

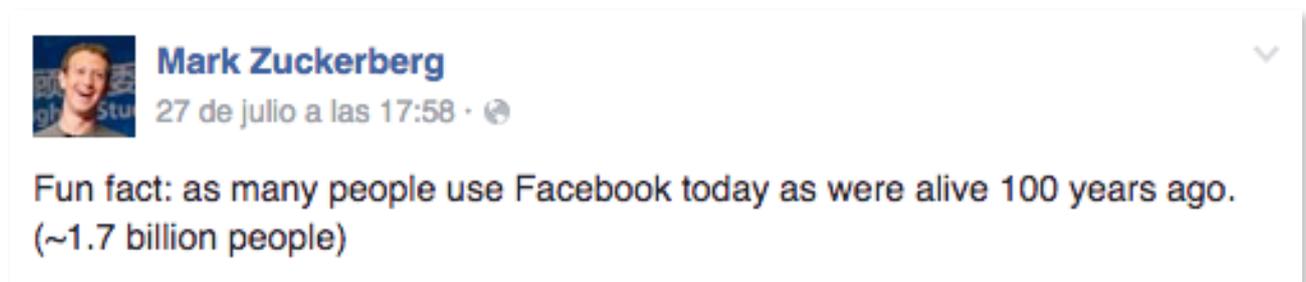
# *APRENDAMOS* **MARKETING**

GUIA RÁPIDA PARA  
CREAR UNA  
CAMPAÑA DE  
ANUNCIOS EN  
FACEBOOK

# Introducción

Facebook es una de las mejores plataformas para poder llegar a nuestro mercado objetivo sin importar la industria o el modelo de negocio que tengamos ya que su base de usuarios es muy grande y diversa.

Mark Zuckerberg fundador de Facebook publico en su cuenta de Facebook que hay la misma cantidad de gente utilizando Facebook al 27 de Julio de 2016 que personas hace 100 años:



Gracias a la plataforma de anuncios de Facebook podemos crear campañas que lleven a los clientes por un camino de reconocimiento, consideración y selección de nuestro producto o servicio.

Por otro lado, Facebook como la mayoría de las plataformas de marketing digital **nos permite cuantificar los resultados de las inversiones que se hacen, teniendo una mayor certeza del retorno de inversión** de nuestra publicidad.

## Creación de campañas en Facebook

A continuación te guiaremos paso a paso para que puedas crear tu primer campaña de anuncios en Facebook.

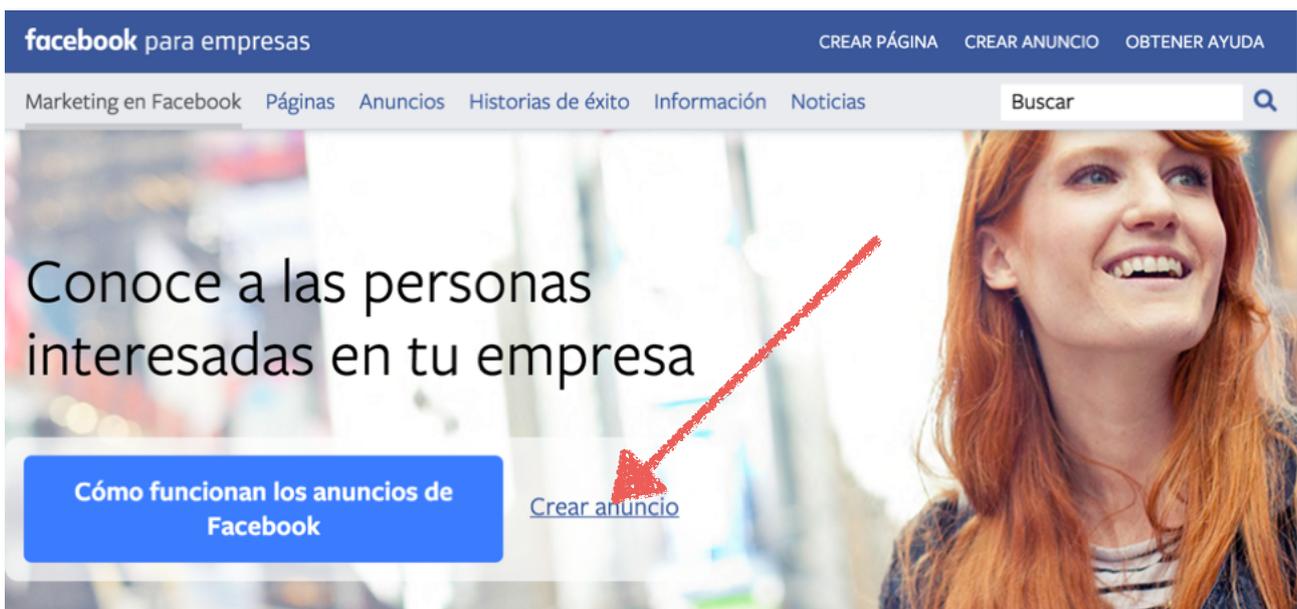
Para crear una campaña en Facebook es necesario que tengas una página de negocio en Facebook, si aun no la tienes la puedes crear gratis [aquí](#). La página de negocio al menos debe de tener la información

completa del negocio (ubicación, sitio web, teléfono), foto de perfil y foto de portada.

Ahora sí, estas listo para empezar a crear tus campañas en Facebook. Lo primero es entender la estructura que tiene una campaña de anuncios en Facebook, las campañas en Facebook tienen 3 niveles principales que son:

- Campaña
- Conjunto de Anuncios
- Anuncios

Para crear las campañas de anuncios en Facebook debemos entrar a <https://www.facebook.com/business/> y dar click en “Crear anuncio”.



## Campaña

Este es el nivel de mayor jerarquía en las campañas y es en donde se define el objetivo de la campaña, una vez que se elige no se puede editar después, los objetivos que existen actualmente son los siguientes:

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
	 Generar clientes potenciales para tu negocio	

Los objetivos se dividen en las tres principales de un embudo de ventas dependiendo el objetivo de marketing (reconocimiento, consideración y conversión). **En esta guía te enseñaremos como configurar una campaña para atraer personas hacia un sitio web**, Facebook automáticamente optimizara la campaña para obtener la mayor cantidad de clics a tus sitio web al menor precio.

Reconocimiento	Consideración	Conversión
 Promocionar tus publicaciones	<input checked="" type="checkbox"/> <a href="#">Atraer personas a tu sitio web</a>	 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
	 Generar clientes potenciales para tu negocio	



### Clics en el sitio web

Aumenta el número de visitas a tu sitio web.

Nombre de la campaña

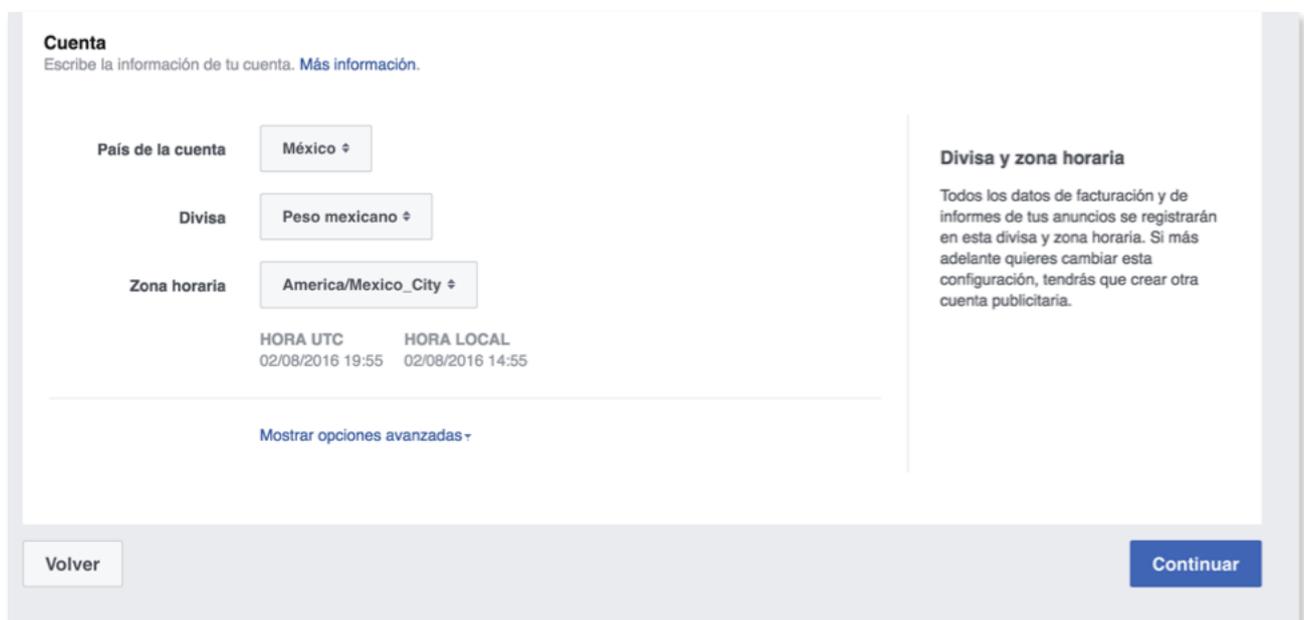
[Crear cuenta publicitaria](#)

En caso de que quieras optimizar tus campañas para obtener registros o compras recomendamos usar el objetivo “*Aumentar las conversiones en tu sitio web*”, aunque requiere un poco de trabajo adicional ya que hay que insertar los pixeles de seguimiento en la página de destino para poder optimizar los anuncios a la gente con mas probabilidades de hacer una compra o solicitar información. Si quieres aprender como hacerlo, en el curso [“Facebook para Negocios”](#) lo enseñamos a detalle.

## Cuenta publicitaria

Si es la primera vez que creas una campaña de anuncios en Facebook será necesario que configures tu cuenta publicitaria, esta cuenta es en la que se harán los cobros, aquí debes de definir la divisa que quieres utilizar, país de la cuenta y zona horaria que quieres que muestren tus reportes.

**Te recomendamos elegir la moneda local de tu país de origen para que puedas tener un mejor control de tus gastos** y que no dependas de manera directa del tipo de cambio.



**Cuenta**  
Escribe la información de tu cuenta. [Más información.](#)

**País de la cuenta** México ↕

**Divisa** Peso mexicano ↕

**Zona horaria** America/Mexico\_City ↕

**Divisa y zona horaria**  
Todos los datos de facturación y de informes de tus anuncios se registrarán en esta divisa y zona horaria. Si más adelante quieres cambiar esta configuración, tendrás que crear otra cuenta publicitaria.

**HORA UTC** 02/08/2016 19:55    **HORA LOCAL** 02/08/2016 14:55

[Mostrar opciones avanzadas ▾](#)

[Volver](#) [Continuar](#)

## Conjunto de Anuncios

En los conjuntos de anuncios hacemos 3 configuraciones clave para nuestras campañas:

- Público
- Ubicaciones
- Presupuesto y Calendario

El **público** se refiere a la segmentación que elegimos para nuestras campañas podemos elegir segmentar por lugares, edad, sexo, idiomas, datos demográficos, intereses y comportamientos.

**Público**  
Define quién quieres que vea tus anuncios. [Más información.](#)

**Públicos personalizados** ⓘ Elige un público personalizado | [Explorar](#)

[Crear](#) ▼

**Lugares** ⓘ Todas las personas en este lug... ▼

México

📍 México

📍 Incluir ▼ | [Agrega lugares](#)

MAPA ▼

[Agregar varios lugares...](#)

**Edad** ⓘ 18 ▼ - 65+ ▼

**Sexo** ⓘ **Todos** | Hombres | Mujeres

**Idiomas** ⓘ Ingresar un idioma...

---

**Segmentación detallada** ⓘ **INCLUIR personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones** ⓘ

[Agrega datos demográficos, intereses o comportamien...](#) | [Sugerencias](#) | [Explorar](#)

[Excluir personas](#)

---

**Conexiones** ⓘ [Agregar un tipo de conexión](#) ▼

Te recomendamos elegir algunos intereses relevantes para tu mercado objetivo e intentar segmentar de manera adecuada a tu nicho de mercado. Puedes descargar gratis una plantilla para crear tu arquetipo de clientes [aquí](#).

Dependiendo los criterios que hayas elegido para segmentar y su alcance geográfico podrás verificar que tan definido esta el público , es importante verificar que esté en la zona verde.

### Definición del público



Tu selección de público es bastante amplia.

Para efectos de esta guía supongamos que queremos enviar a usuarios con un anuncio en Facebook a una página que ofrece cursos de meditación con Reiki. Entonces segmentamos los anuncios para un mercado de mujeres mexicanas de 25 a 40 años con intereses en meditación y Reiki.

Lugares ? Todas las personas en este lug.. ▾

México

📍 México

📍 Incluir ▾ | Agrega lugares

Agregar varios lugares...

Edad ? 25 ▾ - 40 ▾

Sexo ? Todos Hombres **Mujeres**

Idiomas ? Ingresa un idioma...

---

Selección detallada ? INCLUIR personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones ?

Intereses > Intereses adicionales

**Reiki**

Agrega datos demográficos, intereses o comportamien... | **Sugerencias** | **Explorar**

y TAMBIÉN DEBEN cumplir con al menos UNA de las siguientes condiciones ? ✕

Intereses > Fitness y bienestar

**Meditación**

Agrega datos demográficos, intereses o comportamien... | **Sugerencias** | **Explorar**

Excluir personas o Acotar más

### Características del público:

- Lugar:
  - México
- Edad:
  - 25 - 40
- Sexo:
  - Mujeres
- Ubicaciones:
  - Sección de noticias de computadoras, Sección de noticias de dispositivos móviles o Columna derecha de computadoras
- Personas que coinciden con:
  - Intereses: Reiki
- Y también debe coincidir con:
  - Intereses: Meditación

Las **ubicaciones** se refiere al lugar en donde aparecen nuestros anuncios, podemos elegir que solamente aparezcan en celulares, en computadoras en Instagram o en todas.

La elección dependerá del objetivo de la campaña, nosotros recomendamos quitar Instagram y la Audience Network en esta primera campaña, ya que si queremos hacer una campaña para Instagram es mejor crearla de manera aislada por que el contenido y forma de comunicación en esta red social es diferente y la Audience Network no nos ha dado muy buenos resultados en las campañas que hemos creado.

**Ubicaciones**  
Define dónde quieres que aparezcan tus anuncios. [Más información.](#)

**Ubicaciones** ⓘ

 Sección de noticias del celular ⓘ	<input checked="" type="checkbox"/>
 Instagram	<input checked="" type="checkbox"/>
 Audience Network ⓘ	<input checked="" type="checkbox"/>
 Sección de noticias de la computadora ⓘ	<input checked="" type="checkbox"/>
 Columna derecha de la computadora	<input checked="" type="checkbox"/>

**Dispositivos móviles**

Todos los dispositivos móviles ▾

- Todos los dispositivos móviles
- Solo dispositivos Android
- Solo dispositivos iOS
- Solo teléfonos básicos

El **presupuesto** del grupo de anuncios se puede fijar de manera diaria o por el tiempo que dure el conjunto activo.

**Presupuesto y calendario**  
Define cuánto quieres gastar y cuándo quieres que se muestren tus anuncios. [Más información.](#)

Presupuesto ⓘ Presupuesto diario ▾ \$200,00

Calendario ⓘ  Presupuesto diario  
 Presupuesto del conjunto de anuncios  
 Definir una fecha de inicio y de finalización

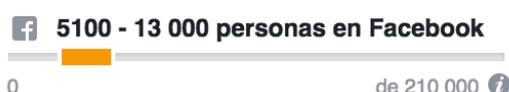
No gastarás más de \$1400,00 a la semana.

[Mostrar opciones avanzadas ▾](#)

Al momento de fijar el presupuesto también podemos definir si queremos una fecha de inicio y finalización para nuestro conjunto de anuncios o simplemente dejarlo activo de manera continua a partir del momento que sea crea.

Una vez que asignamos el presupuesto podemos ver el alcance diario estimado en base al presupuesto que definimos.

#### Alcance diario estimado



Esta es solo una estimación. Los números indicados se basan en el rendimiento promedio de los anuncios dirigidos al público seleccionado.

Al terminar con la configuración de tu conjunto de anuncios te recomendamos que pongas un nombre fácil de recordar para este conjunto de anuncios dependo de las características de segmentación que elegiste por ejemplo:

Nombre del conjunto de anuncios ⓘ

MX - Mujeres- Reiki y Meditación- 25-40

Si quieres hacer pruebas con diferentes públicos objetivos debes de crear un nuevo conjunto de anuncios una vez que hayas terminado con la configuración completa de la campaña, en esta guía rápida no cubrimos a detalle este punto pero si te interesa aprender mas al respecto puedes revisar nuestro curso de [“Facebook para negocios”](#).

## Anuncios

Los anuncios es el nivel mas bajo de jerarquía en las campañas, cada conjunto de anuncios puede tener mas de 1 anuncio en esta etapa de la creación de campaña debes de configurar 3 cosas:

- Formato
- Contenido

- Página y enlaces

En el **formato** puedes elegir mostrar una sola imagen o video o mostrar a partir de 3 imágenes o videos en formato de carousel, la opción mas sencilla es utilizar el formato de una sola imagen.

### Formato

Elige cómo quieres que se vea tu anuncio.

-  **Una sola imagen o un solo video en los anuncios**  
Muestra solo una imagen o un video por vez en tu anuncio. [Más información.](#)
-  **Varias imágenes en un anuncio**  
Muestra hasta cinco imágenes a la vez sin costo adicional. [Más información.](#)

La siguiente parte es el contenido multimedia para el anuncio, puede ser imágenes, video o una presentación de imágenes que se muestran con transiciones, para esta primer campaña utilizaremos imágenes.

### Contenido multimedia

Elige la imagen o el video que quieres usar en tus anuncios.

 <p><b>Imágenes</b> Sube tus propias fotos, elige imágenes de tu página de Facebook o usa imágenes estándar</p>	 <p><b>Presentación</b> Sube o elige entre 3 y 7 fotos que se reproducirán como un video</p>	 <p><b>Video</b> Sube un video o elige uno de tu biblioteca</p>
--	---	--

Al dar click en imagenes tenemos la opción de agregar imágenes dando click en “*Subir imagenes*” o podemos buscar “*Imágenes estándares gratuitas*”.

### Contenido multimedia

Elige la imagen o el video que quieres usar en tus anuncios.

[< Volver](#)

SELECCIONAR IMÁGENES

#### Selecciona imágenes para crear uno o varios anuncios

Puedes crear hasta 6 anuncios a la vez si subes varias imágenes. [Más información.](#)

Explorar fototeca

Imágenes estándar gratuitas



Subir imágenes

#### Especificaciones de imagen recomendadas

- Tamaño de imagen recomendado: **1200 x 628 píxeles**
- Relación de aspecto de la imagen: **1.91:1**
- Para maximizar la entrega del anuncio, usa una imagen que contenga **muy poco texto superpuesto o nada..** [Más información.](#)

Una opción para crear imágenes en caso de no tener acceso a un programa de diseño es utilizar el servicio en línea de [canva.com](https://www.canva.com) o utilizar alguna imagen estándar de acuerdo a nuestras necesidades como lo haremos en este ejemplo.

Al elegir la opción de imágenes estándar podemos utilizar el buscador para buscar imágenes relacionadas con el producto o servicio que ofrecemos, recomendamos elegir al menos 2 imágenes para poder hacer una prueba y ver con cual responde mejor el mercado.

### Seleccionar imágenes

Fototeca | **Imágenes estándar** | Subir imágenes

reiki PATROCINADO POR SHUTTERSTOCK

Algunas de las imágenes estándar podrían no adherirse a las políticas de Facebook. Lee nuestras Políticas de publicidad antes de seleccionar una imagen.

Imágenes seleccionadas (3 de 6)

Cerrar

La última etapa antes de terminar la campaña es la de seleccionar la página y enlaces del anuncio, en esta parte debemos de además definir el sitio web al que dirigiremos a la gente que de clic en nuestro anuncio, el título del anuncio y el texto.

**Página y enlaces**  
Escribe el texto para el anuncio. [Más información.](#)

**Conectar una página de Facebook**  
Tu empresa está representada en los anuncios por su página de Facebook o una cuenta de Instagram.

Spa Relajación +

**o Desactivar anuncios de la sección de noticias**

**Cuenta de Instagram**  
Esta página de Facebook representará a tu empresa en los anuncios de Instagram. Si quieres, puedes agregar una cuenta de Instagram.

Spa Relajación (página)   Agregar una cuenta

**URL del sitio web**  
http://www.cursodereiki.com

**Título**  
Curso De Reiki

**Texto**  
Preparate para ser un excelente maestro de Reiki con nuestro curso intensivo de 4 semanas

**Llamada a la acción (opcional)**  
Más información

**Vistas previas de anuncios**  
1 de 3

✓ Sección de noticias de la computadora  
✓ Sección de noticias del celular

Vista previa para teléfono básico Vista previa para smartphone

**Spa Relajación**  
Publicidad ·

Preparate para ser un excelente maestro de Reiki con nuestro curso intensivo de 4 semanas

**Curso De Reiki**  
Cursos de Reiki en Madrid. ... [Más información](#)  
cursodereiki.com

Me gusta Comentar Compartir

✓ Instagram  
✓ Audience Network   
✓ Columna derecha de la computadora

En caso de no tener una página web del negocio se puede crear una página de aterrizaje con una cuenta de prueba de Instapage dando click [aquí](#). El título y texto del anuncio deben de ser relevantes y explicar cual es el beneficio que obtendrá el usuario al dar clic en el mismo.

Del lado derecho están las vistas previas del anuncio en las diferentes ubicaciones que hayas elegido, en este caso aparecen todas por que para este ejemplo elegimos todas las ubicaciones.

Una vez terminado debemos de dar click en el botón verde de “Realizar Pedido”

**Realizar pedido**

Después de realizar el pedido si no has definido una forma de pago aparecerá la siguiente ventana:

The screenshot shows a window titled "Selecciona un método de pago" (Select a payment method) with an "Ayuda" (Help) icon. The main text says "Agrega un nuevo método de pago a tu cuenta publicitaria de Facebook" (Add a new payment method to your Facebook advertising account) with a link to "Condiciones" (Terms). Below this, it says "Mostrar métodos de pago para: México" (Show payment methods for: Mexico). There are two main options: "Tarjeta de crédito" (Credit card) and "PayPal". The "Tarjeta de crédito" option is selected and includes fields for "Número de tarjeta" (Card number), "Vencimiento" (Expiration date) with "MM" and "AA" dropdowns, and "Código de seguridad" (Security code). The "PayPal" option is unselected. At the bottom, there is a checkbox for "Tengo un cupón para canjear" (I have a coupon to redeem) and two buttons: "Cancelar" (Cancel) and "Continuar" (Continue). A security notice at the bottom states "Tu información de pago se guardará de forma segura. Más información." (Your payment information will be stored securely. More information.)

El método de pago disponible dependerá del país, normalmente se puede hacer el pago con tarjeta de crédito o PayPal. Un consejo, en caso de no tener tarjeta de crédito PayPal permite hacer pagos con tarjeta de débito.

Una vez ingresada una tarjeta de crédito válida o una cuenta de PayPal la campaña entrara en un proceso de revisión para posteriormente será publicada.

El cobro lo hará Facebook al método de pago que se haya especificado cada vez que se expida una factura, la primera factura llegara al gastarse \$400 pesos y el "crédito" se ira incrementando conforme aumente la cantidad de facturación.

Una pregunta que nos hacen frecuentemente es *¿Cuánto presupuesto es adecuado destinar a Facebook?* , para esta pregunta no podemos dar una respuesta tajante ya que cada negocio puede gastar mas o menos dependiendo de los resultados que vaya dando, el mínimo que se puede gastar es de 1 USD por conjunto de anuncios diario o 25 pesos mexicanos. **Nuestra recomendación es empezar con cuando menos 10 USD diarios o su equivalente en moneda nacional para poder empezar a ver resultados.**

Otra regla que nosotros recomendamos a nuestros clientes para definir su presupuesto es que hagan un estimado del valor que tiene para ellos un nuevo cliente y que inviertan el equivalente al valor de un cliente e intentar conseguirlo para que tengan un retorno de inversión positivo.

Por ejemplo si te dedica a bienes raíces y la comisión promedio por la venta de una propiedad es de \$60,000. **Seria sensato invertir \$1,000 pesos diarios, ya que si se consigue un cliente en los primeros 30 días se podrá obtener un ingreso de \$60,000 invirtiendo \$30,000.**

Esperamos que esta guía rápida para crear una campaña de anuncios en Facebook haya sido de gran utilidad, si tienes preguntas o comentarios te invitamos a unirte a la conversación en nuestro [Facebook](#).

Si estas interesado en llevar tu conocimiento en Facebook a otro nivel te invitamos a nuestro curso de ["Facebook para negocios"](#)