

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

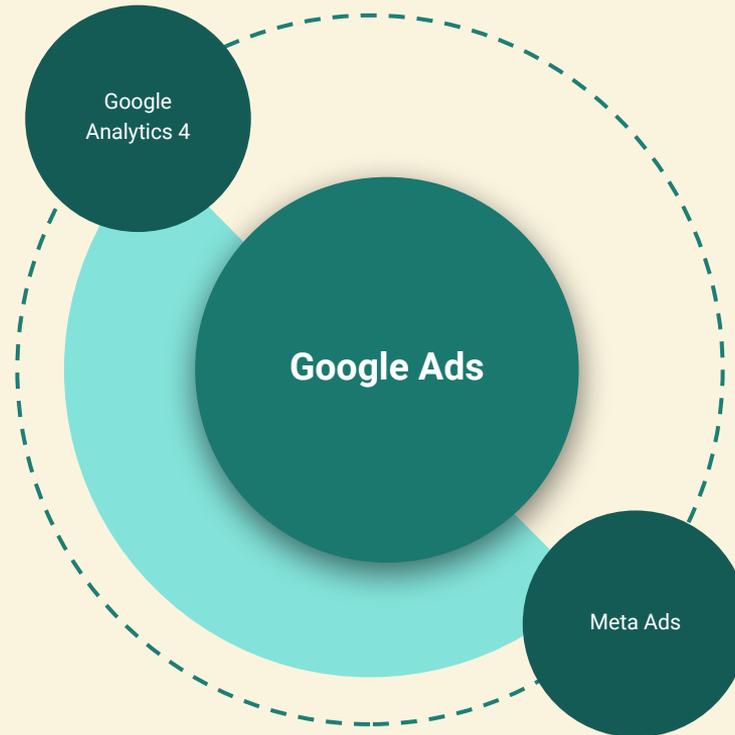
eunoia
CAMPUS

¡BIENVENIDOS!



AGENDA | OBJETIVO DE LA CLASE

Navegación en plataformas



Creación de Cuenta en Meta



CREACIÓN DE UN PORTAFOLIO EMPRESARIAL EN META:

1. Ir a: business.facebook.com en el navegador del ordenador. Esta dirección también te servirá para iniciar sesión en Meta Business Suite o Business Manager. Si ya tienes acceso a Meta Business Suite y Business Manager, también puedes hacer clic en el menú desplegable de la parte superior de la barra de navegación izquierda. A continuación, ve directamente al paso 4.
2. Haz clic en Crear una cuenta.
3. Inicia sesión en tu cuenta personal de Facebook. Si no tienes una cuenta, haz clic en Crear cuenta para registrarte.
4. Haz clic en Crear una cuenta.
5. Proporciona los detalles de tu empresa.
6. Nombre del portfolío empresarial. Debe coincidir con el nombre público de tu empresa u organización, ya que se mostrará en las tecnologías de Meta. No puede contener caracteres especiales.
7. Tu nombre.
8. Correo electrónico de la empresa. Meta utilizará este correo electrónico para ponerse en contacto contigo en relación con tu negocio. Tus clientes no lo verán.
9. Haz clic en Enviar o Crear para crear tu portfolío. Recibirás un correo electrónico en el que se te pedirá que confirmes la dirección de correo electrónico.
10. Una vez que hayas creado el portfolío empresarial, podrás añadir activos comerciales, como páginas, cuentas publicitarias, conjuntos de datos y cuentas de Instagram.
11. Más información <https://www.facebook.com/business/help/1710077379203657>

Creación de Cuenta en Google Ads



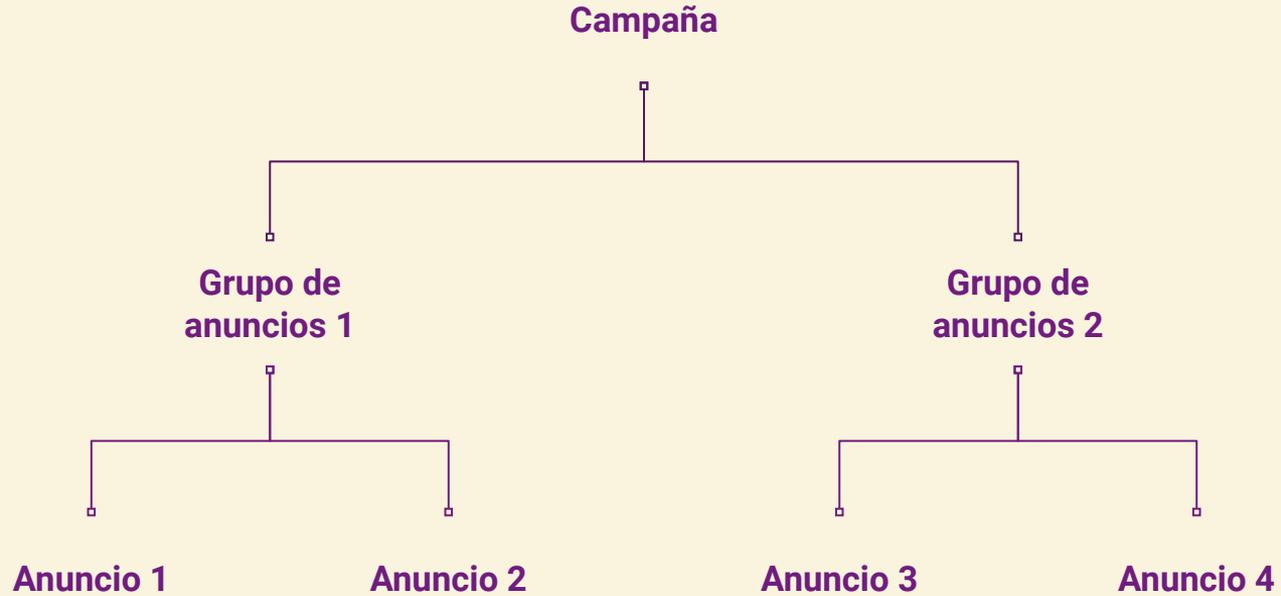
CREACIÓN DE CUENTA EN GOOGLE ADS:

1. Ingresar en la plataforma de Google Ads en el siguiente enlace: <https://ads.google.com/>
2. Hacemos click en ACCEDER
3. Hacemos click en NUEVA CUENTA DE GOOGLE ADS
4. Hacemos click en CAMBIAR AL MODO EXPERTO
5. Hacemos click en CREAR UNA CUENTA SIN UNA CAMPAÑA
6. Confirmar la información de la empresa y hacemos click en ENVIAR
7. Luego, hacemos click en EXPLORAR SU CUENTA

Estructura de Campañas



Es similar en casi todas las plataformas de publicidad digital





Factor Común

Objetivo de campaña

Públicos

Presupuesto y fechas de programación

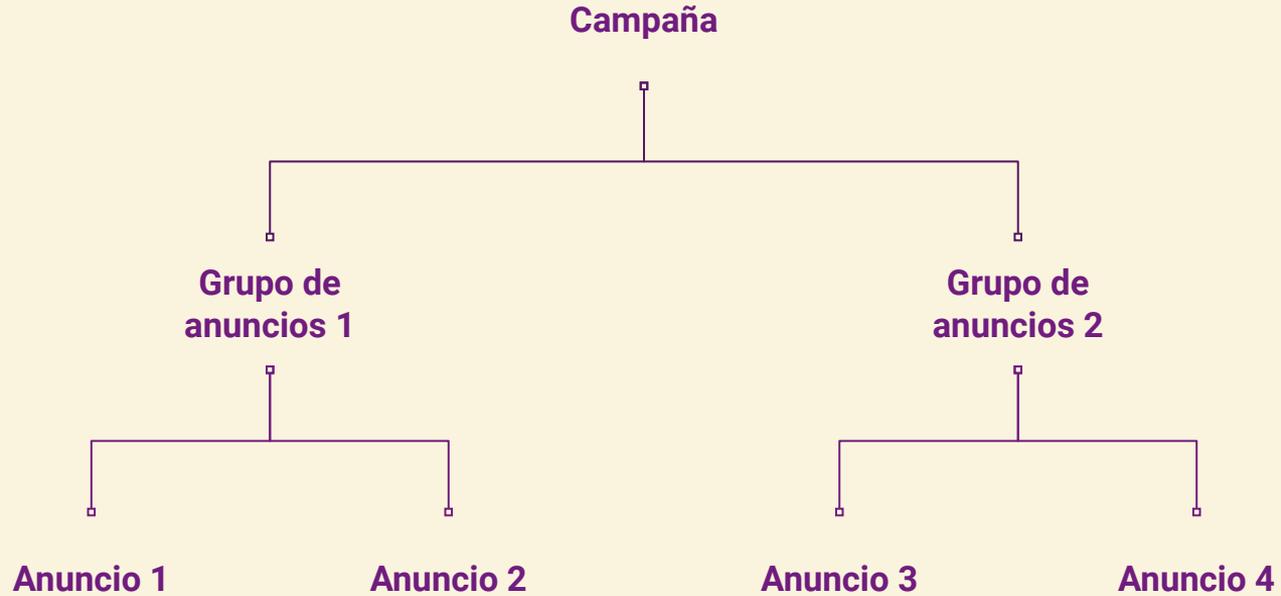
Creativos

Brief
OMP
Grilla de anuncios

GOOGLE ADS



Es similar en casi todas las plataformas de publicidad digital



Estructura de Google Ads

The screenshot displays the Google Ads interface. On the left, a sidebar menu is highlighted with a red box, containing the following items: Crear, Informes y estadísticas, Campañas (selected), Grupos de anuncios, Anuncios, Experimentos, Grupos de campañas, Recursos, Públicos, palabras clave y contenido, and Historial de cambios. The main content area shows the 'Campañas' (Campaigns) view for the account 'MCC Nifty Agencia' and 'BTM - Nifty'. A line chart at the top shows performance metrics for 'Clicks' (blue line) and 'Conversiones' (red line) from November 1, 2024, to November 5, 2024. Below the chart is a table with the following columns: Campaña, Nivel de optimización, Tipo de campaña, Impr., Interacción, Porcen interacción, Costo prom., Costo, Clics, Tipo de estrategia de ofertas, Porcentaje de conv., Conver, and Costo/con. The table lists two active campaigns: 'Search Ventas Monopatín #2' and 'Search Servicio Técnico y Mecánica Ligera #2', along with their respective performance metrics.

Campaña	Nivel de optimización	Tipo de campaña	Impr.	Interacción	Porcen interacción	Costo prom.	Costo	Clics	Tipo de estrategia de ofertas	Porcentaje de conv.	Conver	Costo/con
<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> Search Ventas Monopatín #2	98,8%	Búsqueda	4.281	200 clics	4,67%	ARS162,14	ARS32.427,20	200	Maximizar conversiones	5,50%	11,00	RS2.947,99
<input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> Search Servicio Técnico y Mecánica Ligera #2	99,3%	Búsqueda	288	39 clics	13,54%	ARS935,23	ARS36.474,07	39	Maximizar conversiones	12,82%	5,00	RS7.294,81
Total: Todas las campañas habilitadas en tu ...			4.569	239 clics	5,23%	ARS288,29	ARS68.901,27	239		6,69%	16,00	RS4.306,33
Total: Cuenta			4.569	239 clics	5,23%	ARS288,29	ARS68.901,27	239		6,69%	16,00	RS4.306,33

Tipos de Campañas de Google Ads

Campañas de búsqueda (search campaigns)

Anuncios de texto que aparecen en los resultados de búsqueda de Google cuando los usuarios buscan términos específicos.

Cuándo usarla:

- Para captar usuarios con intención clara de compra o búsqueda de información.
- Para servicios o productos con alta demanda de búsqueda.

Mejores prácticas:

- Usar palabras clave relevantes y específicas.
- Incluir llamadas a la acción claras y extensiones de anuncios para aumentar la visibilidad.



The screenshot shows a Google search interface with the query "running shoes" in the search bar. Below the search bar, a "Sponsored" label is highlighted with a green arrow. The advertisement is for Adidas, featuring the Adidas logo, the URL "https://www.adidas.com.ar", and the headline "Zapatillas running". The ad text includes: "Guia de tallas zapatillas — Comprá en adidas.com.ar. Envío a toda la Argentina. Pagá con tarjeta o en efectivo. Ingresá y conocé todos los productos que tenemos para vos. Calzado ideal para vos. Seguimiento de tu pedido. Pago seguro. Varios métodos de pago. Hasta 3 cuota sin interés." and a list of related products: "Botines de fútbol adidas · Indumentaria y zapatillas · Zapatillas adidas · Pantalones adidas". A small image of a light blue sneaker is visible on the right side of the ad.

Tipos de Campañas de Google Ads

Campañas de display (banners)

Anuncios gráficos o banners que se muestran en sitios web de la Red de Display de Google.

Cuándo usarla:

- Útil para generar reconocimiento de marca y llegar a audiencias mientras navegan en línea.
- Ideal para promociones visuales o productos con atractivo visual.

Mejores prácticas:

- Imágenes atractivas y mensajes claros.
- Priorizar el diseño visual.

The screenshot shows the infobae website. At the top right, there is a vertical banner advertisement for 'TORNADO' featuring a motorcycle rider. The main content area includes a financial table and a news article. A yellow arrow points from the top right towards the banner advertisement.

BANCO NACIÓN	DÓLAR TURISTA	DÓLAR LIBRE	CONTADO CON LIQUI	DÓLAR MEP	RIESGO PAIS
1.018	\$1.628,80	\$1.135	\$1.157,39	\$1.124,61	850
Últimas 24 hs	▲ 0,05% Últimas 24 hs	≡ 0,00% Últimas 24 hs	▼ 0,51% Últimas 24 hs	▼ 0,59% Últimas 24 hs	≡ 0,00% Últimas 24 hs

Fuente BYMA S.A. provisto por Reuters - Real Time

Proposición no logró el quórum para votar el poder del Gobierno con los ministros y la sesión se postergó una vez más

Por Brenda Struminger

Javier Milei habló con Donald Trump antes de viajar a los Estados Unidos

Tipos de Campañas de Google Ads

Campañas de video (YouTube)

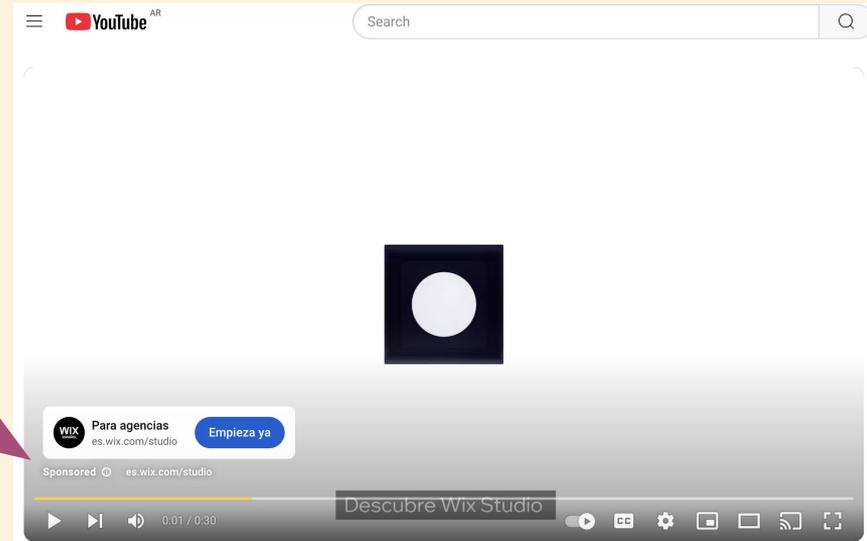
Anuncios en formato de video que se reproducen en YouTube y en sitios de la Red de Display.

Cuándo usarla:

- Para captar la atención y contar historias de marca.
- Para promover productos nuevos, explicar conceptos complejos o reforzar branding.

Mejores prácticas:

- Videos de corta duración y de alto impacto visual.
- Optimizar para los primeros segundos que son clave en retención.



Tipos de Campañas de Google Ads

Campañas de shopping

Anuncios de productos con imágenes, precios y detalles específicos que aparecen en los resultados de búsqueda y la Red de Display.

Cuándo usarla:

- Para e-commerce o tiendas en línea que buscan promocionar productos físicos.
- Para llegar a usuarios con alta intención de compra.

Mejores prácticas:

- Mantener datos de productos actualizados y competitivos.
- Utilizar buenas imágenes y descripciones detalladas.

The screenshot shows a Google Shopping search for 'comprar cartera prune'. The search bar at the top contains the text 'comprar cartera prune'. Below the search bar, there are filters for 'Abierto ahora' and 'En un área de 8,1 km'. The results are for 'Saavedra' and are sponsored. The main result is from 'Juanita Jo | Tienda Online', showing a grid of images of various bags. Below the images, there are details: '3 y 6 Cuotas sin interés — Encontrá tu Juanita con detalles imperdibles. Aprovechá 3 y 6 Cuotas sin interés. Nuevas...'. There are also links for 'Bandoleras', 'Billeteras', and 'New In'. To the right, there is a 'Patrocinado' section with a grid of product cards. A green arrow points down to the 'Patrocinado' section.

Producto	Precio	Detalles
Cartera al hombro flig...	\$ 98.900,00	prune.com.ar
BB021 Negro	\$ 66.000,00	Barbara B
Cartera Weekend...	\$ 28.290,00	House of S... ★★★★★ (8)
Cartera Bandolera...	\$ 28.290,00	House of S...
Bandolera Al Hombro Dai...	\$ 265.000,00	Lacoste
Tote Pequeño De Lona...	\$ 265.000,00	Lacoste

Tipos de Campañas de Google Ads

Campañas de Demand Generation (Demand Gen)

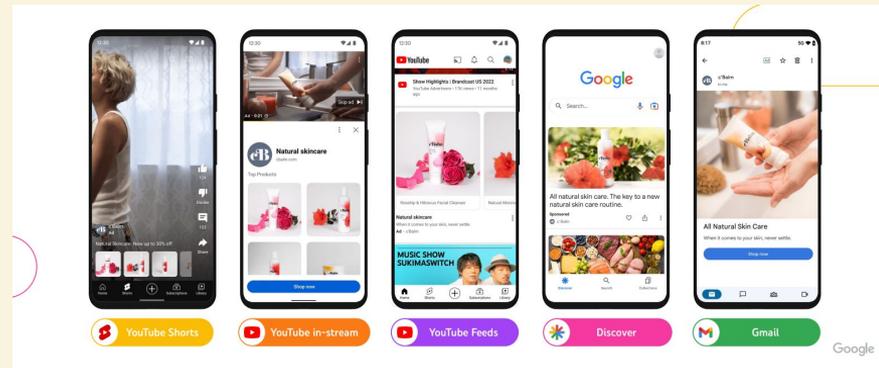
Campañas diseñadas para crear demanda de un producto o servicio, generalmente mediante contenido de alta calidad.

Cuándo usarla:

- Para marcas en fase de crecimiento que buscan educar y atraer nuevos clientes. Útil para productos novedosos que necesitan reconocimiento.

Mejores prácticas:

- Crear contenido valioso y de calidad para captar el interés. Integrar con SEO para atraer tráfico orgánico a través de contenidos relevantes.



Tipos de Campañas de Google Ads

Campañas de Performance Max

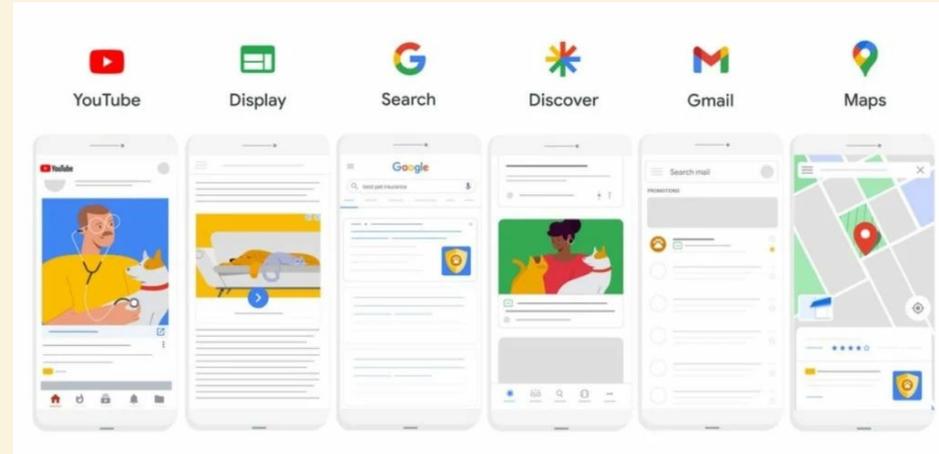
Campaña automatizada que utiliza inteligencia artificial de Google para optimizar anuncios en todos los canales de Google.

Cuándo usarla:

- Para maximizar el rendimiento y abarcar múltiples canales con una estrategia integral.
- Útil para optimizar campañas complejas con una gestión más simplificada.

Mejores prácticas:

- Suministrar suficientes elementos visuales, textos y videos para que el sistema pueda hacer pruebas.



Tipos de Campañas de Google Ads

Campañas de Apps

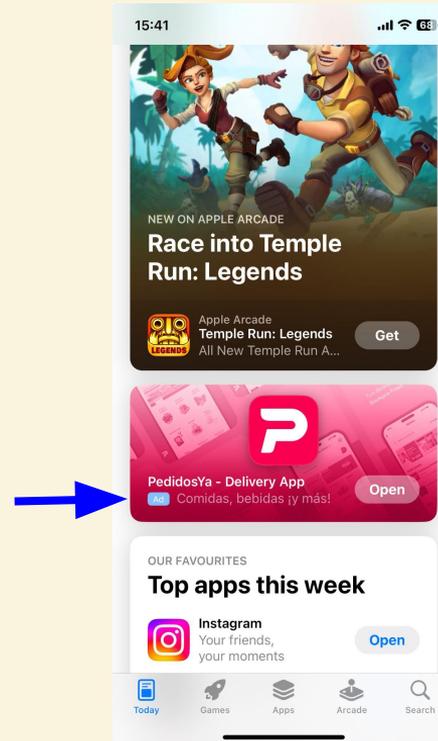
Campañas diseñadas para promocionar aplicaciones móviles en Google Play y la App Store.

Cuándo usarla:

- Para aplicaciones que buscan incrementar sus descargas y/o retención de usuarios.

Mejores prácticas:

- Incluir textos, imágenes y videos atractivos para captar interés.



Partes de un anuncios de Google Ads Search

Identifiquemos las partes de un anuncio de Google Ads

[Sistema para restaurante](#) [Control para tu negocio](#) [restaurant.pe](#)

[Anuncio] [www.restaurant.pe/](#) ▾ 997 875 798

Sistema de punto de venta para tu restaurante. Stock y almacenes. Facturación Electrónica.
Pedidos por tablets. Módulo de Delivery. Maneja recetas e insumo.

Límite de caracteres:
Títulos: 30
Descripciones: 90

Título 1
Título 2
Título 3
Descripción 1
Descripción 2



Partes de un anuncios de Google Ads Search

¡Bien hecho!

Ad · www.floristeria-capital.com

Envía Flores Personalizadas | Entregamos el Mismo Día 100% Garantizado

Líderes con más de 10 años de experiencia y 1,000+ clientes satisfechos. Ofrecemos asesoría personalizada y atención los 7 días de la semana. Hacemos entregas en todo México. ¡Servicio Rápido y Seguro!

Arreglos Surtidos Hermosas variedades de rosas, gerberas, y lirios entre otras.	Rosas De la clásica docena de rosas rojas a canastas de más de 60
---	---

Mal hecho

Ad · www.floreriamexicana.com

Florerias Mexico - Envíos sin Costo el Mismo Día

Una ocasión especial merece fresca y tierna. ¡Envía flores al mejor precio! Envía flores

Partes de un anuncios de Google Ads Display

WordReference.com | Online Language Dictionaries Spanish-English Dictionary | hola


[Upgrade Now](#)



Enterprise Grade Video Conferencing

Flawless video. Clear Audio, and Instant Sharing

Spanish-English ▼ 🔍

Foros

hola 🔊 ESCUCHAR: MÉXICO ▼

[Spanish definition](#) | [Spanish synonyms](#) | [Gramática](#) | [Conjugación \[ES\]](#) | [NEW! Conjugator \[EN\]](#) | [in context](#) | [images](#)

WordReference Collins WR Reverse (14)

WordReference English-Spanish Dictionary © 2018:

Principal Translations	
Spanish	English
¡Hola! <i>interj</i> informal (saludo)	<i>(formal)</i> Hello! <i>interj</i> <i>(informal)</i> Hi! <i>interj</i> <i>(colloquial)</i> Hey! What's Up! <i>interj</i>
hola <i>interj</i> ¡Hola a todos! Hello, everyone!	hello <i>interj</i> ¡Hola, hola, hola, qué tenemos aquí! Hello, hello, hello. What's all this, then?

Is something important missing? [Report an error](#) or [suggest an improvement](#).

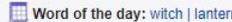
Advertisements


BUSINESS SCHOOL

MASTER IN MANAGEMENT

10 Meses
Tiempo Completo
Inglés & Español
Septiembre & Febrero

Descubre más



Advertisements


GET IT ON
Google Play


Download on the
App Store

Ver También:

- [hojalatería](#)
- [hojalaterío](#)
- [hojalatero](#)
- [hojaldra](#)
- [hojaldre](#)
- [hojarasca](#)
- [hojear](#)
- [hojerío](#)
- [hojoso](#)
- [hojuela](#)
- [hola](#)
- [holán](#)
- [Holanda](#)
- [holandés](#)
- [holandesa](#)
- [holding](#)
- [holgadamente](#)
- [holgado](#)
- [holganza](#)
- [holgar](#)
- [holgazán](#)

Settings:

Click on word:



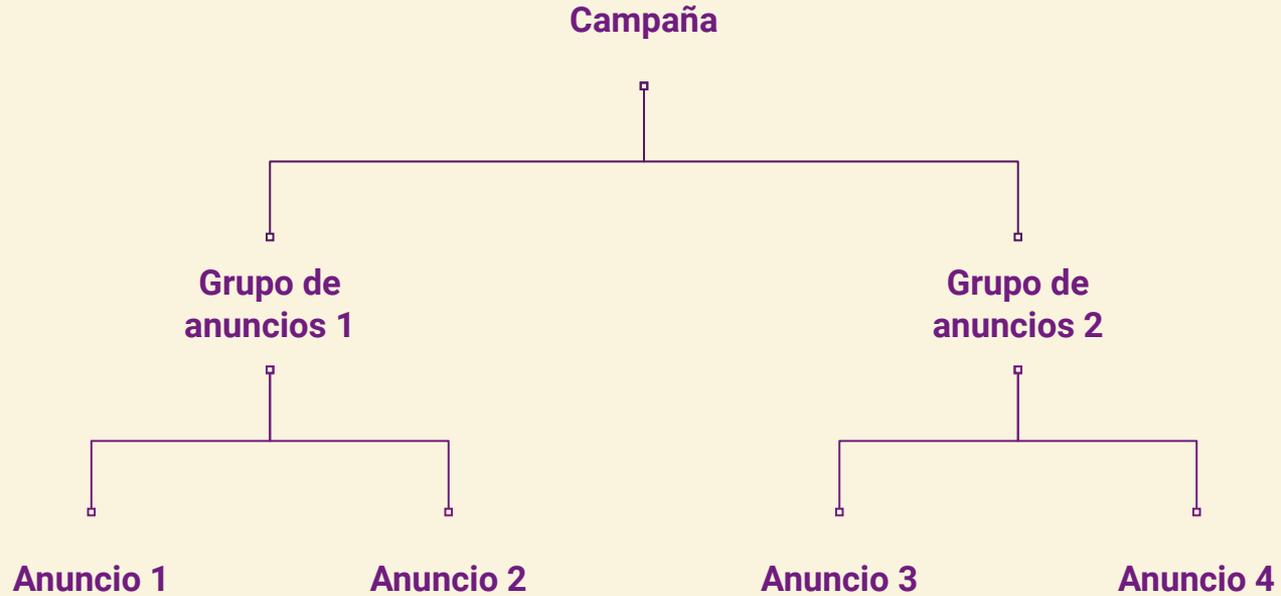
Resumen

Tipo de Campaña	Objetivo Principal	Cuándo Usarla	Plataformas	Beneficio Clave
Búsqueda	Generar tráfico con intención de compra	Cuando los usuarios buscan activamente tus productos/servicios	Resultados de búsqueda de Google	Alta intención de compra
Display	Crear reconocimiento de marca	Para capturar la atención en sitios web de alto tráfico	Red de Display de Google	Amplia visibilidad visual
Video	Contar historias de marca	Para presentar contenido atractivo en YouTube	YouTube y Red de Display	Atractivo y recordable visualmente
Shopping	Impulsar ventas de productos específicos	Para e-commerce, cuando los usuarios están listos para comprar	Búsqueda y Red de Display	Alta conversión para productos
Demand Gen	Generar demanda y educación	Para marcas en crecimiento que buscan atraer audiencias interesadas	Red de Display y SEO	Aumenta interés y educación del cliente
Performance Max	Optimizar en todos los canales de Google	Para maximizar rendimiento en múltiples canales con IA de Google	Todos los canales de Google	Optimización automatizada integral
Aplicación	Incrementar descargas de apps	Para promocionar aplicaciones móviles	Google Play y App Store	Enfocada en descargas y retención

META ADS



Es similar en casi todas las plataformas de publicidad digital





Factor Común

Objetivo de campaña

Públicos

Presupuesto y fechas de programación

Creativos

Brief
OMP
Grilla de anuncios

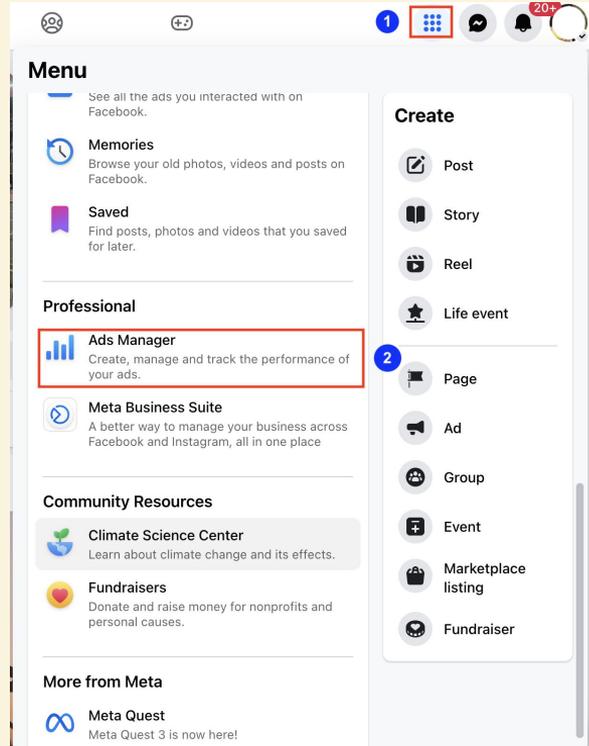


Estructura de Meta Ads

The screenshot displays the Meta Business Suite interface for 'Sonnenberg Media'. On the left is a navigation sidebar with a red border containing: Home, Notifications (with a red dot), Inbox, Posts & stories, Commerce (with an external link icon), Planner, Ads, Insights, and All tools (highlighted in a dark grey bar). The main content area is divided into three columns: 'Engage audience' (with sub-items: Business Feed, Inbox, Planner, Posts & stories), 'Advertise' (with sub-items: Ads, Ads Manager), and 'Manage' (with sub-items: Billing, Business Apps, File Manager, Page settings, Profiles). A bottom 'Analyze and report' section contains 'Ads Reporting'. The top left shows the 'Meta Business Suite' logo and the account name 'Sonnenberg Media' with a dropdown arrow. An 'Edit' button is located at the bottom left of the main content area.



Estructura de Meta Ads



Estructura de Meta Ads

blinck

Buscar y filtrar

Todos los anuncios Anuncios activos Con entrega + Más visualizaciones 10 oct. 2024 - 7 nov. 2024

Campañas Conjuntos de anuncios 2 seleccionados Anuncios 1 seleccionado

+ Crear Duplicar Editar Test A/B Más

Columnas: Rendim... Desglose Informes Exportar Gráficos

Activa	Campaña	Entrega	Configuración de atribución	Resultados	Alcance	Frecuencia	Coste por resultado	Presupuesto
<input type="checkbox"/>	Paquetes Bahía Blanca	● Activa	7 días después de hacer...	33 ^{Re} Conversaciones c...	2493	1,44	388,90 \$ ^{Re} Por conversación ...	20 000,00 \$ diario
<input type="checkbox"/>	Paquetes MDQ	● Activa	7 días después de hacer...	16 ^{Re} Conversaciones c...	3006	1,27	815,25 \$ ^{Re} Por conversación ...	20 000,00 \$ diario
<input type="checkbox"/>	Paquetes ROSARIO	● Activa	7 días después de hacer...	44 ^{Re} Conversaciones c...	3431	1,28	316,20 \$ ^{Re} Por conversación ...	20 000,00 \$ diario
<input type="checkbox"/>	Ventas Alojamientos CYBER	● Activa 1 recomendación	7 días después de hacer...	— Varias conversaciones	134 864	2,41	— Varias conversaciones	51 000,00 \$ diario
<input type="checkbox"/>	Paquetes Whatsapp VERANO 2025	● Activa	7 días después de hacer...	5181 ^{Re} Conversaciones c...	145 815	3,12	289,71 \$ ^{Re} Por conversación ...	64 000,00 \$ diario
<input type="checkbox"/>	Vuelo Multitravel CYBER	● Activa 1 recomendación	7 días después de hacer...	— Varias conversaciones	85 263	2,41	— Varias conversaciones	51 000,00 \$ diario
<input type="checkbox"/>	Posteos Promocionados Multitravel	● Activa	7 días después de hacer...	972 044 Interacciones con la ...	986 513	2,07	0,94 \$ Por interacción	30 000,00 \$ diario
<input type="checkbox"/>	Ventas Alojamientos Caribe AO	● Conjuntos de anunci	7 días después de hacer...	— Varias conversaciones	88 521	2,11	— Varias conversaciones	10 000,00 \$ diario
<input type="checkbox"/>	Ventas Alojamientos Estados Unidos AO	● Conjuntos de anunci	7 días después de hacer...	— Varias conversaciones	57 209	1,89	— Varias conversaciones	9000,00 \$ diario
Resultados de 21 campañas No se muestran los elementos eliminados			7 días después de hacer...	— Varias conversaciones	1.427.897 cuentas del Centro ...	2,55 Por cuenta del Centr...	— Varias conversaciones	—

Tipos de Anuncios de Meta Ad

Nueva campaña ✕

Elige un objetivo de la campaña
[Más información](#)

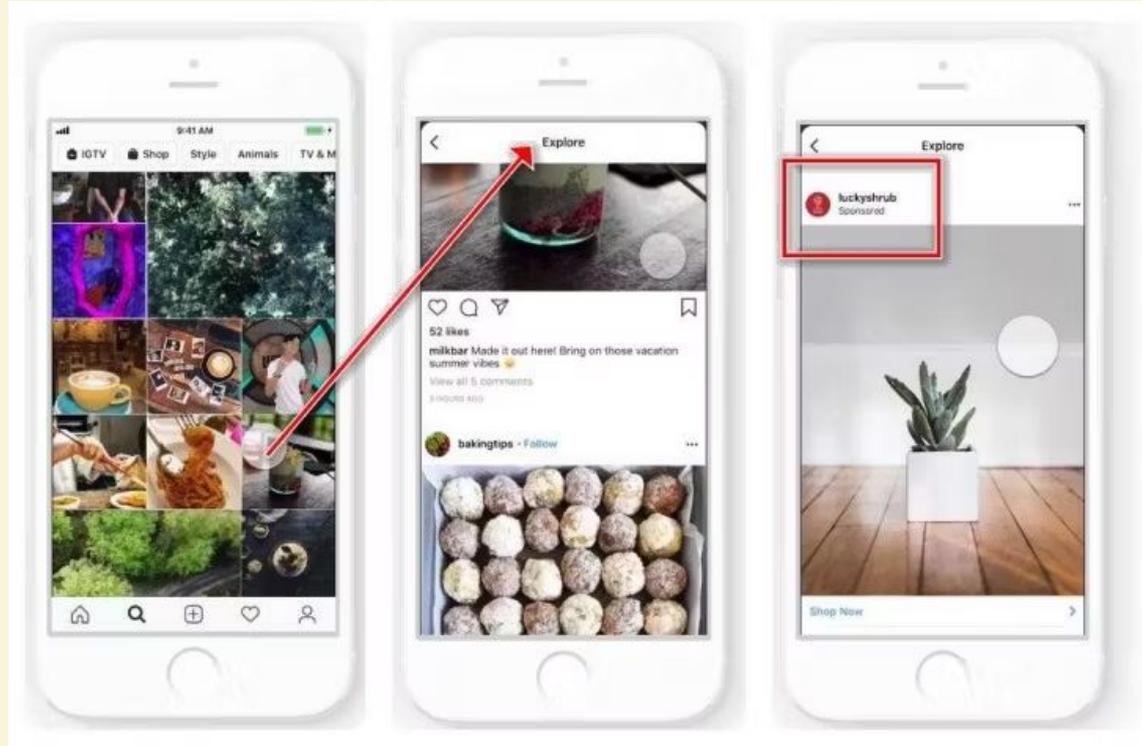
Reconocimiento	Consideración	Conversión
<input type="radio"/> Reconocimiento de marca	<input type="radio"/> Tráfico	<input type="radio"/> Conversiones
<input type="radio"/> Alcance	<input type="radio"/> Interacción	<input type="radio"/> Ventas del catálogo
	<input type="radio"/> Instalaciones de la app	<input type="radio"/> Tráfico en el negocio
	<input type="radio"/> Reproducciones de video	
	<input type="radio"/> Generación de clientes potenciales	
	<input type="radio"/> Mensajes	



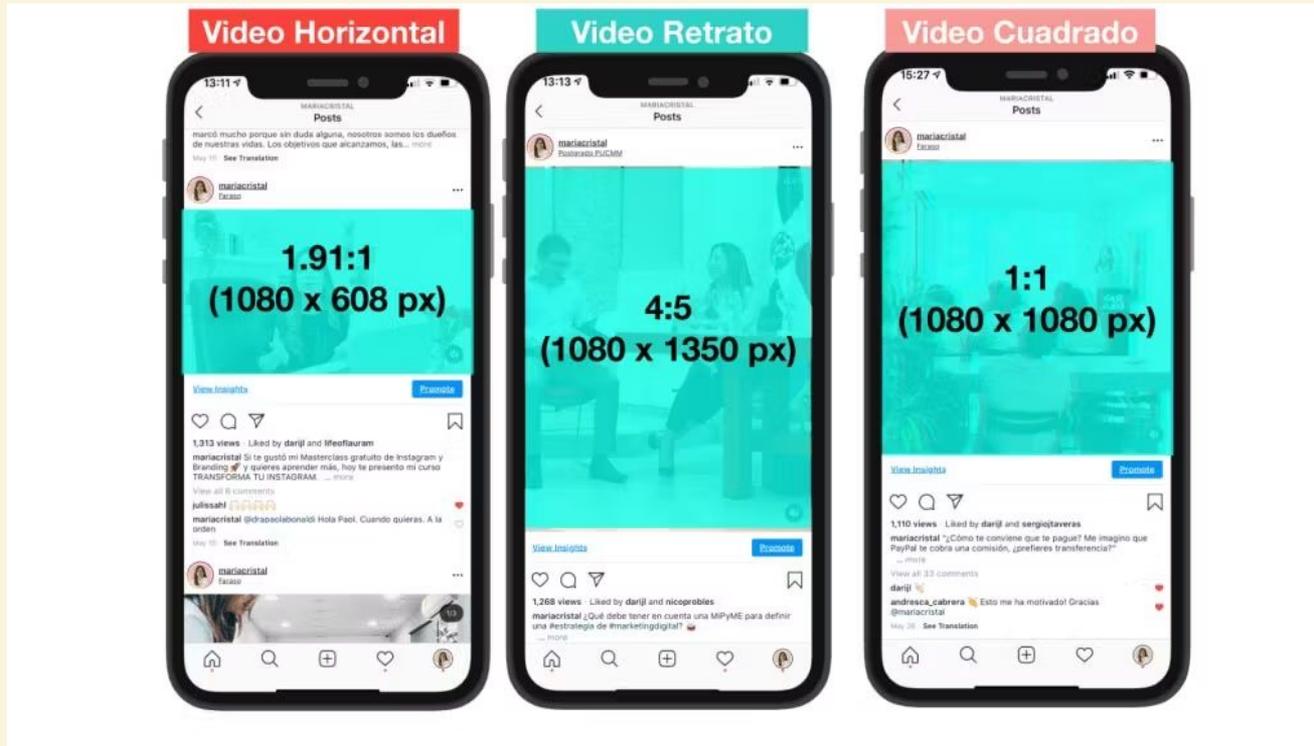
Tipos de Anuncios de Meta Ad



Tipos de Anuncios de Meta Ads



Tipos de Anuncios de Meta Ads



Tipos de Anuncios de Meta Ads

Nombre de la página

Imagen, video, imágenes
No más del 20% d texto

Título:
Destacar la promesa

Destaca lo más importante
Opcional

Texto de la campaña

CTA - Elegir uno de los que proporciona facebook

Esencia De Mujer By VITÍ
Publicidad · 🌐

¡Haz crecer tu negocio con un producto en ALTA DEMANDA!

... Ver más

Inscríbete como distribuidor

Hazte Vití Partner
byviti.com

Más información

Me gusta Comentar Compartir

Detailed description: The image shows a Facebook advertisement for 'Esencia De Mujer By VITÍ'. The ad features a profile picture of a woman, a headline in Spanish, a video thumbnail showing clothing, and a call-to-action button. Annotations with arrows point to various parts of the ad, explaining their purpose and constraints. The background is a light yellow gradient.

PAID MEDIA





Sinónimos de Paid Media

- **SEM (Search Engine Marketing):** Se refiere específicamente a la publicidad en motores de búsqueda como Google Ads.
- **Social Ads:** Hace referencia a la publicidad en redes sociales como Facebook Ads, Instagram Ads, etc.
- **Display advertising:** Se utiliza para describir los anuncios gráficos que aparecen en diferentes sitios web.
- **PPC (Pay-Per-Click):** Aunque no es sinónimo directo, se asocia estrechamente al paid media, ya que implica pagar por cada clic en un anuncio.
- **Performance Specialist:** Un especialista en rendimiento se enfoca en maximizar los resultados de una campaña o estrategia digital.
- **Trafficker Digital:** Un trafficker digital es un experto en gestionar el tráfico hacia un sitio web. Utiliza diversas herramientas y plataformas de publicidad online para atraer visitantes y convertirlos en clientes.



¿Cuáles son las principales responsabilidades de un Paid Media Specialist?

Investigación y
Planificación

Creación de Anuncios

Gestión de Campañas

Establecer estrategias
de segmentación y
targeting

Definir el presupuesto y
el calendario de la
campaña



¿Cuáles son las principales responsabilidades de un Paid Media Specialist?

Investigación y
Planificación

Analizar a la audiencia
objetivo y definir los
objetivos de la
campaña

Seleccionar las
plataformas de
publicidad más
adecuadas

Establecer estrategias
de segmentación y
targeting

Definir el presupuesto y
el calendario de la
campaña



¿Cuáles son las principales responsabilidades de un Paid Media Specialist?

Creación de Anuncios

Desarrollar anuncios atractivos y persuasivos que se adapten a cada plataforma

Escribir textos publicitarios y seleccionar imágenes o videos relevantes

Optimizar los anuncios para dispositivos móviles y diferentes formatos



¿Cuáles son las principales responsabilidades de un Paid Media Specialist?

Gestión de Campañas

Lanzar y monitorear las
campañas en tiempo
real

Ajustar las pujas y los
presupuestos según los
resultados

Realizar pruebas A/B
para mejorar el
rendimiento de los
anuncios



¿Cuáles son las principales responsabilidades de un Paid Media Specialist?

Análisis y Optimización

Rastrear y analizar los
datos de las campañas

Identificar las métricas clave
(clics, impresiones,
conversiones, ROI) y medir
el éxito de las campañas

Implementar mejoras
continuas para optimizar el
rendimiento

¡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!

