

# Anuncios en Facebook

Para Principiantes

Dic 14 2016

Armando J. Pérez-Carreño

¿Quién usa Facebook?

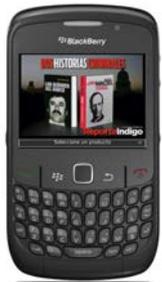


¿Crees que haya clientes?

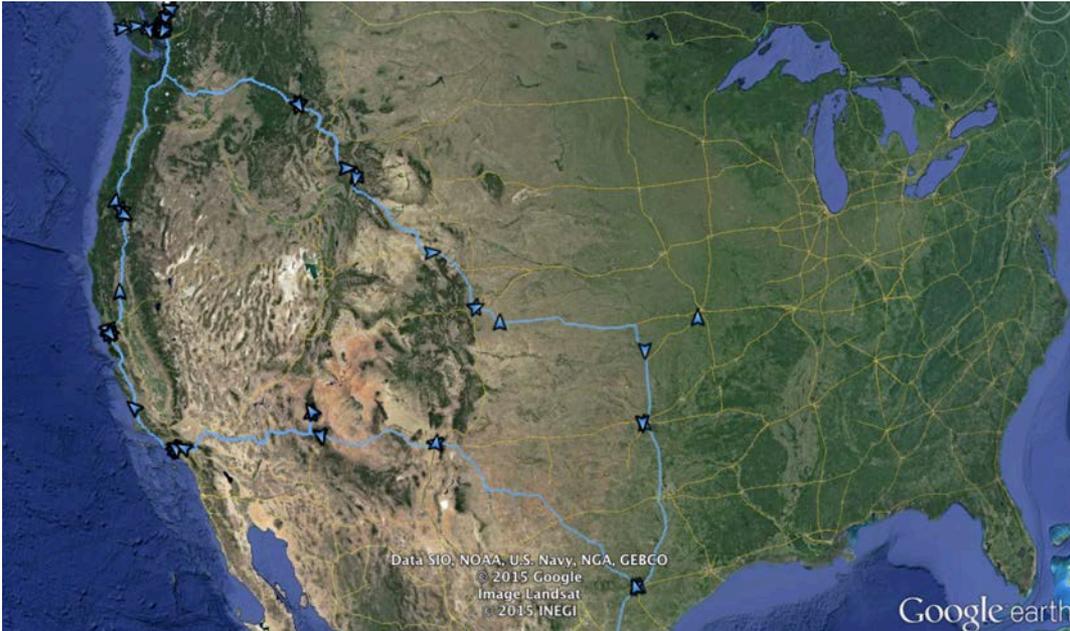




# Los Apps



# La Vida Era Buena



¿Publicidad?



¡A INVESTIGAR!

*Si tan solo supieran lo que  
puedo hacer por ellos...*

Puse en práctica todo  
lo que encontré...

Algunas funcionaron...

...y otras

# El Secreto del Anuncio Perfecto



# EL ANUNCIO PERFECTO

# 3 PASOS

- ✓ Selecciona el Producto Adecuado
- ✓ Crea un Anuncio Irresistible
- ✓ Atrae Solo el Tráfico Ideal

# Selecciona el Producto Adecuado

Para **no**...

Gastar a ciegas

Perder tiempo

Esforzarte de más

¿Conoces a tu  
Cliente?

Ejercicio:  
Crea "Personas"

¿Quiénes son?

# Ejemplo:

Martha tiene 24 años y vive en Monterrey. Estudió diseño industrial en la UDEM y se dedica a diseñar cocinas usando Autocad. Le gusta jugar tenis y a cada rato sube fotografías de sus jugadas a Instagram desde su iPhone 6. Disfruta subir a la montaña en las mañanas y tomarse un Starbucks cuando baja. Usa tarjetas de crédito por que le da miedo cargar con efectivo y generalmente se mueve en su propio carro.

# Piensa en 3 "Personas" Para Cada Producto

(5 Minutos)

# Lograrás...

- ✓ Hacer un mejor producto
- ✓ Vender más fácil
- ✓ Comparar el éxito entre productos

¿Necesito Anunciar?

¿Ya  **tienes**  tu página  
de Facebook?

# Como Crear un Anuncio Irresistible

# Es necesario por que:

Si **no** es llamativo, no hay clics

Si **no** hay clics, nadie te compra

Si **no** hay compras, no hay negocio

El **Título** es la pieza  
más importante



*“En promedio, cinco veces más personas leen el título que los que leen el texto. Cuando ya escribiste tu título, has gastado ochenta centavos de tu dólar.”*

– David Ogilvy

El propósito del título  
es **ATRAER** la atención  
de Prospectos Calificados

# ¿Cómo?

4 Ejes de  
la Venta

- Necesidades
- Deseos
- Placeres
- Miedos

# NECESIDADES

Ejemplos:

- Necesito perder peso
- Necesito un carro
- Necesito un hogar

# DESEOS

Necesito un carro

- Quiero un carro deportivo con interiores rojos
- Quiero una camioneta alta con 8 bolsas de aire
- Quiero un Mercedes Benz del año

# PLACERES

Necesito un carro

Quiero una camioneta alta con 8 bolsas de aire

Placeres (¿Por Que?):

- Por que me gusta subir a la montaña
- Por que no me gusta batallar con los baches
- Quiero estar seguro al manejar

# MIEDOS

1. ¿Que pasa si eso no sucede? - Largo Plazo
2. ¿Por qué no han obtenido su meta aún? - Corto Plazo

# MIEDOS

Placer: Quiero estar seguro al manejar

Largo plazo:

- Me da miedo tener un accidente automovilístico
- Me da miedo que me asalten
- Me da miedo quedarme atorado a medio río

Necesito un carro -> quiero una camioneta alta con 8 bolsas de aire...

# MIEDOS

Placer: Quiero estar seguro al manejar

Corto plazo:

- No tengo tiempo de ir a la agencia
- No me alcanza el dinero
- No quiero gastar tanta gasolina

# Resume cada miedo y placer en una palabra:

"Me gusta subir a la montaña" -> *aventura*

"Quiero sentirme seguro al manejar" -> *protegido*

"Me da miedo tener un accidente automovilístico" -> *peligro*

"Me da miedo que me asalten" -> *inseguridad*

"Me da miedo quedarme atorado a medio río" -> *abandonado*

"No tengo tiempo de ir a la agencia" -> *tardado*

"No me alcanza el dinero" -> *costoso*

"No quiero gastar tanta gasolina" -> *ineficiente*

# FÓRMULA

PLACER + *sin* + MIEDO

PLACER *sin* MIEDO

aventura *sin* peligro

seguridad *sin* gastar

más PLACER +  
menos + MIEDO

más espacio menos combustible

más aventura menos riesgo

# El Anuncio Perfecto

1. Llama su atención

2. Haz una conexión

3. Promete Algo

1



2

**Más Clientes, Menos Esfuerzo!**

[www.academiafb.com/curso](http://www.academiafb.com/curso)

3

Haz Click Aquí Para Aprender Los Secretos Que Los Expertos Usan en Redes Sociales.

# Si lo haces bien...

- ✓ Atraes solo a la gente apropiada
- ✓ El cliente sabe que esperar
- ✓ Aumentas drásticamente tu tráfico

Lleva tu Anuncio al  
Público **Ideal**

# sin el público ideal:

El anuncio no sirve de nada

Bajarás tu calificación de pertinencia

Tu imagen se verá afectada

# Opciones de Segmentación

- Lugar
- Datos Demográficos
- Intereses
- Comportamientos
- Conexiones
- Públicos Personalizados

# Accesorios Para Jugadores de Tenis

- Monterrey, N.L.
- Mujer, 23-28 años
- ITESM, UDEM, UR
- iPhone 6s, iPhone 6s+, iPhone 6
- Starbucks, Teavana
- Wilson, Babolat, Head

# Lograrás...

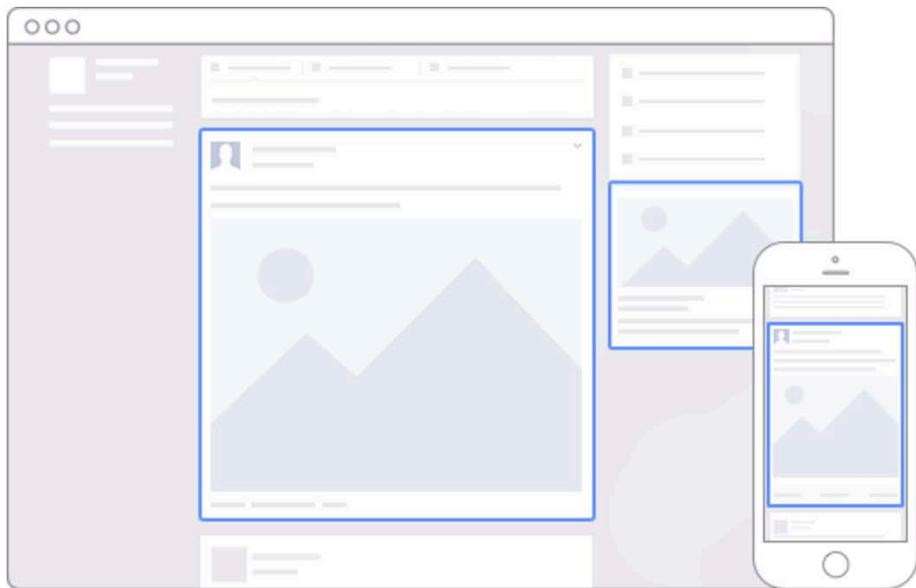
- ✓ Bajar el costo de tus anuncios
- ✓ Aumentar tu factor CTR
- ✓ Tener un público reutilizable



# LAS UBICACIONES DE LOS ANUNCIOS

# LOS 5 TIPOS DE ANUNCIOS

Facebook en la computadora y en el celular



Instagram para celulares



...y red de público

# Columna Derecha

1



## **Fig Tart with Almonds**

[www.jaspers-market.com](http://www.jaspers-market.com)

2

It's fig season! Not sure what to do with figs?  
Here's a great dessert recipe to share.

## 1. Imágenes y videos

Las imágenes y los videos atractivos promueven la participación del público objetivo.

## 2. Texto

Ofrece más información sobre lo que estás anunciando para despertar interés.

# Sección de Noticias (Computadora)

1

2

3

4

5

**Jasper's Market**  
Anuncios · 

 Me gusta esta página

It's fig season! Not sure what to do with figs? Here's a great dessert recipe to share.



**Fig Tart with Almonds**

WWW.JASPERS-MARKET.COM

 Más información

Me gusta · Comentar · Compartir ·  25  4  5

## 1. Información social

Si está disponible, la gente verá si sus amigos interactuaron con tu negocio.

## 2. Nombre del negocio

El nombre de tu negocio siempre se muestra de forma destacada.

## 3. Texto

Ofrece más información sobre lo que estás anunciando para despertar interés.

## 4. Imágenes y videos

Las imágenes y los videos atractivos promueven la participación del público objetivo.

## 5. Llamada a la acción (opcional)

Los botones personalizables animan a la gente a hacer clic.

# Sección de Noticias (Móvil)

1

2

3

4

5



**Jasper's Market**  
Anuncios · 🌐

It's fig season! Not sure what to do with figs?  
Here's a great dessert recipe to share.



**Fig Tart with Almonds**  
www.jaspers-market.com [Más información](#)

25 Me gusta · 4 comentarios

👍 Me gusta    💬 Comentar    ➦ Compartir

## 1. Información social

Si está disponible, la gente verá si sus amigos interactuaron con tu negocio.

## 2. Nombre del negocio

El nombre de tu negocio siempre se muestra de forma destacada.

## 3. Texto

Ofrece más información sobre lo que estás anunciando para despertar interés.

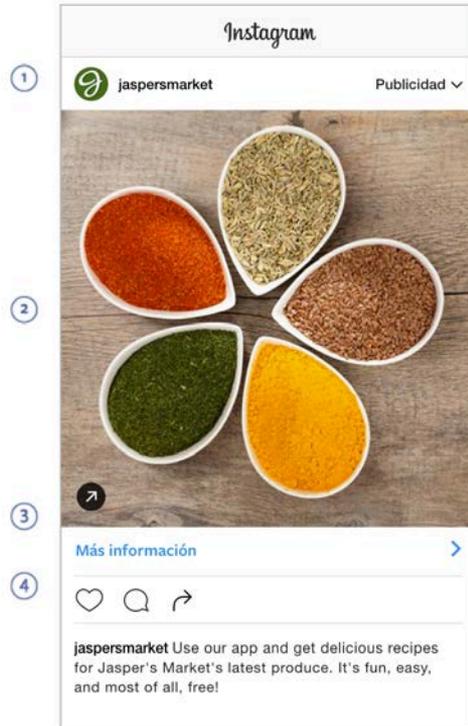
## 4. Imágenes y videos

Las imágenes y los videos atractivos promueven la participación del público objetivo.

## 5. Llamada a la acción (opcional)

Los botones personalizables animan a la gente a hacer clic.

# Instagram (Móvil)



## 1. Nombre de usuario en Instagram

Tu nombre de usuario en Instagram siempre aparece en un lugar destacado.

## 2. Imágenes y videos

Las imágenes y los videos atractivos promueven la participación del público objetivo.

## 3. Llamada a la acción (opcional)

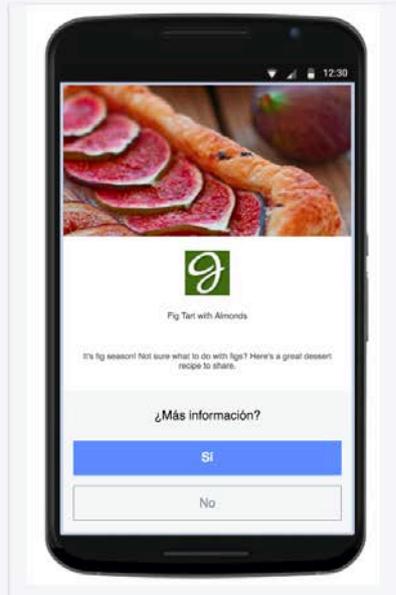
Los botones personalizables animan a la gente a hacer clic.

## 4. Texto

Ofrece más información sobre lo que estás anunciando para despertar interés.

# Red de Público

INTERSTICIAL PARA CELULAR



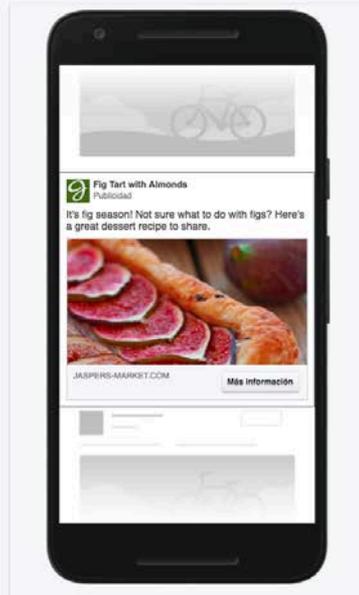
BANNER PARA CELULAR

A banner advertisement layout. On the left is the Jaspers Market logo. To its right is the text "Fig Tart with Al..." and "JASPERS-MARKET.COM". On the far right is a green button with white text that says "Más información". Below this header is a text box containing the following information:

Los anuncios de Audience Network se muestran en sitios web para celulares y en aplicaciones para celulares de terceros.

Recuerda que esto es solo una vista previa. El anuncio podría tener un aspecto diferente en otras aplicaciones y sitios web.

FORMATO NATIVO PARA CELULAR



# LAS TRES FORMAS DE ANUNCIAR

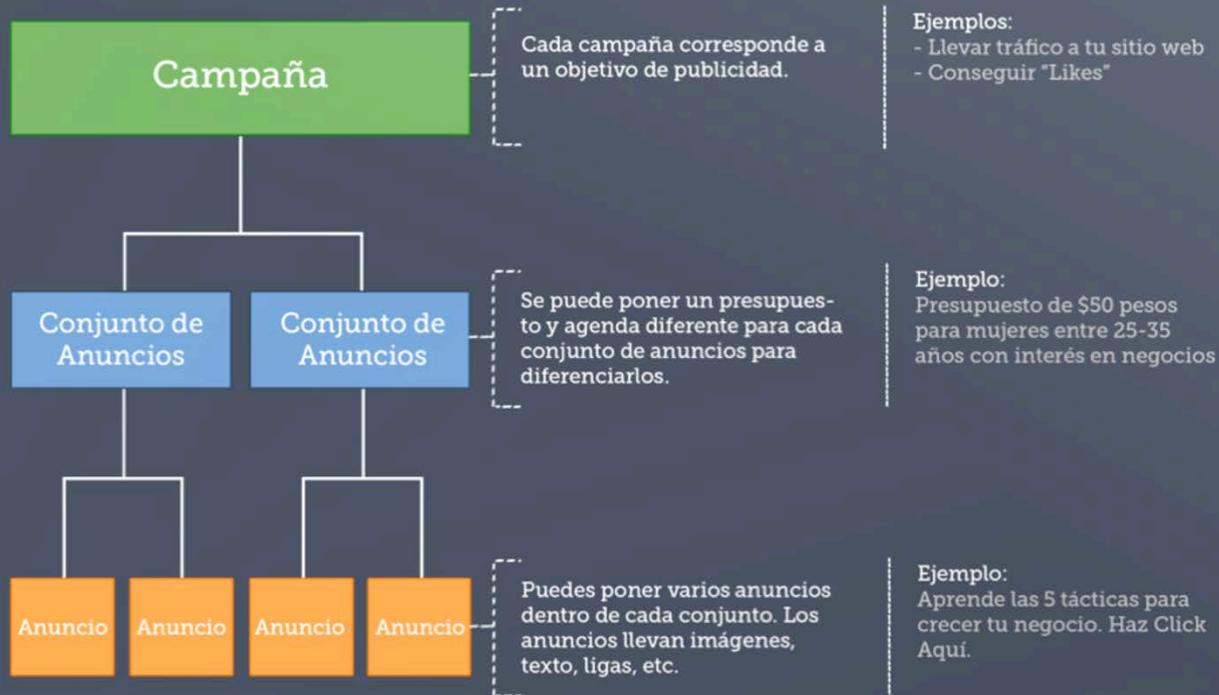
# LAS TRES FORMAS DE ANUNCIAR

- ✓ Promocionar Publicación
- ✓ Administrador de Anuncios
- ✓ Power Editor



# COMO SE ORGANIZAN LOS ANUNCIOS

## Estructura de Campañas de Facebook



# ENFOQUE DE LOS ANUNCIOS

# Opciones de Segmentación

## Lugar

Llega a personas de ciudades, países o comunidades importantes para tu negocio. **Por ejemplo:** si tienes un negocio local, puedes mostrar tus anuncios a personas que se encuentren cerca de tu establecimiento.

## Comportamientos

Busca a personas en función de su comportamiento de compra, el uso que hacen de su dispositivo u otras actividades. **Por ejemplo:** si vendes un producto por internet, puedes llegar a personas que hacen compras por internet seguido.

## Datos demográficos

Elige al público de tu anuncio en función de datos demográficos como la edad, el sexo, la formación académica, etc. **Por ejemplo:** puedes crear diferentes anuncios para atraer a diferentes grupos de edad o sexos.

## Conexiones

Llega a las personas conectadas a tu página, evento o aplicación, así como a sus amigos. **Por ejemplo:** puedes promocionar tu evento mostrando anuncios a los amigos de los seguidores del evento.

## Intereses

Llega a personas en función de sus intereses, sus pasatiempos y las páginas que hayan indicado que les gustan. **Por ejemplo:** si vendes utensilios de cocina, puedes dirigirte a personas que hayan especificado que les gusta la cocina, así como los programas de cocina o los sitios web de recetas.

## Públicos personalizados y similares

Veremos más a detalle los públicos personalizados y similares más adelante en otro episodio.



# OBJETIVOS DE MARKETING

# Objetivos de Marketing

Reconocimiento	Consideración	Conversión
 Promocionar tus publicaciones	 Atraer personas a tu sitio web	 Aumentar las conversiones en tu sitio web
 Promocionar tu página	 Aumentar las instalaciones de tu aplicación	 Incrementar la interacción con tu aplicación
 Llegar a personas que están cerca de tu negocio	 Aumentar el número de asistentes a tu evento	 Lograr que las personas soliciten tu oferta
 Mejorar el reconocimiento de marca	 Aumentar las reproducciones de video	 Promocionar un catálogo de productos
 Aumentar el alcance	 Generar clientes potenciales para tu negocio	 Conseguir que las personas visiten tu negocio

# PROMUEVE INTERACCIÓN



# CAPTURA SU ATENCIÓN CON VIDEO



# LEAD ADS



# COMPRENDE LAS MÉTRICAS



# CLICS AL SITIO WEB



# RETARGETING (Recupéralos)

# Públicos Personalizados

## Video

# Públicos Personalizados

## Canvas

# Públicos Personalizados

## Interacción

NO OLVIDES ESAS  
DIRECCIONES DE  
CORREO



GRACIAS

