



CLASE NÚMERO 11

Activación de Campañas en Meta

Lanzando Tus Anuncios al Mundo Digital

Paso a paso para crear campañas reales

La creación de campañas en Meta Ads se orquesta desde el **Administrador de Anuncios**, un componente clave dentro de Business Manager. Este proceso sigue una estructura clara de tres niveles: *campana*, *conjunto de anuncios* y *anuncios*. Cada nivel tiene su función específica y es crucial para el éxito. A continuación, te guiamos en la creación de tu primera campaña, aplicando los conocimientos sobre objetivos y estrategia.

1. Accede al Administrador de Anuncios

Inicia sesión en Business Manager y navega hasta el Administrador de Anuncios.

4. Configura el Conjunto de Anuncios

Define tu audiencia, establece el calendario de publicación, elige las ubicaciones y asigna el presupuesto diario o total.

2. Crea tu Campaña

Haz clic en el botón “Crear” y selecciona el tipo de campaña que mejor se adapte a tu objetivo.

5. Diseña el Anuncio

Sube tus creatividades (imágenes o videos), redacta el copy persuasivo y selecciona el Llamado a la Acción (CTA) adecuado.

3. Define la Campaña

Asigna un nombre a tu campaña y activa funciones opcionales como el Presupuesto de Campaña (CBO) o Tests A/B para optimizar resultados.



Elección de objetivo, público y presupuesto

Antes de lanzar cualquier campaña, es crucial definir **qué queremos lograr, a quién queremos llegar y cuánto vamos a invertir**. Meta Ads ofrece distintos **objetivos de campaña** que deben alinearse con el embudo de conversión y con el KPI principal. Luego se selecciona la **audiencia**, que puede ser amplia o específica, y finalmente se asigna un **presupuesto** diario o total, controlando la duración de la campaña.

Objetivos comunes:

- Reconocimiento de marca
- Alcance
- Tráfico al sitio web
- Interacción (me gusta, comentarios, reproducciones)
- Generación de leads
- Ventas (conversiones)



Opciones de Audiencia y Configuración de Presupuesto

Ajusta tus campañas a la perfección definiendo quién verá tus anuncios y cuánto invertirás.

Define tu Público Objetivo

Datos Demográficos

Dirige tus anuncios por edad, sexo, idioma y nivel educativo para una segmentación precisa.

Ubicación Geográfica

Alcanza a usuarios en ciudades, provincias, países o incluso radios específicos.

Intereses y Comportamientos

Conecta con personas basadas en sus hobbies, actividades en línea y patrones de compra.

Públicos Personalizados

Re-impacta a visitantes de tu web o a tu lista de correos, construyendo una conexión más profunda.

Audiencias Similares (Lookalike)

Expande tu alcance encontrando nuevos usuarios que comparten características con tus clientes actuales.

Gestiona tu Presupuesto

Presupuesto Diario vs. Total

Elige si quieres invertir una cantidad fija cada día o establecer un límite para toda la duración de la campaña.

Fechas de Inicio y Finalización

Controla el periodo de actividad de tu campaña, programando su lanzamiento y cierre.

Distribución del Gasto

Meta Ads puede optimizar automáticamente tu gasto o puedes configurarlo manualmente para ciertos periodos.

Diseño de Anuncios Efectivos

Crea anuncios impactantes que capten la atención y generen acción.

El anuncio es la primera impresión que tus usuarios tienen de tu marca, y su diseño es clave para captar la atención y generar acción. Aquí aprenderás a crear anuncios impactantes en el Administrador de Anuncios, combinando elementos visuales y textuales para maximizar su efectividad.

Formato

Elige el tipo de pieza ideal para tu mensaje: imagen única, video dinámico, carrusel interactivo o colección.

Texto Principal (Copy)

Crea un mensaje breve, directo y orientado al beneficio que resuene con tu audiencia.

Título Atractivo

Un encabezado fuerte y conciso que capte la atención y aborde la necesidad del usuario.

Llamada a la Acción (CTA)

Botones claros y persuasivos como "Más información", "Comprar ahora" o "Enviar mensaje".

URL de Destino

Asegúrate de que el enlace dirija a una página optimizada y relevante para el anuncio.

Diseño Visual

Mantén la estética de tu marca, la claridad y cumple con las especificaciones de la plataforma (ej. evitar texto excesivo en la imagen).



Ejercicio práctico guiado

Para consolidar el aprendizaje, se propone una actividad práctica en la que los alumnos crearán su propia campaña. Puede ser real (en una cuenta propia o demo) o simulada. Durante la actividad, el docente acompañará cada paso, resolviendo dudas técnicas y revisando la configuración de cada alumno o grupo. Se busca que experimenten el proceso completo: desde la estrategia hasta la publicación.

Dinámica sugerida:

- Elegir un producto ficticio o real (por ejemplo: una tienda de ropa online).
- Definir el objetivo de la campaña (ej. tráfico o leads).
- Diseñar la audiencia ideal.
- Establecer presupuesto diario (\$1.000 por día, por ejemplo).
- Subir una imagen o video y redactar un copy simple.
- Configurar la campaña paso a paso con la guía del docente.
- Previsualizar el anuncio y analizar en grupo qué funciona y qué se puede mejorar.



Encuesta para Alumnos

¡Ayúdanos a mejorar el curso! Escanea el código QR a continuación para completar una breve encuesta y compartir tus valiosas opiniones.



También puedes acceder a la encuesta directamente desde este enlace: eunoiacampus.com/encuesta-alumnos/