

Esto es un capítulo del libro 100% AdSense. Copyright 2009 Javier Buckenmeyer

[Haz clic aquí para conseguir el libro completo.](#)

9 - Escogiendo temas

Lo más importante que quieres tomar en cuenta al escoger el tema de tu Web es simplemente lo que más te interesa, sobre todo si estás empezando y tienes que encargarte tú de todo el trabajo y de la redacción de todos los contenidos. Si tienes recursos económicos para invertir en tus Webs, quizás te puedas permitir hacer prevalecer la rentabilidad. Pero no es necesariamente la buena elección.

Piensa a largo plazo

Al final, lo que quieres es crear algo que te va a dar dinero durante el resto de tu vida. Te puedo comentar en base a mi experiencia que si empiezas algo que no te interesa mucho, se convierte en una carga el tener que seguir trabajando en ello, aunque te dé dinero.

Sin embargo, si disfrutas el proceso de crear Webs y colaboras con otras personas, quizás el tema en sí no sea tan fundamental para tu satisfacción personal. Tengo Webs que me interesan mucho más que otras, pero todas me aportan algo por el simple hecho de que disfruto creando estas 'propiedades en-línea'.

Anunciantes necesarios

Tomando en cuenta que los anunciantes siempre tienen algo que vender, las páginas sobre productos siempre pueden conseguir anuncios relevantes. Al mirar temas hace poco, encontré algo tan sencillo como 'cubierto piscina' que estaba hasta arriba de anunciantes. Si quieres hacerte una idea de la competencia entre anunciantes, solo tienes que buscar temas en Google y mirar cuántos enlaces patrocinados encuentras.

Buscando relevancia

Cuando estás creando Webs pensando en AdSense como mayor fuente de ingresos, es muy importante asegurarte de que habrá anuncios relevantes para el contenido de tu página. Anuncios relevantes producirán un porcentaje de clic mucho mayor. Un 15% de clics se convierte en 5 veces más ingresos que un 3%. Al menos que lleves una comunidad, quieres llevar un CTR por encima del 8%.

Antes de empezar todo el trabajo de desarrollar una Web, puedes usar el [AdSense Sandbox](#) para ver si te saldrán anuncios relevantes para el tema que estás pensando. Solo tienes que

meter la palabra clave del tema sobre el que estás pensando hacer la Web y te mostrará qué anuncios te saldrían en la página. ¿Si fueras un visitante a tu página, te interesaría ver esos anuncios?

También puedes hacer 'mini-páginas' y colocarlas en servidores de hosting gratuito para ver qué tal rinden con AdSense antes de hacer alguna web completa.

Geo-targeting

Recuerda que, muchas veces, los anunciantes solo anuncian en determinadas zonas geográficas: eso se llama geo-targeting. Entonces, si estás en Colombia por ejemplo, puede que no veas los anuncios de los anunciantes españoles. Y los anuncios que salen en la pantalla de un visitante tuyo pueden ser distintos de los que te salen a ti, dependiendo de donde accede el visitante. También encontrarás diferencias si buscas en Google.com, Google.es etc. porque los anunciantes también pueden limitar sus anuncios a ciertos idiomas.

Herramientas para escoger temas

Hay miles de herramientas en internet para mirar temas y palabras claves. Uno que me parece muy útil es: [AdWords External Keyword Tool](#).

Esto es lo que usan los anunciantes para buscar las palabras claves más rentables para AdWords, pero es igual de útil para editores.

Solo tienes que definir el idioma y el país de los resultados, y meter la palabra clave o un tema. Al salir los resultados, verás una selección que pone 'Seleccione las columnas que desea mostrar:'. Aquí puedes seleccionar 'Mostrar todo'.

A continuación verás una lista con el término que has buscado y otros términos similares, normalmente incorporando algunas de las mismas palabras. Por ejemplo, si escogemos 'coches', nos sale:

- Coches - \$0,48
- Coches usados - \$0,44
- Coches ocasión- \$0,38
- Coches de segunda mano- \$0,37
- Coches segunda mano- \$0,39
- Coches importación- \$0,27
- Etc.

Muchas veces, el pago por clic es muy aleatorio. El mismo tema te puede dar un clic de 1 céntimo un día y un clic de \$1 el día siguiente, dependiendo del anuncio que sale.

Al lado de las palabras está el coste por clic que tienen que pagar los anunciantes para salir entre las 3 primeras posiciones para cada término. Puedes ver también el nivel de competencia que hay entre anunciantes así como el volumen de búsquedas.

Google acaba de incorporar cifras reales de búsquedas en la herramienta, haciéndolo bastante completo. Otra buena herramienta para esto está en seobook.com:

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

Si buscamos el mismo término, 'coches', podemos ver cuántas veces se busca ese término en Google, Yahoo y MSN cada día.

Para resumir, solo con estas 2 herramientas puedes ver los costes por clic, el número de búsquedas reales cada día y el nivel de competencia entre anunciantes para cada frase o palabra clave.

Querrás también tomar en cuenta el nivel de competencia entre editores para cada tema (mira más el nicho o el tema que las palabras claves en concreto). Puedes simplemente hacer búsquedas en Google y ver cuántas páginas relevantes salen para cada tema.

Será más fácil salir primero para un nicho preciso que uno más general pero también estarás más limitado en audiencia. Por ejemplo, si haces una página de coches, será difícil salir primero para un término tan general como 'coches'. Pero si haces una página sobre el coche 'Aston Martin', hay muchas más posibilidades de salir más alto en los resultados de búsquedas para 'Aston Martin'.

Sin embargo, la mayoría del tráfico a tu página vendrá de búsquedas muy variadas así que no es necesario encerrarse en un nicho muy segmentado para AdSense. Solo es útil si estás apuntando hacia palabras claves muy específicas que pagan muy bien.

Si realmente quieres ser un experto en crear Webs para AdSense, puedes usar el servicio de [Keyword Country](#). Es un servicio de pago muy bien hecho para buscar específicamente temas en AdSense.

Esto es un capítulo del libro 100% AdSense. Copyright 2009 Javier Buckenmeyer

[Haz clic aquí para conseguir el libro completo.](#)