



Checklist: 7 Pasos del Enfoque

Llega directo a aquellos que quieren escuchar tu mensaje

Para llegar directo a las personas que quieren escuchar tu mensaje, hay que enfocar nuestros anuncios sólo a ellos. Facebook te permite segmentar tu público con precisión. Éstos son algunos de los aspectos que puedes usar:



Ubicación

Puedes decirle a Facebook que muestre tus anuncios a personas en una ó varias ciudades, estados ó países. Lo que muchos no saben es que puedes también reducir el alcance a un punto específico en el mapa.



Edad

Una parte importante de saber quién es tu cliente es conocer su rango de edad aproximado. En Facebook puedes definir una edad mínima y una edad máxima para llegar exáctamente a quien quieres llegar.



Género

Si tu producto y/o servicio es exclusivo para hombre ó mujeres, puedes definir esto también en tus anuncios. Puedes hacer campañas específicas para que las vean sólo hombres ó sólo mujeres (o ambos).



Idioma

Tal vez tu mensaje es en Español, pero tal vez es en Inglés. Quizá solo quieres llegar a personas que hablar cierto idioma. Éste campo te sirve jústamente para este propósito. Puedes hacer que tus anuncios aparezcan sólo a personas que hablen cierto idioma ó idiomas.



Intereses

Quizá uno de los elementos más poderosos del enfoque es el interés. En Facebook puedes elegir llegar a personas que hayan mostrado interés en ciertos temas, marcas, páginas ó conceptos específicos. Si sabes que tu cliente ideal sigue una revista particular de tu nicho por ejemplo, puedes usarla como parte de tu enfoque para llegar solo a personas que hayan mostrado interés en dicha revista.



Comportamientos

Ésta opción a veces es confusa para muchos por que no es muy claro el nombre. Dentro de las cosas que pueden considerarse como comportamientos están:

- Administradores de páginas de Facebook
- Usuarios de iPhone 6s (ó cualquier otro aparato específico)
- Inversionistas
- Modo de gasto (tarjetas de crédito, préstamos, etc)
- Costumbres de viaje (viajero frecuente, viajes de negocio, etc)
- y muchos más...



Demográficas

Los datos demográficos pueden ser súper valiosos también ya que te permiten llegar a ciertos grupos de personas que tienen algo en común. Por ejemplo, puedes llegar a todas las personas que son Hispanos y que mayormente hablan Español en Estados Unidos. También puedes definir personas por la industria en la que trabajan, estado civil, eventos de vida, etc.

¡Muy bien! Ahora que conoces los 7 Pasos del Enfoque, aplícalos en tus conjuntos de anuncios dentro de Facebook. Esto lo puedes hacer en el Ads Manager ó dentro del Power Editor.

¿Tienes dudas? Envía un correo a: dudas@academiads.com

¿Quieres aprender cómo crecer tu negocio? Entra a <https://academiaads.com>