



CÓMO LANZAR
ANUNCIOS QUE

CONVIERTAN

Patricio Peñaherrera

Table Of Contents

5 CLAVES PARA LANZAR ANUNCIOS QUE CONVIERTAN	2
INTRODUCCIÓN	2
5 COMPONENTES DE UNA CAMPAÑA EXITOSA:	3
OFERTA CORRECTA	4
PROCESO DE VENTAS CORRECTO	6
Segmentación Correcta	8
Mensaje Correcto	10
KPI'S CORRECTOS	12

5 CLAVES PARA LANZAR ANUNCIOS QUE CONVIERTAN

INTRODUCCIÓN

Comencé a entrenar a clientes usando systeme.io y comencé a obtener excelentes resultados, pasando de \$ 0 a \$ 5 mil mensuales y la principal fuente de tráfico era a través de Facebook.

Para escalar cualquier negocio, necesita tener tráfico entrante y tráfico que pueda controlar para poder escalar.

Todo empieza por una oferta que se busca promocionar. Ésta puede ser física o digital. Si la oferta es digital, nos deberíamos asegurar que nuestra plataforma cuente con una pasarela de pago que permita realizar los cobros a nuestros clientes para integrar a nuestra página de aterrizaje o página de ventas, que también puede ser un e-commerce.

La página de ventas juega un papel importantísimo en la conversión de nuestros productos. sin embargo, asumiremos que todo eso está bien y nos enfocaremos netamente en los aspectos que se debe tomar en cuenta para lanzar anuncios de Facebook exitosos

5 COMPONENTES DE UNA CAMPAÑA EXITOSA:



OFERTA CORRECTA

Su oferta es el aspecto más importante de cualquier campaña.

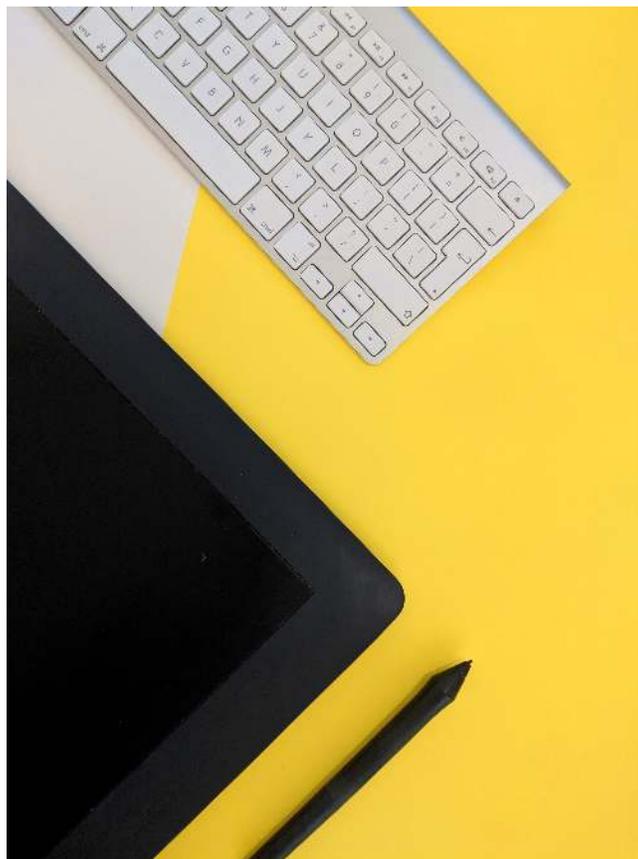


5 CLAVES PARA LANZAR ANUNCIOS QUE CONVIERTAN

- **Beneficios, resultados, resultados:** céntrese en los resultados de sus copias. Por ejemplo: Consigue el cuerpo de tus sueños con nuestro programa fitness en 30 días
- **Entregables:** céntrese en cumplir la oferta que realizó
- **Precio y condiciones de pago:** el precio puede cambiar la dinámica de la campaña. Realice ajustes siempre que sea necesario. Por ejemplo, puede tener un producto con un precio de \$7 con una tasa de conversión baja. Pero exactamente el mismo producto, el mismo embudo y la misma oferta con un precio de \$27 o más pueden tener una mejor tasa de conversión. Por lo tanto, esté siempre atento a este factor. No necesariamente bajar los precios es la mejor opción. Cuando el precio es bajo, puedes perder credibilidad. Es posible que la oferta de mayor valor con precio bajo no funcione. Es posible que la gente se pregunte por qué el precio es tan bajo y, por lo tanto, no elijan la opción.
- **Bonos (3-6)** relacionados con la oferta principal. Los extras de bronceado pueden estar relacionados con la oferta principal. Aumenta el valor percibido de su oferta haciendo que la gente la compre. Se recomiendan al menos 3 bonos. Deben estar relacionados con la oferta principal.
- **Garantía (Reversión de Riesgos).** Cada decisión ocupada conlleva un riesgo. Por lo tanto, ofrecer una garantía aumentará las conversiones. Puede ser:
 - Garantía de 30 días
 - Garantía de por vida
 - Garantía de resultado
- **Testimonios (prueba social)** es lo que hará que la gente confíe y compre su oferta. Puede estar en los anuncios, o directamente en la página de aterrizaje

PROCESO DE VENTAS CORRECTO

Facebook le dará tráfico, pero lo que hará que su campaña sea rentable es su capacidad para convertir este tráfico en clientes. Depende de tu oferta y precio.



5 CLAVES PARA LANZAR ANUNCIOS QUE CONVIERTAN

Proceso de ventas para ofertas de bajo precio:

Página de suscripción > Página de ventas > Página de pedidos > 3 ventas adicionales con un clic > Página de agradecimiento.

TIP: Se recomienda que el precio de la primera venta adicional (*upsell u order bump*) sea superior al de la oferta principal. Esto se debe a que la gente ya está dispuesta a comprarlo y ya confía en usted.

Proceso de venta para ofertas de alto precio:

Página Optin > VSL / Webinar > Llamada telefónica > Página de pedido > Página de agradecimiento.

Segmentación Correcta

Tener mucho tráfico es bueno, pero tener tráfico calificado es mejor.



5 CLAVES PARA LANZAR ANUNCIOS QUE CONVIERTAN

- Las audiencias más grandes funcionan mejor. Al menos \$500 mil personas
- Pruebe al menos 30 audiencias diferentes
- Probar audiencias de interés y audiencias similares
- Pruebe siempre un único interés en cada audiencia
- Cada 4 o 5 días, detenga las audiencias que no funcionan y escale aquellas que están realizando conversiones.

Mensaje Correcto

Después de captar la atención de las personas el siguiente paso es mantener su interés y aumentar su deseo sobre lo que tienes para ofrecer.



5 CLAVES PARA LANZAR ANUNCIOS QUE CONVIERTAN

- Tu primer objetivo es captar la atención de las personas y hacer que dejen de desplazarse. Los creativos son cruciales. Tu imagen y tu título son los que te permitirán hacerlo.
- Pruebe al menos 10 creatividades diferentes (imágenes y videos). Agregue algo de texto en sus imágenes para obtener más claridad sobre su oferta.
- Intente utilizar la palabra GRATIS en su título e imágenes.
- Crea un título muy específico: Ej: "GRATIS. Obtenga nuestra fórmula comprobada de 3 pasos para atraer más clientes en línea"
- Crea un mensaje convincente: El gancho + La historia (quién eres, cuál es el problema, autoridad) + Solución + Llamado a la acción

KPI'S CORRECTOS

Realice un seguimiento constante del KPI (Indicadores Clave de Rendimiento) de todas sus campañas:



5 CLAVES PARA LANZAR ANUNCIOS QUE CONVIERTAN

1. **ROAS** (Retorno de la Inversión Publicitaria): Este es principal indicador de rendimiento de los anuncios en Facebook. Debemos procurar que este indicador sea mayor a 1. Se mide de la siguiente manera: (Ventas Generadas / Inversión en Pauta en Facebook). Por ejemplo, si invierto \$100 en anuncios de Facebook (solo pauta) y genero ventas por \$1000, entonces mi ROAS es de 10 (1000/100). Es importante señalar que este indicador se enfoca solamente en la inversión publicitaria en Facebook. No toma en cuenta costos indirectos por ejemplo
2. **CPA** (Costo por Adquisición): Este es un indicador que mide el costo por adquisición de cliente. Aquí se toman en cuenta todos los costos, tanto de inversión publicitaria en Facebook como costos indirectos, por ejemplo de ejecutivos de venta dedicados a cerrar ventas
3. **CPC**(Costo por Click), o costo por link click, mide el costo que tiene cada visita a mi página o anuncio. Este indicador muestra cuanto cuesta a Facebook llevar a un usuario a que visite my página de ventas o mi anuncio. Debemos procurar que este indicador sea bajo ya que indicaría que estoy llegando a mi audiencia y el anuncio tiene mucha relevancia.
4. **CTR (Click Through Rate)**, mide la relación en la que se muestran mis anuncios y las veces que dan click en el mismo. Por ejemplo, si mi anuncio han aparecido 100 veces (impresiones) y se ha dado 10 veces clicks en el, entonces mi CTR es de 10%. Normalmente, se debe procurar que este indicado supere siempre el 1%.
5. **CPL** (Cost per Lead), o costo por cliente potencial. Mide el costo que los anuncios generan un costo por cliente potencial. También se puede medir este indicador con acciones de conversión, por ejemplo *costo por añadir al carrito*, o *costo por agendar una cita*



Conclusión

Lanzar anuncios en Facebook que CONVIERTAN, no es fácil. Cuando inicié mi carrera como emprendedor digital, me sentía saturado de la cantidad de información que se puede encontrar para lanzar anuncios de Facebook correctos y que realmente generen conversiones.

Me tardó aproximadamente 5 años en sacar la certificación de Facebook como "Digital Marketing Associate", una de tantas credenciales que ofrece Meta y comprendí que el mundo del marketing y en especial, de los anuncios en Facebook es prácticamente ilimitado.

Por eso decidí sacar un compendio con todas las claves que se necesitan para lanzar anuncios de Facebook que conviertan. Me hubiera gustado contar con esta información hace algunos años pero aprovecho la oportunidad para aportar un valor agregado a los actuales y futuros