Facebook Business Suite: La clave para romper las ventas

15/07/2021

Si aun no has dado con una buena campaña de Marketing para tu marca, o recién estás comenzando y quieres saber cómo lograrlo, este post es para vos.

En este artículo hablaremos de la presencia de tres plataformas fundamentales a la hora de decidir crear una campaña para tu eCommerce y obtener excelentes resultados.

Nos referimos a crear una campaña en Facebook Business Suite o también llamado Facebook Ads dirigida a:

1. Facebook
2. Instagram
3. Audience Network

Te guiaremos en el paso a paso para que no pierdas ningún detalle.
Facebook Business Suite es la plataforma que utilizarás para gestionar los aspectos de tu negocio: tu página de Facebook, Instagram y Audience Network, Messenger y todos sus movimientos.

Con esta herramienta puedes sincronizar y distribuir tus anuncios, analizarlos y modificarlos mediante las estadísticas que posibilita la plataforma.

Facebook es la red social por excelencia para realizar campañas publicitarias. Si aún no tienes una cuenta de Facebook Business Suite, te invitamos a crearla, puedes descargarte la app o ingresar desde tu computadora a business.facebook.com

Objetivo
Antes de comenzar pregúntate cuál es el objetivo con el que vas a dirigir tu anuncio. Por ejemplo: lograr mayor presencia, ganar clientes, darte a conocer, aumentar tus ventas, lanzar una novedad. Ve por una idea original con un mensaje llamativo y claro.

Público
Aprovecha los datos que tienes de tus clientes para segmentar tu público por zona demográfica, edad, sexo, intereses. De esta forma la publicidad estará perfectamente dirigida a tu nicho objetivo.

Donde publicarás
Escoge el sitio donde publicar tu anuncio: en Facebook, Instagram, Messenger, Audience Network o en todas estas plataformas.

Presupuesto
Decide cuánto dinero invertirás y cuánto durará la campaña, de esta forma podrás ver qué alcance y

resultados arrojará y cuánta inversión te ha llevado.

Formato
La plataforma brinda seis formatos diferentes para que escojas cuál te queda mejor. Puedes subir un vídeo o una imagen o también el formato donde incluyas varias imágenes, tipo carrusel o vidriera.

Realiza el pedido
Puedes avanzar a la subasta de anuncios, donde Facebook analizará la información y el contenido que diagramaste y si el mismo está entre los mejores lo posicionará dentro de los primeros.

Publicación de anuncio
Una vez concretado el anuncio analiza las estadísticas y movimientos que va arrojando cada red social, y edita la campaña en el administrador de anuncios si observas que algo está funcionando mejor en una red social que en otra.

Realizar las mediciones es una acción clave para seguir conociendo tu audiencia, investigar los distintos formatos para subir contenido y hacer cambios a futuro, en caso de necesitarlos.

Presupuestos diarios y Presupuestos totales
En la plataforma puedes elegir un presupuesto diario o un presupuesto conjunto siempre de acuerdo a tus posibilidades económicas.

Presupuestos diarios: este tipo de presupuesto como lo dice la palabra es el dinero que quieres invertir en promedio por día. No tienen límites fijos, el mínimo debe ser de al menos un 1 dólar por día.

Presupuestos totales: en este caso será un presupuesto que abarca la totalidad de los anuncios y los días. Estos presupuestos no representan un promedio, sino que su límite es fijo.

Puedes utilizarlo para colocar un importe fijo de gatos y no excederte.

Si aún no lo has experimentado, desde la Nube te invitamos a probar esta gran plataforma que, sin ser un gran experto y en pocos pasos, te posibilitará crear, diseñar y monitorear una campaña integral de marketing para tu marca y hacer crecer tus ventas.

¡Pruébalo y nos cuentas!