

Comprueba que no te dejas nada antes de lanzar tu campaña de Facebook Ads

¿Eres consciente del papel que pueden jugar los anuncios de Facebook en tu estrategia de marketing? Los anuncios de Facebook aportan una herramienta extra para captar contactos y promocionar o bien los productos o servicios de tu empresa, o los contenidos de tu blog.

También puedes consultar el videotutorial que encontrarás en la misma carpeta donde has descargado este documento para aprender a crear una campaña de Facebook Ads desde cero, pero si quieres asegurarte de que no te dejas nada por el camino al hacer el trabajo por tu cuenta, responde a las siguientes preguntas antes de publicar tus anuncios:

- ☐ ¿Tienes una landing page como destino de tus campañas?
- ☐ Si quieres captar leads, ¿la landing page tiene un formulario, y has comprobado que funciona?
- ☐ Si tu fin es otro, ¿has comprobado que el enlace de destino de tus campañas cumple su cometido?
- ☐ ¿Has instalado el nuevo píxel de Facebook en tu web?
- ☐ ¿Has creado una conversión personalizada para tu campaña?
- ☐ ¿Has definido un objetivo dentro de la campaña, que no sea el que se pone por defecto?
- ☐ ¿Y has elegido qué tipo de conversión personalizada quieres que te mida?
- ☐ ¿Has elegido el grupo de edad al que irá dirigido tu anuncio?
- ☐ ¿Has definido una localización para tu anuncio?
- ☐ ¿Has escogido bien los intereses de la audiencia a la que irá dirigida la campaña?
- ☐ ¿Has creado diferentes anuncios para mostrar en escritorio y en móvil?
- ☐ ¿Has puesto un presupuesto máximo? ¿Y unas fechas límite?
- ☐ ¿Has elegido tu estrategia de puja, y has añadido manualmente la cifra?
- ☐ ¿Has definido por qué tipo de acción quieres que se te facture?
- ☐ ¿Has elegido, al menos, 5 imágenes distintas para que tu anuncio vaya rotando?
- ☐ ¿Has revisado el título y texto de tus anuncios?
- ☐ ¿Has probado más de una variación del texto del anuncio, junto con las diferentes imágenes?
- ☐ Una vez publicado, ¿has comprobado que lo han aceptado?

Si ya lo tienes todo... ¡Mucha suerte! Y recuerda revisar constantemente qué combinación de imagen/texto funciona mejor para dejar activas las opciones ganadoras. También la variación de las pujas, para ir ajustando el presupuesto lo máximo posible.