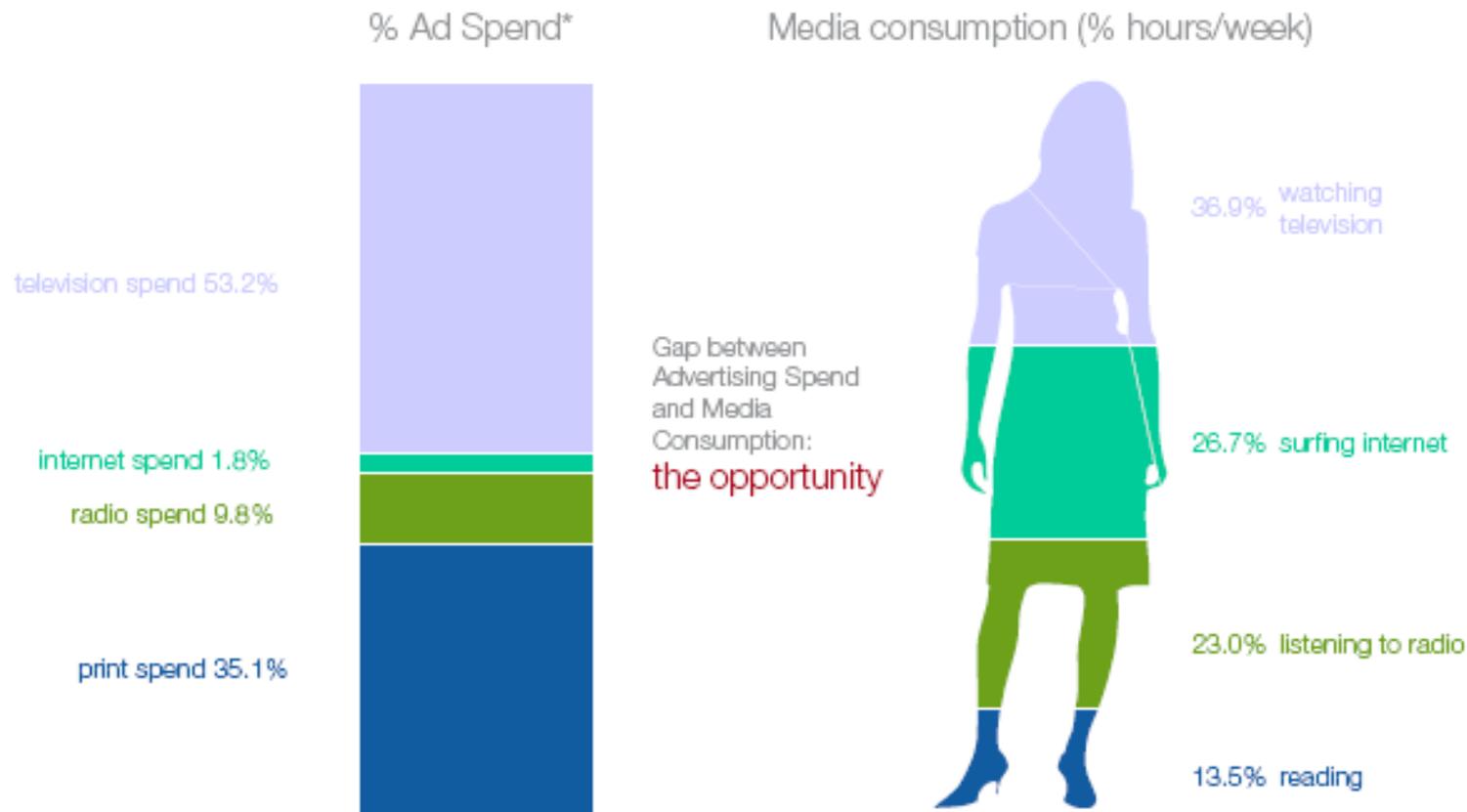
Clasificación de los tipos de publicidad en internet

- CTR - Click-Through Rate
- CPM or CPI - Cost Per Impression
- CPT - Cost Per Thousand
- PPC - Pay per click
- CPA- Cost Per Action
- CPC - Cost Per Click
- Compensation methods
- Google Adsense
- Performance-Based Advertising
 - http://en.wikipedia.org/wiki/Category:Internet_advertising

Sistemas de "Pago Por Tráfico", "Pago por Click" (PPC), o "enlaces patrocinados"

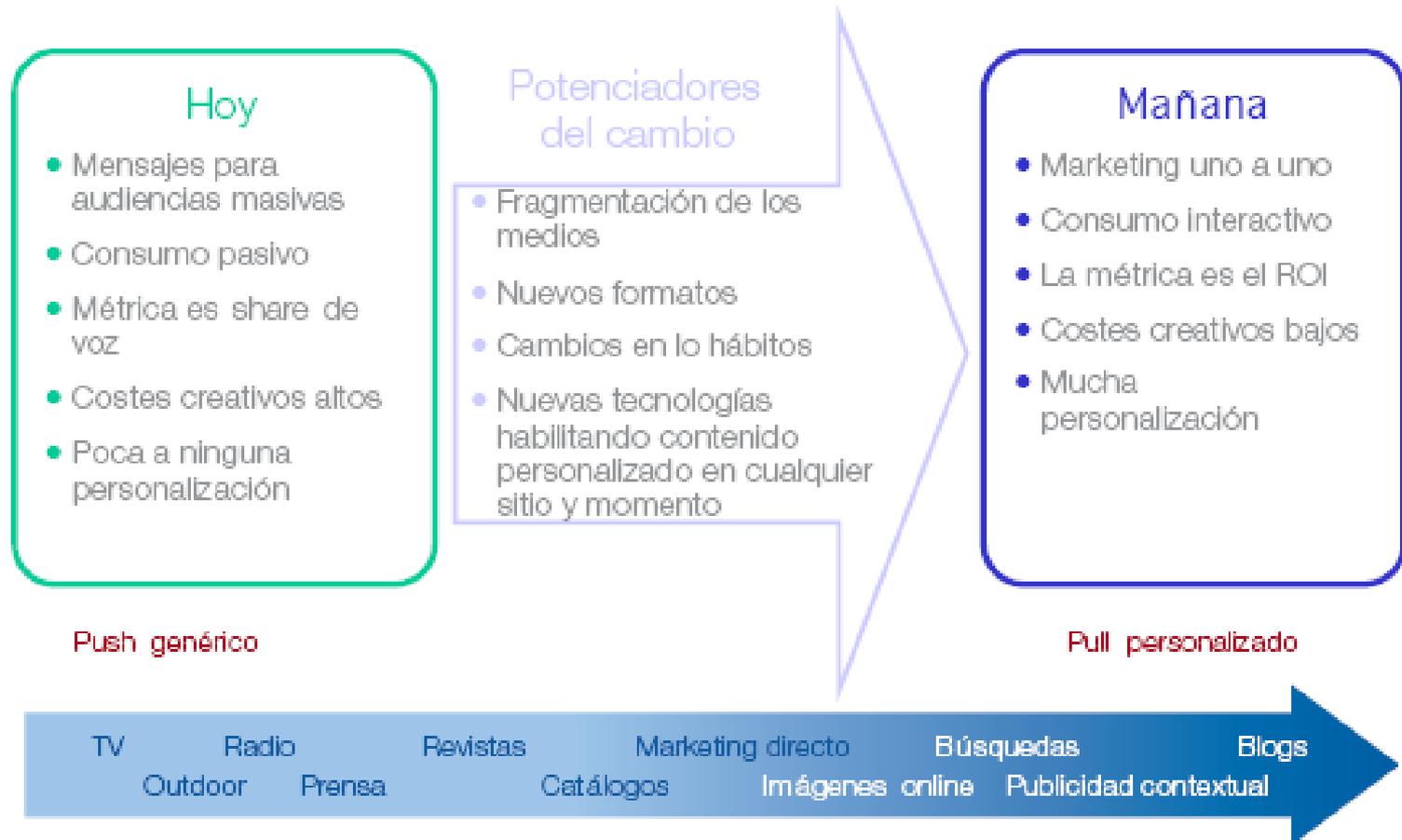
- ¿En qué consisten los sistemas de “Pago Por Click” PPC (“Pay Per Clic”)?
 - El anunciante paga por cada visita real que reciba
 - Los anunciantes pujan por obtener las primeras posiciones en las palabras clave de su interés
 - Los principales sistemas PPC que actualmente operan en España son:
 - Google Adwords, MIVA
 - Permiten a los anunciantes seleccionar una serie de palabras clave, unas URLs asociadas a las que dirigir a los visitantes
 - El orden en que se muestran los resultados dependerá de las apuestas realizadas por los anunciantes
 - Google ya no depende solo de la apuesta de los anunciantes, sino de otros elementos como la tasa de clicks (“Click-Through Rate” – CTR) del anuncio.
 - Es importante el estudio de las palabras clave asociadas y adecuadas a cada modelo de negocio

Los consumidores no son los de antes. El marketing tampoco debiera serlo



Source: NCP World, June 2006 and BIPE Interdeco/OIMD, October 2006
Base: Spain
*Does not include outdoor, which represents 7.6% of total ad spend in Spain

Las opciones que proporcionan los nuevos canales están cambiando el entorno del marketing



Solución para un destino turístico

Objetivos del destino turístico	Producto de Google Recomendado	Descripción
Reconocimiento del destino: Branding	Search/Adwords Content/Site Targeting Anuncios de Video Presencia en Google Video Analytics	Lograr el reconocimiento del destino junto con todos sus subdestinos y transversalmente a todas sus motivaciones de viaje
Visitas al site	Search/Adwords Búsqueda Local Anuncios en Maps Presencia en Google Maps Analytics	Lograr un flujo de visitantes cualificados –potenciales viajeros- desde los mercados emisores importantes; así como un flujo de los que ya están en destino para mejorar su experiencia de viaje
Generar Leads	Search/Adwords Content/Site Targeting Analytics	Lograr una base de datos de potenciales viajeros interesados en el destino con los que ponerse en contacto para informarles de todo lo relacionado con el mismo a lo largo de todo el año, intentando mitigar las estacionalidades
Información local	Search/Adwords Búsqueda Local Anuncios en Maps Presencia en Google Maps Analytics Anuncios para Móviles	Aprovechamiento de las funcionalidades del site para completar las estancias en destino de los viajeros, mezclando motivaciones y enriqueciendo su experiencia, al tiempo que se abre una puerta al aprovechamiento de los recursos por los locales

¿Por qué Google es el mejor partner para la promoción de un destino turístico?

- Más de 85% de los que buscan un viaje - aunque lo compren off line - hacen consultas sobre los destinos y servicios turísticos en un buscador.
- De esas búsquedas, Google tiene el 97,3% en España y más del 83% como media en los principales mercados emisores hacia España. Y más del 56% de las consultas están relacionadas con la búsqueda de un destino turístico.
- La publicidad en Google sólo se muestra al potencial viajero, es decir, a aquel que ha demostrado su interés por la misma. Y sólo supone un coste cuando efectivamente es vista por éste. Ello hace que sea el soporte publicitario más rentable.
- Con la ventaja añadida de que aunque como media en Europa el 30% del tiempo dedicado al consumo de medios de comunicación se lo lleva internet, tan solo se invierte un 5% de los presupuestos de marketing en internet.
- La red y productos de Google cubren todas las necesidades promocionales de un destino, desde el conocimiento del mismo antes y durante el viaje, hasta la venta de servicios turísticos, pasando por potenciación de su marca o la creación de bases de datos de potenciales viajeros.

¿Por qué Google es el mejor partner para la promoción de un destino turístico ?

- Anuncios de texto, banners, videos..., diferentes opciones y soportes que combinan eficientemente publicidad en buscadores con publicidad contextual y que se adaptan a las necesidades de un país, una autonomía, una región o un ayuntamiento.
- La cobertura y alcance de Google no tiene comparación con ningún otro soporte. Un simple dato, el programa de televisión más visto en la historia en Reino Unido tuvo una audiencia de 13 millones; el numero de usuarios únicos de Google en ese país es de 19,5 millones al mes.
- Google es la mayor fuente de información del mundo, tiene más de 456 Millones de usuarios únicos en el mundo y su red de publicidad es la nº 1 del mundo
- Los resultados en Google son siempre medibles y comparables por medios científicos. Y la gestión es centralizada y sencilla
- Una red Paneuropea y Americana de Google Travel, que permite configurar las estrategias comerciales con una visión global y con el mayor conocimiento de la situación y tendencias de cada mercado, en la que se conjuga un equipo mixto de personas relacionadas con el mundo de los viajes y con el de internet. Con la comodidad de centralizarlo todo desde Google España. Pero con la ventaja de ofrecer al anunciante 113 dominios, 109 lenguajes y oficinas en 19 países, incluido España
- Una amplia oferta de productos de valor añadido como Google Maps, Google Earth, Google Analytics y un largo etcétera. Maps Earth Blogs Video Toolbar Book Search

Google adwords



- Google adwords: pago por palabras patrocinadas
 - <https://adwords.google.com/select/Login>
 - <https://adwords.google.com/select/KeywordToolExternal?de>
 - Ejemplos de anuncios por palabra clave
 - <http://www.labnol.org/google-adsense-sandbox/>



https://www.google.com/local/add/login?hl=en-US&gl=US&utm_medium=et&utm_source=bizsols&utm_campaign=maps

Google adsense: Me pagan por la publicidad



- Sistema que permite a editores web mostrar, de forma fácil y rápida, anuncios Google relevantes al contenido de sus páginas.
- Se generan ingresos por cada clic que un usuario haga en los anuncios.
- Google AdSense es el programa que le proporcionará ingresos por la publicidad generada en cada página de su sitio Web, con una inversión mínima de tiempo y sin necesidad de recursos adicionales.
- https://www.google.com/adsense/login3?gsessionid=x-_rdi
- Explicación de cómo funciona
 - http://www.google.es/services/adsense_tour/index.html

Anuncios en Content (de texto, banners o video)

The screenshot shows the Condé Nast Traveller website. At the top, there's a navigation bar with the logo and '365 GUIDES inspired by the world's best travel magazines'. Below that, a search bar and navigation links are visible. The main content area features a magazine cover for August 2006 with the headline 'Up to 50% off' and 'SUBSCRIBE NOW!'. To the right of the magazine cover is a vertical banner for 'Star Alliance' with the text 'Up to 50% off'. Below the magazine cover, there are three sponsored content boxes, each with a 'Ad by Google' label:

- 5 Star Jamaica Resorts**: Escape To A Sophisticated Honeymoon Like No Other. Get More Info Today! www.RoyalParadise.com
- Explore Argentina**: Explore this Breathtaking Country with the Leader in Patagonia Travel www.PatagoniaCalling.com
- Antigua Small and Simple**: Long Bay Hotel, Antigua, Since 1956 Trip Advisor Top rated by Guests www.longbayhotel.com

Below these boxes is a 'RELATED INFORMATION' section with several links and a 'NEW' tag.

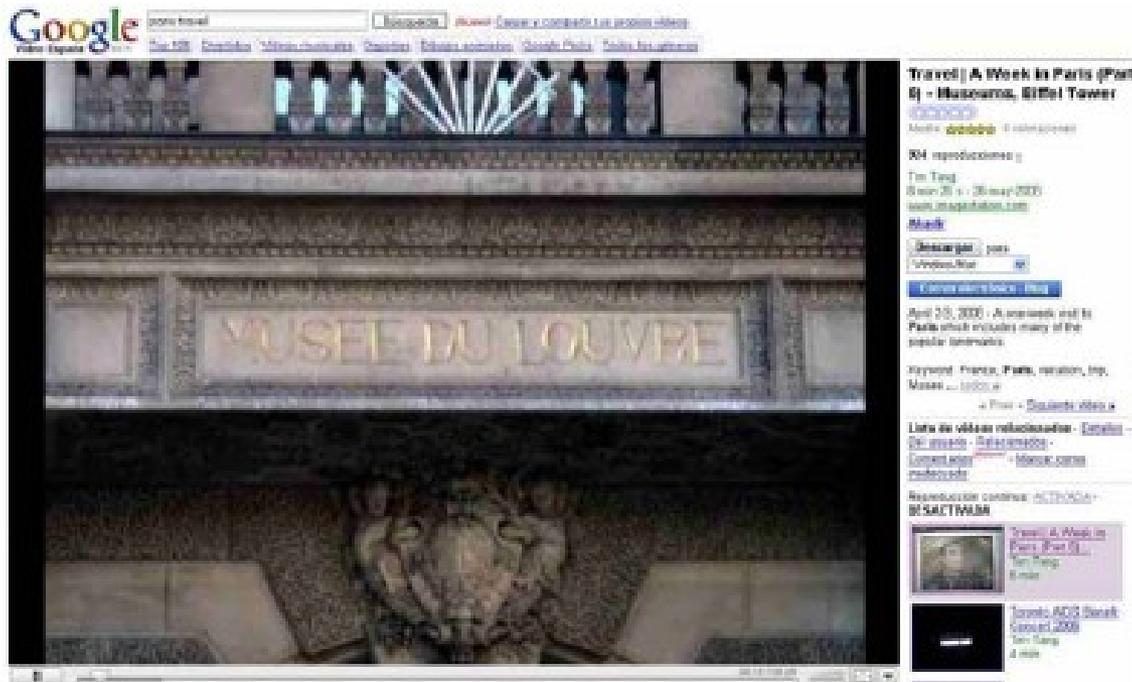
- orientados a una búsqueda más específica y especializada
- Los anuncios mostrados están muy vinculados con el contenido de la página
- Como en Search, el anunciante paga sólo por clicks del potencial viajero
- Google Content Network es la red de publicidad más grande del mundo

Site Targeting: Anuncios de texto, imágenes y video colocados en sites específicamente seleccionados (custom channels)

The screenshot shows the homepage of concierge.com. At the top, there's a navigation bar with links for 'destinations', 'ideas', 'best of', 'travel tools', and 'deals'. Below this, there's a search bar and a 'Traveler' logo. The main content area features a map of Europe with various cities marked. To the right, there are several promotional banners: one for 'Discover Your Holland' with a contest to win a trip to Amsterdam, another for 'FREE Year of Condé Nast Traveler' (a subscription offer), and a third for 'BRITISH AIRWAYS' promoting a contest to win a London holiday. The page is cluttered with text, images, and navigation elements, typical of a travel website.

- 2.500MM de páginas vistas al día
- 456MM usuarios únicos al mes
- 68% de alcance de usuarios de internet
- 90x Exposure Rate
- 1000's de sites

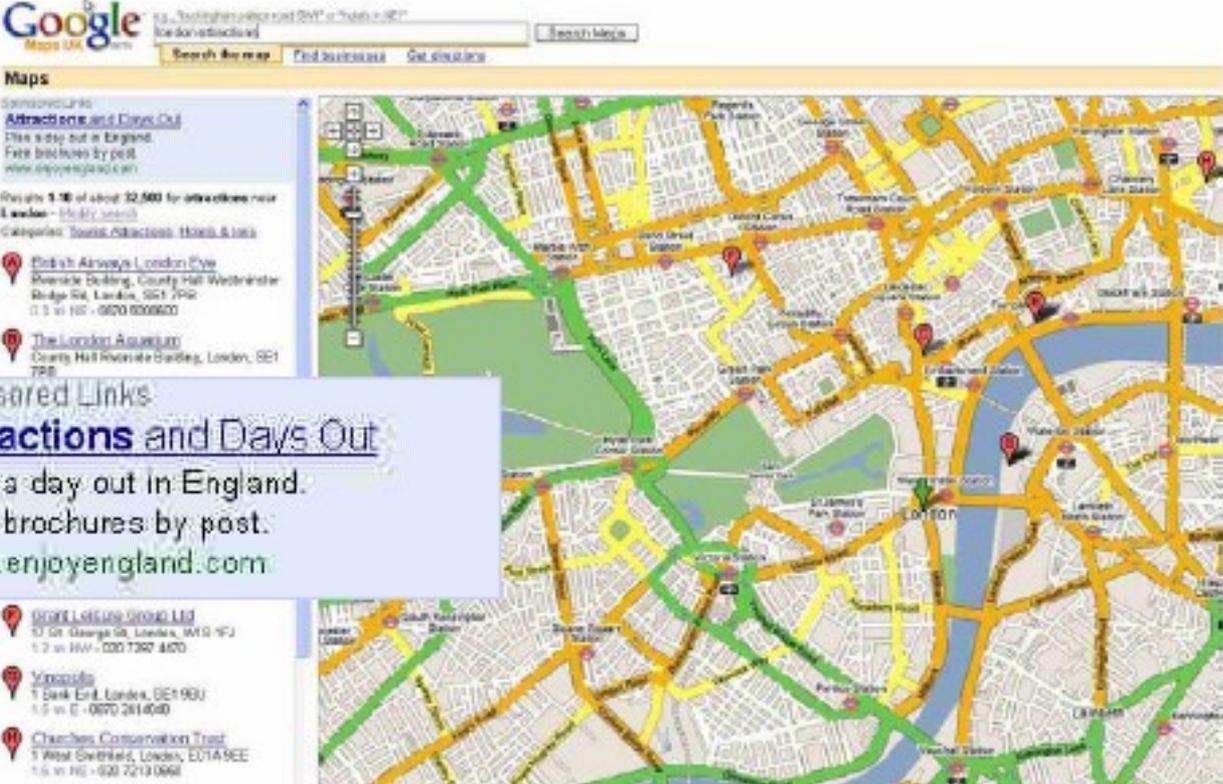
Google Video y Google YouTube



The image shows a screenshot of a Google Video search result. The main video player displays a close-up of the 'MUSEE DU LOUVRE' sign on a stone wall. To the right of the video player, the search results include the title 'Travel | A Week in Paris (Part 6) - Museums, Eiffel Tower', the uploader 'Tim Tang', the upload date 'Apr 20, 2008', and the number of views '304 reproducciones'. Below this, there are options to 'Descargar' (Download) and 'Compartir' (Share) the video. A 'Reproduccion controlada' (Controlled playback) section is also visible, showing a small thumbnail of the video and the text 'A Week in Paris (Part 6) - Museums, Eiffel Tower'.

Permite aumentar la presencia online y su alcance simplemente cargando los videos del destino en las plataformas de video de Google

Google Maps: la mejor forma de "situar" la información



The image shows a screenshot of the Google Maps website. The top left features the Google logo and a search bar. Below the search bar are navigation options: "Search by map", "Find businesses", and "Get directions". The main map area displays a detailed street view of London, with various landmarks and transportation routes highlighted in yellow and green. On the left side, there is a sidebar with search results and sponsored links. The search results include "Attractions and Days Out" with a description and a website link, and "The London Aquarium" with its address and phone number. The sponsored links section is highlighted with a blue box and contains the following text:

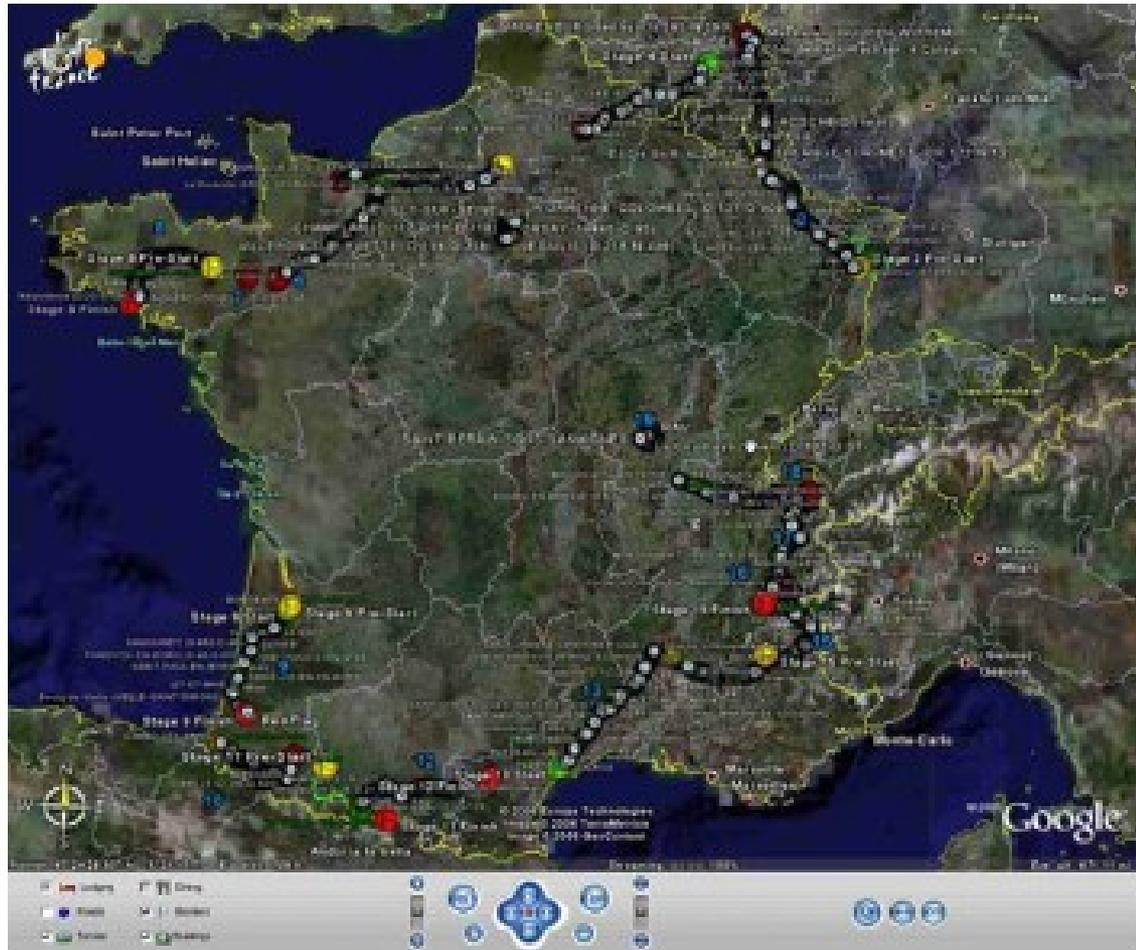
Sponsored Links
Attractions and Days Out
Plan a day out in England.
Free brochures by post.
www.enjoyengland.com

Below the sponsored links, there are three more search results, each with a red location pin icon and text:

- Great Leisure Group Ltd**
21 St George St, London, W1D 4EJ
1.2 in W - 020 7367 4470
- Vivacool**
1 Dark End, London, SE19 3U
1.5 in E - 020 261 4040
- Churches Conservation Trust**
1 West Greenfield, London, E11A 5EE
1.5 in NE - 020 7213 0668

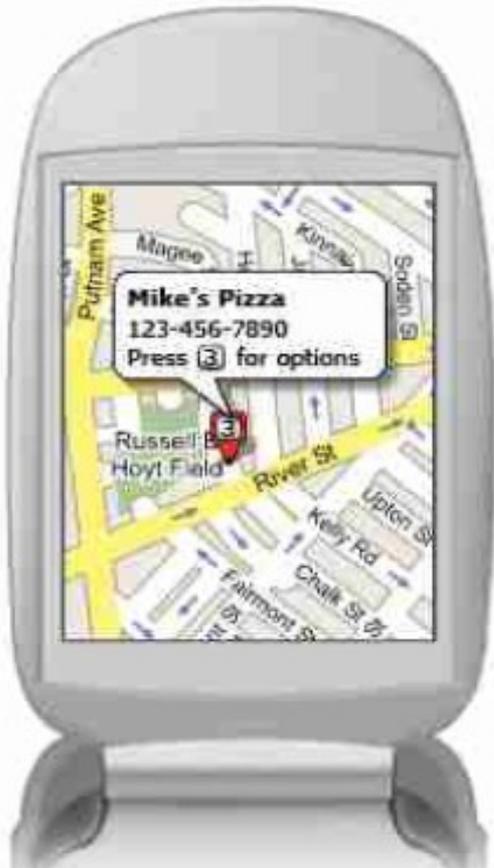
- Los clientes pueden remitir sus propios landmark directamente en Google a través de la web sin coste

Google Earth



Sirve para crear una fuente de información única, diferenciada, atrayente e impactante para el viajero

Maps y Anuncios en móviles



- Google ofrece una creciente variedad de aplicaciones para aquellos que están ya de viaje
- Los dispositivos móviles de los viajeros son cada vez más potentes y completos
- Los servicios móviles de Google permiten a los viajeros acceder cuando se encuentran en el destino a toda la información que necesitan

Servicios publicitarios

- Search
 - https://adwords.google.com/support/?hl=en_US
 - Local Business Ads
 - <http://www.google.com/local/add>
 - Google Maps API
 - <http://www.google.com/apis/maps/>
 - Content Network
 - <https://adwords.google.com/select/afc.html>
 - Site Targeting
 - <https://adwords.google.com/select/afc/site.html>
 - Video
 - <http://video.google.com>
 - Calendar
 - <http://www.google.com/calendar>
 - Site Analytics
 - <http://www.google.com/analytics/>
-

MIVA

- <http://www.miva.com/es/content/advertiser/lan>
 - <http://www.miva.com/es/>
 - Tutorial
 - <http://www.miva.com/es/content/advertiser/overview>
 - Otra publicidad
 - <https://adcenter.looksmart.com/security/login>
-

Enlaces patrocinados Sponsored Search Yahoo search marketing



- Palabras contratadas
 - http://searchmarketing.yahoo.com/es_ES/arp/srch.php?o=ES0126&t
 - Publicidad en buscadores
 - http://searchmarketing.yahoo.com/es_ES/
 - <http://searchmarketing.yahoo.com/>
 - http://searchmarketing.yahoo.com/es_ES/srch/index.php
 - <http://local.yahoo.com/> publicidad local
 - <http://publisher.yahoo.com/>
-

Microsoft adcenter

- <https://adcenter.microsoft.com/Default.aspx>
- Publicidad local
 - <http://local.live.com/>

Microsoft adCenter Campaigns Accounts & Billing Research Reports User: ojoinernet | Sign out | My Settings | F

Keyword Generation Tool

This tool will automatically generate keywords based on the word or website address you type. Please only select keywords which meet editorial guidelines and do not infringe upon trademarks owned by other parties.

Search: christmas gift Language/Region:

Keyword Search Traffic Page 1 of 20

Contains Term	Similar Terms	Keyword	Last month	Current month
<input type="checkbox"/>		christmas gift ideas	1,754	264
<input checked="" type="checkbox"/>		christmas gift	250	33
<input type="checkbox"/>		christmas gift idea kid	109	9
<input type="checkbox"/>		christmas gift kid make	109	8
<input type="checkbox"/>		christmas gift kid can make	107	9

Keyword Collection View Profile Last month Copy Delete

Keyword	Last month	Current month
<input checked="" type="checkbox"/> christmas gift ideas	1,754	264
<input type="checkbox"/> christmas gift	250	33
Total	2004	297

Traffic Trends

Age and Gender

Geography

Charting for: Keyword Collection

Click a tab on the left to view a chart of demographic data for your selected keyword list. Each tab displays a graph for that specific type of demographic information.

Una nueva puerta para el Marketing:

Implicación: A través de nuestra experiencia en Marketing a lo largo de todo el Mundo

Microsoft® Digital Advertising Solutions



Audiencia: Nosotros ofrecemos un gran abanico de targets y volumen de audiencia entre todas las propiedad de Microsoft

Acuerdos: Ejecutar las campañas dando soluciones rentables a nuestros socios

Publicidad en texto

- Snap shot texto dinámico, enlaces y publicidad en los texto del sitio web
 - Previsualizar las páginas que tenemos linkeadas para poder decidir si queremos o no hacer click en ese vínculo.
 - <http://www.snap.com>
 - <http://blog.snap.com>
 - PreviewShot™, WikiShot™ MovieShot™
StockShot™ VideoShot™ PhotoShot™ ProductShot™
AudioShot™ Reuters CompanyNewsShot
-

Publicidad texto

In-text advertising

- Técnica de publicidad en web que muestra una ventana tipo bocadillo con un anuncio, cuando el ratón pasa sobre un texto que aparece subrayado como si fuera un enlace.
 - Este formato publicitario es una espléndida manera de arruinar completamente la experiencia de navegación por un sitio web, ya que se termina con la sensación de caminar sobre un campo de minas
 - Tex link ads
 - <http://www.text-link-ads.com/>
 - Vibrant
 - <http://www.vibrantmedia.com>
 - Kontera (tecnología)
 - <http://www.kontera.com/>
-

Anuncio emergente

- Ventana que aparece superpuesta a la ventana del navegador cuando se visitan algunos sitios web.
 - Resulta particularmente molesto ya que cubre parte, o toda, la ventana que se está intentado leer.
 - Se utilizan extensivamente con fines publicitarios, aunque la publicidad no es el único uso para las ventanas emergentes.
-

Mas publicidad

- askjeeves

- <http://sponsoredlistings.ask.com/>
- <http://sponsoredlistings.ask.com/lycos/index.html>
- <http://www.ineedhits.com/paid-inclusion/ask-jeeves->

- Información sobre publicidad

- <http://www.payperclicksearchengines.com/>
-

Claves: El sitio web

- Accesibilidad
 - Un diseño bien estructurado para el usuario. (Usabilidad)
 - Información fácil y clara. (Usabilidad)
 - Seguridad
 - Privacidad de los datos
 - Responder sabiamente a los avances tecnológicos y a la demanda del cliente
 - Utilización de perfiles de usuario
 - Fiabilidad
 - Rapidez
 - Tener dominio propio, y buzón asociado al dominio
 - Promoción del sitio web
 - Darlo a conocer (campaña de publicidad)
 - Hacerlo visible en Internet
 - Buen posicionamiento en buscadores
-