

# EN@E

DIGITAL MEETING 

# #enaedm

@enaebusiness



@MaiMolina\_





# 14 ERRORES A EVITAR EN TUS CAMPAÑAS DE FACEBOOK ADS



*¿Dónde venden  
errores baratos?*



**Es que los  
míos,  
me han  
salido muy  
caros...**

# Tipos de errores

Segmentación

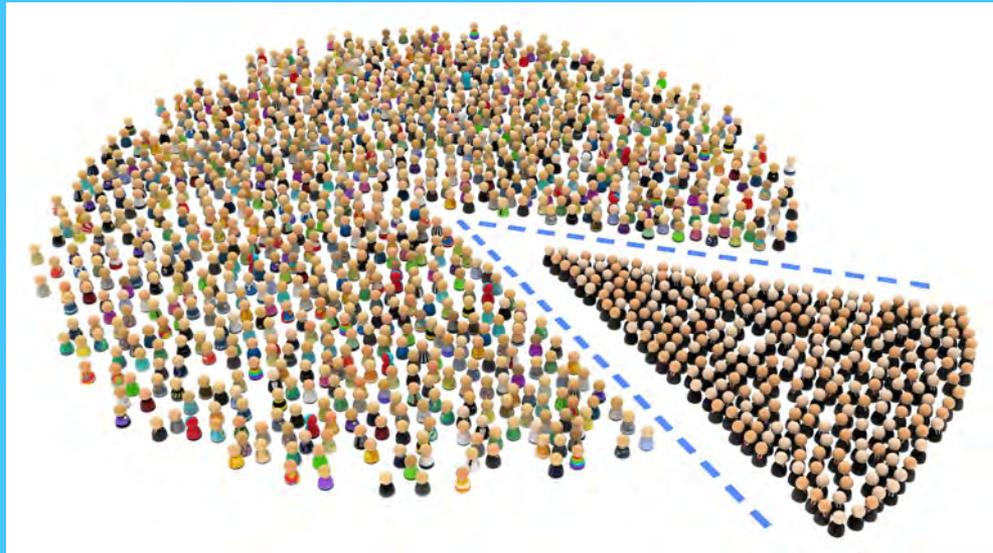
Anuncios

Optimización

Test

# A.

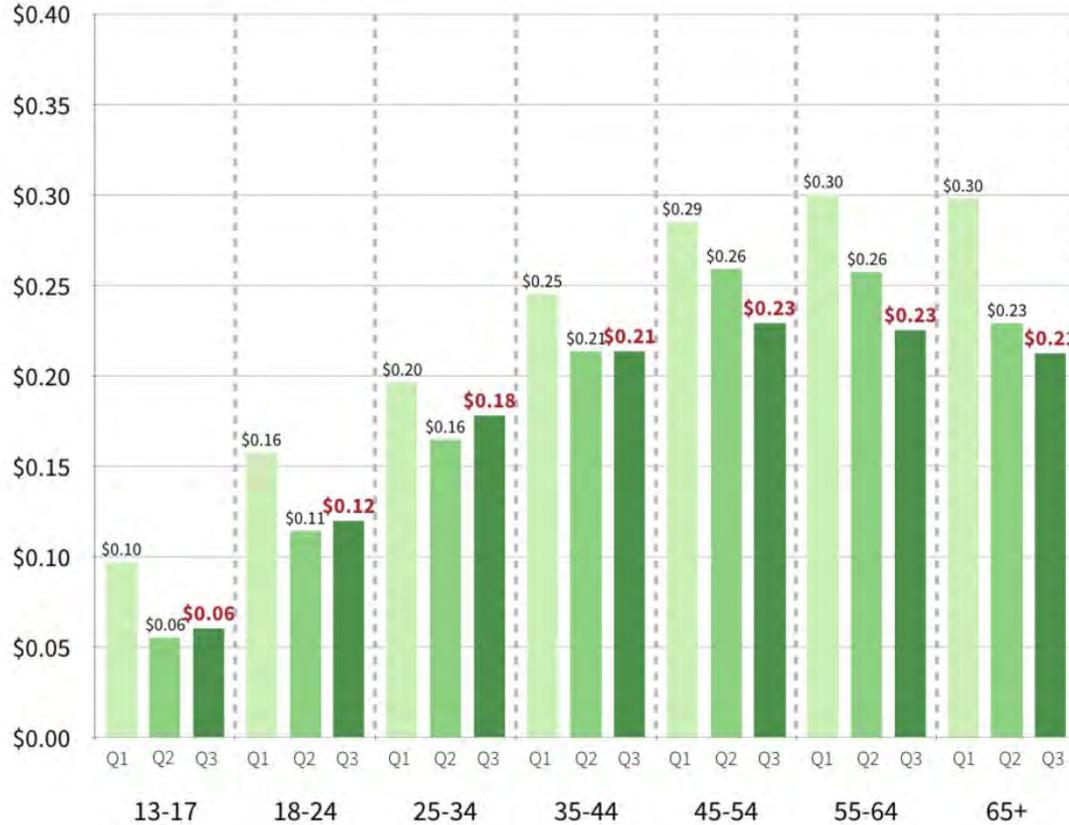
# ERRORES DE SEGMENTACIÓN





# Error 1. Segmentación equivocada

### CPC by Age Range



¿Cómo evitar  
errores de  
segmentación en  
tus audiencias?

# 1. Investigación demográfica de tus clientes



Marisa Aranda

Edad: 31

Estado: Recién casada, sin hijos

Título: **Marketing Manager**

Salario: 26k/año

Marisa es una mujer de Murcia adicta al chocolate que trabaja en una empresa de actividades acuáticas en la **playa de Las Salinas**.

Se especializan en cursos de **windsurf, kite surf y piragüismo**.

Le interesan los **huertos urbanos** y dedica mucho tiempo a sus mascotas: **2 perros y un gato**.

## 2. Crea audiencias según los intereses de tus clientes potenciales

**Públicos**   Imágenes   Vídeos

### Llega a las personas que son importantes para ti

Crea y guarda públicos para llegar a las personas que son importantes para tu negocio. Más información

#### **Públicos personalizados**

Utiliza los públicos personalizados para conectar con las personas que ya han mostrado interés por tu negocio o producto. Puedes crear un público a partir de tus contactos de clientes, del tráfico del sitio web o de la aplicación para móviles.

[Crear un público personalizado](#)

#### **Públicos similares**

Llega a nuevas personas que sean similares a los públicos que ya son importantes para ti. Puedes crear un público similar en función de las personas a las que les gusta tu página, de los píxeles de conversiones o de cualquiera de tus públicos personalizados.

[Crear un público similar](#)

#### **Público guardado**

Guarda las opciones de segmentación que usas habitualmente para poder reutilizarlas con facilidad. Elige los datos demográficos, intereses y comportamientos y, a continuación, guárdalos para volver a usarlos en otros anuncios más adelante.

[Crear un público guardado](#)

# Públicos guardados

**Públicos**

Imágenes

Vídeos

## Llega a las personas que son importantes para ti

Crea y guarda públicos para llegar a las personas que son importantes para tu negocio. [Más información](#)

### **Públicos personalizados**

Utiliza los públicos personalizados para conectar con las personas que ya han mostrado interés por tu negocio o producto. Puedes crear un público a partir de tus contactos de clientes, del tráfico del sitio web o de la aplicación para móviles.

[Crear un público personalizado](#)

### **Públicos similares**

Llega a nuevas personas que sean similares a los públicos que ya son importantes para ti. Puedes crear un público similar en función de las personas a las que les gusta tu página, de los píxeles de conversiones o de cualquiera de tus públicos personalizados.

[Crear un público similar](#)

### **Público guardado**

Guarda las opciones de segmentación que usas habitualmente para poder reutilizarlas con facilidad. Elige los datos demográficos, intereses y comportamientos y, a continuación, guárdalos para volver a usarlos en otros anuncios más adelante.

[Crear un público guardado](#)

Al menos...

**2000**

**...personas por audiencia**

Elimina segmentaciones que restrinjan demasiado para aumentar tu audiencia si es demasiado pequeña.

# Públicos personalizados

**Públicos** Imágenes Vídeos

## Llega a las personas que son importantes para ti

Crea y guarda públicos para llegar a las personas que son importantes para tu negocio. Más información

### **Públicos personalizados**

Utiliza los públicos personalizados para conectar con las personas que ya han mostrado interés por tu negocio o producto. Puedes crear un público a partir de tus contactos de clientes, del tráfico del sitio web o de la aplicación para móviles.

[Crear un público personalizado](#)

### **Públicos similares**

Llega a nuevas personas que sean similares a los públicos que ya son importantes para ti. Puedes crear un público similar en función de las personas a las que les gusta tu página, de los píxeles de conversiones o de cualquiera de tus públicos personalizados.

[Crear un público similar](#)

### **Público guardado**

Guarda las opciones de segmentación que usas habitualmente para poder reutilizarlas con facilidad. Elige los datos demográficos, intereses y comportamientos y, a continuación, guárdalos para volver a usarlos en otros anuncios más adelante.

[Crear un público guardado](#)

Alrededor de...

5.000

...personas

Es el tamaño sugerido de una audiencia personalizada para que el algoritmo de Facebook funcione correctamente.

# Públicos similares

	Create Audience ▾	Filters ▾	Customize Columns ▾	Create Ad	Actions ▾
	Name	Type	Size		
<input type="checkbox"/>	Lookalike (US, 1%) - Page engagement (365 days)	Lookalike Page engagement (365 days)	2,200,000		
<input type="checkbox"/>	Page engagement (365 days)	Custom Audience Engagement - Page	4,100		
<input type="checkbox"/>	Lookalike (US, 1%) - Website Visitors (120 days)	Lookalike Website Visitors (120 days)	2,200,000		
<input type="checkbox"/>	Website Visitors (120 days)	Custom Audience Website	800		
<input type="checkbox"/>	Lookalike (US, 1%) - Website visitors (30 days)	Lookalike Website visitors (30 days)	2,100,000		
<input type="checkbox"/>	Website visitors (30 days)	Custom Audience Website	800		
<input type="checkbox"/>	Baby Fashion & Parents w/ Toodles	Saved Audience	57,000,000		

Al menos...

# 1 Millión

...de personas

Se sugiere como un tamaño adecuado de audiencia para público similar.

Si tienes una audiencia superior, añade mayores coincidencias de intereses o comportamientos.

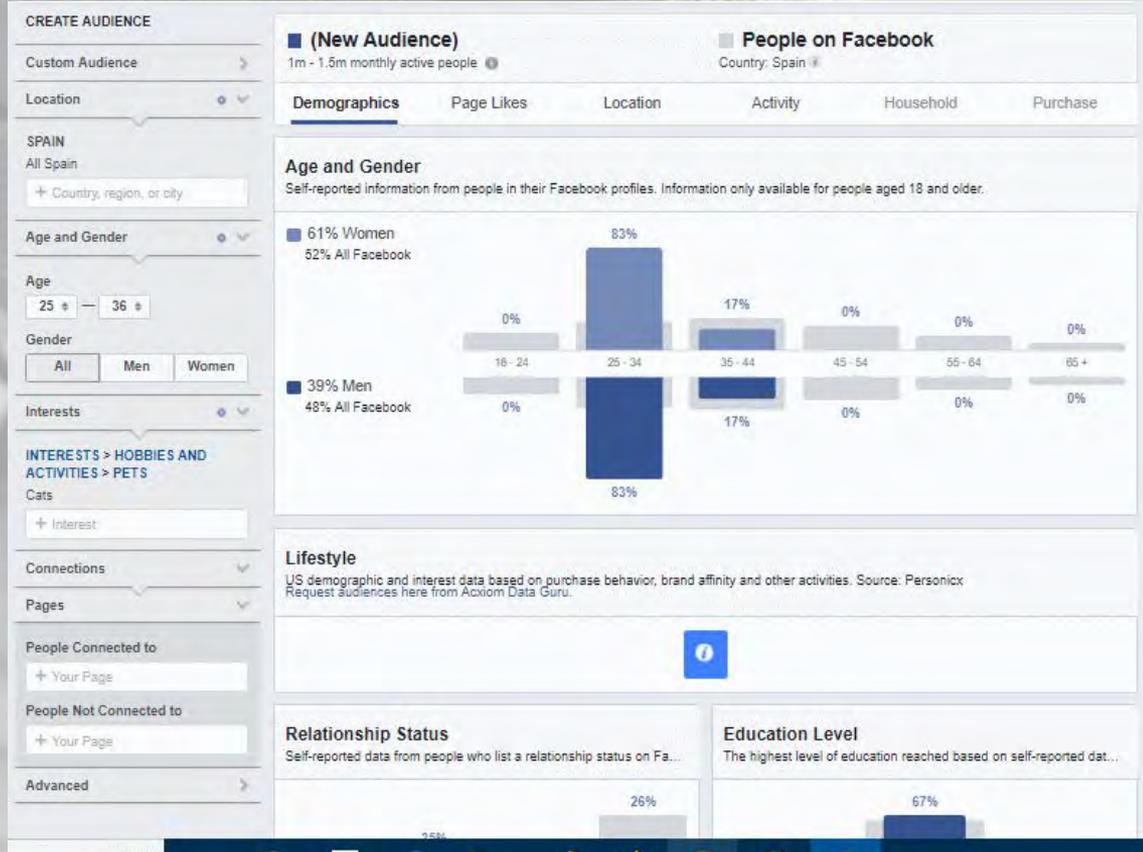
### 3. Analiza intereses con Audience Insights

The screenshot displays the Facebook Business Manager dashboard. At the top, there is a search bar labeled "Search business". Below it, the dashboard is organized into six main categories: "Frequently Used", "Plan", "Create & Manage", "Measure & Report", "Assets", and "Settings".

- Frequently Used:** Includes Ads Manager, Power Editor, Audiences, and Pixels.
- Plan:** Includes Audience Insights (highlighted with a red box), Campaign Planner, and Creative Hub.
- Create & Manage:** Includes Business Manager, Ads Manager, Power Editor, Page Posts, App Dashboard, and Automated Rules.
- Measure & Report:** Includes Ads Reporting, Analytics, Events Manager, Pixels, Offline Events, App Events, Custom Conversions, and Partner Integrations.
- Assets:** Includes Audiences, Images, Catalogs, and Videos.
- Settings:** Includes Settings, Business Settings, and Billing.

At the bottom left, there is a link for "All Tools >". At the bottom center, there is a notification: "Audience Insights. Learn more about the people who matter to your business."

# ¿Qué le gusta a nuestro Buyer Persona? ¿Cómo interactúa con Facebook?



*“Sabendo los intereses de tus audiencias podrás segmentar mejor, pero además podrás **enfocar tu mensaje** de manera más adecuada.”*





# Error 2. Oferta poco atractiva

# Proceso del cliente potencial hasta que compra















# Tienda de comida para mascotas: MASCOTAS SABUESAS

Productos naturales para mascotas

 cuenta

 cesta

AVES

CONEJOS

GATOS

HURONES

OTROS

PERROS

RAPACES

REPTILES

INICIO / MARCAS / SYMPLY

## SYMPLY

ORDENAR POR: Recomendado ▾ ↑

10 artículo(s) MOSTRAR: 120 ▾



OFERTA SYMPLY Pienso Cachorro Pavo y arroz Alimentación completa para cachorros

Desde: 12,32 €

[VER DETALLES](#)



SYMPLY Pienso Perro Raza Pequeña cordero y arroz Alimentación completa para perros de razas pequeña o toy...

Desde: 12,67 €

[VER DETALLES](#)



SYMPLY Pienso Perro Light & Senior Alimentación completa para perros mayores o con sobrepeso...

Desde: 12,67 €

[VER DETALLES](#)



SYMPLY Pienso Perro Raza Grande Cordero y Arroz Alimentación completa para perros

Desde: 12,67 €

[VER DETALLES](#)



## Investigación demográfica de tus clientes



Edad: 31

Estado: Recién casada, sin hijos

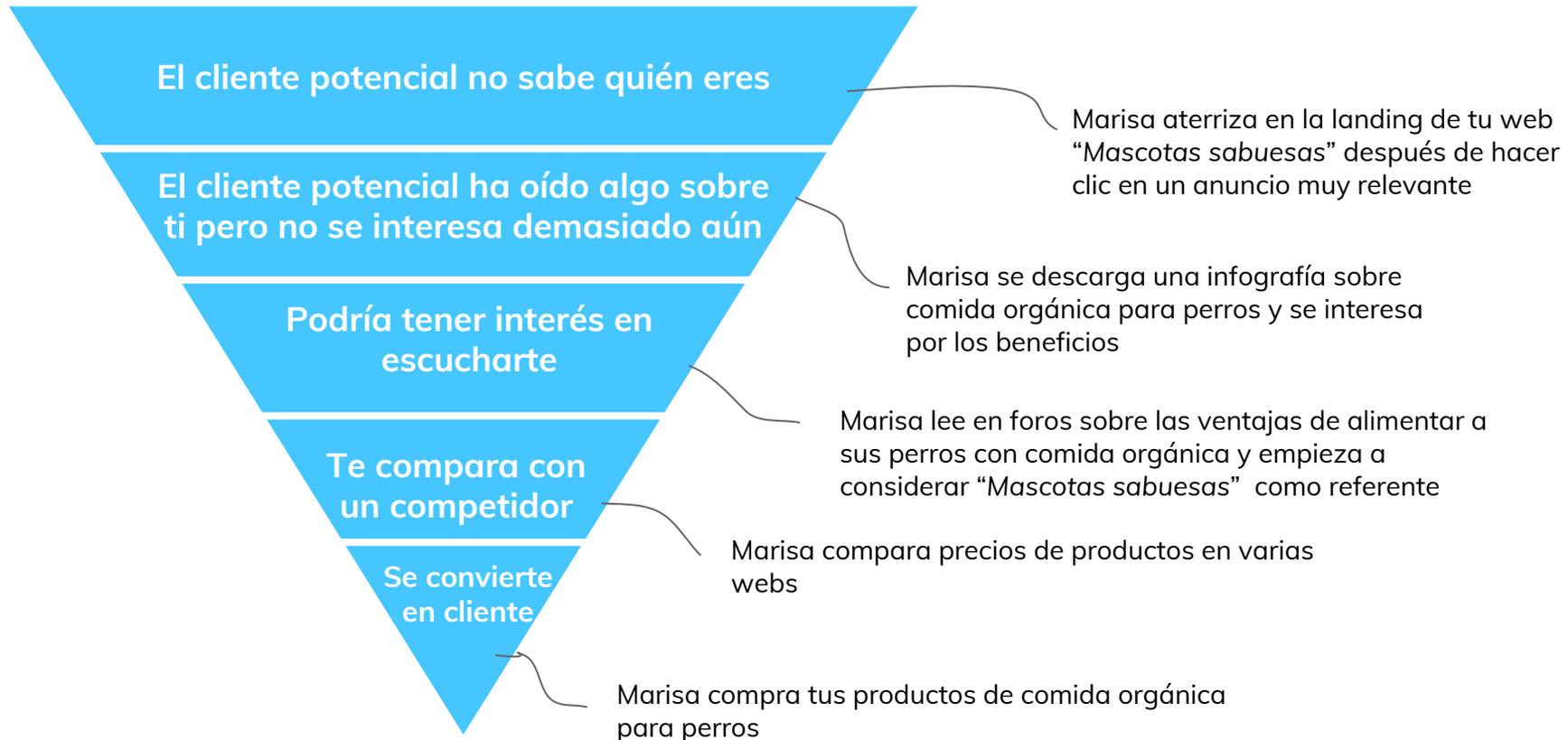
Título: Marketing Manager

Salario: 28k/año

Marisa es una mujer de Murcia adicta al chocolate que trabaja en una empresa de actividades acuáticas en la **playa de Las Salinas**.

Se especializan en cursos de **windsurf, kite surf y piragüismo**.

Le interesan los **huertos urbanos** y dedica mucho tiempo a sus mascotas: **2 perros y un gato**.



# Anuncio mal posicionado en el funnel

 **Swan Hellenic** Like Page

Sponsored - 

Te damos **más tiempo para reservar** nuestra mejor oferta (porque creemos en las segundas oportunidades)



**Ampliamos nuestra mejor oferta para ti**  
Extendemos la oferta. **Aprovecha la rebaja desde 699€!**

SWANHELLENIC.COM Learn More



- Checklist
- Kit de herramientas
- Calendario
- Infografía
- Gráficos del sector
- White papers
- Caso de estudio

- Video gratis
- Demo online
- Webinar
- Días de prueba
- Cursillo por email
- Muestra
- Cupón

- Descuento
- Oferta
- Cross selling
- Upselling
- Productos relacionados
- Cupones para próxima compra

¿Cómo sabemos  
que nuestra  
audiencia es  
correcta?

# RS nos da la relevancia de la audiencia con el anuncio

## Customize Columns

### Performance

### Engagement

- Page Post
- Messaging
- Media
- Clicks

RELEVANCE SCORE

Clear Search

1 COLUMN

Relevance Score

ite Purchase  
Return on Ad  
Spend)

Frequency

Relevance  
Score

Camp

Click Attribution

ite Purchase Return on Ad Spend)	Frequency	Relevance Score	Camp
18 CO			
25-day			
2.18	2.02	8	06. DF
26-day			
—	—	—	01. Co
6.02	1.34	9	01. Co
28-day			
8.22	1.15	9	01. Co
28-day			
—	1.13	9	01. Co
28-day			
4.70	1.63	8	03. DF
28-day			

○ Cost Per Click      ■ Click-Through Rate





# Error 3. Audiencias demasiado amplias

(O creer que todo el mundo es nuestro público objetivo)

Create Audience ▾

Filters ▾

Customize Columns ▾

Create Ad

Actions ▾

<input type="checkbox"/>	Name	Type	Size ▾	Availability
<input type="checkbox"/>	...	...	4,200,000 ⓘ	● Ready Last
<input type="checkbox"/>	...	...	740,000	● Ready
<input type="checkbox"/>	...	...	640,000 ⓘ	● Ready Last
<input type="checkbox"/>	...	...	550,000 ⓘ	● Ready Last
<input type="checkbox"/>	...	...	270,000 ⓘ	● Ready Last
<input type="checkbox"/>	...	...	250,000	● Ready
<input type="checkbox"/>	...	...	250,000	● Ready
<input type="checkbox"/>	...	...	250,000	● Ready
<input type="checkbox"/>	...	...	250,000	● Ready
<input type="checkbox"/>	...	...	250,000	● Ready
<input type="checkbox"/>	...	...	250,000	● Ready
<input type="checkbox"/>	...	...	250,000	● Ready
<input type="checkbox"/>	...	...	250,000	● Ready
<input type="checkbox"/>	...	...	250,000	● Ready
<input type="checkbox"/>	...	...	250,000	● Ready

visibility: auto; cursor: crosshair; (00:00:00)

Last 30 days: Dec 14, 2017 – Jan 12, 2018

Note: Does not include today's data

Performance Demographics Placement

351  
Results: Purchases

**15,577**  
People Reached

€2,020.37  
Amount Spent

Custom

Results: Purchases Cost per Result 0.00% Result Rate



270.000

Alcance potencial

15.500

Usuarios alcanzados

254.500

Usuarios ni siquiera han visto el anuncio debido a restricciones de presupuesto

¿Cómo evitamos este error antes de crear la campaña?

# Revisar el alcance proyectado de Facebook

**Audience Definition**



Your audience selection is fairly broad.

**Potential Reach: 11,000 people**

**Estimated Daily Results**

**Reach**  
1,100 - 4,600

**⚠️ Your results are likely to differ from estimates**  
We have limited data available to calculate this estimate, so estimates may be less accurate.

The accuracy of estimates is based on factors like past campaign data, the budget you entered and market data. Numbers are provided to give you an idea of performance for your budget, but are only estimates and don't guarantee results.

Were these estimates helpful?

Varía en función del presupuesto asignado

# 270.000

Alcance potencial de la audiencia

# 11.000

Usuarios podemos llegar a alcanzar

# 4%

De usuarios potenciales verán mi anuncio con este presupuesto

¿Qué hacemos cuando la audiencia es demasiado amplia?

# 1. Aumentamos presupuesto

**Oferta**

---

**Presupuesto y calendario**

Presupuesto **Presupuesto diario +**  100,00 € EUR

El importe real gastado por día puede variar. ⓘ

Fecha de inicio   hora de Madrid

Fecha de finalización  No programar la fecha de finalización. Ejecutar como "en curso"  Finalizar publicación el:

Programación de anuncios ⓘ  Publicar los anuncios continuamente  Publicar anuncios según un período de tiempo

**Estimación del público**



Tu público es demasiado específico para que se muestren tus anuncios. Intenta ampliarlo.

Alcance potencial: menos de 1000 personas ⓘ

---

**Resultados diarios estimados**

Alcance  ⓘ

Clics en el enlace  ⓘ



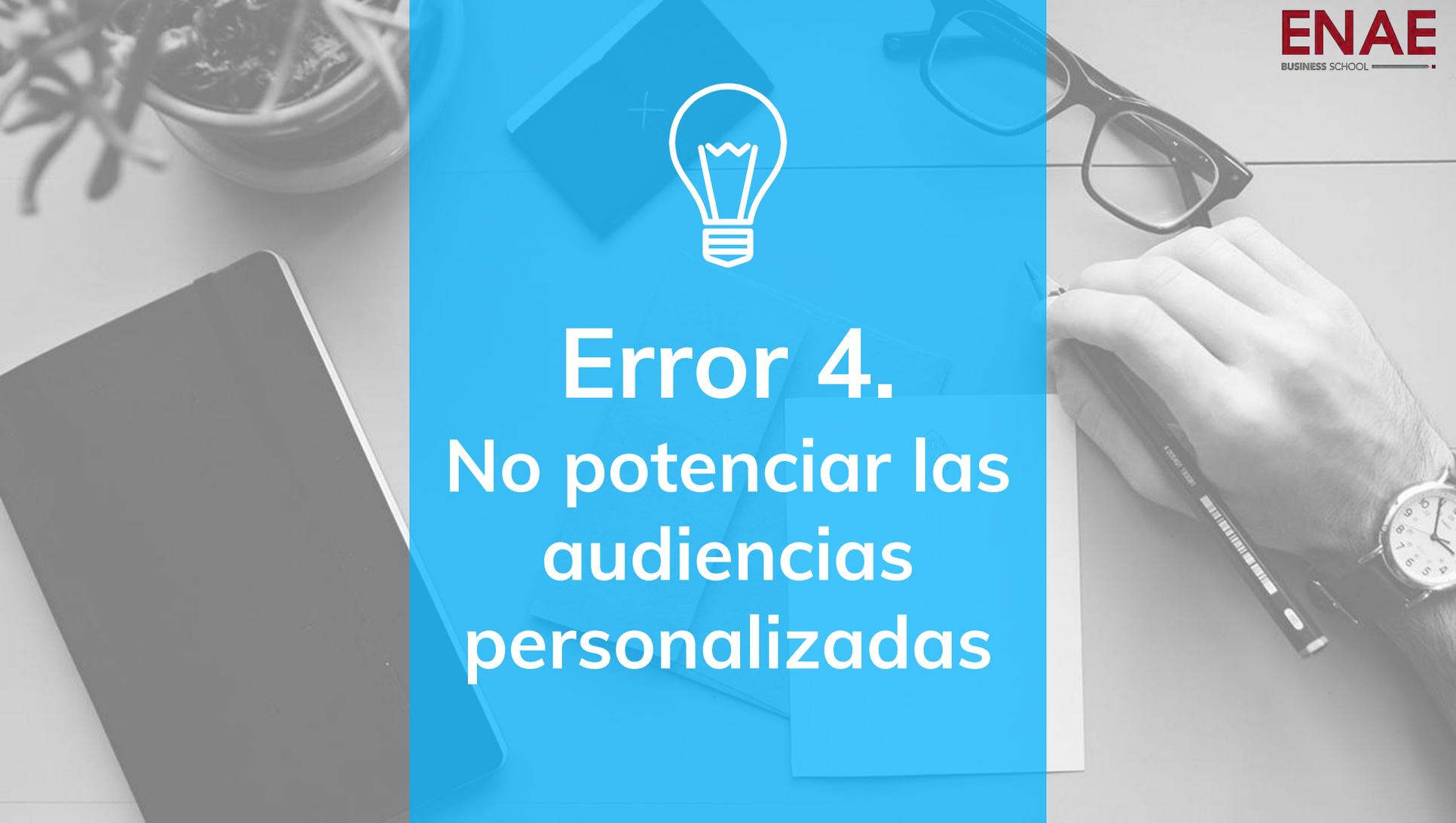
*“Encontrando el equilibrio entre el alcance potencial y tu público objetivo estarás impactando a la **audiencia más relevante posible.**”*





# Error 4.

## No potenciar las audiencias personalizadas



*Un público personalizado es aquel que ha tenido alguna interacción previa con tu marca, bien sea vía Facebook o desde tu web.*



## How do you want to create this audience?

Reach people who have a relationship with your business, whether they are existing customers or people who have interacted with your business on Facebook or other platforms.



### Customer File

Use a customer file to match your customers with people on Facebook and create an audience from the matches. The data will be hashed prior to upload.



### Website Traffic

Create a list of people who visited your website or took specific actions using Facebook Pixel.



### App Activity

Create a list of people who launched your app or game, or took specific actions.



### Offline Activity NEW

Create a list of people who interacted with your business in-store, by phone, or through other offline channels.



### Engagement UPDATED

Create a list of people who engaged with your content on Facebook or Instagram.

This process is secure and the details about your customers will be kept private.

# Las cifras cambian usando remarketing

	Campaign Name	Link Clicks	Landing Page Views	Impressions	CTR (Link Click-Throu...	Website Purchases <small>Click Attribution</small>	Cost per Website Purchase <small>Click Attribution</small>	Amount Spent	Website Purchases Conversion Value <small>Click Attribution</small>	Website Purchase ROAS (Return on Ad Spend) <small>Click Attribution</small>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> 04. DPA RMKT CART	2,999	1,933	198,292	1.51%	430 <small>25-day</small>	€5.35 <small>25-day</small>	€2,302.01	€36,088.31 <small>25-day</small>	15.68 <small>25-day</small>
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/> 01 Conversions	5,212	3,706	193,593	2.69%	73 <small>25-day</small>	€14.47 <small>25-day</small>	€1,056.62	€3,182.67 <small>25-day</small>	3.01 <small>25-day</small>

# 80%

ROAS - Retorno de la inversión publicitaria

# -60%

Reducción de CPAs

# 33.000€

De diferencia de beneficio

\*\*Con doble inversión pero 3 veces menos clics

¿Cómo creo audiencias personalizadas?

The screenshot shows the Facebook Asset Library interface. At the top left, there is a navigation menu with the Facebook logo and a hamburger menu icon, followed by the text "Asset Library". A red arrow points to this menu. To the right of the menu is a search bar with the placeholder text "Search business" and a magnifying glass icon. In the top right corner, there are icons for a globe, a flag, and a gear. Below the navigation bar, the main content area is organized into six columns, each with a header and a list of links. The columns are: "Frequently Used" (with a star icon), "Plan" (with a list icon), "Create & Manage" (with a plus icon), "Measure & Report" (with a bar chart icon), "Assets" (with a grid icon), and "Settings" (with a gear icon). A red arrow points to the "Audiences" link in the "Assets" column. At the bottom left, there is a link "All Tools >" and a help icon with the text "Hover to learn more about any link."

★ Frequently Used	☰ Plan	+ Create & Manage	📊 Measure & Report	🗃️ Assets	⚙️ Settings
<a href="#">Ads Manager</a>	<a href="#">Audience Insights</a>	<a href="#">Business Manager</a>	<a href="#">Ads Reporting</a>	<a href="#">Audiences</a>	<a href="#">Settings</a>
<a href="#">Power Editor</a>	<a href="#">Campaign Planner</a>	<a href="#">Ads Manager</a>	<a href="#">Analytics</a>	<a href="#">Images</a>	<a href="#">Business Settings</a>
<a href="#">Audiences</a>	<a href="#">Creative Hub</a>	<a href="#">Power Editor</a>	<a href="#">Events Manager</a>	<a href="#">Catalogs</a>	<a href="#">Billing</a>
<a href="#">Pixels</a>		<a href="#">Page Posts</a>	<a href="#">Pixels</a>	<a href="#">Videos</a>	
		<a href="#">App Dashboard</a>	<a href="#">Offline Events</a>		
		<a href="#">Automated Rules</a>	<a href="#">App Events</a>		
			<a href="#">Custom Conversions</a>		
			<a href="#">Partner Integrations</a>		

All Tools > ⓘ Hover to learn more about any link.

**Audiences** Images Videos

Create Audience ▾ Filters ▾ Customize Columns ▾ Create Ad Actions ▾

- Custom Audience
- Lookalike Audience
- Saved Audience



Type	Size	Availability	Date Created
Saved Audience	550,000 ⓘ	Ready Last updated 12/13/2017	12/13/2017 3:21pm
Saved Audience	270,000 ⓘ	Ready Last updated 12/13/2017	12/13/2017 3:11pm
Saved Audience	250,000 ⓘ	Ready Last updated 12/13/2017	12/13/2017 2:01pm
Saved Audience	110,000 ⓘ	Ready Last updated 12/13/2017	12/13/2017 1:33pm

¿Tienen todas las audiencias personalizadas el mismo valor?

# Remarketing con interacción en FB

Lectores de tu blog.



Interacción con tus post  
de imagen o videos



Seguidores de tu fan  
page



## Remarketing con interacción en FB

 **Ingredientes que Suman**  
Publicidad · 

 Me gusta esta página

¡Con nuestra guía GRATUITA aprenderás qué puedes hacer en tu día a día para luchar contra el CAMBIO CLIMÁTICO!



**CAMBIO CLIMÁTICO**  
**DESCARGA AHORA**

Es hora de tomar conciencia

Guía gratuita: Cambio Climático ¿Cómo combatirlo en tu día a día?

BLOG.OXFAMINTERMON.ORG 

# Remarketing para VISITAS A LA WEB

Top 5% visitantes de  
más tiempo en tu web



Han dejado sus  
datos en tu web

# Remarketing para VISITAS A LA WEB

 **What's Up Living English** Publicidad ·  Me gusta esta página  

Aprende Inglés! Método basado en :

 Conversación,  Grupos reducidos,  Actividades diarias,  Horarios flexibles y  English Coach



**Habla, canta, vive en Inglés!**

Matrícula **gratis** sólo este mes

WHATSUPES 

Más información

# Remarketing para LOW FUNNEL



# Remarketing para LOW FUNNEL

 **POMPEII**  
Publicidad · ✨

**30% de Felicidad en Pompeii para Mujer**

- ✓ Cambios y devoluciones gratis
- ✓ Envíos 48-72 horas



**Ofertas y descuentos en zapatillas de Mujer - Pompeii**  
Disfruta de las mejores ofertas y promociones continuas de Pompeii en zapatillas de mujer. Cambios y devoluciones gratis.

POMPEIIBRAND.COM [Comprar](#)



# Error 5. No excluir compradores pasados

# Analizar la recurrencia

 **Pronovias**  
Publicidad · 🌐

Me gusta esta página

AVANCE DE LA COLECCIÓN 2019. Solo 24, 25, 26 y 27 de enero en nuestra flagship store de Barcelona.

¡Toca, siente y sueña con la nueva colección al completo!

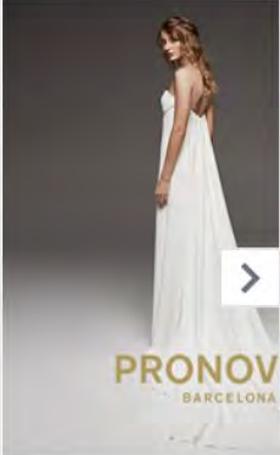


**PRONOVIAS**  
BARCELONA

Hendaya

¡Pide cita ya!

Reservar



**PRONOVIAS**  
BARCELONA

Hendaya

¡Pide cita ya!

# Analizar la recurrencia

 **DIA España**  
Publicidad · 🌐

¡Endúlzate el DIA! 🍫 😊

Aprovecha el 50%dto en la 2ªud de tabletas Milka 🍫 🛒  
Solo en DIA Supermercado Online hasta el 18 de febrero



**MILKA** chocolate triolade tableta 300 gr  
2ª unidad al 50% ❤️ [Comprar](#)



**MILKA** chocolate, trufa y almendra tableta 300 gr  
2ª unidad al 50% ❤️



## MOTIVOS

- **Tiras dinero** en usuarios que ya tienen tu producto
- Tus anuncios ya **no son relevantes** para ellos
- **Fatiga al usuario** causando el **desgaste** en la imagen de tu marca
- **Aumenta tu frecuencia** y hace **decaer tus audiencias**

## MOTIVOS

- **Tiras dinero** en usuarios que ya tienen tu producto
- Tus anuncios ya **no son relevantes** para ellos
- **Fatiga al usuario** causando el **desgaste** en la imagen de tu marca
- **Aumenta tu frecuencia** y hace **decaer tus audiencias**

## MOTIVOS

- **Tiras dinero** en usuarios que ya tienen tu producto
- Tus anuncios ya **no son relevantes** para ellos
- **Fatiga al usuario** causando el **desgaste** en la imagen de tu marca
- **Aumenta tu frecuencia** y hace **decaer tus audiencias**

## MOTIVOS

- **Tiras dinero** en usuarios que ya tienen tu producto
- Tus anuncios ya **no son relevantes** para ellos
- **Fatiga al usuario** causando el **desgaste** en la imagen de tu marca
- **Aumenta tu frecuencia** y hace **decaer tus audiencias**

# Aumento de CPCs en base a la frecuencia

Frequency	CTR Decrease	CPC Increase
1	0	0
2	-8.91%	+49.82%
3	-16.92%	+62.20%
4	-23.34%	+68.02%
5	-29.72%	+98.51%
6	-41.19%	+127.32%
7	-41.38%	+127.26%
8	-48.97%	+138.31%
9	-49.87%	+161.15%

# ¿Dónde encuentro la frecuencia?

The screenshot shows a Google Ads interface with a table of metrics. The table has columns for 'Alcance', 'Impresiones', and 'Coste por resultado'. A dropdown menu is open over the 'Rendimiento' column, listing various performance metrics. The dropdown is highlighted with a red box.

Alcance	Impresiones	Coste por resultado
Personas	Total	

Columns: Rendimiento

- ✓ Rendimiento (predetermina...
- Entrega
- Interacción
- Interacción con el vídeo
- Interacción con la aplicación
- Interacción por secuencia
- Rendimiento y clics
- En todos los dispositivos
- Conversiones fuera de internet
- Segmentación y contenido
- Interacción con Messenger

Personalizar columnas...

Establecer como predetermin...

# ¿Dónde encuentro la frecuencia?

**Personalizar columnas**

**Rendimiento**

frecuencia | Nueva búsqueda

**Interacción**

Publicación de página

Mensajes

Multimedia

Clics

Reconocimiento

**Conversiones**

Sitio web

Aplicaciones

En Facebook

Fuera de internet

Visitas en el negocio

**Configuración**

Nombres e identificadores

Estado y fechas

1 COLUMNA

Frecuencia

DEFINICIÓN  
Promedio de veces que cada persona ha visto tu anuncio.

12 COLUMNAS SELECCIONADAS

- Nombre del conjunto de anuncios
- Alcance
- Impresiones
- Coste por resultado
- Presupuesto
- Importe gastado
- Fin
- Programación
- Puntuación de relevancia
- Frecuencia**

# Descenso de la relevancia según la frecuencia

Ads

1 selected

## Charts for Ad: DPA RMKT - Todos los productos



Performance Demographics Placement

502

Results: Purchases

16,738

People Reached

€2,025.87

Amount Spent

Custom

9.21 Frequency (cumulative) 2 Relevance score



# Para evitar saturación del público

## Optimización y entrega

## Resultados di

Optimización para la entrega de anuncios ⓘ

Estrategia de puja ⓘ

Cuándo se te factura ⓘ

Tipo de entrega ⓘ

### Clics en el enlace ▾

el mayor número de clics en el enlace a un destino, ya sea en Facebook o fuera de la plataforma, al menor coste posible.

#### Visitas a la página de destino

Mostraremos tus anuncios a las personas con más probabilidades de hacer clic en el enlace de tu anuncio y cargar la página de destino. Necesitarás instalar un píxel en la página de destino para realizar un seguimiento de las visitas.

#### Impresiones

Mostraremos tus anuncios a las personas tantas veces como sea posible.

### Alcance único diario

Mostraremos tus anuncios a las personas una vez al día como máximo.

Alcance  
3.400 - 18.000

# EXCLUIR COMPRADORES

Custom Audiences  INCLUDE people who are in at least ONE of the following

Website  
**Cart (30 days)**

Add Custom Audiences or Lookalike Audiences

**EXCLUDE**

people who are in at least ONE of the following

Website  
**Purchased (Last 14 days)**

Add Custom Audiences or Lookalike Audiences

Create New ▾



B.

# ERRORES EN ANUNCIOS





# Error 6.

## Mal uso de las imágenes

# Fotos de baja calidad

 **GoGuis** Like Page  
Sponsored · 🌐

New year, new horizons, new goals, new experiences, new things to be discovered. Happy 2018, discoverers! 🎉 📍 🌈 ❤️  
Discover the new sales here: <https://www.goguis.com/>



**The new Goguis limited edition collection**  
A 2018 full of style. Discover the best winter looks!

[WWW.GOGUIS.COM](http://WWW.GOGUIS.COM) Shop Now

# Elementos confusos en la imagen

 **Voto Chilango**  
Publicidad · 

 Me gusta esta página 

Chilango que se respeta se come unos buenos tacos de canasta cuando tiene hambre y prisa.  
#ComidaChilanga



**Comida chilanga que los 'provincianos' ven feo - Somos Cultura**

Todo buen provinciano se ha quejado de la comida y sus intrépidas...

 Enviar mensaje

## Fotos poco atractivas



**Out of the blue KG**

Publicidad

Trendartikel, Geschenkartikel, Scherzartikel und Home Deko Großhandel seit 1986.



**Out of the blue KG**

Tienda al por mayor y de suministros  
A 6430 personas les gusta esto

👍 Me gusta esta página

# Fotos de stock que todo el mundo usa

**QueCursar**

Publicidad · 🌐

👍 Me gusta esta página



Aprovecha la oportunidad de introducirte en el área de marketing online de forma flexible gracias a EAE Business School, reconocida 2ª escuela de negocios de España.

[+ ¡Solicita Información ! ↓](#)

## Programa Superior en Marketing Digital y Comercio Electrónico

Becas Disponibles ¡Cualifícate este 2018!

[EAEPROGRAMAS.ES](http://EAEPROGRAMAS.ES)[Más información](#)

# No usar colores vivos

**Jazztel**  
Publicidad · 🌐

Me gusta esta página

En Jazztel te lo ponemos fácil, y es que ahora tienes 11GB por 10€/mes al contratar la Fibra. WOW!



Llamadme  
11GB por 10€/mes

Registrarte

403 50 comentarios 32 veces compartido

Me gusta Comentar Compartir

**Google AdWords**  
Sponsored · €

Like Page

Consigue tu negocio empiece 2018 con buen pie con la ayuda de Google AdWords



Empieza con un crédito de 75€

Llega a nuevos clientes e incrementa tus ventas publicando tu primer anuncio en Google, solo te llevará unos minutos.

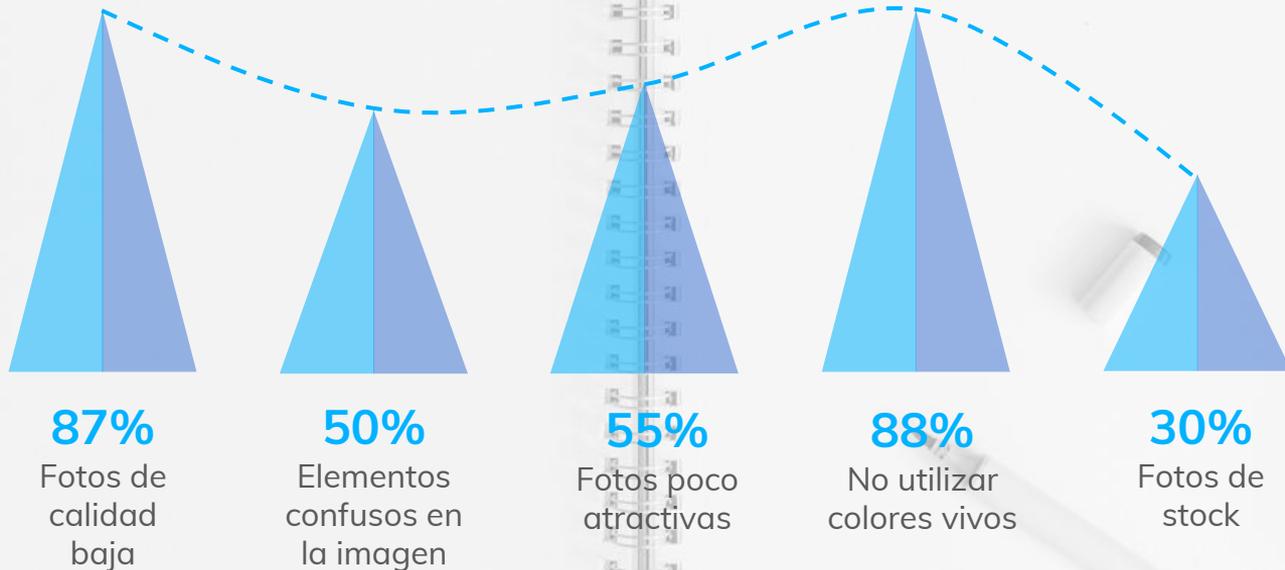
WWW.GOOGLE.ES/ADWORDS

Sign Up

Un estudio de muestra que las personas se hacen una primera impresión en los primeros 90 segundos (sea de personas o productos).  
**El 62%-90% de esta impresión se basa en los colores.**



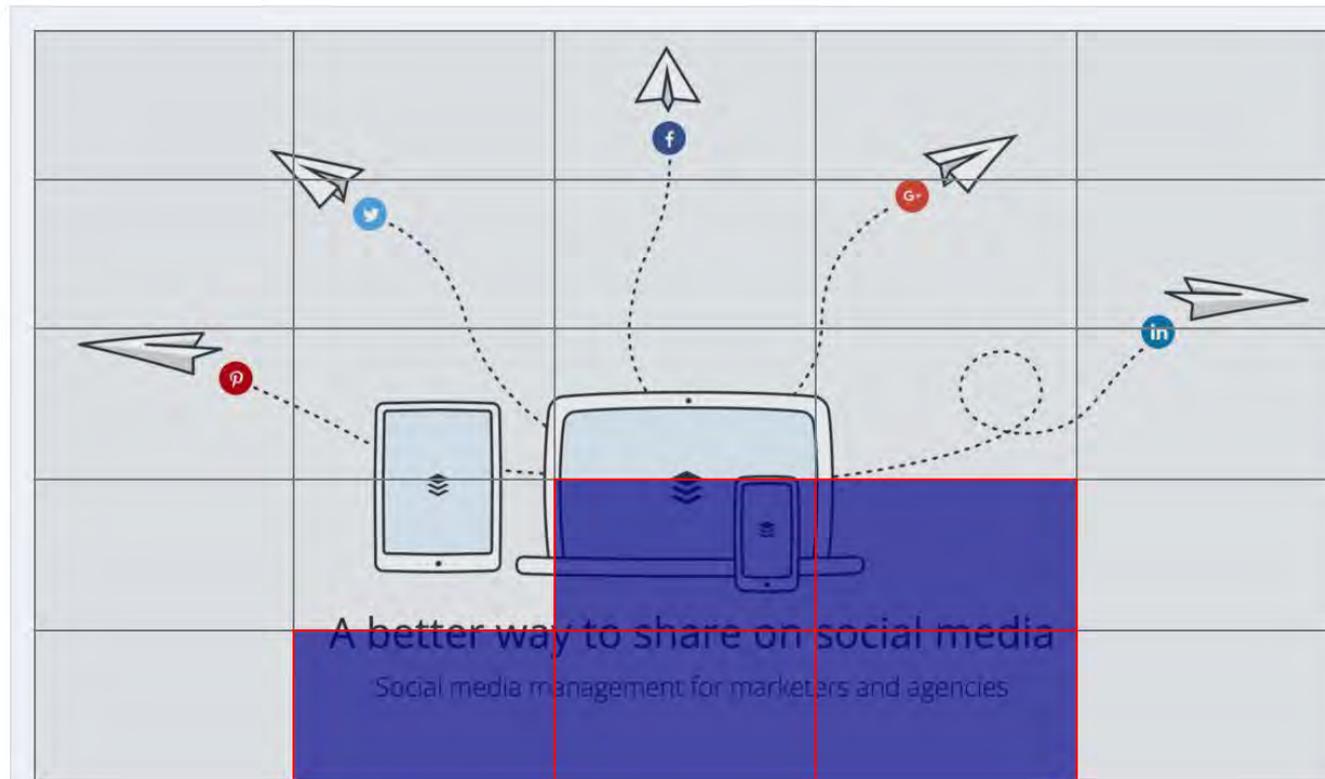
## PRINCIPALES ERRORES





# Error 7. Demasiado texto en la imagen

# Ya no existe la regla del 20%



# 4 clasificaciones

ACEPTABLE

NIVEL BAJO

NIVEL MEDIO

NIVEL ALTO

# Comprobar las imágenes antes de subirlas al anuncio

## Comprobación del texto de la imagen

Sube una imagen para determinar la cantidad de texto que contiene. Si el porcentaje de texto con relación a la imagen es demasiado elevado, es posible que los anuncios no lleguen a todo tu público.

Hacemos excepciones con los anuncios de determinados productos. Visita nuestro [servicio de ayuda](#) para obtener información sobre las excepciones, consultar ejemplos de imágenes con texto y obtener más ayuda.

Subir



### Texto de la imagen: **Nivel medio**

Es posible que el alcance del anuncio sea muy inferior.

Es posible que llegues a muchas menos personas de lo habitual, debido a que la imagen del anuncio contiene demasiado texto. Para los anuncios, Facebook recomienda utilizar imágenes con poco o ningún texto. Plantéate cambiar de imagen antes de realizar el pedido.



## Calificaciones del texto de la imagen



### Texto de la imagen: **Aceptar**

El anuncio se mostrará con normalidad.



### Texto de la imagen: **Nivel bajo**

Es posible que el alcance del anuncio sea ligeramente inferior.



### Texto de la imagen: **Nivel medio**

Es posible que el alcance del anuncio sea muy inferior.



### Texto de la imagen: **Nivel alto**

Es posible que el anuncio no se muestre.

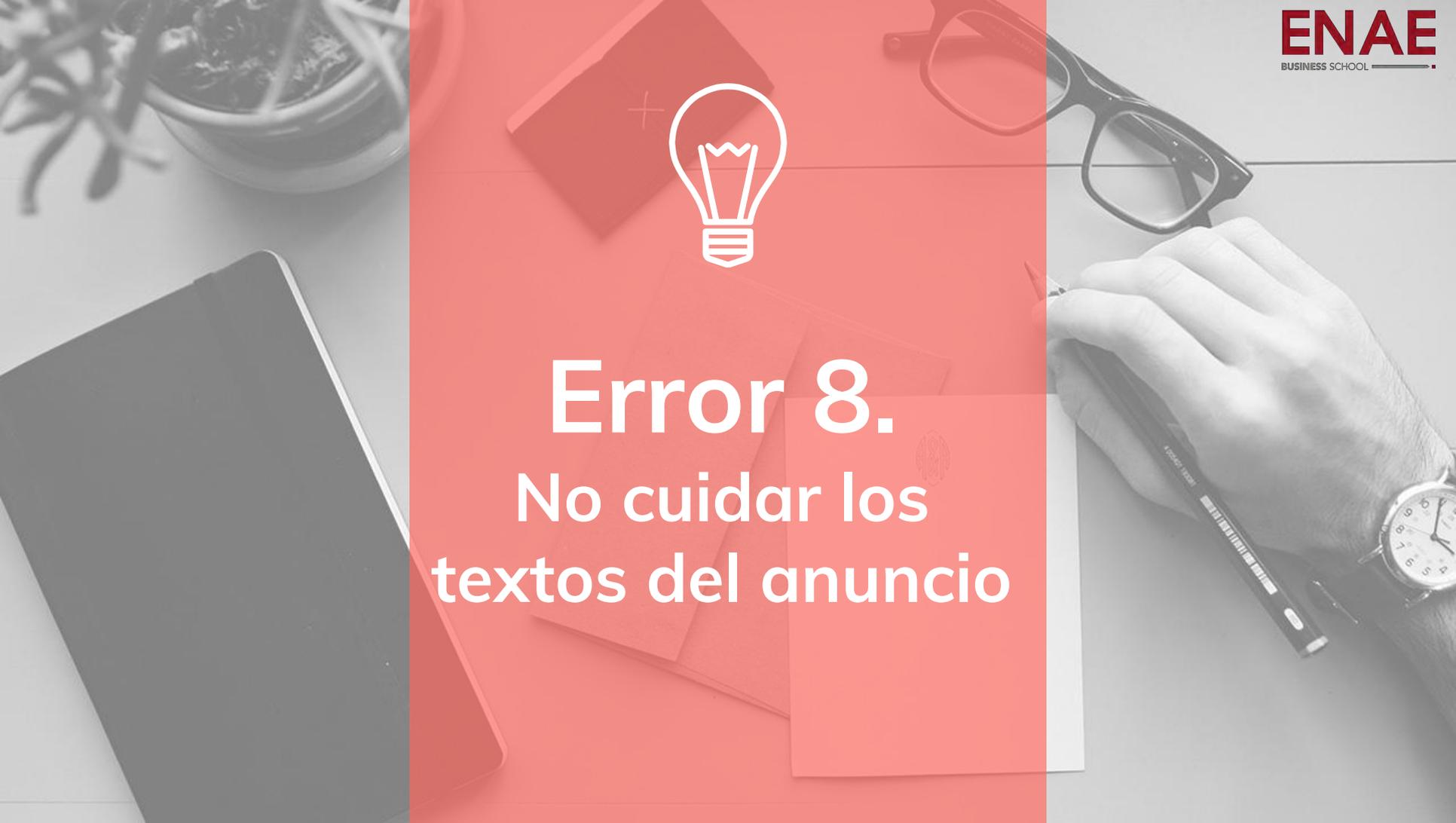
## Preguntas frecuentes

¿Qué significa que mi imagen tiene demasiado texto?



# Error 8.

## No cuidar los textos del anuncio



# Hay varios campos para customizar tus anuncios

## Website URL

http://www.example.com/page

## Headline ⓘ

Enter a brief headline describing where people will visit

## Text

Enter text that clearly tells people about what you're promoting

## Call To Action (optional) ⓘ

Learn More ▾

The screenshot shows a Facebook advertisement for HolaLuz.com. At the top left is the HolaLuz logo. To its right is the text 'HolaLuz.com' and 'Publicidad · €'. On the far right is a button that says 'Me gusta esta página' with a thumbs-up icon and three dots. Below this is the main text of the ad: '¿Quieres el mejor precio en tu cuota de luz? ¡Cambia hoy de eléctrica y paga lo mínimo!'. The central image features a modern desk lamp with a glowing globe and a small potted plant. The 'holaluz' logo is overlaid on the bottom left of the image, and a pink button with the word 'Ahorra' is on the bottom right. Below the image, the text reads 'Descubre tu ahorro' and 'Nunca tendrás permanencia.'. At the bottom left is the URL 'HOLALUZ.COM' and at the bottom right is a button that says 'Ver más'.

# Crea textos de fácil comprensión



**MAPFRE**

Publicidad

Si eres de los que disfruta de una taza de chocolate con churros sabes disfrutar de la...



**MAPFRE**

Compañía de seguros

A 1798976 personas les gusta esto

 Me gusta esta página

# Escribe con cabeza

**Befy**  
Publicidad ·

Me gusta esta página

¿Quieres trabajar desde casa y aumentar tus ingresos? ¿Eres una mujer inquieta y amante de la tecnología? Si es así, ¡te estamos buscando!

**¡TE ESTAMOS BUSCANDO!**

¿Eres una mujer Befy?

Befy es un programa de dietas compuesto por un consejo clínico, que a través de tu smartphone, tablet y ordenador te ayudan a cambiar tus hábitos alimenticios.

BEFY.ES [Registrarte](#)

3 · 2 comentarios

Me gusta · Comentar · Compartir

Orden cronológico

**Vaya foto...**  
Me gusta · Responder · 1 d

**¡Pero no entiendo... Qué tiene que ver ser mujer, que te guste la tecnología y el servicio dietético?**  
Me gusta · Responder · 1 min

**TIP DEFINITIVO  
DE COPYWRITING  
PARA ANUNCIOS  
EN FB**

Da a tu redacción un único  
objetivo y aférrate a él.

*Joanna Wiebe de Copy Hackers*



# Un sólo objetivo



**Pull&Bear**

Publicidad · 🌐

Con flecos y de piel. Así es la cazadora de ante marrón que todo el mundo quiere.

¡Exclusivo online!



Tendencias SS2018

[PULLANDBEAR.COM](http://PULLANDBEAR.COM)

Comprar

Según las mejores Prácticas de Facebook

**Encuentra el tono de voz  
adecuado para tu negocio**



# Encuentra el tono de tu marca



**Burger King España**

Publicidad · 𠄎

Me gusta esta página

¿5 eurazos pa' tu jefe? ¡Nah! Esos 5 eurazos son para 2 menús con bacon  
#YASSS

#BaconCheeseBurger #BaconChickenCheeseBurger 🍔🍷



3014

480 comentarios 339 veces compartido

3,5 millones de reproducciones

Según las mejores Prácticas de Facebook

Encuentra el tono de voz adecuado para tu negocio

**Céntrate en lo importante**

# Céntrate en lo importante

**Indeed**  
Publicidad ·

Me gusta esta página

Cientos de empleos de diseño gráfico



**Encuentra el trabajo que te apasiona**  
El buscador de empleo líder en el mundo

INDEED.ES [Ver más](#)

28 2 comentarios · 18 veces compartida

Me gusta Comentar Compartir

Según las mejores Prácticas de Facebook

Encuentra el tono de voz adecuado para tu negocio

Céntrate en lo importante

**Escribe para tus clientes**

# Escribe para tus clientes



CITM Centre de la Imatge i la  
Tecnologia Multimèdia de la UPC

Publicidad ·

Me gusta esta página

Tagraden els Videojocs? Forma't amb la UPC amb el Grau oficial en Disseny i Desenvolupament de Videojocs. ¡Lidera el Futur!

[Ver traducción](#)



**Grau Oficial en Videojocs - CITM - UPC Barcelona**

CITM - UPC (Universitat Politècnica de Catalunya). Titulació Oficial.

[WWW.CITM.UPC.EDU](http://WWW.CITM.UPC.EDU)

[Más información](#)

Según mi experiencia

No escribas textos vagos de  
contenido o repetitivos

# Evita textos vagos

 **Animalear.com**  
Publicidad · €

Me gusta esta página

Se te está escapando un ofertón. **¿Te lo vas a perder?**



**Summum Balance 10 Kg**  
59,25 €



**Seresto Collar antiparasitario**  
perros de más de 8 Kg  
25,60 €

Me gusta Comentar Compartir

*Note: A red arrow points to the yellow highlighted text '¿Te lo vas a perder?' in the original image.*

Según mi experiencia

No escribas textos vagos de contenido o repetitivos

**Intenta ser sincero y generar confianza**

# Generar confianza



A screenshot of a Facebook advertisement for D'Original shoes. The ad features a pair of black sneakers with white soles. A red arrow points to the text 'Fabricadas 100x100 en España' which is highlighted in yellow. The ad includes a 'Comprar' button and a 'Me gusta esta página' button. The background of the ad shows a white mug and a pen on a desk.

**D'Original**  
Publicidad ·

Me gusta esta página

Descubre ya las nuevas zapatillas D'Original. **Fabricadas 100x100 en España**



Vive siempre  
#dejandohuella



Zapatillas D'Original  
Colección 2018

DORIGINAL.ES [Comprar](#)

17

Me gusta Comentar Compartir

## Según mi experiencia

No escribas textos vagos de contenido o repetitivos

Intenta ser sincero y generar confianza

**Añade información y solución de problemas para tus clientes**

# Soluciona problemas



**Hootsuite**

Sponsored · €

Like Page



Trabaja eficientemente en menos tiempo. Prueba Hootsuite gratis por 60 días.



Consigue más me gusta en menos tiempo. Prueba gratis de 60 días.

Prueba Hootsuite gratis durante 60 días y descubre cómo ahorrar más tiempo

[HOOTSUITE.COM/OFERTA-SOLO-POR-TIEMPO-LIMITADO](https://hootsuite.com/oferta-solo-por-tiempo-limitado)

Sign Up

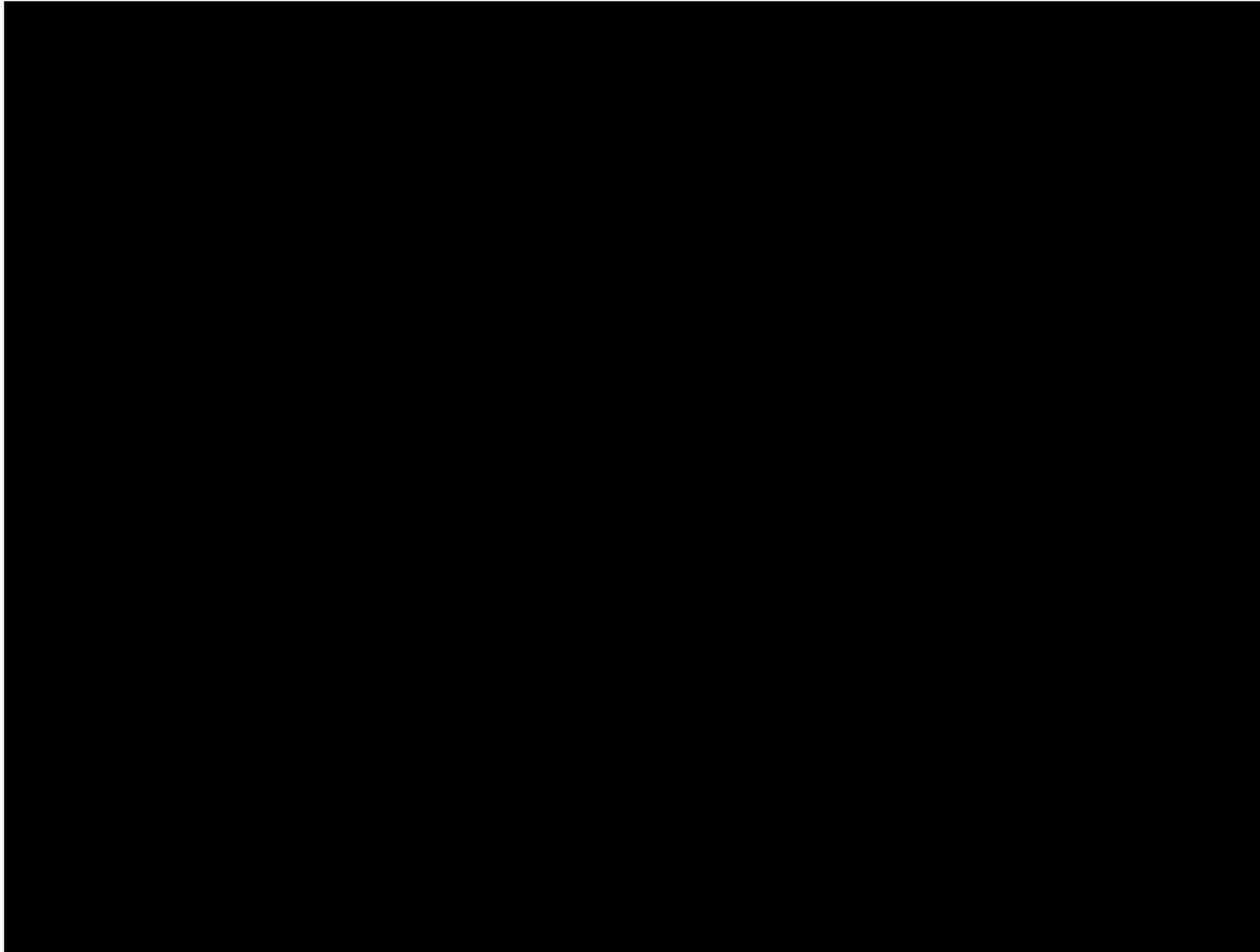


3

63% de los  
visitantes son más  
propensos a  
comprar si la web  
tiene review.

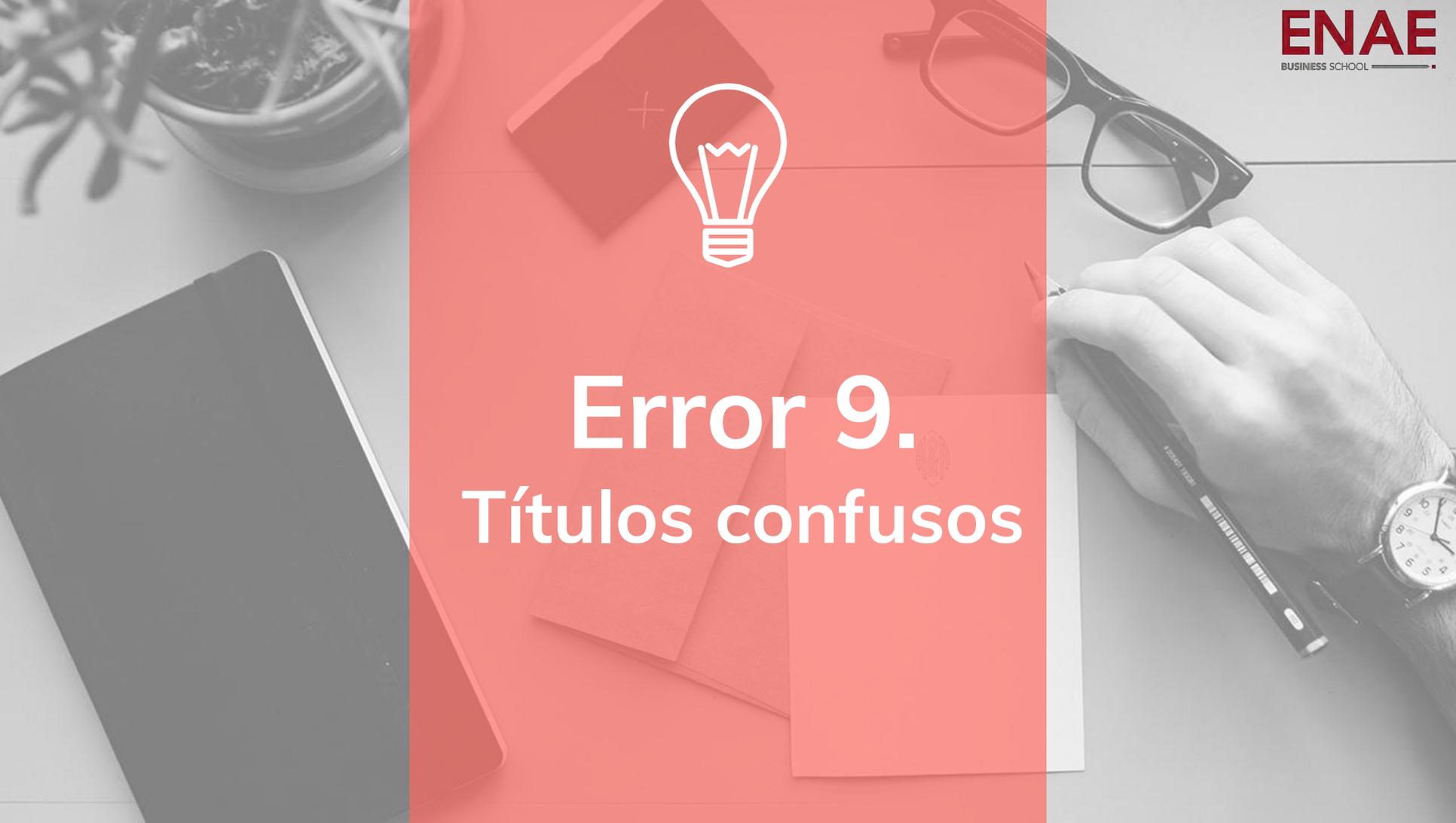
**¡Úsalo en tus  
anuncios!**

# Unbounce for Hotjar





# Error 9. Títulos confusos



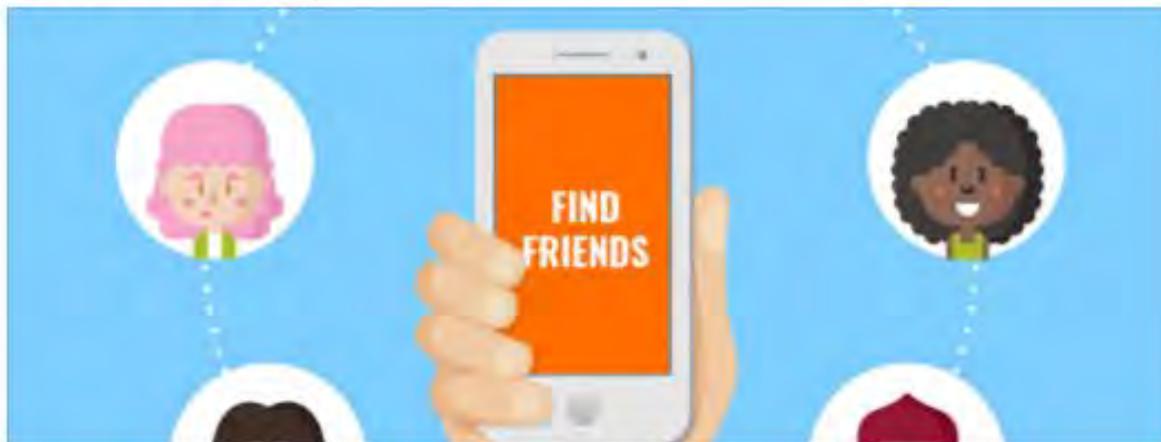
# Texto confuso



**Nexo's Friends ES**

Publicidad

Sigues nuestra página Nexo's Friends nos ayudaremos a buscar amigos y equipos de compra...



**Nexo's Friends ES**

Comunidad

A 133 personas les gusta esto

 Me gusta esta página

¿Cómo crear  
títulos y textos  
eficaces para tus  
anuncios?

Crea anuncios eficaces

Enfatiza los beneficios

# Beneficios claros del negocio



**Freeletics**  
Publicidad · 6

Me gusta esta página

Un plan de entrenamiento que se adapta a TU vida. 🌟🔥

- ✓ Baja de talla en 12 semanas
- ✓ Entrena solo 20 minutos al día
- ✓ Más barato que cualquier gimnasio

**PONTE EN FORMA EN 2018**  
Regístrate gratis. Prueba 11 workouts.

[WWW.FREELETICS.COM](http://WWW.FREELETICS.COM)

Regístrate

11

Me gusta Comentar Compartir

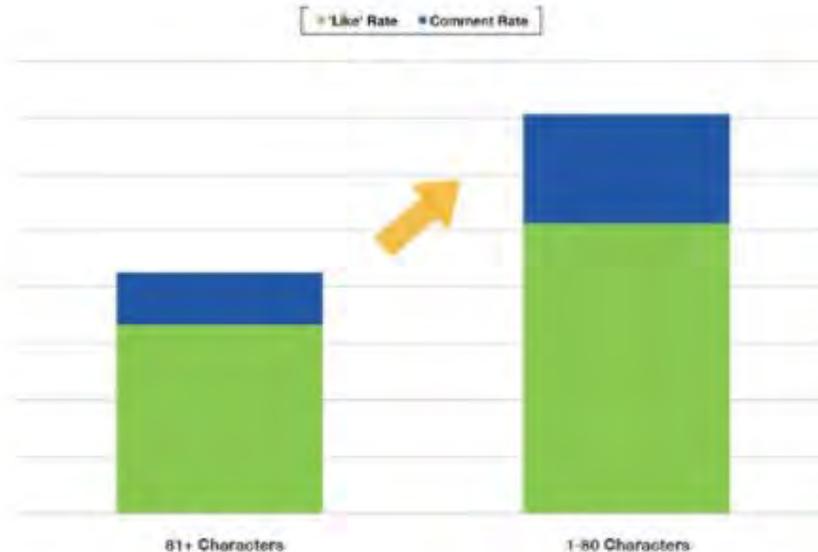
**Crea anuncios eficaces**

Enfatiza los beneficios

**Escribe títulos claros y cortos**

80 caracteres o menos tienen un 66% más interacción

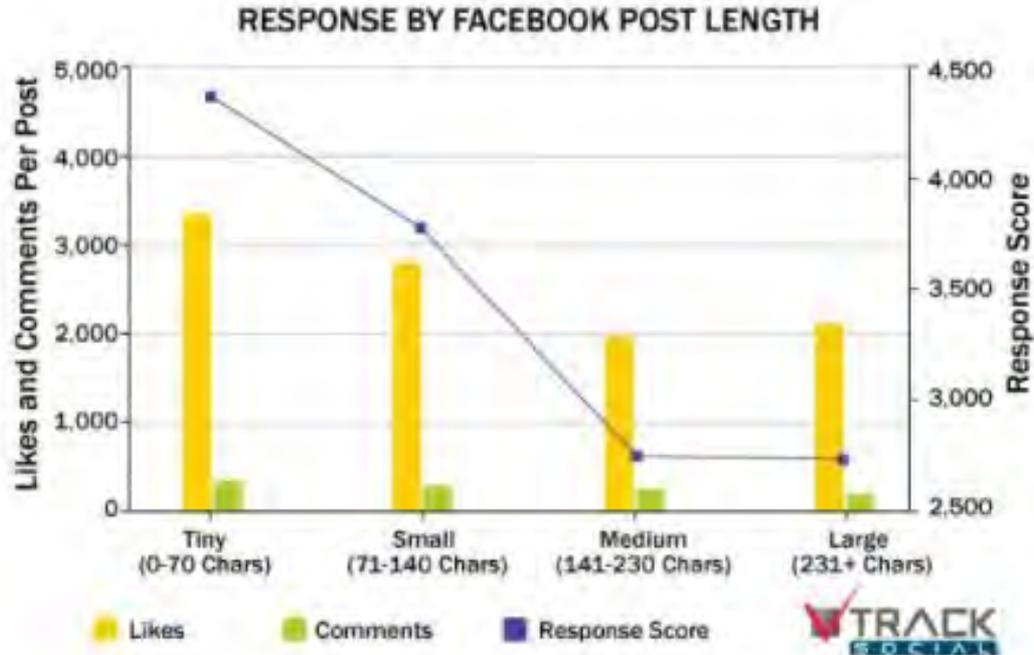
Posts with 80 characters or less receive 66% higher engagement.



# Destacan los posts de entre 80 y 120 caracteres



## Mayor interacción sobre 70-140 caracteres



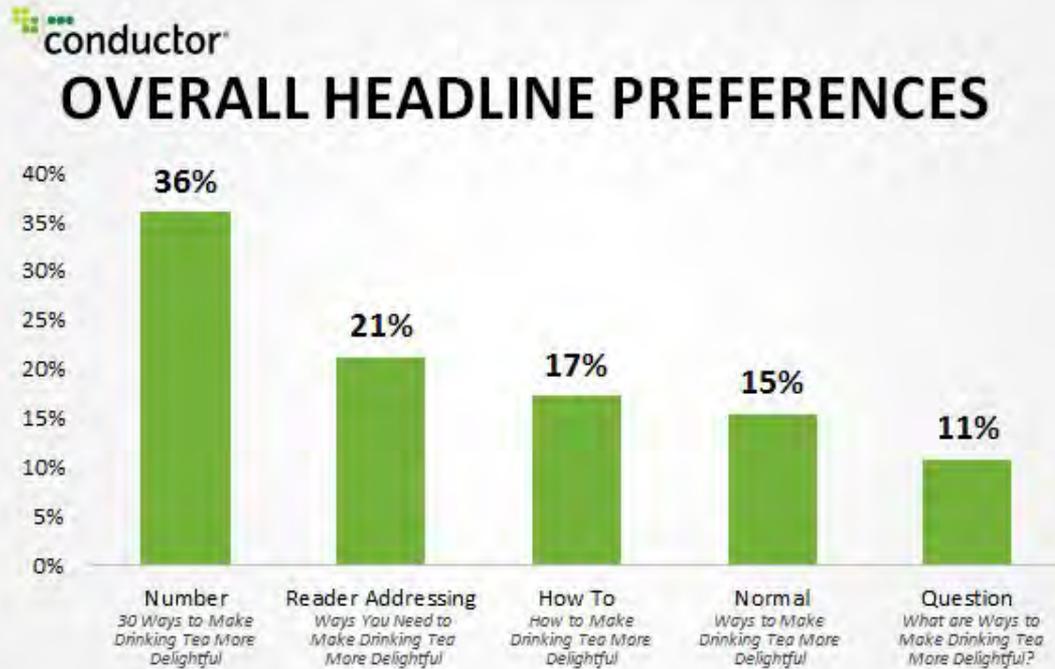
## Crea anuncios eficaces

Enfatiza los beneficios

Escribe títulos claros y cortos

**Utiliza números y símbolos**

El 36% de los post que empiezan por números tienen más posibilidades de ser clicados



El 36% de los post que empiezan por números tienen más posibilidades de ser clicados



Cruz Roja Española

Me gusta esta página



Publicidad · €

33.300 personas sin hogar ven AGRAVADA su situación debido a la BAJADA DRÁSTICA de las temperaturas ⚠️

<http://bit.ly/2j1GQKN>



EL PEOR ROSTRO DE LA EXCLUSIÓN SOCIAL ES LA INDIFFERENCIA

DI NO A LA INDIFFERENCIA

¿Tienes un segundo para firmar?

La bajada de temperaturas ha agravado la situación en la que viven las personas ...

[APOYACRUZROJA.ES/PERSONAS SIN HOGAR](http://APOYACRUZROJA.ES/PERSONAS_SIN_HOGAR)

Más información



# Error 10.

## Dejar de lado los anuncios de video

Según un estudio de Nielsen en el 47% de los videos  
**la propuesta de valor** se encontraba en los **primeros 3s** y en el  
74% de las veces, en los **primeros 10s**.

*<https://www.facebook.com/business/news/value-of-video#>*



# Errores en los videos

## Incluir un intro

Introducir logos o créditos al principio del video

Intentar decir demasiadas cosas en un único video

Que una persona hable directamente a la cámara sin tener un contexto previo

# Errores en los videos

Incluir un intro

**Introducir logos o  
créditos al principio  
del video**

Intentar decir demasiadas  
cosas en un único video

Que una persona hable  
directamente a la cámara sin tener  
un contexto previo

# Errores en los videos

Incluir un intro

Introducir logos o créditos al principio del video

**Intentar decir demasiadas cosas en un único video**

Que una persona hable directamente a la cámara sin tener un contexto previo

# Errores en los videos

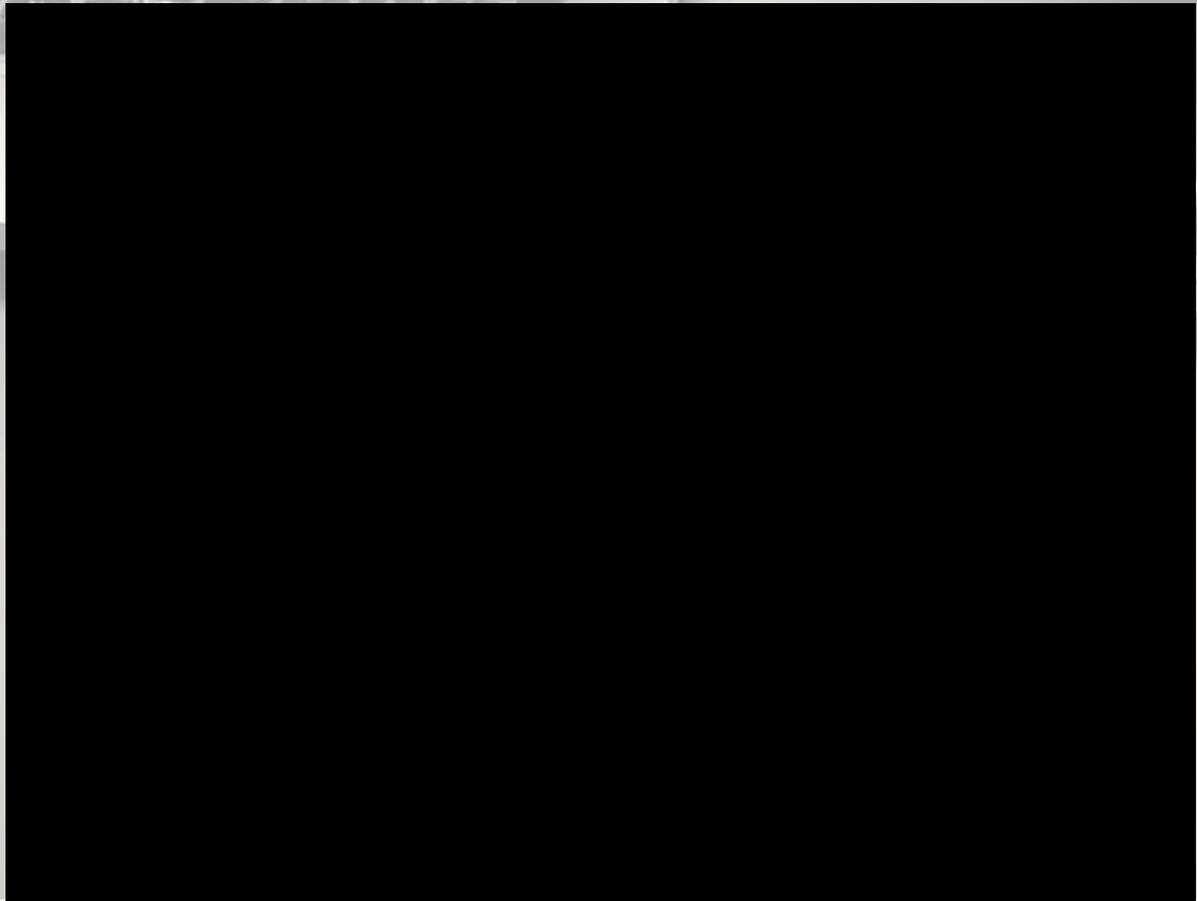
Incluir un intro

Introducir logos o créditos al principio del video

Intentar decir demasiadas cosas en un único video

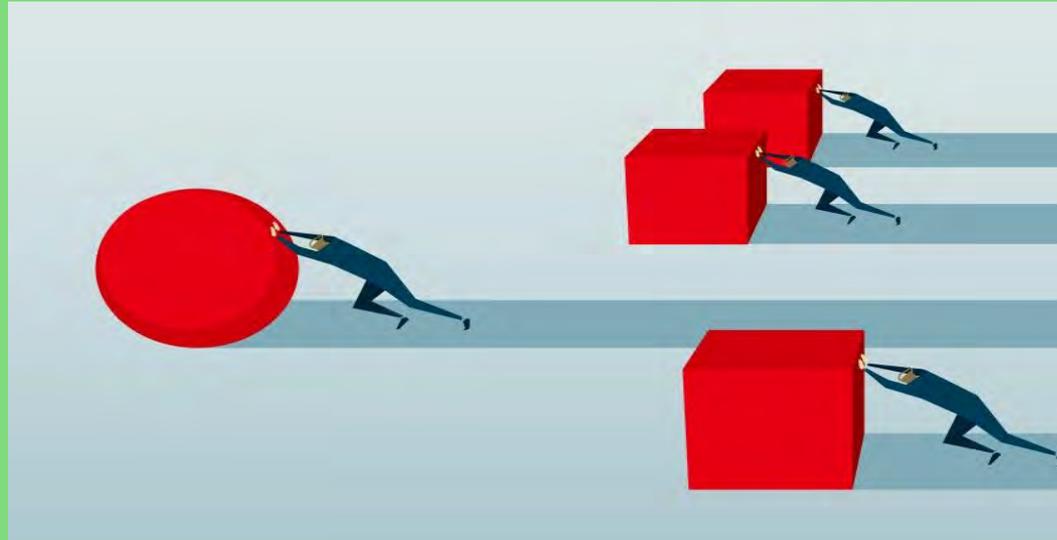
**Que una persona hable directamente a la cámara sin tener un contexto previo**

# Anuncios de video



C.

# ERRORES DE OPTIMIZACIÓN





# Error 11.

## No instalar el pixel de conversión

# Info del pixel

The screenshot shows the Facebook Ads Manager interface. At the top, there is a dark blue header with the Facebook logo, a hamburger menu, and the text 'Ads Manager'. To the right of the header is a search bar labeled 'Search business'. Below the header, the interface is organized into a grid of tool categories. The 'Measure & Report' category is selected, and its sub-items are listed below. Two sub-items, 'Analytics' and 'Pixels', are highlighted with red rectangular boxes. At the bottom of the interface, there is a footer with the text 'All Tools >' and a help icon followed by the text 'Analytics: Learn how people engage with your business across devices, platforms and websites.'

★ Frequently Used	☰ Plan	+ Create & Manage	📊 Measure & Report	📁 Assets	⚙️ Settings
Ads Manager	Audience Insights	Business Manager	Ads Reporting	Audiences	Settings
Power Editor	Campaign Planner	<b>Ads Manager</b>	Test and Learn	Images	Business Settings
Audiences	Creative Hub	Power Editor	<b>Analytics</b>	Catalogs	Billing
Pixels		Page Posts	Events Manager	Videos	
		App Dashboard	<b>Pixels</b>		
		Automated Rules	Offline Events		
			App Events		
			Custom Conversions		
			Partner Integrations		

All Tools > ⓘ Analytics: Learn how people engage with your business across devices, platforms and websites.

<https://www.facebook.com/business/help/952192354843755>

# Info del pixel





# Error 12.

Mala elección de  
la ubicación de los  
anuncios

# ¿Cómo seleccionar las ubicaciones?

Creando Conjunto de anuncios: Grupo anuncios tráfico

Ubicación

**Ubicaciones automáticas (recomendado)**

Tus anuncios se mostrarán automáticamente a tu público en los lugares con más probabilidades de obtener un mejor rendimiento. Con este objetivo, las ubicaciones pueden incluir Facebook, Instagram, Audience Network y Messenger. [Más información.](#)

- **Editar ubicaciones**

Al eliminar las ubicaciones es posible que se reduzca el número de personas a las que llegas y, por tanto, será menos probable que alcances tus objetivos. [Más información.](#)

Tipos de dispositivo

Todos los dispositivos (recomendado)

Personalización de activos

Selecciona todas las ubicaciones que admiten la personalización de activos

**Definición del público**

Tu selección es bastante amplia.

Alcance potencial: 27 000 000 personas

**Resultados diarios estimados**

Alcance  
No disponible

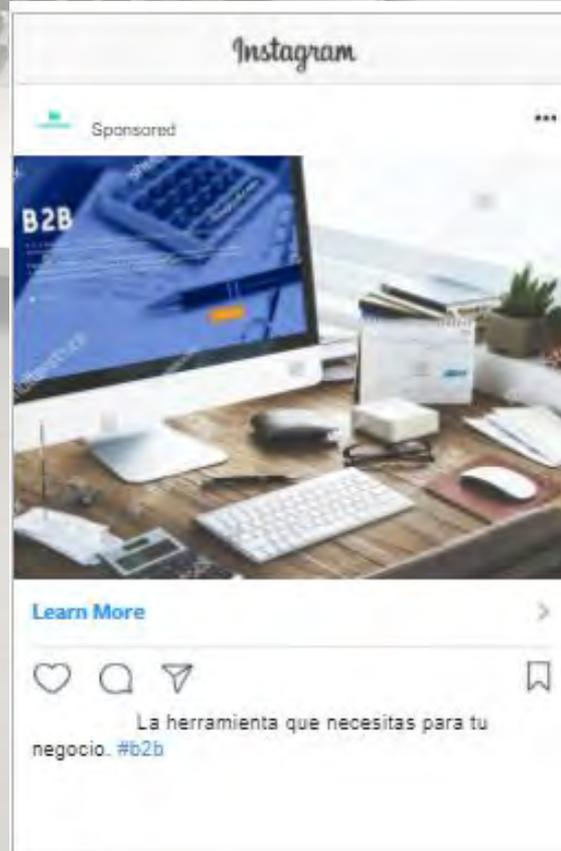
Clics en el enlace  
No disponible

La precisión de las estimaciones se

# En Facebook hay gran variedad de ubicaciones

Plataformas	
Facebook	✓
Noticias	✓
Artículos instantáneos	✓
Videos in-stream	
Columna derecha	✓
Videos sugeridos	
Instagram	✓
Noticias	✓
Stories	✓
Audience Network	✓
Nativo, banner e intersticial	✓
Videos in-stream	
Videos con premio	
Messenger	✓
Inicio	✓
Mensajes publicitarios	

# No todas valen para todos los negocios



# Rendimiento por ubicación

Account Overview | Campaigns | Ad Sets | Ads

+ Create Campaign | Duplicate | Edit | Create Rule

Columns: Def + Breakdown

Campaign Name	CPC (Cost per Link Click)	Link Clicks	Landing Page Views	Impressions	CTR (Link Click-Throu...	Website Purchases (Click Attribution)	Cost per Website Purchase (Click Attribution)
Facebook   Feed: News Feed   Desktop	€0.29	4,567	4,097	216,076	2.11%	9 (28-day)	€148.61 (28-day)
Facebook   Feed: News Feed   Mobile	€0.48	268	246	12,529	2.14%	1	€128.00
Instagram   Feed   Mobile	€0.31	2,802	2,457	116,046	2.41%	6	€143.92
Facebook   Instant Article   Mobile	€0.23	1,408	1,340	77,764	1.81%	2	€160.74
Messenger   Messenger Home   Mobile	€0.19	20	19	1,173	1.71%	—	—
Facebook   Right Column   Desktop	€0.13	24	16	879	—	—	—
Audience Network   Native, Banner & Interstitial   Mobile	€1.27	11	8	4,171	—	—	—
Facebook   Feed: News Feed   Desktop	€0.15	24	3	3,513	0.68%	—	—
Facebook   Feed: News Feed   Mobile	€0.13	1,599	1,388	33,703	4.74%	2 (28-day)	€108.76 (28-day)
Facebook   Feed: News Feed   Mobile	€0.28	50	47	1,579	3.17%	—	—
Facebook   Feed: News Feed   Mobile	€0.13	1,325	1,134	23,349	5.67%	1	€168.41
Instagram   Feed   Mobile	€0.14	503	506	7,800	5.94%	1	€168.41

This shows the breakdown of results by placement (ex: Facebook desktop News Feed, Instagram mobile News Feed) where your ad was shown.

BY DELIVERY: None, Age, Gender, Age and Gender, Business Locations, Country, Region, DMA Region, Impression Device, Platform, Platform & Device, Placement & Device, Product ID, Time of Day (Ad Account Time Zone), Time of Day (Viewer's Time Zone)

BY ACTION: €168.41, €60.00, €38.82, €38.82, €38.82

# ¿No sabes por dónde empezar?

	Facebook	Instagram	Audience Network
Reconocimiento de marca	X	X	
Interacción	X	X	
Visualización de videos	X	X	X
Instalación de App	X	X	X
Tráfico	X		X
Ventas de catálogo de productos	X		X
Conversiones	X		X

# Ésta es mi versión

	Facebook	Instagram	Audience Netw	Messenger
Reconocimiento de marca	X	X	X	
Interacción	X	X		
Visualización de videos	X	X	X	
Instalación de App	X	X		X
Tráfico	X			
Ventas de catálogo de productos	X			
Leads	X			X
Conversiones	X			X

# CPCs por ubicación

CPC by Placement



2016 Q3 Update





# Error 13.

## Entrega 24/7



# Es posible ajustar las horas en las que tu anuncio aparece

Programación de anuncios ⓘ

Publicar los anuncios continuamente

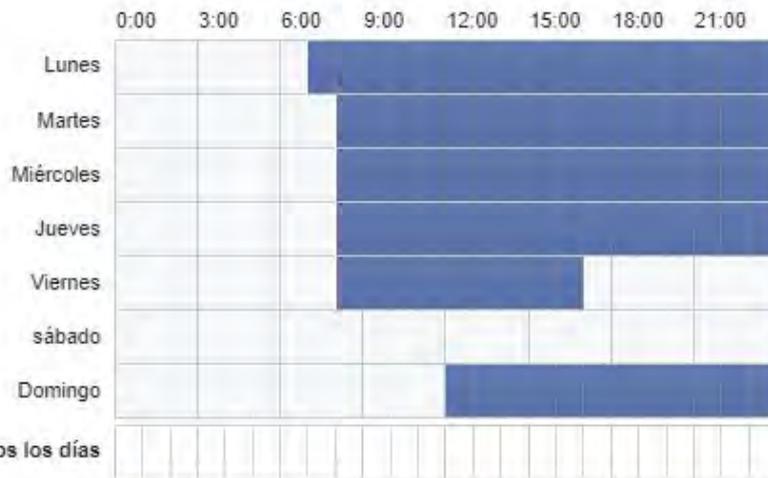
Publicar anuncios según un periodo de tiempo

Usar zona horaria de la persona que ve el anuncio ▾

Usar zona horaria de la persona que ve el anuncio

Usar la zona horaria de esta cuenta publicitaria (Hora de Madrid)

su hora local.



■ Horas programadas

# D. TEST





# Error 14.

No testear

# Nueva funcionalidad Test & Learn

Test and Learn

Search



Mai

Test Learn

## What question do you want to answer?



Which campaign causes the lowest cost conversions to occur?

**What you'll get:** We'll calculate and compare the cost per incremental conversion of 2 campaigns. [Learn more.](#)

**What you'll need:**

- A Facebook ad account with active, auction campaigns.
- Events that are being tracked via a Facebook pixel, app or an offline data source.

Set Up Test



How many conversions are all my Facebook ads causing?

**What you'll get:** We'll tell you how much your Facebook ad account increases the rate at which people convert or purchase your product or service. [Learn more.](#)

**What you'll need:**

- A Facebook ad account with active campaigns.
- Events that are being tracked via a Facebook pixel, app or an offline data source.

Set Up Test

# Nueva funcionalidad Test & Learn

### Set Up Test

 **Ad account:**  
Which campaign causes the lowest cost conversions to occur?

---

**Test Name**  
Give your test a name so that you can easily find its results later.

Test Name

---

**Campaigns**  
Select 2 campaigns to compare in this test. [Learn more.](#)

Campaign 1

Campaign 2

---

**Event**  
Select the event that will count as a conversion in this test. [Learn more.](#)

Event Source

---

**Schedule**  
Choose a date range for your test. [Learn more.](#)

Start

End

Pacific Time

Your test will start on 01/27/2018 and will run for 28 days, ending on 02/24/2018.

*Tus errores en publicidad pueden no ser de vida o muerte.  
Pero pueden matar tu negocio.*

**FÓRMATE, TESTEA, PREGUNTA.**

*Lo importante no es el error en sí, es el aprendizaje del mismo.*

@MaiMolina\_



**¡GRACIAS!**

Sigueme en @MaiMolina\_