

La evolución de My Client Center o MCC

My Client Center era un sistema que **estuvo activo hasta mediados de 2018**, su objetivo era distribuir en estructuras la **administración de múltiples cuentas**, que permitiera crear grupos de trabajo y que se asignaran niveles de permisos – sí, te suena ¿verdad? ¿Es acaso la opción de “Acceso a la cuenta”? Sí señor.

Durante mucho tiempo la forma que encontrábamos para permitirle a un tercero ver detalles de nuestra cuenta de Google Ads era enviándole nuestro password. Si, ya sé cómo suena, parecía el oscurantismo. Imagina tener que entregar tu password, que comúnmente era el mismo de la cuenta de Gmail. Entregar todo el acceso a un tercero para un detalle menor era irritante.

Bueno, pues el primer paso fue crear My Client Center, que era una agrupación básicamente estructurada como una empresa, entonces **creabas tu propio MCC** y allí, podías determinar qué cuentas administrabas, de esta manera tu mismo podrías tener acceso a varias cuentas, a cuentas de varios de tus clientes con un solo ingreso y, comenzamos a vivir tiempos mejores.

Como todo en la vida, tenía sus pros y contras, la experiencia nos llevó a crear varios MCC para poder organizar las empresas dedicadas al marketing digital, también solía ocurrir que tenías tres cuentas en un MCC y todo tu equipo desplegado con permisos y demás, campañas, gestiones, etc. Tu sabes, todo el típico caos que se genera un viernes en la mañana en estas empresas.

Pero **¿qué pasaba si uno de estos tres clientes no pagaba sus cuentas pendientes a Google?** Bueno, pues, aunque no era la versión oficial de la compañía, las otras dos cuentas dejaban de funcionar, las cuentas se bloqueaban, etc., y hasta que ese cliente no se ponía al día, tu no podías gestionar a los otros dos clientes

Como ventaja, podíamos delegar responsabilidades, cada uno enfocado en sus nichos de trabajo y era una herramienta interesante de manejo fácil y rápido.

Con la llegada del **editor de Google Adwords**, hoy **Google Ads Editor**, parte de esos problemas se solucionaban, pues desde el editor accedíamos a varias cuentas, pero siempre hay un pero, desde el editor tenemos muchísimo poder, entonces ¿Qué hacer si queríamos ceder sólo un poco de este poder?

En 2018, con la llegada del cambio de interfaz de Google Ads, Google determinó que parte de ese potencial debería estar integrado, así que hoy por **hoy es posible ceder parte de la administración de cuentas**.

La primera ventaja son los **presupuestos separados**, se mantienen los niveles de acceso y sigue siendo bastante rápido y fácil de asignar. Una ventaja

grande es que ya no tendremos miedo de perder nuestro MCC en caso de existir ese riesgo.

La segunda gran ventaja es que ahora en Google Ads **aparecen los informes** y estos pueden mostrar -incluso de manera consolidada- **tu gestión en todas las cuentas que administras**, o puedes ver los informes cuenta a cuenta.

En algunas cuentas de Google Ads, aún existe el ingreso a My Client Center, pero es cuestión de tiempo para que incluso los hipervínculos y hasta la documentación te lleven siempre a las opciones actuales de Google Ads. Esta interfaz llegó para quedarse, y la verdad es que ha simplificado mucho las cosas.

Como administrador de múltiples cuentas que añora los viejos tiempos, digo que ya en este año no he extrañado el MCC, pues tenía comportamientos que eran propios de una saga de detectives, debo reconocer que me gusta más la nueva interfaz y sin duda, **es más fácil administrarla**.

¡Larga vida a la nueva interfaz!