



Anuncios efectivos y rentables en redes sociales

Javier Gómez- www.javiergomez.eu - @javiergomez_eu



Tabla de contenidos

1. ¿Por qué usar anuncios sociales?
2. ¿En qué redes sociales me anuncio?
3. ¿Qué objetivos quiero conseguir con mis anuncios?
4. ¿Quién quiero que vea mis anuncios?
5. Segmentando por geoposicionamiento: problemas
6. ¿Y si quiero que sólo mis clientes vean mis anuncios?
7. Diseñando los anuncios
8. Caso práctico

¿Para qué usar social ads?

1

 **#talleresCECARM**

¿Anunciarías un gimnasio en LinkedIn?



Gymbx
MEN & WOMEN

GET INTO
SHAPE
90DAYS

50% off
Enrollment Fee

JOIN NOW

Men & Women Fitness Club

**GYM & FITNESS
AD TEMPLATE**

CLEAN UI & SIMPLE EFFECTS
GOOGLE WEBFONTS
EASY TO CUSTOMIZE WITH GWD

BANNER SIZES
728x90px
300x600px
300x250px



¿Anunciarías un producto *horeca* en Instagram?



patataslapela

Seguir

18 publicaciones

La pelá

Patatas peladas y cortadas para #HORECA

🌱 100% NATURAL Y SIN ADITIVOS

🚚 Repartimos de Lunes a Sábado.

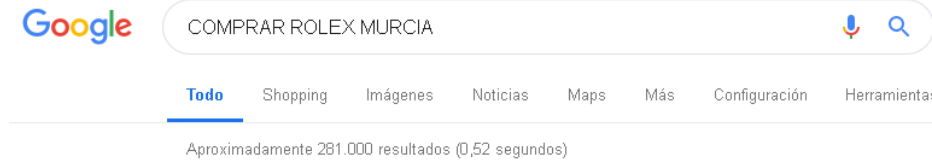
de Desarrollo Regional
hacer Europa

Seguidores

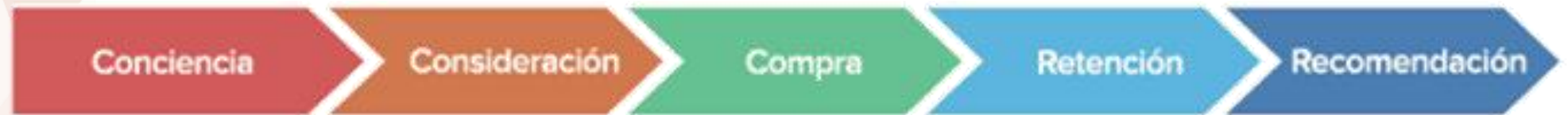
-  **esteticasimalaser**
ESTÉTICA SIMA [Seguir](#)
-  **ivanzampanabenza**
ivan zampaña abenza 23/02/8 [Seguir](#)
-  **delizum**
Delizum [Seguir](#)
-  **clysermur**
Clysermur [Seguir](#)
-  **debarenbar_app**
DeBar EnBar [Seguir](#)
-  **cielodeboca**
Cielo de Boca [Seguir](#)
-  **majo_albacete**
María José Albacete [Seguir](#)
-  **cafebarcandelamurcia**
Café-bar Candela [Seguir](#)
-  **mitadcuarto**
Mitad de cuarto [Seguir](#)

¿Compraría un Rolex en una tienda online por haber visto un anuncio de Facebook?





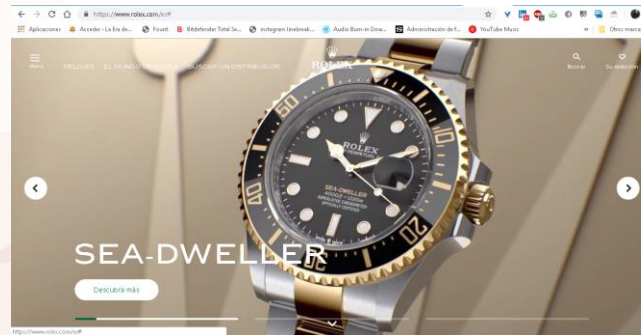
Aquí interviene SEM



Social Ads



Social Ads con audiencias personalizadas



Para que nuestro anuncio sea efectivo debe adaptarse a la fase en la que se encuentra nuestro potencial cliente

¿PARA QUE USAR SOCIAL ADS?

Para validar rápidamente ideas antes de lanzarlas



- The 4 Hour Work Week
- Broadband and White Sand
- Millionaire Chameleon

200\$ en Ads para que la gente elija qué título le gusta más

Ad	Campaign type	Campaign subtype	Labels	Status
The 4 Hour Work Week Escape 9-5, Live Anwhere, & Join the New Rich TimFerriss.com	Search Network only	All features	--	Approved
Broadband and White Sand Escape 9-5, Live Anwhere, & Join the New Rich TimFerriss.com	Search Network only	All features	--	Approved
Millionaire Chameleon Escape 9-5, Live Anwhere, & Join the New Rich TimFerriss.com	Search Network only	All features	--	Approved
Total - all but deleted ads				

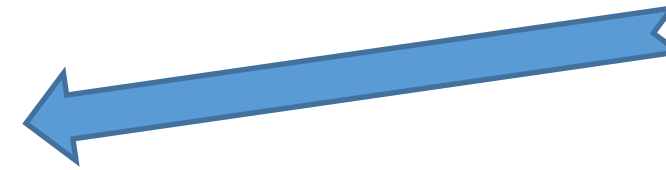
¿PARA QUE USAR SOCIAL ADS?

Para validar ideas antes de lanzarlas

¿Repostarías gasolina desde tu móvil?



facebook Ads



1. Pull in to your local gas station.



2. Authorize your payment with one touch.



Stay in the driver's seat.

We have 4,023 participating gas stations in our network. Find one near you!



"It's too cold outside to press all those little buttons! I don't want a car wash!"

- Willa S. Minneapolis



"I love that I can get gas receipts emailed so easy to get now."

- Samuel T. Toronto

Cepsa Pay is the only application that can activate a pump at Service Stations



SELECT THE PUMP NUMBER, TYPE OF FUEL AND AMOUNT

The pump will activate and you can get out of your car to refuel.



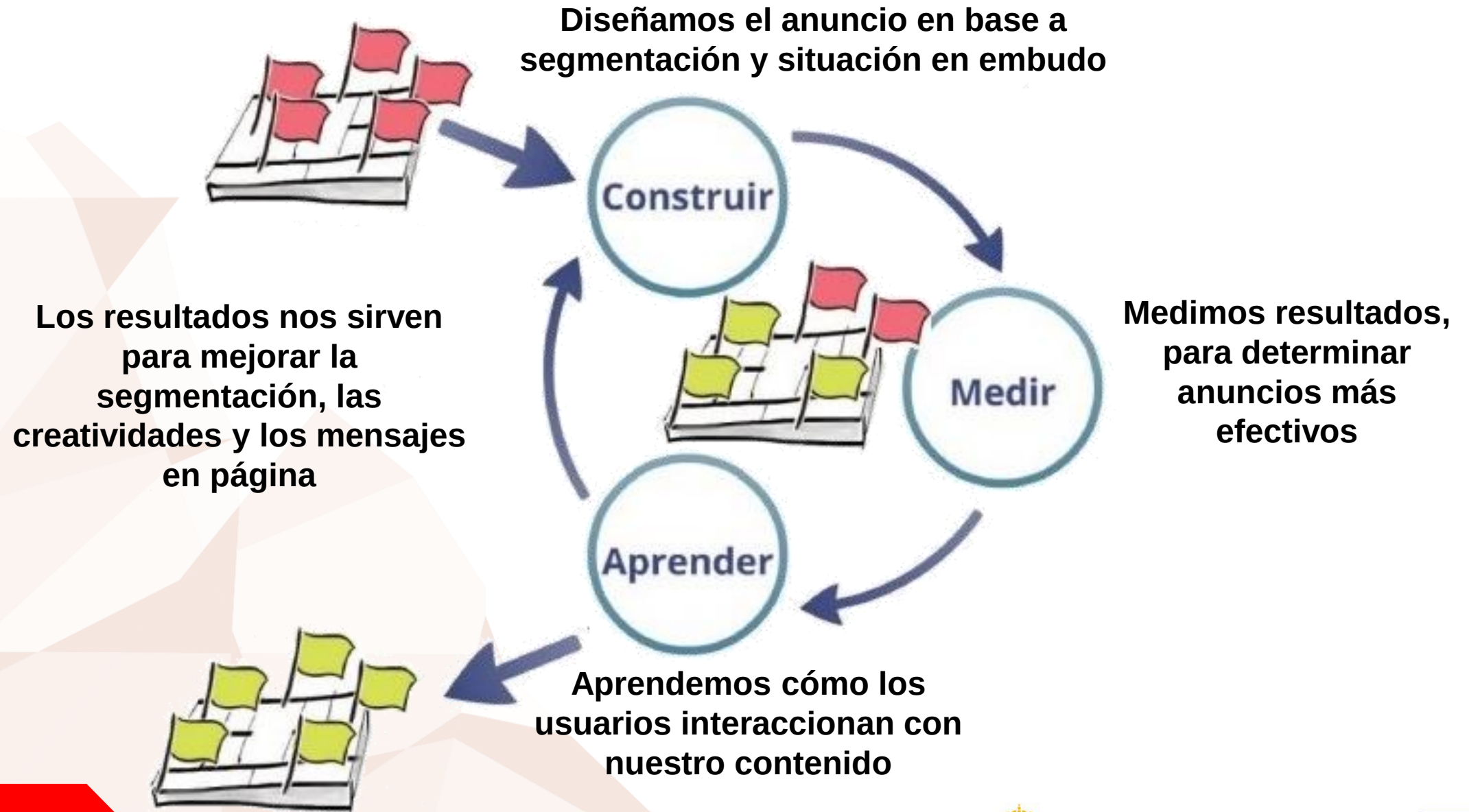
NO MORE LONG QUEUES

You will receive the invoice and receipt automatically on your mobile.

WE VALUE YOUR TIME, WE INNOVATE WITH OUR CUSTOMERS' QUALITY OF LIFE

Se dirigen anuncios a diferentes tipos de clientes por sexo, edad, intereses ...)

Vía CP podemos saber dónde es más interesante poner los primeros dispensadores.



¿Dónde me anuncio?: ¿Dónde están mis clientes?

 **#talleresCECARM**

2

DEFINE A TU POTENCIAL CLIENTE

SOCIAL ADS RENTABLES Y EFECTIVOS

B2B PERSONA CANVAS

NOMBRE Y CARGO

EMPRESA En qué tipo de empresa trabaja nuestra persona y su información más relevante como, facturación, tipo de mercado, número de empleados (B2B)	BACKGROUND Background de la persona que estamos construyendo, edad, si tiene hijos o no, hobbies...	MOTIVACIONES Principales motivadores para comprar o usar nuestro producto o servicio.
JTBD Los trabajos y problemas que tiene el cliente y que tu puedes resolver con tu servicio o producto.	FOTO	P Objeciones y problemas principales que tiene el cliente respecto a nuestro producto o servicio.
VER OTROS PERFILES Otros perfiles que debes consultar si tienes más de un cliente de la misma empresa (B2B)	Conocimiento sobre el producto o servicio que ofreces que tiene la persona	Si es una persona digital que lee blogs, usa redes sociales... o todo lo contrario.
DINERO ○ ○ ○ ○ ○	KNOW HOW ○ ○ ○ ○ ○	DIGITAL ○ ○ ○ ○ ○

Bajo licencia Creative Commons Reconocimiento-Compartir igual 3.0 unported

Mujer,
moderna (IT girl), adicta moda,
cultura, entre 30-50,
sin hijos, single

B2B PERSONA CANVAS

NOMBRE Y CARGO

ESPIDO FREIRE

BACKGROUND Background de la persona que estamos construyendo, edad, si tiene hijos o no, hobbies...	MOTIVACIONES Principales motivadores para comprar o usar nuestro producto o servicio.	
Single Cosmopolita 	Prendas en piel de primera calidad y artesanales Compra online directa del fabricante al cliente Ediciones limitadas Diseños inspirados en arte	
JTBD Los trabajos y problemas que tiene el cliente y que tu puedes resolver con tu servicio o producto. Zapatos & bolsos de calidad y exclusivos a buen precio Prendas con diseño Escapar del global outfit y "todo igual"	PROBLEMAS Y OBJECIONES Objeciones y problemas principales que tiene el cliente respecto a nuestro producto o servicio. Marca no conocida Recién llegado Confianza en calidad y plazos	
Conocimiento sobre el producto o servicio que ofreces que tiene la persona	Si es una persona digital que lee blogs, usa redes sociales... o todo lo contrario.	
DINERO ● ○ ○ ○ ○	KNOW HOW ○ ○ ○ ● ○	DIGITAL ○ ○ ○ ○ ●

Bajo licencia Creative Commons Reconocimiento-Compartir igual 3.0 unported

LETICIA
del Corral
LETICIA@DEL-CORRAL.COM

bit.ly/cecarm-canvas

CECARM
cecarm.com

 **#talleresCECARM**

¿EN QUÉ REDES ESTAN MIS (POTENCIALES) CLIENTES?

SOCIAL ADS RENTABLES Y EFECTIVOS



El seguidor de marcas en Facebook, heavy user de la red, centra su consumo de contenidos en música, viajes y deportes



¿Cómo es el seguidor de marcas en Facebook?



49%
vs 49%



51%
vs 51%

26% ▲
vs 11%
16 a 25

24% ▲
vs 18%
26 a 35

26%
vs 35%
36 a 45

24%
vs 36%
46 a 60

36 ▼
vs 41
Edad Media

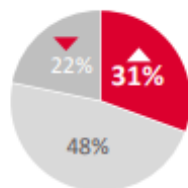
Tiempo uso y consultas

1h : 29min ▲

vs 1h : 05min
dedicados al día
7,3 ▲
vs 4,2
consultas diarias

Intensidad de uso

- Más que antes
- Igual
- Menos que antes



Relación con la red



Contenidos consumidos



Base:
Sigue marcas en Facebook (641)

Fuente: Cocktail Analysis – Observatorio RRSS 2016

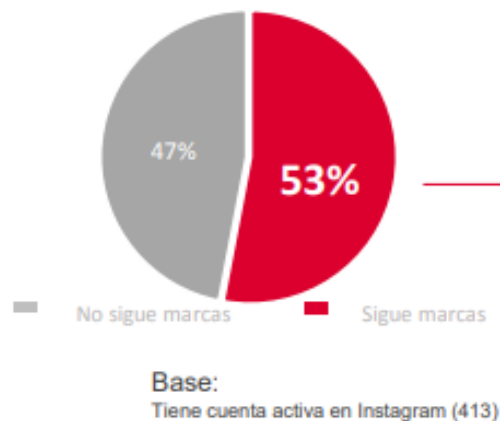
¿EN QUÉ REDES ESTAN MIS (POTENCIALES) CLIENTES?

SOCIAL ADS RENTABLES Y EFECTIVOS

El seguidor de marcas en Instagram, heavy user de la red, centra su consumo de contenidos en torno a belleza y viajes



¿Cómo es el seguidor de marcas en Instagram?



Tiempo uso y consultas

55min

vs 35min

dedicados al día

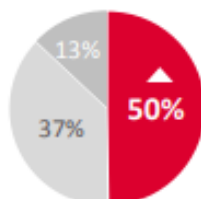
6,9

vs 4,3

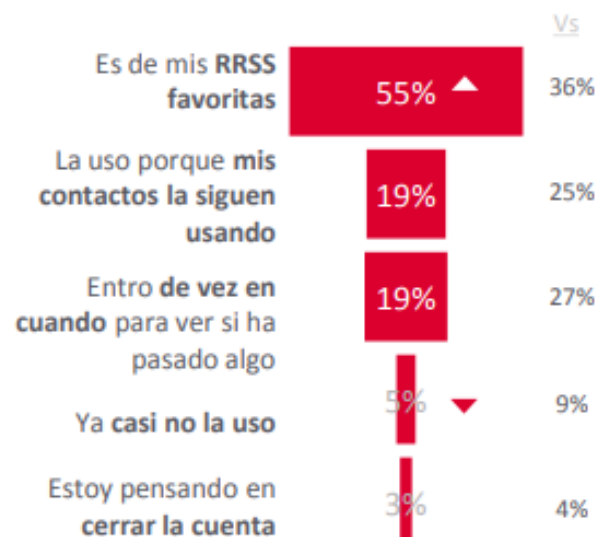
consultas diarias

Intensidad de uso

- Más que antes
- Igual
- Menos que antes



Relación con la red



Contenidos consumidos



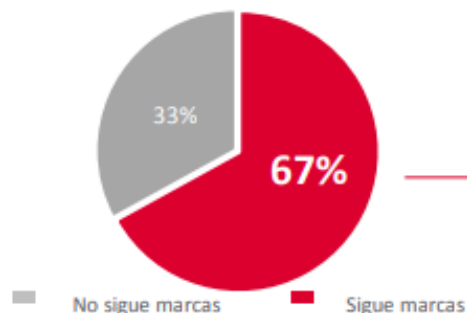
Base: Sigue marcas en Instagram (219)

Fuente: Cocktail Analysis – Observatorio RRSS 2016

El seguidor de marcas en Twitter, con un vínculo más alejado de la propia red, enfoca su consumo en deportes, tecnología y audiovisual



¿Cómo es el seguidor de marcas en Twitter?



Base:
Tiene cuenta activa en Twitter (394)



58%
vs 54%



42%
vs 46%

40% ▲
vs 16%
16 a 25

28%
vs 25%
26 a 35

23%
vs 30%
36 a 45

9% ▼
vs 30%
46 a 60

31 ▼
vs 39
Edad Media

Tiempo uso y consultas

53min

vs 39min

dedicados al día

5,5 ▲

vs 2,8

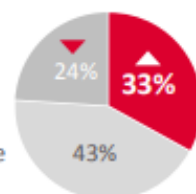
consultas diarias

Intensidad de uso

■ Más que
antes

■ Igual

■ Menos que
antes



Relación con la red

Es de mis RRSS
favoritas

42% ▲

Vs

18%

La uso porque mis
contactos la siguen
usando

11%

17%

Entro de vez en
cuando para ver si ha
pasado algo

35%

35%

Ya casi no la uso

10% ▼

24%

Estoy pensando en
cerrar la cuenta

2% ▼

7%

Contenidos consumidos



48%

Deportes



46%

Tecnología



42%

Audiovisuales



40%

Música



39%

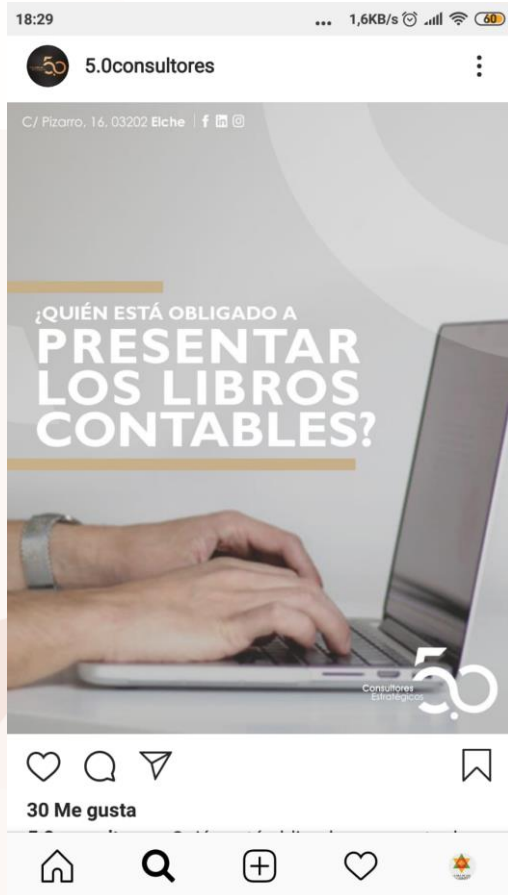
videojuegos

Base:
Sigue marcas en Twitter (264)

Fuente: Cocktail Analysis – Observatorio RRSS 2016



No invadas el momento kitkat de los usuarios



Instagram



Linkedin



¿Cómo es el seguidor de marcas en Twitter?



58%
vs 54%



42%
vs 46%

40% ▲
vs 16%
16 a 25

28%
vs 25%
26 a 35

23%
vs 30%
36 a 45

9% ▼
vs 30%
46 a 60

31 ▼
vs 39
Edad Media



¿Cómo es el seguidor de marcas en Instagram?



44% ▼
vs 57%



56% ▲
vs 43%

48% ▲
vs 21%
16 a 25

30%
vs 25%
26 a 35

20% ▼
vs 31%
36 a 45

3% ▼
vs 22%
46 a 60

28 ▼
vs 36
Edad Media



¿Cómo es el seguidor de marcas en Facebook?



49%
vs 49%



51%
vs 51%

26% ▲
vs 11%
16 a 25

24% ▲
vs 18%
26 a 35

26%
vs 35%
36 a 45

24%
vs 36%
46 a 60

36 ▼
vs 41
Edad Media

Fuente: Cocktail Analysis – Observatorio RRSS 2016

V ESTUDIO SOBRE LOS USUARIOS DE FACEBOOK, TWITTER E INSTAGRAM EN ESPAÑA



FACEBOOK



46% hombres VS 54% mujeres



51% de 18 a 39 años VS 49% más de 40 años

TWITTER

32% hombres VS 28% mujeres VS 40%
desconocido
23% perfiles activos & 0.13% perfiles
verificados ✓



INSTAGRAM

Crecimiento del 15% respecto a 2017 ↗

46% hombres VS 56% mujeres
66% de 18 a 39 años VS 34% más de 40 años

Fuente: The Social Media Family – informe 2019

¿Qué quiero conseguir con mi anuncio? Define objetivos

 **#talleresCECARM**

3

CPM: coste por cada 1.000 impresiones de un mismo anuncio

CPC: coste por cada clic de nuestro anuncio

CPL: coste por tener los datos de un potencial cliente

CPA: coste por cada venta realizada

Métricas a conocer

Acuerdo pagar 30€ por cada 1.000 impresiones

Mi anuncio se ha mostrado 1.000 veces y ha recibido 100 clics (visitas a la web)

$CPM = 30€$ $CPC = 0,3€$

De las 100 visitas a la web, sólo 10 han dejado su email o sus datos

$CPL = 3 €$

De esos 10, sólo 1 ha comprado

$CPA = 30 €$

¿QUE OBJETIVO BUSCAMOS?

SOCIAL ADS RENTABLES Y EFECTIVOS

¿Cuál es tu objetivo de marketing? Ayuda: selección de un objetivo

Reconocimiento

Reconocimiento de marca

Alcance

Consideración

Interacciones del Tweet

Desea maximizar las interacciones de sus Tweets y que los usuarios hablen de su marca.

Clics o conversiones en el sitio web

Quiere que los usuarios realicen una acción en su sitio web (p. ej., que descarguen un documento).

Descarga de la aplicación

Desea que los usuarios descarguen la aplicación.

Conversión

Visualizaciones de Videos

Facebook

Twitter

Objetivo ?

¡Manos a la obra! Selecciona el objetivo que mejor se adapte a tus necesidades.

Conocimiento

Conocimiento de la marca



Percepción

Visitas al sitio web

Interacción

Visualizaciones de vídeo

Conversiones

Generación de contactos

Conversiones en el sitio web



Solicitudes de empleo



LinkedIn

¿QUE OBJETIVO BUSCAMOS?

Impresiones de la publicación
Visitas a web
Interacciones en la publicación
Descarga de apps
Reproducciones de video
Datos de contactos de clientes
Anuncios geolocalizados
Conversiones en web
Seguidores



(1) Visitas web y maximizar impresiones (2) Visitas web y maximizar conversiones

¿CUÁNTO PUJAR?

- 1) Obtener tasa de conversión media **1,4 %**
- 2) Beneficio medio por venta **24,79 €**
- 3) $\text{CPC máximo} = \text{BMV} \times \text{TC}$

$$\text{CPC máximo} = 24,79 \text{ €} \times 1,4\% = 0,35 \text{ €}$$

clics	cpc	coste total	clics	cpc	coste total
100	0,35	35	100	0,5	50
conversión			conversión		
1,40%			1,40%		
ventas			ventas		
1,4			1,4		
beneficio vtas			beneficio vtas		
35,00 €			35,00 €		
beneficio total			beneficio total		
0,00 €			-15,00 €		
(bº vtas - publicidad)			(bº vtas - publicidad)		

2017Q4 - Promedios mensuales			
	Visits (M)	Conversion Rate (%)	Orders (000)
Shopping			
Baby and Kids	1,7	2,0	35,2
Beauty & Cosmetics	10,9	3,0	329,8
Culture	5,7	2,8	160,6
Fashion	52,6	2,7	1.442,7
Home & Decoration	14,9	0,8	119,1
Multicategory	184,1	4,3	7.915,7
Multicategory Equipments	39,6	1,6	628,9
Pets	2,8	9,4	259,9
Pharmacy	5,5	5,4	297,9
	13,1	3,1	413,7
	9,8	4,9	476,2
	4,1	2,3	95,4
	11,7	5,4	633,2
	9,1	3,8	348,4
	11,1	2,6	291,4
	7,4	7,7	569,6
	9,2	2,6	244,7
	3,9	28,2	1.090,9
	8,2	6,8	559,2

conversion-econcomerces

CPM

- Tu mensaje se basa en el principio de publicidad de información + recordación.
- Quieres trabajar el concepto de “top of mind” y “awareness”, es decir, que estés muy presente en la mente de la audiencia.
- Publicidad para dar a conocer tu marca, producto u oferta, miles o millones de veces.
- **No esperas que la audiencia haga algo de inmediato** al ver tu anuncio, al menos no esperas que haga algo online.
- Solo con que la audiencia vea el anuncio ya te basta.

CPC

- Está diseñada para continuar un flujo del visitante en digital.
- Lo que más te interesa es que el usuario haga algo después de ver el anuncio, posiblemente, que complete unas acciones luego de hacer clic.
- Tu marca no es tan conocida y no te interesa o no te es rentable solo hacer branding. Lo que quieres son acciones.
- Quieres el máximo retorno posible por tu dinero invertido en publicidad.

¿Estrategia CPC o CPM si busco conversiones ?

Tipo de puja ?

Puja máxima de CPC ▼

Ajustaré mi puja de CPC (coste por clic) manualmente. ?

☐ Habilitar la optimización de conversiones ?

Cantidad de la puja

3,00 € por clic

Puja recomendada: 3,26 €

Otros anunciantes similares están pujando entre 2,96 € y 5,18 €

Tipo de puja ?

Puja máxima de CPM ▼

Ajustaré mi puja de CPM (coste por 1.000 impresiones) manualmente. ?

Cantidad de la puja

25,00 € por 1000 impresiones

Puja recomendada: 26,85 €

Otros anunciantes similares están pujando entre 24,41 € y 42,70 €

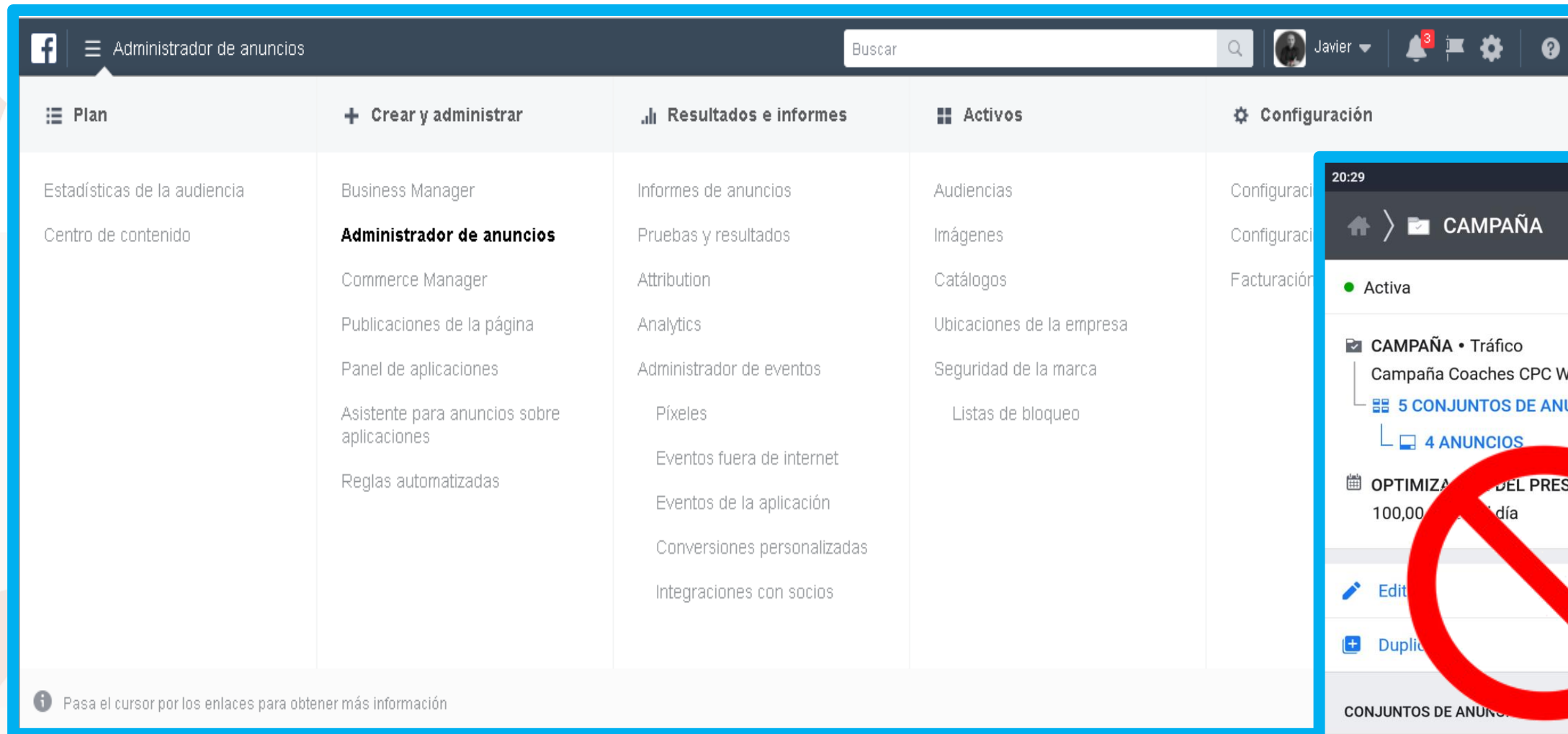
8 clics = 24 €

8 clics / 1.000 impresiones = 0,8% CTR

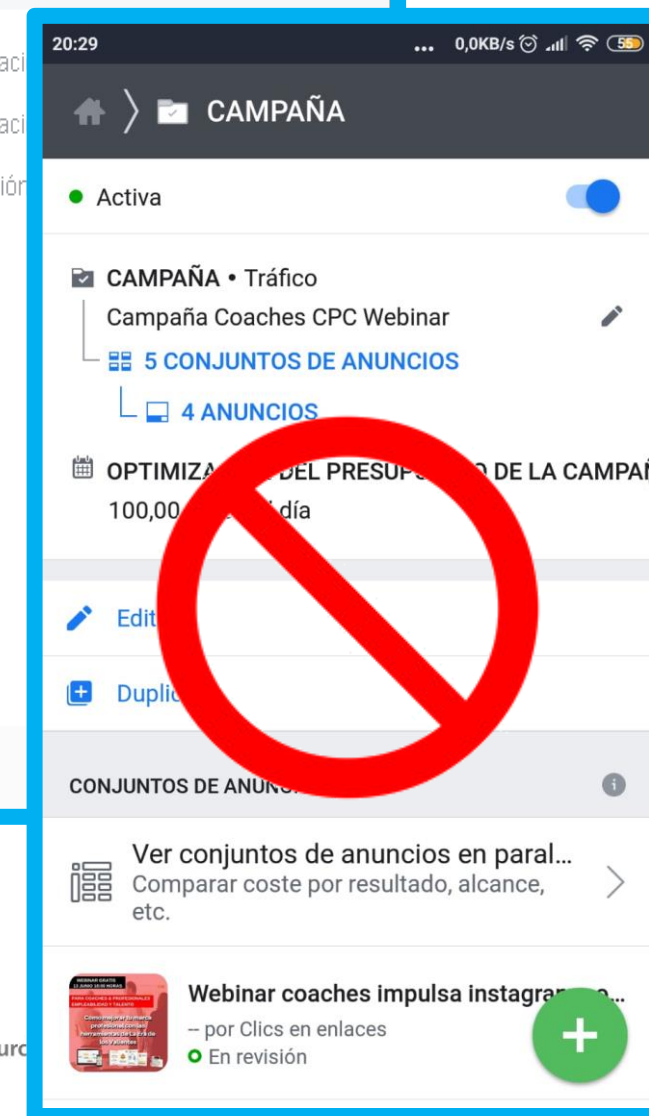
Si los clics obtenidos

> 8 CPM sale más rentable

< 8 CPC sale más rentable



The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. At the top, there's a navigation bar with the Facebook logo, a hamburger menu, the text "Administrador de anuncios", a search bar, and user profile information for "Javier". Below this, the main menu is divided into five sections: Plan, Crear y administrar, Resultados e informes, Activos, and Configuración. The "Crear y administrar" section is highlighted, showing options like Business Manager, **Administrador de anuncios**, Commerce Manager, and others. The "Resultados e informes" section shows options like Informes de anuncios, Pruebas y resultados, Attribution, Analytics, and Administrador de eventos. The "Activos" section shows Audiencias, Imágenes, Catálogos, Ubicaciones de la empresa, Seguridad de la marca, and Listas de bloqueo. The "Configuración" section shows Configuración, Configuración, and Facturación. A footer note says "Pasa el cursor por los enlaces para obtener más información".



The screenshot shows a mobile view of the Facebook Ads Manager interface. At the top, there's a status bar with the time "20:29", signal strength, and battery level. Below this, there's a header for "CAMPAÑA". The main content area shows a campaign overview with a toggle switch for "Activa" (Active) and a list of campaign details. A large red prohibition sign is overlaid on the campaign details, indicating that the campaign is not active or is being reviewed. The details include "CAMPAÑA • Tráfico", "Campaña Coaches CPC Webinar", "5 CONJUNTOS DE ANUNCIOS", "4 ANUNCIOS", "OPTIMIZACIÓN DEL PRESUPUESTO DE LA CAMPAÑA", "100,00", and "Ver conjuntos de anuncios en paralelo". At the bottom, there's a section for "Webinar coaches impulsa instagram" with a green plus button.

FACEBOOK.COM / ADSMANAGER

Twitter Ads

Campañas

Creatividades

Estadísticas

Herramientas

Ayuda

Era de los Valientes

La Era de los Valientes

@eravalientes

Mostrar únicamente los elementos enviados en este periodo

Crear campaña

+ Agregar filtro

Buscar campañas

Filtros: Person

Campañas

Grupos de anuncios

Twitter Ads

Audiencia

Métricas: Resumen

Desglose: Ninguno

Nombre	Estado	Inicio de la campaña	Finalización de la campaña	Presupuesto total	Impresiones
Resumen de 2 elementos					
CPM para coaches Reconocimiento Tarjeta de crédito/débito	En pausa	9 may. 2019 19:14	-	100,00 €	0
clis para coaches Clics o conversiones en el sitio web Tarjeta de crédito/débito	En pausa	9 may. 2019 19:09	-	150,00 €	0

20:30

0,0KB/s

54

←

Listo

Twitter Ads

+

Campaña de Reconocimiento

Activo · Comenzar el: 08 jun

Reconocimiento

⏸

Presupuesto diario 50,00

Presupuesto total 100,00

Costo objetivo 7,10

Hoy

▼

Impresiones

8.957

Interacciones

143

Gasto

37,49 €

ADS.TWITTER.COM

ADMINISTRADOR DE CAMPAÑAS

Cuentas

7 cuentas en total

Campañas

Elige una cuenta

Anuncios

Elige una cuenta

Crear cuenta

Gráfico de rendimiento

Información detallada

Filtros (1)

Intervalo de tiempo: 11/5/2019 - 9/6/2019

Exportar

Nombre de la cuenta	Nombre de la empresa	Estado	Fecha de creación	Gasto	Presupuesto total	Campañas
Buscar por nombre de la cuenta o ID	Buscar por nombre de la empresa					
☐ 7 cuentas	6 páginas de empresa	—	—	0 null	0	—
☐ Consultor y Formador Experto en Linked... ID de la cuenta: 506205039	Consultor y Formador Experto en LinkedIn y Social Selling Marketing y publicidad	Restringida	26/1/2018	0,00 €	-	3
☐ Consultor y Formador Experto en Linked... ID de la cuenta: 505907329	Consultor y Formador Experto en LinkedIn y Social Selling Marketing y publicidad	Restringida	16/8/2016	0,00 USD	-	4
☐ Guerrilla Social Media Marketing Murcia_1 ID de la cuenta: 502706530	Guerrilla Social Media Marketing Murcia Marketing y publicidad	Restringida	5/4/2016	0,00 €	-	2
☐ Individual Account 76994070 ID de la cuenta: 76994070	Javier Gomez	Activo	20/12/2012	0,00 €	-	2
☐ Javier Gomez - Guerrilla Marketing y Pers... ID de la cuenta: 507618016	Javier Gomez - Guerrilla Marketing y Persuabilidad aplicados al Social Media Internet	Restringida	28/12/2017	0,00 €	-	3

LINKEDIN.COM / AD-BETA

Segmentando a la audiencia: ¿quién verá tus anuncios?

4

 #talleresCECARM

La pregunta no es *¿están mis clientes
están en la red social?*

La pregunta clave es *¿puedo encontrar a
mis clientes en la red social?*



Segmentar es filtrar a la audiencia general por diversos criterios tales como:

- edad, sexo, estado civil
- ubicación geográfica
- intereses
- tipo de dispositivo utilizado
- que hayan tenido ya contacto con nosotros (visita web, interacción social)
- etc.

Segmentación en Twitter

Seleccionar ubicación, idioma, tecnología

Segmente personas por ubicación, idioma, plataforma, dispositivo, operador o versión del sistema operativo.

Todo Buscar

Versión de SO · Explorar

Plataformas · Explorar

Idiomas · Explorar

Modelo de dispositivo · Explorar

Operadores · Explorar

Ubicaciones

Características de la audiencia

Defina mejor su audiencia seleccionando características para incluir o excluir.

Todo Buscar

Eventos · Explorar

Comportamientos · Explorar

Intereses · Explorar

Temas de conversación

Usuarios similares a los seguidores

Palabras claves

Películas y programas de TV

Seleccionar género

De cualquier género

Hombre

Mujer

Seleccione la edad

☒ Todas las edades

☐ Rango de edades

Todo juego de tronos

INTERESES

Juegos — Juegos de consola [Agregar](#)

Juegos — Juegos de ordenador [Agregar](#)

Familia y crianza de los hijos — Crianza de adolescentes [Agregar](#)

Carreras profesionales — Búsqueda de empleo [Agregar](#)

Familia y crianza de los hijos — Padres de niños de primaria [Agregar](#)

USUARIOS SIMILARES A LOS SEGUIDORES

EndGame of Thrones, @JuegoDeTronosTM [Agregar](#)

Juego de Tronos en Movistar+, @juegotronosplus [Agregar](#)

Juego de Tronos Club, @JuegoTronosClub [Agregar](#)

JUEGO DE TRONOS 🐼, @Masclarowater [Agregar](#)

Juego de Tronos, @juegodTronosGoT [Agregar](#)

Juego De Tronos, @JuegoDeTR [Agregar](#)

Juego de Tronos FAN, @JuegoDeTronos5 [Agregar](#)

Se acerca el invierno.Lecciones de Juego de Tronos, @SeAcercaElinvie [Agregar](#)

TEMAS DE CONVERSACIÓN

Programa de televisión - Juego de Tronos (España) [Agregar](#)

Programa de televisión - Fuera de Juego [Agregar](#)

Comportamiento
sólo USA y GB

Segmentación en Twitter

Palabras claves ?

juego de tronos X

Palabras clave excluidas ?

stranger things X

Resegmente a los usuarios que vieron o interactuaron con sus Tweets anteriores **NUEVOS**



Tipo de resegmentación

Personas que vieron e interactuaron con sus Tweets



Tipo de interacción ?

All engagements



Tipo de Tweet

Tweets orgánicos y Tweets de campañas específicas



Campañas (obligatorio)

[Seleccionar campañas](#)

Comportamiento
s sólo USA y GB

La letra pequeña

Ubicación: Twitter determina la ubicación geográfica de un usuario en función de su ubicación reciente. Este parámetro es una combinación de la ubicación actual de un usuario y de su historial de ubicaciones recientes. Twitter usa diversos indicadores para determinar si un usuario se encuentra actualmente en una ubicación geográfica determinada; por ejemplo, **la dirección IP** del usuario, **la señal de GPS del móvil, la señal Wi-Fi del móvil** y los indicadores en tiempo real, como cuando un usuario incluye su ubicación en un Tweet:

Género: Usamos el género que proporcionan algunos usuarios en su perfil y **extendemos esos datos a otros usuarios en función de los factores de similitud** de las cuentas a fin de determinar el género de los usuarios que no especificaron su género de forma manual.

Idioma: Inferimos el idioma de un usuario a partir de diversos indicadores, como **el idioma seleccionado en la configuración del perfil** y los idiomas que corresponden a la **actividad del usuario en Twitter**. Si inferimos que un usuario entiende varios idiomas, se podrá segmentar por cada uno de esos idiomas. Tenemos un alto nivel de confianza en los idiomas que detectamos y que hacemos disponible para la segmentación.

bit.ly/segmenta-twitter

La letra pequeña

Edad: Recopilamos los datos de edad en función **de las fechas de nacimiento que los usuarios introducen en su perfil de Twitter**. Luego, **extendemos nuestras inferencias de edad** a otros usuarios de Twitter que no le proporcionaron a Twitter su fecha de nacimiento, y lo hacemos en función de una serie de atributos del usuario, como las cuentas que sigue y sus intereses.

Temas de conversación: Los usuarios se pueden considerar como parte de una audiencia de conversación **si publicaron un Tweet** sobre el tema **o interactuaron** con un Tweet que hace referencia al tema, o bien si permanecen en un Tweet sobre el tema de la conversación en **los últimos 28 días**. Brindamos **asistencia limitada para español**.

Interacciones con tweets anteriores: Puedes segmentar todas las interacciones positivas, ya sean promocionadas u orgánicas. Por ejemplo: las impresiones, los Me gusta, los Retweets, las reproducciones de video, las vistas detalladas, las expansiones de imágenes, los clics en vínculos (URL o hashtags), los clics en el perfil, los Tweets compartidos, los clics en encuestas, etc. **Ventana de visualización: 45 días** (orgánicas) y 90 días (promocionadas). **EN EL MISMO SACO METE UN RT Y AMPLIAR UN TWEET**

bit.ly/segmenta-twitter

Segmentación en LinkedIn

¿Dónde está tu público objetivo?

Ubicaciones Ubicación reciente o habitual

INCLUIR

+ Añadir ubicación

⊗ Debes incluir al menos una ubicación

EXCLUIR personas en

Idioma del perfil

Inglés

¿Quién es tu público objetivo?

Empieza a crear tu público objetivo

¿Quién es tu público objetivo?

INCLUIR personas que tienen CUALQUIERA de estos atributos

Quitar todos los filtros de Cargos

Cargos actualmente

Coach de éxito personal X Especialista en desarrollo y aprendizaje X Coach de vida X

Coach empresarial X Orientador laboral X Orientador profesional X Coach de equipo X

Facilitador X Coach personal X Mentor X Orientador de empleo X Coach de liderazgo X

Coach de rendimiento X + Añadir Cargos

Y que también tienen CUALQUIERA de estos atributos

Edad

De 25 a 34 X De 35 a 54 X + Añadir Edad

Al marcar la casilla para habilitar este campo, certifico que no usaré LinkedIn para discriminar por edad ni otras características protegidas en anuncios relacionados con empleo, inmobiliaria, educación o crédito. [Más información](#)

Y que también tienen CUALQUIERA de estos atributos

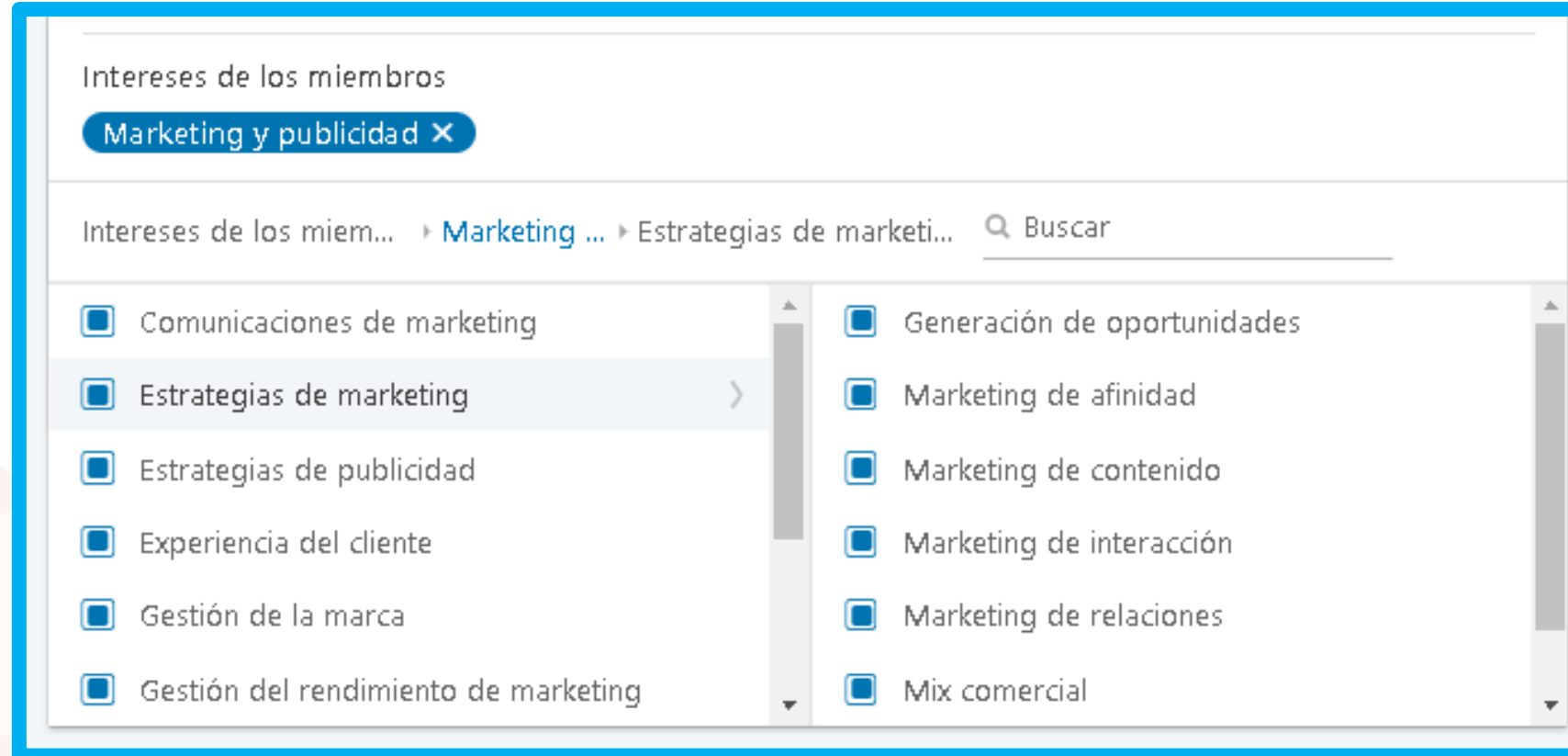
Años de experiencia

5 años - Más de 12 años X

Segmentación en LinkedIn

INTERESES

- Arte y entretenimiento
- Gestión y empresas
- Finanzas y economía
- Marketing y publicidad
- Política y legislación
- Ventas y comercio minorista
- Ciencia y medio ambiente
- Sociedad y cultura
- Tecnología



bit.ly/segmenta-linkedin

Segmentación en LinkedIn

UBICACIONES

Permite llegar a los miembros según el lugar en el que viven o en el que están de visita. La ubicación geográfica se determina según la información que indica el miembro en su perfil (en el caso de las estancias permanentes o de largo plazo) **o su dirección IP (en el caso de las visitas breves).**

Nota: Las campañas de mensajes InMail patrocinados se segmentan por estancias permanentes o a largo plazo.

EMPRESA

Contactos de la empresa: te permite llegar a los contactos de primer grado de los empleados de las empresas que selecciones. Esta opción solo está disponible para empresas de más de 500 empleados.

Sector de la empresa: el sector principal de la empresa para la que trabaja el empleado.

Tamaño de la empresa: te permite llegar a miembros según el tamaño de la empresa para la que trabajan. El tamaño de la empresa se basa en el número de empleados que figuran en la página de LinkedIn de la organización.

Nombre de la empresa: la empresa que cada miembro ha indicado que es su empleador. Esta información se obtiene de las páginas de LinkedIn (las mantienen los empleados de esas empresas).

Seguidores de la empresa: te permite dirigirte a los seguidores de tu página de LinkedIn. Para utilizar este filtro de segmentación, tu cuenta de LinkedIn Ads debe estar asociada a tu página de LinkedIn. Si no utilizas este filtro, tus campañas podrán llegar de manera predeterminada tanto a seguidores como a no seguidores.

La letra pequeña

EXPERIENCIA LABORAL

Función laboral: se basa en las agrupaciones estandarizadas de los cargos especificados por los miembros de LinkedIn.

Antigüedad: describe **los años de experiencia de su cargo actual** en su empresa. Consulta más información sobre la segmentación por antigüedad.

Cargo: cuando los miembros actualizan sus perfiles de LinkedIn, se utilizan los algoritmos de LinkedIn para agrupar los nuevos roles o cargos y organizarlos mediante nombres de cargos estandarizados. Consulta más información sobre la segmentación por cargo.

Aptitudes: palabras clave muy relevantes que figuran en el perfil de un miembro y en la sección de aptitudes, y que indican experiencia en un área concreta. Aptitudes indicadas por el miembro en la sección Aptitudes y validaciones de su perfil, aptitudes que se mencionan en el texto del perfil o aptitudes que se han deducido de las aptitudes detalladas.

Años de experiencia: te permite llegar a un público objetivo **según los años de experiencia profesional que cada miembro ha acumulado durante su carrera**. Se excluyen los vacíos de tiempo sin experiencia y los periodos en los que se solapa más de un empleo.

bit.ly/segmenta-linkedin

La letra pequeña

EDAD Y SEXO

LinkedIn puede **deducir** tu edad y sexo a partir de la información de tu perfil. Por ejemplo, podemos deducir tu sexo basándonos en tu nombre o en los pronombres que utilizan los usuarios que te sugieren que añadas aptitudes. O también podemos deducir tu edad a partir de la fecha en que te graduaste de la universidad. No nos basamos en las fotos de perfil para deducir la edad ni el sexo.

EDUCACIÓN

Disciplinas académicas: áreas de estudio principales de la titulación de un miembro. Se estandariza a partir de los títulos introducidos por el miembro.

Universidades: escuela, colegio, universidad u otro centro educativo en el que un miembro haya finalizado una titulación.

Títulos: titulaciones reconocidas que concede una escuela, colegio, universidad u otro centro educativo.

bit.ly/segmenta-linkedin

Segmentación en Facebook Ads

Lugares ⓘ **Personas que viven en este lugar** ▼

España

- ✓ Aragón
- ✓ Castilla-La Mancha
- ✓ Comunidad Valenciana
- ✓ Madrid, Comunidad de Madrid + 80 km ▼

📍 Incluir ▼ | Escribe para añadir más lugares | Explorar

Añadir lugares de forma masiva

Edad ⓘ 18 ▼ - 25 ▼

Sexo ⓘ **Todos** Hombres Mujeres

Idiomas ⓘ **Español (España)** ✕

Introduce un idioma...

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

Intereses > Otros intereses > ARENAL SOUND

ARENAL SOUND

Intereses > Otros intereses > Festival Internacional de Benicàssim

Festival Internacional de Benicàssim

Intereses > Otros intereses > FIB Benicàssim Festival

FIB Benicàssim Festival

Intereses > Otros intereses > FIB Heineken, Festival Internacional de Benicàssim

FIB Heineken, Festival Internacional de Benicàssim

Añade datos demográficos, intereses o comportamientos | Sugerencias | Explorar

y TAMBIÉN DEBEN cumplir al menos UNA de las siguientes condiciones ⓘ

Intereses > Compras y moda > Compras

Cupones

Intereses > Otros intereses > Descuento

Descuento

Intereses > Otros intereses > Descuento

Descuento

Intereses > Otros intereses > Oferta

Oferta

bit.ly/segmenta-facebook

Segmentación en Facebook Ads

▼ Datos demográficos

- ▶ Educación
- ▶ Entidad financiera
- ▶ Acontecimientos importantes
- ▶ Padres
- ▶ Relación
- ▶ Trabajo

▶ Datos demográficos

▼ Intereses

- ▶ Aficiones y actividades
- ▶ Comida y bebidas
- ▶ Compras y moda
- ▶ Deportes y actividades al aire libre
- ▶ Entretenimiento
- ▶ Familia y relaciones
- ▶ Fitness y bienestar
- ▶ Negocios e industria
- ▶ Tecnología

▼ Comportamientos

- ▶ Actividades era digital
- ▶ Afinidad multicultural
- ▶ Aniversario
- ▶ Clasificación de consumidores
- ▶ Comportamiento de compra
- ▶ Expatriados
- ▶ Más categorías
- ▶ Política (EE. UU.)
- ▶ Ramadan (Month)
- ▶ Soccer
- ▶ Usuario de dispositivo móvil
- ▶ Usuario de dispositivo móvil/Hora de uso del dispositivo
- ▶ Viajes

bit.ly/segmenta-facebook

Segmentación en Facebook Ads

Facebook

- Noticias ☒
- Artículos instantáneos ☐
- Vídeos in-stream ☐
- Columna derecha ☐
- Vídeos sugeridos ☐
- Marketplace ☐
- Stories ☐
- Instagram ☐
- Audience Network ☐
- Messenger ☐

Tipos de dispositivo

Móvil

✓ Móvil

Ordenador

Seleccionar todas

Activos

admiten la personalización de activos

Dispositivos móviles y sistemas operativos

Solo dispositivos iOS

Todos los dispositivos móviles

Solo dispositivos Android

✓ Solo dispositivos iOS

Solo teléfonos básicos

Dispositivos excluidos

Versiones de SO

Mínimo

6.0

Máximo (opcional)

Ninguna

✓ Solo al conectarse a Wi-Fi

bit.ly/segmenta-facebook

La letra pequeña

SEGMENTACION POR INTERESES

Estas opciones de segmentación detallada pueden basarse en los siguientes parámetros:

- Los anuncios en los que hacen clic.
- Las páginas con las que interactúan.
- Las actividades con las que interactúan dentro de Facebook en relación con el uso de dispositivos y sus preferencias de viaje.
- Datos demográficos como la edad, el sexo y la ubicación.
- El dispositivo móvil que utilizan y la velocidad de la conexión de red.

bit.ly/segmenta-facebook

	 		
Sexo			
Edad			
Ubicación			
Dispositivo			
Intereses			
Nivel de estudios			
Trabajo			

(1) - inferido

Segmentando por geoposición: problemas



#talleresCECARM

5



#talleresCECARM

Geoposicionamiento en Twitter

Twitter determina la **ubicación geográfica de un usuario en función de su ubicación reciente**. Este parámetro es una combinación de la ubicación actual de un usuario y de su historial de ubicaciones recientes. Twitter usa diversos indicadores para determinar si un usuario se encuentra actualmente en una ubicación geográfica determinada; por ejemplo, **la dirección IP del usuario**, la señal de GPS del móvil, la señal Wi-Fi del móvil y los indicadores en tiempo real, como cuando un usuario incluye su ubicación en un Tweet. Usa todos estos indicadores para crear modelos sofisticados de aprendizaje automático que predicen la ubicación de un usuario.

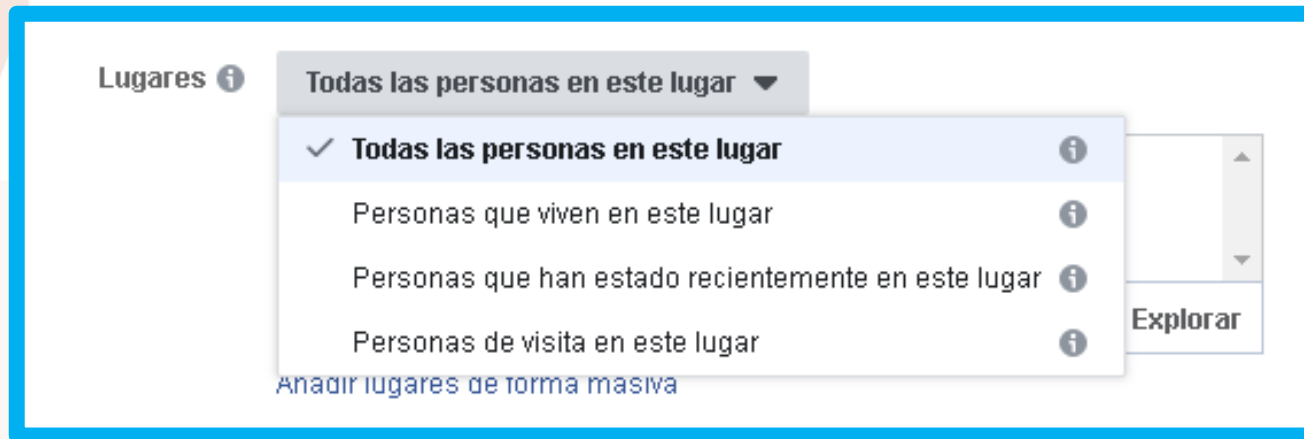
Geoposicionamiento en LinkedIn

Ubicaciones (campo obligatorio): permite llegar a los miembros según el lugar en el que viven o en el que están de visita. La ubicación geográfica se determina según la información que indica el miembro en su perfil (en el caso de las estancias permanentes o de largo plazo) o su dirección IP (en el caso de las visitas breves).

Nota: Las campañas de mensajes InMail patrocinados se segmentan por estancias permanentes o a largo plazo.

Criterios de segmentación: geoposicionamiento

Geoposicionamiento en Facebook



- Personas que viven en lugar: ubicación geográfica indicada en el perfil
- Personas que han estado en este lugar: ubicación geográfica **obtenida por geoposicionamiento**
- Todas las personas en este lugar: los dos anteriores
- Personas de visita: **ubicación actual obtenida por geoposicionamiento** y está a más de 125 km de la ubicación indicada en su perfil

Criterios de segmentación: geoposicionamiento

SOCIAL ADS RENTABLES Y EFECTIVOS

<https://whatismyip.network>

Acceder a La Era de...
Fount
Bitdefender Total Se...
instagram linebreak...
Audio Burn-in Dow...
Administración de f...

What's My IP Address Location

My IP Address
80.49.117.124

Add VPN IP Protection

Country:	Spain
City:	Murcia
State:	MC
ISP:	Orange Polska
Browser:	Chrome
OS:	Windows

Copy Result Link

Check Proxy

What is My IP Address / WhatsMyIP?

20:20
0,0KB/s
4G
35

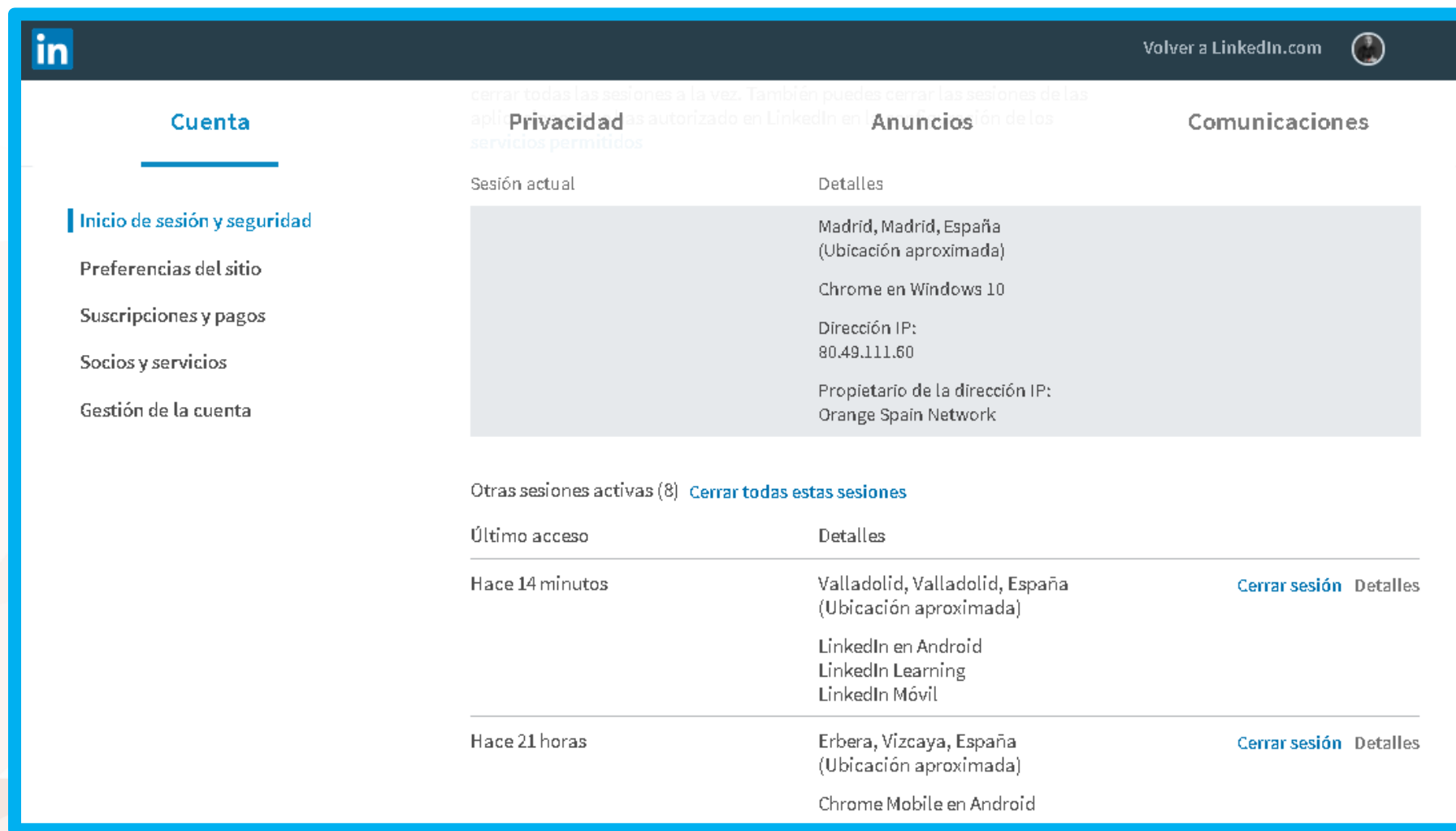
<https://whatismyip.network>

What's My IP Address Location

My IP Address
85.48.189.137

Add VPN IP Protection

Country:	Spain
City:	Alcalá de Henares
State:	MD
ISP:	Orange Espana
Browser:	Chrome
OS:	Android



The screenshot shows the LinkedIn mobile app interface. At the top, there's a navigation bar with the LinkedIn logo, a link to 'Volver a LinkedIn.com', and a profile picture. Below this, there's a menu on the left with options like 'Cuenta', 'Privacidad', 'Anuncios', and 'Comunicaciones'. The main content area is titled 'Inicio de sesión y seguridad' and shows 'Sesión actual' details: Madrid, Madrid, España (Ubicación aproximada), Chrome en Windows 10, Dirección IP: 80.49.111.60, and Propietario de la dirección IP: Orange Spain Network. Below this, it lists 'Otras sesiones activas (8)' with a link to 'Cerrar todas estas sesiones'. Two other sessions are shown: one from Valladolid, Valladolid, España (Ubicación aproximada) accessed 14 minutes ago, and another from Erbera, Vizcaya, España (Ubicación aproximada) accessed 21 hours ago. Each session has a 'Cerrar sesión' link and a 'Detalles' link.

Último acceso	Detalles
Hace 14 minutos	Valladolid, Valladolid, España (Ubicación aproximada) Cerrar sesión Detalles LinkedIn en Android LinkedIn Learning LinkedIn Móvil
Hace 21 horas	Erbera, Vizcaya, España (Ubicación aproximada) Cerrar sesión Detalles Chrome Mobile en Android

Registro de ubicaciones de la app móvil de LinkedIn

Criterios de segmentación: geoposicionamiento

Conclusión: la única fiable es Facebook Ads con estos parámetros:

Usar solo geoposicionamiento en segmentación a dispositivos desktop (su IP es exacta) o a móviles conectados por wifi (su IP es exacta *)

Tipos de dispositivo

Todos los dispositivos (recomendado) ▼

- ✓ Móvil
- ✓ Ordenador

Dispositivos móviles y sistemas operativos específicos

Todos los dispositivos móviles ▼

- ✓ Solo al conectarse a Wi-Fi

(*) excepto un dispositivo móvil conectado con un hotspot a otro dispositivo móvil

Segmentación PRO. Que sólo tus clientes vean los anuncios: audiencias personalizadas

6



#talleresCECARM



#talleresCECARM

AUDIENCIAS PERSONALIZADAS

SOCIAL ADS RENTABLES Y EFECTIVOS

Audiences

Sort by Custom order

☐ News javiergomez.eu GDPR Created May 25, 2018 8:19 pm	68 Contacts	66 Subscribers	0.0% Opens	0.0% Clicks
☐ test autoresponder Created Nov 23, 2016 10:41 pm	3 Contacts	3 Subscribers	33.3% Opens	20.0% Clicks
☐ linkedin murcia 10/2016 Created Oct 11, 2016 9:01 pm	729 Contacts	718 Subscribers	32.1% Opens	4.9% Clicks



Listas de emails

Interacciones en RRSS

Visitas a la web

AUDIENCIA PERSONALIZADA



Visitas web: Pixel de seguimiento

```
<!-- Facebook Pixel Code -->
<script>
  !function(f,b,e,v,n,t,s)
  {if(f.fbq)return;n=f.fbq=function(){n.callMethod?
  n.callMethod.apply(n,arguments):n.queue.push(arguments)};
  if(!f._fbq)f._fbq=n;n.push=n;n.loaded=!0;n.version='2.0';
  n.queue=[];t=b.createElement(e);t.async=!0;
  t.src=v;s=b.getElementsByTagName(e)[0];
  s.parentNode.insertBefore(t,s)}(window, document, 'script',
  'https://connect.facebook.net/en_US/fbevents.js');
  fbq('init', '700473020330983');
  fbq('track', 'PageView');
</script>
<noscript> Asignar columnas >

#### Agree to terms and conditions

☒ Leí y acepto los [términos de uso de las audiencias personalizadas](#).

#### Columna 1

Email Address  
mpsantaella@gmail.com  
erasmolopezg@gmail.com

Dirección de correo electrónico

### Listas

Usa listas para segmentar usuarios específicos, ya sea que quieras llegar a tus clientes actuales —para lo cual puedes cargar una lista con sus direcciones de correo electrónico— o segmentar a los influenciadores relevantes a través de sus nombres de usuario de Twitter (@usuarios).

#### Nombre de audiencia

Audiencia Mailchimp

#### Subir archivo ?

Suba un archivo de sus clientes para crear una audiencia personalizada. Antes de realizar la carga, se aplicará hash

Audiencia personalizada  
4

Audiencias flexibles  
0

| Nombre de la audiencia                                        | Estado                      | Última actualización | TAMAÑO DE LA AUDIENCIA |                           |
|---------------------------------------------------------------|-----------------------------|----------------------|------------------------|---------------------------|
|                                                               |                             |                      | Twitter                | Twitter Audience Platform |
| Audiencia Mailchimp<br>Lista cargada                          | LISTO                       | 15 jun. 2019         | 685                    | 685                       |
| contactos linkedin<br>Lista cargada                           | LISTO                       | 15 jun. 2019         | 663                    | 663                       |
| visitas web<br>Visitas del sitio web • Etiqueta del sitio web | AUDIENCIA DEMASIADO PEQUEÑA | 10 jun. 2019         | —                      | —                         |

## Visitas web

Instalar el javascript en la web o páginas de las que se quiera activar el seguimiento

**ADMINISTRADOR DE CAMPAÑAS**

RENDIMIENTO DE LA CAMPAÑA | INFORMACIÓN DETALLADA DEL SITIO WEB | RECURSOS DE LA CUENTA ▼

**Cuentas**  
Cuenta La Era de los Valient... X

**Grupos de campañas**  
5 grupos de campañas en total

Insight Tag  
Conversiones  
Matched Audiences

**Seguimiento de sitios web** ⓘ  
1 dominio está enviando señal

Dominios con etiqueta | Conversiones

**Añadir dominio**

**Gestionar la Insight Tag** ▼  
Ver etiqueta  
Gestionar las opciones de compartir  
Borrar

**¿Cómo sé que la etiqueta está instalada?**  
Una vez que la Insight tag se haya instalado correctamente y un miembro de LinkedIn visite tu sitio web, el dominio aparecerá aquí junto con la hora de la última visita. Esto depende del tráfico de tu sitio web y puede tardar hasta 24 horas. Si no ves un dominio después de haber instalado la etiqueta, consulta nuestra guía de instalación.

[Más información sobre cómo instalar la Insight Tag](#)

Anterior 1 Siguiente



## Visitas web

ADMINISTRADOR DE CAMPAÑAS

RENDIMIENTO DE LA CAMPAÑA

INFORMACIÓN DETALLADA DEL SITIO WEB

RECURSOS DE LA CUENTA

Cuentas

Cuenta La Era de los Valient... X

Crear grupo de campañas

Gráfico de rendimiento

Información deta

Buscar por nombre o ID de grupo de camp

Nombre del grupo de campañas

Grupos de campañas

5 grupos de campañas en total

Insight Tag

Conversiones

Matched Audiences

Listas de bloqueo

Formularios de generación de

Pon nombre al público

publico que visita mi web

Quedan 75 caracteres

Vuelve a segmentar a las personas que visitan cualquiera de las siguientes páginas:

Páginas que empiezan con esta URL

tienen esta URL exacta

empiezan con esta URL

tienen URL que contienen el texto indicado

Cancelar

Crear

Al hacer clic en «Crear», acepto estas condiciones.



La Era de los Valientes



Cuenta La Era de los Valientes



Crear campaña



Crear público

Público del sitio web

Carga de la lista

Similar

Último tamaño del público

Última modificación

Desde el principio

< 300 miembros

23/5/2019

...

## Sube tu lista

Solo email – csv – coincidencia cabecera

ADMINISTRADOR DE CAMPAÑAS

RENDIMIENTO DE LA CAMPAÑA INFORMACIÓN DETALLADA DEL SITIO WEB RECURSOS DE LA CUENTA

Cargar una lista

Pon nombre a este público

contactos linkedin Quedan 82 caracteres

Selecciona tu lista de contactos o de cuentas

soloemails-para-linkedin.csv  
Proceso completo. El archivo «Lista de contactos» está listo para cargarse.

Descarga la [plantilla de lista de cuentas](#).

Descarga la [plantilla de lista de contactos](#).

Después de importar la lista, el proceso puede durar hasta 24 horas y tardar otras 24 horas más en aplicarse. Puedes añadir este público a una campaña en cualquier momento: la publicación comenzará tan pronto como esté lista.

Cancelar Cargar

Al hacer clic en «Cargar», acepto [estas condiciones](#).

Crear campaña

Crear público

Público del sitio web  
Carga de la lista  
Similar

Última modificación Desde el principio

23/5/2019

Solo email –  
csv –  
coincidencia  
cabecera

fundación Integra digital

UNIÓN EUROPEA

## Matched Audiences

Llega a los visitantes, contactos y cuentas objetivo de tu sitio web.



Crear público ▼

| <input type="checkbox"/> | Nombre del público ↕                                                                  | Estado                                                                 | Último tamaño del público ↕ | Última modificación ↕                             |     |
|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|---------------------------------------------------|-----|
|                          | <input type="text" value="Buscar por nombre del púb"/>                                |                                                                        |                             | <input type="text" value="Desde el principio ▼"/> |     |
| <input type="checkbox"/> | <a href="#">visitantes de la web</a><br>Público del sitio web                         | Última señal recibida: ● Aún no hay señal<br>Campañas activas: 0       | < 300 miembros              | 10/6/2019                                         | ... |
| <input type="checkbox"/> | <a href="#">contactos linkedin</a><br>Lista de contactos<br>Público demasiado pequeño | Público: <a href="#">En proceso de creación</a><br>Campañas activas: 0 | < 300 miembros              | 10/6/2019                                         | ... |
| <input type="checkbox"/> | <a href="#">Han visitado la pagina del pack</a><br>Público del sitio web              | Última señal recibida: ● hace 29 minutos<br>Campañas activas: 0        | < 300 miembros              | 23/5/2019                                         | ... |
| < Anterior               |                                                                                       | 1                                                                      | Siguiente >                 |                                                   |     |

## Crear una audiencia personalizada

### Usa tus orígenes

 Tráfico del sitio web

 Archivo de clientes

 Actividad en la aplicación

 Actividad fuera de internet

### Usa orígenes de Facebook

 Vídeo

 Perfil de Instagram para empresas

 Formulario para clientes potenciales

 Eventos

 Experiencia instantánea

 Página de Facebook

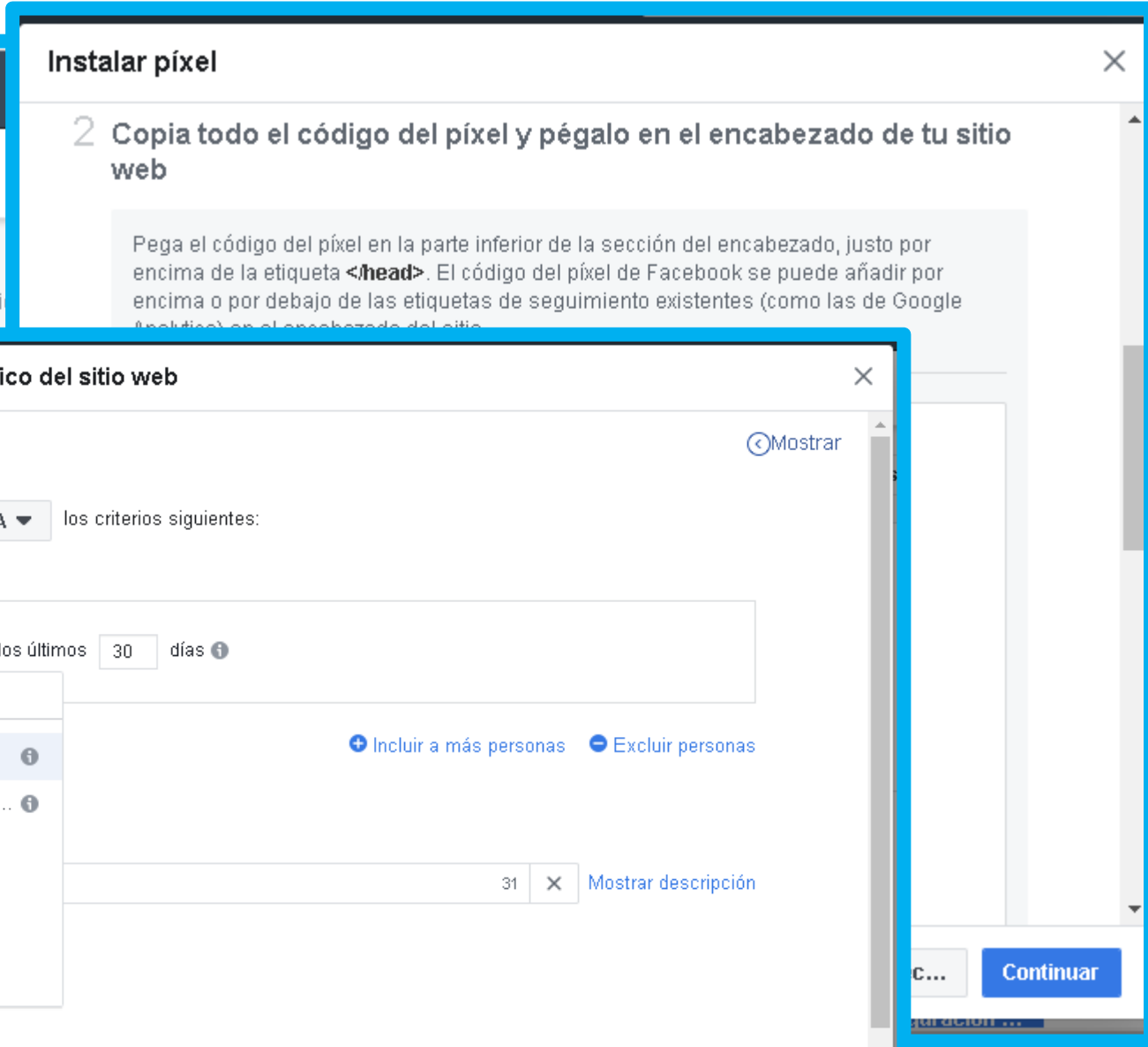
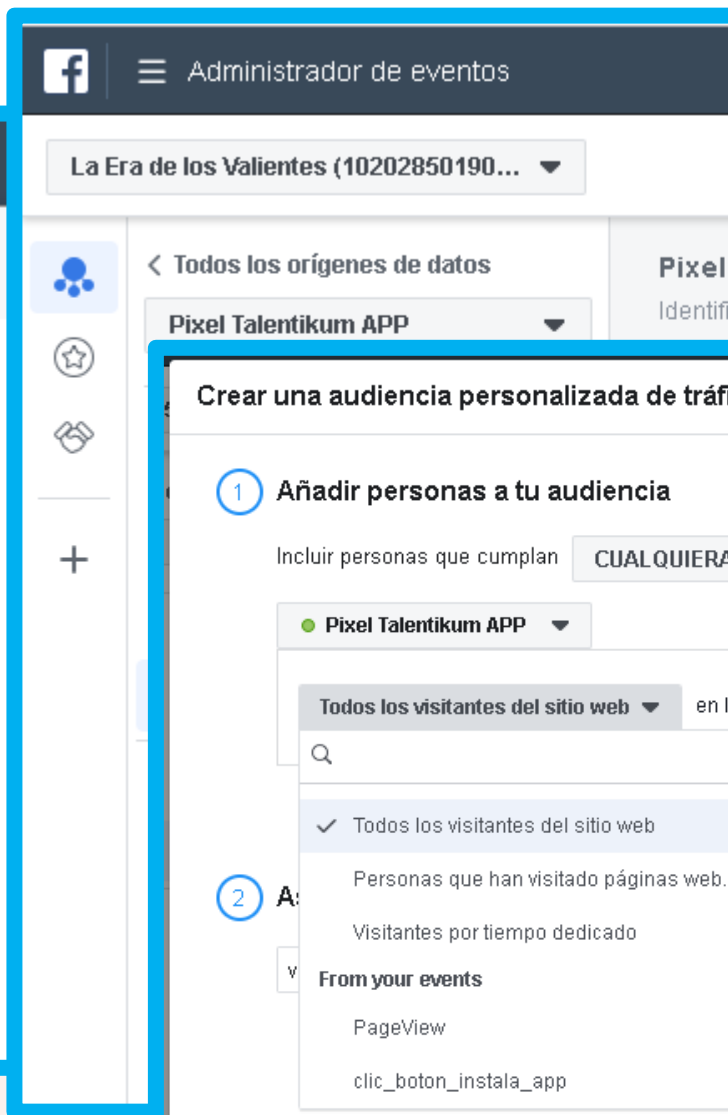
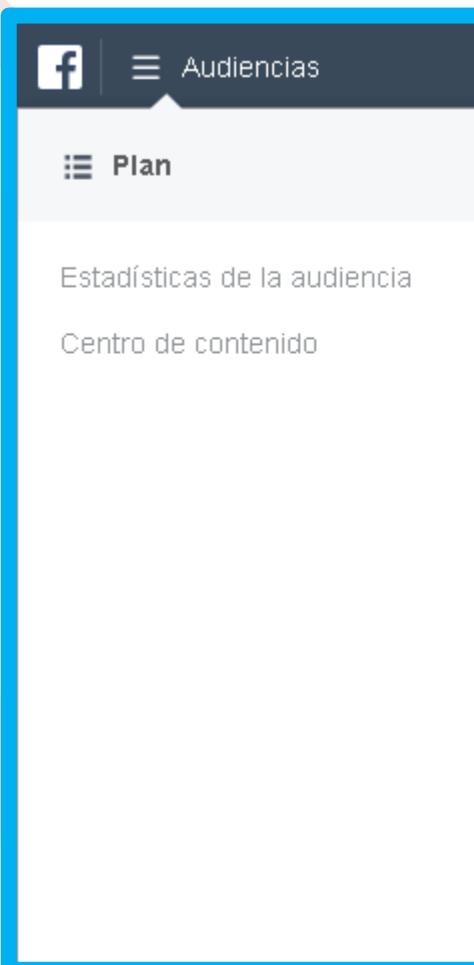


### Información sobre las audiencias personalizadas

Crea las audiencias más relevantes añadiendo personas de los orígenes que

Cancelar

## Visitas web



# AUDIENCIAS PERSONALIZADAS: FACEBOOK

## Carga tu lista

### Crear una audiencia personalizada

#### Archivo de clientes

Usa un archivo

Usa un archivo

Importar de Ma

### Crear una audiencia personalizada de archivo de datos

1 Prepara un archivo con los datos de los clientes

Correo electrónico Número

Ciudad Estado o provincia

Identificador del usuario de la a

2 Añade tu archivo

Origen de da

Añadir un nuevo archivo (C



linkedin-3000-sub

Copiar y pegar

3 Asignar un nombre

audiencia LinkedIn

### Crear una audiencia personalizada de archivo de datos

4 Obtén una vista previa de tus datos y asígnalos

Asigna los datos para subirlos. Los datos se cifrarán antes de subirse. [Más información.](#)

Email Address  
mpsantaella@gmail.com  
erasmolopezg@gmail.com  
gonzalovalverde@gmail.com  
bochando@gmail.com

First Name  
María  
Erasmus  
Gonzalo  
Berta

Last Name  
Empty row

MEMBER\_RATING  
2  
2  
2  
2

OPTIN\_TIME  
2013-11-22 12:31:56  
2013-11-22 12:31:18  
2013-11-22 12:32:22  
2013-11-22 12:31:49

### Crear una audiencia personalizada de archivo de datos

Se han subido los datos de tu audiencia



3002 filas subidas ((100%))



Es posible que tardemos unos minutos en asociar tus clientes con las personas en Facebook. Te enviaremos una notificación cuando la audiencia esté lista para usar. También puedes comprobar el estado del proceso en el [Administrador de audiencia](#).

#### Próximos pasos



#### Crear una audiencia similar

Amplía tu alcance creando una audiencia similar a los clientes que ya te importan.



#### Crear un anuncio

Empieza a crear un anuncio ahora mismo para dirigirte a tu nueva audiencia.





# AUDIENCIAS PERSONALIZADAS: FACEBOOK

## Interacciones con tus publicaciones en tu FB o IG

Crear una audiencia personalizada de perfil de Instagram para empresas

1 Añadir personas a tu audiencia [Mostrar](#)

Incluir personas que cumplan **CUALQUIERA** los criterios siguientes:

 **eravalientes**

**Todas las personas que hayan interactuado con tu empresa** en los últimos **365** días

☒ **Todas las personas que hayan interactuado con tu empresa**

- ☐ Cualquier persona que haya visitado tu perfil de empresa
- ☐ Personas que han interactuado con alguna publicación o anuncio
- ☐ Personas que han enviado un mensaje a tu perfil de empresa
- ☐ Personas que han guardado cualquier publicación o anuncio

[+ Incluir a más personas](#) [- Excluir personas](#)

**50** [Mostrar descripción](#)

[Cancelar](#) [Volver](#) [Crear audiencia](#)

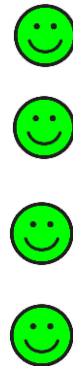
Crear audiencia ▼

Filtros ▼

Personalizar columnas ▼

| <input type="checkbox"/> | Nombre                                   | Tipo                                              | Tamaño                           | Disponibilidad                                                                                                                                                                                                                 | Fecha de            |
|--------------------------|------------------------------------------|---------------------------------------------------|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------|
| <input type="checkbox"/> | interacciones Fb ultimos 365 días        | Audiencia personalizada<br>Interacción: página    | Inferior a 1000<br>Completando ⓘ | ● Listo                                                                                                                                                                                                                        | 10/06/2019<br>15:01 |
| <input type="checkbox"/> | interacciones instagram ultimos 365 dias | Audiencia personalizada<br>Interacción: Instagram | 2800                             | ● Listo                                                                                                                                                                                                                        | 10/06/2019<br>11:37 |
| <input type="checkbox"/> | audiencia lkinkedin                      | Audiencia personalizada<br>Lista de clientes      | Not available ⓘ                  | <div> <b>El tamaño de la audiencia no está disponible</b> </div> <div>                     Para proteger la privacidad de las personas en nuestras plataformas, no mostramos el tamaño de la audiencia.                 </div> |                     |
| <input type="checkbox"/> | publico FIB                              | Audiencia guardada                                | 18 000<br>ⓘ                      |                                                                                                                                                                                                                                |                     |
| <input type="checkbox"/> | PUBLICO EMMA 30-45                       | Audiencia guardada                                | 290 000<br>ⓘ                     |                                                                                                                                                                                                                                | 22:22               |
| <input type="checkbox"/> | emma mujeres españolas 30-50             | Audiencia guardada                                | 85 000<br>ⓘ                      | ● Listo                                                                                                                                                                                                                        | 29/05/2018<br>22:03 |
| <input type="checkbox"/> | intereses univers talentikum madrid      | Audiencia guardada                                | 99 000<br>ⓘ                      | ● Listo                                                                                                                                                                                                                        | 25/05/2018<br>11:24 |
| <input type="checkbox"/> | universitarios madrid                    | Audiencia guardada                                | 10 000<br>ⓘ                      | ● Listo<br>Última actualización: 18/05/2018                                                                                                                                                                                    | 16/05/2018<br>23:38 |

A partir de emails  
Desde pixel seguimiento  
Interacciones en la publicación  
Eventos en app



# Diseñando el anuncio

7

 #talleresCECARM

Campaña

Cada campaña se corresponde con un único objetivo publicitario, como dirigir tráfico hacia el sitio web.

## En Twitter y FB Ads es

Campaña > Grupo de Anuncios > Anuncios

## En LinkedIn

Grupo de Campañas > Campañas > Anuncios

## Controla la fatiga del anuncio y su “calidad”



**Ceguera de anuncio:** el usuario **no presta atención** al contenido incluido en los banners. Se trata de una indiferencia generada de manera consciente pero también inconsciente, por lo que el cerebro del individuo parece haber aprendido, a través de la experiencia, a diferenciar cuando un estímulo visual es publicidad, y a obviarlo de manera sistemática.

**Fatiga del anuncio:** Cada vez que el mismo anuncio se muestra al mismo usuario reduce su efectividad de que el usuario realice una acción (CTA). **Si el mismo anuncio se ve más de 4 veces, conviene cambiarlo**

**Calidad del anuncio (índice de relevancia):** Divide las interacciones producidas con ese anuncio entre el total de impresiones. En una campaña CPC, cuanto mayor sea el índice más barato será el coste, porque la plataforma publicitaria “nos premiará”



## Controla la fatiga del anuncio y su “calidad”

| seleccio... (x) |                                 | Conjuntos de anuncios pa... |                                 | Anuncios para 1 Campaña      |                     |
|-----------------|---------------------------------|-----------------------------|---------------------------------|------------------------------|---------------------|
| Vista previa    | Reglas                          | Ver configuración           | Columnas: Rendimiento           | Desglose                     | Informes            |
| Impresiones     | Coste por resultado             |                             |                                 |                              |                     |
| 33 978          | 0,28 €<br>Por clic en el enl... | Impresiones                 | Coste por resultado             | Importe gastado              | Fin                 |
| 807             | 1,13 €<br>Por clic en el enl... | 807                         | 1,13 €<br>Por clic en el enl... | 3,40 €                       | 14 jun 2019         |
| 29 207          | 0,36 €<br>Por clic en el enl... | 39 546                      | 0,83 €<br>Por clic en el enl... | 113,35 €                     | 24 ene 2019         |
| 63 992<br>Total | 0,31 €<br>Por clic en el enl... | 16 885                      | 0,69 €<br>Por clic en el enl... | 33,29 €                      | 24 ene 2019         |
|                 |                                 | 29 207                      | 0,36 €<br>Por clic en el enl... | 76,84 €                      | 14 jun 2019         |
|                 |                                 | 120 635<br>Total            | 0,42 €<br>Por clic en el enl... | 331,05 €<br>Gasto total      |                     |
|                 |                                 |                             |                                 |                              |                     |
|                 |                                 |                             |                                 | Puntuació<br>d<br>relevanci  | Frecuenci:          |
|                 |                                 |                             |                                 | Clics únicos en<br>el enlace |                     |
|                 |                                 |                             |                                 | 3                            | 1,00                |
|                 |                                 |                             |                                 | 1                            | 4,83                |
|                 |                                 |                             |                                 | 1                            | 2,20                |
|                 |                                 |                             |                                 | 5                            | 1,34                |
|                 |                                 |                             |                                 |                              | 2,16<br>Por pers... |
|                 |                                 |                             |                                 |                              | 732<br>Total        |

## EL formato tipo de anuncio



The advertisement is a Facebook post for 'La Era de los Valientes', which has 709 followers and is promoted. The text asks if the user wants to get more clients and differentiate themselves, then invites them to a free webinar on June 13th at 18:00 for coaches and professionals. The main headline is 'Cómo mejorar tu marca profesional con las herramientas de La Era de los Valientes'. Below the headline is an image showing a laptop, a smartphone, and several books. At the bottom, there is a call to action to register for the webinar at laeradelosvalientes.com.

La Era de los Valientes  
709 seguidores  
Promocionado

¿Quieres conseguir más clientes y diferenciarte de tu competencia?

Inscríbete en el webinar que realizaremos el 13/06 a las 18:00 (hora € ... ver más)

**WEBINAR GRATUITO**  
13 de junio, 18:00 horas

**PARA COACHES & PROFESIONALES**  
**EMPLEABILIDAD Y TALENTO**

**Cómo mejorar tu marca profesional con las herramientas de La Era de los Valientes**

Regístrate al webinar  
laeradelosvalientes.com



Texto parcialmente oculto. Prestar atención a la parte visible para captar la atención



Imagen o vídeo que explique por sí mismo el mensaje (sin necesidad de leer el texto)



Llamada a la acción ( CTA )

# ¿Impulsar una publicación o crear anuncio adhoc?

## Actividad del Tweet



### La Era de los Valientes

@eravalientes

Es tal la expectación que hemos generado con nuestras herramientas para coaches y profesionales de **#empleabilidad** y **#talento** que el 13/06 haremos un **#webinar** explicando cómo **@eravalientes** ayuda a potenciar tu marca y tu propuesta de valor. APÚNTATE GRATIS 📌

<https://www.laeradelosvalientes.com/webinar-coaches-rrhh-profesionales-talento-empleabilidad...>  
[pic.twitter.com/AMMghykwRF](https://pic.twitter.com/AMMghykwRF)



### Promocione su Tweet

Su Tweet tiene **5.035** impresiones en total hasta ahora.  
¡Consiga más impresiones con este Tweet!

Promocione su Tweet

## Impresiones

5.035

891 orgánicas 4.144 promocionado

## Interacciones

Abrir el detalle

Interacciones con

Clics en el enlace

Retweets

Clics en el perfil

Me gusta

Clics en la etiqueta

Seguimientos

## Vídeo

Publicación

Veces compartido

Ver resultados de todos los vídeos



### La Era de los Valientes: Webinar para COACHES y profesionales RRHH y EMPLEABILIDAD...

Es tal la expectación que hemos generado con nuestras herramientas para coaches y profesionales de **#empleabilidad** y **#talento** que el 13/06 a las 18.00 (hora española) haremos un **#webinar** explicando cómo **@eravalientes** ayuda a potenciar tu marca y t...

1:09 · Subido el 09/06/2019 · Ver enlace permanente · Copiar identificador del vídeo

## Rendimiento de tu publicación

Alcance estimado

28 247

Orgánico 1% (287)  
De pago 100% (28 mil)



## ¿Impulsar una publicación o crear anuncio adhoc?

### Post impulsado

- obtiene alcance orgánico y pagado
- el post es fácil de encontrar por usuario
- su vida útil es mayor
- algunos formatos anuncio no disponibles
- no lleva botón de CTA, hay que usarlo en texto

### Anuncio creado

- obtiene alcance pagado
- complicado encontrar por usuario
- vive mientras tenga presupuesto
- disponibles los formatos Premium
- disponible botón CTA

## Si la publicación a impulsar no aparece en FB Ads ...

### Seleccionar publicación

**f Página de Facebook**

¿No ves la publicación que estás buscando? Algunas publicaciones no se pueden usar para anuncios. [Más información.](#)

Palabras clave o identificador de publicación

Facebook Post

☐ La Era de los Valientes ha publicado una publicación

 Consigue clientes y diferénciate de la competencia. ¿Quieres conseguir más clientes? [Ver más](#)

 Spot Pack PRO

 Fotos de la publicación de Ayer tuvimos el placer de compartir

 Fotos de la publicación de Comienza un nuevo "Viaje al T

Cerrar

**La Era de los Valientes**

Publicado por La Era de los Valientes

Es tal la expectación que hemos generado con nuestras herramientas para coaches y profesionales ...

18.00 (hora española) @eravalientes ayuda

APUNTATE GRATIS a nuestro curso de coaches-rrhh-profesionales

Qué vas a conocer en este curso:

- En qué consiste la RRHH para coaches y profesionales
- Cuáles son las habilidades que necesitas para ser un profesional del sector
- Cómo se integran las RRHH y el coaching
- El pack profesional de herramientas para coaches y profesionales
- Casos de éxito de coaches y profesionales
- Ejemplos de implementación
- Programa de Certificación

2290597104527450

### FACEBOOK POST ID FINDER

Entering your Facebook post URL in the text field to get your Facebook post ID.

Facebook Post ID Finder is a free and easy-to-use tool that can get your post ID from any Facebook post. The only thing required is the URL of the post.

Hi, we've noticed that you're using an ad blocker. Some functions of our tool may not work properly. Please disable your ad blocker to use all features.

Best solutions for all problems

Start

2. FACEBOOK POST ID FINDER

Your Facebook post ID is 2290597104527450

### Seleccionar publicación

**f Página de Facebook** **i Instagram** **Content de marca**

¿No ves la publicación que estás buscando? Algunas publicaciones no se pueden usar para anuncios. [Más información.](#)

| Facebook Post                                                                                                                                                                                                                 | Post ID          | Date Created | Likes | Comments | Shares |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|--------------|-------|----------|--------|
|  Webinar para COACHES y profesionales. Es tal la expectación que hemos generado con nuestras herramientas para coaches y profesionales ... | 2290597104527450 | 9 jun 2019   | 0     | 0        | 0      |

Publicación que hemos generado con nuestras herramientas para coaches y profesionales ...

9 jun 2019 . 0 Me gusta, 0 comentarios, 0 veces compartido

COMMENTPICKER.COM / facebook-post-id-finder.php



## La imagen (parece) gana al video

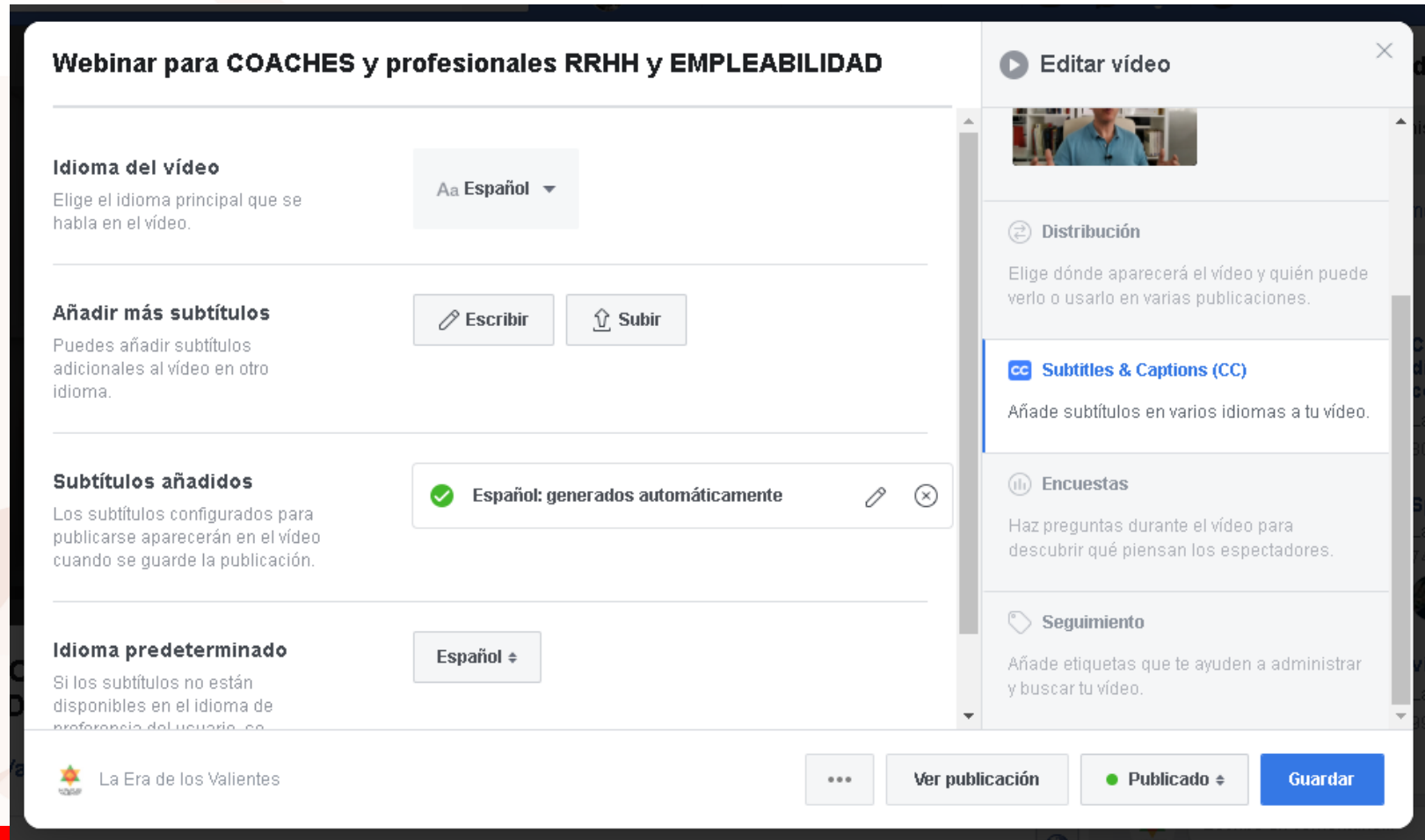
| Vista previa de Tweet                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Estado del Tweet                                                                             | Impresiones | Gasto   | Resultados            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|---------|-----------------------|
| Resumen de 4 elementos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | —                                                                                            | 14.971      | 65,04 € | 📄 (2)                 |
|  <b>La Era de los Valientes</b> @eravalientes · 06 jun.<br>Es tal la expectación que hemos generado con nuestras herramientas para coaches y profesionales de <a href="#">#empleabilidad</a> y <a href="#">#talento</a> que 13/06 haremos un <a href="#">#webinar</a> explicando cómo <a href="#">@eravalientes</a> ayuda a potenciar tu marca y | ● Activo  | 14.300      | 62,63 € | 14.300<br>Impresiones |

| Nombre del anuncio ↕                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Estado ↕ | Gasto ↕ | Impresiones ↕ | Clics ↕ | CTR medio ↕ |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|---------|---------------|---------|-------------|
| <input type="checkbox"/> 3 anuncios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | —        | 60,05 € | 2.704         | 34      | 1,26 %      |
| <input type="checkbox"/> ¿Quieres conseguir más clientes y diferenciarte de tu competencia? Insíbete en el webinar que realizaremos el 13/06 a las 18:00 (hora española) donde de la mano de<br>Nombre del anuncio: Anuncio video webinar<br>Campaña: Website visits - Jun 8, 2019<br>ID del anuncio: 68449326 · Contenido patrocinado · Vídeo      | Activo ▼ | 6,34 €  | 374           | 3       | 0,8 %       |
| <input type="checkbox"/> ¿Quieres conseguir más clientes y diferenciarte de tu competencia? Insíbete en el webinar que realizaremos el 13/06 a las 18:00 (hora española) donde de la mano de<br>Nombre del anuncio: 68497056<br>Campaña: Website visits - Jun 10, 2019<br>ID del anuncio: 68497056 · Contenido patrocinado · Anuncio con una imagen | Activo ▼ | 53,71 € | 2.330         | 31      | 1,33 %      |



## Los videos SIEMPRE con subtítulos

Facebook (ojo, Instagram NO) te permite subir videos y generar subtítulos automáticamente



Por tanto si deseo impulsar una publicación con un video subtulado:

FB – OK

IG – No puedo

TWT – No puedo

LNKD – No puedo

## Los videos SIEMPRE con subtítulos

Sube el video a tu canal de Youtube y editalo en Creator Studio

- Añade subtítulos automáticos
- Clic en subtítulos
- Clic Acciones
- Descargar .SRT

The image shows the YouTube Creator Studio interface. On the left, the 'Gestor de vídeos' (Video Manager) sidebar is visible, with 'Vídeos' selected. The main area displays 'Gestionar subtítulos' (Manage subtitles) for a video titled 'Testimonio alumna CEU - La Era'. The subtitle language is set to 'Español (automático)'. A dropdown menu under 'Acciones' (Actions) is open, showing options: 'Descargar .vtt', 'Descargar .srt', and 'Descargar .sbv'. The 'Descargar .srt' option is highlighted. Below the menu, a list of subtitle segments is shown with timestamps and text. The video player at the bottom shows the video is 1:19 long.

**Ver subtítulos publicados: Español (automático)**  
Procedencia de los subtítulos: Automáticos

**Acciones**

- Descargar .vtt
- Descargar .srt**
- Descargar .sbv

| Timestamp       | Text                                                                            |
|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------|
| 0:14.0 - 0:19.2 | hablar por contraste es el primer día llegué me senté en una silla y dije       |
| 0:19.2 - 0:23.1 | madre mía que perdida estoy tengo un montón de motivaciones pero realmente no   |
| 0:23.1 - 0:29.6 | sé hacia dónde quiero tirar una especie de descontrol no y ahora han pasado dos |
| 0:29.6          | semanas nada más cuatro sesiones han                                            |

Testimonio alumna CEU - La Era

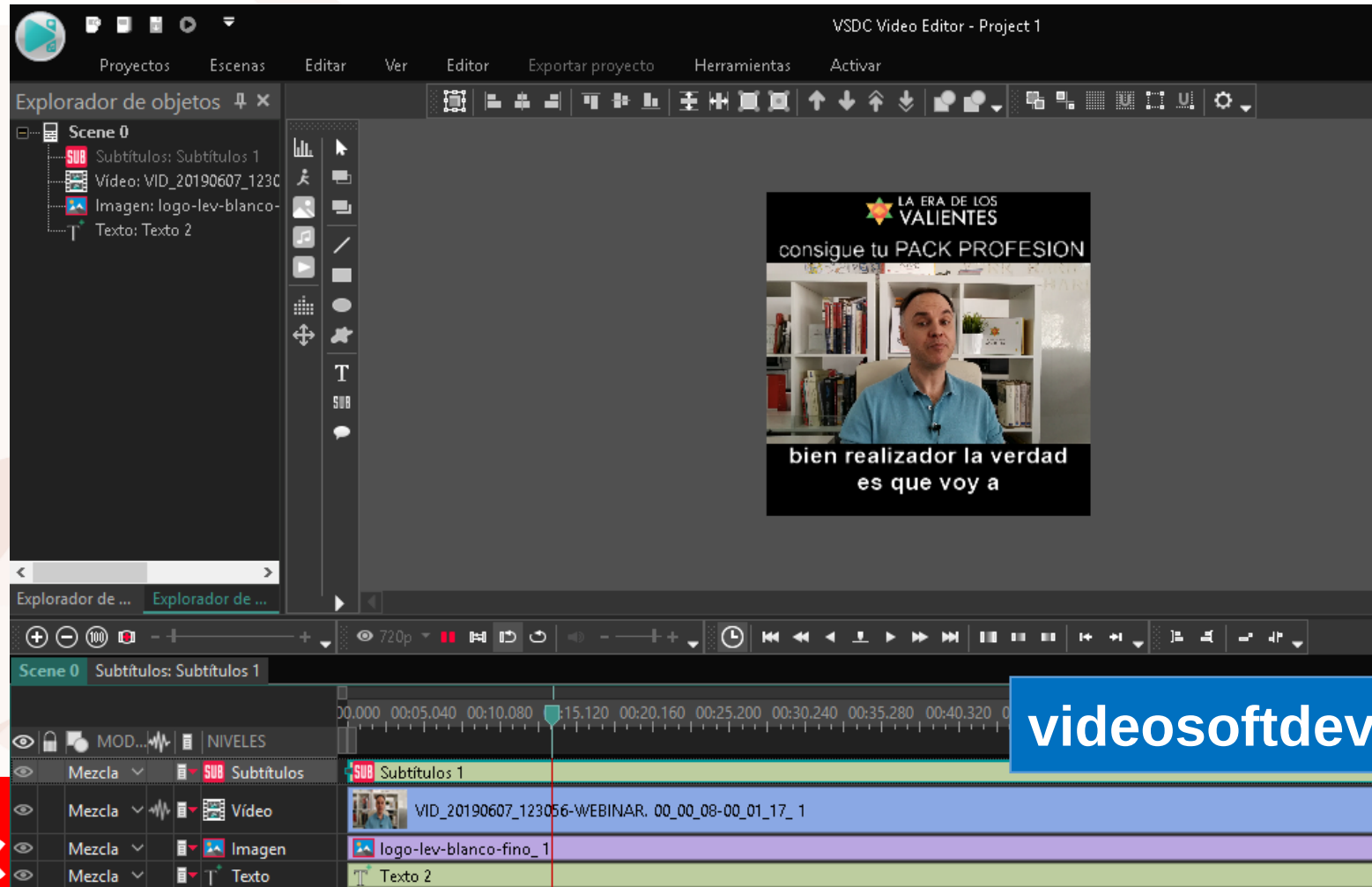
0:00 / 1:19

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

r?v=KtQAE2BwwMs&lang=es&name=&kind=asr&contributor\_id=0&bl=vmp&action\_view\_track=1&o=U#

## Los videos SIEMPRE con subtítulos

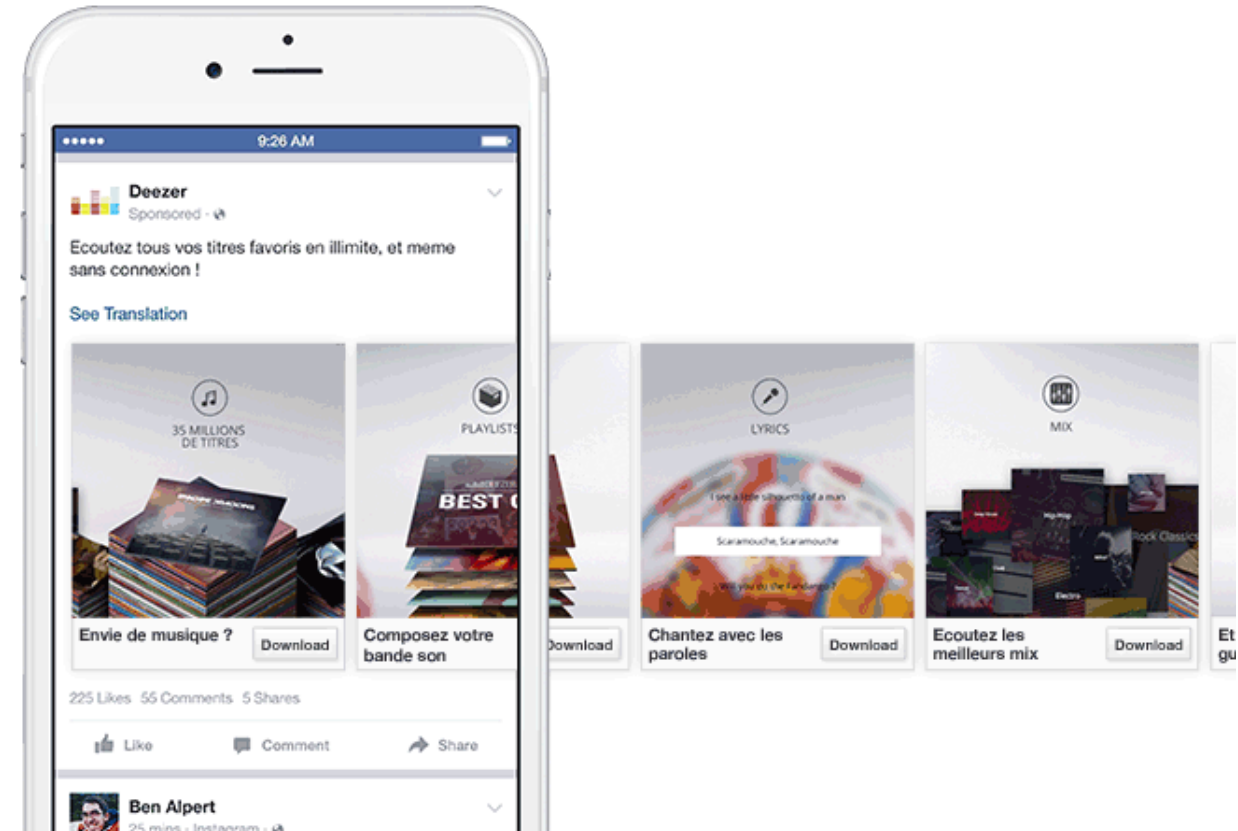
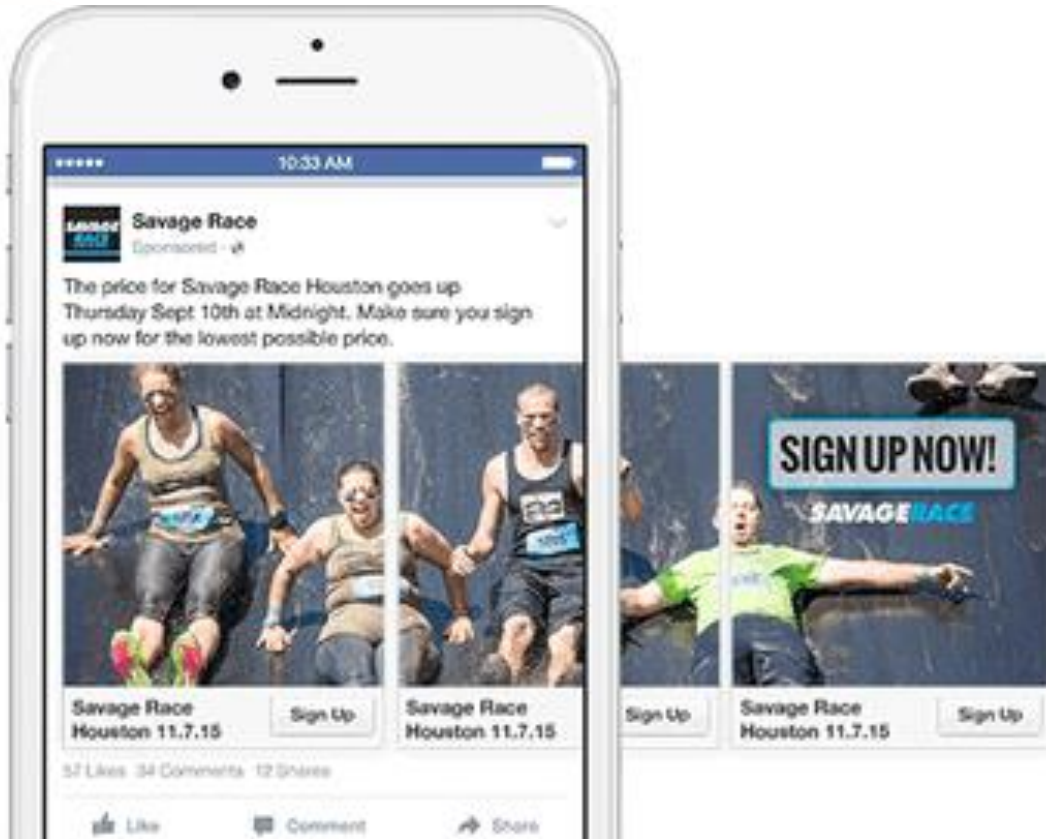
En un editor de video añadimos el archivo SRT y lo fusionamos y generamos una nueva versión del video con subtítulos integrados



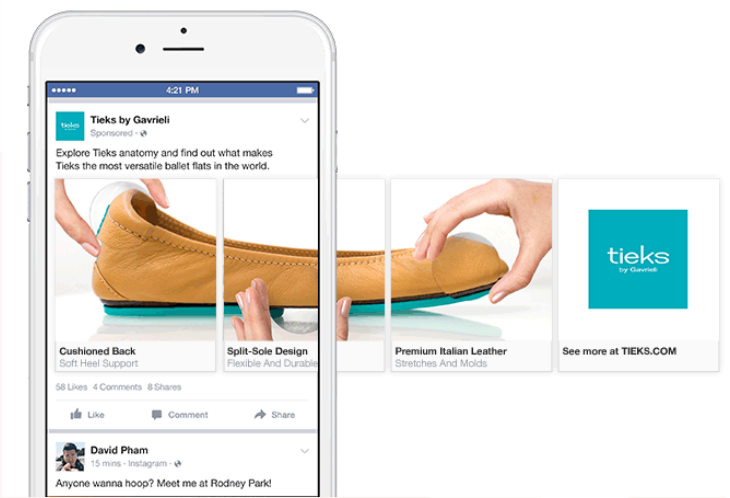
VSCD Free Video Editor permite además convertir videos 16:9 a 1:1 añadiendo franjas superiores

[videosoftdev.com/es/free-video-editor](https://videosoftdev.com/es/free-video-editor)

## El formato carrusel: 10 impactos por el coste de 1



El formato carrusel: 10 impactos por el coste de 1



|           | POST   | ANUNCIO |
|-----------|--------|---------|
| FACEBOOK  | SI (2) | SI      |
| LINKEDIN  | NO (1) | SI      |
| INSTAGRAM | SI     | SI      |
| TWITTER   | NO     | NO      |

- (1) Una alternativa para los Linkedin Posts sería publicar las imágenes como un PDF multipágina, permitiendo así el slide
- (2) Las versiones post **no tienen botón de llamada a la acción (CTA)** por lo que hay que implementarla en el texto del mensaje



Para  
emplazamientos  
destacados usar  
CPC o CPM

1. Suggested Post.

**Infusionsoft**  
Sponsored ·

Over 23,000 small business owners use Infusionsoft to get organized, save time and grow sales.  
See why.

Small business sales and marketing software  
GET ORGANIZED · GROW SALES · SAVE TIME

Watch Demo

Grow Sales. Save Time. Get Organized.  
23,000 thriving small businesses use Infusionsoft. Discover how Infusionsoft, the only all-in-one automated sales & marketing software built exclusively for small businesses, has helped them grow sales, save time and stay on top of it all.

WWW.INFUSIONSOFT.COM

Learn More

Like · Comment · Share · 90 5 24

2. Zest  
"Like" & vote for your favorite video for a chance to WIN!  
\$5,000 IN CASH & PRIZES  
Like Page · Stacy Baird likes this page

Perfect Half-Cup Bras  
trueandco.com  
Will these bras change the way you feel comfort forever?  
73,659 people like this

Don't give up on God...  
God Won't Give Up On You  
I won't give up on God because he never gave up on me. LIKE if you agree!  
Like Page · Autumn Alston likes this page

3. \$96.99 at Amazon  
amazon.com  
SHERPA SPORT DUFFLE  
Dog Cat Animal Pet Carrier Bag & Tote.  
Airline/Subway/Rail... - \$96.99

Para  
emplazamientos  
secundarios  
usar CPC



⚠️ Texto de la imagen: **Nivel alto**  
Es posible que el anuncio no se muestre.

✅ Texto de la imagen: **Aceptar**  
El anuncio se mostrará con normalidad.



Cuadrícula de 5x5, texto en no más de 5 casillas

[facebook.com/ads/tools/text\\_overlay](https://facebook.com/ads/tools/text_overlay)

## Crea un anuncio para cada buyer persona

Anuncio dirigido a mujeres


**Talentikum - Emplea tu talento**
Me gusta esta página

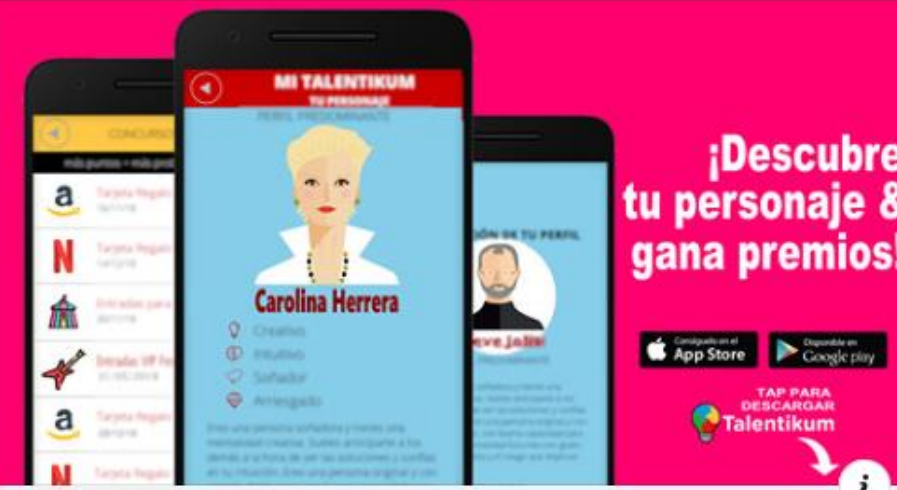
Escrito por Talentikum  
marzo ·

¡Talentikum llega a Costa Rica 🇸🇨!

¡Gana Amazon & Netflix cards... y descubre a qué personaje te pareces!

Talentikum es la app totalmente gratuita para iOS & Android que te ayuda a descubrir tus talentos, tus intereses y las cosas que se te dan bien de forma gamificada.

Descarga ya gratis la app haciendo clic en "DESCARGAR"



Talentikum - Descarga la app para Android & iOS

Descargar


**Talentikum - Emplea tu talento**
Me gusta esta página

Escrito por Talentikum  
marzo ·

¡Talentikum llega a Costa Rica 🇸🇨!

¡Gana Amazon & Netflix cards... y descubre a qué personaje te pareces!

Talentikum es la app totalmente gratuita para iOS & Android que te ayuda a descubrir tus talentos, tus intereses y las cosas que se te dan bien de forma gamificada.

Descarga ya gratis la app haciendo clic en "DESCARGAR"



Talentikum - Descarga la app para Android & iOS

Descargar

Anuncio dirigido a hombres

## Genera 4 anuncios (2 textos + 2 imágenes) y que compitan


**Talentikum - Emplea tu talento**
Me gusta esta página

Escrito por marzo

¡Talentikum llega a Costa Rica 🇨🇷!

¡Gana Amazon & Netflix cards... y descubre a qué personaje te pareces!

Talentikum es la app totalmente gratuita para iOS & Android que te ayuda a descubrir tus talentos, tus intereses y las cosas que se te dan bien de forma gamificada.

Descarga ya gratis la app haciendo clic en "DESCARGAR"



Talentikum - Descarga la app para Android & iOS
Descargar


**Talentikum - Emplea tu talento**
Me gusta esta página

Escrito por marzo

¡Talentikum llega a Costa Rica 🇨🇷!

¡Gana Amazon & Netflix cards... y descubre a qué personaje te pareces!

Talentikum es la app totalmente gratuita para iOS & Android que te ayuda a descubrir tus talentos, tus intereses y las cosas que se te dan bien de forma gamificada.

Descarga ya gratis la app haciendo clic en "DESCARGAR"



Talentikum - Descarga la app para Android & iOS
Descargar



## Si es posible, un formato para cada ubicación

👉 Lee hilo xra + sorpresas 👉



**SORTEO INTERNACIONAL**

1. Sigue a @talentikum
2. Haz RT a este post
3. Comenta con #sorteotalentikum y menciona 2 amigos para darles envidia

**+10X !! : instala app, sube foto con el personaje que te ha tocado y #mipersonajetalentikum**

**NETFLIX**  
VIVE TUS SERIES Y PELÍCULAS. A TU MANERA.

**amazon.com**  
gift card

**Talentikum**  
emplea tu talento & gana premios

Consíguelo en el App Store Disponible en Google play

22:32 - 28 feb. 2019

25 Retweets 9 Me gusta



**SORTEO INTERNACIONAL**

1. Sigue a @talentikum
2. Haz Like a este post
3. Comenta con #sorteotalentikum y menciona 2 amigos para darles envidia

**+10X !! : instala app, sube foto con el personaje que te ha tocado y #mipersonajetalentikum**

**NETFLIX**  
VIVE TUS SERIES Y PELÍCULAS. A TU MANERA.

**amazon.com**  
gift card

**Talentikum**  
emplea tu talento & gana premios

Consíguelo en el App Store Disponible en Google play

talentikum • Siguiendo

talentikum Gana una tarjeta Amazon o Netflix (a elegir por el ganador) por valor de 50 euros!

Para celebrar el aterrizaje de nuestra app @talentikum en América Latina realizamos un estupendo #sorteointernacional!

Sorteamos una tarjeta Amazon o Netflix (a elegir por el ganador) por valor de 50 euros. Para participar:

- 1 sigue a @talentikum
- 2 haz like a este post
- 3 comenta en este post con #sorteotalentikum mencionando a 2 amigos. Puedes ganar participaciones extra comentando (hasta 10 veces)



Les gusta a omarlinares\_thelos y 218 personas más

28 DE FEBRERO

Agrega un comentario...

Publica

El anuncio con ratio 2:1 el más versátil



2:1



1:1

|           | 2:1 | 1:1 |
|-----------|-----|-----|
| FACEBOOK  | SI  | SI  |
| LINKEDIN  | SI  | SI  |
| INSTAGRAM | SI  | SI  |
| TWITTER   | SI  | NO  |

## Para anunciar apps muestra logos markets y CTA de Instalar

**JobToday – Empleos y Chat con empresas**  
Anuncios · 📱

Entra en la app que revoluciona la Contratación.  
Descárgate la app GRATIS!



¡ Contratar es FACIL !  
Negocios

Instalar

Aplicación sugerida

**Subasta de Ocio – Viajes Hoteles Escapadas**  
Anuncios · 📱

¡Juan está disfrutando de sus días en Algarve! 🌞🏖️🍷  
¿y tú, Quieres Montártelo como él?



Aplicación sugerida

**Panda Pop**  
Anuncios · 📱

¡Pandas, burbujas y puzzles! ¡Juega GRATIS!



**ma milanuncios - tablón de anuncios gratis de segundamano, ofertas de empleo, venta pisos y coches**  
Sponsored · 📱

¡Ya disponible la app de Milanuncios!  
Descárgatela GRATIS y, ¡encuentra lo que necesitas!



¡Descarga la App GRATIS!

milanuncios - tablón de anuncios gratis de segundamano, ofertas de empleo, venta...  
269,957 people use this

Install Now

**MORECAST - Premium Meteo Gratis**  
Sponsored · 📱

Aún más información del tiempo que nunca antes.  
Descargar gratuitamente!

Radar de precipitaciones interactivo



Download on the App Store

MORECAST App del tiempo  
Over 2 million people use this

Install Now

**M Vestiaire Collective**  
Sponsored · 📱

Encuentra la moda de ocasión en Vestiaire Collective. El 100 % de los artículos son controlados



Vestiaire Collective  
162,184 people use this

Install Now

Al destacar el logo de APP Store deja claro que funcionará para ese tipo de móviles. En Facebook Ads se puede segmentar usuarios de determinados sistemas operativos.



## En caso de objetivo tráfico que el anuncio sea coherente con landing



### Coherencia entre anuncios y páginas de destino

Es importante que tu anuncio esté totalmente conectado y adaptado a la página de destino.

### Landing page Misma imagen anuncios



Fondo Europeo  
Una manera de

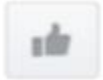
## Destaca tus beneficios y mete presión

**Presión por tiempo y oferta**



**Clínica Blue Moon**

Sponsored · 🌐



Últimos días para disfrutar del 70% Dto. en Depilación Láser Soprano ¡Reserva tu cita!

- ✓ Sin vello en 6 sesiones
- ✓ No duele, no quema
- ✓ Depilación definitiva



**Recordatorio de la oferta**

**70% Dto. Depilación Láser**

[www.lasersopranomadrid.com](http://www.lasersopranomadrid.com)

**Book Now**

## Usa símbolos para resaltar tu mensaje

**Reebok Rush Race**  
Sponsored · 📍

Ven a vivir la experiencia que cambiará tu forma de ver la vida.  
¡Dos carreras una meta!  
Urban Race

- ✓ Fecha: Diciembre 06
- ✓ Lugar: Alrededor Jardín Botánico
- ✓ Hora: 8:00 A.M. – 5:00 P.M.

Urban Race - Conquista tus obstáculos!  
Urban Race o carrera urbana. Más que una seri...  
rushracerd.com

Learn More

Si quieres que tu copy se destaque en tus anuncios de Facebook utiliza símbolos en:

- El texto del anuncio
- En el título del anuncio
- En la descripción del anuncio

### ✓ El e-book más práctico de Instagram ✓

➡ Un ebook completo para aprender a triunfar en Instagram con las mejores estrategias y tácticas de branding y venta.

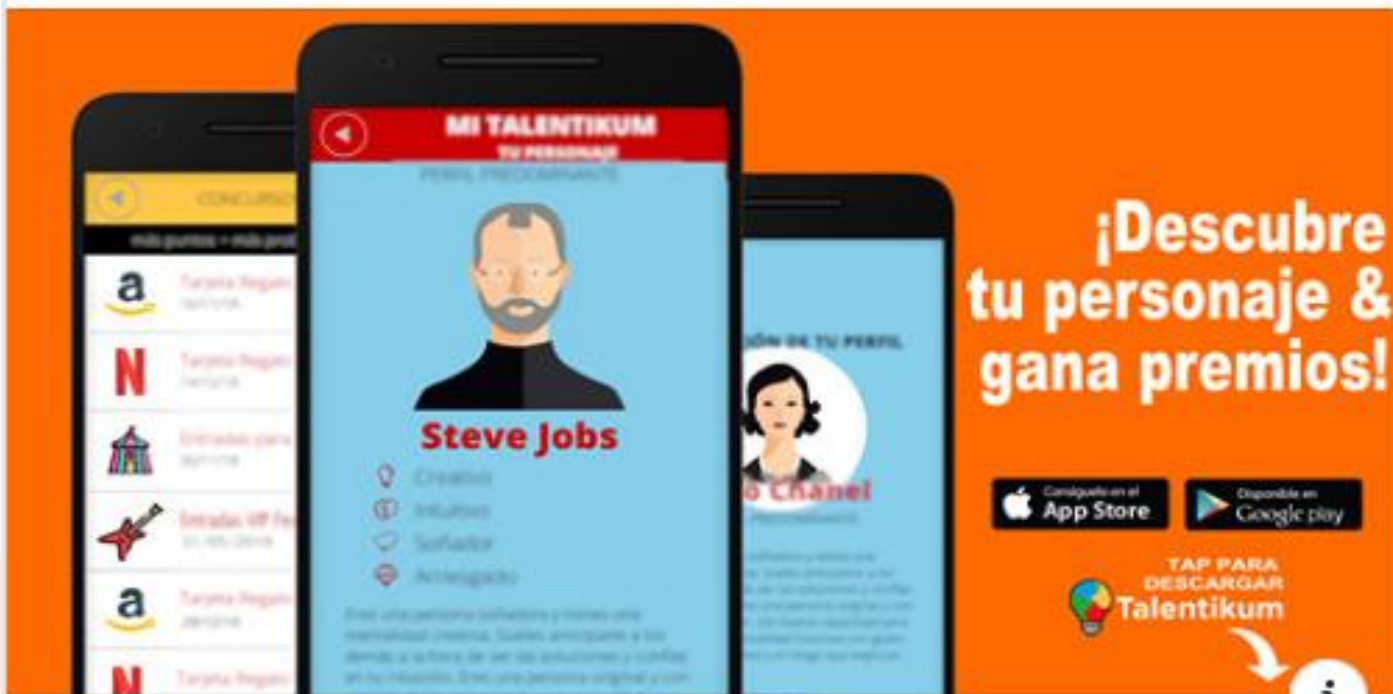
[HTTP://WWW.TRIUNFAGRAM.COM/](http://www.triunfagram.com/)

Shop Now



## Da instrucciones

Descarga ya gratis la app haciendo clic en "DESCARGAR"



**Talentikum - Descarga la app para Android & iOS**

Descargar



**SORTEO INTERNACIONAL !!**

**50€**

**¡NO HAGAS LIKE! ¡TAP EN MAS INFO PARA PARTICIPAR!**

**Más información**

talentikum Gana una tarjeta Amazon o Netflix de 50,00 €!! Cómo participar haciendo clic en Más info !! ... más

## Captura leads

**Instagram**  
Hace 19 horas

**CURSO**

**MINDFULNESS + GESTIÓN EMOCIONAL**

Instituto Europeo de Psicología Murcia - IEPP

**CURSO DE MINDFULNESS + GESTIÓN EMOCIONAL**

- Curso de 6 semanas. Un día por semana.
- Mejora la gestión emocional ante situaciones complejas.
- Capacidad de establecer vínculos afectivos sanos, protectores y estables.
- Ser más conscientes de la interacción mente y el cuerpo.
- Potenciar emociones positivas. Aprender a conectar con el aquí y ahora.

Al hacer clic en "Enviar", aceptas enviar tu información a Instituto Europeo de Psicología Murcia - IEPP, que se compromete a usarla conforme a su política de privacidad. Instagram también usará la información según nuestra Política de privacidad, incluso para completar formularios de anuncios automáticamente. Es posible que este anuncio se complete con respuestas que enviaste previamente en otros anuncios, con datos de tu perfil de Instagram o con algún perfil vinculado de Facebook. [Ver Política de privacidad de Instagram](#) - [Política de privacidad](#)

**Enviar**

**IECISA | Informática El Corte Inglés**

39.047 seguidores  
Promocionado

La nube está transformando el almacenamiento TI. En IECISA, los nuevos beneficios de Oracle ZFS.

**Oracle ZFS**

Descubre los beneficios del almacenamiento todo en uno: Aplicaciones, BBDD y Cloud

Correo electrónico del trabajo  
javier.gomez.eu

Nombre  
Javier

Apellidos  
Gomez

Nombre de la empresa  
Consultor y Formador Experto en LinkedIn y Social Selling

☐ Enviaremos esta información a IECISA | Informática El Corte Inglés, conforme a su política de privacidad. En este apartado se

**ENVIAR**

Facebook Ads

LinkedIn



## Traza los anuncios para medir datos

Si nuestro objetivo es tráfico, añade a las urls de destino la **codificación UTM** (Urchin Tracking Module)

|              |   |                                              |
|--------------|---|----------------------------------------------|
| utm_campaign | = | qué campaña me está trayendo tráfico         |
| utm_source   | = | qué sitio web me está trayendo tráfico       |
| utm_medium   | = | qué tipo de anuncio me está trayendo tráfico |

[http://miweb.com/mi-landing/?utm\\_campaign=blackfriday&utm\\_source=linkedin&utm\\_medium=inmails](http://miweb.com/mi-landing/?utm_campaign=blackfriday&utm_source=linkedin&utm_medium=inmails)

[http://miweb.com/mi-landing/?utm\\_campaign=blackfriday&utm\\_source=facebook&utm\\_medium=anuncio1](http://miweb.com/mi-landing/?utm_campaign=blackfriday&utm_source=facebook&utm_medium=anuncio1)

[http://miweb.com/mi-landing/?utm\\_campaign=blackfriday&utm\\_source=instagram&utm\\_medium=anuncio1](http://miweb.com/mi-landing/?utm_campaign=blackfriday&utm_source=instagram&utm_medium=anuncio1)

[http://miweb.com/mi-landing/?utm\\_campaign=blackfriday&utm\\_source=facebook&utm\\_medium=postorganico](http://miweb.com/mi-landing/?utm_campaign=blackfriday&utm_source=facebook&utm_medium=postorganico)

# Caso práctico: Usando social ads para mejorar la propuesta de valor

# 8

 #talleresCECARM



Venta de un pack de herramientas dirigidas a coaches y profesionales de la empleabilidad a un precio promocional de 199€ (imp, incluidos) **a través de tienda online.**

Los análisis de competencia muestran que en el mercado no hay solución parecida y lo más aproximado a precios muy superiores.

Se determina que la mejor red para encontrar a los potenciales clientes es **LinkedIn** con la siguiente segmentación

¿Quién es tu público objetivo?

INCLUIR personas que tienen **CUALQUIERA** de estos atributos

Cargos actualmente ▼

Coach de éxito personal X

Coach de aprendizaje X

Especialista en desarrollo y aprendizaje X

Certified Life Coach X

Coach de vida X

Coach empresarial X

Orientador laboral X

Orientador profesional X

Coach de equipo X

Preparador laboral X

Coach personal X

Mentor X

Orientador de empleo X

Coach de liderazgo X

Coach de rendimiento X

**DIA 1:** El primer tipo de anuncio por el que se opta es el de los **inmails**, debido a que contamos con más texto y el costo es comparativamente inferior a los post patrocinados.

**DIA 3:** La campaña ha generado 430 aperturas de emails y 270 clics, pero Google Analytics (gracias a la **codificación UTM**) refleja **menos de la mitad** de visitas \* . Ninguna venta realizada.

No hay datos de qué han hecho las 150 visitas que ha registrado Analytics por lo que se implementan en la página una serie de eventos (scroll, clic) para tener más información.

(\*) <https://ims21.net/google-analytics-not-tracking.htm>

 Patrocinado
 martes


**Empleabilidad y talento: la herramienta definitiva**  
 Javier,

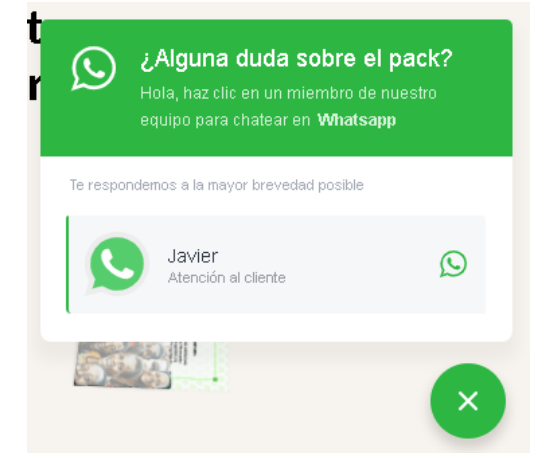
¿trabajas ayudando a otras personas a conseguir sus meta profesionales?

Desde [La Era de los Valientes](#) tenemos el honor de presentarte la última versión de nuestra herramienta **probada con éxito con más de 3.000 usuarios** para el desarrollo y la gestión de la **empleabilidad y el talento**. La metodología puede aplicarse **tanto a individuos como a grupos** y puede aplicarse **bien de forma tradicional o digital** (mediante materiales físicos o con nuestra app móvil para el usuario y el panel de control para los profesionales).

Esta herramienta se ha desarrollado gracias al feedback recibido por coaches y profesionales de la empleabilidad y la transformación de carrera, especialmente de [Juan Carlos Cubeiro](#) (probablemente el mayor experto en talento y empleabilidad de España y presidente de honor de AECOP) que se ha enamorado totalmente de nuestra metodología hasta el punto de recomendarla.

**CONOCER PACK PRO**

Algunos usuarios (menos de 5) **han usado el canal de Whatsapp para hacer preguntas sobre el producto**, en la línea de si era necesario hacer formación previa para poder usar las herramientas. Se decide modificar el CTA en la landing



**199 €**

**¡Oferta de lanzamiento!**

Precio habitual 249 € – Envíos GRATIS a toda España – Envíos LATAM 15 € – Impuestos incluidos

**¡Satisfacción garantizada!**

Estamos tan seguros de que te va a encantar nuestra metodología que si en 30 días no te convence totalmente te devolvemos el importe sin excusas y sin demoras.

[Quiero el Pack Profesional + Usuario >>](#)

**CTA inicial**

**199 €**

**¡Oferta de lanzamiento!**

Precio habitual 249 € – Envíos GRATIS a toda España – Envíos LATAM 15 € – Impuestos incluidos

**¡Satisfacción garantizada!**

Estamos tan seguros de que te va a encantar nuestra metodología que si en 30 días no te convence totalmente te devolvemos el importe sin excusas y sin demoras.

**¡Listo para usar!**

¡Adquiere ya tu pack profesional y **ponlo en práctica desde el primer día** con tus clientes!

[Quiero el Pack Profesional + Usuario >>](#)

**CTA respondiendo a dudas usuarios**



## **DIA 5:** Se activa campaña de posts patrocinados en LinkedIn probando diversos formatos y estrategias CPC y CPM



**Anuncio formato video**



**Anuncio formato carrusel**

### **Propuesta de valor:**

La solución probada y avalada para la gestión de la empleabilidad

**DIA 7:** La campaña ha generado tráfico suficiente para obtener datos. Gracias a los eventos de Analytics implementados:

- 49% de las visitas ni siquiera hacen scroll y se quedan en el banner inicial
- 51% de las visitas hacen un pequeño scroll y llegan hasta el primer CTA
- 5% llegan hasta el pie de página
- 7% ha añadido al carrito pero no ha comprado
- El tiempo medio en página es de 4 minutos

## Preguntas que se plantean

- ¿Por qué el 49% no mira nada de la página?  
¿tarda la página en cargar? ¿la propuesta de valor no interesa?
- ¿de los que se quedan y miran la página por qué no compran? ¿precio caro? ¿producto complejo?



## Parte superior de la landing

**DIA 8:** Se opta por modificar la propuesta de valor hacia una que **explícite los beneficios** que se obtienen con el producto: “consigue más clientes y diferénciate de la competencia (con nuestras herramientas)”



Landing v1



Landing v2  
se modifica la PUV, se muestra el producto y se añade prueba social



**DIA 9:** Con la nueva propuesta de valor se reactiva la campaña de LinkedIn y se añade como segunda plataforma Facebook e Instagram. El objetivo es validar con anuncios si la nueva PUV es correcta

**La Era de los Valientes**  
712 seguidores  
Promocionado

¿Quiere conseguir más clientes y diferenciarte de tu competencia?

Conoce nuestras herramientas para el desarrollo de #Talento y ... ver más



168 tarjetas de dinámicas

Libro metodología 200 páginas color

Anuncio  
formato  
carrusel  
LinkedIn

**La Era de los Valientes** ✓  
Escrito por Javier Gomez Diaz [?] · 26 de mayo a las 0:36 ·

¿Quiere conseguir más clientes y diferenciarte de tu competencia?

Conoce nuestras herramientas (que podrás usar desde el primer día) para desarrollar el Talento y la Empleabilidad de tus clientes y acceder adicionalmente al Programa de Certificación que hemos preparado.

Profesionales como tú ya han usado nuestras herramientas con más de 3.000 personas ¿A qué esperas?



168 tarjetas de dinámicas

Para descubrir intereses, co...

Más información

Diseñado y avalado por expertos del talento

Anuncio formato  
carrusel Facebook

#### audiencia coaches española

Lugar: España

Edad: 26-55

Intereses: Coaching o Life Coaching, Campo de estudio: Coaching & Mentoring o Coach, Puesto: Certified Personal Trainer, Career Coach, Coach, Life Skills Coach, Life coaching, Executive Coach, Life Coach o Personal Coach

Ampliación de intereses: Desactivada

Segmentación de intereses  
en Facebook

**DIA 9:** Con la nueva propuesta de valor se reactiva la **campaña de LinkedIn** y se añade como segunda plataforma **Facebook e Instagram**. El objetivo es **validar con anuncios** si la nueva PUV es correcta

 Patrocinado
 martes



**Empleabilidad y talento: la herramienta definitiva**

Javier,

¿trabajas ayudando a otras personas a conseguir sus meta profesionales?

Desde [La Era de los Valientes](#) tenemos el honor de presentarte la última versión de nuestra herramienta **probada con éxito con más de 3.000 usuarios** para el desarrollo y la gestión de la **empleabilidad y el talento**. La metodología puede aplicarse **tanto a individuos como a grupos** y puede aplicarse **bien de forma tradicional o digital** (mediante materiales físicos o con nuestra app móvil para el usuario y el panel de control para los profesionales).

Esta herramienta se ha desarrollado gracias al feedback recibido por coaches y profesionales de la empleabilidad y la transformación de carrera, especialmente de [Juan Carlos Cubeiro](#) (probablemente el mayor experto en talento y empleabilidad de España y presidente de honor de AECOP) que se ha enamorado totalmente de nuestra metodología hasta el punto de recomendarla

**CONOCER PACK PRO**

**Primera  
versión  
LinkedIn  
inmails**



**Logra más clientes y aporta valor diferencial**

Javier,

¿trabajas ayudando a otras personas a conseguir sus metas profesionales?

Desde La Era de los Valientes queremos ayudarte a **conseguir más clientes** y a aportar un valor diferencial a través del conjunto de herramientas **probadas con éxito con más de 3.000 usuarios** para el desarrollo y la gestión de la **empleabilidad y el talento**. La metodología puede aplicarse tanto a individuos como a grupos bien de forma tradicional o digital (mediante materiales físicos o con nuestra app móvil para el usuario y el panel de control para los profesionales). **¡Y puedes aplicarla con tus clientes desde el primer día!**

[Comienza ya a usar el pack profesional con tus clientes y usuarios desde el primer día >>](#)

Esta herramienta se ha desarrollado gracias al feedback recibido por coaches y profesionales de la empleabilidad y la transformación de carrera, especialmente de **Juan Carlos Cubeiro** (probablemente el

**LOGRA MÁS CLIENTES**

**Nuevo  
formato  
LinkedIn  
inmails**



**DIA 11:** El cambio de propuesta de valor ha funcionado puesto que el **CTR de los anuncios** han mejorado considerablemente respecto a la versión anterior

Se recibe más tráfico y ventas, pero son aún inferiores a la previsión. **Con objeto de no dejar escapar visitas** se implementa una opción de popup en caso de abandono ofreciendo una preview del libro a cambio de emails



**¿Quieres una muestra de nuestra metodología?**

¡Introduce tu email y descarga al momento un PDF con parte de nuestro libro para que puedas ojearlo a tu aire!

Tu nombre

Tu mejor email

☐ Acepto la política de privacidad

**DESCARGAR PDF**

La mayoría de sistemas de popup sólo funcionan en desktop y en móviles resultan inoperativos.

Puesto que gran parte del tráfico viene desde móvil y la página se muestra desde el navegador interno de la app, se introduce un sistema de popup que **es capaz de activarse cuando se pulsa el botón físico de atrás del móvil** (hardware): Popupmaker

**popupmaker.com**

**DIA 12:** Seguimos sin tener información precisa de qué hacen los usuarios en la página. A costa de ralentizar la página se implementa el sistema de seguimiento *hotjar* que permite grabar las sesiones de los usuarios en la web.

laeradelosvalientes.com LEV BASIC [Get unlimited insights with Hotjar Business.](#) 1

908 recordings

|                          | #  | ☆ | USER     | LANDING & EXIT PAGES                                         | # PAGES | DURATION |  |  | OS      | DATE             |      |
|--------------------------|----|---|----------|--------------------------------------------------------------|---------|----------|--|--|---------|------------------|------|
| <input type="checkbox"/> | 12 | ☆ | 677b7c73 | LANDED /pack-profesional-...<br>EXITED /pack-profesional-... | 1 Page  | 2:09     |  |  | Apple   | 25 May, 10:59 pm | PLAY |
| <input type="checkbox"/> | 11 | ☆ | 464dc4c3 | LANDED /pack-profesional-...<br>EXITED /pack-profesional-... | 1 Page  | 0:16     |  |  | Android | 25 May, 09:36 pm | PLAY |
| <input type="checkbox"/> | 10 | ☆ | faad16d3 | LANDED /<br>EXITED /                                         | 1 Page  | 1:07     |  |  | Windows | 25 May, 09:29 pm | PLAY |
| <input type="checkbox"/> | 9  | ☆ | 945c6412 | LANDED /pack-profesional-...<br>EXITED /pack-profesional-... | 1 Page  | 2:03     |  |  | Android | 25 May, 08:15 pm | PLAY |
| <input type="checkbox"/> | 5  | ☆ | bcd27fb2 | LANDED /pack-profesional-e-...<br>EXITED /checkout/          | 2 Pages | 1:57     |  |  | Android | 25 May, 06:27 pm | PLAY |
| <input type="checkbox"/> | 4  | ☆ | 810aebc7 | LANDED /pack-profesional-...<br>EXITED /donde-estamos-e-...  | 2 Pages | 3:15     |  |  | Android | 25 May, 06:22 pm | PLAY |

Collecting data from 100% of traffic. [Learn more](#)

La información aportada **por los patrones de actividad** de los usuarios muestran un evidente interés que no se traduce en los resultados previstos.

**El producto interesa pero parece no termina de entenderse totalmente.**

hotjar.com

**DIA 13:** Se lanza una campaña para realizar un webinar donde poder **obtener información cualitativa** de los clientes y sus necesidades.

Puesto que los pixeles de seguimiento de Facebook Ads, Twitter y LinkedIn estaban instalados desde el principio, se lanza una **campaña dirigida solo a aquellos usuarios que han visitado la web** en los últimos 15 días, **haciendo uso de las audiencias personalizadas**

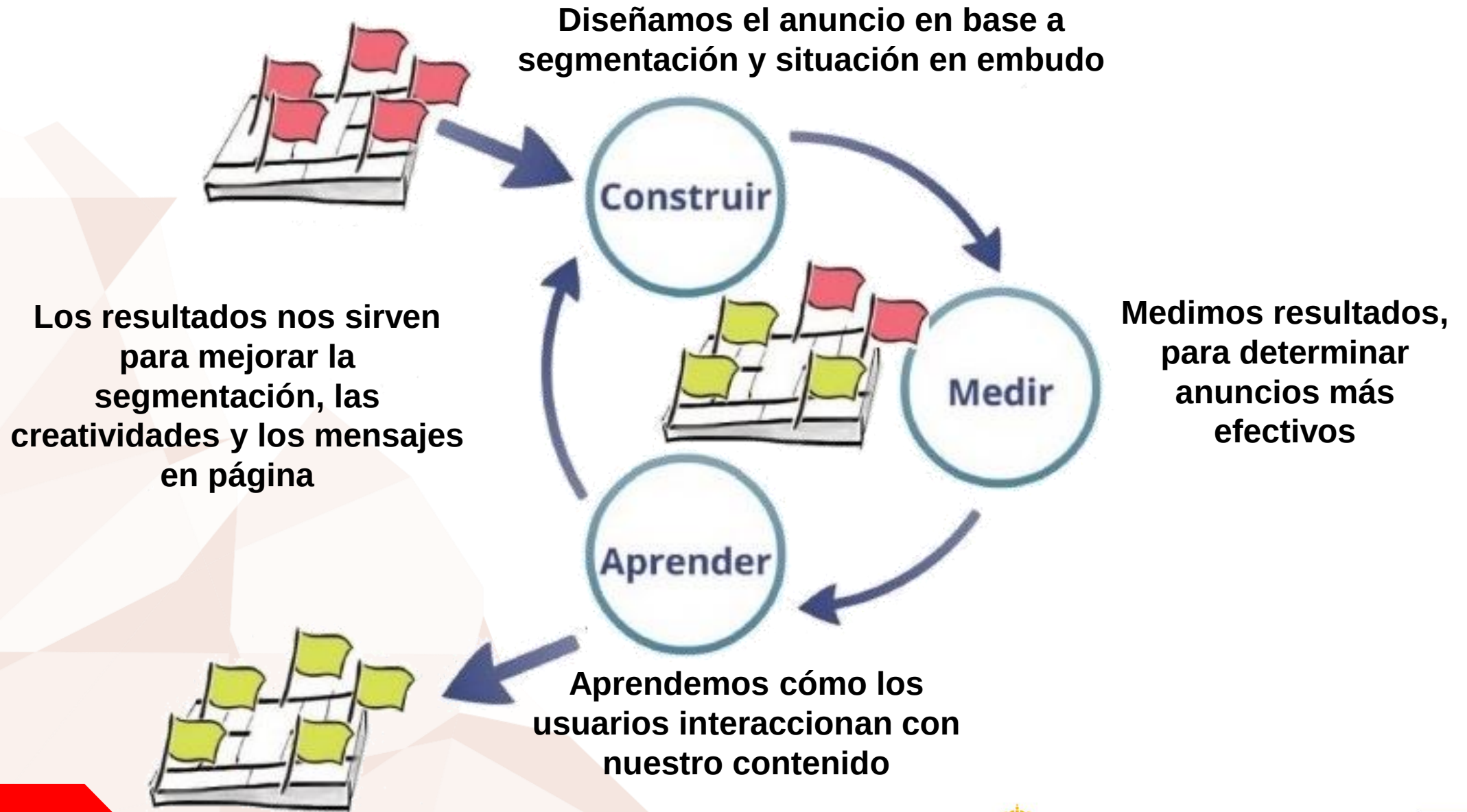


La campaña publicitaria del webinar con **audiencias personalizadas** obtiene una **conversión de un 15%** y sus costes son un 30% menores a las anteriores campañas

**Al webinar asisten un centenar de clientes potenciales** y mediante preguntas y respuestas se logra la información necesaria para completar la propuesta de valor del producto.

# Resumiendo

 **#talleresCECARM**





**¿quieres textos escritos con elegancia?**

**¿quieres obras maestras?**

**¿o quieres ver cómo las malditas ventas empiezan a subir?**

***Rosser Reeves, pionero de la publicidad televisiva y creador del concepto USP (PUV)***



# NO QUIERO TU AMISTAD QUIERO TUS CLICKS

**javiergómez.eu**  
GUERRILLA MARKETING & PERSUASIBILIDAD EN SOCIAL MEDIA



## Marketing online

A través de un plan de marketing online profesional, decidimos las estrategias a seguir y las herramientas (RRSS, SEO, SEM, Web, móvil y/o email marketing) a utilizar para alcanzar el objetivo final de la conversión.



## Formación

Coordino cursos e imparto clases y talleres en universidades y escuelas de negocios como IEBS, UCAM, SBS y CECARM. Igualmente te ofrezco formación in company y asesoramiento sobre marketing y modelos de negocio online.



## Asesor de startups

Al tener un visión global off/on te puedo ayudar a explorar la mejor forma de crear y monetizar tu modelo de negocio, creando una estrategia de llegada al mercado ágil y realista y facilitar la búsqueda de financiación.



## Growth Hacker

¿Tienes un negocio online? Te ayudo a definir e implantar las estrategias y técnicas para conseguir tráfico, visitas y conversiones a tu web.

**Javier Gomez | @javiergomez\_eu | soy@javiergomez.eu**

in



**javiergomez.eu**



 **#talleresCECARM**

Fondo Europeo de Desarrollo Regional  
Una manera de hacer Europa

