



MASTERCLASS

**CLAVES PARA OPTIMIZAR TUS
CAMPAÑAS DE PAGO EN
FACEBOOK E INSTAGRAM**

Por Charles Brongniart

Charles Brongniart

**Responsable Identidad Digital de
Hosteltur**

HOSTELTUR



**Hacer campañas en redes
sociales requiere de una
pequeña estrategia, creatividad y
mucho sentido común"**

INTRO

¿QUÉ SON LAS CAMPAÑAS DE PAGO EN FACEBOOK E INSTAGRAM?

Comúnmente llamado: Social Ads

Lo que hacemos, es publicidad en redes sociales para llegar a un público objetivo bien definido. Nos centraremos en Facebook & Instagram.

"Hacer campañas en redes sociales requiere de una pequeña estrategia, creatividad y mucho sentido común"

**Dar visibilidad de nuestra
marca / Aumentar su
notoriedad**

**Aumentar la conversión
y las ventas**

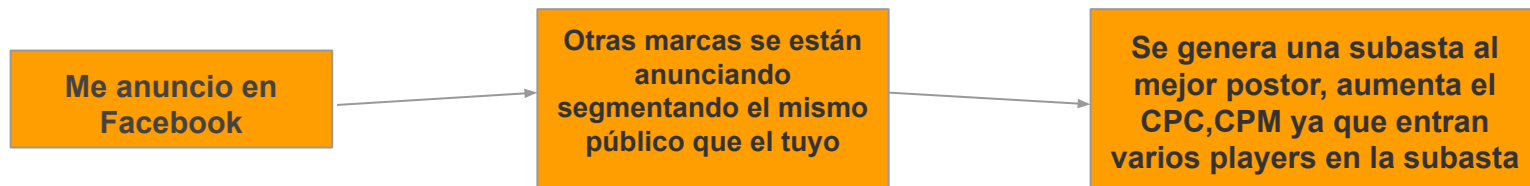
**Crear mayor comunidad o
base de seguidores**

INTRO

¿CÓMO FUNCIONAN LOS ANUNCIOS?

Los anuncios en redes sociales son lo más parecido a una subasta. De allí la importancia de tener **control sobre el presupuesto** y **tener muy definido todos los parámetros posibles**.

De allí que la elaboración de presupuesto depende mucho de la cantidad de players que están anunciándose en el mismo momento que tu, del momento de hacer la campaña y del tipo de público objetivo que vamos a atacar



No existe coste alto ni bajo por anunciarse, siempre y cuando el ROI que te dé sea bueno.

CPC: Coste por Clic · CPM: Coste por cada mil impresiones

DEFINE TU OBJETIVO DE MARKETING

TIPOS DE ANUNCIOS · FACEBOOK

Según donde te quieras anunciar, tanto Facebook como Instagram te ofrecen varias opciones para optimizar tus anuncios y se puedan adaptar al máximo a lo que estés buscando.

3 pilares:

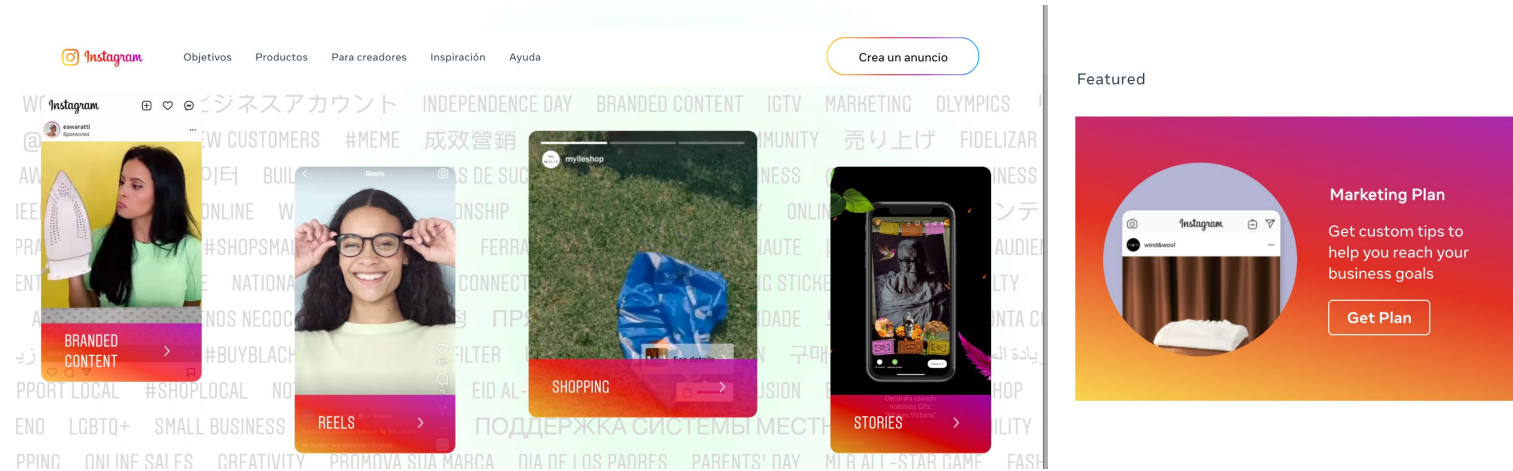
- Reconocimiento
- Consideración
- Conversión

Reconocimiento	Consideración	Conversión
 Reconocimiento de marca	 Tráfico	 Conversiones
 Alcance	 Interacción	 Ventas del catálogo
	 Instalaciones de la app	 Visitas en el negocio
	 Reproducciones de video	
	 Generación de clientes potenciales	
	 Mensajes	

Utiliza: <https://business.facebook.com/>

DEFINE TU OBJETIVO DE MARKETING

TIPOS DE ANUNCIOS · INSTAGRAM

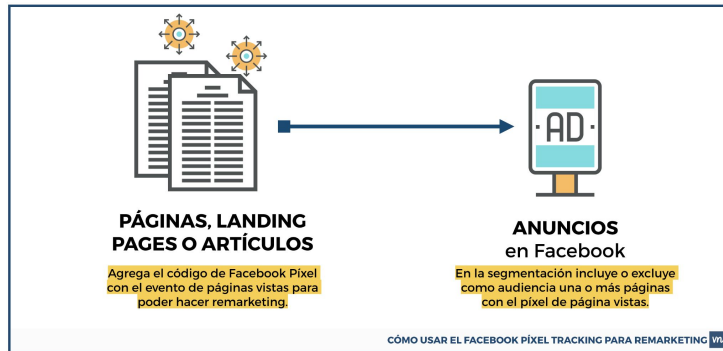


Instagram for Business · Plan Marketing: <https://business.instagram.com/>

NO VENDAS A PUERTA FRÍA

Publicidad en Redes Sociales = Invasión de espacio personal a las personas.

Seguimiento con el PIXEL DE FACEBOOK



CONOCE TU AUDIENCIA

- Ubicación
Incluir + Excluir
- Edad
- Género
- Datos demográficos
- Idiomas
- Conexiones

Audience
Define who you want to see your ads. [Learn More](#)

Create New Audience Use Saved Audience ▾

Custom Audiences Create New ▾
Search existing audiences

Exclude

Locations
Please add a location for your audience or use a Custom Audience.

People living in or recently in this location ▾

Include ▾ Search Locations Browse

Drop Pin

Add Locations in Bulk

Age
18 - 65+

Gender
All genders

Detailed Targeting

[Edit](#)

All demographics, interests and behaviors

Detailed Targeting Expansion:

- Off

Languages

All languages

Hide Options ▾

Connections

All people

PRIORIZA CALIDAD ANTE CANTIDAD

Facebook Ads Audience Size

Broad

Audience Definition



Audience Details:

- Location: United States

Potential Reach: 180,000,000 people

Clearly Defined

Audience Definition



Audience Details:

- Location: San Francisco (+25 mi), California, United States

Potential Reach: 1,920,000 people

Narrow

Audience Definition



Audience Details:

- Location: Los Gatos (+25 mi), California, United States
- Age: 26
- Gender: female
- Interests: Singing
- Relationship Status: Engaged

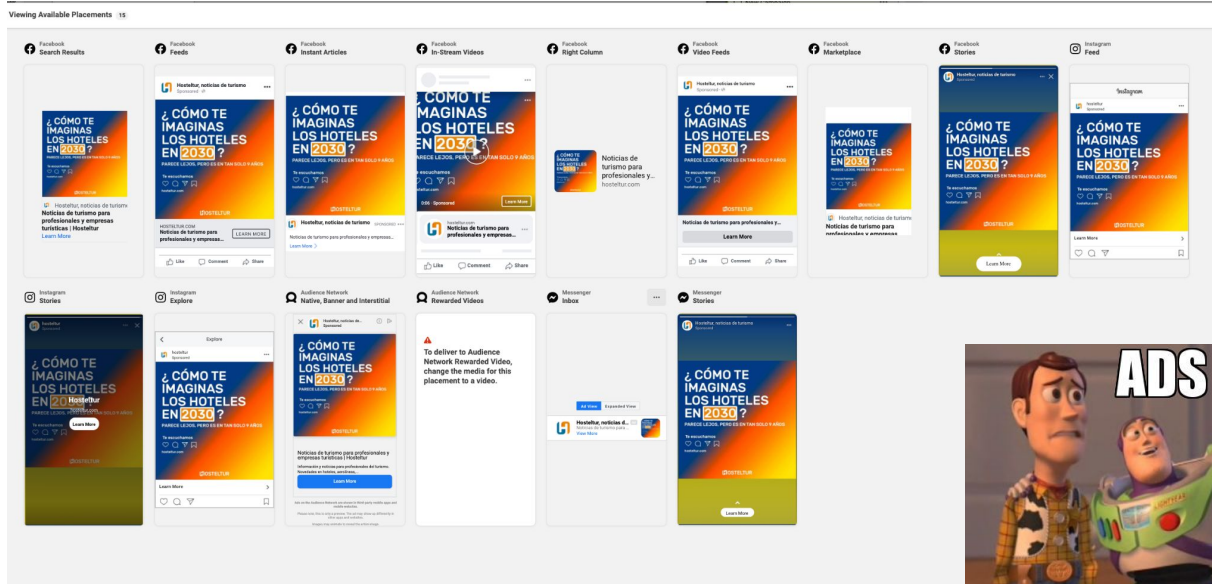
PRESUPUESTO

1. Presupuesto bajo
2. Optimiza
3. Aumenta presupuesto
4. Revisión periódica
5. Analizar resultados finales

Cuidado: cada campaña depende de muchos factores y lo que te ha funcionado en una puede no funcionar en otra parecida.

6

DONDE MOSTRAR LOS ANUNCIOS



7

COPY + CALL TO ACTION CTAs

¡Son importantísimos!

Seducir con el Copy
Enganchar con el CTA

Haz clic ahora!

No te lo pierdas, reserva ahora

¡Llámanos!

Compártelo con tus amigos

CTA
CALL TO ACTION



SHOP NOW



REGISTER NOW



CALL NOW



CONTACT NOW



CLICK NOW



DOWNLOAD



UPLOAD



SEARCH HERE



START TRIAL



SAVE NOW

8

3 segundos para impactar

1.....2.....3.... ¡Impacto!



Recibimos tantos impactos que el usuario pasa encima de ellos y solo se para si realmente le llama mucho la atención

De cada 3 publicaciones, 1 está patrocinada.



El tiempo de impacto es reducido y ha de ser efectivo.

9

SEGUIMIENTO - RETROALIMENTACIÓN





CONCLUSIONES

Ten tus objetivos claros



CONCLUSIONES

Todos los detalles cuentan



CONCLUSIONES

Empieza con poco y ve aumentando tu presupuesto



CONCLUSIONES

No existe coste alto si el ROI es óptimo



¡GRACIAS POR ASISTIR!