

The logo for Eunoia Campus features a stylized blue icon on the left, resembling a lowercase 'e' with a dot above it, followed by the word 'eunoia' in a bold, lowercase sans-serif font. Below this, the word 'CAMPUS' is written in a smaller, all-caps sans-serif font.

eunoia
CAMPUS

¡BIENVENIDOS!





AGENDA | OBJETIVO DE LA CLASE

- **Introducción al ecosistema Meta**
- **Visión general Meta Ads**
- **Detalles de Meta**
- **Instagram para la publicidad**
- **Integración con Whatsapp**

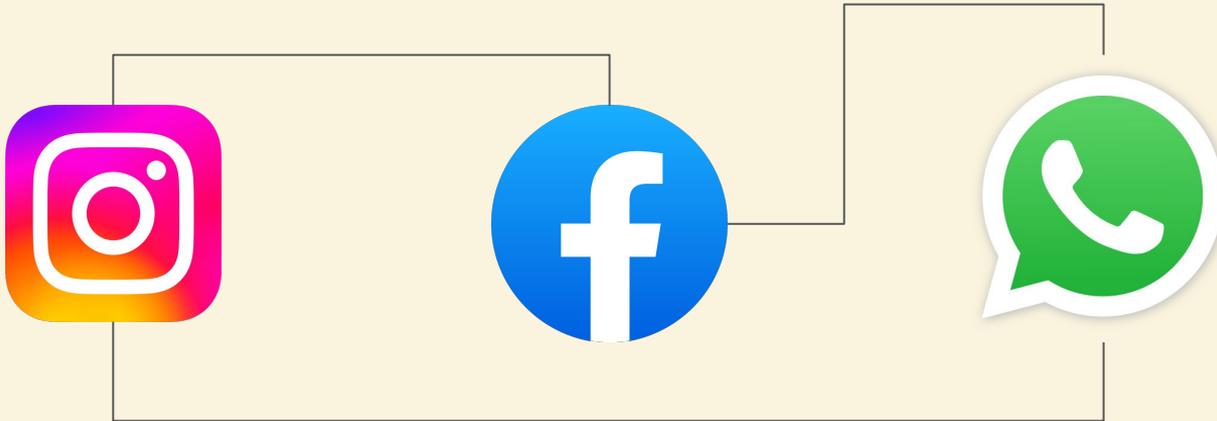
¿Cómo las plataformas de Meta están interconectadas y se complementan?



Ecosistema Meta

Imagina un gran jardín donde cada planta es una plataforma digital. En este caso, el jardín es el ecosistema digital de Meta, y las plantas son Facebook, Instagram, Messenger y WhatsApp.

Este conjunto de plataformas de comunicación y publicidad online que pertenecen a Meta (antes Facebook). Están conectadas entre sí, lo que permite a las empresas y marcas llegar a un público más amplio y diverso a través de una sola interfaz.



Unificación de Plataformas

¿Cómo funcionan juntos Facebook Ads e Instagram?

Una sola cuenta, múltiples plataformas

Business Manager: Es el centro de control donde se gestionan todas las cuentas publicitarias, páginas de Facebook e Instagram, y píxeles de seguimiento.

Campañas unificadas: Puedes crear una sola campaña y elegir si deseas que se muestre en Facebook, Instagram o en ambas plataformas.

Creativos adaptables: Los anuncios se adaptan automáticamente al formato de cada plataforma, asegurando una experiencia visual óptima para los usuarios.



Facebook Ads en Detalle

Objetivos

¿Qué tipo de campaña haré o necesito?

Audiencia

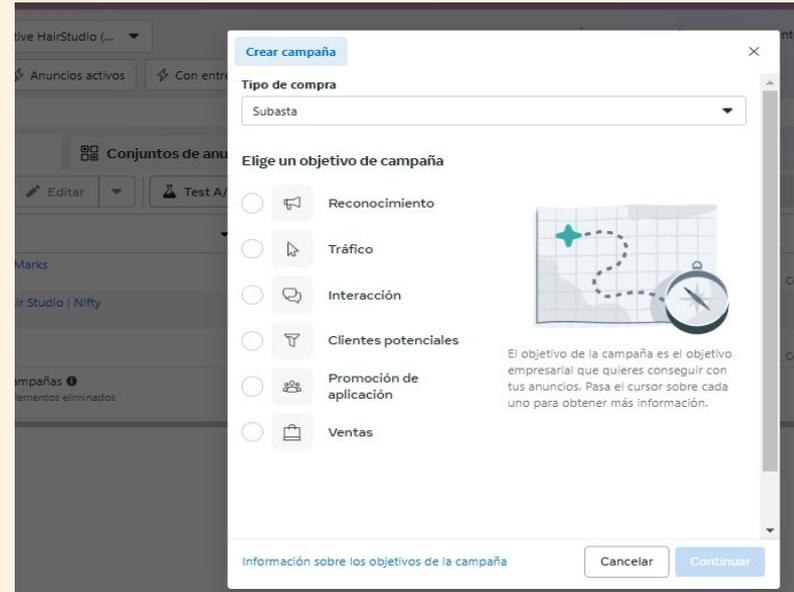
¿Usaré intereses o base de datos o similares?

Presupuesto

¿Cuánta plata tiene el cliente para invertir este mes?

Diseño del anuncio

¿Tengo todas mis piezas? ¿Son de calidad?



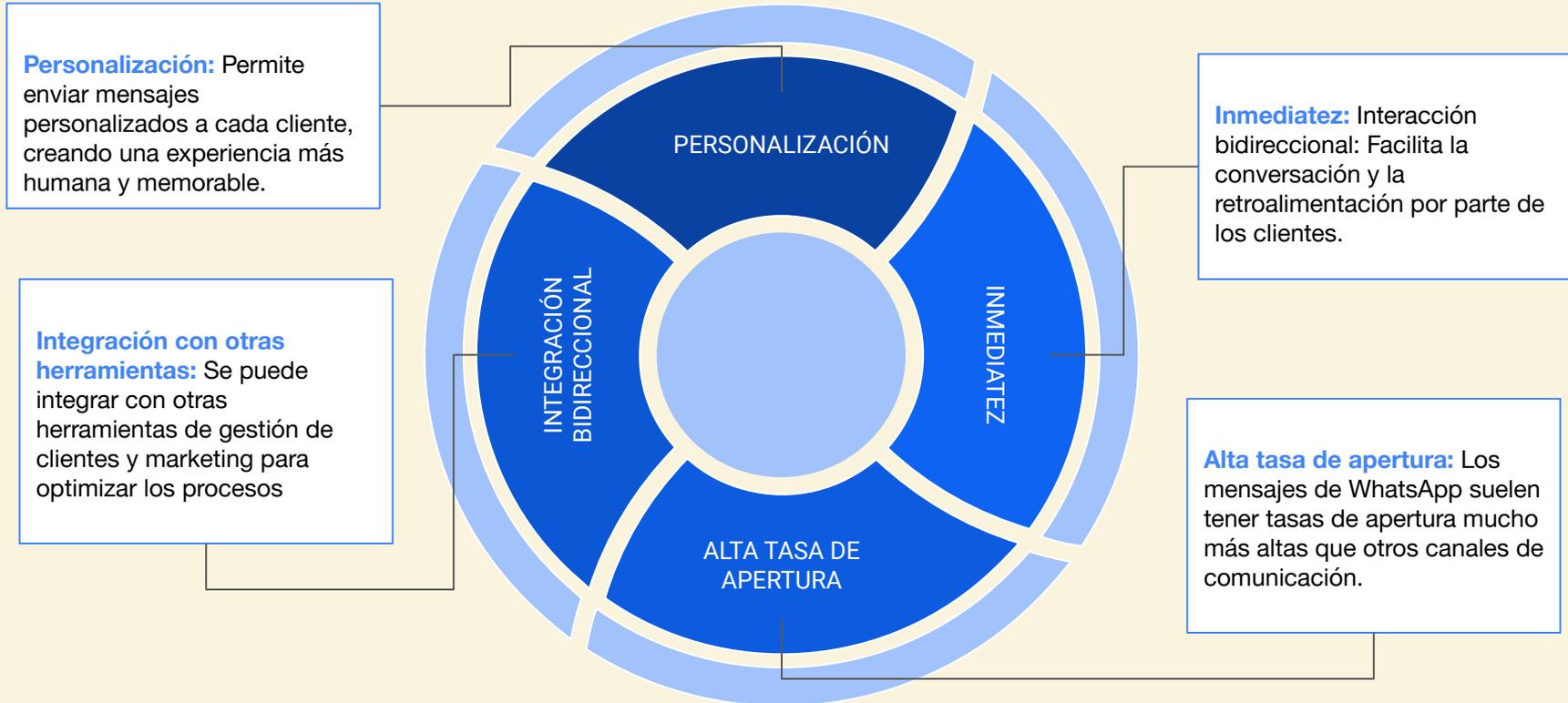
Principales beneficios de pautar en Instagram y Facebook

-  **Mayor reconocimiento de marca:** Una presencia constante en Instagram puede aumentar el conocimiento de la marca.
-  **Generación de leads:** Los anuncios pueden dirigir a los usuarios a formularios de contacto o páginas de destino.
-  **Aumento de las ventas:** Los anuncios de productos pueden impulsar las conversiones.
-  **Mayor tráfico a tu sitio web:** Pueden dirigir a los usuarios a un sitio web para obtener más información.
-  **Fortalecimiento de la comunidad:** Instagram permite crear una comunidad en torno a tu marca.

Whatsapp



¿Por qué WhatsApp Business es tan poderoso?



Uso de WhatsApp en la Estrategia de Marketing

WhatsApp se ha convertido en una herramienta poderosa dentro de las estrategias de marketing debido a su **gran base de usuarios** (más de 2 mil millones de personas en todo el mundo), su **acceso instantáneo** y su **alta tasa de apertura** (alrededor del 98%). Las empresas han encontrado en WhatsApp un canal para mejorar la **interacción directa** con sus clientes, aumentando la conversión y fidelización gracias a un **enfoque más personal y cercano**.





Las estrategias más comunes incluyen

- ✓ **Atención al cliente:** Resolución de dudas, quejas y solicitudes de forma rápida y eficiente.
- ✓ **Promociones y ofertas:** Envío de cupones, descuentos y novedades exclusivas directamente al móvil del usuario.
- ✓ **Recordatorios y notificaciones:** Confirmaciones de pedidos, actualizaciones de envío y citas.
- ✓ **Contenido exclusivo:** Distribución de contenido personalizado para mantener a los clientes informados y comprometidos.

Segmentación Avanzada

Primeros Pasos



Herramientas de Segmentación Avanzada en Meta

- 👉 **Audiencias personalizadas:** Listas de clientes existentes o visitantes de sitio web para dirigirles anuncios más específicos.
- 👉 **Lookalike audiences:** Nuevas personas que se parezcan a tus mejores clientes.
- 👉 **Audiencias detalladas:** Segmentado a público en función de intereses, comportamientos y datos demográficos.
- 👉 **Audiencias combinadas:** Es posible combinar diferentes tipos de audiencias para crear segmentos aún más específicos.

Ejemplos de Segmentación Avanzada



Tienda de ropa: Dirigir anuncios a mujeres de 25 a 35 años interesadas en moda sostenible que hayan visitado tu sitio web en los últimos 30 días.



Gimnasio: Dirigir anuncios a hombres de 18 a 30 años que viven cerca de tu gimnasio y que hayan mostrado interés en fitness y nutrición.



Aplicación de viajes: Dirigir anuncios a personas que hayan buscado vuelos a destinos de playa en los últimos 6 meses.

Ejemplos de Segmentación Avanzada



Segmentación por comportamiento y compras recientes

Acotación: Personas que han realizado compras en los últimos 30 días en categorías específicas.

Exclusión: Excluir a quienes han comprado productos de tu marca en los últimos 60 días para evitar saturación.



Segmentación por intereses y comportamientos en RRSS

Acotación: Usuarios interesados en temas relacionados al mundo fitness y que siguen marcas de deporte del nicho.

Exclusión: Excluir a aquellos que han interactuado con tus anuncios en los últimos 15 días, evitando la redundancia.

RESUMEN

¡Gracias!

PREGUNTAS

¡Queremos escucharte! 🧠💡

Escaneá el QR y ayudanos a mejorar clase a clase completando una breve encuesta. ¡Tu opinión es clave para que cada clase sea mejor que la anterior! 🚀👏

¡Gracias por ser parte de esta experiencia! 😊



¡GRACIAS!

