



Facebook Ads desde cero

Dictado por Camila Taborda

GUÍA PARA ANUNCIOS EXITOSOS

- **Problema:** a la hora de pensar los anuncios, es muy importante definir el problema que tenemos actualmente y que queremos solucionar, ya sea la baja de seguidores, pocas consultas, bajas ventas, etc. Debemos definir un problema principal donde pondremos el foco.
- **Objetivos:** una vez definido el problema, nos toca establecer el objetivo que queremos alcanzar. Por ejemplo, si queremos crecer seguidores, debemos bajarlo a números para que sea medible y darle un plazo de tiempo. Es clave definir objetivos para luego poder analizar si los cumplimos o no.
- **Público:** un punto vital cuando creamos anuncios es saber hacia quién estarán dirigidos. Por eso, el público objetivo tiene que estar bien marcado tanto a nivel demográfico (dónde vive, qué edad tiene, qué género) como psicográfico (hobbies, gustos, actitudes).
- **Creatividad:** las imágenes o videos deben llamar la atención del usuario rápidamente. En cualquiera de los dos casos debemos respetar la estética de la marca, tanto los colores como las tipografías y los elementos que tengamos establecidos. En el caso de las imágenes, no deben estar sobrecargadas de texto y deben comprenderse fácilmente. En el caso de los videos, éstos deben ser idealmente cortos, no mayores a 15 segundos y enganchar rápidamente al usuario.
- **Copy:** a la hora de redactar, debemos establecer una estructura. Una de las más básicas consiste en llamar la atención en los primeros dos renglones, luego desarrollar la idea y, finalmente, cerrar con un call to action o llamada a la acción. Es muy importante dividir por párrafos para no cansar al lector y sumar emojis que hagan más amena la lectura.

Ahora sí, es momento de publicar los anuncios. ¡Muchos éxitos!



PREGUNTAS FRECUENTES

1) ¿Puedo crear el administrador comercial desde un Facebook empresarial o un Facebook nuevo?

Es recomendable trabajar con cuentas de Facebook personales que tengan foto de perfil, un nombre real, amigos y cierta antigüedad para que no sean detectados como perfiles falsos ni como cuentas empresariales. Solo está permitido pautar desde un perfil personal.

2) ¿Cuántas cuentas publicitarias puedo crear en mi administrador comercial?

En la mayoría de los administradores comerciales se puede crear solo una cuenta publicitaria, esto podés verificarlo en la configuración del negocio - información del negocio.

3) ¿Qué hago si al agregar la fanpage me figura que es propiedad de otro administrador comercial?

En ese caso, deberás solicitar acceso a la fanpage y la solicitud llegará al administrador comercial propietario. Si no recordás cuál, debés buscarlo dentro de los Facebook personales de quienes hayan trabajado con la fanpage o la cuenta de Instagram.

4) ¿Puedo crear públicos personalizados del sitio web si no tengo píxel?

No, no es posible ya que para recoger datos del sitio web es necesario hacerlo a través del píxel de Facebook por lo que debe ser instalado en el sitio, tienda o blog.

5) ¿Puedo crear campañas de conversiones si no cuento con un dominio propio?

No, no es posible ya que debido al cambio de iOS14, todas las campañas de conversiones tienen como requisito tener un dominio propio al cual se vincularán los eventos del píxel por lo que los subdominios brindados por empreienda, tiendanube o wix, por ejemplo, no son válidos para este tipo de campañas. Sí para el objetivo de tráfico al sitio.

6) ¿Me conviene trabajar con públicos similares?

Los públicos similares son muy efectivos pero es importante tener una base sobre la cual trabajar que sea de calidad. Por ejemplo, usuarios similares a quienes visitaron la web o similares a los que enviaron mensaje. Ese público de base debe ser amplio y relevante.

7) ¿Qué objetivo es mejor?



No hay un objetivo mejor que otro. Lo ideal es seleccionar el objetivo de campaña se acuerdo a lo que queremos lograr con cada una. Si queremos aumentar seguidores, el objetivo de tráfico será mejor. Si queremos recibir consultas, el objetivo mensajes será mejor. Y así, según la meta.

8) ¿Hay un presupuesto mínimo?

Sí, el presupuesto por día es 1 dólar aproximadamente, hoy en día es \$96. A esto se deben sumar los impuestos que rigen de cada país.

9) ¿Hay un mínimo de duración para la campaña?

El mínimo es de un día pero lo recomendable para ver resultados es pautar una campaña por una semana o 10 días por lo menos.

10) ¿Puedo pagar en efectivo los anuncios?

Solo es posible hacerlo a través de cuentas publicitarias personas, es decir, no aquellas que creamos dentro del administrador comercial. Actualmente en Argentina tenemos disponible la opción de RapiPago y Pago Fácil.