

Cómo crear una campaña publicitaria deportiva con Facebook Ads



Susi Rodríguez
susi@elurnet.net
Octubre 2017



Qué vamos a ver



- Cómo funciona Facebook
- Por qué Facebook Ads
- Formula de Interacción
- Diccionario Básico
- Funcionalidades
- Tipos de anuncio
- Estrategia, automatización y remarketing
- Facebook Pixel
- Gestión y presupuesto
- Creación de una cuenta publicitaria
- Configuración de una campaña

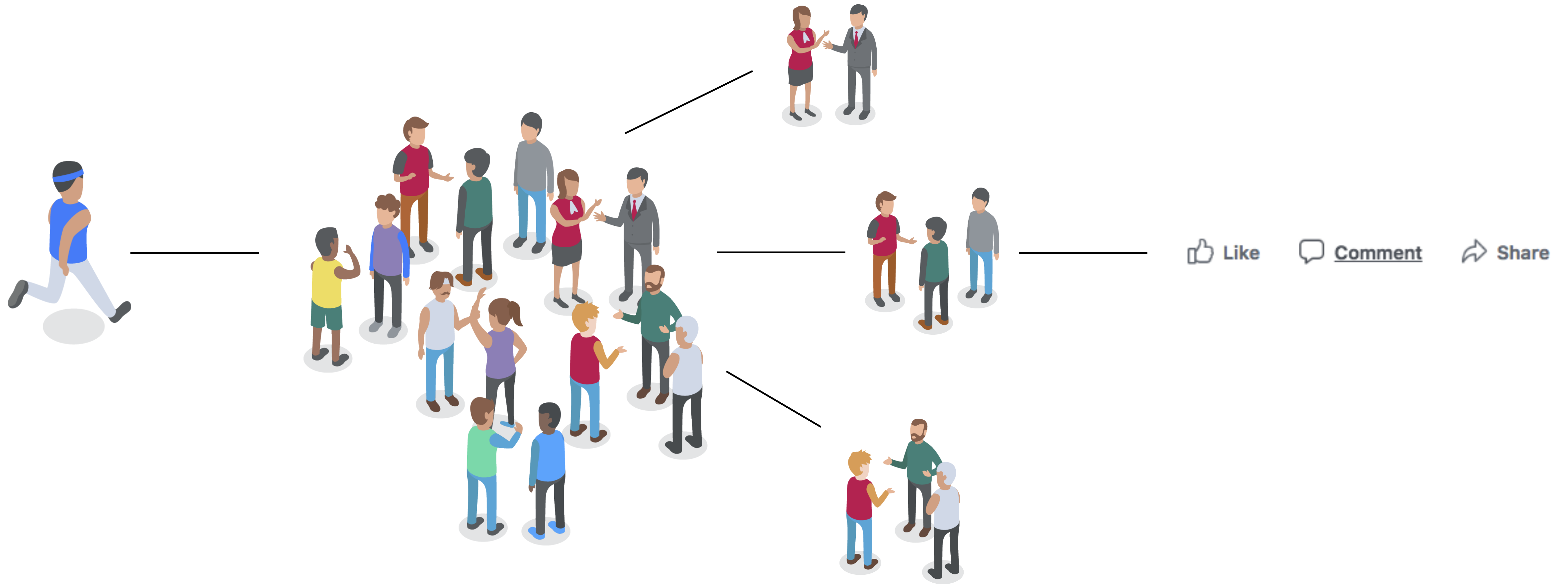


¿Cómo funciona Facebook?



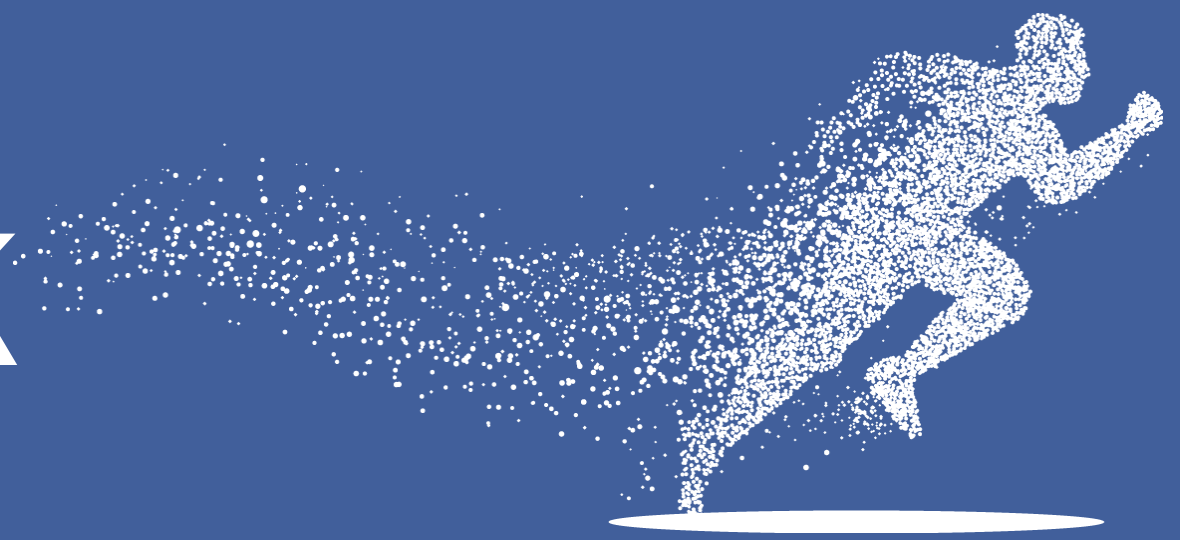


Cómo funciona Facebook





Cómo funciona Facebook



**SI UN SERVICIO ES GRATIS, EL
PRODUCTO ERES TU**



¿Por qué Facebook Ads?



SITUACIÓN



POCO TRÁFICO

La página web/blog no recibe tanto tráfico . Poco posicionamiento en buscadores y el tiempo en página muy limitado.



POCAS VENTAS ORGÁNICAS

Al tener tan poco tráfico, las ventas son mínimas y apenas se cubren los gastos mensuales.



REDES SOCIALES SIN INTERACCIONES

El alcance de redes sociales es mínimo, apenas interactúan con los contenidos y las conversiones de clics son inexistentes.



EMAIL MARKETING

Las campañas de email convierten bien, pero no hay estrategia de automatización y por ende las ventas dependen de lanzamientos puntuales.



¿Por qué Facebook Ads?



- **Solución al bajo alcance orgánico de publicaciones en Fan Pages**
- **Permite llegar de forma precisa a tu público objetivo**



Formula de interacción





Formula de interacción



Cliente / Persona usuaria ideal



Edad
Sexo
Dónde vive
Aficiones

Estado actual

¿Qué tiene?

Estrés /ansiedad

¿Qué siente?

Nerviosismo /
preocupación

¿Cómo es su día
a día?

Siente cansancio,
le cuesta hacer sus tareas
diarias

¿Cual es su
estado?

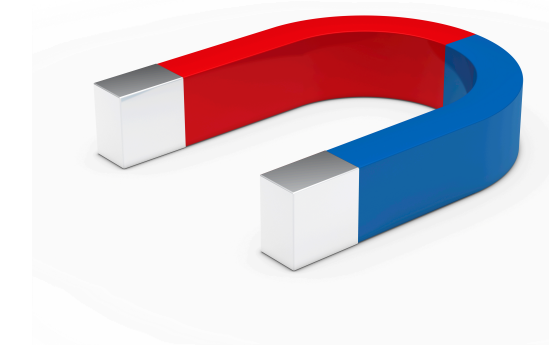
Persona negativa,
irritable, preocupada



Formula de interacción



**Cliente / Persona usuaria
ideal**



¿Quién es?

- Edad, sexo, localización
- ¿Qué quiere conseguir?
- ¿Cuáles son sus sueños?
- ¿Cual es su estilo de vida?
- ¿Cuáles son sus miedos?
- ¿Cómo se siente?

¿Dónde se encuentra?

- ¿De quién o qué es fan?
- ¿A qué grupos pertenece?
- ¿Cuáles son sus aficiones?
- ¿A quién admira?
- ¿Cuales son sus libros, series, revistas favoritas?

¿Cómo lo vas a atraer?

- Jornada de puertas abiertas
- Sesión gratuita
- Descuento
- Guía, e-book, documento
- Vídeo

**¿A donde le llevará
tu producto/ servicio?**

- ¿Cual es su estado después de consumir tu producto/ servicio ?



Formula de interacción



Cliente / Persona usuaria ideal



Edad
Sexo
Dónde vive
Aficiones

Estado actual

¿Qué tiene?

Estrés /ansiedad

¿Qué siente?

Nerviosismo /
preocupación

¿Cómo es su día
a día?

Siente cansancio,
le cuesta hacer sus tareas
diarias

¿Cual es su
estado?

Persona negativa,
irritable, preocupada

Estado posterior

Calma

Alivio, paz, optimismo

Se siente con energia
para afrontar sus tareas
diarias

Persona positiva,
fuerte, capaz de
controlar las situaciones
que se le presentan



Diccionario básico





Diccionario básico



ALCANCE

Número de personas que visualizaron tu anuncio.

ACCIONES

Total de acciones de tu anuncio, incluye enlaces a tu página de destino, me gusta en publicación y en página, comentarios, etc

Todo lo que se genera entorno a tu publicación.

LEAD

Posible cliente que se ha interesado por algún producto o servicio que ofreces rellenando un formulario al llegar a tu web

CONVERSIONES

El total de acciones realizadas por los usuarios y trackeadas con Facebook Pixel. Por ejemplo; captación de Leads, añadir al carrito, inscripción, compra...

FACEBOOK PIXEL

Código “invisible” que te permite realizar un seguimiento de tus conversiones webs. Gracias a él podrás medir diferentes eventos (visitas, inscripciones, etc)

COPY

El texto de tu anuncio.

IMPRESIONES

El número de veces que tu anuncio ha aparecido.

CPC (Coste Por Click)

Coste medio por cada click de nuestro anuncio

PUJA

La cantidad máxima que estamos dispuestos a pagar por cada click o mil impresiones (CPC o CPM)



Diccionario básico



CPM (Coste Por Mil)

El coste medio por cada mil impresiones de tu anuncio

CTR (Click Through Rate)

Es un indicador para medir la eficacia de una campaña publicitaria, el porcentaje de clicks de tu anuncio. Se calcula de este modo:

Total de clicks de tu anuncio / total de impresiones

CPA (Coste Por Acción o Adquisición) / CPL (Coste Por Lead)

El coste medio que pagas por cada acción de tu anuncio (leads, visita web, etc) Si consigues muchas acciones, este coste se reduce siempre.

TC (Tasa de Conversión) / PV (Porcentaje de Ventas)

Métrica que define la tasa o proporción con la que un usuario realiza una conversión.

AOV (Average Order Value)

Es el valor medio de cada venta realizada en nuestra plataforma

RESULTADOS

El número de acciones registradas como resultado de tu anuncio, en función de tu objetivo.

REMARKETING

Técnica de marketing que te permite impactar con anuncios a los usuarios que han visitado una o más páginas

POWER EDITOR

Es la herramienta más completa para creación de anuncios que ofrece Facebook.

BUSINESS MANAGER

Es la herramienta que ofrece Facebook para gestionar de manera profesional Fan Pages y campañas de publicidad.



Diccionario básico



PUBLICO PERSONALIZADO

Es la funcionalidad de Facebook que te permite importar tu base de datos para mostrarle anuncios.

PUBLICO SIMILAR

A través de esta función Facebook te hace llegar usuarios similares a tu publico.

PUBLICO GUARDADO

Es la opción que te permite Facebook para almacenar una segmentación específica de tus anuncios

PRESUPUESTO CONJUNTO DE ANUNCIOS

Es la cantidad que estás dispuesto a pagar por tu conjunto de anuncios.

LANDING PAGE

o Página de aterrizaje, es una página diseñada para que los usuarios realicen algún tipo de conversión; compra, suscripción...



Funcionalidades





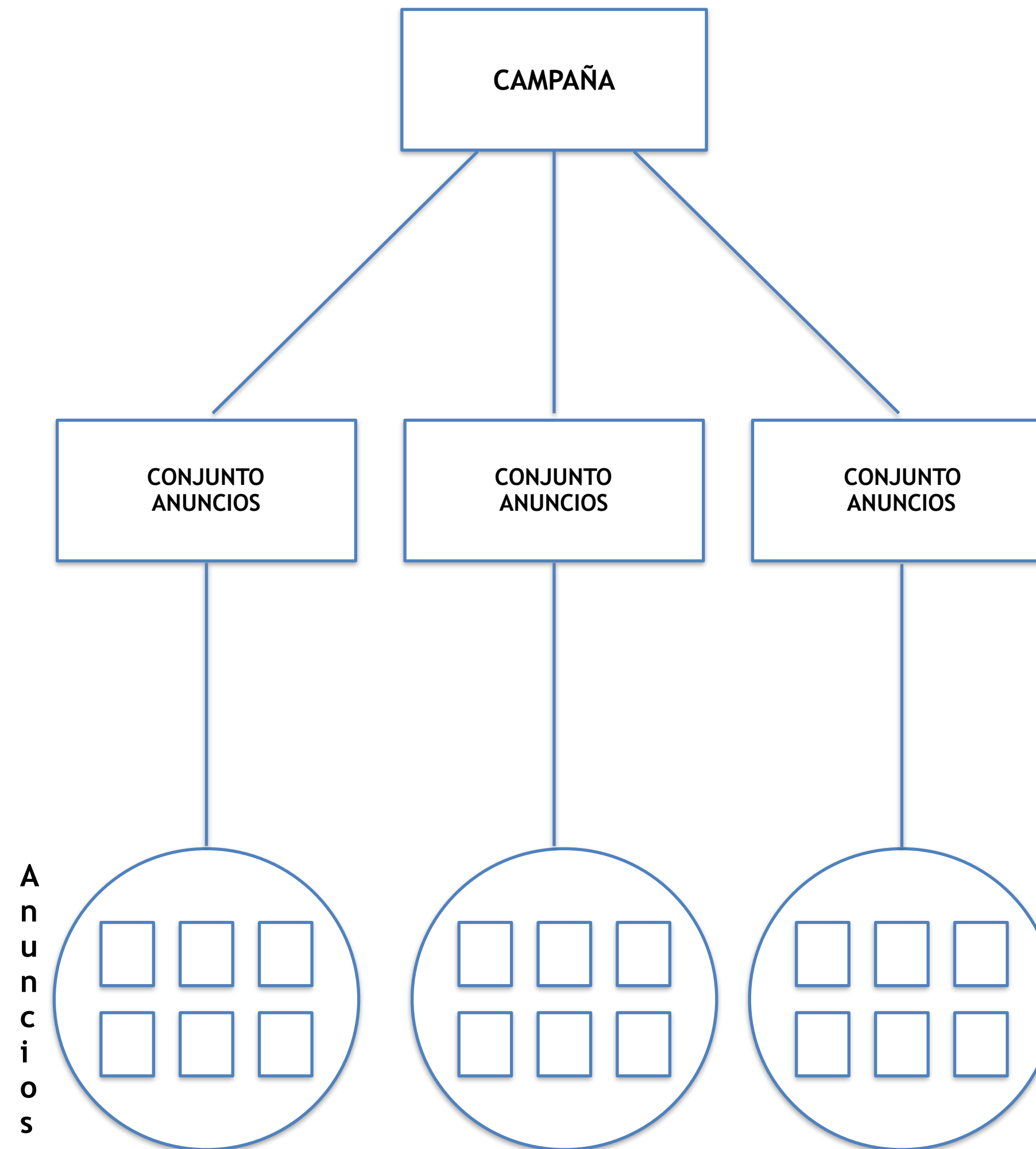
Funcionalidades



1 Campaña por
cada tipo de objetivo
y formato de publicidad

Segmenta y divide tu
campaña en diferentes
conjuntos en función de:
tipo de audiencia, países,
tipo de productos/servicios,
inversión, etc

Diferentes anuncios para validar
el mejor texto, la mejor
imagen y el mejor formato





SEGMENTACIÓN



CONEXIONES

Páginas de Fans, apps, eventos y combinaciones avanzadas
Opción de Incluir y Excluir

AUDIENCIA PERSONALIZADA

Las diferentes audiencias que puedes utilizar
Opción de Incluir y excluir

INTERESES Y COMPORTAMIENTO

Marca los intereses de tu público objetivo, su comportamiento y otras páginas de Facebook que tus usuarios siguen

DATOS DEMOGRÁFICOS

Edad, género, Idioma, Educación, Finanzas, Generación...
Opción de Incluir y Excluir

UBICACIÓN

Elegir el país o ciudad y las zonas cercanas
Opción de Incluir y Excluir



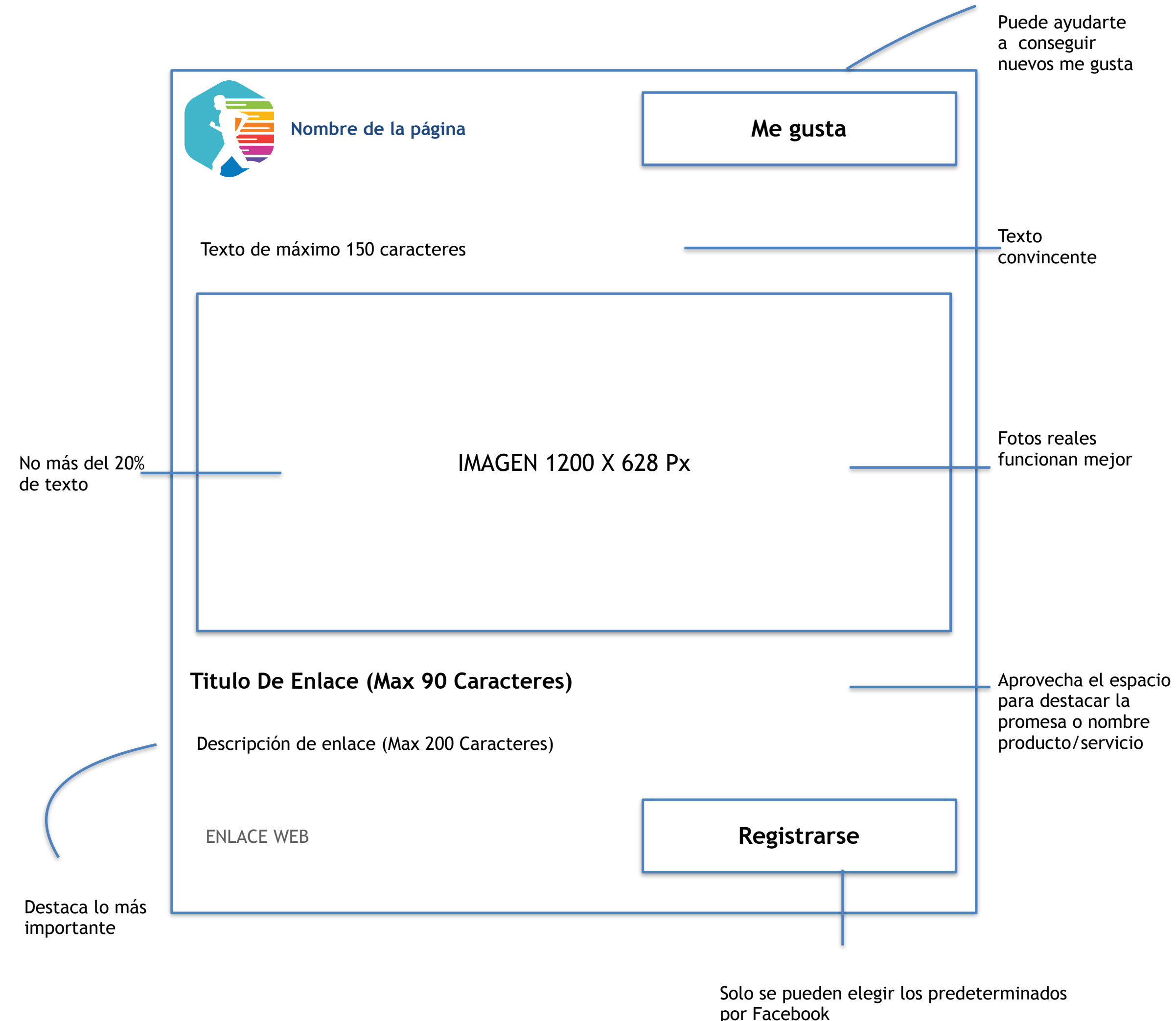


Tipos de Anuncio





Tipología de un anuncio





Para aumentar fans



Nombre de la página

Texto de 90 caracteres máximo

IMAGEN 1200 X 444 Px

Titular: 25 caracteres máximo

Categoría de la página

ME GUSTA



Anuncios con imágenes



Nombre de la página

Me gusta

Texto de máximo 500 caracteres

IMAGEN 1200 X 628 Px



Anuncios con enlaces



Nombre de la página

Texto: 500 caracteres máximo

IMAGEN 1200 X 444 Px

Titular: 25 caracteres máximo

Texto (Max 200 Caracteres)

ENLACE WEB

Botón llamada a la acción



Anuncios con multiples imágenes



	Nombre de la página	Me gusta	
Texto de máximo 150 caracteres			
IMAGEN 600 X 600 Px		IMAGEN 600 X 600 Px	
Titular (Max 25Caracteres)		Titular (Max 25Caracteres)	
Descripción de enlace (Max 30 caracteres)		Descripción de enlace (Max 30 caracteres)	



Anuncios con ofertas



Nombre de la página

Texto de máximo 90 caracteres

IMAGEN 1200 X 628 Px

Título De Enlace (Max 25 Caracteres)

Descripción de enlace (Max 200 Caracteres)

Llamada a la acción oferta



Anuncios con eventos



Nombre de la página

Texto de máximo 90 caracteres

IMAGEN 1200 X 444 Px

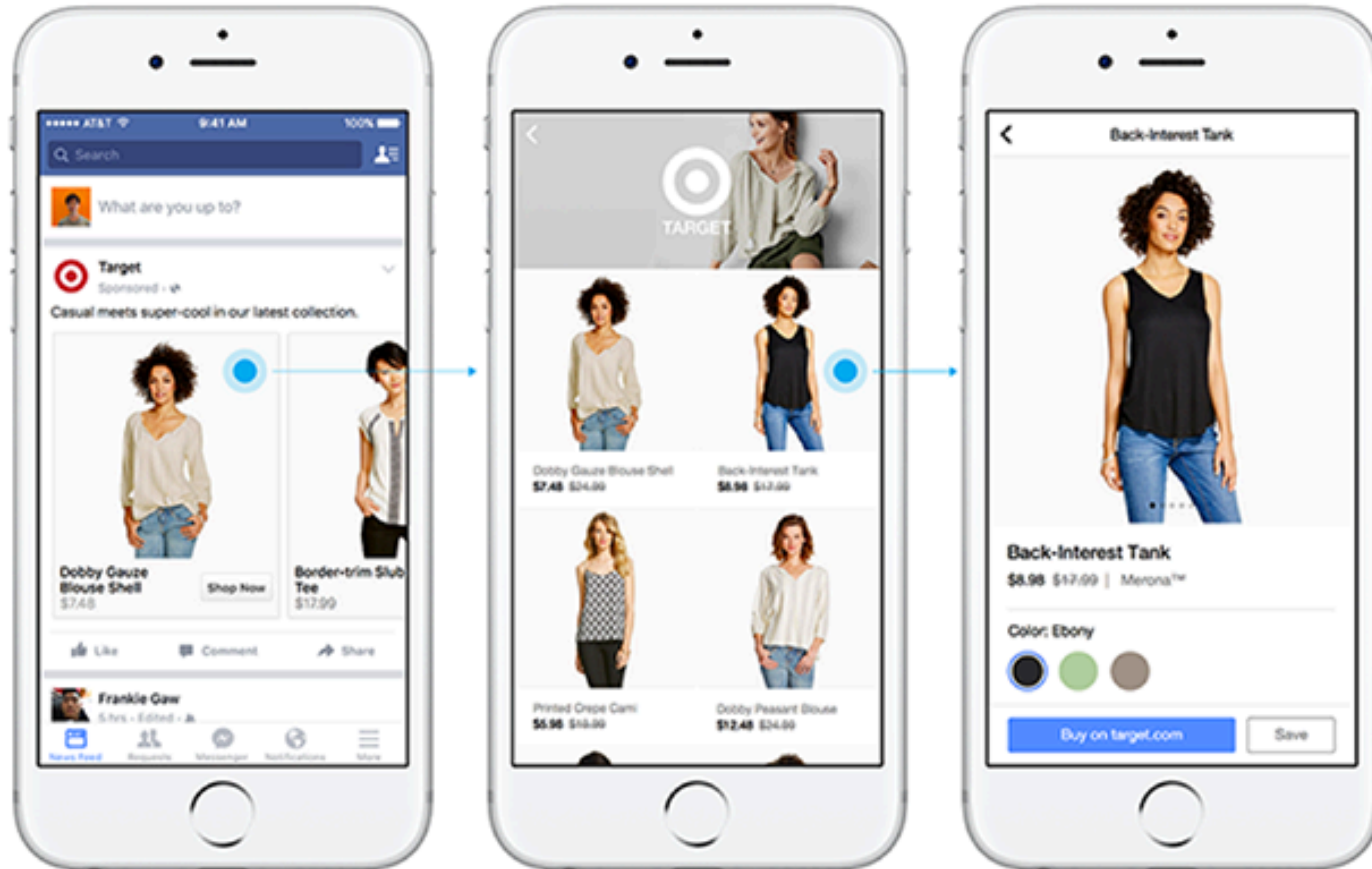
Título De Enlace (Max 25 Caracteres)

Descripción de enlace (Max 200 Caracteres)

Únete

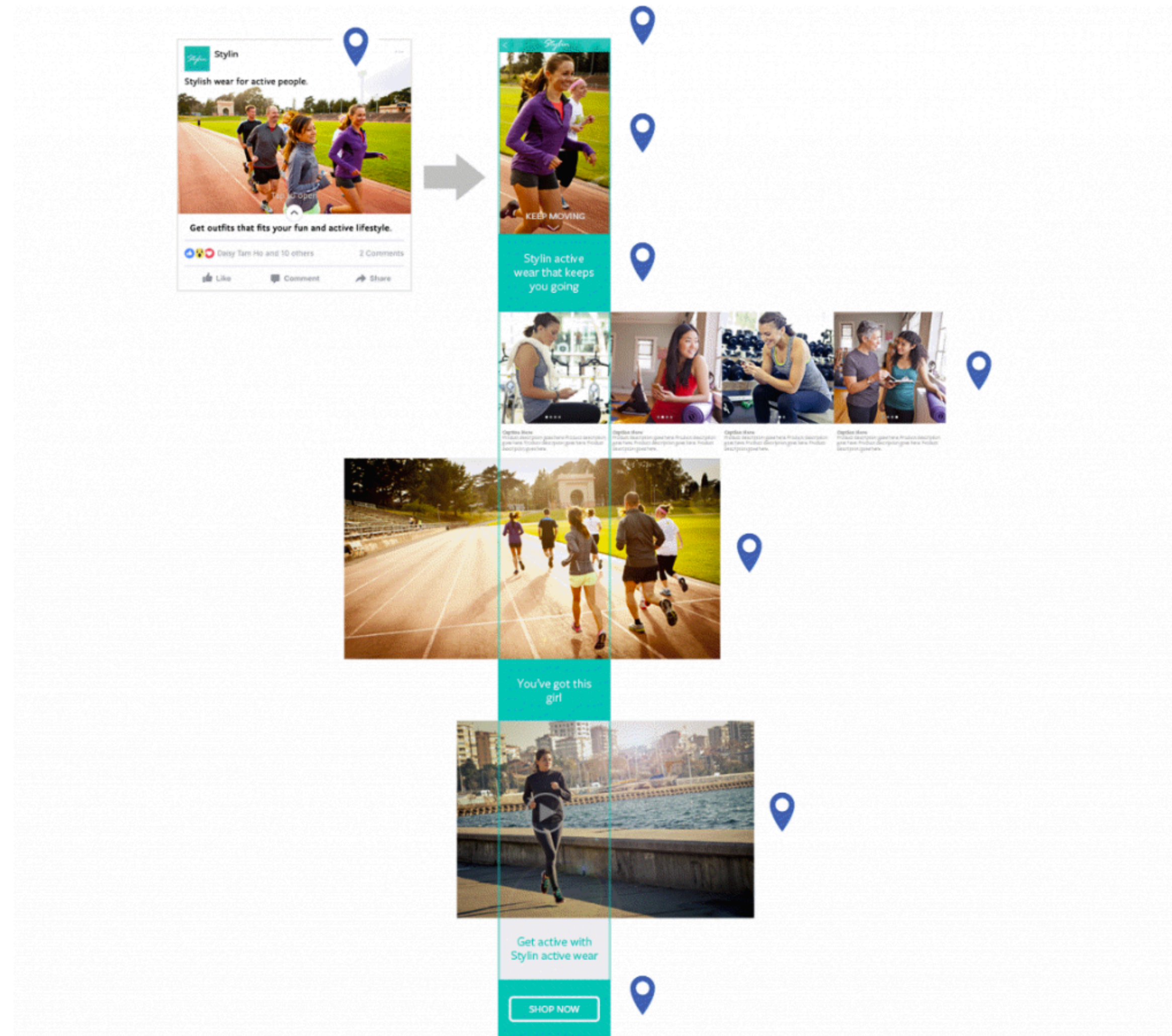


CANVAS



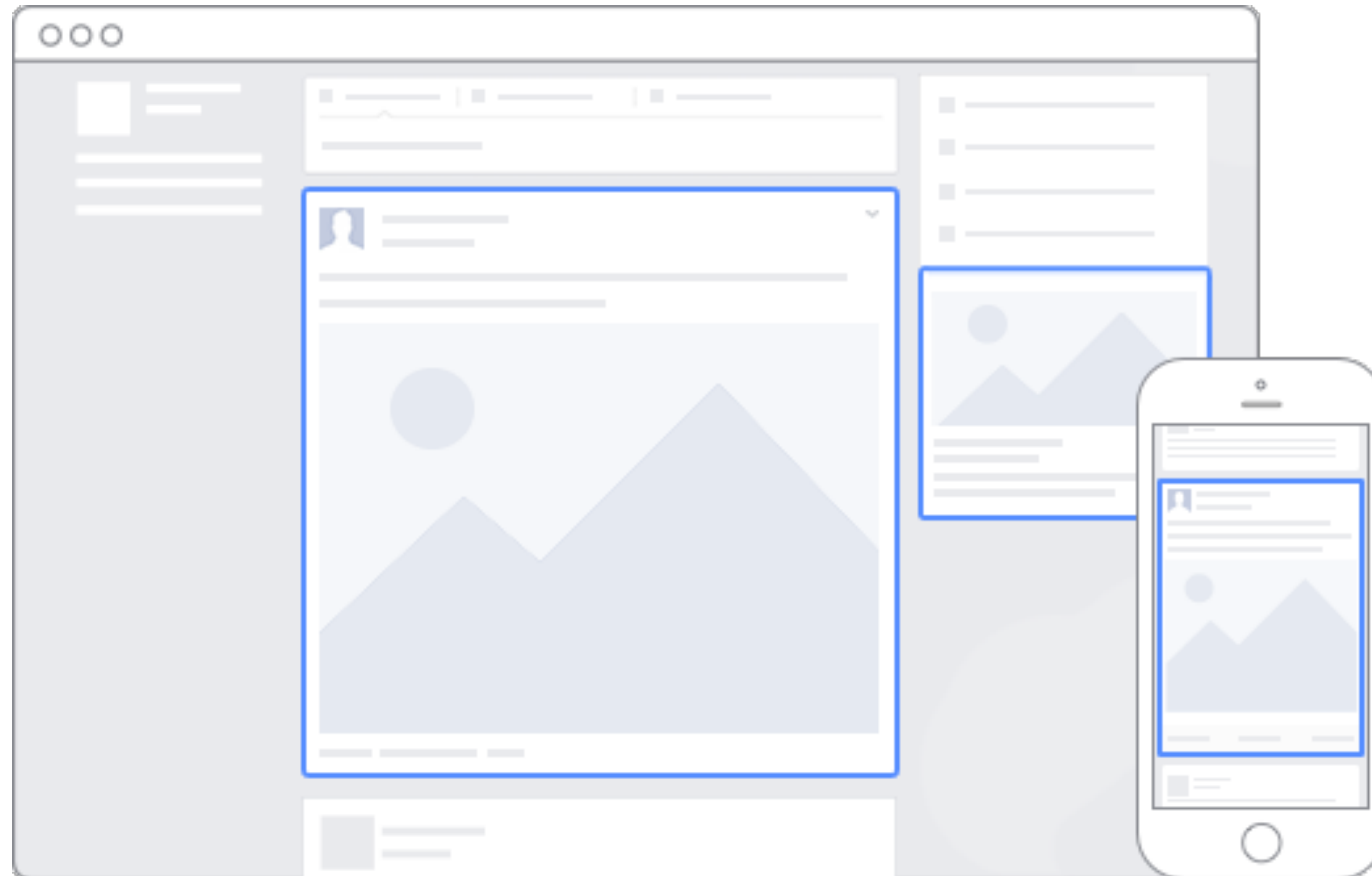


CANVAS





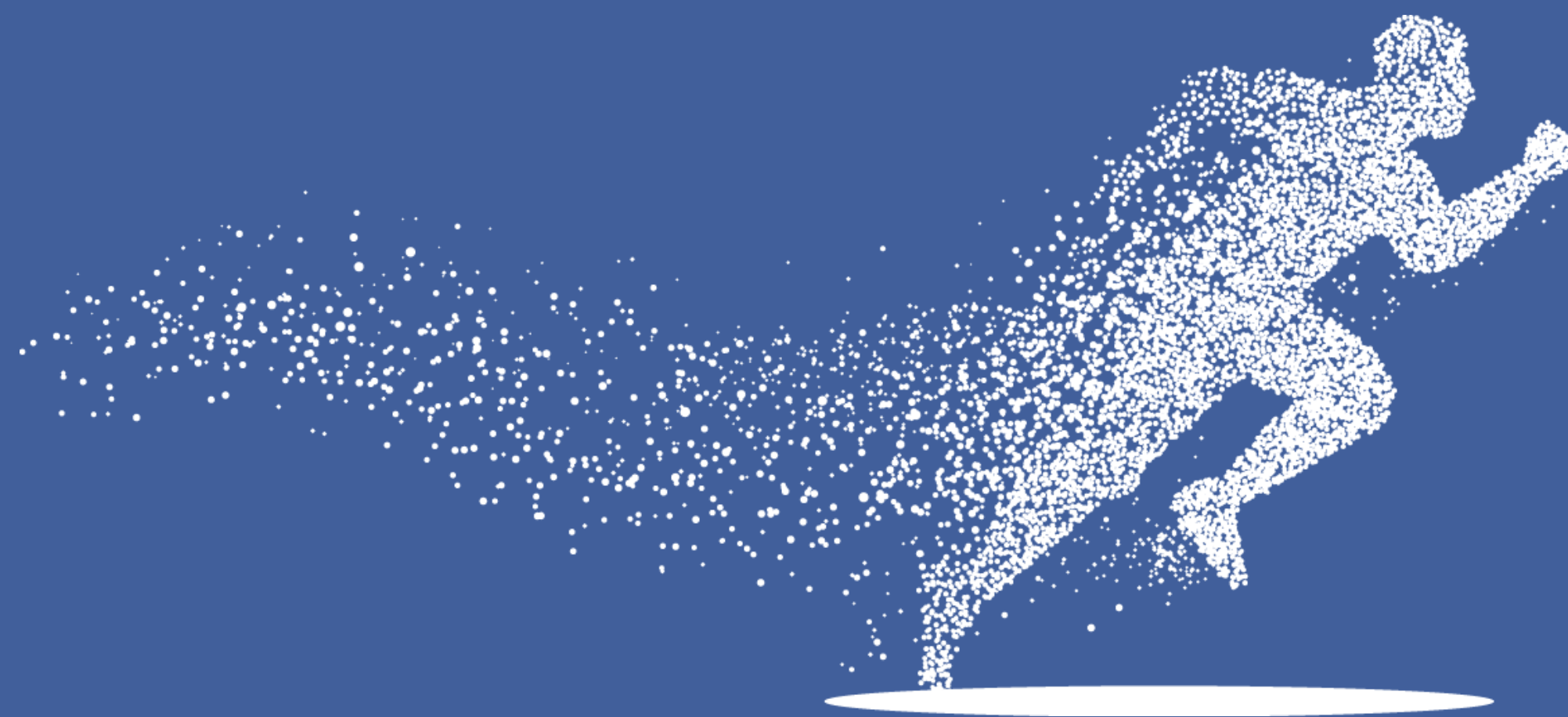
UBICACIONES



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

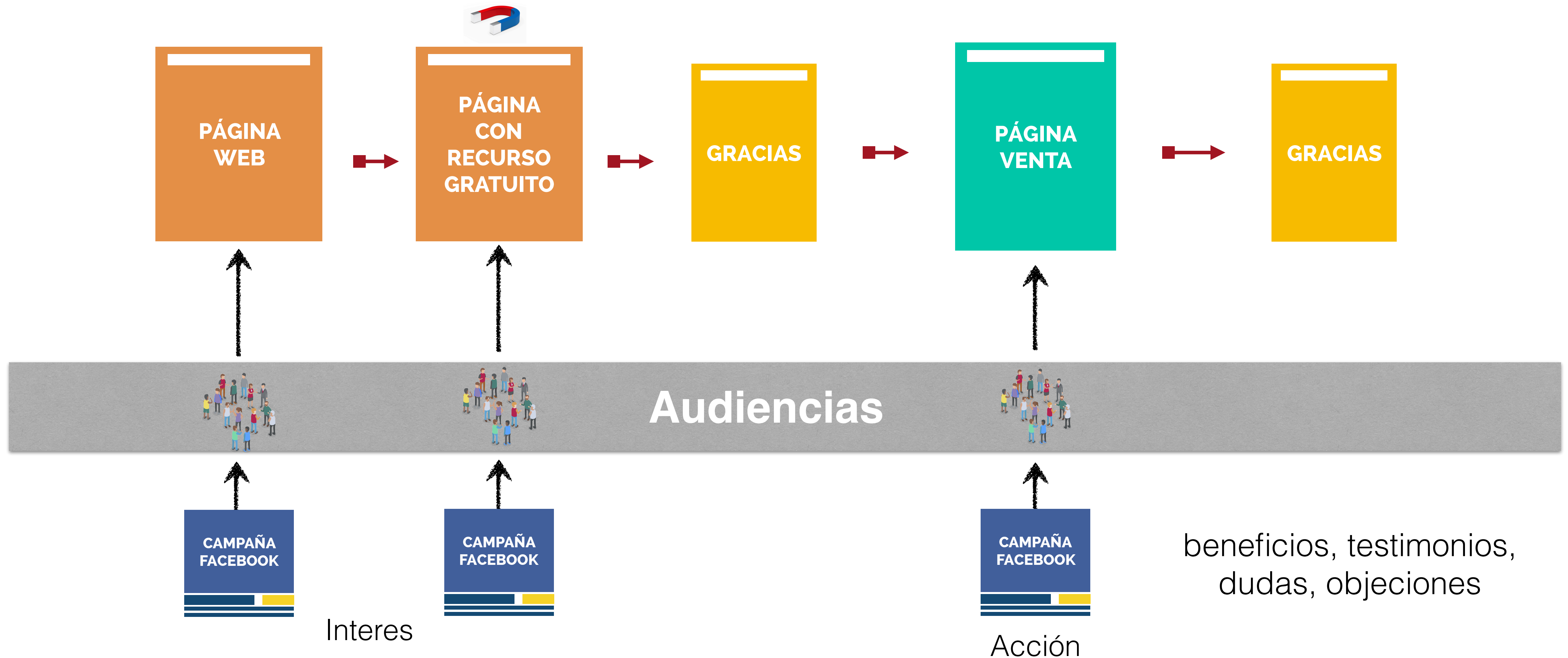


Estrategia, automatización y remarketing





Estrategia, automatización y remarketing





Facebook Pixel





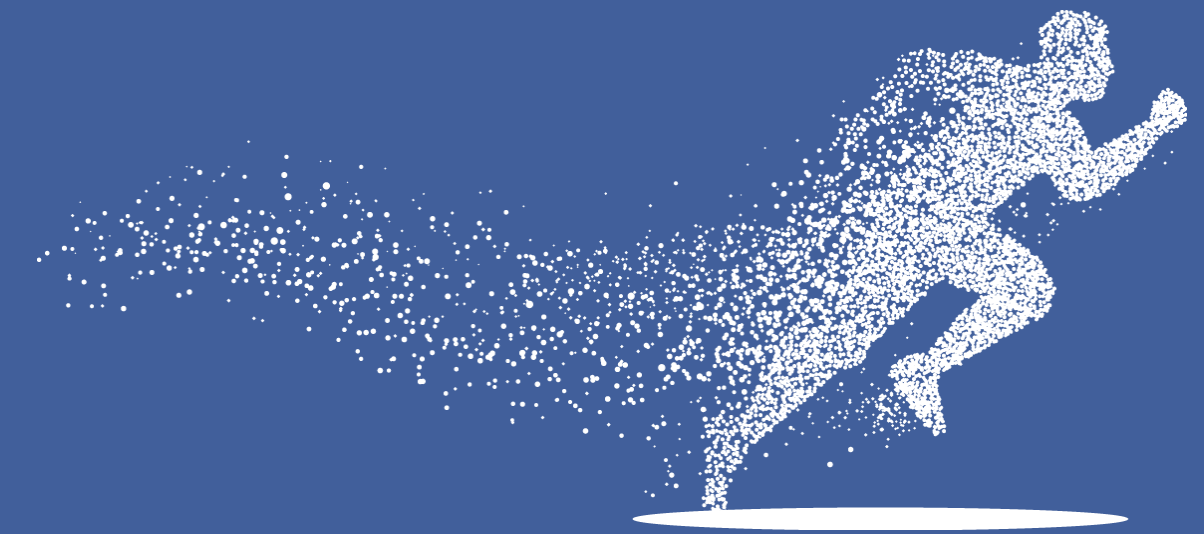
¿Qué es?



```
<!-- Facebook Pixel Code -->
<script>
!function(f,b,e,v,n,t,s){if(f.fbq)return;n=f.fbq=function(){n.callMethod?
n.callMethod.apply(n,arguments):n.queue.push(arguments)};if(!f._fbq)f._fbq=n;
n.push=n;n.loaded=!0;n.version='2.0';n.queue=[];t=b.createElement(e);t.async=!0;
t.src=v;s=b.getElementsByTagName(e)[0];s.parentNode.insertBefore(t,s)}(window,
document,'script','https://connect.facebook.net/en_US/fbevents.js');
fbq('init', '1234567891234567', {
em: 'insert_email_variable'
});
fbq('track', 'PageView');
</script>
<noscript></noscript>
<!-- DO NOT MODIFY -->
<!-- End Facebook Pixel Code -->
```



Eventos



<!-- evento-->

<script>

fbq('track', '**Purchase**', {

value: **100.00**,

currency: '**EUR**',

content_name: '**Ed- Compra - Curso1**'

});

</script>

<!-- evento -->

<script>

fbq('track', '**ViewContent**', {

value: **0.00**,

currency: '**EUR**',

content_name: '**Ed- Content View - Blogart1**'

});

</script>



¿Para qué sirve?



- Para medir conversiones
- Para trackear eventos y actividades de usuarios de facebook que visitan nuestra web



Estrategia, automatización y remarketing





Gestión de presupuesto y métricas





Estrategia, automatización y remarketing



0,2 € CPC: Coste por click

1 € CPL: Coste por Lead

20 % LP %: Porcentaje de conversión LP

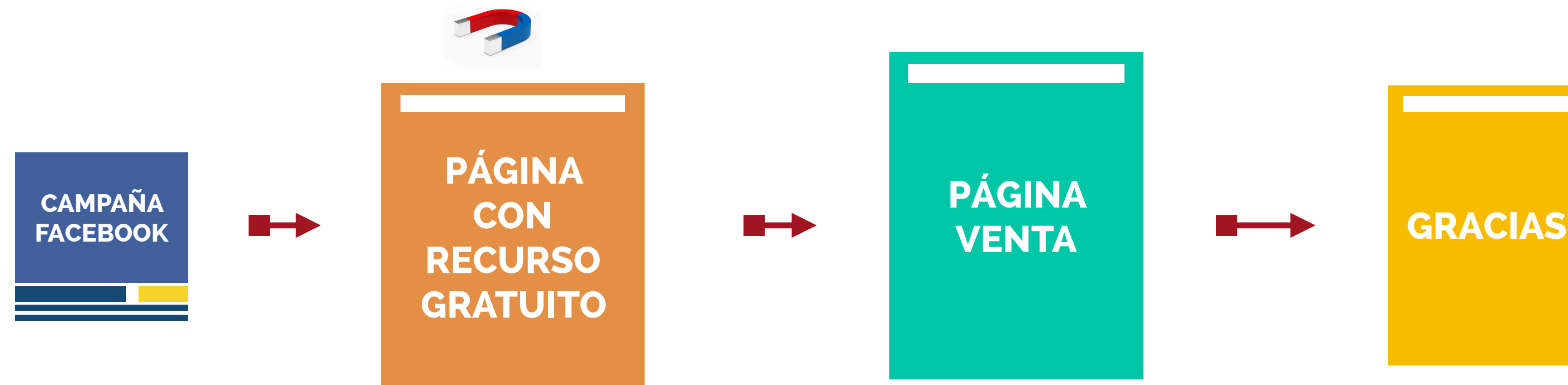
10 % PV %: Porcentaje de conversión PV

CPA: Cuánto te cuesta adquirir cada cliente **10 €**

AOV: Cuánto ingresas por cada cliente **40 €**

CPA < AOV

Objetivo: Generar 2.000 € gastando como máximo 500 €



- Necesitamos 50 clientes
- $50 / 0,1 = 500$ leads/suscriptores
- $500 / 0,2 = 2.500$ clicks
- $500 / 2.500 = 0,2$ € por click



Creación de una cuenta publicitaria





Creación de una cuenta publicitaria



<https://facebook.com/ads/manager/account/settings>



Creación de una cuenta publicitaria



Vídeos:

<http://bit.ly/2m8Y64o>

- Cómo crear una cuenta publicitaria
- Funcionalidades de una cuenta publicitaria
- Creación de una campaña publicitaria



Creación de una cuenta publicitaria



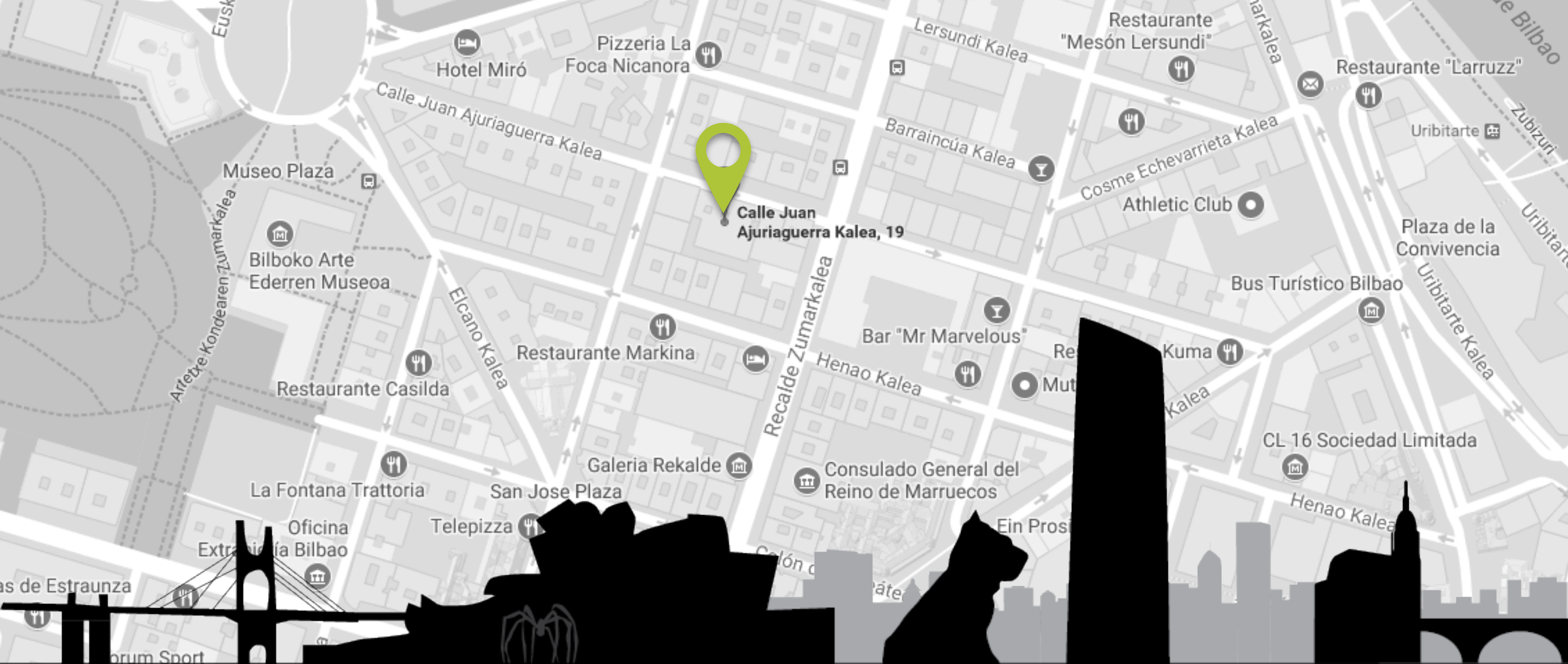
Herramientas interesantes:

Para creación de elementos gráficos para anuncios

- Canva

Elementos gráficos

- Freepik



Eskerrik asko !!

Susi Rodríguez Fernández
Elurnet Informatika Zerbitzuak S.L

Juan de Ajuriaguerra 19, 1.EF2 . 48009-Bilbao

 susi@elurnet.net



+34 944735339