

COMERCIO
ELECTRÓNICO
REGIÓN DE
MURCIA



FACEBOOK ADS: Cómo convertir ‘me gusta’ en ‘te compro’

 **#talleresCECARM**

Curso “Convertir Me Gusta en Te Compro”

1. Primera Parte – fundamentos de Facebook Ads

- Introducción/ Configuración/ Lanzar Campaña/ Optimizar

2. Segunda Parte – Facebook Vídeo Ads

- Tipos de Vídeos/ Creación vídeo/ Crear Campaña

3. Tercera parte – Crear y Monetizar Comunidades

- Encontrar nichos/ Crecimiento / Monetizar ?



Curso “Convertir Me Gusta en Te Compro”

1. Primera Parte – fundamentos de Facebook Ads

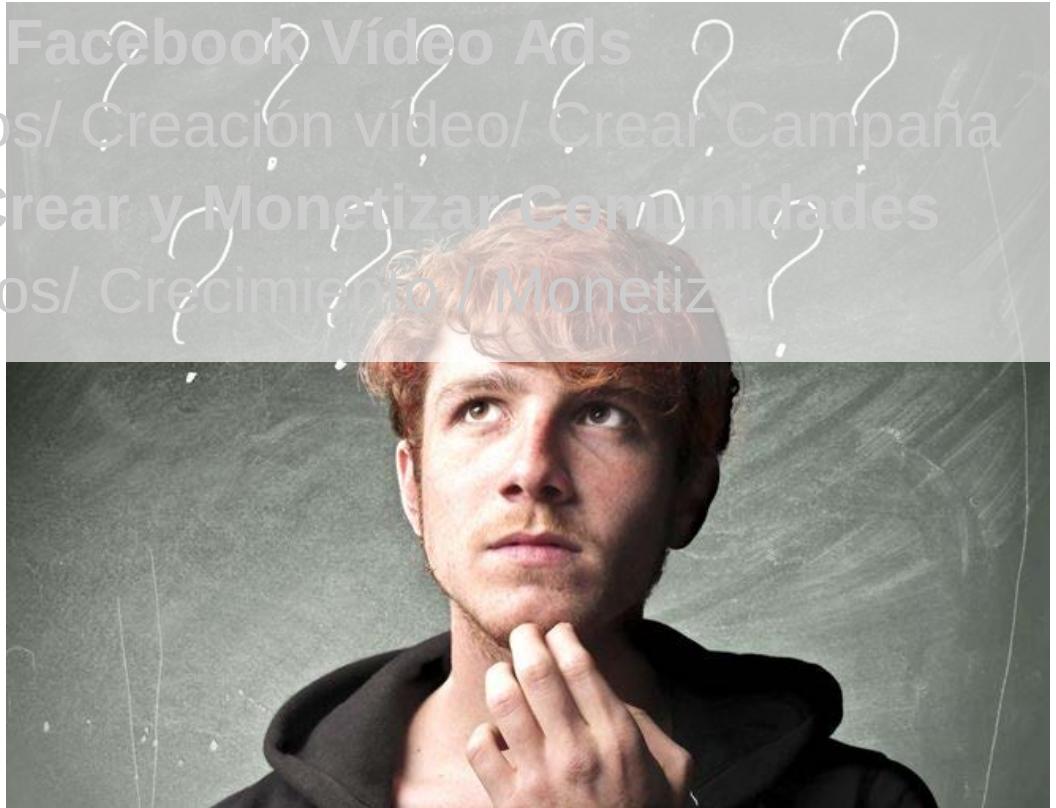
- Introducción/ Configuración/ Lanzar Campaña/ Optimizar

2. Segunda Parte – Facebook Vídeo Ads

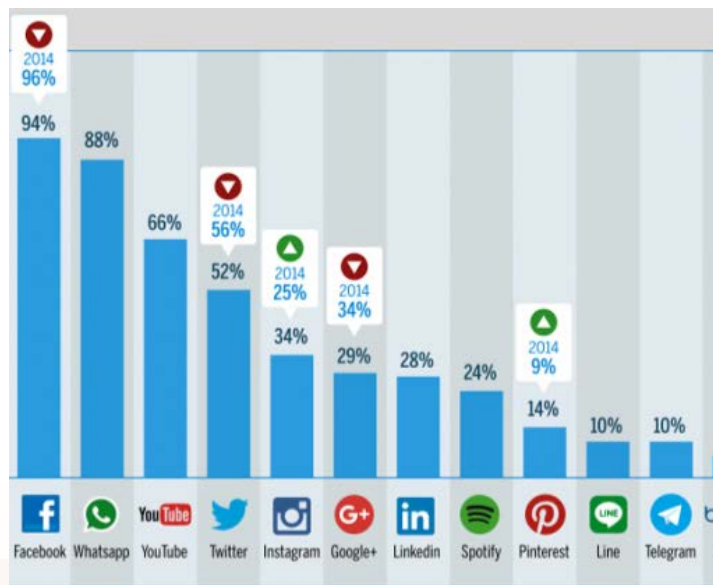
- Tipos de Vídeos/ Creación vídeo/ Crear Campaña

3. Tercera parte – Crear y Monetizar Comunidades

- Encontrar nichos/ Crecimiento / Monetizar



¿Por qué los Facebook Ads son efectivos

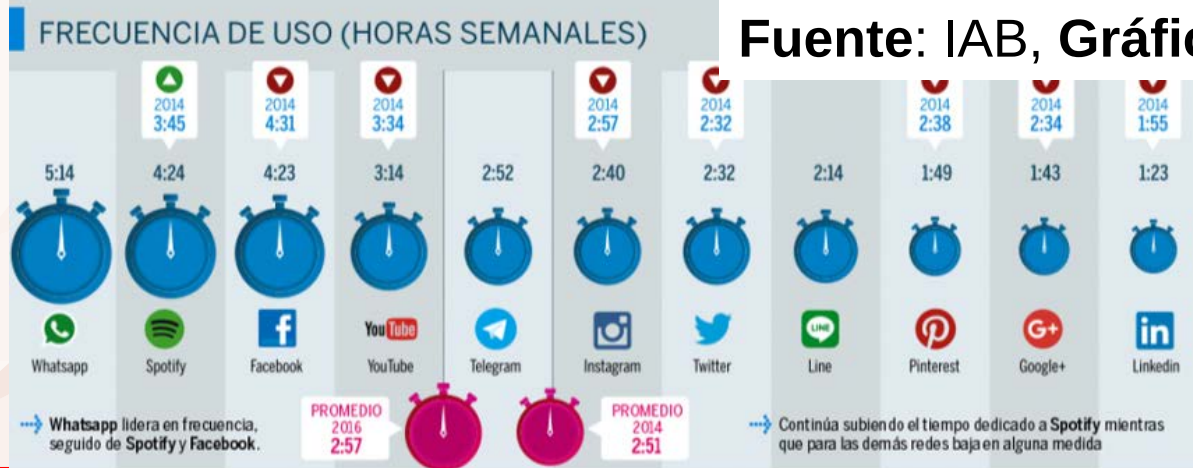


1. Gran cobertura y frecuencia de uso

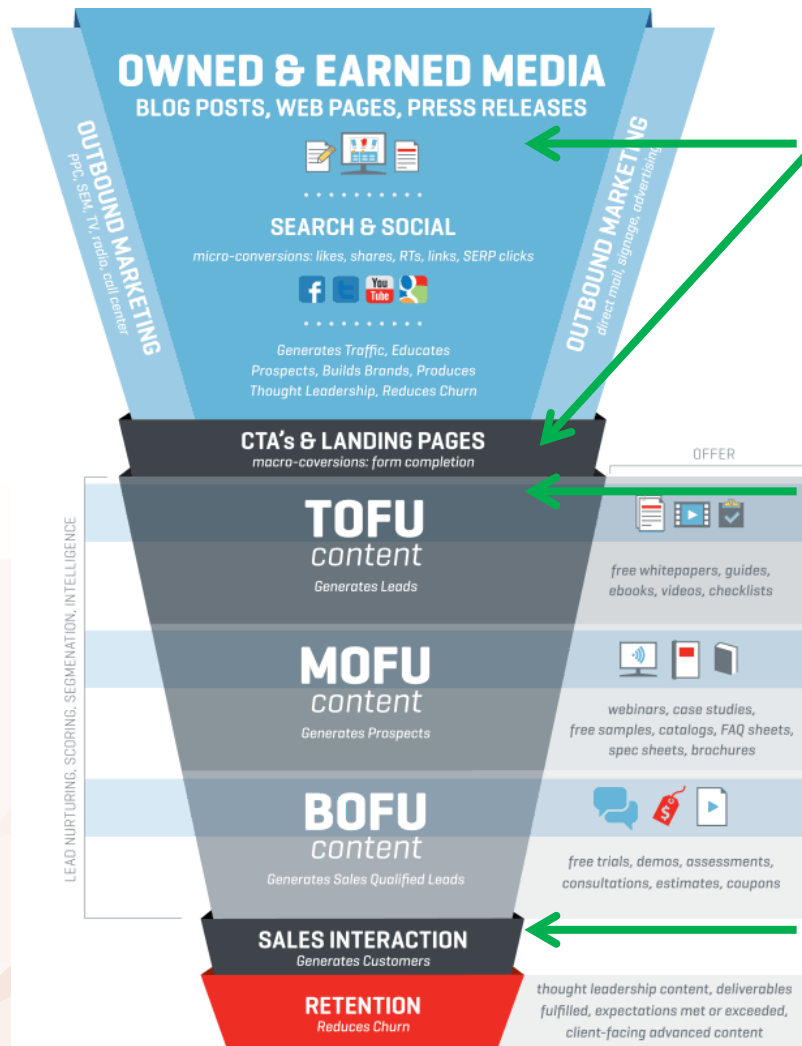
2. Posibilidades de segmentación

3. Entorno de confianza

Fuente: IAB, Gráfico: Expansion (2016)



Hay que entender donde actúa Facebook para sacar el máximo rendimiento



Ideal para generar tráfico
p.ej. Promoción de publicaciones

Muy bueno para lograr leads
p.ej. con campañas de conversión

Menos efectivo para ventas
p.ej. con campañas de conversión

¿Qué es un punto de contacto positivo?

- **Eventos presenciales o ponencias:** consultores captan nuevos clientes de esta forma
- **Actividad en redes:** conversaciones o simplemente compartir contenidos
- **Recomendación de un amigo:** amigo o conocido recomienda producto o servicio
- **Anuncio en televisión:** siempre que el anuncio se perciba por parte del espectador como diferente
- **Post en un blog:** bloggers suelen tener la confianza de sus lectores
- **Conversación en el metro:** escuchar a dos personas en el transporte público puede generar ventas

Efectividad de canales por conversión (BOFU)

- **Afiliación (22%)**: recomendación de un tercero
- **SEO de marca (17%)**: personas que buscan directamente nuestra marca en Google.
- **E-mail (11%)**: boletines y recomendaciones de otros usuarios a través de correo electrónico.
- **SEO no-marca (10%)**: visitas que nos llegan desde Google que no están relacionadas con la marca.
- **Redes Sociales (5%)**: Twitter, Facebook, etc.
- **Display (3%)**: publicidad en formato banner y vídeo.



Fuente: Convertro 2014

Efectividad de canales por “consideración” (MOFU)

- Display (89%)
- Redes Sociales (87%)
- E-mail (78%)
- SEO no-marca (10%):
- Afiliación (69%)
- SEO de marca (52%)



Fuente: Conwertro 2014

Embudo Facebook Ads para marcas/negocios no conocidos

Primer contacto

Generar interacciones

Enviar a la web

Consumir contenido

Captar registro

Generar leads

Retargeting

Ofertas comerciales

Convertir usuarios en clientes

- **Primer contacto:** generar puntos de contacto positivos
- **Captar tráfico:** enviar visitas al blog
- **Captación de leads:** crear base de datos de interesados
- **Cierre de venta:** envío de ofertas, retargeting

Fuente: Las 4 fases y tipos de campañas que necesitas realizar para triunfar con Facebook Ads, Marketing de Guerrilla (2016)

Primer contacto (1): generar puntos de contacto positivos

¿Cuál es tu objetivo de marketing?

Subasta ⓘ

Puja para llegar a tu público por el mínimo precio posible

Alcance y frecuencia ⓘ

Paga un precio fijo para llegar de manera predecible al público de tu marca

Reconocimiento	Consideración	Conversión
 Promocionar tus publicaciones	 Atraer personas a tu sitio web	 Aumentar las conversiones en tu sitio web
 Promocionar tu página	 Aumentar las descargas de tu aplicación	 Aumentar la interacción en tu aplicación
 Llegar a personas que están cerca de tu negocio	 Aumentar los asistentes a tu evento	 Conseguir que las personas soliciten tu oferta
 Aumentar la notoriedad de la marca	 Aumentar las reproducciones de video	 Promocionar un catálogo de productos
	 Generar clientes potenciales para tu empresa	 Conseguir que las personas visiten tu negocio

Publicación con más de 11.000 Me Gusta para reactivar página de Xidere

Facebook interface showing the Xidere page. The page features a profile picture of three black dogs and the name Xidere (@Xidereco). The main post is a black and white photo of a French Bulldog's face, with the caption: "Esta es mi carita cuando veo que te vas." (This is my face when I see you go). The post has 1 Me gusta (Like) and 1 comentario (Comment). The right sidebar shows a list of users who liked the post, including Estrella Lledo Molla and Paula Soriano Martínez. The bottom of the page shows the page's name, Xidere, and a button to "Crear una página" (Create a page).

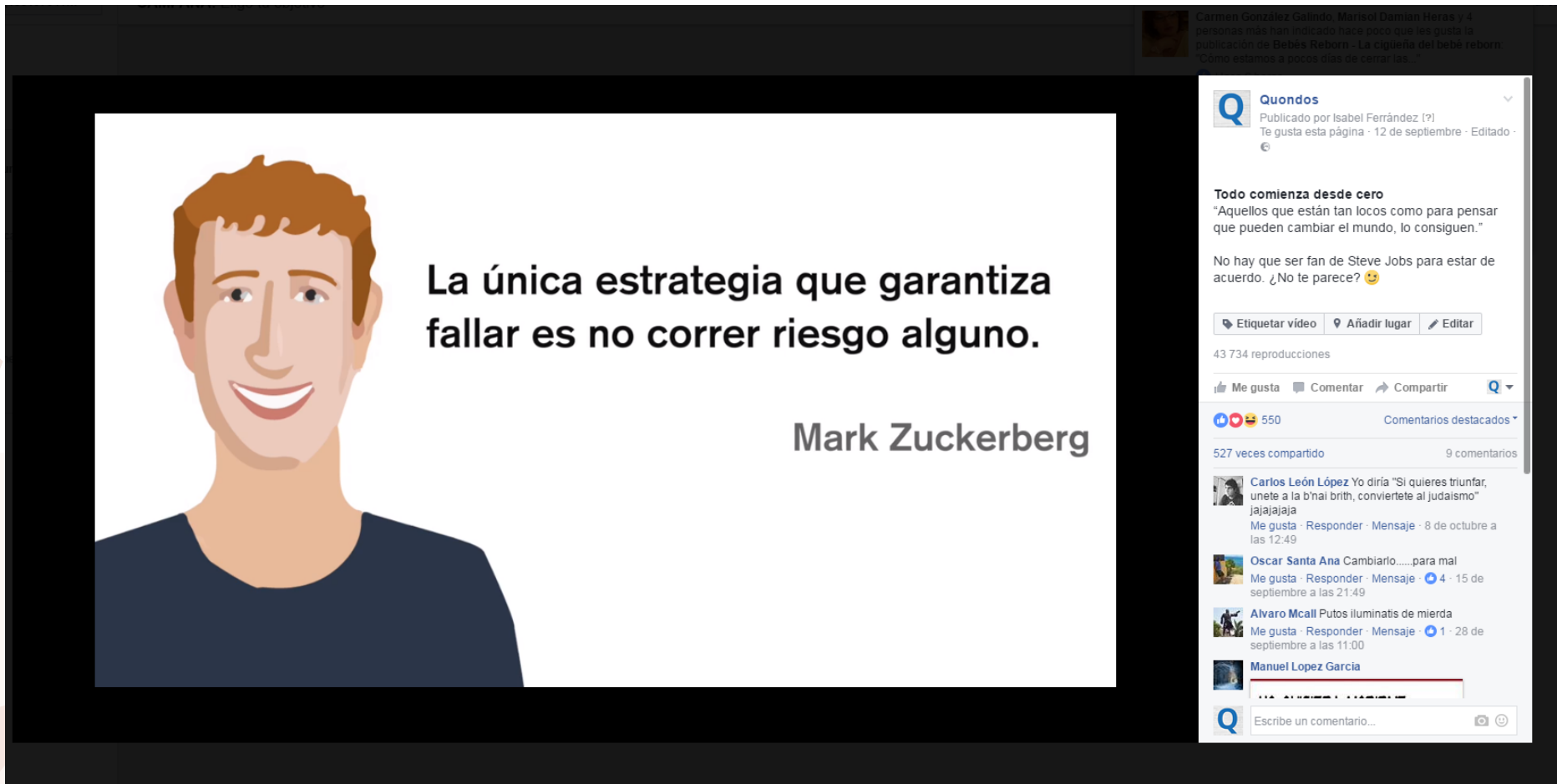
Comunidad de VW Campers, los usuarios aportan sus propias fotos en los comentarios



Lanzamiento Etoy.es, reproducciones a bajo coste pero pocos Me Gusta



Llegar a nuevos usuarios a través de mensajes emocionales



The image shows a screenshot of a Facebook post. The main content is a quote by Mark Zuckerberg: "La única estrategia que garantiza fallar es no correr riesgo alguno." (The only strategy that guarantees failure is not taking any risk). To the left of the text is a cartoon illustration of Mark Zuckerberg's head and shoulders. Below the quote, the name "Mark Zuckerberg" is written. The post is from a user named "Quondos" and has received 550 likes, 527 shares, and 9 comments. The comments are visible and include humorous remarks from users like Carlos León López, Oscar Santa Ana, Alvaro Mcall, and Manuel Lopez Garcia.

La única estrategia que garantiza fallar es no correr riesgo alguno.

Mark Zuckerberg

Quondos
Publicado por Isabel Ferrández (?)
Te gusta esta página · 12 de septiembre · Editado ·

Todo comienza desde cero
"Aquellos que están tan locos como para pensar que pueden cambiar el mundo, lo consiguen."

No hay que ser fan de Steve Jobs para estar de acuerdo. ¿No te parece? 😊

Etiquetar video · Añadir lugar · Editar

43 734 reproducciones

Me gusta · Comentar · Compartir · 550 · Comentarios destacados · 527 veces compartido · 9 comentarios

Carlos León López Yo diría "Si quieres triunfar, unete a la b'nai brith, conviértete al judaísmo" jajajajaja
Me gusta · Responder · Mensaje · 8 de octubre a las 12:49

Oscar Santa Ana Cambiarlo.....para mal
Me gusta · Responder · Mensaje · 4 · 15 de septiembre a las 21:49

Alvaro Mcall Putos iluminatis de mierda
Me gusta · Responder · Mensaje · 1 · 28 de septiembre a las 11:00

Manuel Lopez Garcia

Escribe un comentario...

El mensaje adecuado en el momento adecuado



Xidere

Me gusta · 1 de mayo · Editado ·

¡Feliz día de la madre! 🐾

www.xidereco.com

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir

👍❤️😂 1220

Comentarios destacados ▾

191 veces compartido

4 comentarios



Ana Perez Habeces madre no es la q pare sino la q cría

Me gusta · Responder · 👍 1 · 2 de mayo a las 16:23



Kenia Perez Bellos

Me gusta · Responder · 👍 1 · 1 de mayo a las 22:58



Mari Dimaio



Me gusta · Responder · 1 de mayo a las 22:35



Makoke Tortosa Mira mamá Aida Medina Bellot

Me gusta · Responder · 1 de mayo a las 22:24



Escribe un comentario...



Compartir contenidos sin esperar nada a cambio

The screenshot shows the Facebook profile of SEOLYZE.com ES. The profile picture is a circular logo with three segments in orange, blue, and green. The cover photo features the text 'SEOLYZE' in large white letters, with 'CONTENT RANKING ONPAGE' below it in orange, green, and blue respectively. The page has a sidebar with navigation links: Inicio, Información, Publicaciones, Fotos, and Me gusta. A green button 'Crear una página' is at the bottom of the sidebar. The main content area shows a post from SEOLYZE.com ES, 2 hours old, titled 'Google Analytics ¿qué datos ver para superar la competencia?'. The post includes an image of a robot with binoculars and a line graph. The right sidebar shows 'Herramientas/equipamiento', a search bar, and a list of people who liked the post.

SEOLYZE.com ES
@seolyzeEs

Inicio

Información

Publicaciones

Fotos

Me gusta

Crear una página

SEOLYZE

CONTENT RANKING ONPAGE

Te gusta Mensaje Guardar Más

Más información

Estado Foto/video

Escribe algo en esta página...

SEOLYZE.com ES
2 h ·

Google Analytics ¿qué datos ver para superar la competencia?

Google Analytics

GOOGLE ANALYTICS

¿QUÉ DATOS OBSERVAR PARA SUPERAR A LA COMPETENCIA?

webempresa

Google Analytics ¿qué datos ver para superar la competencia?

Google Analytics. ¿qué datos debes tener en cuenta para superar la competencia?

Herramientas/equipamiento

Busca publicaciones en esta página

A 23 personas les gusta esto
Emilio Berenguer Albaladejo y 9 amigos más

Invitar a amigos a que indiquen que les gusta la página

INFORMACIÓN

Optimización On-Page y análisis de TF*IDF

<https://www.seolyze.com/es/>

FOTOS

SEOLYZE

CONTENT RANKING

Si compras Me Gusta arriesgas una caída de tu alcance orgánico importante

Tipos de “Me Gusta”



Me Gusta



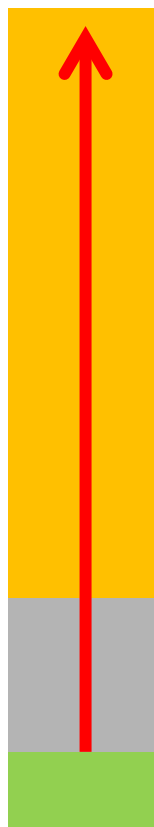
Alcance



Edge Rank



Me Gusta



Alcance



Edge Rank



Recomendaciones básicas cuando empieces con una página en Facebook

1. **No invites a tus amigos.** Tus amigos nos son tus clientes y no generan interacciones con tus publicaciones. 
2. **No compres Me Gusta.** Arriesgas que tu alcance caiga. 
3. **Invierte 1 euro/ día con Facebook Ads para promocionar publicaciones.** Luego puedes invitar a los que han generado interacciones. 

Captar tráfico (2): generar visitas a través de contenido sin vender

¿Cuál es tu objetivo de marketing?

Subasta ⓘ

Puja para llegar a tu público por el mínimo precio posible

Alcance y frecuencia ⓘ

Paga un precio fijo para llegar de manera predecible al público de tu marca

Reconocimiento	Consideración	Conversión
 Promocionar tus publicaciones	 Atraer personas a tu sitio web	 Aumentar las conversiones en tu sitio web
 Promocionar tu página	 Aumentar las descargas de tu aplicación	 Aumentar la interacción en tu aplicación
 Llegar a personas que están cerca de tu negocio	 Aumentar los asistentes a tu evento	 Conseguir que las personas soliciten tu oferta
 Aumentar la notoriedad de la marca	 Aumentar las reproducciones de video	 Promocionar un catálogo de productos
	 Generar clientes potenciales para tu empresa	 Conseguir que las personas visiten tu negocio

Es “fácil”, aporta mucho más valor que los demás



Suma CRM

 Carlos
 Inicio 20+

 2







Suma CRM

@SumaCRMcom

Inicio

Información

Publicaciones

Fotos

Me gusta

Crear una página



Suma CRM

5 de mayo · 🌐

Por las noches siempre se queda un marinero de guardia y escribe todo lo que ocurre en una hoja de navegación. Pero una noche se olvidó de hacerlo y al cambiar de turno nadie se enteró que estábamos haciendo aguas.



Quiero conocer la historia

Cómo solucioné la falta de comunicación interna en mi empresa - Suma CRM Blog

El 60% de los problemas en las empresas son debidos a la falta de comunicación interna.

SUMACRM.COM

 Me gusta
  Comentar
  Compartir



  56

Comentarios destacados

5 veces compartido



Escribe un comentario...






Ignasi Jacob Bastaba con poner intercom en todas las plantas.

Me gusta · Responder ·

 1 · 7 de mayo a las 19:11

 1 respuesta



Ram Mon Buena campaña

Me gusta · Responder ·

 1 · 6 de mayo a las 19:11

Registrar

Internet/software



A 975 personas les gusta esto

Miguel Angel Villarreal Medina y 2 amigos más



Invitar a amigos a que indiquen que les gusta la página

INFORMACIÓN



Pedir la dirección de Suma CRM



Pedir el teléfono de Suma CRM



Pregunta por el horario de apertura de Suma CRM



https://www.sumacrm.com/

FOTOS















Dale difusión y visibilidad a los que hablen bien de ti



vikinguard
@vikinguard

- Inicio
- Información
- Fotos
- Me gusta
- Publicaciones

[Crear una página](#)

Te gusta Mensaje Guardar Más

vikinguard
14 de junio · 🌐

Vikinguard + WooCommerce = Tienda online rápida y efectiva por Raiola Networks

Los dueños de tiendas online siempre necesitan las garantías de que su tienda online es rápida y segura, pero también necesitan conocer la experiencia que el usuario tiene en la tienda online.

Nota: 59.9/100

Usar Vikinguard ha demostrado que hay un problema de rendimiento, además ha habido 1 problema en este tiempo.

Tu tienda tiene un rendimiento **pequeño**. Ha estado disponible el 100.0 % del tiempo. El tiempo de carga medio es de 8.57 s. un 40% más lento que la tienda media. Pídeles aquí si quieres descubrir las páginas con peor rendimiento de tu tienda.

Página cargada: 1

Tu tienda está actualmente localizada

0% cache

Satisfacción de usuario

Tempo de Carga

Páginas vistas

25.75% Satisfacción
82.25% Suficiente
12.00% Puntuación

Es normal, comparado con otras tiendas

36.62 Páginas vistas por hora

Vikinguard + WooCommerce = Tienda online rápida y efectiva

Vikinguard es una herramienta online que te permitirá monitorizar el rendimiento y la disponibilidad de tu tienda online: WooCommerce, Prestashop, etc...

RAIOLANETWORKS.ES

Me gusta Comentar Compartir

José María Jiménez Shaw y una persona más

Escribe un comentario...

vikinguard
7 de junio · 🌐

Inunyi acaba de instalar por defecto en todas sus tiendas, el sistema de monitorización de vikinguard y están muy contentos de haber hecho esta integración, porque aporta un valor añadido muy importante a cada tienda y de forma totalmente gratuita.

[ENTREVISTA](#) Entrevista con INUNYI

Regístrate



PUBLICACIONES DE LAS PERSONAS QUE HAN VISITADO LA PÁGINA

Sé el primero en añadir una publicación.

[Crear publicación](#)

PERSONAS A LAS QUE TAMBIÉN LES GUSTA

- Coachfarmacia**
Salud/medicina/productos farmacéuticos [Me gusta](#)
- Javier Barros**
Servicios de asesoría/negocios [Me gusta](#)
- La Cruz Azul**
Salud/medicina/productos farmacéuticos [Me gusta](#)

Hacer uso de Facebook Ads para dar un mejor servicio a un anunciante

The screenshot shows a Facebook interface. On the left is the profile of 'Monchu' (@monchu.es) with a green 'Crear una página' button. The main content area displays a post from 'BEGUERRILLA' dated October 18 at 16:30. The post text reads: '🔥🔥🔥 Cómo hacer uso de puntos de dolor para clavarla con tu publicidad – caso anuncio “La Pareja” de Sixt' followed by a link to a marketing guerrilla website. Below the text is a photo of a silver car with its trunk open and three people standing around it. The post has 101 reactions. On the right sidebar, there are sections for 'Busca publicaciones en esta página', 'A 85 personas les gusta esto', 'Invitar a amigos', 'INFORMACIÓN' (with links to Monchu's location, phone, and hours), and 'FOTOS' (showing a small version of the profile picture).

Captación de leads (3): crea una base de datos con personas interesadas

¿Cuál es tu objetivo de marketing?

Subasta ⓘ

Puja para llegar a tu público por el mínimo precio posible

Alcance y frecuencia ⓘ

Paga un precio fijo para llegar de manera predecible al público de tu marca

Reconocimiento	Consideración	Conversión
 Promocionar tus publicaciones 	 Atraer personas a tu sitio web 	 Aumentar las conversiones en tu sitio web 
 Promocionar tu página	 Aumentar las descargas de tu aplicación	 Aumentar la interacción en tu aplicación 
 Llegar a personas que están cerca de tu negocio	 Aumentar los asistentes a tu evento	 Conseguir que las personas soliciten tu oferta
 Aumentar la notoriedad de la marca	 Aumentar las reproducciones de video 	 Promocionar un catálogo de productos
	 Generar clientes potenciales para tu empresa 	 Conseguir que las personas visiten tu negocio

Los seminarios online permiten activar y captar leads a bajo coste

Apuntate aquí: <https://bloggingsummer.wiluve.com/webinar-blogging>

Septiembre

6

MARTES

6 DE SEPTIEMBRE

De 17:00h a 18:00h



JOSÉ
FACCHIN

El webinar empezará en...

2

DÍA(S)

22

HORA(S)

12

MIN

53

SEG

¿Quieres comenzar con tu blog de una vez por todas?

- ✓ Conoce todos los secretos para **empezar con tu blog y convertirte en un gran blogger.**
- ✓ En este Webinar, **José Facchin** resolverá todas tus dudas sobre blogging y te dará sus mejores consejos.



Quondos

Te gusta esta página · 4 de septiembre ·

¿Quieres comenzar con tu blog de una vez por todas pero tienes muchas preguntas?

En este Webinar, **José Facchin** resolverá todas tus dudas sobre blogging y te dará sus mejores consejos.

Apúntate aquí: <https://bloggingsummer.wiluve.com/webinar-blogging>

Me gusta Comentar Compartir

Tú, José Facchin y 5 personas más

2 veces compartido



Escribe un comentario...



Capta leads con cursos que funcionan literalmente en autopiloto

SE LYZE

QUIERO LOS CONSEJOS
GRATUITOS

Recibe **GRATIS** durante un mes los mejores consejos de marketing online de los especialistas en posicionamiento web del momento. ¿Te lo vas a perder?

Mejora tu SEO en 30 días

QUIERO RECIBIR LOS CONSEJOS

Cada 24 horas podrás aplicar

Aviso legal



Acelera tu SEO en 30 días

- ✓ Más de 20 especialistas nos desvelan sus mejores trucos SEO
- ✓ 2 minutos. Este es el tiempo que necesitarás para leer los consejos de estos expertos



Añade llamadas a la acción a posts: “contáctame aquí”



PD: si quieres contactar conmigo para lanzar tu propio proyecto y/o captar leads lo puedes hacer aquí.

Publicación en Facebook sobre el lanzamiento de Beguerrilla

Conclusiones sobre uso de redes en lanzamientos

Mi caso no se puede aplicar 1:1 al tuyo. Para empezar tengo la suerte de ya llevar 6 años con esto. Los canales que tengo más trabajados son el blog, mi cuenta de Twitter y LinkedIn. Lo que tengo más descuidado es Facebook. Es una cosa que no tengo previsto cambiar ya que hay que asumir que uno se puede con todo y que **es mejor centrarse en pocas cosas**.

Una herramienta que es como prender fuego con gasolina hubiera sido Facebook Ads. En este caso he preferido no hacer uso de ella, ya que la web es todavía muy mejorable. Si tú todavía no tienes un gran recorrido, puede ser una muy buena opción.

A pesar de no haber pisado el acelerador a fondo han surgido 6 leads y 3 reuniones. Al final tendré que aumentar el equipo para asumir toda la carga nueva de trabajo. Pero bueno, prefiero rechazar clientes antes de bajar la calidad de servicio de los que están. Paso a paso, todo llegará... 😊

PD: si quieres contactar conmigo para lanzar tu propio proyecto y/o captar leads lo puedes hacer aquí.

Cierre de ventas (4): trabaja tu base de datos con e-mail marketing y retargeting

¿Cuál es tu objetivo de marketing?

Subasta ⓘ

Puja para llegar a tu público por el mínimo precio posible

Alcance y frecuencia ⓘ

Paga un precio fijo para llegar de manera predecible al público de tu marca

Reconocimiento	Consideración	Conversión
 Promocionar tus publicaciones 	 Atraer personas a tu sitio web 	 Aumentar las conversiones en tu sitio web 
 Promocionar tu página	 Aumentar las descargas de tu aplicación	 Aumentar la interacción en tu aplicación 
 Llegar a personas que están cerca de tu negocio	 Aumentar los asistentes a tu evento	 Conseguir que las personas soliciten tu oferta
 Aumentar la notoriedad de la marca	 Aumentar las reproducciones de video 	 Promocionar un catálogo de productos
	 Generar clientes potenciales para tu empresa	 Conseguir que las personas visiten tu negocio 

Claude van Damme como imagen de un producto en Etoy (¡ojo con el copyright!)



EtoY E-Life Lovers
Te gusta esta página · 19 de septiembre ·

⚠️ ¡¡El gran Jean Claude Van Damme se mueve en Ninebot!! 🤖

Consigue aquí tu #Ninebot E o tu #Ninebot MiniPro y prepárate para el invierno: 📌

<https://www.patinetelectrico.eu/segway/9-ninebot-e.html>

Me gusta · Comentar · Compartir

Tú y 32 personas más · Orden cronológico

2 veces compartido · 3 comentarios

Dani Edu Sosa Se cansó de estirar las piernas!!!
Me gusta · Responder · 26 de septiembre a las 20:14

Larios Carriles Sonia Presmanes jajajaja
Me gusta · Responder · 1 · 27 de septiembre a las 0:25

Ver 5 respuestas más

E-Life Lovers Estad atentas al BlackFriday en nuestra tienda, por lo que pueda pasar 😊
Me gusta · Responder · 27 de septiembre a las 15:47

Nico Severyns será por casa, que va en pijama
Me gusta · Responder · 2 · 27 de septiembre a las 18:48

E-Life Lovers Sobre cómo salir a la calle no nos metemos, libertad 😊
Me gusta · Responder · 27 de septiembre a las 18:50

Escribe un comentario...

Solicitudes de amistad · Ver todas

Almudena Morales
23 amigos en común
Confirmar la solicitud de ...

Mezclar contenido comercial y no-comercial aumenta el *engagement*

Página Mensajes 8 Notificaciones 99 Estadísticas Herramientas de publicación Configuración Ayuda ▾

Chihuahua Mom
@chihuahuamomdsads

Inicio
Información
Fotos
Eventos
Me gusta
Vídeos
Publicaciones
Administrar pestañas

Promocionar ▾

Mensajes Promocionar Editar la información de l... Más

Chihuahua Mom ha añadido 4 fotos nuevas.
Publicado por Víctor Giner Baixauli [?] · 21 de octubre a las 12:27 · €

Mami, mami, tengo mucho frío. Chihuahua Mom acaba de sacar su nueva colección de #SudaderasMoms para este Otoño. ¿Me compras una? Podéis encontrar la vuestra aquí. 🌞🌞 bit.ly/SudaderaMoms 🌞🌞





1875 personas alcanzadas **Promocionar publicación**

Me gusta Comentar Compartir

208

Se ha compartido 1 vez

Ver 2 comentarios más

Georges Rogiest Leuk
Ver traducción
Me gusta · Responder · Mensaje · 21 de octubre a las 16:02

Busca publicaciones en esta página

Índice de respuesta: 80 %; tiempo de respuesta: 6 horas
Responde antes para activar la insignia

3897 Me gusta +83 esta semana
Isabella Ferrandez

Alcance de la publicación esta semana:
15 644

Ver noticias de páginas
Publicaciones de páginas que has indicado que te gustan en nombre de tu página.

INFORMACIÓN >

🔔 Somos una comunidad de mamás y papás de Chihuahuas. Amamos a nuestras mascotas.
We are a family of mums and dads of Chihuahuas. We love our pets.

📧 Normalmente responde en un día
Enviar un mensaje ahora

🌐 Añade un sitio web **Promocionar sitio web**

FOTOS >



El riesgo de utilizar intereses muy amplios – ej. de campaña y proyecto fracasado



Eh, ¿quién es el Rey de Copas?
¡Etiqueta a tus amigos culés y enséñales quien manda en la Copa Basket!

www.cojinesoriginales.com



Like Comment Share



Ayer se cantaba en La Rosaleda el "Adiós a la liga" a los futbolistas del Madrid, y es que la liga 2015/2016 tiene más pinta azulgrana que nunca. Los 9 puntos del Barça sobre el Madrid pesan más que nunca.

Una liga de las últimas ocho disputadas y aún tienes amigos madridistas que te defienden las Copas de Europa ganadas en los años 60. Disfruta del éxito de tu equipo y del agujero negro en el que cada año entra tu histórico rival sacándole unas risas a tus amigos merengues.... See more



Like Comment Share

8

Chronological

Los tres pilares de Facebook Ads para aumentar el ROI de tus campañas



- **Marketing de Contenidos:** fotos, vídeos, posts, etc.
- **Estudio del público objetivo:** Audience Insights
- **E-Mail Marketing:** envíos segmentados, ofertas

Fuente: Esto son los 3 pilares esenciales para que tus Facebook Ads obtengan resultados, Marketing de Guerrilla (2016)

Curso “Convertir Me Gusta en Te Compro”

1. Primera Parte – fundamentos de Facebook Ads

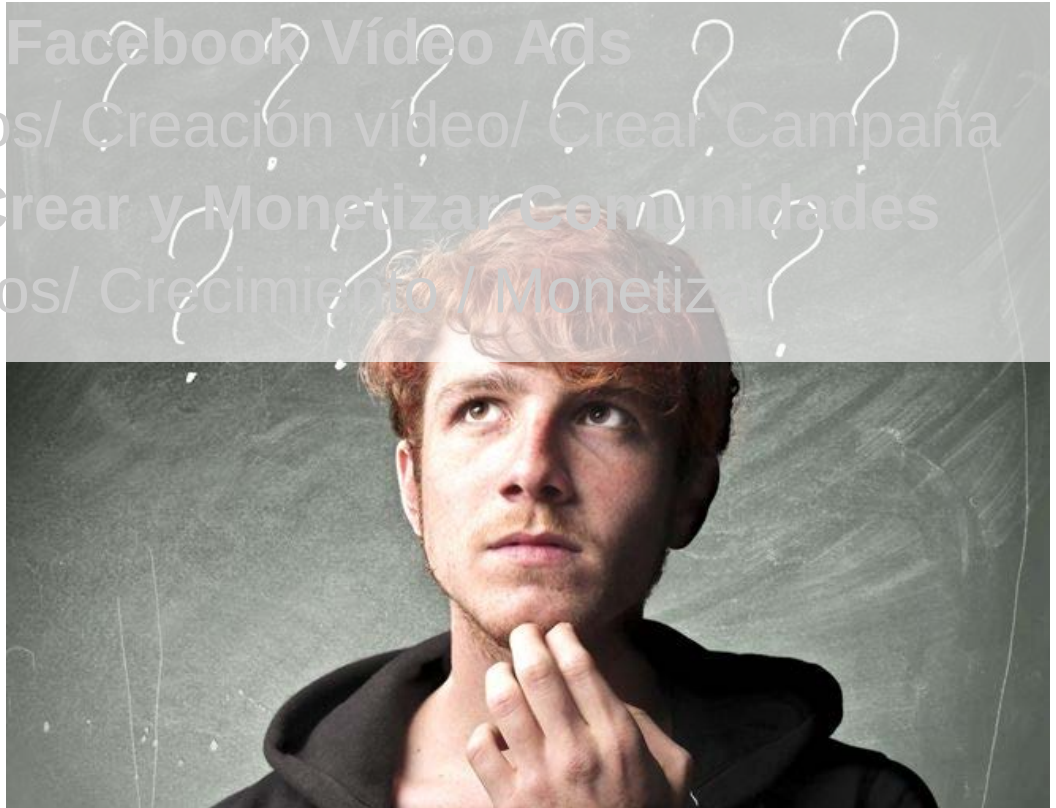
- Introducción/ Configuración/ Lanzar Campaña/ Optimizar

2. Segunda Parte – Facebook Vídeo Ads

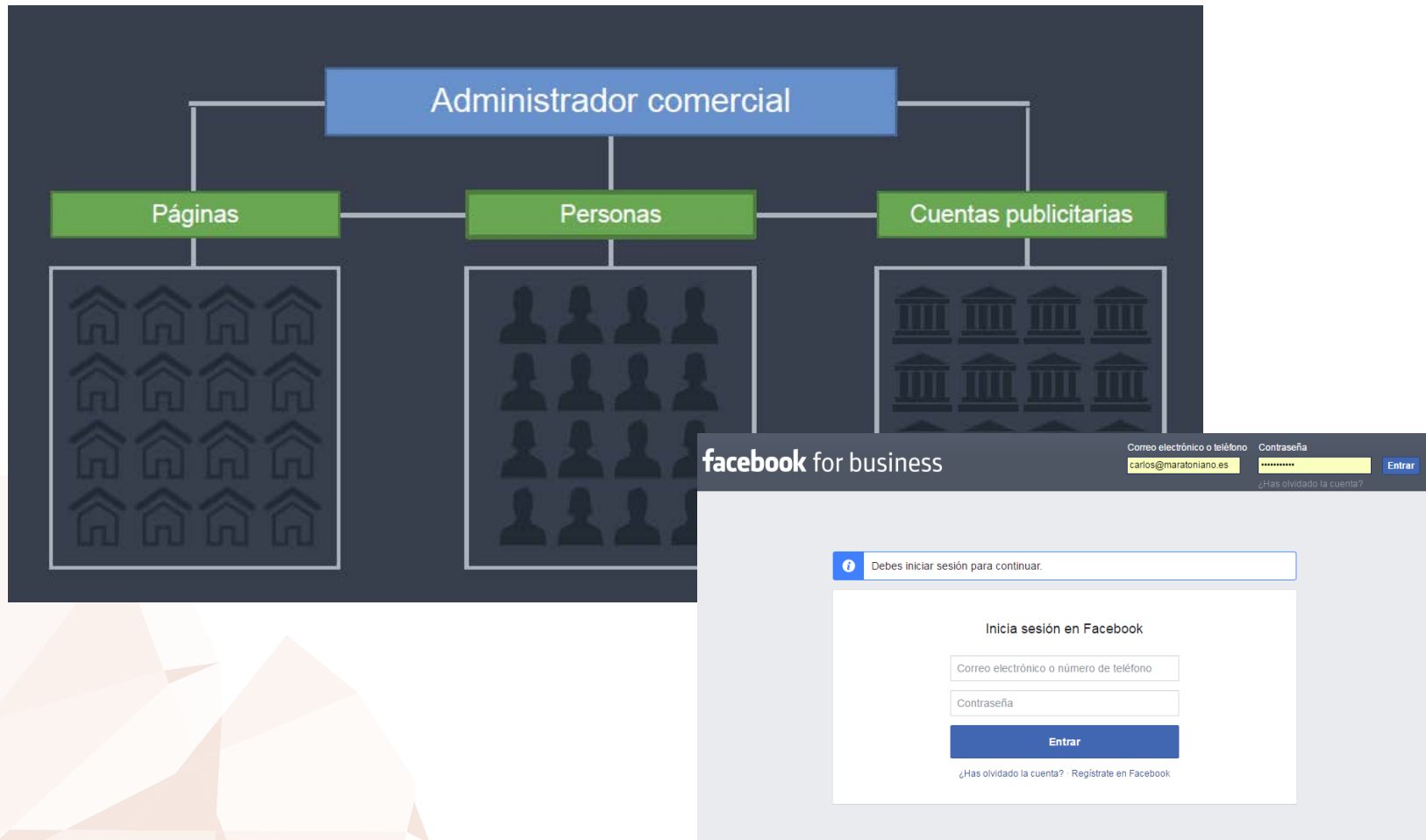
- Tipos de Vídeos/ Creación vídeo/ Crear Campaña

3. Tercera parte – Crear y Monetizar Comunidades

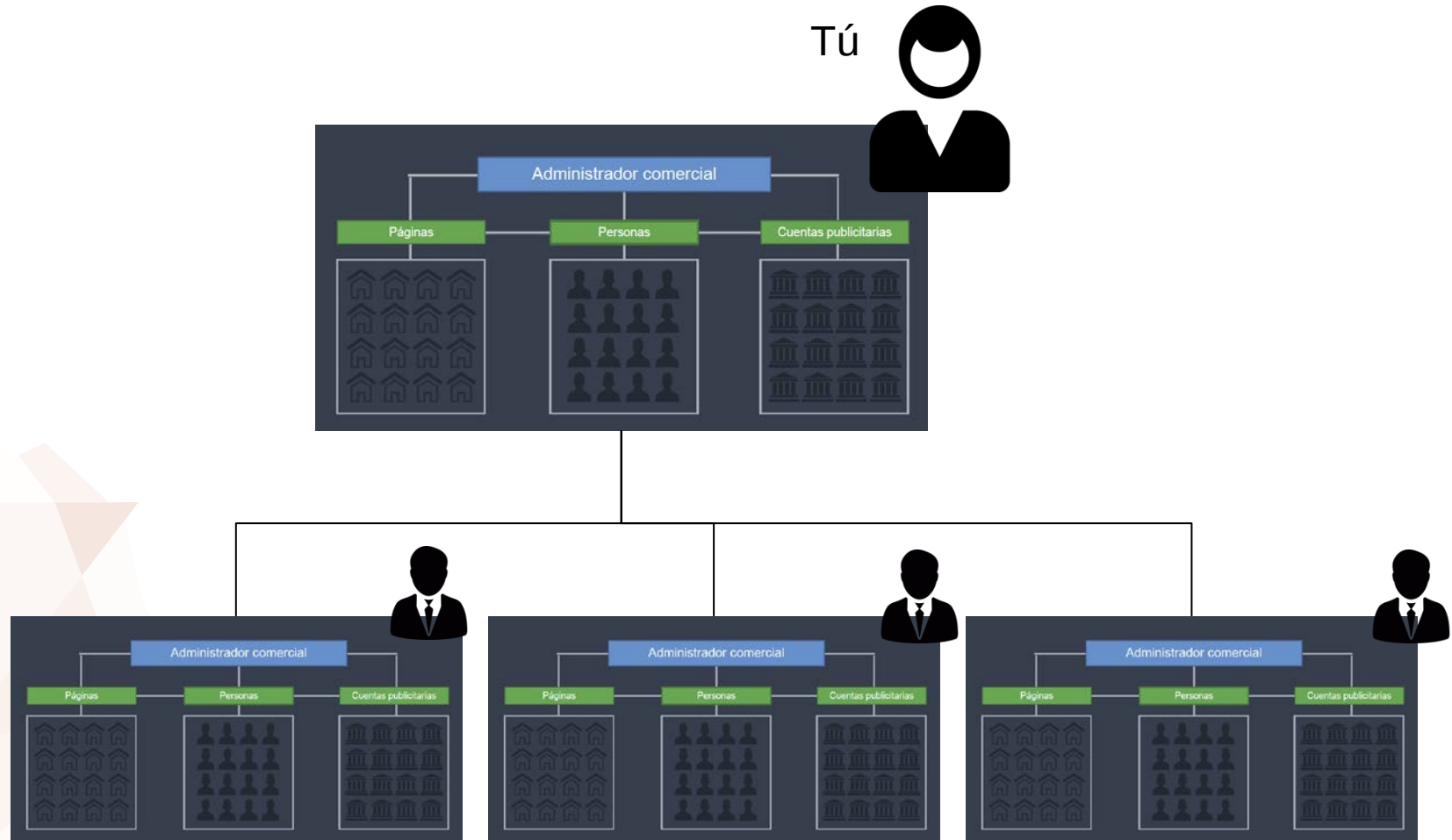
- Encontrar nichos/ Crecimiento / Monetiz



Dar de alta el Business Manager con tu cuenta de Facebook existente

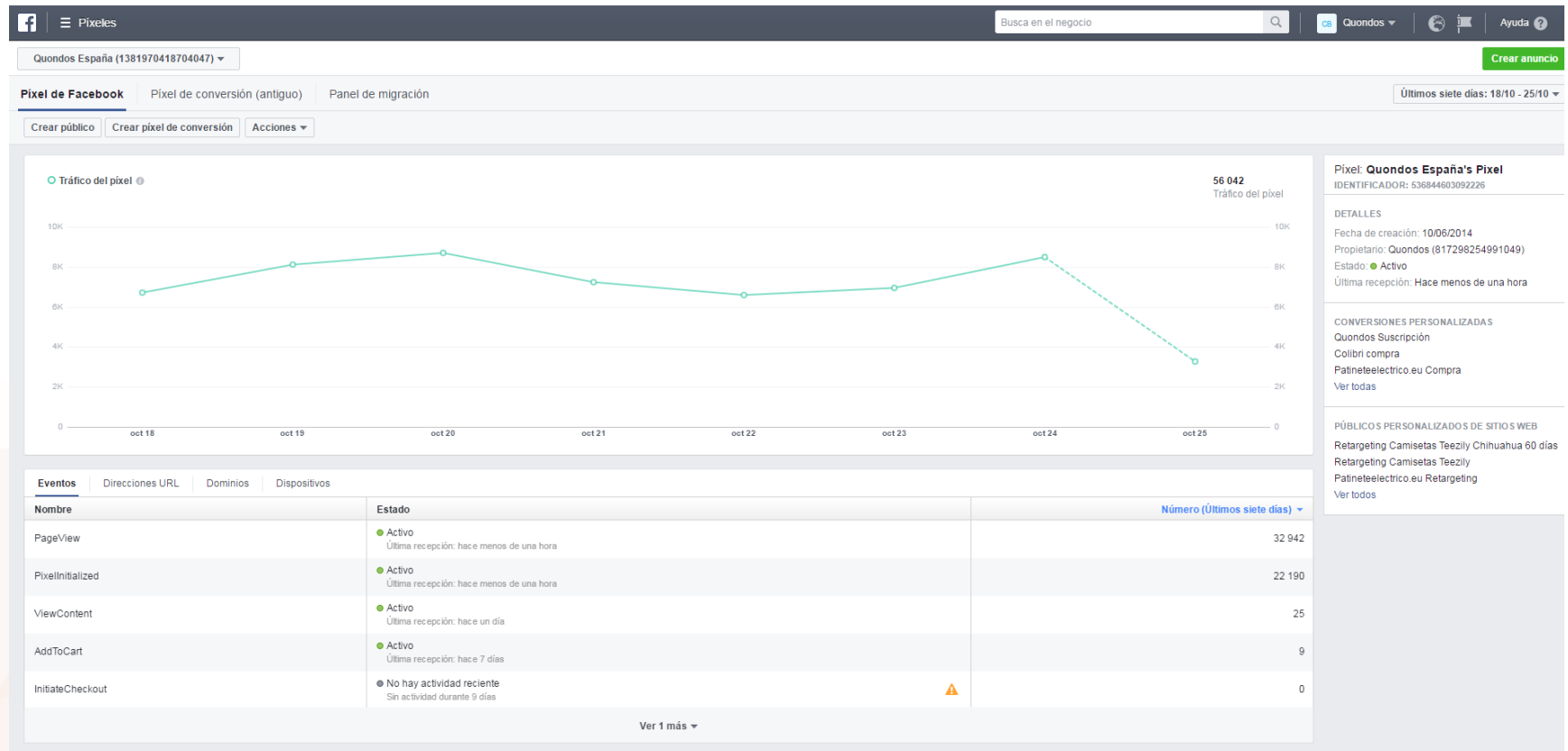


Así te puedes conectar con Business Manager de terceros



Tus clientes/ colaboradores

Configuración y funcionamiento de Píxeles, Landing Pages y Públicos





Ver en directo

La mejor opción es optimizar por conversión

Carlos Bravo You have 1 FREE Sub Account Remaining

LeadPages™ Templates LeadPages™ LeadBoxes® LeadLinks™ Support My Account

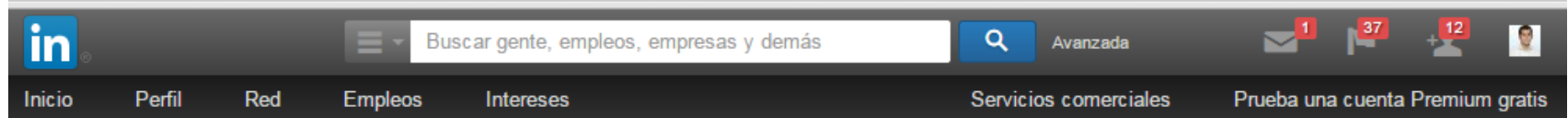
Create New Page Create An A/B Split Test Order: ↓ Updated Filter: All labels

Now Available: We're offering massively discounted 2-year plans for all LeadPages memberships. (Enterprise 2-Year Plan: Now 57% off, or \$42 a month.) Get details on how to upgrade [right here](#).

Facebook Webinar Sin Coste	66%	1300	1970	Analytics	Edit
Maratoniano.es Suscriptores	32%	57	179	Analytics	Edit
Descarga Ebook Facebook Ads	51%	281	549	Analytics	Edit
Marketingguerrilla Webinar sin cost	42%	559	1337	Analytics	Edit

Un ratio del 32% de ratio de conversión sin optimizar (media en un 48%)

LinkedIn puede servir como base de datos para públicos personalizados



[Máster en Dir. Producción - ¿Quieres ser Director de Producción? Obtén la doble titulación EAE + UB.](#)

Contactos | Contactos importados | Organizador de perfiles | [Añadir contactos](#) | [Borrar contactos](#)

Filtrar contactos

Contactos (5626)
Etiquetas [Gestionar](#)
amigos (311)
miembros de un grupo (228)
socios (143)
colegas de trabajo (24)
agencia (7)
compañeros de clase (6)
anunciante (4)
inversor (2)
soporte (2)
planificador (1)
sin etiqueta (4906)
Apellidos
Empresas

Seleccionar: Todos, Ninguno
A

☐ **aguiló segui, maria jose** 233
Coach personal, organizacional y deportivo - AREA3 COACHING

☐ **ajayi, olakorede adebayo** 500+
CTO and founder at Inglesissimo.com - Inglesissimo.com

☐ **alcantara pinilla, jose luis** 12
discotecas - sailas

☐ **alvarez duarte, oscar** 231
Desarrollo de negocio - Grapptifica

☐ **alvarez r, jose** 500+
- MAXIGOURMET

☐ **aranda estevez, carmen** 181
Marketing Communications

¿Quieres ver y organizar rápidamente tus contactos?
Selecciona una categoría o individuo para ver la información de contacto, enviar un mensaje y mucho más.

Anuncios
Are You A CEO?
 See If You Qualify For The Bristol Who's Who of European Professionals!
Máster Doble Titulación
 OBS Business School 100% online
Estudia Investigación de mercados con OBS ¡Matrícula Abierta!
Proceso Cuentas por Pagar
 EASYAP-Workflow Facturas Proveedor.
Papel, OCR, efactura, pdf, EDI - Pruébalo!

Pasos a seguir para realizar campañas de retargeting

- Integrar pixel desde la primera visita en la página
- “Poblar” el pixel con una campaña de tráfico (p.ej. promoción de una publicación)
- >1.000 mejor 10.000 usuarios son una buena cifra para iniciar la campaña de “repesca



Configuración y funcionamiento de Power Editor

Power Editor

Busca en el negocio

Quondos España (1381970418704047)

De

+ Crear campaña

Editar

Ediciones rápidas

Q Buscar

Filtros

Mostrar siempre artículos nuevos

+ Añade filtros para restringir los datos que estás viendo.

1-200 of 61

617

619

1586

Campañas

Rendimiento

☐	Nombre de la campaña			Esta...	Entrega	Resultados	Coste	Alcance	Impresi...	Clics	CPM me...	CPC me...	% de ...
☐	Xidere 1			☒	Activa								
☐	PP Curso Facebook Ads			☒	Activa								
☐	PP Concurso FB ADS 2			☒	Activa								
☐	PP Curso SEO Barcelona y Madrid			☒	Activa								
☐	PP Code Wars Ed IV 2			☒	Activa								
☐	PP Marketing de Guerrilla			☒	Activa								
☐	PP En Directo			☒	Activa								
☐	PP Concurso Facebook Ads			☒	Activa								
☐	Chihuahua Mom 13			☒	Activa								
☐	PP Etoy Video Patinete 2			☒	Activa								
☐	PP Concurso SEO Madrid			☐	Inactiva								
☐	PP Post Marketing Guerrilla (Webinars)			☐	Inactiva								
☐	PP Concurso SEO Madrid			☐	Inactiva								
☐	PP Curso SEO Barcelona			☐	Inactiva								
☐	Chihuahua Mom 14 Venta Camiseta			☐	Inactiva								
☐	LA En Directo 9			☐	Inactiva								
☐	Chihuahua Mom 12			☐	Inactiva								
☐	LA Codewars 4ª edición			☐	Inactiva								
☐	99 razones Quondos cuenta gratis			☐	Inactiva								
☐	LA En directo 9			☐	Inactiva								
☐	LA En Directo 8			☐	Inactiva								
☐	Venta Camiseta Chihuahua Mom Quiero 24h 2			☐	Inactiva								
☐	Venta Chihuahua Mom Quiero 24h			☐	Inactiva								

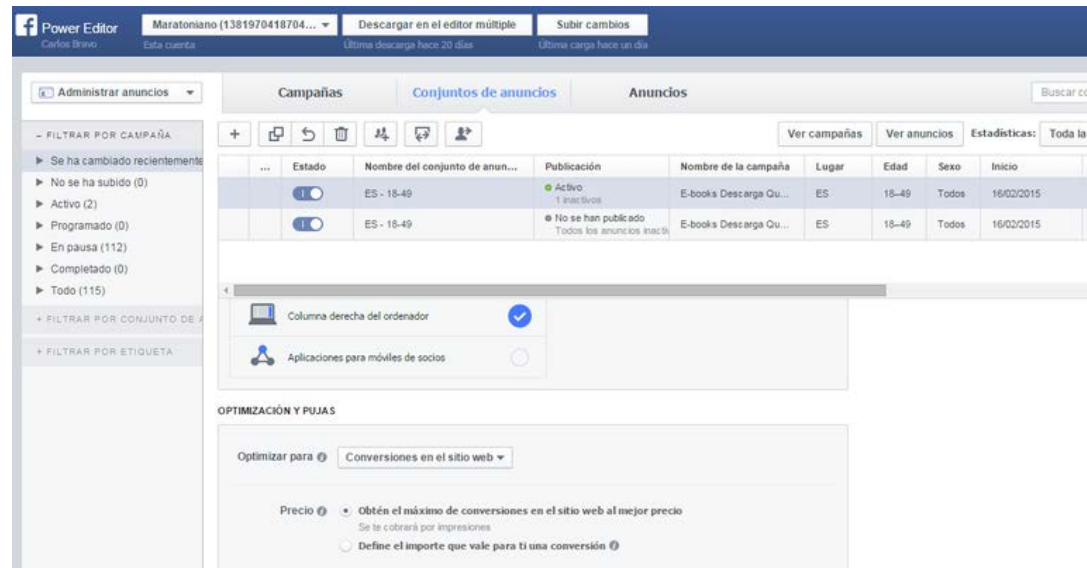
Estructura del Power Editor de Facebook

- **Campaña:** básicamente la carpeta de todo
- **Conjunto de anuncios:** presupuesto, público, aparición y programación del anuncio
- **Anuncios:** banner, texto, pixel de conversión



Principales ventajas de utilizar el Power Editor de Facebook

- **Requerimientos técnicos:** instalación desde el navegador de Chrome
- **Ahorro de tiempo en la gestión:** copiar campañas, etiquetas, anuncios



Curso “Convertir Me Gusta en Te Compro”

1. Primera Parte – fundamentos de Facebook Ads

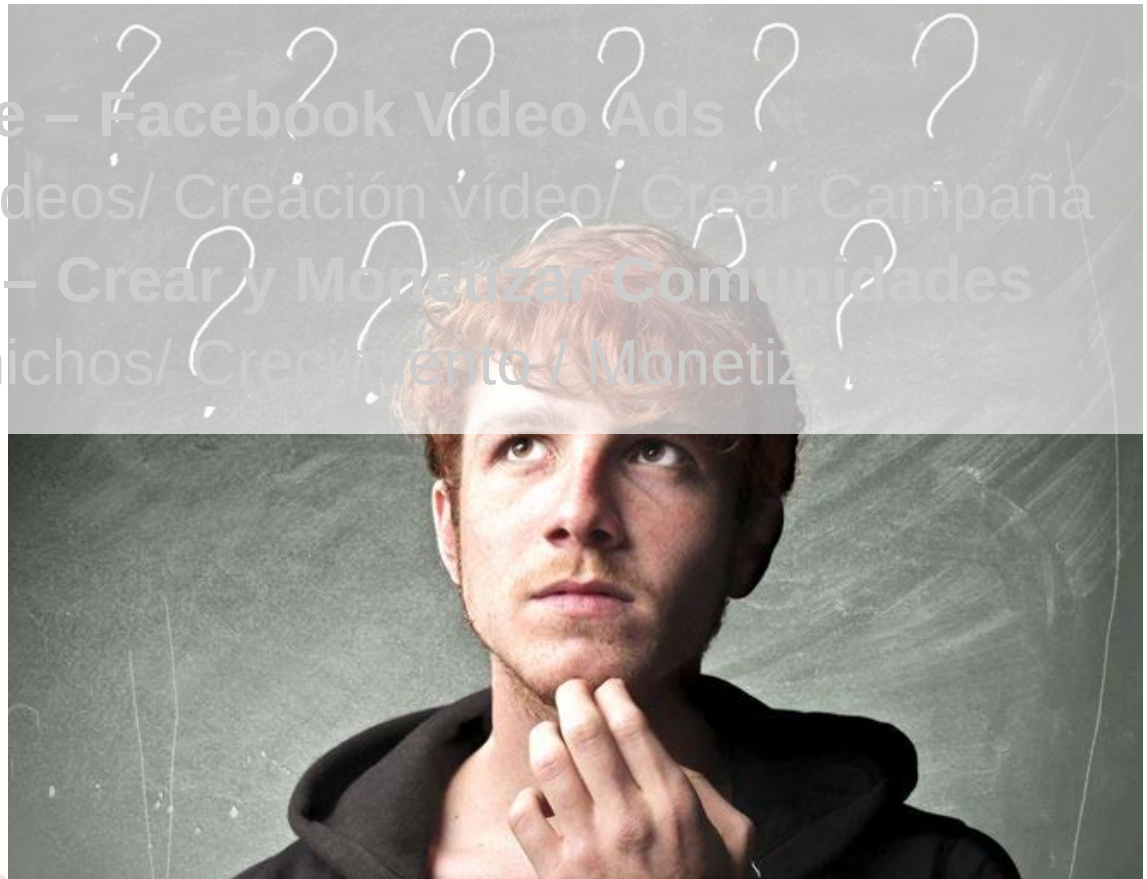
- Introducción/ Configuración/ Lanzar Campaña/ Optimizar

2. Segunda Parte – Facebook Video Ads

- Tipos de Vídeos/ Creación vídeo/ Crear Campaña

3. Tercera parte – Crear y Monetizar Comunidades

- Encontrar nichos/ Crecimiento / Monetización



Lanzar una campaña paso a paso

Público

Define quién quieres que vea tus anuncios. Más información.

Crear Usar un público guardado ▼

Públicos personalizados ⓘ

Sugerencia: crea un público similar a partir de tu página ✕

Puedes crear un público para llegar a personas similares a las que han indicado que les gusta tu página. Buscaremos personas en función de ciertos aspectos como la ubicación, los datos demográficos o los intereses, por lo que se trata de un buen punto de partida si no estás totalmente seguro de a quién debes incluir en tu público.

[Crear un público similar](#)

Añade públicos personalizados o públicos similares

Excluir | Crear ▼

Lugares ⓘ

Todos en este lugar ▼

España

📍 España

📍 Incluir ▼ | [Añade lugares](#)

Añadir ubicaciones masivas...

Edad ⓘ

30 ▼ - 50 ▼

Sexo ⓘ

Todos | Hombres | **Mujeres**

Idiomas ⓘ

Introduce un idioma...

Segmentación detallada ⓘ ⓘ

INCLUIR personas que cumplan, al menos, UNA de las siguientes condiciones ⓘ

Añade datos demográficos, intereses o comport...

[Sugerencias](#) | [Explorar](#)

Excluir personas

Definición del público



Tu selección es bastante amplia.

Características del público:

- Lugar:
 - España
- Edad:
 - 30-50
- Sexo:
 - Mujer
- Ubicaciones:
 - en las páginas siguientes: Sección de noticias en dispositivos móviles, Sección de noticias en ordenadores, Columna derecha en ordenadores o Sección de noticias de Instagram
- Placements:
 - Facebook Noticias, Facebook Columna derecha y Instagram

Alcance potencial: 5 900 000 personas

Alcance diario estimado

 **2500 - 6500 personas en Facebook**

0 de 4 300 000 ⓘ

 **2200 - 5900 personas en Instagram**

0 de 850 000 ⓘ

Es solo una estimación. Las cifras indicadas se basan en el rendimiento medio de los anuncios dirigidos al público seleccionado.

Duración del conjunto de anuncios: 32 días

 **CECARM**
cecarm.com

 **#talleresCECARM**

Fondo Europeo de Desarrollo Regional
Una manera de hacer Europa

Activación de:

www.integra.org

Con la financiación de:
 Región de Murcia

 UNIÓN EUROPEA

Lanzar un campaña con el editor estándar de Facebook Ads

1. **Subir público** personalizado
2. **Ubicaciones** (en función del público personalizado)
3. **Edad** (Audience Insight)
4. **Elegir sexo** para conjunto de anuncios
5. **Idiomas** (en caso de segmentación amplia)
6. **Intereses, comportamientos y conexiones**
7. **Segmentar por dispositivos** para conversión
8. **Fijar presupuesto** diario
9. **Crear anuncios:** banners y redactar textos

Targeting por provincias para llegar a las provincias más activas de compra online

- Excluir provincias del targeting con una tasa del paro superior al 20% (opción A)
- Incluir provincias donde más se compra online: A Coruña, Vizcaya, Barcelona, Madrid, Valencia, Alicante, Murcia, Málaga, Cádiz, Sevilla (opción B)



Las provincias que más compran online



Fuente: yodetiendas.com (Estudio realizado a partir de 3.500 transacciones online realizadas en el primer semestre de 2014)

Averigua intereses ocultos de tu audiencia con Audience Insights

Cuenta: Quondos España (...) Crear nuevo Abrir Guardar Más ▾ Crear anuncio

CREAR PÚBLICO

Público personalizado >

Lugar ▾

ESPAÑA
Todo España
+ País, región o ciudad

Edad y sexo ▾

Edad
18 + — Cualquiera +

Sexo
Todos Hombres Mujeres

Intereses ▾

ENTRADAS ADICIONALES
WordPress
+ Interés

Conexiones ▾

Páginas ▾

Personas conectadas a
+ Tu página

Personas que no están conectadas a
+ Tu página

Avanzado >

(Nuevo público) ☐ Personas en Facebook
País: España

Datos demográficos **Me gusta de la página** Lugar Actividad Hogar Compra

Categorías principales

1	Public Figure	EDUARD PUNSET • Jordi Évole
2	Magazine	El Jueves, la revista que sale los miércoles
3	Organization	Podemos
4	Product/Service	Decathlon España • Facebook
5	Retail and Consumer Merchandise	Amazon.es
6	Athlete	Rafa Nadal • Leo Messi • Andrés Iniesta • Iker Casillas
7	Professional Sports Team	FC Barcelona • Real Madrid C.F.
8	Blogger	Cabronazi

Me gusta de la página
Páginas de Facebook que es probable que resulten relevantes para tu público en función de los Me gusta en la página de Facebook.

Página	Relevancia ▾	Público objetivo	Facebook	Afinidad ▾
EDUARD PUNSET	1	9,8K	831K	1x
El Jueves, la revista que sale los miércoles	2	8,9K	801,6K	0.9x
Podemos	3	8,7K	850,8K	0.8x
Rafa Nadal	4	8,8K	1,2m	0.6x
Jordi Évole	5	11,7K	1,4m	0.7x
Amazon.es	6	10,4K	1,4m	0.6x
Leo Messi	7	9,9K	1,5m	0.6x
Andrés Iniesta	8	11,3K	1,7m	0.6x



Los 4 círculos mágicos de la segmentación

Comportamiento

Necesidad

Estatus

Pasión

Detailed targeting **INCLUDE** people who match at least ONE of the following ⓘ

[Interests > Additional interests](#)

Sail

Sailing ship

Yachting

[Add demographics, interests or behavior...](#) | [Suggestions](#) | [Browse](#)

and **MUST ALSO** match at least ONE of the following ⓘ

[Interests > Additional interests](#)

Optimist (dinghy)

[Add demographics, interests or behavior...](#) | [Suggestions](#) | [Browse](#)

[Exclude people or Narrow further](#)

Los círculos mágicos de Code Wars

Comportamiento: **Formación Online**

Necesidad:
Wordpress



Caso práctico Geeksme – el reloj que quiere que hagas el amor

geeks!me



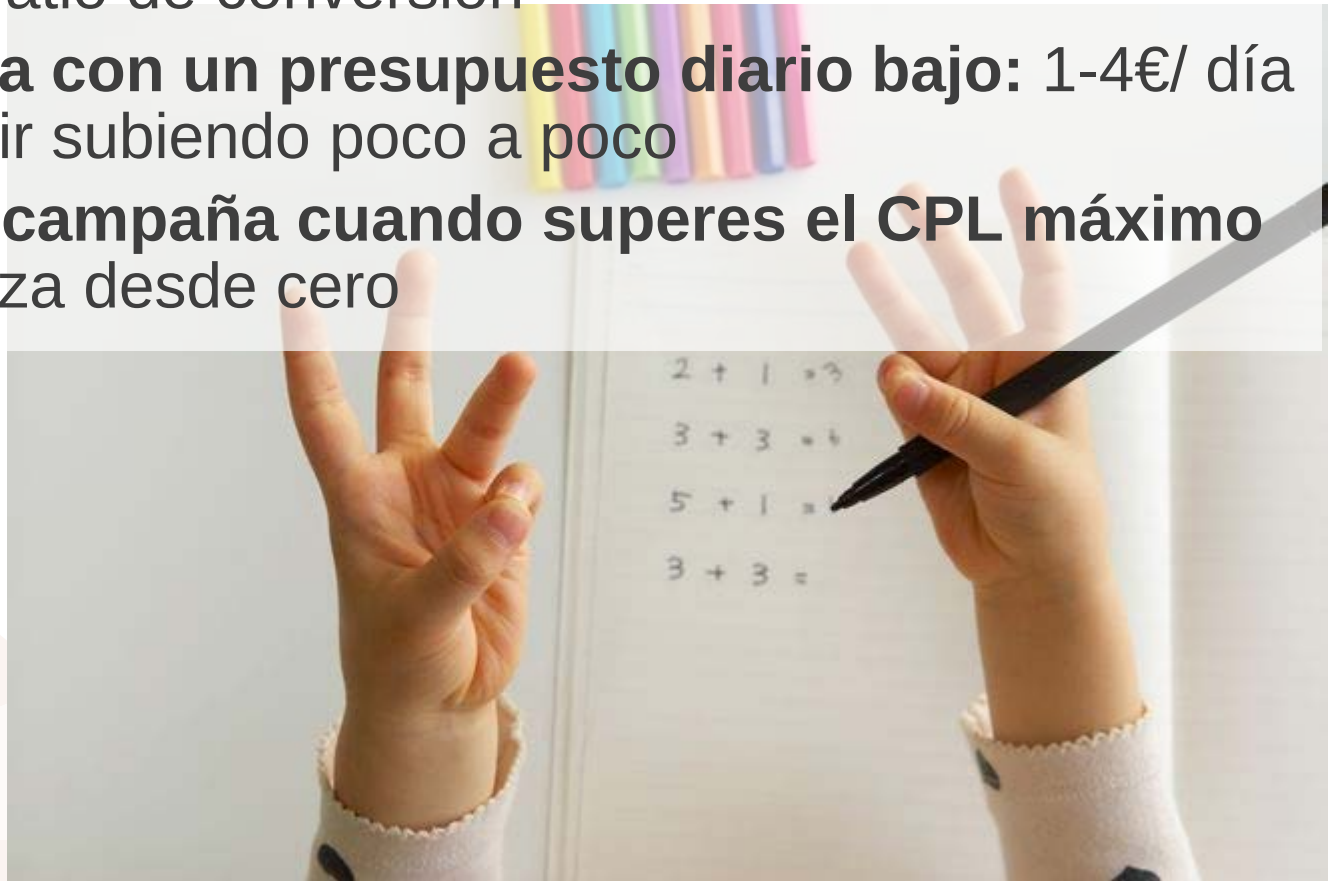
Caso práctico Lopifit – la cinta andadora/patinete



 **lopifit®**

¿Cuánto me tengo que gastar con Facebook Ads?

1. **Calcula tu CPL:** *Customer Lifetime Value*, Venta media, ratio de conversión
2. **Empieza con un presupuesto diario bajo:** 1-4€/ día y luego ir subiendo poco a poco
3. **Para la campaña cuando superes el CPL máximo y empieza desde cero**



Un sencillo cálculo con Excel para averiguar el CPL máximo



Ver en directo

La estructura y los elementos de texto en un anuncio de Facebook



Texto breve (90 caracteres)

“Sin Coste”, “Gratis”

Título (25 caracteres)
Al grano, poco margen

Texto largo (220 caracteres)
Uso de mayúscula,
llamada a la acción

Botón
Más información /
Registrarte

Juega con el miedo de las personas (1) – pero no te pases ;)



“En 24 horas se acaba el descuento del 50%”

“Ya no queda nada, cerramos la venta exclusiva”

“¿Estás seguro que tu estilo de vida es saludable?”

“Si sigues así, te quedarás sin amigos”

Haz que tu oferta sea percibida como exclusiva (2)



“Últimas unidades disponibles”

“Sé el primero en probar el nuevo”

“Edición limitada”

Cuenta una historia que emociona a tu público objetivo (3)



“Ella pensaba que ya no iba a tener hijos, hasta que descubrió...”

“Había probado todas las dietas sin perder peso, hasta que...”

“Le dijeron que en 24 horas todos sus problemas iban estar resueltos, pero luego ocurrió esto”

Lo que (casi) siempre funciona – haz uso del humor (4)



“Con ..., esto no hubiera ocurrido”
“Tu mascota también es fan de nuestra marca”
“Este vídeo te alegrará el día”

Juega con una de las grandes debilidades del ser humano – la curiosidad (5)



“¿Conoces ya...?”

“¿Sabes lo que se siente cuando...?”

“¿Por qué debería preocuparte...?”

Aporta un incentivo para hacer clic en el anuncio (6)



“Descarga ahora sin coste...”

“Disfruta de un descuento exclusivo para ...”

“Inscríbete y participa en un sorteo...”

Busca una causa común para no quedar desapercibido (7)



“Apoya con tu voto...”

“Firma aquí si piensas que...”

“Si quieres que el comercio sea más justo...”

Tipos de banners que me han funcionado (1)



Tipos de banners que me han funcionado (2)



Tipos de banners que me han funcionado (3)

PODCAST: “CREAR UN PROYECTO DESDE 0”



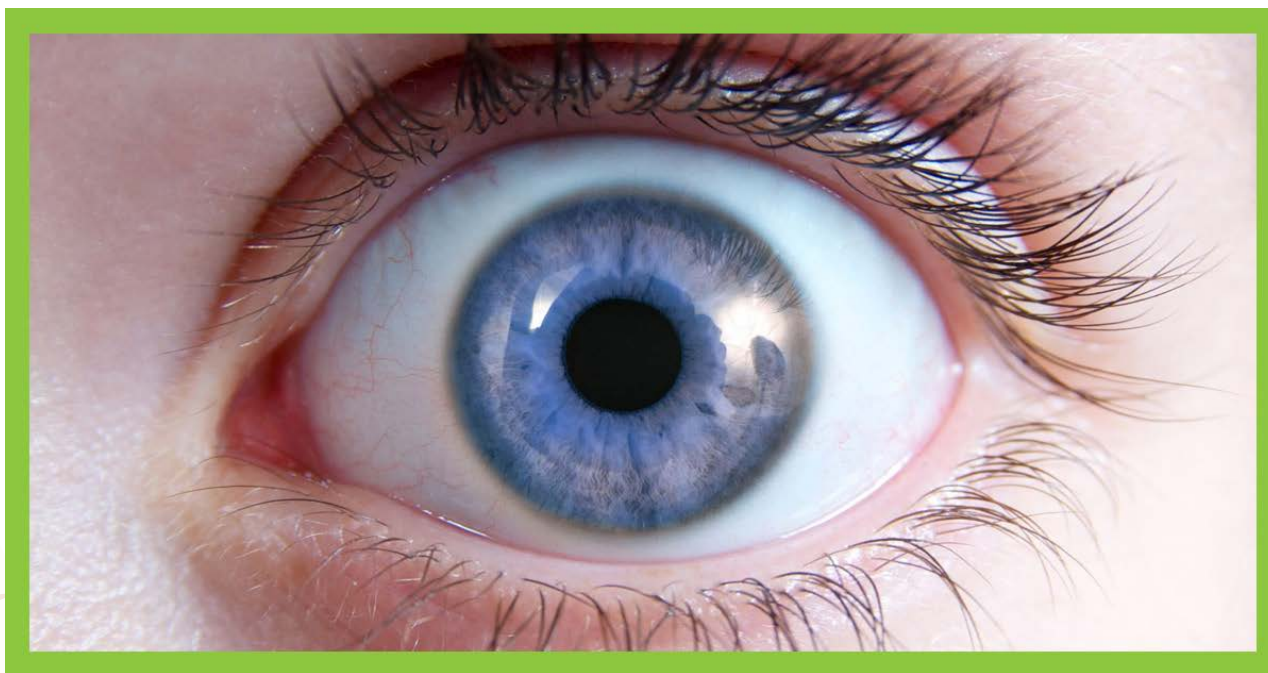
Tipos de banners que me han funcionado (4)



Tipos de banners que me han funcionado (5)



Tipos de banners que me han funcionado (6)



Tipos de banners que me han funcionado (7)



Tipos de banners que me NO me han funcionado (1)



¿ESTO ES LO QUE TE DICE GOOGLE CADA MES?

Tipos de banners que me NO me han funcionado (2)



Tipos de banners que me NO me han funcionado (3)



Tipos de banners que me NO me han funcionado (4)

TÚ TAMBIÉN PUEDES CORRER UNA MARATÓN



Tipos de banners que me NO me han funcionado (5)



Tipos de banners que me NO me han funcionado (6)



Tipos de banners que me NO me han funcionado (7)



**MUJERES NO SABEN
MONTARSELO SIN MI**



Ejemplo de optimización de banners – primera prueba (1)



EDICIÓN LIMITADA



Comprar

Ejemplo de optimización de banners – añadimos motivos emocionales (2)



Ejemplo de optimización de banners (3) – aumentamos los *shares*, likes y compras



The banner is set against a light green background. On the left, three Chihuahua puppies are sitting. To their right, a person is wearing a white t-shirt with a graphic design. The design includes the text 'CUANTO MÁS CONOZCO a la gente MÁS QUIERO a mi CHIHUAHUA' with a small Chihuahua illustration and a heart. Above the puppies are three icons: a hand pointing up, a surprised face emoji, and a heart. Below the t-shirt are a winking face emoji and a hand pointing down.

Camiseta Chihuahua 14,95€ Edición Limitada*

**No disponible en tiendas*

Resumiendo algunos de los factores clave que funcionan bien en los banners

- **Tipos de fotos:** niños y bebés, sexo opuesto (no siempre), animales (no siempre)
- **Poses y posturas:** miradas directas (ojos), movimiento (remangar camisa)
- **Colores y texto:** verde (marco), naranja (fondo), foto sin nada, bocadillo, texto abajo mejor que arriba



Resumiendo algunos de los factores clave que NO funcionan bien en los banners

- **Tipos de fotos:** con mucho diseño, muy cargadas con diferentes elementos, varias personas en 1 foto
- **Poses y posturas:** miradas al lado, con gafas de sol, varias personas en 1 banner
- **Colores y texto:** rojo y naranja como marco no funcionan demasiado bien



Un banner no debería tener más del 20% de texto (permitido pero menos alcance)



The screenshot shows the Facebook Text Overlay tool interface. At the top is a search bar with the text "Busca personas, lugares y cosas" and a magnifying glass icon. To the right of the search bar is a user profile picture and the name "Carlos", followed by "Inicio 20+" and several icons for notifications, messages, and settings. Below the search bar, the interface is divided into two main sections. The left section is titled "Comprobación del texto de la imagen" and contains the text: "Sube una imagen para determinar la cantidad de texto que contiene. Si el porcentaje de texto con relación a la imagen es demasiado elevado, es posible que los anuncios no lleguen a todo tu público. Hacemos excepciones con los anuncios de determinados productos. Visita nuestro [servicio de ayuda](#) para obtener información sobre las excepciones, consultar ejemplos de imágenes con texto y obtener más ayuda." Below this text is a blue button labeled "Subir". The right section is titled "Calificaciones del texto de la imagen" and contains three items, each with a yellow warning icon and a green checkmark icon. The first item is "Texto de la imagen: **Aceptar**" with the description "El anuncio se mostrará con normalidad." The second item is "Texto de la imagen: **Nivel bajo**" with the description "Es posible que el alcance del anuncio sea ligeramente inferior." The third item is "Texto de la imagen: **Nivel medio**" with the description "Es posible que el alcance del anuncio sea muy inferior." Below these is a fourth item, "Texto de la imagen: **Nivel alto**" with the description "Es posible que el anuncio no se muestre."

Herramienta para comprobarlo:
https://www.facebook.com/ads/tools/text_overlay

Crear un formulario de Lead Ads paso a paso



Ver en directo

¿Qué hay que tener en cuenta a la hora de lanzar campañas internacionales?

- **Idioma:** dominar los pequeños detalles idiomáticos que marcan la diferencia
- **Métricas clave cambian:** sobre todo CPC y conversión pueden variar mucho
- **Factores culturales:** preferencias pueden variar mucho entre diferentes países y culturas



Curso “Convertir Me Gusta en Te Compro”

1. Primera Parte – fundamentos de Facebook Ads

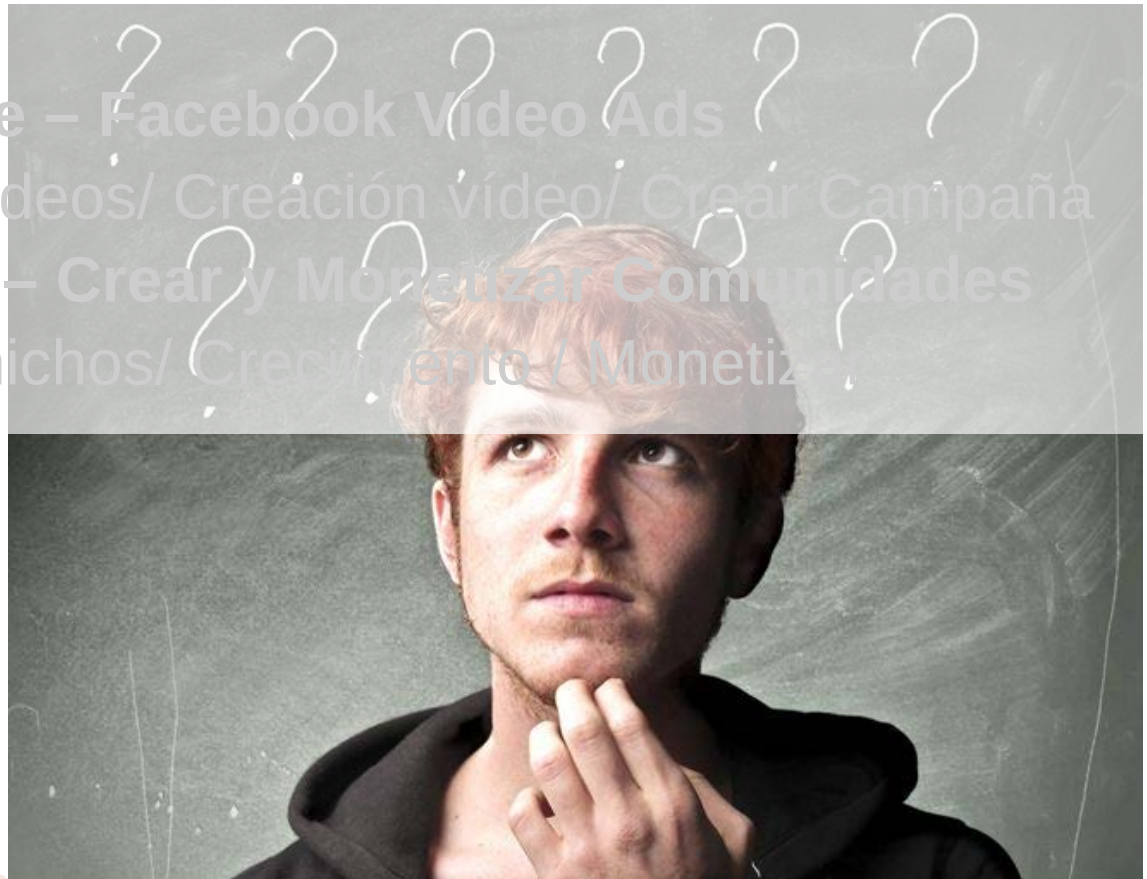
- Introducción/ Configuración/ Lanzar Campaña/ Optimizar

2. Segunda Parte – Facebook Video Ads

- Tipos de Vídeos/ Creación vídeo/ Crear Campaña

3. Tercera parte – Crear y Monetizar Comunidades

- Encontrar nichos/ Crecimiento / Monetización



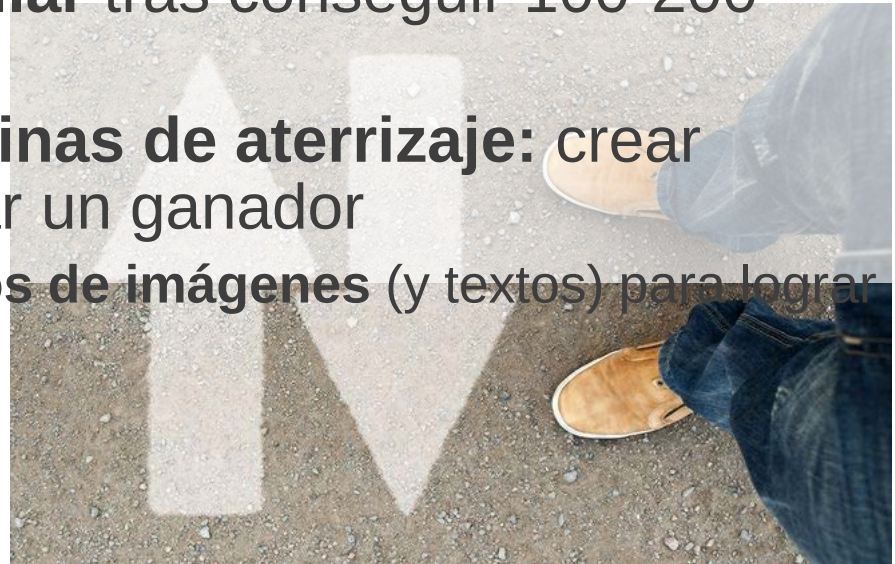
Factores clave para que una campaña en Facebook Ads funcione

- **Diseño de los banners (20%):** anuncios que reciban clics
- **Segmentación del público (30%):** llegar a un perfil interesado en el momento adecuado
- **Configuración de la campaña (20%):** no saturar, upscaling/ downscaling
- **Configuración de la página de aterrizaje (30%):** convertir visitas en contactos

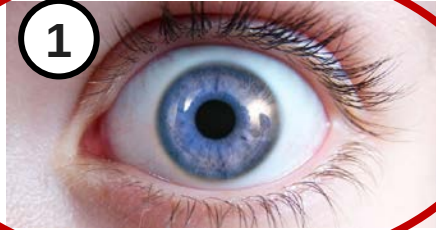


Proceso de optimización de campañas con Facebook Ads

- 1. Pruebas A/B con banners y anuncios:** crear variaciones e identificar un ganador
 - Probar diferentes tipos de imágenes (y textos) para lograr un ganador.
- 2. Probar diferentes conjuntos de anuncios** para alcanzar el CPL objetivo
- 3. Crear un público similar** tras conseguir 100-200 conversiones
- 4. Pruebas A/B con páginas de aterrizaje:** crear variaciones e identificar un ganador
 - Probar diferentes tipos de imágenes (y textos) para lograr un ganador.

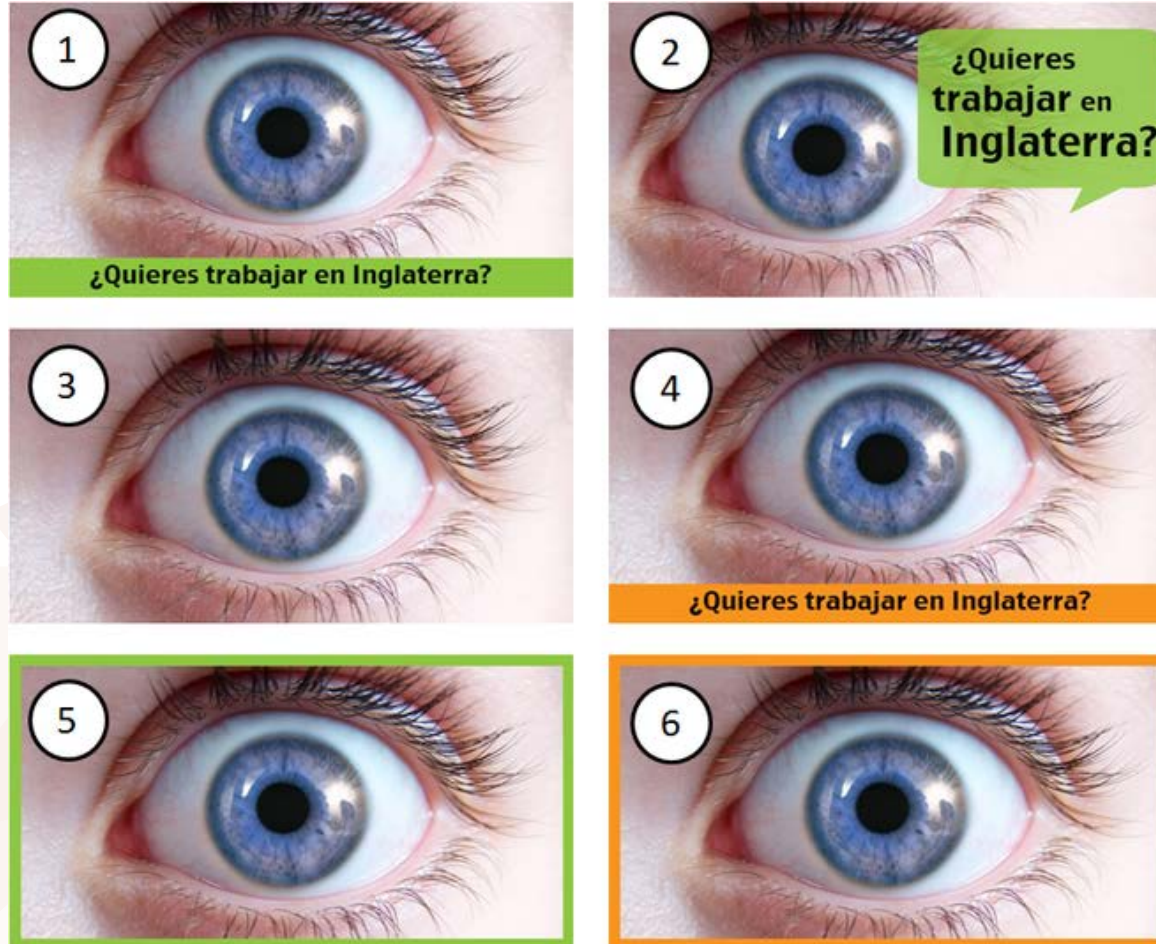


Cómo elegir el mejor banner para nuestra campaña



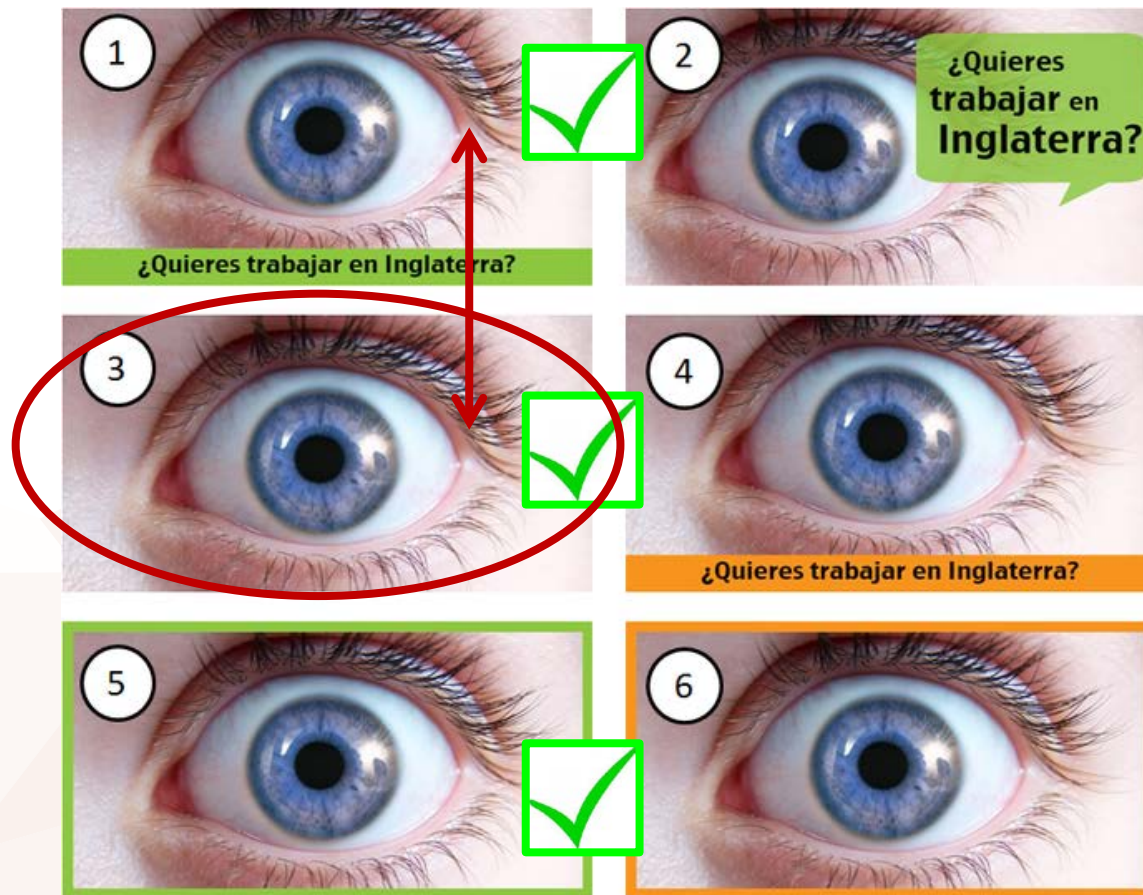
Primer paso: probar 9-20 fotos

Diseño de experimentos para lograr el mejor CTR de un banner



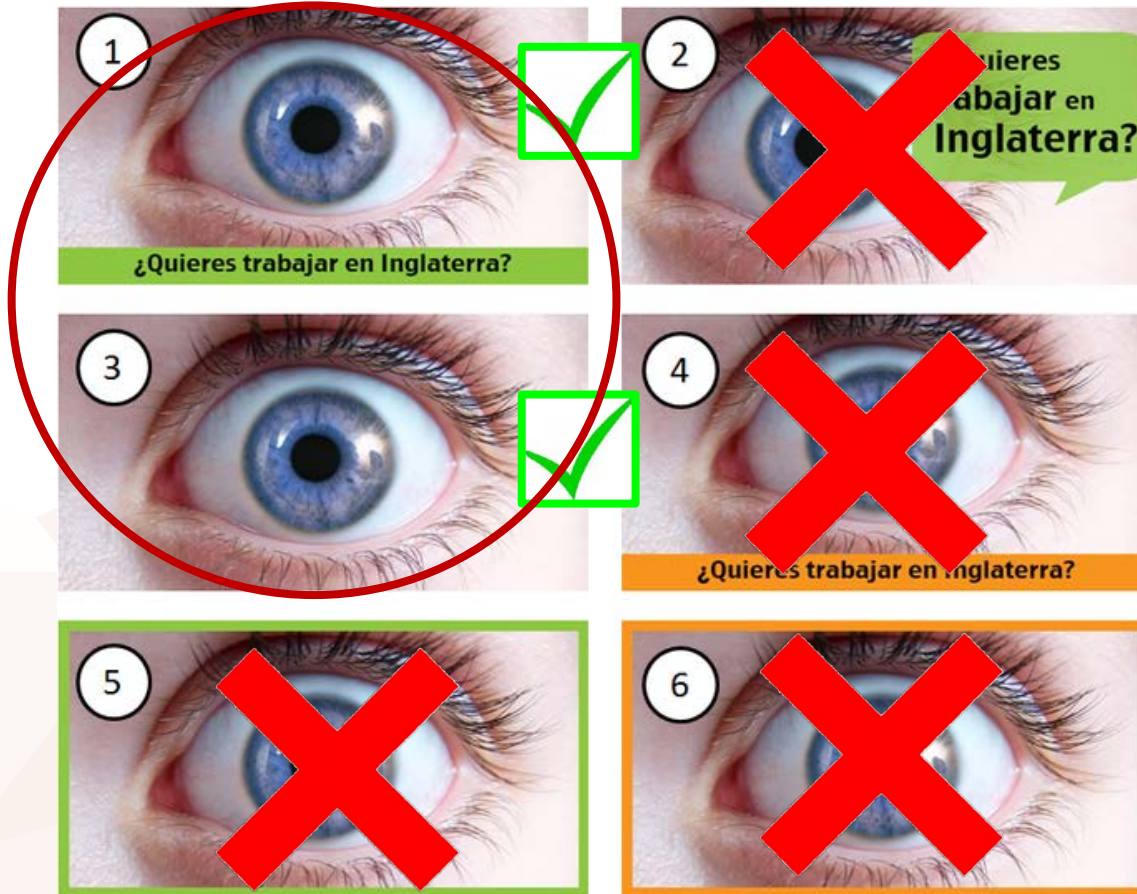
Segundo paso: añadir elementos y variar

Ganadores del experimento (y luego tras sumar más impresiones)



Tercer paso: lograr más datos

Comparar 2 banners a la vez que tengan CTRs parecidos



Cuarto paso: lanzar campaña con 2 banners

Mis top 4 formas de segmentar el público objetivo

1. **Listados propios:** suscriptores boletín o blog, contactos LinkedIn
2. **Retargeting:** usuarios que han mostrado interés alguna vez en tu oferta
3. **Públicos similares de conversión:** usuarios parecidos que los que ya han convertido
4. **Públicos similares basados en listados propios:** una vez subidos añadir segmentación

Cómo crear un conjunto de anuncios para que no solape

1. **Diferenciación por edad:** 20-31 (primer conjunto), 31-40 (segundo conjunto)
2. **Targeting por sexo:** mujeres (primer conjunto), hombres (segundo conjunto)
3. **Targeting por provincia:** Madrid (primer conjunto), Barcelona (segundo conjunto)
4. **Targeting por exclusión:** excluir público del targeting (“crear públicos”)



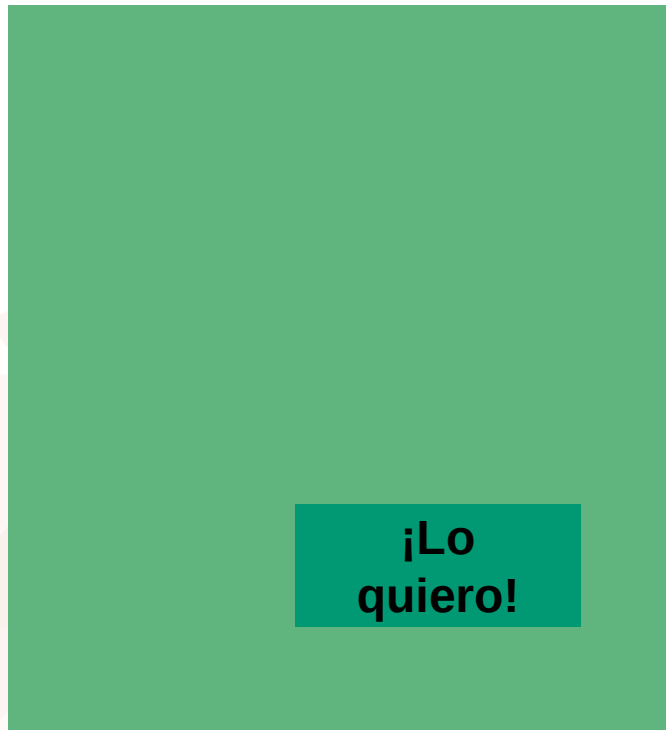
Es un mito que el color naranja para los botones siempre es el que mejor convierte

- El verde como color de botón supera el naranja ("Original") con un 8,9%

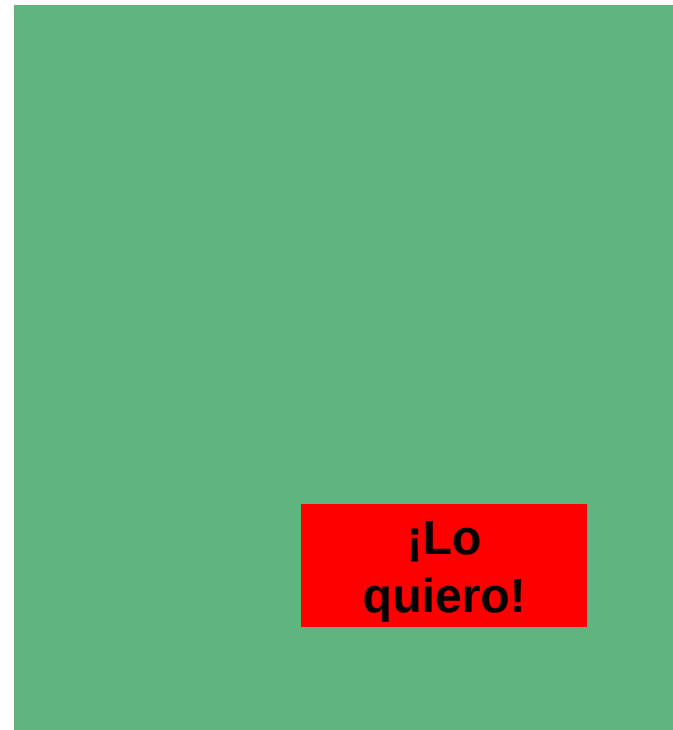
Variations	Priority	Conversions	Visitors	Conversion Rate Range	Percentage Change
Original BASE	14%	87	244	35.66%±5.06%	-
Botón verde	14%	106	273	38.83%±4.87%	↑ 8.90%
Botón lila	14%	82	233	35.19%±5.16%	↓ -1.30%
Botón rojo	14%	78	262	29.77%±4.66%	↓ -16.50%
Botón amarillo	14%	81	283	28.62%±4.43%	↓ -19.73%
Botón azul	14%	73	266	27.44%±4.51%	↓ -23.03%
Botón blanco	14%	71	266	26.69%±4.48%	↓ -25.14%

Lo que más importa es el contraste del botón con la landing

Landing A



Landing B



Creación de informes e identificar métricas relevantes



Ver en directo

Curso “Convertir Me Gusta en Te Compro”

1. Primera Parte – fundamentos de Facebook Ads

- Introducción/ Configuración/ Lanzar Campaña/ Optimizar

2. Segunda Parte – Facebook Vídeo Ads

- Tipos de Vídeos/ Creación vídeo/ Crear Campaña

3. Tercera parte – Crear y Monetizar Comunidades

- Encontrar nichos/ Crecimiento / Monetizar



Curso “Convertir Me Gusta en Te Compro”

1. Primera Parte – fundamentos de Facebook Ads

- Introducción/ Configuración/ Lanzar Campaña/ Optimizar

2. Segunda Parte – Facebook Vídeo Ads

- Tipos de Vídeos/ Creación vídeo/ Crear Campaña

3. Tercera parte – Crear y Monetizar Comunidades

- Encontrar nichos/ Crecimiento/ Monetizar

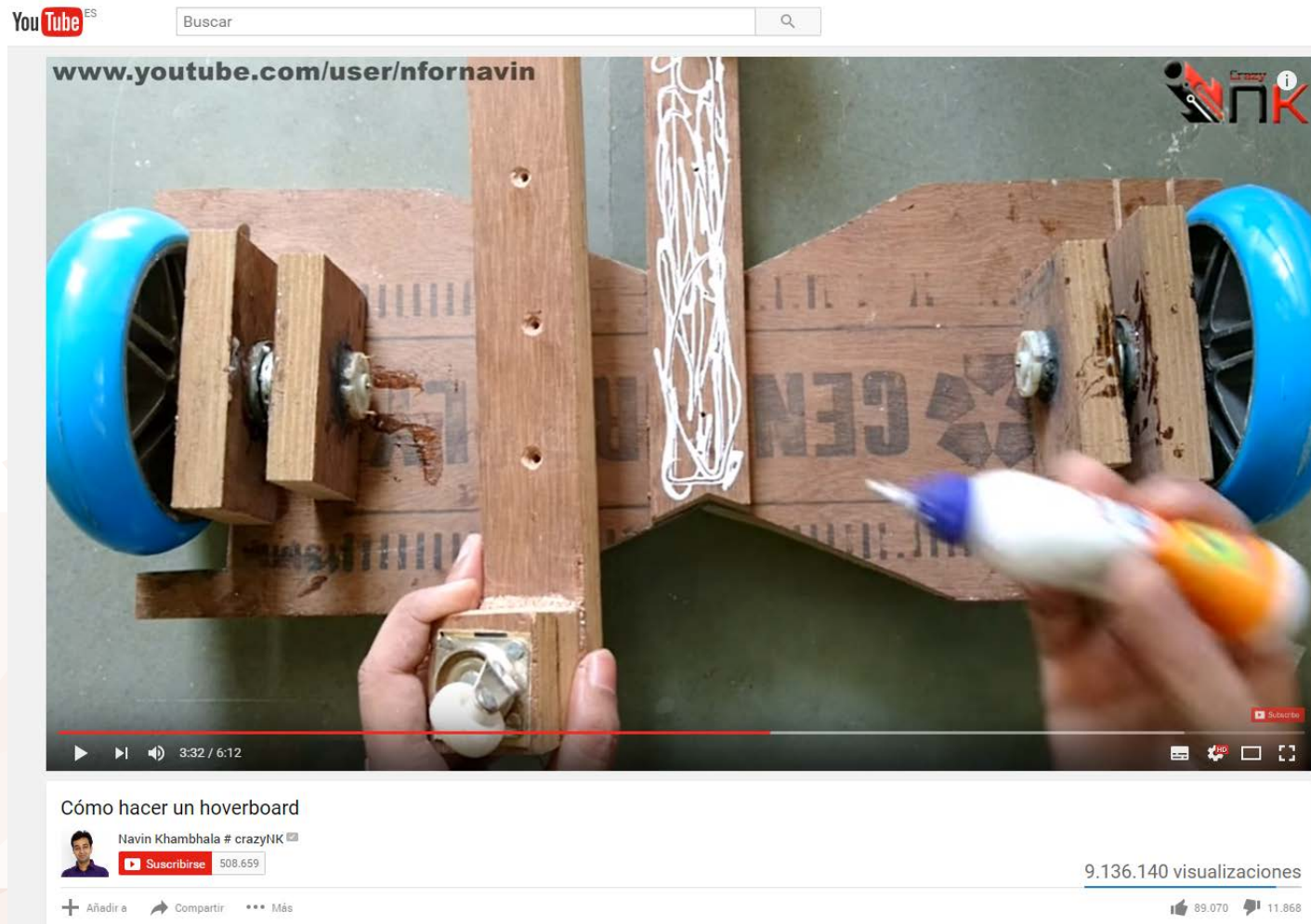


Unboxing - usuarios que se emocionan cuando desempaquetan un pedido

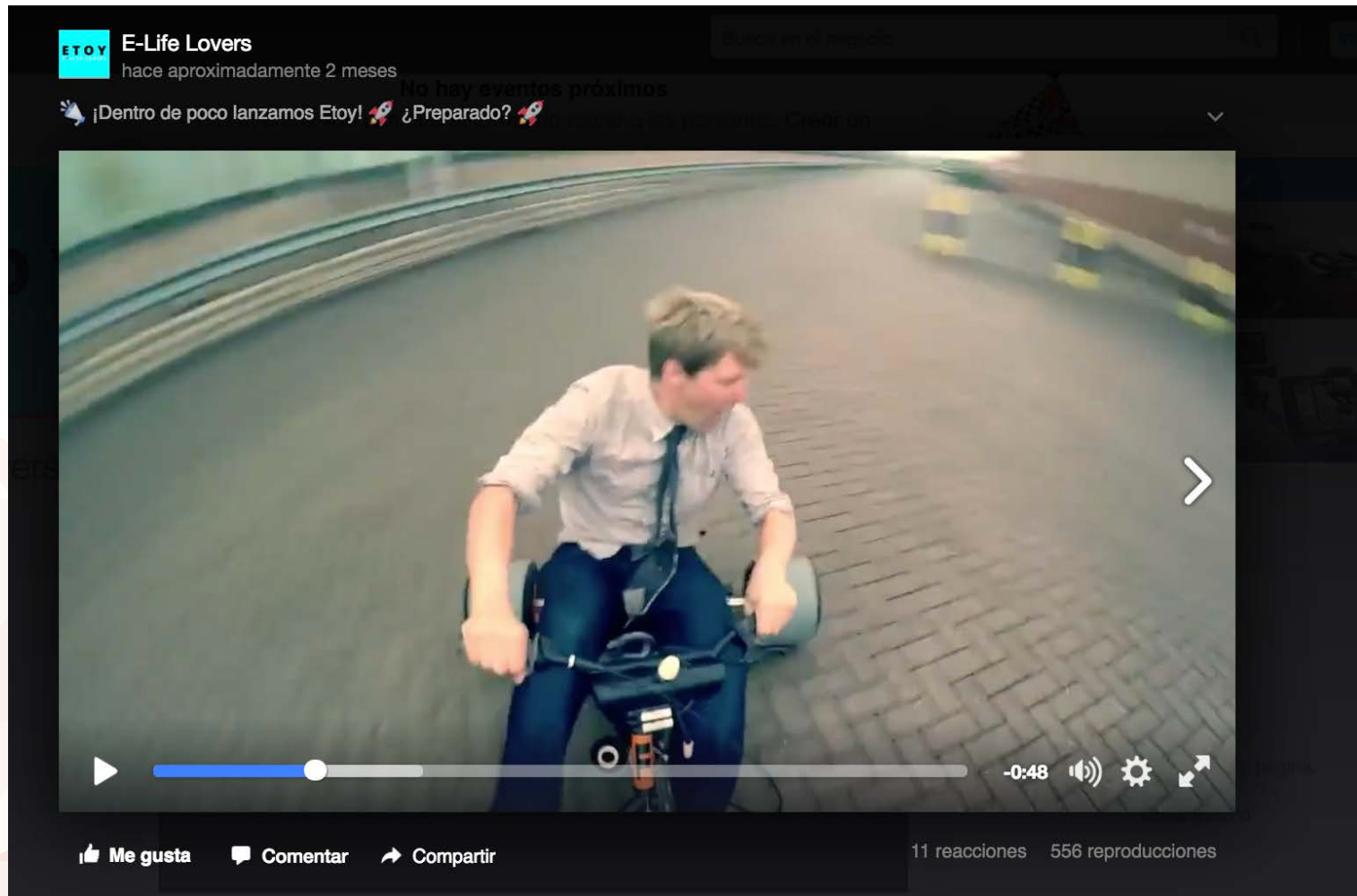


La ciencia detrás de Unboxing es el “Efecto Espejo” o “Efecto iPod”.

Vídeos de “How to...” funcionan sobre todo en formato vídeo



Vídeos tipo trailer – ejemplo lanzamiento de Etoy.es



Curso “Convertir Me Gusta en Te Compro”

1. Primera Parte – fundamentos de Facebook Ads

- Introducción/ Configuración/ Lanzar Campaña/ Optimizar

2. Segunda Parte – Facebook Vídeo Ads

- Tipos de Vídeos/ Creación vídeo/ Crear Campaña

3. Tercera parte – Crear y Monetizar Comunidades

- Encontrar nichos/ Crecimiento / Monetizar

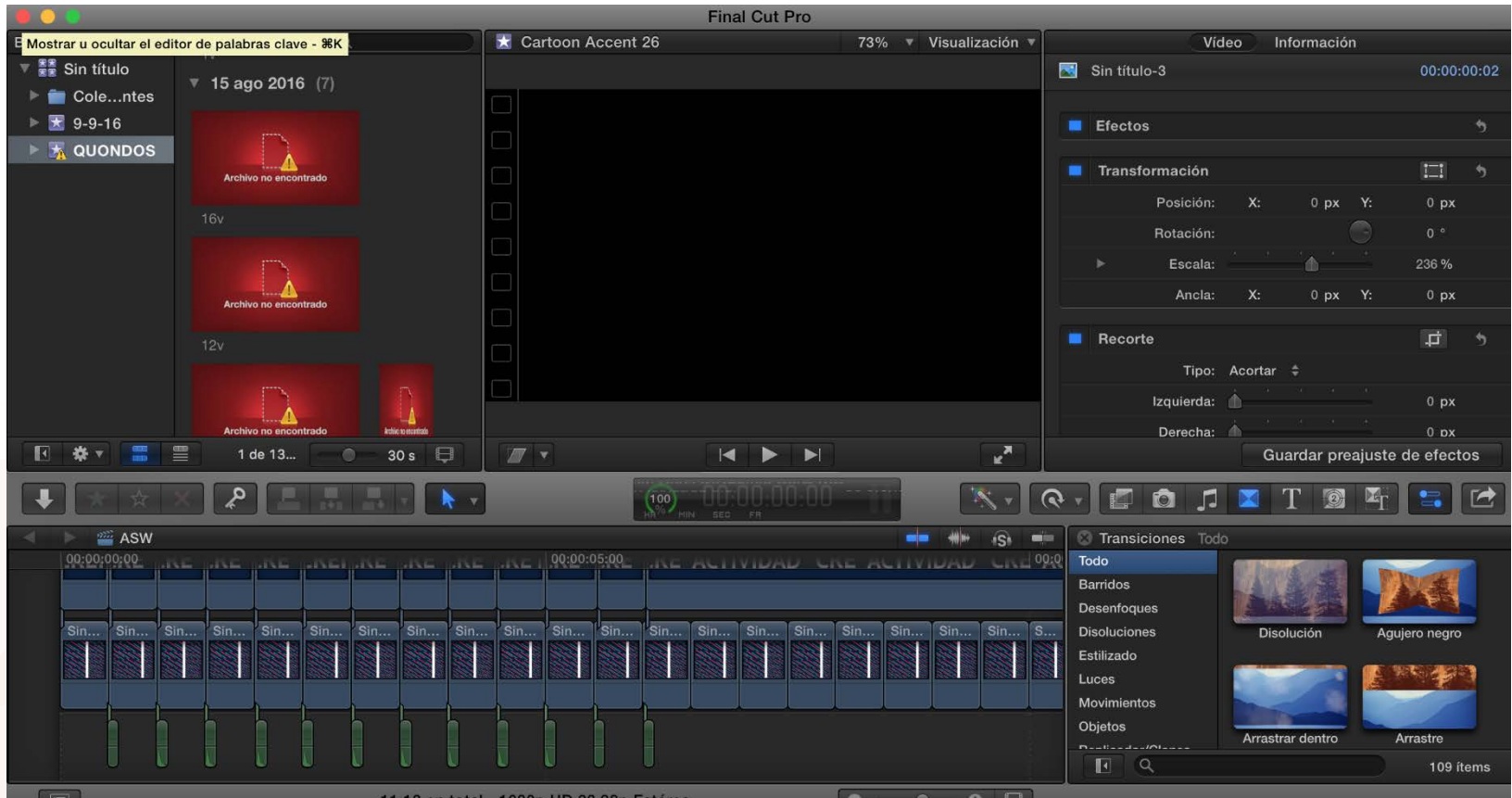


Contratar vídeos en plataformas tipo Fiverr

The screenshot shows the Fiverr homepage with a search bar and navigation menu. The main content area displays a grid of service listings. On the left, there are filters for refining results, including delivery time, online status, seller level, and seller language. The service listings include:

- Service 1:** "I will drive TRAFFIC to your YouTube video, with Social" by youngceaser, starting at €4.60.
- Service 2:** "I will promote your YouTube videos with ADS" (#1), starting at €4.60.
- Service 3:** "I will manually make Video submission on 85 video" (VIDEO VIRAL MARKETING), starting at €4.60.
- Service 4:** "I will write the Script for your Marketing video or TV" (FEATURED), starting at €4.60.
- Service 5:** "I will have Jesus create an AWESOME promotional video" (JESUS IN HD), starting at €4.60.
- Service 6:** "I will promote your book by making 3D animated intro" (ReShooting), starting at €4.60.
- Service 7:** "I will promote your YouTube Video and bring Real Traffic to" (Cook Success), starting at €4.60.
- Service 8:** "I will post your hiphop vid mixtape, or single on 5 sites" (Breezy Says), starting at €4.60.

Crea remixes de vídeos ya creados (¡ojo con el copyright!)



Vídeos en formato presentación requieren únicamente 3 fotos



Añade y edita imágenes, configura su duración y añade transiciones a la presentación

RELACIÓN DE ASPECTO ⓘ

Original

Cuadrado (1:1)

Rectangular (16:9)

DURACIÓN DE LA IMAGEN ⓘ

1 segundo ▾

TRANSICIÓN ⓘ

Ninguno ▾



0:00 0:01 0:02 0:03 0:04 0:05 0:06 0:07



Normas | Servicio de ayuda | Preguntas frecuentes

Cancelar

Crear presentación

¿Cómo quieres crear este público?

Llega a personas que tienen una relación con tu empresa, ya sean clientes existentes o personas que han interactuado con la empresa en Facebook u otras plataformas.

- Archivo con datos de clientes**

Usa un archivo de clientes para buscar en qué coinciden sus datos con los de las personas en Facebook. A partir de estas coincidencias podrás crear un público. Los datos se cifrarán con un hash antes de subirse.
- Tráfico del sitio web**

Crea una lista de personas que visitan tu sitio web o consultan páginas web específicas.
- Actividad en la aplicación**

Crea una lista de personas que hayan realizado una acción concreta en tu aplicación o juego.
- Interacción en Facebook** NUEVO

Crea una lista de personas que han interactuado con tu contenido en Facebook

Este proceso es seguro y los datos de tus clientes son confidenciales.

Cancelar



Interacción ⓘ Elige un tipo de contenido. | Explorar

En los últimos ⓘ

Nombre del público

Personas que han visto como mínimo 3 segundos de tu vídeo

Personas que vieron como mínimo tres segundos de tu video

Personas que vieron como mínimo el 25 % de tu video

Personas que vieron como mínimo el 50 % de tu video

Personas que vieron como mínimo el 75 % de tu video

Personas que vieron como mínimo el 95 % de tu video

Interacción ⓘ Elige un tipo de contenido. | Explorar

En los últimos ⓘ 180 días

Nombre del público

Introduce el nombre de tu público

Añadir una descripción (opcional)

Optimización para la entrega de anuncios ⓘ

Reproducciones de vídeo ▼

Importe de la puja ⓘ

- ☒ Automático - Dejar que Facebook configure la puja te ayuda a conseguir el máximo de reproducciones de vídeo al mejor precio.
- ☐ Manual - Define una puja según el valor que tiene para ti cada reproducciones de vídeo.

Cuándo se te factura ⓘ

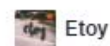
- ☐ Impresión (CPM)
- ☒ Reproducción de vídeo de 10 segundos

Página:  Etoy

Page 1



Videos seleccionados (12)



- Supera tus límites, todo es posible X
2 de junio de 2016 - 1:21
- Impresionantes trucos patinando, ¿c... X
7 de junio de 2016 - 0:48
- Lo imposible solo tarda un poco más. X
6 de junio de 2016 - 1:06
- La locura es el estado en que la felic... X
3 de junio de 2016 - 1:08
- ¡Si quieres, bailamos! X
15 de junio de 2016 - 0:57
- Aladdin con su mundo ideal y poder ... X
6 de junio de 2016 - 0:50
- ¿Conocías el Patinete Eléctrico con I... X
3 de junio de 2016 - 0:47
- ¿Conocías el Unicycle Scooter? Men... X
10 de junio de 2016 - 0:56
- ¡Volando, volando, siempre arriba, si... X
2 de junio de 2016 - 0:49
- Podrían ser fácilmente los Beatles de... X
8 de junio de 2016 - 0:49
- No importa que caigas, ¡lo important... X
31 de mayo de 2016 - 0:35
- ¡Increíble recopilación de momentos... X
14 de junio de 2016 - 1:06

	Miniatura	Detalles del video	Reproduc...	Último uso
☐		¡Impresionante lo que hacen est... 0:32 • Uploaded: 22 de junio de 2016	8	22 de junio de 2016
☐		¿Eres de los que piensan que al... 0:12 • Uploaded: 22 de junio de 2016	14	22 de junio de 2016
☐		¡Oficialmente el verano ya está a... 0:36 • Uploaded: 21 de junio de 2016	544	21 de junio de 2016
☐		¡Saltos con un fitball en la playa!... 0:44 • Uploaded: 20 de junio de 2016	316	20 de junio de 2016
☐		Las mejores playas vistas desde... 1:29 • Uploaded: 17 de junio de 2016	218	17 de junio de 2016
☐		Cómo aprender a montar en uni... 1:04 • Uploaded: 16 de junio de 2016	85	16 de junio de 2016

Cancelar

Confirmar

Curso “Convertir Me Gusta en Te Compro”

1. Primera Parte – fundamentos de Facebook Ads

- Introducción/ Configuración/ Lanzar Campaña/ Optimizar

2. Segunda Parte – Facebook Vídeo Ads

- Tipos de Vídeos/ Creación vídeo/ Crear Campaña

3. Tercera parte – Crear y Monetizar Comunidades

- Encontrar nichos/ Crecimiento / Monetizar



Configurar una campaña de Video Ads



Ver en directo

Curso “Convertir Me Gusta en Te Compro”

1. Primera Parte – fundamentos de Facebook Ads

- Introducción/ Configuración/ Lanzar Campaña/ Optimizar

2. Segunda Parte – Facebook Vídeo Ads

- Tipos de Vídeos/ Creación vídeo/ Crear Campaña

3. Tercera parte – Crear y Monetizar Comunidades

- Encontrar nichos/ Crecimiento / Monetizar



Curso “Convertir Me Gusta en Te Compro”

1. Primera Parte – fundamentos de Facebook Ads

- Introducción/ Configuración/ Lanzar Campaña/ Optimizar

2. Segunda Parte – Facebook Vídeo Ads

- Tipos de Vídeos/ Creación vídeo/ Crear Campaña

3. Tercera parte – Crear y Monetizar Comunidades

- Encontrar nichos/ Crecimiento/ Monetizar



¿Cómo buscar nichos en Facebook Ad's?

The screenshot shows the Facebook Ad targeting interface. On the left, the 'Segmentación detallada' section is active, showing a search for 'caballo'. A red circle highlights a list of horse breeds: Caballo tordo, Caballo castaño, Caballo árabe, Caballo pío, Caballo alazán, Caballo Appaloosa, Raza (caballo), and Caballo blanco. The 'Definición del público' section on the right shows a gauge indicating 'Tu selección es bastante amplia' (Your selection is quite broad). Below the gauge, the 'Características del público' are listed: Lugar (España), Edad (18-65+), Ubicaciones (en las páginas siguientes: Sección de noticias en dispositivos móviles, Sección de noticias en ordenadores, Columna derecha en ordenadores o Sección de noticias de Instagram), and Placements (Facebook Noticias, Facebook Columna derecha y Instagram). The total number of people is 5 047 680. A red arrow points to this number. The 'Descripción' section states: 'Personas que han mostrado interés por páginas relacionadas con Caballo árabe o que les han gustado'. The 'Ubicaciones' section is partially visible at the bottom left.

Definición del público

Tu selección es bastante amplia.

Características del público:

- Lugar:
 - España
- Edad:
 - 18-65+
- Ubicaciones:
 - en las páginas siguientes: Sección de noticias en dispositivos móviles, Sección de noticias en ordenadores, Columna derecha en ordenadores o Sección de noticias de Instagram
- Placements:
 - Facebook Noticias, Facebook Columna derecha y Instagram

5 047 680 personas

Intereses > Intereses adicionales > Caballo árabe

Descripción: Personas que han mostrado interés por páginas relacionadas con Caballo árabe o que les han gustado

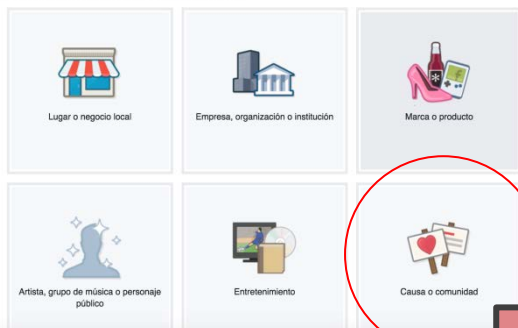
Ubicaciones

Muestra tus anuncios a las personas

¿Cómo buscar nichos en Facebook Ad's?

Crear una página

Proporciona a tu marca, empresa o causa una voz en Facebook y conéctala con las personas que te importan.
Se puede configurar. Solo tienes que elegir un tipo de página para comenzar.



1

Crear una página

Proporciona a tu marca, empresa o causa una voz en Facebook y conéctala con las personas que te importan.

Se puede configurar. Solo tienes que elegir un tipo de página para comenzar.



2

5

Configurar Seguros San Juan

1 Información 2 Foto del perfil 3 Añadir a favoritos 4 Público preferido de la página

Sugerencia: añade una descripción y un sitio web para mejorar el posicionamiento de tu página en las búsquedas. Los campos marcados con un asterisco (*) son obligatorios.

Añade unas frases para contarle a los demás de qué trata tu página. De esta forma, se mostrará en los resultados de búsqueda adecuados. Puedes añadir más detalles más adelante en la configuración de la página.

*Di a los demás de qué trata tu página...

Sitio web (ejemplo: enlaces de tu sitio web, Instagram, Twitter u otras redes sociales)

Las personas pueden encontrar tu página haciendo búsquedas más fácilmente si esta tiene un nombre de usuario único. Las páginas con nombres de usuario también pueden crear URL personalizadas que permiten a las personas visitarlas y enviarles un mensaje rápidamente.

<http://www.facebook.com/> Introduce una dirección para tu página...

¿Necesitas ayuda?

Omitir

Guardar información

3

Configurar Seguros San Juan

1 Información 2 Foto del perfil 3 Añadir a favoritos 4 Público preferido de la página



4

Configurar Seguros San Juan

1 Información 2 Foto del perfil 3 Añadir a favoritos 4 Público preferido de la página

FAVORITOS

- Últimas noticias
- Mensajes
- Eventos

Añade tu página a la sección de favoritos para acceder a ella fácilmente en cualquier momento.

Seguros San Juan

Añadir a favoritos

Configurar Seguros San Juan

1 Información 2 Foto del perfil 3 Añadir a favoritos 4 Público preferido de la página

Dinos con qué personas prefieres conectar. Cualquiera podrá encontrar tu página, pero haremos todo lo posible para que se muestre a las personas que más te importan.

Lugares Todos en este lugar

Incluir Añadir lugares

Añadir ubicaciones masivas...

Edad 18 - 65+

Sexo Todos Hombres Mujeres

Intereses Buscar intereses Sugerencias Explorar

Idiomas Introduce un idioma...

Omitir

Guardar

Curso “Convertir Me Gusta en Te Compro”

1. Primera Parte – fundamentos de Facebook Ads

- Introducción/ Configuración/ Lanzar Campaña/ Optimizar

2. Segunda Parte – Facebook Vídeo Ads

- Tipos de Vídeos/ Creación vídeo/ Crear Campaña

3. Tercera parte – Crear y Monetizar Comunidades

- Encontrar nichos/ Crecimiento / Monetizar



Diseña cada publicación de Facebook

The screenshot shows the Facebook interface for the 'Chihuahua Mom' page. The page header includes navigation links: **Página**, **Mensajes 8**, **Notificaciones 99**, **Estadísticas**, **Herramientas de publicación**, **Configuración**, and **Ayuda**.

The page profile section on the left displays the cover photo (a pink Chihuahua silhouette) and the name **Chihuahua Mom** with the handle **@chihuahuamomdads**. A sidebar menu lists: **Inicio**, **Información**, **Fotos**, **Eventos**, **Me gusta**, **Videos**, **Publicaciones**, and **Administrar pestañas**. A **Promocionar** button is at the bottom.

The main content area shows a post with the text: **Mamá, ¿me compraste la camiseta que te pedí?** followed by three happy face emojis. Below it, the same text is shown in English: **Hey Mommy. Did you buy the shirt I asked for?** and German: **Hey Mami, hast Du mir das T-Shirt gekauft wovon ich Dir erzählt hatte?**. Each version has its own set of emojis. The post is set to 'Predeterminado: Español' with a language dropdown and an 'Eliminar' button.

At the bottom of the post, there are three photo thumbnails of Chihuahuas and a large '+' icon for adding more media. Below the thumbnails are icons for photo, emoji, and location, along with buttons for **Promocionar publicación** and **Publicar**.

The right sidebar contains the **Comunidad** section with a search bar 'Busca publicaciones en esta página'. It shows a response rate: **Índice de respuesta: 80 %; tiempo de respuesta: 6 horas**, and a post from **Isabella Ferrandez y Roberto Llorens** with **3897 Me gusta +84 esta semana**. It also displays **Alcance de la publicación esta semana: 15 746** and a link to **Ver noticias de páginas**.

The **INFORMACIÓN** section at the bottom right states: **Somos una comunidad de mamás y papás de Chihuahuas. Amamos a nuestras mascotas.** and provides a translation in English. It also indicates the response time: **Normalmente responde en un día** with a button to **Enviar un mensaje ahora**. At the very bottom of this section are buttons for **Añade un sitio web** and **Promocionar sitio web**.

Promociona las mejores publicaciones orgánicas

Advert name

Post: "Making friends... 8-)" - Post Engagement - Copy 3

Rename using available fields

Destination

Facebook Page ⓘ

Ponies Are Awesome ▾

Advertise on Instagram

Run this advert on Facebook and Instagram at the same time to reach more people who matter to you. [Learn more.](#)

Add Instagram Placement

Create Advert

Use Existing Post

Page Post

Timeline Photos - Nice snout! 🐾🐾 +

Enter Post ID

Tracking

URL parameters (optional) ⓘ

E.g. key1=value1&key2=value2

Pixel tracking ⓘ

☐ Track all conversions from my Facebook pixel

☐ Choose conversion-tracking pixels

☒ Do not track conversions

Advert ID: 6050869537608 🔵

1 Campaign

Objectives and spending limits

1 Advert Set

Targeting, placement, budget and schedule

Preview

Desktop News Feed Mobile News Feed Feature Phone

Ponies Are Awesome

Sponsored · ⓘ

Nice snout! 🐾🐾



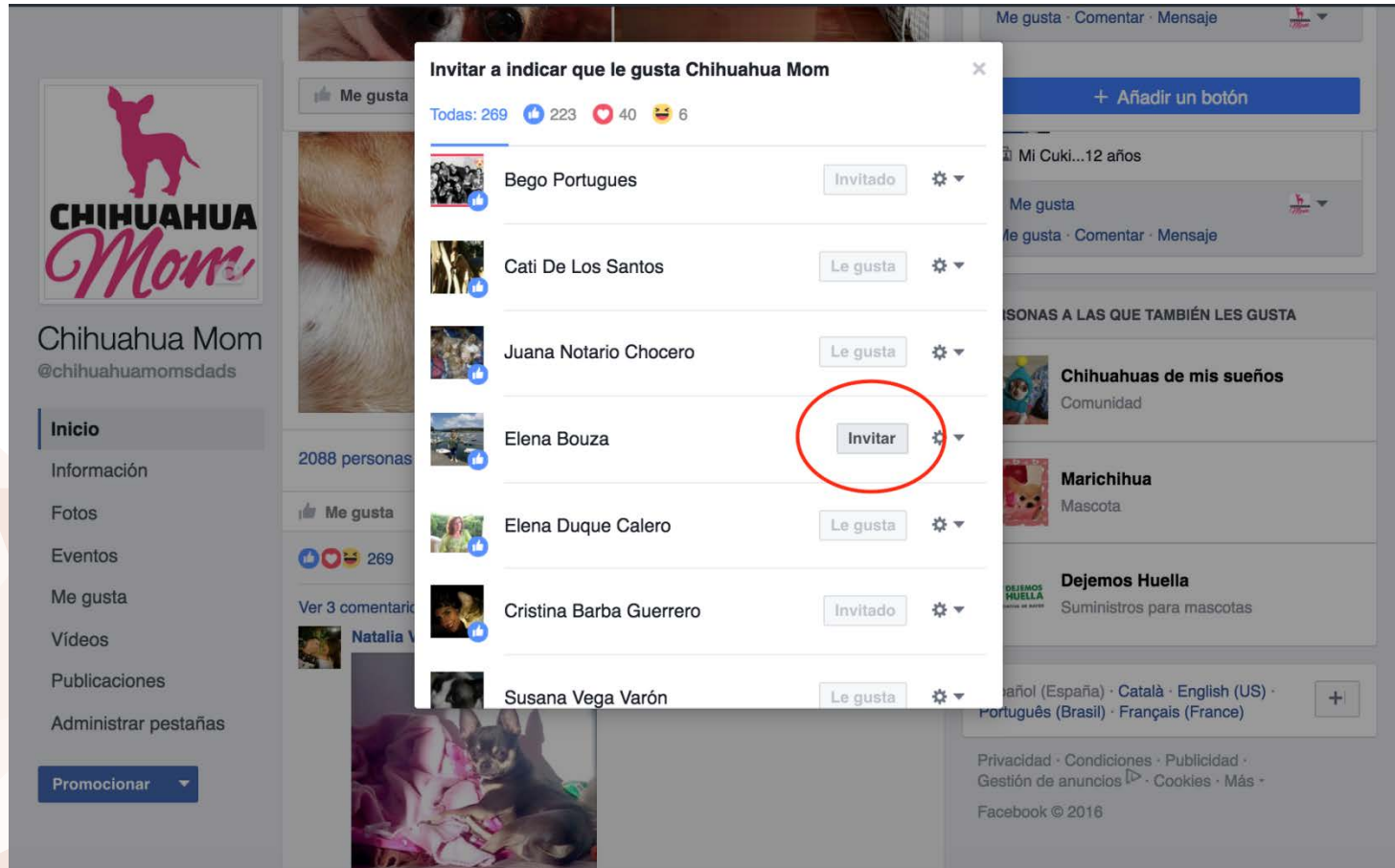
19 reactions

Like Comment Share

Cancel

Save and Continue

Invita a las personas que le gusten tus publicaciones



Curso “Convertir Me Gusta en Te Compro”

1. Primera Parte – fundamentos de Facebook Ads

- Introducción/ Configuración/ Lanzar Campaña/ Optimizar

2. Segunda Parte – Facebook Vídeo Ads

- Tipos de Vídeos/ Creación vídeo/ Crear Campaña

3. Tercera parte – Crear y Monetizar Comunidades

- Encontrar nichos/ Crecimiento/ Monetizar



La comunidad te dará pistas para elegir los productos más adecuados



Chihuahua Mom
@chihuahuamomdsads

- Inicio
- Información
- Fotos
- Eventos
- Me gusta
- Videos
- Publicaciones
- Administrar pestañas

Promocionar



2630 personas alcanzadas

Promocionar publicación

Me gusta Comentar Compartir

Sandra Escobar, Sira MiYacki y 266 personas más

Orden cronológico

Ver 2 comentarios más

Rosa María Matinez Perez Se parece mucho a mi Lana es preciosa ❤️❤️
Me gusta · Responder · Mensaje · 1 · Ayer a las 18:08
1 respuesta

Alicia Moreno Panés que bonita, también me gusta mucho la cama, donde la podría comprar?
Me gusta · Responder · Mensaje · 1 · 21 horas

Nuria Ruiz Baño Hola! La la compré en su veterinario , la vende la empresa A4 distribuciones, tienen página web también 😊
Me gusta · Responder · Mensaje · 1 · 8 horas

Alicia Moreno Panés Ok muchas gracias
Me gusta · Responder · Mensaje · 1 · 8 horas

Escribe una respuesta...

Escribe un comentario...



PRÓXIMOS EVENTOS

Crea eventos para tu página.

Crear evento

PUBLICACIONES DE LAS PERSONAS QUE HAN VISITADO LA PÁGINA

Feli Herreros
Ayer a las 20:03

Haz campañas de productos sin invertir en inventario



The screenshot displays the Teezily website, a platform for creating and selling custom merchandise. At the top, the Teezily logo is on the left, and navigation links for 'Categorías', 'Búsqueda con palabras cl', 'Buscar', 'Lanzar una campaña', 'Mi cuenta', and a power icon are on the right. The main banner features a man and a woman wearing custom t-shirts. The man's shirt has a 'ROCK ROLL' graphic, and the woman's has a 'Home Sweet Home' design. Below them, the text 'Crea y vende camisetas para hacer realidad tus ideas' is displayed. A navigation bar includes 'Comprar', 'Diseñar', 'Vender', and a 'spread shirt' logo. A search bar on the right says 'Encuentra productos, diseños'. Below the navigation bar, a banner with various design images (a cat, a lighthouse, a person with a lightning bolt, a person with a crown) features the text 'Compra de nuestra comunidad o diseña tu mismo' and buttons for 'Comprar ahora' and 'Diseñar ahora'. A banner above these buttons says 'Envío a domicilio gratuito'. At the bottom, a list of product categories is shown: 'Camisetas', 'Sudaderas', 'Tops', 'Ropa de niños', 'Accesorios', and 'Carcasas para móviles y tablets'.

teezily

Categorías Búsqueda con palabras cl Buscar Lanzar una campaña Mi cuenta

Crea y vende camisetas para hacer realidad tus ideas

Comprar Diseñar Vender spread shirt

Envío a domicilio gratuito

Encuentra productos, diseños

Compra de nuestra comunidad o diseña tu mismo

Comprar ahora Diseñar ahora

Camisetas Sudaderas Tops Ropa de niños Accesorios Carcasas para móviles y tablets

Lanzar una campaña con Teezily en directo



Ver en directo

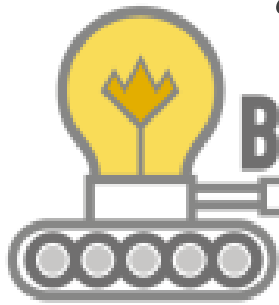
Preguntas y Respuestas



Mis consejos finales para conseguir los mejores resultados con Facebook Ads

- “Prueba, falla, repite lo más rápido que puedas”
- “Haz lo contrario de lo que te he contado”





“¿Can I help you?”

BEGUERRILLA

Captación de Leads

carlos@beguerrilla.es | beguerrilla.es

“¿Wanna play?”



info@etoy.es | etoy.es

That's all Folks!

“Do it yourself.”

QON2
QUONDOS.COM

carlos@quondos.com | quondos.com