



Zazzle

Guía para asociados





Índice

Introducción

Crear y monitorizar tus enlaces

- Crea enlaces
- Monitoriza tus referencias

Redes sociales

- Facebook
- Google+
- Pinterest
- Wanelo
- Tumblr
- Twitter
- HootSuite

Palabras clave y SEO

- Palabras clave
- Guía breve de SEO

Preguntas frecuentes

Contacto

Zazzle



Introducción

¿Qué es el marketing de afiliación?

El marketing de afiliación es una rama de marketing basada en resultados a través de la que puedes conseguir comisiones por enviar tráfico a una página web. Cuando un cliente pulsa tu enlace (o banner) de afiliado y realiza una compra, la empresa puede monitorizar desde dónde ha llegado el cliente a su página y pagarte una comisión.

El programa de asociados de Zazzle

Con **Zazzle** puedes ganar hasta un 15% por venta, además de hasta un 17% más a modo de **bonificación por volumen**. Puedes enlazar a cualquier página de **Zazzle** y recibir un 15% por cada compra que se realice a través de tu enlace. Los **enlaces de referencia** son una forma perfecta de monetizar los enlaces que compartes en tus redes sociales, tu página web, correos electrónicos o *newsletters*.

Resumen del programa

Duración de la <i>cookie</i> de referencia*	45 días
Pago mínimo por referencia	15%
Bonificación por volumen	A partir de 76 € - 17%
Pago mínimo	50 €
Métodos de pago	Paypal
Porcentaje de devoluciones	Menos del 1%
Productos para todos los nichos	Sí – ¡Prueba a buscar algo!
Puede enlazarse a marcas	Sí – Ver marcas al final de la guía
Herramientas promocionales	Gratuitas

*Una *cookie* es una porción de datos que los navegadores utilizan para comunicarse con una página web (a través de un servidor) con respecto a la actividad de un usuario.

Zazzle



Crea enlaces

Crear un enlace de referencia en Zazzle es muy sencillo: puedes usar las instrucciones que verás a continuación a modo de guía.

1 – Tu ID de asociado

Tu ID (número de identificación) de asociado estará compuesto por 18 dígitos, que empezarán con 238xxxxxxxxxxxxxxx. Una vez que inicias sesión en tu cuenta, puedes ver tu ID de asociado en tu [página de asociado](#).

2 – El parámetro RF

Cuando añadas tu ID de asociado a un enlace de Zazzle, debes incluir “?rf=” antes del número, de forma que en la dirección final aparezca “?rf=238xxxxxxxxxxxxxxx”. Solo hay una excepción a esta regla: si la URL ya contiene un “?”, deberás añadir “&rf=”.

Por ejemplo, si quieres dirigir a los visitantes a una categoría de productos, verás que la dirección ya incluye un “?” de por sí. En este caso, solo tienes que añadir “&rf”, de forma que quede así:

<http://www.zazzle.es/Nombredelatienda/gifts?cg=StoreCategoryId&rf=238xxxxxxxxxxxxxxx>

Si quisieras promocionar la categoría “Animales” en la tienda NidhiArt Store con el número de asociado 238456789012345678, tendrías que construir un enlace así:

<http://www.zazzle.es/nidhiart/gifts?cg=196680949759266871&rf=238456789012345678>

3 – Diferentes tipos de enlaces

• Enlaces a tiendas

Los [enlaces a tiendas](#) se crean añadiendo el nombre de la tienda y tu ID de asociado a la URL de la página principal de Zazzle.

<http://www.zazzle.es/Nombredelatienda?rf=238xxxxxxxxxxxxxxx>

Zazzle



En el enlace de arriba, **Nombredelatienda** es el nombre de la tienda que te gustaría promocionar, y **238xxxxxxxxxxxxxxxx** es tu ID de asociado.

Por ejemplo:

Si quieres promocionar Lilyasspace y tu ID de asociado es 238456789012345678, tu enlace quedaría así:

<http://www.zazzle.es/Lilyasspace?rf=238456789012345678>

• **Enlaces a productos**

Los enlaces a productos se crean añadiendo tu ID de asociado a una URL de producto de Zazzle.

http://www.zazzle.es/descrpcion_producto-PID?rf=238xxxxxxxxxxxxxxxx

En el enlace de arriba, **descripcion_producto-PID** son los datos específicos del producto que quieres promocionar, y **238xxxxxxxxxxxxxxxx** es tu ID de asociado.

Por ejemplo:

Si quieres promocionar un producto cuya descripción es “viajero_del_tiempo_camiseta” y cuyo PID es 235550434306653436, y tu ID de asociado es 238456789012345678, tu enlace quedaría así:

www.zazzle.es/viajero_del_tiempo_camiseta-235550434306653436

• **Enlaces a páginas de búsqueda**

Los enlaces a páginas de búsqueda se crean añadiendo tu ID de asociado a una URL de página de búsqueda de Zazzle:

<http://www.zazzle.es/Urldepaginadebusqueda?rf=238xxxxxxxxxxxxxxxx>

En el enlace de arriba, **Urldepaginadebusqueda** es la página de búsqueda de Zazzle que quieres promocionar, y **238xxxxxxxxxxxxxxxx** es tu ID de asociado.

Por ejemplo:

Si quieres promocionar la página de búsqueda “centro+de+regalos” y tu ID de asociado es 238456789012345678, tu enlace quedaría así:

<http://www.zazzle.es/centro+de+regalos?rf=238456789012345678>

Consulta más ejemplos de enlaces a tiendas, productos y páginas de búsqueda [aquí](#) (en inglés).



Monitoriza tus referencias

Monitorizar y analizar tus referencias puede ayudarte a aumentar tus ganancias, ya que te permite centrarte en las campañas promocionales que mejor funcionan para tu tienda. Aquí podrás ver dónde puedes encontrar toda la información que necesitas.

Resumen del informe de enlaces y referencias

Informe	Explicación	Datos útiles	URL
Historial de enlaces	Número de clics que recibieron tus enlaces en un día determinado.	- Aumento de referencias según fecha. - Tendencias de clic por semana. - Tendencias de clic por mes.	https://www.zazzle.es/my/associate/linkoverhistory
Total de referencias	Resumen de referencias pendientes, autorizadas y totales.	- Número total de referencias en los últimos 30 días.	https://www.zazzle.es/my/earnings/referraltotals
Referencia por producto	Resumen de los productos que se han vendido a través de tu enlace de referencia.	- Tipo de productos por los que has recibido comisiones de referencia por mes, trimestre, año o periodo específico.	https://www.zazzle.es/my/earnings/referralproducts
Historial de referencias	Resumen de referencias pendientes, autorizadas y totales.	Archivo CSV (para descargar)	https://www.zazzle.es/my/earnings/referralhistory

Archivo CSV y códigos de monitorización

Descargar tu archivo CSV es muy útil para analizar tus estadísticas. Deberás tener Excel en tu ordenador: si tienes Microsoft Office, debería estar instalado por defecto.

Cuando tengas el archivo CSV descargado (lo encontrarás en la carpeta Descargas con el título "referralHistory.csv"), haz doble clic y ábrelo en Excel. Si no tienes Excel instalado en tu ordenador, puedes usar la aplicación Hoja de cálculo de Google Drive. Si eliges esta opción, tendrás que copiar y pegar los datos de tu CSV en tu Hoja de cálculo de [Google Drive](#). A continuación tienes un ejemplo de cómo se vería tu archivo CSV al abrirlo.

Zazzle



A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
Fecha	ID de producto	Título de producto	ID de pedido	Fuente	¿Mi diseño?	Subtotal	% referencia	Cantidad referencia	Referencia convertida	Estado	Código de monitorización
12/8/14 8:34	175-29188340-5	Tarjeta 50 cumpleaños	169-19587517-589	No	No	20,95 €	15	3,14 €	3,14 €	autorizada	FB12345
12/8/14 7:57	149-93297672-5	Bolsa tote iniciales	169-43130776-732	No	No	8,97 €	15	1,35 €	1,35 €	autorizada	TM12356
12/8/14 6:10	168-46544107-4	Cojín gris chevrón	169-92444292-495	No	No	26,52 €	15	3,98 €	3,98 €	autorizada	PIN1230305
12/8/14 1:23	175-06864853-8	Invitaciones de boda Lo	169-50126164-226	No	No	9,47 €	15	1,42 €	1,42 €	autorizada	TW123456
12/8/14 1:23	175-06864853-8	Invitaciones de boda Lo	169-34999157-208	No	No	9,47 €	15	1,42 €	1,42 €	autorizada	x190374784
12/8/14 1:23	175-06864853-8	Invitaciones de boda Lo	169-07933012-257	No	No	9,47 €	15	1,42 €	1,42 €	autorizada	093n15325

Aquí puedes ver que el código de monitorización está en la columna L: si has añadido códigos de monitorización a tus enlaces, podrás consultarlos en dicha columna. Los códigos de monitorización te ayudan a identificar de dónde proceden tus enlaces de referencia, para que puedas analizar qué redes sociales, páginas web y blogs te funcionan mejor. A continuación podrás ver cómo crear un código de monitorización.

Código de monitorización

Puedes añadir un código de monitorización a tu enlace incluyendo un parámetro “**tc**” seguido del código que prefieras.

Ejemplo de enlace a producto:

Así sería tu enlace a un producto con el código de monitorización FB12345678:
<http://www.zazzle.es/producto-PID?rf=238XXXXXXXXXXXXXXXXXX&tc=FB12345678>

Ejemplo de enlace a página de búsqueda

Así sería tu enlace a una página de búsqueda con el código PIN12345:
<http://www.zazzle.es/paginabusqueda?rf=238XXXXXXXXXXXXXXXXXX&tc=PIN12345>

Ejemplo de enlace a tienda

Así sería tu enlace a una tienda con el código de monitorización TM8675309:
<http://www.zazzle.co.uk/SearchPageUrl?rf=238XXXXXXXXXXXXXXXXXX&tc=PIN12345>

Zazzle



También puedes crear un enlace a tu tienda en:
<http://www.zazzle.es/my/associate/storelink>

Introduce el nombre de la tienda y cualquier código de monitorización, como *mifacebook*, *miblog*, *mipaginaweb*, etc. (Te recomendamos que utilices nombres de páginas reales, es decir, si tu página de Facebook se llama Las mejores camisetas, utiliza *las_mejores_camisetas*) y pulsa Crear enlace para conseguir el enlace con el código de monitorización.

Crear enlace

Usa los enlaces de la tienda para mostrar a tus diseñadores favoritos de Zazzle en tu página web. Introduce el indicador de la tienda a la que quieres enlazar en el cuadro de texto que aparece a continuación.

Nombre de la tienda

Código de seguimiento (opcional):

Añade un código de seguimiento estándar para poder rastrear desde dónde se pulsó el enlace. Los códigos de seguimiento pueden tener hasta 100 caracteres alfanuméricos (incluido el guion bajo: _). P. ej., MiBlog.

Como puedes ver en la imagen, se ha añadido **&tc=MiFacebook**. Siempre que añadas un código de monitorización, se mostrará en tu archivo CSV.

Copia el HTML

Copia todo el contenido de la casilla de texto de abajo y colócalo en el lugar apropiado en el HTML de tu página web o blog. Tu número de identificación de asociado único ya está incorporado en el código.

```
<a href="http://www.zazzle.es/mitiendafavorita?rf=238743920652067101&tc=MiFacebook">MiTiendaFavorita</a>
```

¡Enhorabuena, has terminado!

Cuando las visitas de tu página web utilicen este enlace a la página de inicio, recibirás una comisión por referencia en todo lo que compren en su visita.

Zazzle



Las funciones Ordenar y Filtrar (Excel)

Las funciones Ordenar y Filtrar pueden ayudarte a analizar tus datos y resolver muchas dudas. La **función Ordenar** te ayuda a organizar tus datos de diversas maneras, como de cantidad más pequeña a más grande, por orden alfabético, por color, por fuente o por icono.

La función Ordenar

Aquí puedes ver un ejemplo de cómo ordenar tu columna de Cantidad de referencia (*Referral Amount*) de mayor a menor.

Selecciona todas las columnas de tu documento y ve a Inicio -> Ordenar y filtrar -> Orden personalizado -> Ordenar columna por = *Referral Amount* -> Ordenar según = Valores -> Criterio de ordenación = Z a A -> Aceptar.



Esto organizará tus cantidades de referencia de mayor a menor (ya que has elegido Z a A). Esto te resultará útil si quieres ver de dónde proceden las mayores referencias.

En este ejemplo, proceden de los códigos de monitorización *myfacebook*, *myblog* y *myspace*.

I	J	K	L
Cantidad de referencia	Referencia convertida	Estado	Código de monitorización
9,47 €	9,47 €	autorizada	mifacebook
8,97 €	8,97 €	autorizada	miblog
9,01 €	9,01 €	autorizada	myspace
6,97 €	6,97 €	autorizada	myspace
7,86 €	7,86 €	autorizada	miblog



La función Filtrar

La **función Filtrar** es una forma muy sencilla de ver un subconjunto de datos y trabajar con él. Puede ayudarte a ver todas las referencias que proceden de códigos de monitorización concretos.

Aquí puedes ver un ejemplo de cómo ver todas las referencias que proceden de *mifacebook*, por ejemplo. Selecciona todas las columnas de tu archivo y ve a Inicio -> Ordenar y filtrar -> Filtrar.

Verás que en la primera casilla de cada columna aparece una flecha. Haz clic en la flecha de la columna de códigos de monitorización, pulsa Seleccionar todo y, a continuación *mifacebook*. Después, haz clic en Aceptar. Ahora solo deberías ver *mifacebook* en la columna de códigos de monitorización. Esto puede ser útil para ver cuántas referencias proceden de *mifacebook*, por ejemplo.

I	J	K	L	I	J	K
Cantidad de referencia	Referencia convertida	Estado	Código de monitorización	Cantidad de referencia	Estado	Código de monitorización
9,47 €	9,47 €	autorizada	mifacebook	9,47 €	autorizada	mifacebook
8,97 €	8,97 €	autorizada	miblog	8,97 €	autorizada	mifacebook
9,01 €	9,01 €	autorizada	myspace	9,01 €	autorizada	mifacebook
6,97 €	6,97 €	autorizada	myspace	6,97 €	autorizada	mifacebook
7,86 €	7,86 €	autorizada	miblog	7,86 €	autorizada	mifacebook

Las funciones de crecimiento

Siempre es bueno saber cómo van tus ganancias. Aquí tienes dos fórmulas muy útiles que te ayudarán a averiguarlo.

Crecimiento mensual: crecimiento del mes actual en comparación con el anterior.

Fórmula para el crecimiento mensual: (Mes2-Mes1)/Mes1.

R	S
Fecha	Total
14-Jun	429,87 €
14-Jul	370,20 €
14-Ago	599,87 €

Ejemplo 1:

Porcentaje de cambio de julio con respecto a junio

Paso 1: (370,20 € - 429,87 €) / 429,87 € = -0,139

Paso 2: -0,139 x 100 = -13,9 %

Conclusión: Las ganancias bajaron un 13,9 % en comparación con el mes anterior.

Ejemplo 2:

Porcentaje de cambio de agosto con respecto a julio

Paso 1: (599,87 € - 370,20 €) / 370,20 € = 0,62

Paso 2: 0,62 x 100 = 62 %

Conclusión: Las ganancias aumentaron un 62% desde el mes anterior.

Zazzle



Crecimiento anual: crecimiento del año actual en comparación con el año anterior (puedes calcular el crecimiento anual en trimestres, meses, semanas o días. En este ejemplo usaremos meses).

Fórmula para el crecimiento anual: $(\text{Año2}-\text{Año1}) / \text{Año1}$.

R	S
Fecha	Total
13-Jul	150,87 €
14-Jul	370,20 €

Ejemplo 1:

Cambios de julio de 2012 a julio de 2013

Paso 1: $(370,20 \text{ €} - 150,87 \text{ €}) / 150,87 \text{ €} = 1,453$

Paso 2: $1,453 \times 100 = 145,3 \%$

Conclusión: Las ganancias crecieron un 145,3 % en julio de 2013 en comparación con julio de 2012.

Preguntas importantes

Recuerda hacerte estas preguntas a ti mismo/a cuando analices tus ganancias y campañas para entender mejor tu negocio y mejorar la conversión y el crecimiento.

1. ¿Tus ganancias han aumentado o disminuido desde el mes pasado?
2. ¿Han aumentado tus ganancias este mes al mismo ritmo que lo hicieron el mes pasado?
3. ¿Tus ganancias han aumentado o disminuido desde el año pasado?
4. ¿Han aumentado tus ganancias este año al mismo ritmo que lo hicieron el año pasado?
5. ¿Qué has modificado en tu forma de gestionar tu negocio este mes o año para que las ganancias cambiasen?
6. ¿Cuáles son tus mayores fuentes de tráfico?
7. ¿Han cambiado tus fuentes de tráfico desde el año o el mes pasado?
¿Por qué?
8. ¿Cómo afectan las fiestas y celebraciones específicas a tus comisiones por referencia?



Facebook

1 – Crea una página de Facebook

- Para crear tu página de Facebook debes iniciar sesión en tu cuenta personal de **Facebook** (si no tienes cuenta, puedes registrarte [aquí](#)).
- Ve a <https://www.facebook.com/pages/create/> para empezar a crear tu página. Elige la opción Marca o producto, selecciona el tipo de producto, introduce el nombre de tu producto y acepta las **Condiciones de las páginas de Facebook**.
- Rellena las secciones Sobre ti, Foto de perfil y Favoritos. Elige una frase de búsqueda (palabra clave) para tu página que esté relacionada con tu nicho de producto. Consulta [este hilo del foro de Zazzle](#) (en inglés) para ver ideas sobre cómo elegir tus palabras y frases clave. Recuerda añadir un enlace a tu **tienda Zazzle** en la sección Añadir página web, e incluye tu **ID de asociado**.



2 – Invita a que compartan tu página

- Cuando hayas creado tu **página de Facebook**, podrás invitar a tus amigos y familia a pulsar en Me gusta a través de **Facebook**, enviándoles un e-mail o compartiendo tu página en tu propio muro.



Zazzle



3 – Sigue y etiqueta otras páginas

- Encuentra páginas e intereses que estén relacionados con tu producto con la función de búsqueda de **Facebook** (la barra de búsqueda en la parte superior de la página). Por ejemplo, si vendes invitaciones de boda, puedes hacer clic en Me gusta en páginas de ideas para bodas. También es interesante seguir páginas promocionales como *Promote Your Page Here* (en inglés).
- Cuando pulses Me gusta, podrás empezar a interactuar en la comunidad de estas páginas presentándote con un comentario, una publicación o un enlace. También te recomendamos que etiquetes a esas páginas en tus propias publicaciones con el símbolo @, ya que así conseguirás más visibilidad en ellas.



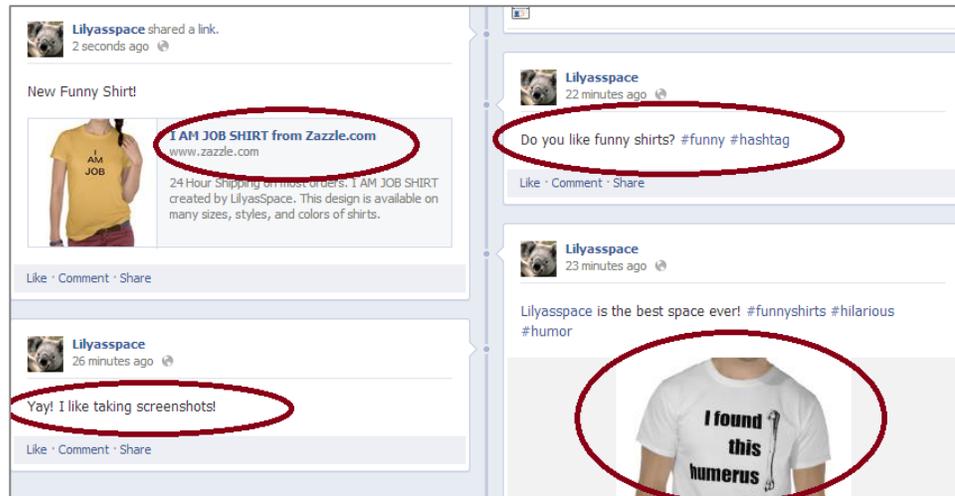
4 – Mantén tu página actualizada

- Publica en **Facebook** entre 2 y 4 veces al día de formas diferentes. No publiques tus productos simplemente como enlaces: intenta publicarlos también como imágenes. Puedes hacer esto pulsando Añadir foto/vídeo, subiendo un archivo de imagen, y añadiendo el enlace solo una vez que la imagen se ha subido correctamente.
- No publiques solo tus actualizaciones; comparte también noticias relevantes o cosas interesantes que encuentres.

Zazzle



- No te olvides de consultar tus Estadísticas de Facebook para ver qué publicaciones tienen más éxito, y a qué horas se ven más.



5 – Conecta con otras Redes Sociales

- ¿Tienes una página en **Pinterest**, **Twitter**, **Tumblr** o alguna otra red social? Añádelas a tu Facebook: solo tienes que añadir un enlace a Facebook en las secciones Sobre ti o Descripción de tus otras redes sociales. Ponles las cosas fáciles a tus posibles clientes y deja que te encuentren y conecten contigo. Algunas redes sociales te facilitan el trabajo. Por ejemplo, si tienes una página de **Tumblr** puedes editar tus opciones y elegir que todas tus publicaciones de Tumblr aparezcan también en tus cuentas de **Facebook** y **Twitter**
- Te recomendamos que coloques *widjets* de Me gusta o Sígueme en Facebook en tu(s) página(s) web.



Vincula tus páginas a Twitter



Invitaciones de boda

Vincular con Twitter

Zazzle



Google+

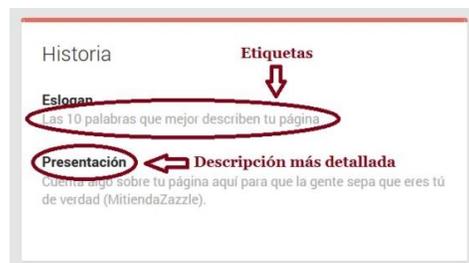
1 – Crea tu página de Google+

- Elige la opción de producto o marca y selecciona tu categoría de producto.
- Introduce tu nombre y el nombre de tu página web y acepta las **Condiciones de las páginas de Google+**. El título **SEO** es el nombre de tu página seguido de Google+, así que es recomendable que le pongas un nombre relevante a tu página.
- Añade tu foto de perfil y tu foto de cubierta, y escribe tu título y presentación. En cuestiones de **SEO**, tu **meta description** es el nombre de la página, seguido por el título de tu página y la primera parte de tu presentación.

Aquí puedes ver un ejemplo perfecto de foto de perfil, foto de cubierta y título de **Photography TK Designs**, un **diseñador de Zazzle**.



- Enlaza tu página web con **Google+** y añade otras páginas o perfiles de redes sociales en la sección Enlaces.

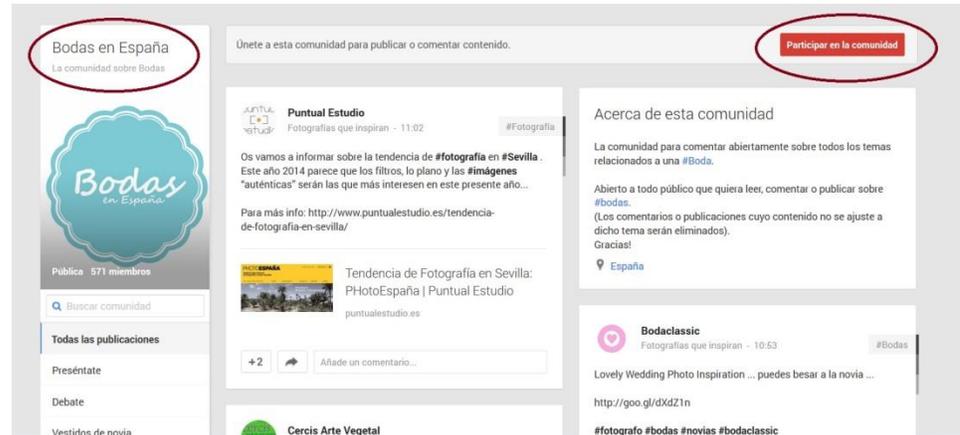


Zazzle



2 – Gente y comunidades

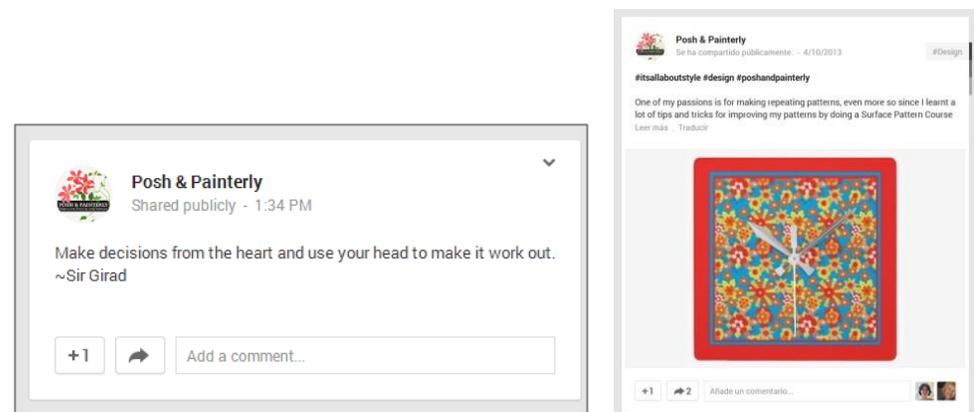
• Únete a comunidades relevantes y añade a gente de esas comunidades a tus círculos. Cuando otros te añadan a sus círculos, no te olvides de añadirlos tú también. Por ejemplo, si diseñas **invitaciones de boda**, únete a una comunidad de bodas. Cuando alguna persona de esta comunidad te añada a sus círculos, devuélvele el favor y añádelo/a a los tuyos.



3 – Publica e interactúa

• Publica fotos, texto, enlaces y vídeos en tu página. El **título SEO** de tus publicaciones empieza con el nombre de tu página de perfil, seguido de Google+ y del principio de tu publicación. Por eso siempre es bueno incluir una descripción con palabras clave cuando publicas una imagen, enlace o vídeo. La **meta description** de tu actualización es el texto principal de la publicación. Además, una actualización con un enlace creará un enlace **dofollow**, mientras que una actualización con una foto y un enlace en el texto será un **nofollow**. En general, es recomendable incluir varios tipos de publicaciones en lugar de publicar siempre el mismo tipo de contenido.

Aquí puedes ver un ejemplo perfecto de publicaciones con texto y fotos de **Posh & Painterly**, una **diseñadora del Reino Unido**.



Zazzle



- Usa la “@” para etiquetar a gente o páginas en tu página o en tus comentarios.



- Usa **hashtags** para que tu contenido sea más fácil de encontrar.
- Comparte otras páginas y contenido de otras personas en tu página.

Aquí puedes ver un ejemplo perfecto del uso de **hashtags** y de cómo compartir contenido de otras personas en la página de **Posh & Painterly**.



4 – Consigue **autoría de Google**

- Para conseguir autoría de Google (conectar tu contenido con tu perfil de Google+), solo tienes que registrar un e-mail del dominio para el que creas contenido, o enlazar tu contenido a tus contribuciones. Más información [aquí](#).



5 – Conecta con tu página web



- Instala la **insignia de Google+** en tu página web para que todo el mundo pueda seguir tu página de Google+ fácilmente.
- Añade el código de **Conexión Directa** para que todo el mundo pueda añadir tu página de Google+ a sus círculos desde la página de búsqueda de Google.

Zazzle



Pinterest

Pinterest una red social pensada especialmente para compartir imágenes y vídeos que puedes utilizar para dirigir tráfico a tu tienda. Puedes empezar creando tu propia **cuenta de empresa Pinterest**.

1 – Configura tu cuenta

En las **cuentas para empresas de Pinterest** tienes disponibles varias opciones especiales: el botón **Pin It**, el botón **Sígueme** y la opción **Verifica tu sitio web**. Las primeras dos opciones facilitan que la gente *pinee* tus imágenes y que sigan tu cuenta **Pinterest** directamente desde tu página web. La tercera opción, “**Verifica tu sitio web**” les muestra a los *pinners* que tu web es real, y te da acceso a datos que puedes usar para analizar el éxito de tus pines.



2 – Crea un tablero

Un **tablero** es una forma de organizar los productos, imágenes y vídeos que encuentras online por temas. Puedes crearlos pulsando el símbolo “+” en la parte derecha de tu página.



Al crear tus tableros, deberías pensar en cómo quieres organizar y categorizar tus productos. Por ejemplo, si tienes una tienda de invitaciones, puedes crear un tablero para “Invitaciones de boda románticas”, un tablero para “Invitaciones de boda”, y un tablero para “Bodas”. Es recomendable crear tableros que incluyan tanto tus productos como los de otros. En Pinterest lo más importante es inspirarse y compartir, así que si solo *pineas* tus propios productos, es probable que solo llegues a una audiencia determinada. Un tablero de “Bodas” puede ser la oportunidad perfecta para incluir tus invitaciones e imágenes o productos relacionados, como vestidos de boda o anillos.



Recuerda utilizar palabras clave en el título y la descripción de tu tablero, ya que se tienen en cuenta para la búsqueda en [Pinterest](#).

Ya tengas una cuenta de empresa o personal, cuantos más tableros con contenido relevante crees, mejor. Te recomendamos empezar con entre 8 y 10 tableros con un mínimo de cinco pines cada uno.

Cuando tengas unos cuantos seguidores, podrás crear **tableros grupales**. Los **tableros grupales** te permiten invitar a tus seguidores y amigos por e-mail para que añadan pines a tu tablero. Esta opción le da a tus tableros más visibilidad, ya que cuando tus contribuidores *pineen* algo en tu tablero, sus seguidores también podrán verlo. Es mejor utilizar categorías más generales para tus tableros de grupo; así podrá participar más gente. También es importante invitar a gente que ya tenga pines relacionados. Si tu tablero se centra en “Invitaciones de boda de animales”, deberías invitar a gente que ya haya *pineado* este tipo de invitaciones antes.

Las imágenes muestran dos ventanas de diálogo de Pinterest. La ventana de la izquierda, titulada "Crear un tablero", muestra los campos de "Nombre" (Invitaciones de boda románticas), "Descripción" (Invitaciones de boda en colores pastel y con los diseños más románticos...), "Categoría" (Bodas) y opciones de "¿Añadir un mapa?" y "¿Quieres que sea secreto?". La ventana de la derecha, titulada "Editar tablero / Invitaciones de boda románticas", muestra los mismos campos pero con un botón "Invitar" y un campo de correo electrónico para añadir seguidores.

Una forma genial de aumentar tu número de seguidores es seguir tableros de grupo existentes. Puedes unirte a ellos si se lo pides al gestor del tablero con un comentario en uno de sus pines o a través de su página web.

3 – Empieza a *pinear*

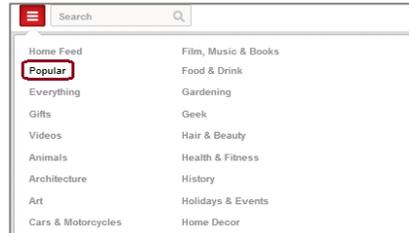
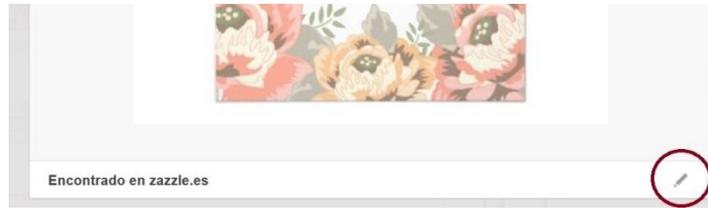
Ahora que ya has creado un tablero, es hora de que te pongas a *pinear*. La forma más fácil de *pinear* tus productos es con el botón **Pin It**, que puedes descargar [aquí](#) para tu navegador. Cuando *pinees* directamente desde Zazzle, el título del producto y su descripción se añadirán automáticamente en las secciones correspondientes de tu pin.

La imagen muestra la ventana "Elige un tablero" con un menú desplegable de "Tablero" (Invitaciones de boda románticas) y un campo de "Descripción" (Invitación de boda floral en tonos pastel). También hay un botón "Pin It" y una opción "Publicar en Facebook".

Zazzle



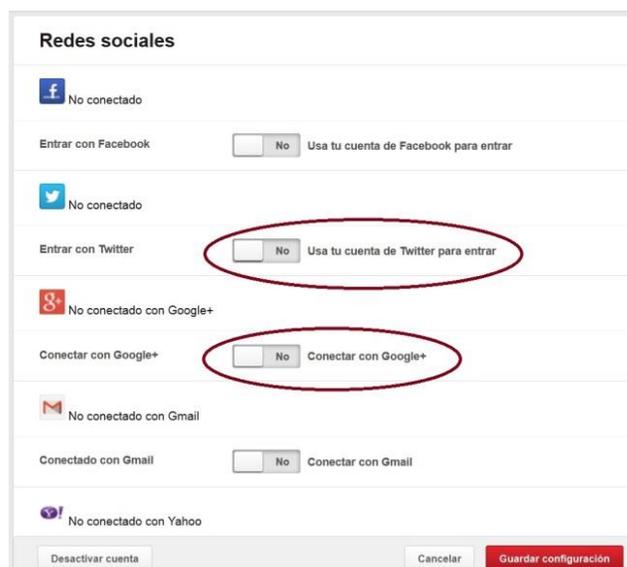
Cuando crees tu pin, podrás cambiar la URL para incluir tu **ID de asociado** con solo editar la sección correspondiente.



Cuanto más social seas, mejor. Una de las cosas más importantes de formar parte de la comunidad de **Pinterest** es conectar con tus seguidores, por lo que es esencial comentar, seguir y *repinear* las publicaciones de otra gente. Una forma genial de ganar visibilidad es comentar, seguir y *repinear* publicaciones que ya tienen muchos comentarios, Me gusta, o *repineos*, que podrás encontrar en la sección de búsqueda **Popular**.

4 – Conecta con otros perfiles

Conecta tu cuenta de **Pinterest** con tus perfiles de **Twitter**, **Facebook** y **Google+**. Solo tienes que acceder a las **opciones** de tu cuenta y pulsar los botones que están junto a los perfiles de redes sociales que aún no están conectados. En este momento aún no puedes conectar directamente con tu página de empresa de Facebook desde **Pinterest**, pero puedes conectar con tu perfil personal si así lo deseas.



Zazzle



Wanelo

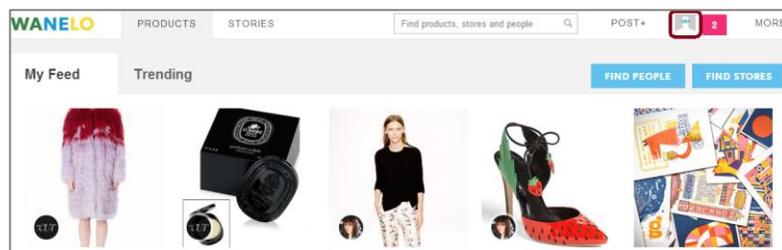
Wanelo, de *Want-Need-Love*, en inglés, es una web de compras sociales en la que podrás guardar y compartir tus productos favoritos de diversas páginas web. Con más de 10 millones de usuarios, es una web perfecta para conseguir visibilidad para tu tienda. Además, Wanelo tiene una **app** muy popular en la que a los usuarios se les propone, desde el momento en el que inician sesión, compartir sus perfiles, que contienen listas de deseos y colecciones, a través de e-mails, mensajes de texto o posts en sus otras redes sociales.

Cómo funciona Wanelo

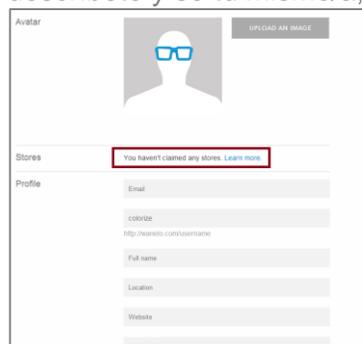
Para crear una **cuenta en Wanelo**, ve a <http://wanelo.com> e inicia sesión con tu correo electrónico o cuenta de **Facebook**. Elige tus preferencias y sigue tres tiendas y a tres personas, y podrás configurar tu perfil y empezar a añadir productos, crear colecciones y contar historias.

1 – Configura tu cuenta

Primero, accede a tus **opciones** pulsando el icono de la parte superior derecha de la página y seleccionando “**Settings**”.



Rellena todas las secciones de la página de **opciones**. Empieza por subir tu avatar. Desde Zazzle te recomendamos que uses tu logo, uno de tus diseños favoritos o una imagen de ti mismo/a. Cuando añadas la sección sobre tu página web, usa tu página personal o tu blog, si los tienes. Si no, te recomendamos que introduzcas la URL de tu tienda **Zazzle**. Si tienes tu propia página web, puedes **verificar tu tienda** en Wanelo, que te reconocerá como dueño/a de la misma. En la sección *All about you*, descríbete y sé tú mismo/a, y no te olvides de utilizar palabras clave.

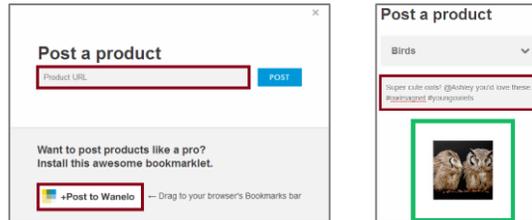


Zazzle



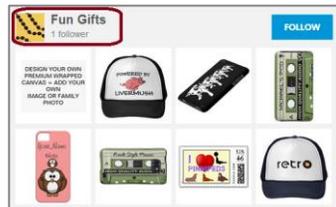
2 – Publica un producto

Puedes publicar un producto en **Wanelo** utilizando una URL o mediante el **Wanelo bookmarklet**, que puedes descargar [aquí](#).



Podrás guardar el producto en *Things I want as gifts*, o crear una nueva colección. Tú decides cómo prefieres categorizar tus productos; las colecciones son una forma divertida de mostrar productos relacionados entre sí, o con un tema determinado. Por ejemplo, puedes crear una “Colección de Navidad”, con productos que puedes usar para las fiestas, o una “Colección de pájaros” que solo incluya productos con pájaros. También tienes un área de descripción, en la que puedes incluir un comentario, etiquetar a un amigo con la @ o usar un **hashtag** para que tus productos sean más visibles.

Aquí puedes ver un ejemplo de una **Colección de regalos divertidos de Reflektions, diseñador de Zazzle**.



3 – Cuenta una historia

Cuando **publiques una historia**, piensa en tus mejores productos y en cómo agruparlos por temas. Las **historias** se crean con productos que ya están guardados en tu cuenta de **Wanelo**. Además, tienes la opción de incluir texto y tu propio *Feed* para que tus productos sean más visibles. Es una forma divertida de exponer tus mejores productos en **Wanelo**, **Facebook** y **Twitter**.

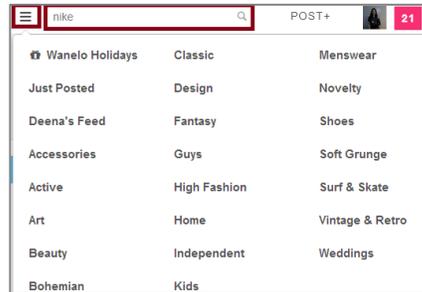
Aquí tienes un ejemplo de historia creada por **Reflektions, diseñador de Zazzle**.



Zazzle



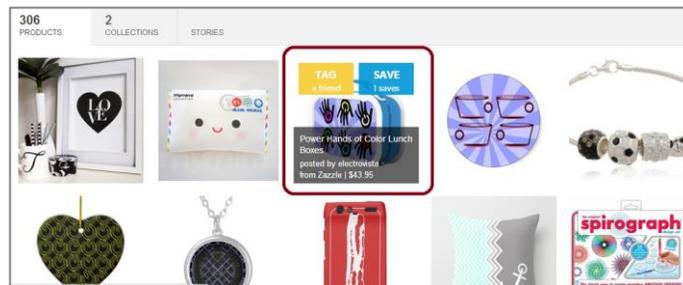
4 – Descubre productos, gente y tiendas



Puedes buscar productos, gente y tiendas en la barra de búsqueda o navegando por las categorías.

Junto a la barra de búsqueda hay una pestaña de categorías en la que, además de diversas categorías, podrás ver el **Top de tiendas**, el **Top de gente** y lo **Más popular**. Te recomendamos que les eches un vistazo a esas categorías, que sigas tiendas, gente y productos y que comentes e interactúes con ellos. ¿Qué tipo de productos aparecen en la categoría **Más popular**? ¿Qué comentarios y *hashtags* están publicados en ellos? También deberías echar un vistazo a la pestaña **Trending** para ver qué está viendo y comentando la gente en tiempo real.

5 – Etiqueta y guarda



Cuando seleccionas un producto en el perfil, tienda, historia o colección de alguien, puedes guardarlo en tu propio perfil o etiquetar a un amigo. Es una forma fácil y sencilla de añadir productos a tu lista de deseos o regalos y a tus colecciones. **Wanelo** es una forma genial de mostrar tus productos a una gran audiencia, que además está constantemente compartiendo los productos que guardan con sus amigos y familia.

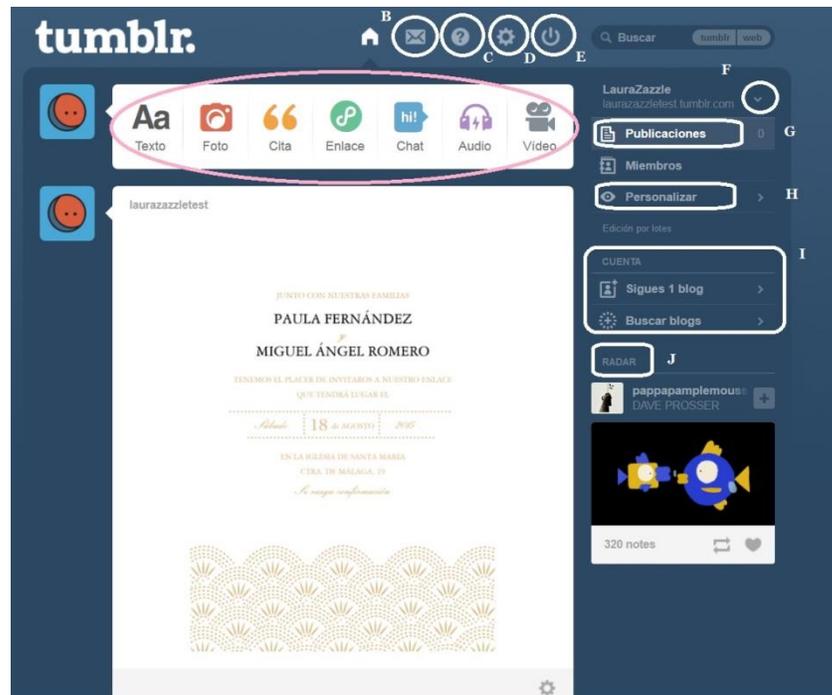
Zazzle



Tumblr

Cómo funciona Tumblr

El éxito en **Tumblr** se consigue con estrategias muy similares a las que se usan en otras redes sociales: siguiendo a otros blogueros, dándole a Me gusta a diferentes publicaciones, reblogueando, interactuando, variando tu contenido (p.ej.: imágenes, texto y vídeos) y usando etiquetas relevantes y populares. A continuación podrás ver algunos consejos para empezar con tu blog de **Tumblr**.

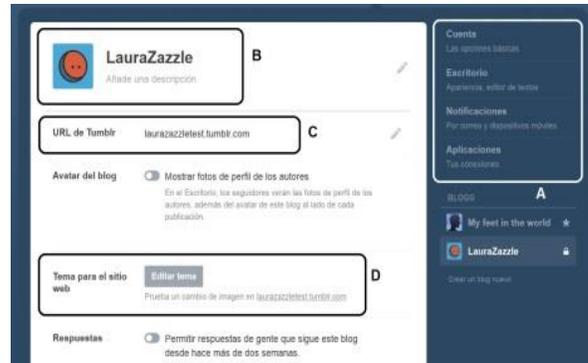


- A. Elegir el tipo de publicación que quieres realizar, desde texto a vídeo.
- B. **Mensajes.**
- C. **Ayuda.**
- D. **Opciones.**
- E. Salir.
- F. Elegir la cuenta desde la que te gustaría ver publicaciones o publicar.
- G. Ver todas tus publicaciones anteriores.
- H. Personalizar tu blog con diferentes temas, colores y más.
- I. Publicaciones que te gustan, blogs que sigues y búsqueda de blogs (aquí podrás encontrar blogs nuevos).
- J. Blogs recomendados (seguir estos blogs es una forma perfecta de aumentar tu audiencia).

Zazzle



1 – Página de opciones



- A. Cuenta (opciones de correo electrónico y contraseña), escritorio (preferencias), correo electrónico (preferencias), apps (si has creado apps para tu blog).
- B. Cambiar avatar y añadir descripción.
- C. Temas: editar o buscar uno que te guste.
- D. Cambiar la URL.

Otras opciones en esta página son: respuestas, pregunta, cola, Facebook, Twitter y más.

2 – Página de personalización de tema



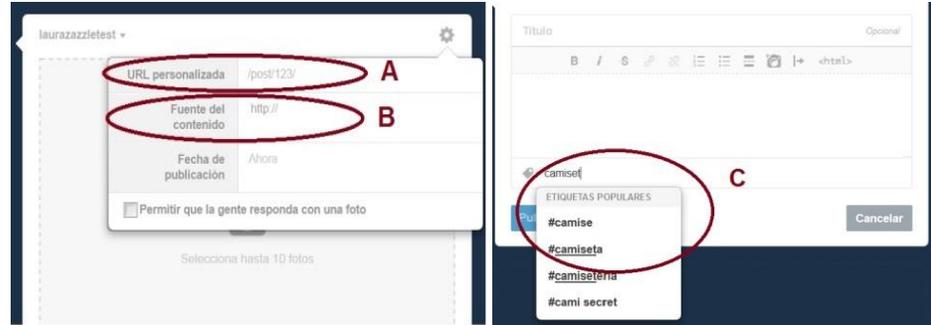
- A. Editar tu tema con HTML (debes tener experiencia con HTML).
- B. Elegir un tema existente.
- C. Editar tu título y descripción.
- D. Opciones de tema: elegir los colores de tu tema.
- E. Añade tu ID de Google Analytics para poder monitorizar el éxito de tu blog.

Otras opciones en esta página: añadir páginas, opciones avanzadas, conectar con Twitter, Facebook y más.

Zazzle



3 – Página de publicaciones



- Crea una URL personalizada para tu publicación (p.ej.: “camisetas-divertidas-para-fiesta”).
- Coloca aquí la URL original para que los visitantes puedan acceder a la publicación original o a tu tienda o página de producto de Zazzle.
- Etiqueta tus publicaciones con etiquetas relevantes. Si aparece una lista de “Etiquetas populares”, añádelas a tu lista de etiquetas.

Otros consejos:

- Descarga el [Bookmarklet de Tumblr](#) para publicar de forma más fácil.
- Instala la [app de Tumblr](#) para publicar desde tu teléfono o tableta.
- [Instala Disqus](#) para permitir comentarios en Tumblr.

Zazzle



Twitter

1 – Crea una cuenta de Twitter



- Añade tu nombre, biografía, página web, ubicación, avatar y encabezado. Usa las dimensiones que te recomienda **Twitter**.
- Puedes añadir tus diseños de Zazzle como imagen de fondo.
- Usa palabras clave en tu biografía y asegúrate de que refleja tu personalidad y tu marca.

2 – Gestiona tu cuenta



- Sigue a gente que tenga los mismos intereses que tú. Si eres artista y pintas acuarelas, busca **#acuarelas** y sigue los perfiles que te interesen de los resultados (también ayuda seguir a famosos, personalidades o gente con muchos seguidores).
- Únete a **directorios de Twitter** como **Twellow**, un lugar perfecto para encontrar a gente a la que seguir porque puedes buscar por categorías como arte, decoración, redes sociales, etc.
- Usa herramientas como **Tweet Adder**, **Tweeter Karma** y **Friend or Follow** para seguir a gente que te sigue y dejar de seguir a gente que no te sigue.
- ¡No te pases siguiendo a gente! **Twitter** tiene límites de seguimiento, y si sigues a demasiada gente, tu cuenta podría quedar suspendida. Más información sobre los límites de Twitter [aquí](#).

Zazzle



3 – Publica, interactúa y descubre



- Tuitea unas 4 o 5 veces al día de formas diferentes (es útil que tu cuenta esté conectada con otras redes sociales como **Facebook** o **Tumblr** para poder publicar en varias cuentas al mismo tiempo).
- Usa **hashtags** en tus tuits, pero no demasiados. Dos por tuit es suficiente, y deberías tratar de incluir la palabra con *hashtag* dentro de la frase.
- Mantente al día de las tendencias y participa en ellas. Es una forma genial de ganar visibilidad y mostrar un poco de tu personalidad en tu cuenta.



- Interactúa con seguidores respondiendo, tuiteando y retuiteando las publicaciones de otra gente.
- Usa la **herramienta #Descubre** para encontrar nuevo contenido y nuevas personas a las que seguir.



4 – Ejemplos

- Aquí puedes ver algunos ejemplos perfectos de cuentas de Twitter de diseñadores de Zazzle.

<https://twitter.com/nidhiart>

<https://twitter.com/g8tee>

Zazzle



Hootsuite

1 – Crea tu cuenta



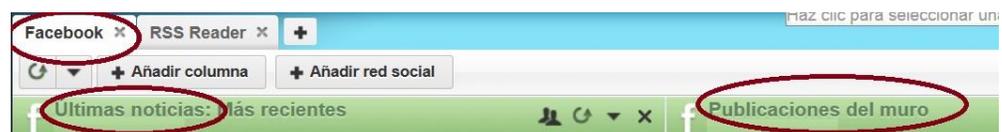
Regístrate con tu correo electrónico y empieza a conectar **HootSuite** con tus perfiles de redes sociales. Con la cuenta gratuita puedes añadir hasta cinco perfiles de redes sociales únicos.

HootSuite está integrado con la mayor parte de las redes sociales, como **Facebook**, **Twitter** y **Google+**. Para las redes sociales con las que **HootSuite** no está integrada directamente, como **Tumblr**, por ejemplo, tienes una opción alternativa: puedes descargarlas a modo de apps de **HootSuite**. Así que, para añadir **Tumblr** a tus perfiles de **HootSuite**, primero debes descargarlo de la sección de apps.



2 – Organiza y monitoriza

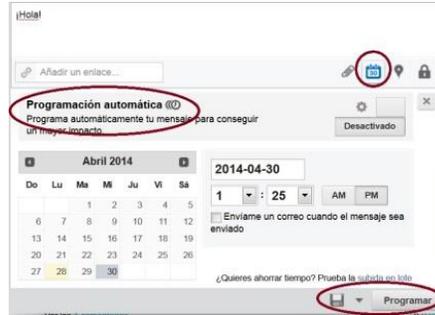
Decide qué te interesa más de cada perfil: ¿prefieres ver las publicaciones de **Facebook**, pero te gustaría acceder directamente a las menciones y retuiteos de tu cuenta de **Twitter**? La decisión está en tus manos.



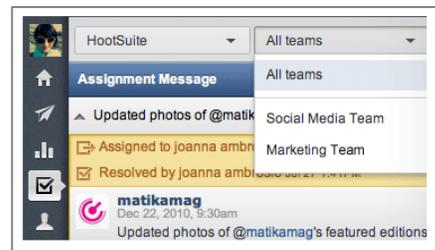
Zazzle



3 – Gestiona tu cuenta

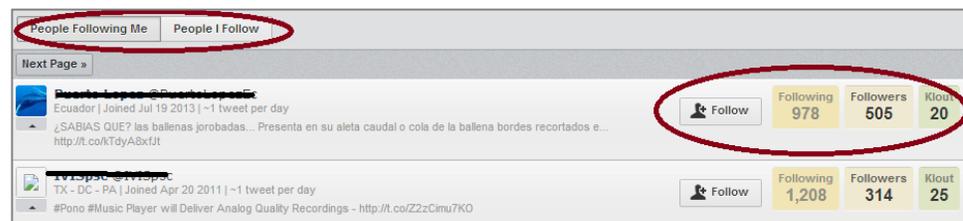


Una de las mayores ventajas de **HootSuite** es la posibilidad de programar tus publicaciones. Puedes escribir un único mensaje y programarlo para que se publique en todas tus redes sociales. Esto te ayudará a planear con antelación para cuando sepas que estarás ocupado/a, y mantendrá tu comunidad activa. Puedes elegir las horas a las que quieres publicar tus publicaciones o utilizar la opción Autoprogramar, que comparte tus publicaciones en momentos óptimos. Desde **Zazzle** te recomendamos que pruebes ambas y analices cuál de ellas te ofrece más visibilidad.



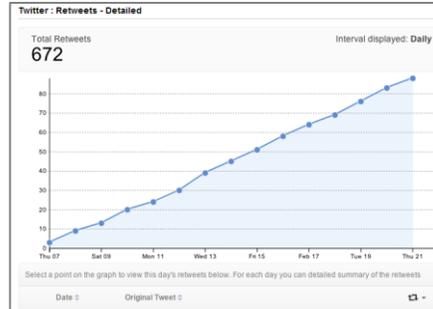
Si tienes un equipo y decides utilizar la opción Pro de **HootSuite**, podrás asignar mensajes a los miembros de tu equipo para asegurarte de que todos se responden.

Otra ventaja de **HootSuite** es que puedes monitorizar tus seguidores y puntuación Klout de **Twitter**, **Google+** y otras redes haciendo clic en la pestaña “Contactos”, en el menú lateral.





4 – Analiza



Facebook Insights : Likes by Demographic - Tabular

Age	Male	Female
13-17	2.80%	2.20%
18-24	9.80%	6.20%
25-34	19.10%	13.30%
35-44	14.30%	10.60%
45-54	6.50%	5.80%
55+	3.20%	2.90%

En la versión gratuita de **HootSuite** puedes acceder a informes generales sobre tus redes sociales, pero la información que te ofrecen es limitada. Si tienes pensado utilizar **HootSuite** a modo de panel principal para tus redes sociales, es posible que te compense utilizar la opción Pro para ver todas tus estadísticas en un mismo lugar. Algunas redes sociales, como **Facebook**, por ejemplo, te ofrecen sus propias herramientas de analítica de forma gratuita una vez que tu página alcanza los 30 “Me Gusta”. **Twitter**, sin embargo, no ofrece ningún tipo de herramienta de este tipo, así que si lo utilizas mucho, **HootSuite Pro** puede ser una buena alternativa; te permite crear informes personalizados que te ayudarán analizar tus datos en más profundidad y entender mejor qué tipo de campañas funciona mejor para tu negocio.



Palabras clave - Consejos

1 – Piensa ideas para tus palabras clave

Empieza con palabras clave relacionadas con tu producto. Por ejemplo, si diseñas invitaciones de boda, tus palabras clave generales pueden ser:

invitaciones boda
boda
invitaciones ocasiones especiales

2 – Usa el planificador de palabras clave de Google

El planificador de palabras clave de Google puede darte ideas sobre qué palabras clave puedes utilizar.

También te informa sobre las palabras clave más usadas y sobre cuáles tienen una demanda alta.

Paso 1:

Entra en tu cuenta de Google. Si no tienes cuenta, accede a www.google.es y crea una.

AdWords
Anuncie su empresa en Google

Sea cual sea su presupuesto, puede publicar sus anuncios en Google y en nuestra red publicitaria. Solo pagará si los usuarios hacen clic en sus anuncios.

Gracias a Google AdWords he conseguido nuevos clientes e incrementado mis ventas

Mago Rafa Tamarit
www.magotamarit.com
Mago profesional para eventos
Un espectáculo único e inolvidable

Autónomo: Mago Rafa Tamarit

Iniciar sesión Google

Dirección de correo electrónico

Contraseña

Iniciar sesión No cerrar sesión

¿No puedes acceder a tu cuenta?

Zazzle



Paso 2:

Pulsa “Omitir las instrucciones de configuración”.

A continuación, introduce la información requerida sobre tu ubicación y pulsa “Guardar y continuar”.

Sobre su empresa Su primera campaña Facturación Revisión Para obtener asistencia gratuita, llame al 1800 806 527. Más números internacionales

Bienvenido a Google AdWords.
Le ayudaremos a registrarse y a empezar a anunciar siguiendo unos sencillos pasos.
¿Ya es un usuario experto de AdWords? [Omitir las instrucciones de configuración](#)

¿Cuál es su dirección de correo electrónico?

¿Cuál es su sitio web?
Introduzca la URL de una página de su sitio web (p. ej.: www.example.com/cocinas)

[Continuar](#)

Hola, le damos la bienvenida a Google AdWords
Empecemos a crear su cuenta.
Introduzca su dirección de correo electrónico, su zona horaria y su moneda. Tenga en cuenta que no podrá cambiar esta configuración más tarde.
Le ayudaremos a crear una cuenta y su primera campaña de anuncios en tan solo unos pasos. Introduzca su correo electrónico, zona horaria, país y moneda. No podrá cambiar esta configuración más adelante, así que le recomendamos que preste atención al hacer las selecciones.

Escriba su correo electrónico

País

Zona horaria

Moneda

[Guardar y continuar](#)

Paso 3:

Pulsa el botón “Ir a mi cuenta”.

¡Enhorabuena!

Esto es lo que viene a continuación:

Ahora: Descubra qué debe hacer la primera vez que inicie sesión en AdWords

- La administración activa de su cuenta de AdWords le garantizará el éxito con el programa.
- Consulte los recursos para anunciantes nuevos para saber cómo obtener el máximo rendimiento de AdWords para su empresa.

Conozca los conceptos básicos y estoy preparado para utilizar AdWords.

[Ir a mi cuenta](#)

Durante los próximos días: Nos pondremos en contacto con usted para ayudarle

- Le enviaremos correos electrónicos semanales con información que le ayude a triunfar con AdWords. Para usar esta información, consulte estos pasos para mejorar su campaña.
- Estamos aquí para ayudarle: llámenos al 1890 907 105 para obtener ayuda en cualquier momento.

Paso 4:

Ve a la pestaña “Herramientas” y selecciona “Planificador de palabras clave”

Google AdWords Página principal Campañas Oportunidades **Herramientas**

Le damos la bienvenida a AdWords

[Cree su primera campaña](#)

Introducción

1. Elija el presupuesto.
2. Cree sus anuncios.

- Historial de cambios
- Conversiones
- Google Analytics
- Google Merchant Center
- Planificador de palabras clave**
- Planificador de la Red de Display
- Diagnóstico y vista previa de anuncios

Zazzle



Paso 5:

Verás cuatro opciones:

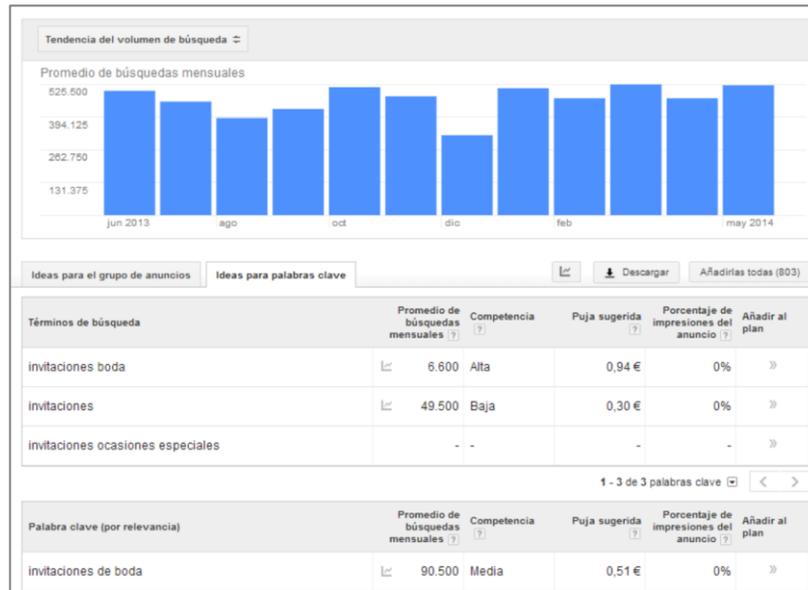
- Selecciona la primera: “Buscar nuevas ideas para palabras clave y grupos de anuncios”.
- Asegúrate de cambiar el país o países de destino en la sección “Segmentación”.
- Puede que también quieras cambiar las “Opciones de palabra clave de “ampliamente relacionadas” a “directamente relacionadas”.
- Completa al menos uno de los tres campos en “Introduzca una o varias de estas palabras clave”. Cuantas más incluyas, más específicos serán tus resultados.
- Pulsa “Obtener ideas”.

Zazzle



Paso 6:

Evalúa los resultados y elige las palabras clave. En general, te interesan las palabras clave que tienen un volumen de búsquedas alto y una competencia baja. Asegúrate de utilizar solo palabras clave que estén relacionadas con tu contenido.



Aquí tienes un pequeño glosario de los términos de esta área:

Términos de búsqueda: Estas son las palabras clave exactas que utilizaste en el paso 5d.

Palabras clave (por relevancia): Esta es la lista de palabras clave que Google considera más relevantes en relación con los “Términos de búsqueda”.

Promedio de búsquedas mensuales: Como el propio término indica, es la media de personas que buscan las palabras clave cada mes. Ten en cuenta que es una estimación y no un indicador específico del volumen de búsquedas. Además, algunas palabras clave estacionales (como “Disfraces de carnaval”) pueden tener un volumen muy alto en febrero y bajísimo en julio, por lo que el promedio de búsquedas mensuales puede ser un tanto engañoso en algunos casos.

Competencia: Esto refleja el número de anunciantes que están pujando por esa palabra clave.

Puja sugerida: Otro punto importante para ver el potencial de monetización de una palabra clave. Cuanto más alta sea la puja sugerida, más lucrativo suele ser el tráfico.

Prueba distintas combinaciones de palabras clave en la herramienta: a veces Google no muestra todas las palabras clave, especialmente si no lo usas a menudo, así que dedicarle un poco de tiempo a explorar diferentes combinaciones merece la pena.

Zazzle



3 – Reconoce a tus competidores

Realiza búsquedas de tus palabras clave en diversos motores de búsqueda, como **Google**, **Bing** o **Yahoo** para ver qué páginas web aparecen. Busca marcas grandes para ver si están en los primeros resultados de las páginas recomendadas: si lo están, es posible que sea difícil competir con ellas utilizando la palabra clave concreta que has utilizado. También debes comprobar si hay anuncios en las partes superior o derecha de la página, pues eso puede indicar que la palabra clave es muy rentable. Por último, asegúrate de que la palabra clave te dirige a productos y servicios similares al tuyo, para comprobar que te estás dirigiendo a la audiencia correcta.

The screenshot shows a Google search for "invitaciones de boda". The search bar is highlighted with a red box. Below the search bar, there are navigation tabs for "Web", "Imágenes", "Maps", "Shopping", "Videos", "Más", and "Herramientas de búsqueda". The search results show approximately 318,000 results in 0.24 seconds. The first organic result is "Invitaciones De Boda - 1001Invitaciones.com" with a red circle around the domain name. Other organic results include "Invitaciones de Boda -50% - Vistaprint.es" and "Invitaciones de Boda - Optimalprint.es". On the right side, there is a "Resultados de Google Shopping" section with a red circle around the "Shopping" label. It displays a carousel of wedding invitation products with prices ranging from 0.42 € to 1.87 €.

4 – Utiliza palabras clave de cola larga

Usa palabras clave de cola larga, como “invitaciones de boda vintage en blanco y negro” o “invitaciones de boda con formas geométricas”, o “invitaciones de boda en 24 horas”. Aunque estas palabras clave tienen un porcentaje de búsquedas menor, suelen tener un porcentaje de conversión más alto. Eso sí, recuerda siempre que no debes utilizar palabras clave que no se ajustan a tu producto o servicio.

5 – Usa palabras clave en tu contenido

Si publicas contenido en tu página web, intenta relacionar tu producto con los temas más populares del momento. Por ejemplo, ¿hay alguna boda de famosos a la vista? Escribe sobre las invitaciones que han usado y las diferencias y similitudes de diseño entre sus invitaciones y las tuyas. Usa tus propias palabras clave y añade algunas más relacionadas con los personajes famosos sobre los que escribas.

Ahora ya sabes cómo encontrar las palabras clave perfectas para tus productos.



Guía breve de SEO

Ahora que hemos cubierto la información básica sobre la búsqueda de palabras clave, vamos a centrarnos en cómo utilizarlas para mejorar el **SEO**. Es importante que los clientes encuentren tus productos cuando busquen en **Zazzle**. Para aumentar las posibilidades de que te encuentren, debes utilizar términos relevantes para los resultados de búsqueda de **Zazzle**.

1 – Elige un título

Usa entre 3 y 5 palabras clave descriptivas que sean relevantes para tu producto en el título. El título es uno de los factores que los motores de búsqueda tienen más en cuenta para **clasificar tu página**, así que no te olvides de utilizar palabras clave relevantes y coherentes.

Bien: Invitaciones de boda de hortensias azules

No tan bien: Invitaciones de boda

2 – Escribe una descripción

Utiliza palabras clave de cola larga en tu descripción. Cuantos más detalles añadas, mejor; también puedes incluir una frase promocional, o ideas de situaciones en las que se puede utilizar tu producto. Usa una descripción única para cada producto, aunque sean similares. Deberías incluir por lo menos dos frases, pero cuanto más larga sea la descripción, mejor.

Bien: Hortensias en un jarro rústico en una invitación con fondo en color madera que incluye espacio a la derecha para añadir los nombres de los novios y la información sobre el evento. Las hortensias y el jarro cubren la parte izquierda de abajo arriba. Estas invitaciones son perfectas para una boda rústica y romántica, y permiten a los novios mostrar una personalidad original y divertida.

No tan bien: Invitaciones de boda de hortensias.

Título y Descripción (* campo obligatorio)

Título *

Intenta a describir su producto, la forma en que se comprará si hay

Invitaciones de boda de hortensias azules

Descripción *

Para obtener el mejor resultado de búsqueda

Hortensias en un jarro rústico en una invitación con fondo en color madera que incluye espacio a la derecha para añadir los nombres de los novios y la información sobre el evento. Las hortensias y el jarro cubren la parte izquierda de abajo arriba. Estas invitaciones son perfectas para una boda rústica y romántica, y permiten a los novios mostrar una personalidad original y divertida.

Zazzle



3 – Etiqueta tu producto

Las etiquetas son muy importantes tanto para el **SEO** general como para la búsqueda en **Zazzle**. Puedes utilizar 10 etiquetas *Power* que te ayudarán con la búsqueda en **Zazzle**, ¡aprovéchalas bien! Puedes añadir más de diez, pero debes asegurarte de que son relevantes. Al igual que las descripciones de tus productos, tus etiquetas deberían ser únicas para cada producto. Aunque tengas varios tipos de productos con el mismo diseño, deberías crear etiquetas diferentes para cada uno de ellos.

La mejor forma de elegir tus etiquetas (además de consultar las palabras clave) es pensar en qué incluirías en una barra de búsqueda si estuvieses buscando el mismo tipo de producto. Cuando uno busca invitaciones de boda, por ejemplo, ya tiene una idea de lo que quiere, así que no buscaría simplemente “invitaciones de boda” por ser demasiado general. Es más probable que busque “invitaciones de boda de hortensias” o “invitaciones de boda florales” o “invitaciones de boda florales personalizadas”. Cuando añadas etiquetas de **Zazzle**, no tienes que incluir el tipo de producto, ya que **Zazzle** lo hace por ti automáticamente. Por ejemplo, si tu producto se llama “invitaciones de boda de hortensias” solo tienes que incluir “boda de hortensias” a modo de etiqueta.

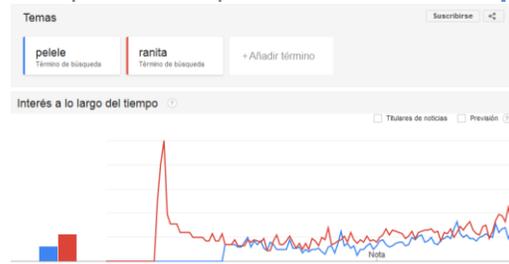


Recuerda, evita utilizar etiquetas irrelevantes porque confundirá a los usuarios cuando realicen sus búsquedas. Puedes ver más información sobre recomendaciones para etiquetas de Zazzle [aquí](#).

4 – Google Trends

Google Trends te permite comprobar la popularidad de ciertas palabras clave y términos, tanto a nivel mundial como en países concretos. Además, puedes seleccionar períodos de tiempo específicos, como “últimos 12 meses” o “2012-Hoy”. Esto resulta muy útil para seleccionar los títulos y las etiquetas de tus productos. Es posible que puedas utilizar varios términos para referirte a un producto, como “libretas” y “cuadernos”. Google Trends te muestra que en España, por ejemplo, se utiliza mucho más la forma “cuadernos”.

Comprueba tus palabras clave en: <http://www.google.com/trends>



Zazzle



Preguntas frecuentes

Preguntas generales

¿Qué es el Programa de asociados de Zazzle, y cómo funciona?

El Programa de asociados de Zazzle es una forma de ganar dinero promocionando los productos, tiendas y otras páginas de Zazzle. Cuando un cliente pulsa tu enlace de referencia y realiza una compra, Zazzle comprueba de dónde procede esa venta y te ofrece un 15% del total.

¿Tengo que tener una tienda Zazzle para poder ser asociado?

No, no es necesario que tengas una [tienda de Zazzle](#) para ser asociado.

¿Cobráis algún tipo de tarifa?

No, no cobramos ningún tipo de tarifa para el [Programa de asociados de Zazzle](#).

¿Qué páginas puedo promocionar?

Puedes promocionar cualquier página de Zazzle que quieras, como por ejemplo páginas de producto, tiendas o páginas de resultados de búsqueda.

¿Dónde puedo conseguir más información sobre estrategias con las que otra gente ha promocionado productos de Zazzle con éxito?

Un buen recurso para conseguir información sobre cómo promocionar productos de Zazzle es el [foro de Zazzle](#).

Enlaces, seguimiento y banners

¿A qué páginas puedo enlazar?

Puedes crear enlaces a cualquier página de Zazzle que quieras, como páginas de producto, tiendas o páginas de resultados de búsqueda.

¿Cómo creo un enlace de referencia?

Puedes crear un [enlace de referencia](#) añadiendo el parámetro “rf” seguido de tu ID de referencia al enlace que hayas elegido. [Aquí](#) puedes ver tu ID de asociado, y podrás consultar más ejemplos de enlaces de referencia.

Aquí tienes algunos ejemplos de enlaces:

Enlace a tienda:

<http://www.zazzle.es/Nombredetutienda?rf=238XXXXXXXXXXXXXXXXXX>

Enlace a producto:

http://www.zazzle.es/nombre_producto-PID?rf=238XXXXXXXXXXXXXXXXXX

Zazzle



¿Puedo añadir un código de seguimiento a mi enlace?

Sí, puedes añadir un código de seguimiento a tu enlace incluyendo el parámetro “**tc**” seguido del código que elijas. [Aquí](#) puedes ver algunos ejemplos (en inglés).

Ejemplos de enlaces:

Enlace de referencia a producto si tu código de seguimiento es FB12345678
http://www.zazzle.es/producto-PID?rf=238XXXXXXXXXXXXXXXXX&tc=FB12345678

Comisiones y pagos

¿Qué porcentaje de comisión ofrecéis?

El porcentaje de comisión de Zazzle es de un 15%. Además, tienes la posibilidad de conseguir un 17% más a modo de **bonificación por volumen**.

¿Cuánto dura la *cookie* de un enlace, y cómo funciona?

La duración de la *cookie* es de 45 días. La duración se reiniciará cada 45 días y Zazzle pagará al asociado que haya referido a los compradores más recientes.

¿Tengo que conseguir una cantidad mínima para recibir el pago?

La cantidad mínima, es decir, el montante más bajo de dinero que debes ganar para recibir tu pago, es de 50 €.

¿Cómo se realizan los pagos?

Puedes elegir que te paguemos con un cheque o a través de PayPal.

Cuentas e informes

¿Dónde puedo ver información sobre mi ID de asociado?

Puedes encontrar tu **ID de asociado** en la **sección de asociados** de tu cuenta.

¿Dónde puedo consultar el número de enlaces que he publicado que se han pulsado?

Puedes consultar el número de enlaces que se han pulsado en el apartado **Historial de enlaces** de la **sección Asociados** de tu cuenta.

¿Dónde puedo consultar información sobre mis ingresos por referencias?

Puedes encontrar información sobre tus ingresos en la **sección Ingresos** de tu cuenta.

¿Qué tipo de información sobre ingresos tengo disponible?

Puedes ver tus enlaces de referencia por **producto**, **historial** y cantidades **totales**.

Zazzle



Contacto

Ahora que tienes las herramientas para convertirte en un asociado de **Zazzle** experto, es hora de empezar. Recuerda, es tan fácil como añadir un enlace a **Zazzle** en tu blog, página web, página de Facebook, perfil de Google+, etc. ¡Con esta guía para asociados y la ayuda inestimable de los asociados con experiencia del **foro** conseguirás tus objetivos en menos que canta un gallo!

Contacta con nosotros

¿Aún tienes dudas? Contacta con nosotros en associates@zazzle.com

Marcas con las que trabajamos

¿No tienes una tienda de Zazzle? Trabajamos con muchas marcas, como National Geographic, Hallmark y muchas más. ¡También puedes promocionar sus tiendas!

Puedes consultar la lista completa de marcas [aquí](#).



Zazzle