

enter

DIGITAL SCHOOL

Marketing



Adwords



e-Commerce



Comunicación
Social



Diseño



Community
Manager



Bienvenidos al curso de

Comunicación Digital Electoral Módulo III



Temas Módulo 3

Publicidad digital en campaña electoral

1. Paso a paso para armar una campaña en redes sociales.
2. Qué es la biblioteca de anuncios y Google Ads Transparency, y por qué es tan importante en política.
3. Cómo medir el impacto de una campaña digital.

Plataformas claves

META

Permite anuncios políticos, con requisitos estrictos

Verificación e identificación obligatorias
Leyenda “pagado por” en los anuncios

Restricciones adicionales según el país

Segmentación por intereses y geográfica

TIKTOK

No permite publicidad paga de contenido político

- Políticos y partidos pueden tener cuentas orgánicas
- Identificación adecuada
- Sin recaudación de fondos

Viralidad | Uso orgánico

X

Sí acepta publicidad política, con restricciones

- Requiere aprobación y transparencia en el financiamiento
- Debe ser honesto y no engañoso
- Restricciones según el país

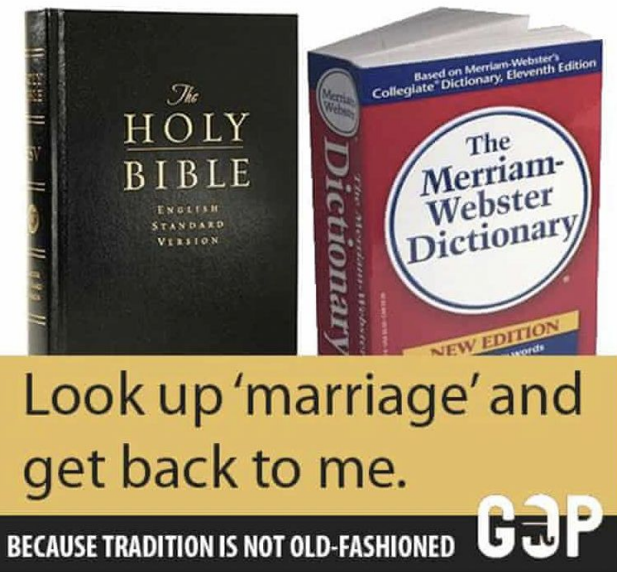
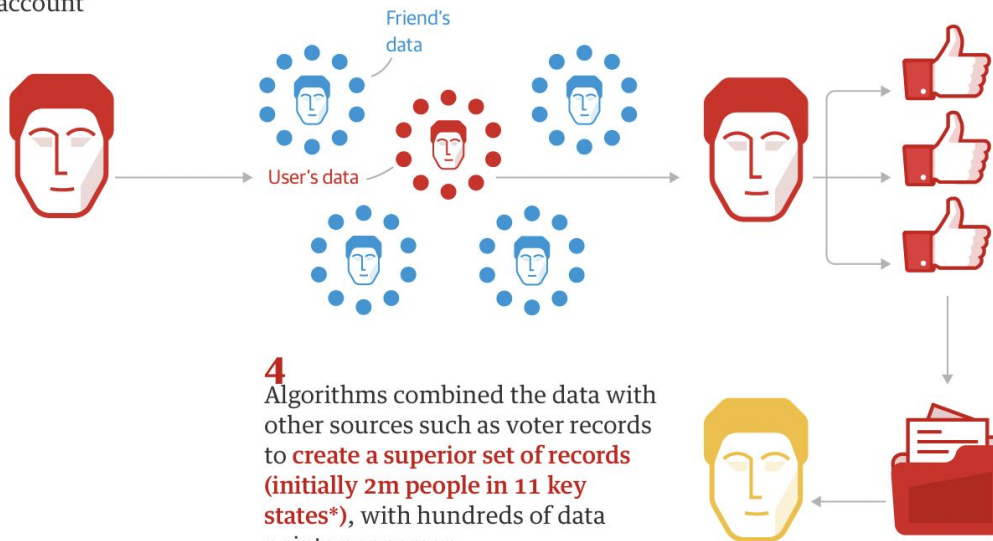
Instalación de agenda | Tono político

GOOGLE
NOTORIEDAD E INTENCIÓN DE VOTO

AUDIENCIAS & SEGMENTACIÓN

Cambridge Analytica: how 50m Facebook records were hijacked

- 1** Approx. 32,000 US voters ('seeders') were **paid \$2-5 to take a detailed personality/ political test** that required them to log in with their Facebook account
- 2** The app also **collected data such as likes and personal information** from the test-taker's Facebook account, as well their **friends'** data, amounting to over 50m people's raw Facebook data
- 3** The **personality quiz results** were paired with their Facebook data - such as **likes** - to seek out psychological patterns
- 4** Algorithms combined the data with other sources such as voter records to **create a superior set of records (initially 2m people in 11 key states*)**, with hundreds of data points per person. These individuals could then be targeted with **highly personalised advertising** based on their personality data



Guardian graphic. *Arkansas, Colorado, Florida, Iowa, Louisiana, Nevada, New Hampshire, North Carolina, Oregon, South Carolina, West Virginia

CAMPAÑAS DIGITALES BASADAS EN RS

CAMPAÑAS PRESIDENCIALES EN ARGENTINA 2023



MILEI



MASSA

NARRATIVA
ANTISISTEMA
Y DISRUPTIVA

**OFICIALISTA/
ANTILIBERAL**

ENFOQUE
CRECIMIENTO
ORGÁNICO EN REDES

PUBLICIDAD
DIGITAL Y
TERRITORIALIDAD

SEGMENTACIÓN
JÓVENES,
DESILUSIONADOS

**DIVERSA Y
ORIENTADA A
CADA PROVINCIA**

MENSAJE
“LA CASTA
TIENE MIEDO”

**NEGOCIACIÓN
Y CONSENSO**



Campaña digital basada en redes sociales

- Su estructura se apoyó en **influencers libertarios**, creadores de contenido y militantes digitales espontáneos.
- Prioridad absoluta en **TikTok, Instagram y YouTube Shorts** con contenidos breves, virales y emocionalmente cargados.
- **Memes, frases cortas y confrontaciones públicas** con figuras políticas, todo amplificado en redes.



Segmentación desde lo orgánico

- A diferencia de otras campañas que invierten fuerte en paid media, Milei apostó al **crecimiento orgánico** con mensajes que conectaban con el “sentir” del votante joven, precarizado o decepcionado con la política.
- Reforzó su base con **streamings, entrevistas en medios alternativos y canales de YouTube libertarios**.



Presencia territorial mínima, pero simbólica

No hizo grandes actos ni recorridas masivas como otros candidatos, pero sí participaciones **muy mediáticas** que eran luego capitalizadas en digital (como su irrupción en los debates o sus arengas públicas).



Mensaje simple, directo y repetido

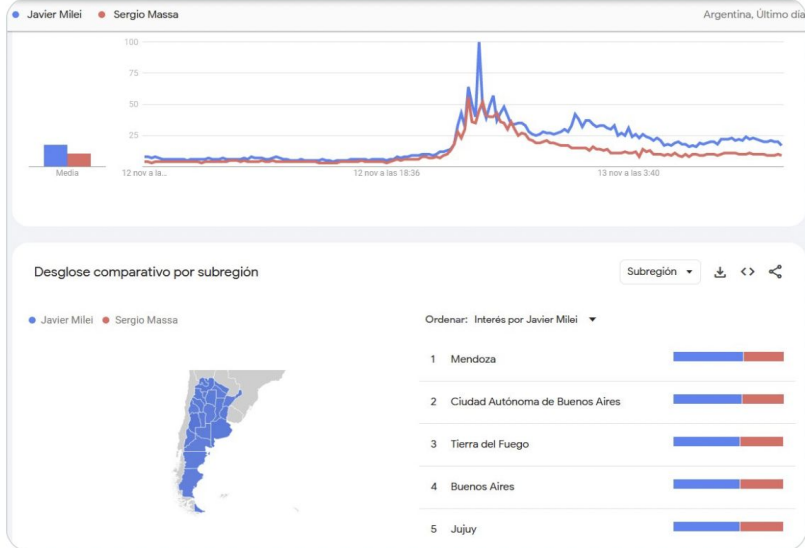
- Su eslogan “La casta tiene miedo” y su idea de cerrar el Banco Central se volvieron **símbolos emocionales**.
- Busco **instalar ideas fuertes y fáciles de recordar**.

CAMPAÑAS DIGITALES INTEGRADAS CON PAUTA



Martyn Mcfly
@martinmpaz

El debate se vió en todo el país y con alta participación en búsquedas. En todo el país se buscó más sobre Milei. Buena jugada de @SergioMassa involucrando al electorado indeciso o blanco. Inicialmente funcionó veremos resultados. #BuenDia



Tincho McKuka
@tinchomaldonad

Principales 20 búsquedas en Google relacionadas a Javier Milei durante el debate. Las búsquedas realizadas principalmente en CABA, Mendoza y Córdoba.

El debate, si bien pocas veces modifica el voto, hoy sin dudas marcó un antes y un después.

1	milei pasantia banco central	Aumento puntual	6	milei pasantia banco central	Aumento puntual
2	milei pasantia	Aumento puntual	7	denuncias de plagio milei	Aumento puntual
3	libro de milei plagio	Aumento puntual	8	plagio libro milei	Aumento puntual
4	quien gano el debate massa milei	Aumento puntual	9	porque no le renovaron la pasantia a milei	Aumento puntual
5	milei pasantia	Aumento puntual	10	milei psicotecnico banco central	Aumento puntual
12	milei pasantia banco central	Aumento puntual	17	plataforma de campaña de milei	Aumento puntual
13	psicotecnico	Aumento puntual	18	pasantia de milei en el banco central	Aumento puntual
14	milei pasantia bcra	Aumento puntual	19	milei clubes	Aumento puntual
15	fallecio santiago forlin	Aumento puntual	20	denuncia plagio milei	Aumento puntual



Sergio Massa
@SergioMassa · Seguir

En el debate decís otra cosa, pero esto es lo que verdaderamente pensás de la educación y la salud.



Sergio Massa @SergioMassa

Yo sí creo en la educación y la salud pública, gratuita y de calidad.

Hay que transformarlas no destruirlas.



9:42 p. m. · 12 nov. 2023

FACEBOOK BUSINESS

CUENTA PUBLICITARIA

Administrar

 Administrador de archivos

 Apps de negocios

 Configuración de la página

 Facturación

 Ver página

Configuración de pago

Maria Cecilia (38584289)

Saldo actual

\$ 0,00

No tienes ningún pago pendiente en este momento.

Cómo efectuarás el pago

 Visa · 4908

Cualquier importe que gastes que supere el saldo disponible o el límite de crédito de este método de pago se cobrará a través de tus otros métodos de pago.

Métodos de pago ⓘ

[Agregar método de pago](#)

 Visa · 4908 Principal
vence el 04/23

Actividad de pago

Fecha	Método de pago	Importe	Estado
21/9/2020	Visa · 4908	\$123,23	Pagado

Historial de pagos

[Descargar el último recibo](#)

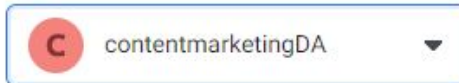
Servicio de ayuda

- [Cómo funciona la facturación de anuncios](#)
- [Qué hacer si se produce un error en el pago](#)
- [Abrir el servicio de ayuda](#)

FACEBOOK BUSINESS

CONFIGURACIÓN DE LA CUENTA PUBLICITARIA

Configuración de la cuenta publicitaria



Cuentas publicitarias

🚩 Páginas

💳 Configuración de pago

🌐 Notificaciones

⚙️ Plantillas de nombres

Configuración de la cuenta publicitaria

Content DA Anuncios (413373123549...)

Pagos de negocios

Realiza pagos, administra métodos de pago y edita la información de tu negocio.

[Abrir configuración de pago](#)

[Desactivar cuenta publicitaria](#)

Roles de la cuenta publicitaria

Administra las personas en la configuración del negocio. Esta cuenta publicitaria pertenece a un negocio.

[Abrir configuración del negocio](#)

Administrador de anuncios

Elige un objetivo de la campaña

[Más información](#)

Reconocimiento	Consideración	Conversión
☐ Reconocimiento de marca	☐ Tráfico	☐ Conversiones
☐ Alcance	☐ Interacción	☐ Ventas del catálogo
	☐ Instalaciones de la app	☐ Tráfico en el negocio
	☐ Reproducciones de video	
	☐ Generación de clientes potenciales	

Cancelar Continuar

Descargos de responsabilidad

Para vincular las cuentas publicitarias:

- Ve a tu página. Si la página se administra en el **administrador comercial**, tienes que acceder a ella desde allí para completar el resto de los pasos.
- Haz clic en **Configuración**.



Configuración > Nueva experiencia para páginas

Nueva experiencia para páginas

- 🔑 Acceso a la página
- 📅 Historial de administración de la página
- 👤 Calidad de la página
- 👤 Recomendación de la página
- 💬 Mensajería avanzada
- 🛡️ Uso compartido de datos
- 🔒 Anuncios sobre temas, elecciones o política

Obtén autorización para publicar anuncios sobre temas sociales, elecciones o política

Los anuncios sobre [temas sociales](#), [elecciones](#) o [política](#) requieren un alto nivel de transparencia. Para obtener la autorización, deberás proporcionar información adicional sobre ti y sobre quién es responsable del contenido y la financiación de estos anuncios.

¿Dónde publicarás los anuncios?

Solo puedes publicar anuncios sobre temas sociales, elecciones o política en un país donde tengas autorización. En la mayoría de los casos, se trata del país donde vives actualmente. [Más información](#)

 País
Argentina

Descargos de responsabilidad

Para vincular las cuentas publicitarias:

- En Administrar los descargos de responsabilidad, selecciona el descargo de responsabilidad que quieras vincular y haz clic en Vincular cuenta publicitaria.

Qué deberás hacer

Completa estos pasos para obtener la autorización para publicar anuncios sobre temas sociales, elecciones o política.

- ✓ Confirmar tu identidad
- ✓ Crear un descargo de responsabilidad
- ✓ Vincular una cuenta publicitaria al descargo de responsabilidad
- ✓ Conectar una cuenta de Instagram (opcional)

[Más información sobre nuestros requisitos para publicar anuncios sobre temas sociales, elecciones o política.](#)

Confirma tu identidad

Todas las personas que crean, editan o administran anuncios sobre temas sociales, elecciones o política deben confirmar su identidad personal. Esta confirmación se aplicará a todas las páginas que administras.

Una vez que hagas clic en Empezar, tendrás que iniciar sesión en tu perfil personal para acceder a la página de confirmación de identidad.

[Más información](#)

**Maria Cecilia**
No iniciada

Empezar

Crear descargos de responsabilidad

Todos los anuncios sobre temas sociales, elecciones o política deben mostrar el descargo de responsabilidad "Pagado por" con el nombre del responsable del anuncio.

Para crear un descargo de responsabilidad, debes proporcionar información verificable sobre la persona u organización responsable del anuncio y debes confirmar tu conexión con ellos. Por motivos de transparencia, la información que proporcionas para la verificación se mostrará públicamente con los anuncios en los que se use este descargo de responsabilidad cuando estén en circulación y durante 7 años en la [biblioteca de anuncios](#).

[Más información](#)

Crear un descargo de responsabilidad

Administra tus descargos de responsabilidad

Actualmente no tienes descargos de responsabilidad.

Publica anuncios sobre temas sociales, elecciones o política en Instagram (opcional)

Para publicar anuncios sobre temas sociales, elecciones o política en Instagram, conecta tu cuenta de Instagram con esta página y luego envíala para obtener la autorización.

Conectar Instagram

Comunicación política

Información del anunciante

El anunciante envió esta información.

Fecha de envío: 17 oct. 2019

👤 Descargo de responsabilidad
Frente de Todos Buenos Aires

☎ Número de teléfono
+541155285551

✉ Correo electrónico
hola@frentedetodos.com

🌐 Sitio web
www.frentedetodos.com

📍 Dirección
Libertador 850, , Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina 1001

Ve al servicio de ayuda para conocer nuestros requisitos para los anunciantes que quieren publicar anuncios sobre temas sociales, elecciones o política. [Más información](#)



Comunicación política

Inactivo

Identificador de la biblioteca: 614174378301209

15 may 2025 - 17 may 2025 · Tiempo de actividad total: 9 h

Plataformas  

Categorías 

Tamaño de público estimado: >1 mill. 

Importe gastado (ARS): \$9 mil - \$10 mil 

Impresiones: 20 mil - 25 mil 

[Ver detalles del anuncio](#)

Horacio Rodríguez Larreta
Publicidad · Pagado por Volvamos Buenos Aires

Gran charla hoy con @pedrorosemblat Muchas gracias @somosgelatina por la invitación!



Inactivo

Identificador de la biblioteca: 1259192569138167

15 may 2025 - 16 may 2025 · Tiempo de actividad total: 10 h

Plataformas  

Categorías 

Tamaño de público estimado: >1 mill. 

Importe gastado (ARS): \$20 mil - \$25 mil 

Impresiones: 50 mil - 60 mil 

[Ver detalles del anuncio](#)

Horacio Rodríguez Larreta
Publicidad · Pagado por Volvamos Buenos Aires

Volvamos Buenos Aires.



Inactivo

Identificador de la biblioteca: 653426184349620

15 may 2025 - 16 may 2025 · Tiempo de actividad total: 14 h

Plataformas  

Categorías 

Tamaño de público estimado: >1 mill. 

Importe gastado (ARS): \$60 mil - \$70 mil 

Impresiones: 125 mil - 150 mil 

[Ver detalles del anuncio](#)

Horacio Rodríguez Larreta
Publicidad · Pagado por Volvamos Buenos Aires

Volvamos a lo que funciona.



Inactivo

Identificador de la biblioteca: 1359067355389351

14 may 2025 - 16 may 2025

Plataformas  

Categorías 

Tamaño de público estimado: >1 mill. 

Importe gastado (ARS): \$15 mil - \$20 mil 

Impresiones: 45 mil - 50 mil 

[Ver detalles del anuncio](#)

Horacio Rodríguez Larreta
Publicidad · Pagado por Volvamos Buenos Aires

Un poco de lo que fue esta mañana en @_paraisofiscal y A24 con @antoniolaje



Facebook Ads

Facebook - Instagram

Facebook Ads

Es la plataforma publicitaria de Facebook que permite a través de los comportamientos de los usuarios en sus productos ofrecer la información para exponerlos a anuncios.

Biblioteca de anuncios

Preparación de la campaña

Argentina ▼

Temas sociales, eleccion... ▼

Alberto Fernández



Alberto Fernández

 @alferdezok ✓
1.019.754 Me gusta • Político

 @alferdezok ✓
2.658.608 seguidores

Transparencia de la página

[Ver más](#)

 Página creada el 15 may 2016

 Se cambió el nombre de la página 1 vez

 País/región principal de las personas que administran esta página: Argentina (3)

Gasto total de la página en anuncios sobre temas sociales, elecciones o política ⓘ

26 sep 2019 - 11 jul 2021
Argentina

\$4.424.125[Ver detalles del gasto](#)

Gasto reciente de la página en anuncios sobre temas sociales, elecciones o política ⓘ

7 días • 5 de jul - 11 jul 2021
Argentina

\$0

Anuncios de Alberto Fernández



Derecho al Futuro
Publicidad · Pagado por Derecho al Futuro

Así estamos trabajando en La Matanza, siempre con la mirada hacia adelante. Vamos #DerechoAlFuturo



Identificador de la biblioteca: 217915500976244 ...

✓ Activo

En circulación desde el 10 sep 2023

Plataformas @

Categorías

6 anuncios usan este contenido y texto

Derecho al Futuro
Publicidad · Pagado por Derecho al Futuro

Nuestro gobierno está muy presente en La Matanza. Sigamos avanzando #DerechoAlFuturo



Identificador de la biblioteca: 1533545580783111 ...

✓ Activo

En circulación desde el 10 sep 2023

Plataformas @

Categorías

6 anuncios usan este contenido y texto

Derecho al Futuro
Publicidad · Pagado por Derecho al Futuro

Todo lo que hicimos y estamos haciendo en Tres de Febrero. #DerechoAlFuturo



Identificador de la biblioteca: 968523014263362 ...

✓ Activo

En circulación desde el 10 sep 2023

Plataformas @

Categorías

6 anuncios usan este contenido y texto

Derecho al Futuro
Publicidad · Pagado por Derecho al Futuro

Estamos y estaremos presentes en San Isidro, avanzando #DerechoAlFuturo



Identificador de la biblioteca: 2135922390084511 ...

✓ Activo

En circulación desde el 10 sep 2023

Plataformas @

Categorías

6 anuncios usan este contenido y texto

Más para Entre Ríos
Publicidad · Pagado por Más por Entre Ríos

Sabemos cómo acompañarte para honrar el esfuerzo de toda una vida de trabajo.

Vamos por más derechos, vamos por más Entre Ríos

#BahlGobernador #VamosPorMás



Más para Entre Ríos
Publicidad · Pagado por Más por Entre Ríos

Sabemos cómo acompañarte para que puedas desarrollarte a la par de la provincia.

Vamos por más empleo, vamos por más Entre Ríos

#BahlGobernador #VamosPorMás



Más para Entre Ríos
Publicidad · Pagado por Más por Entre Ríos

Hace siete años iniciamos un cambio profundo en Gualeguaychú, recorrimos de la mano de cada vecino y vecina el camino de la transformación.

Vamos por más mejoras para nuestra ciudad 🙌

#MartínPiaggioIntendente #GualeguaychúNosUne



Más para Entre Ríos
Publicidad · Pagado por Más por Entre Ríos

Contamos con tu apoyo para crear nuevas oportunidades y hacer realidad los sueños de cada joven en nuestra provincia.

Vamos por más Federal, vamos por más Entre Ríos

#BahlGobernador #VamosPorMás



Conversiones

Funnel de conversión



Funnel de conversión



The screenshot shows the Facebook profile of 'Unidos Santa Fe'. The profile picture is a circular logo with a stylized 'U' in orange and purple. The page is set to 'Público' and the 'Información' tab is selected. Below the header, there is a section titled 'Información sobre el anunciante' with a link to 'Más detalles sobre la transparencia'. The main content area is titled 'Transparencia de la página' and includes the text 'Maxi Pullaro gobernador. #UnidosParaCambiarSantaFe'. This section is divided into two columns: 'Páginas y cuentas' on the left and 'Historial de la página' on the right. The left column lists the Facebook account '@unidosantafeonline' with 552 followers and identifies it as an 'Editorial/opinión' page. The right column shows a history of page changes, including a merge with 0 other pages, a name change of 0 times, and a creation date of August 16, 2023.

Unidos Santa Fe

Anuncios Información Público

Información sobre el anunciante
Con el objetivo de aumentar la responsabilidad y la transparencia, Meta comparte más información sobre las páginas y sus administradores. [Más detalles sobre la transparencia](#)

Transparencia de la página
Maxi Pullaro gobernador. #UnidosParaCambiarSantaFe

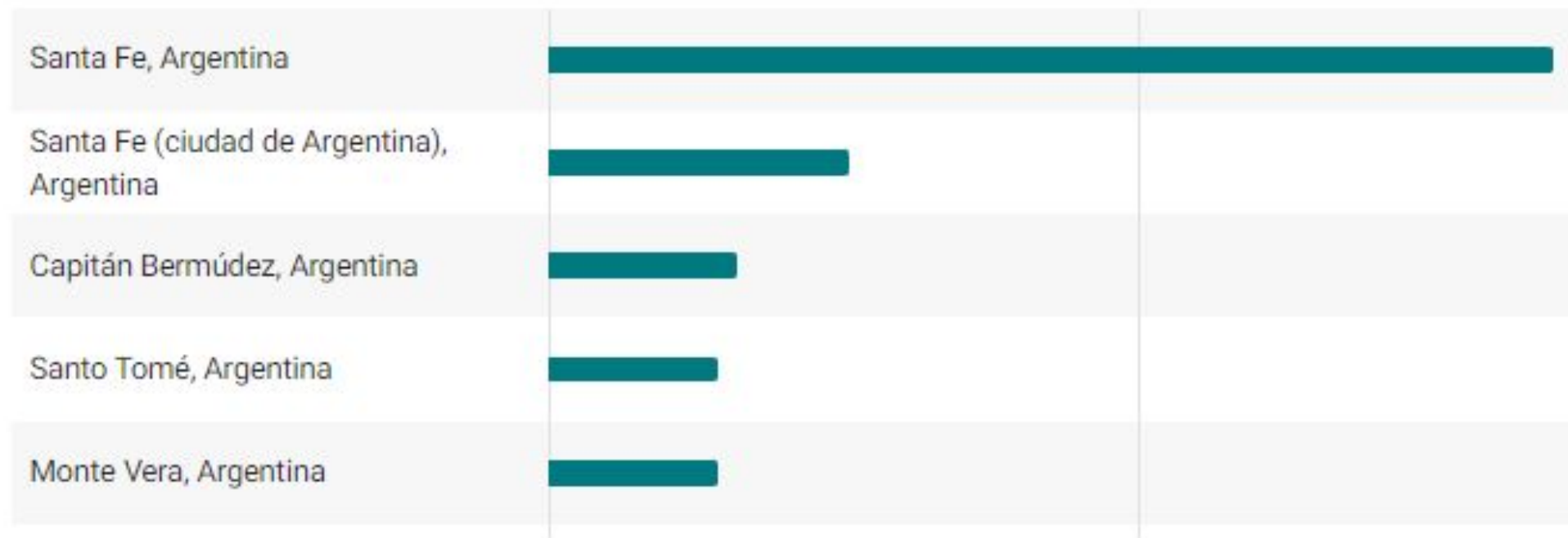
Páginas y cuentas

-  @unidosantafeonline
552 seguidores • Editorial/opinión

Historial de la página ⓘ

-  Se fusionó con 0 páginas más
-  El nombre de la página se cambió 0 veces
-  Página creada el 16 ago 2023

Funnel de conversión



Funnel de conversión

**Unidos Santa Fe**
Publicidad • Pagado por Unidos Santa Fe

En el departamento Garay, votó la U. Maxi Pullaro gobernador - Germán Baumgartner senador.
#UnidosParaCambiarSantaFe



UNIDOS SANTAFE.COM

Watch More

**Unidos Santa Fe**
Publicidad • Pagado por Unidos Santa Fe**Unidos Santa Fe**
Publicidad • Pagado por Unidos Santa Fe**Unidos Santa Fe**
Publicidad • Pagado por Unidos Santa Fe

Funnel de conversión



Unidos Santa Fe

Publicidad • Pagado por Unidos Santa Fe

Este domingo, en el departamento San Lorenzo, Maxi Pullaro gobernador - Iván Ludueña senador.
#UnidosParaCambiarSantaFe



WWW.UNIDOSSANTAFE.COM
Unidos Santa Fe

Más inform...



Unidos Santa Fe

Publicidad • Pagado por Unidos Santa Fe

Este domingo, en el departamento La Capital, Maxi Pullaro gobernador - "Paco" Garibaldi senador.
#UnidosParaCambiarSantaFe



WWW.UNIDOSSANTAFE.COM
Unidos Santa Fe

Más inform...



Unidos Santa Fe

Publicidad • Pagado por Unidos Santa Fe

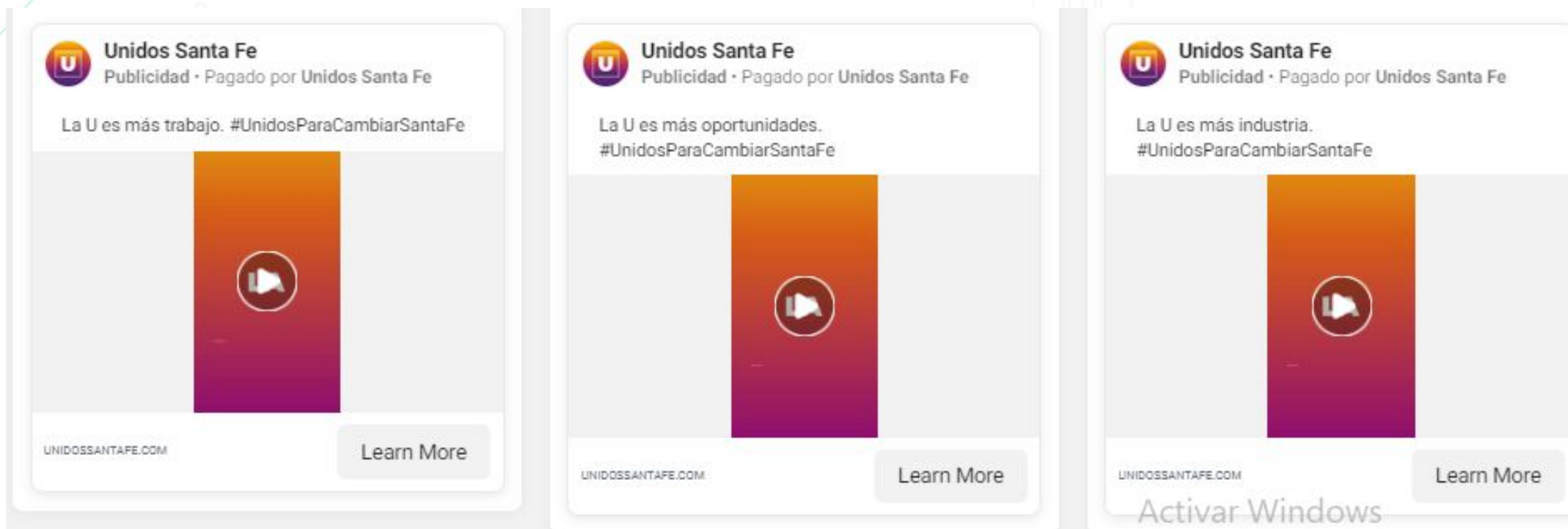
Este domingo, en Pueblo Esther, Maxi Pullaro gobernador - Kiney Compiano concejal.



WWW.UNIDOSSANTAFE.COM
Unidos Santa Fe

Más inform...

Funnel de conversión



Funnel de conversión



Salud pública
Padres con niños pequeños (1-2 años)
Padres con hijos en la primera etapa escolar (6-8 años)
Padres con hijos en edad preescolar (3-5 años)
Padres con hijos preadolescentes (09-12 años)
Padres con hijos adolescentes (13-17 años)
Seguridad ciudadana
Police
Polícia Federal - PF
Polícia Militar

Funnel de conversión

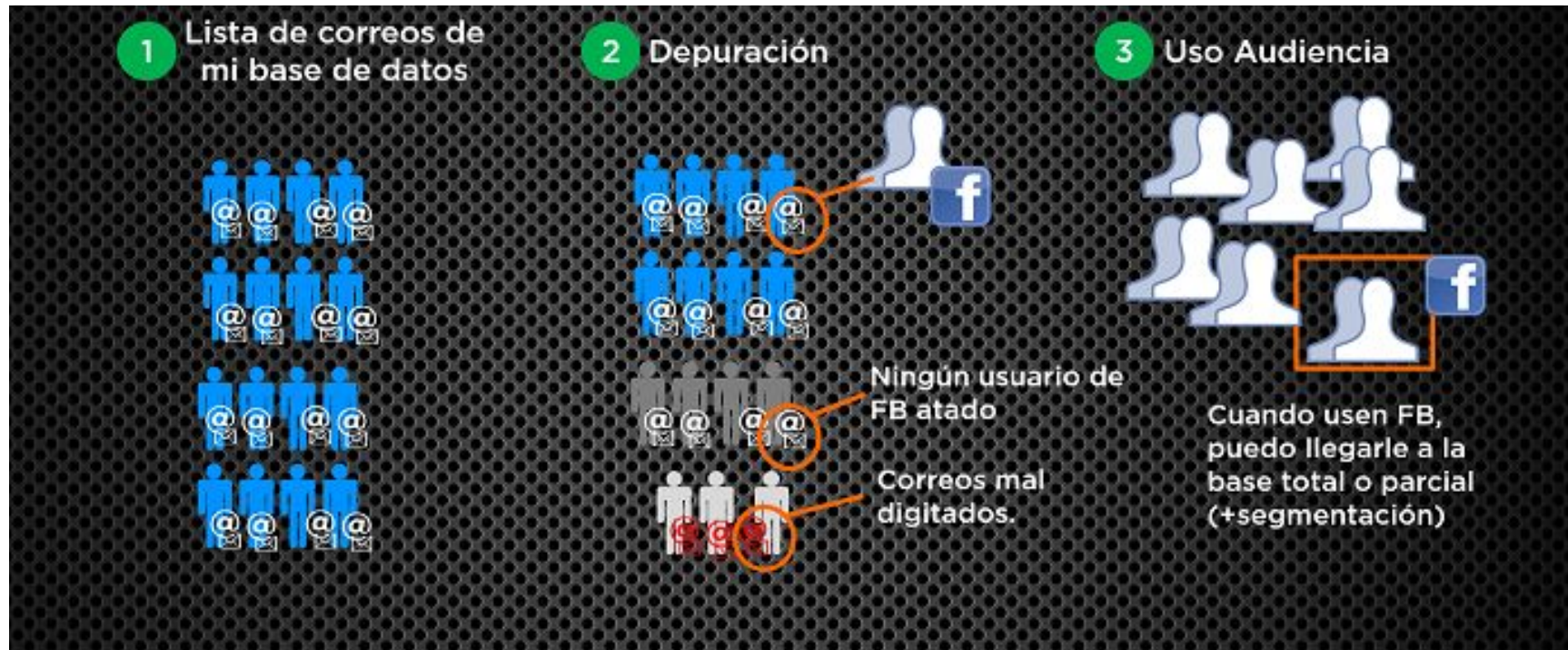
Público personalizado 11	Se incluye o se excluye ⓘ 11	Porcentaje del importe gastado ⓘ 11	Anuncios ⓘ 11
Público personalizado	Se incluye	12,9%	35
Público personalizado	Se excluye	0%	0
Público personalizado a partir de una lista de clientes ⓘ	Se incluye	12,9%	35
Público personalizado a partir de una lista de clientes ⓘ	Se excluye	0%	0

Tema 2

Públicos

Públicos

PÚBLICOS PERSONALIZADOS



Públicos

PÚBLICOS PERSONALIZADOS

Tus orígenes

- ☐  Sitio web
- ☐  Actividad en la app
- ☐  Catálogo

- ☐  Lista de clientes
- ☐  Actividad offline

Orígenes de Meta

- ☐  Video
- ☐  Formulario para clientes potenciales
- ☐  Experiencia instantánea
- ☐  Compras
- ☐  Experiencia de AR

- ☐  Cuenta de Instagram
- ☐  Eventos
- ☐  Página de Facebook
- ☐  Publicaciones en Facebook

Tus orígenes

- ☐  Sitio web
- ☐  Actividad en la app
- ☐  Catálogo

- ☐  Lista de clientes
- ☐  Actividad offline

Públicos

PÚBLICOS SIMILAR

Tus orígenes

- ☐  Sitio web
- ☐  Actividad en la app
- ☐  Catálogo
- ☐  Lista de clientes
- ☐  Actividad offline

Orígenes de Meta

- ☐  Video
- ☐  Formulario para clientes potenciales
- ☐  Experiencia instantánea
- ☐  Compras
- ☐  Experiencia de AR
- ☐  Cuenta de Instagram
- ☐  Eventos
- ☐  Página de Facebook
- ☐  Publicaciones en Facebook

Tus orígenes

- ☐  Sitio web
- ☐  Actividad en la app
- ☐  Catálogo
- ☐  Lista de clientes
- ☐  Actividad offline

Audience Insight

COMPARACIÓN DE AUDIENCIAS

 Público

 Comparación

Página	Me gusta de la...	Cambio en Me gusta...	Contenido publicado
 Sergio Massa Abogado.Ministro de economía de la Nación AR. Twitter: twitter.com/SergioM...	936 mil	↑ 7,8 mil	32
 Patricia Bullrich	483,7 mil	↑ 1,6 mil	44

Experimentos

ENCUESTAS RECORDACIÓN DE MARCA

Origen de anuncios de la prueba

Cerrar

¿Qué quieres incluir en la prueba?

☒ Cuenta

☐ Grupo de campañas

☐ Campaña

Cuenta

Maria Cecilia (38584289)

Tu cuenta no cumple los requisitos para esta prueba

Esta prueba está disponible para las cuentas que gastaron \$1.054.000 ARS en los últimos 90 días. Ve al [administrador de anuncios](#) para crear anuncios o aumentar el presupuesto y cumplir este requisito. A continuación, vuelve a configurar una prueba.

Página

Seleccionar

Calendario

Inicio

12 de septiembre de 2023

05:07 AM Hora del Pacífico

Finalización

11 de noviembre de 2023

04:07 AM Hora del Pacífico

Prácticas recomendadas de configuración

Para lograr resultados de alta calidad, la prueba debe:

✓ Trabaja con mucho empuje

• Para mejora de la marca, te recomendamos medir los anuncios con al menos 2 millones de impresiones para poder reunir suficientes respuestas.

• Para el aumento de conversiones, recomendamos usar un presupuesto publicitario de 5.000 USD como mínimo.

✓ Usa una estructura publicitaria simple.

La complejidad en la superposición de públicos publicitarios y las diferentes fechas de publicación de la campaña pueden dificultar la interpretación de los resultados.

✓ Céntrate en los resultados comerciales que te importan

p. ej., reconocimiento, consideración, intención de compra

ENCUESTAS RECORDACIÓN DE MARCA

Preguntas de la encuesta

Cerrar

Idioma de la encuesta

Español

Pregunta de encuesta 1

Tipo de pregunta de encuesta

Recuerdo del anuncio estándar (obligatoria)

Pregunta de encuesta

¿Recuerdas haber visto un anuncio de [Nombre de tu página] online o en un dispositivo móvil durante los últimos dos días?

Vista previa de la encuesta

Facebook quiere conocer tu opinión.
Encuesta patrocinada por anunciante

¿Recuerdas haber visto un anuncio de [Nombre de tu página] online o en un dispositivo móvil durante los últimos dos días?

Elige una opción

Si

No

No estoy seguro

Normas para seleccionar tus encuestas

- Además de la encuesta estándar sobre recuerdo del anuncio, puedes seleccionar hasta dos preguntas adicionales para esta prueba
- Elige encuestas en etapas diferentes del embudo de marketing para obtener un panorama completo del impacto de tu marca

Más información

Activar Windows

Ve a Configuración p

Informes comparativos

Informes

Trafico a web - Plomeros- RM

Tu costo por clics en el enlace es un 14% más bajo que el de conjuntos de anuncios similares

Si el costo por clics en el enlace es menor, significa que estás gastando menos en tus conjuntos de anuncios para alcanzar los objetivos de la campaña en comparación con conjuntos de anuncios similares de negocios similares en la categoría Household Goods-nonDurable. [Editar categoría](#)

Este conjunto de
anuncios

\$ 16,98

Conjuntos de
anuncios similares...

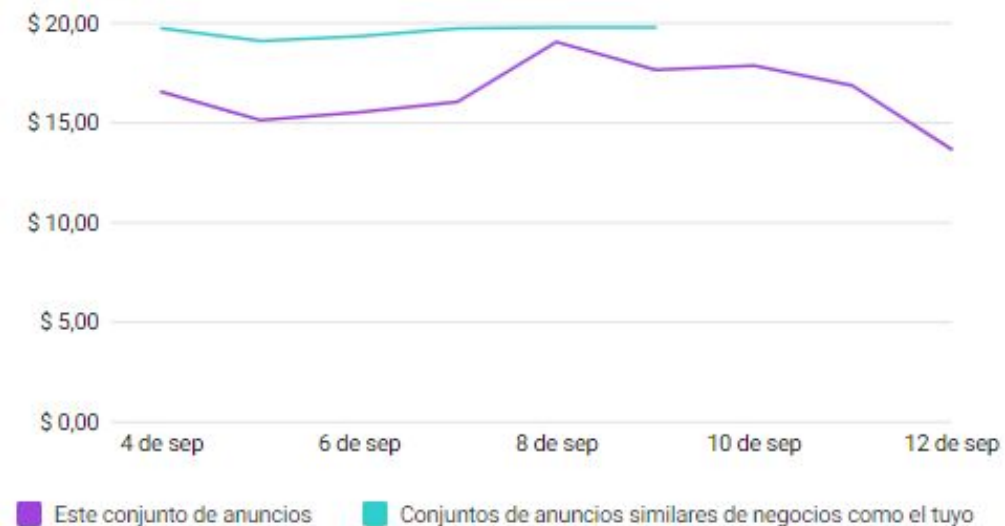
\$ 19,78

Incluye datos de
230 conjuntos de
anuncios de
negocios como el
tuyo

Costo por clics en el enlace de este conjunto de anuncios en comparación con la mediana de costo por clics en el enlace de conjuntos de anuncios similares run by your peers.

[Más información](#)

Tu costo por clics en el enlace comparado con el de conjuntos de anuncios similares de negocios como el tuyo



Informes

Acciones que puedes realizar

Combinar 2 conjuntos de anuncios similares

2 de tus conjuntos de anuncios tienen objetivos o contenidos similares, pero con diferentes públicos. Como resultado, es posible que gasten más antes de que se optimice su rendimiento. Prueba combinar conjuntos de anuncios. Más información

Ver cómo hacerlo

Resultado potencial

Hasta un 14.9% menos de costo por resultado

Según el modelo ⓘ

Permite que nuestro sistema de entrega muestre tus anuncios donde puedan tener un mejor rendimiento

Compara un conjunto de anuncios que usa ubicaciones Advantage+ con uno que usa ubicaciones manuales para ver si puede ayudar a reducir tu costo por resultado.

Configurar una prueba

Resultado potencial

Menor costo por resultado

Configurar la API de conversiones puede ayudarte a reducir el costo por resultado

La [API de conversiones](#) puede ayudarte a reducir los costos al mejorar la segmentación y el rendimiento de los anuncios del píxel Pixel de Vasser cl. Una API de conversiones envía los datos que ya compartes con tu píxel de Meta a través de una conexión de API. Esto te permite ver cómo las personas interactúan con tu negocio de maneras que un píxel por sí solo no puede medir, lo que podría disminuir el costo por resultado.

Empezar

Resultado potencial

Menor costo por resultado

Google Ads

Búsqueda- Display: Banners y Youtube

Estructura de la campaña



< 1 de 2 >

❗ Se agotó el saldo - Se agotó o casi agotó su presupuesto. Para garantizar que se sigan publicando sus anuncios, realice un pago para agregar dinero a su cuenta.

SOLUCIONAR EL PROBLEMA

DESCARTAR

⋮

Resumen

Todo el período 25 de agosto de 2019 – 2 de septiembre de 2020

🔿 Estado de la campaña: Todas; Estado del grupo de anuncios: Todo AGREGAR FILTRO

+ CAMPAÑA NUEVA

DESCARGAR

COMENTARIOS

Clics ▾	Impresiones ▾	CPC prom.	Costo	⋮
0	0	\$0.00	\$0.00	

2

1

0

agosto de 2019

septiembre de 2020

Planificador de palabras claves

Plan de palabras clave

BUSCAR
 INFORMES
 HERRAMIENTAS Y CONFIGURACIÓN

 619-209-7547
ceullua@gmail.com

< 1 de 2 >

Se agotó el saldo - Se agotó o casi agotó su presupuesto. Para garantizar que se sigan publicando sus anuncios, realice un pago para agregar dinero a su cuenta.

[SOLUCIONAR EL PROBLEMA](#)
[DESCARTAR](#)

Ubicaciones: Argentina Idioma: Español Redes de búsqueda: Google Últimos 12 meses agosto de 2019-julio de 2020

[DESCARGAR IDEAS PARA PALABRAS CLAVE](#)

Amplíe su búsqueda:

+ fácil
+ medios de salud
+ publicaciones de salud
+ bienestar
+ educacion
+ seguridad
+ cultura

Excluir las ideas para adultos AGREGAR FILTRO
 Se muestran 389 de 396 ideas para palabras clave
 COLUMNAS

☐ Palabra clave (por relevancia) ↓	Prom. búsquedas mensuales	Competencia	Porcentaje de impresiones del anuncio	Oferta de la parte superior de la página (intervalo bajo)	Oferta de la parte superior de la página (intervalo alto)	Estado de la cuenta
Ideas de palabras clave						
☐ nutricion	De 10 K a 100 k	Bajo	-	ARS1.63	ARS10.19	
☐ epidemiologia	De 1 K a 10 K	Bajo	-	ARS2.71	ARS4.12	
☐ centro de sal...	De 10 K a 100 k	Bajo	-	ARS4.46	ARS22.50	

Defina mejor las palabras cl...

[EXPANDIR TODO](#)

- Conceptos con o sin marca
Non-Brands, ministerio de salud, superintend... ▼
- Ciencia
nutricion, fisica, medicina ▼
- Otros
salud sexual ▼

Remarketing y Públicos Personalizados

REMARKETING

PÚBLICOS PERSONALIZADOS

AGREGAR FILTRO

Públicos habilitados

BUSCAR

SEGMENTAR

COLUMNAS

DESCARGAR

EXPANDIR

Nombre del público ↑	Tipo	Estado de suscripción	Tamaño: Red de Búsqueda	Tamaño: YouTube	Tamaño: Red de Display	Tamaño: campaña de Gmail
---	------	-----------------------	----------------------------	-----------------	---------------------------	-----------------------------

Objetivos

Saber hacia dónde vamos

Seleccione el objetivo por el cual se determinaría el éxito de esta campaña ?



Ventas



Clientes potenciales



Tráfico del sitio web



Consideración de la marca y el
producto



Reconocimiento y alcance de la
marca



Promoción de aplicación



Crear una campaña sin la
orientación de un objetivo



Reconocimiento y alcance de la
marca



Promoción de aplicación



Crear una campaña sin la
orientación de un objetivo

Seleccione un tipo de campaña ?

Display



Publique diferentes tipos de
anuncios en la Web

Video



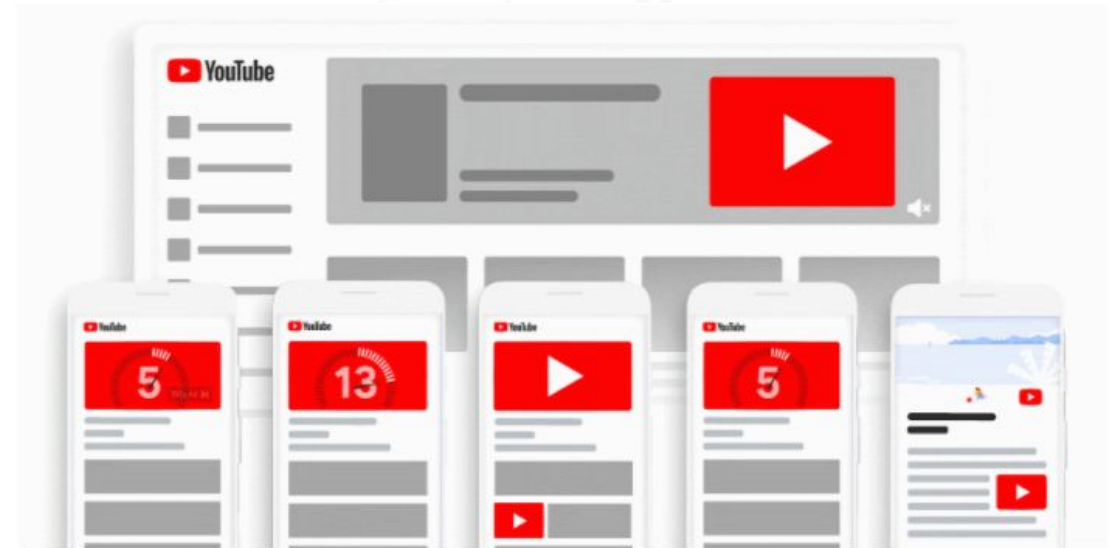
Llegue a los usuarios en YouTube y
en la Web para que interactúen con
sus anuncios

Anuncios

Saber hacia dónde vamos

Formatos de video

- Anuncios in-stream que se pueden omitir
- Anuncios in-stream que no se pueden omitir
- Anuncios video discovery
- Anuncios bumper
- Anuncios outstream
- Anuncios masthead



Formatos de video



Formatos de búsqueda responsivos



Google Ads Tutorials

Crear anuncios de búsqueda adaptables



Formatos de búsqueda responsivos

 Responsive display ads



Responsive display ads

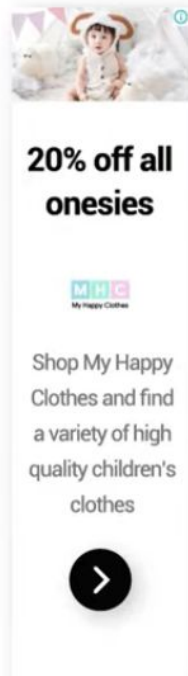
Logos

Images

Descriptions

Headlines

Formatos de búsqueda responsivos



¡Gracias!



@ullua_cecilia

