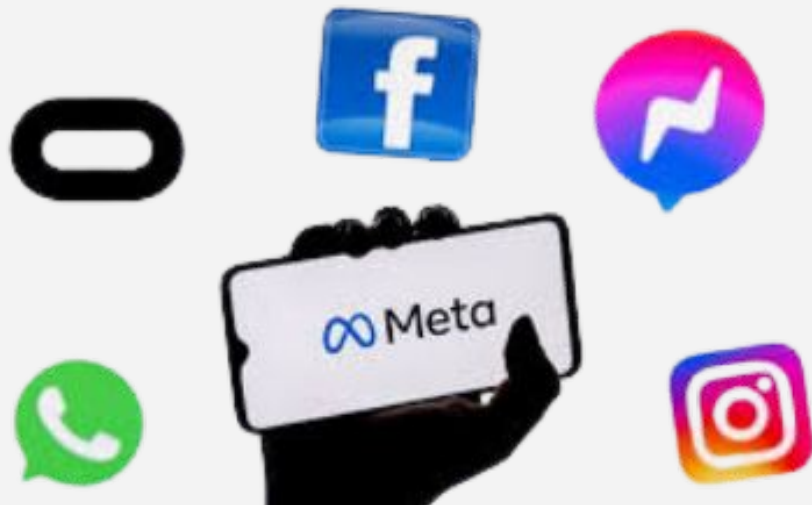


Cómo **vender** en redes con herramientas de **Meta**

INICIATIVA
M U J E R = S
Scotiabank



Hola! Soy Fede Vila,

Msc. Digital Business -
University of Westminster, Londres



ayudo a multiplicar la visibilidad de PYMES y marcas consolidadas para incrementar ventas y lograr sus objetivos utilizando el potencial de los medios digitales.

DESDE 2018

Digital Marketer and Consultant

Freelance - Para empresas de diversos tamaños y sectores. Servicio de estrategia y gestión de publicidad online B2B y B2C.

DESDE 2020

Profesora de Marketing Digital

Universidad de Montevideo (preuniversitario, grado y posgrado), Senpai Academy, Sinergia Campus, y Speaker en ALTAG

Coordinadora del programa avanzado de marketing digital de UMPE - 2023

DESDE 2021

Colaboradora para equipos de medios Agencias

Digitales THEF PR (vía Wild FI UY), Socio, Guacamole, Septum media y Lumbra.

→ [Conoce detalles en LinkedIn](#) y conectemos! 

¿Cuál es el objetivo de hoy?

Que identifiques qué **oportunidades** y herramientas nos ofrece Meta para **generar ventas**, y qué **estrategias** podrías utilizar para capitalizarlo al máximo.

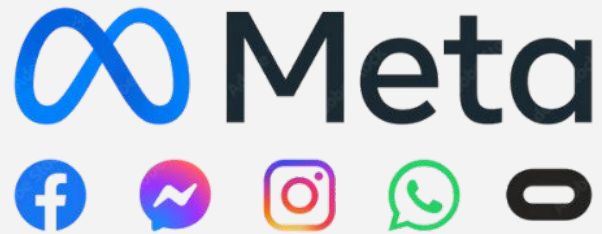
Temario

- ¿Qué es Meta?
 - Entendiendo meta
 - Entrega paga vs orgánica
 - ¿Cómo colaborar con meta?
 - Estrategia de contenidos
 - Plataformas y formatos
 - Algoritmos
 - Identificación de territorios y temas
 - Calendarización y planificación
 - Ejemplos
-
- Buenas prácticas
 - Errores comunes
 - Tiendas
 - Anuncios
 - Posibilidades en Ads
 - Funcionamiento Ads
 - Mensajería ¿cómo podemos usarlo?
 - ¿Cuándo es útil?
 - ¿Qué es Whatsapp Business?
 - Funcionalidades
 - Ventajas y desventajas
 - Buenas prácticas

¿Qué es Meta?

Una familia de apps que trabajan en sinergia para **conectar personas y negocios.**

Haber adquirido estas empresas le proporciona **más oportunidades de conectar** a los anunciantes con público relevante



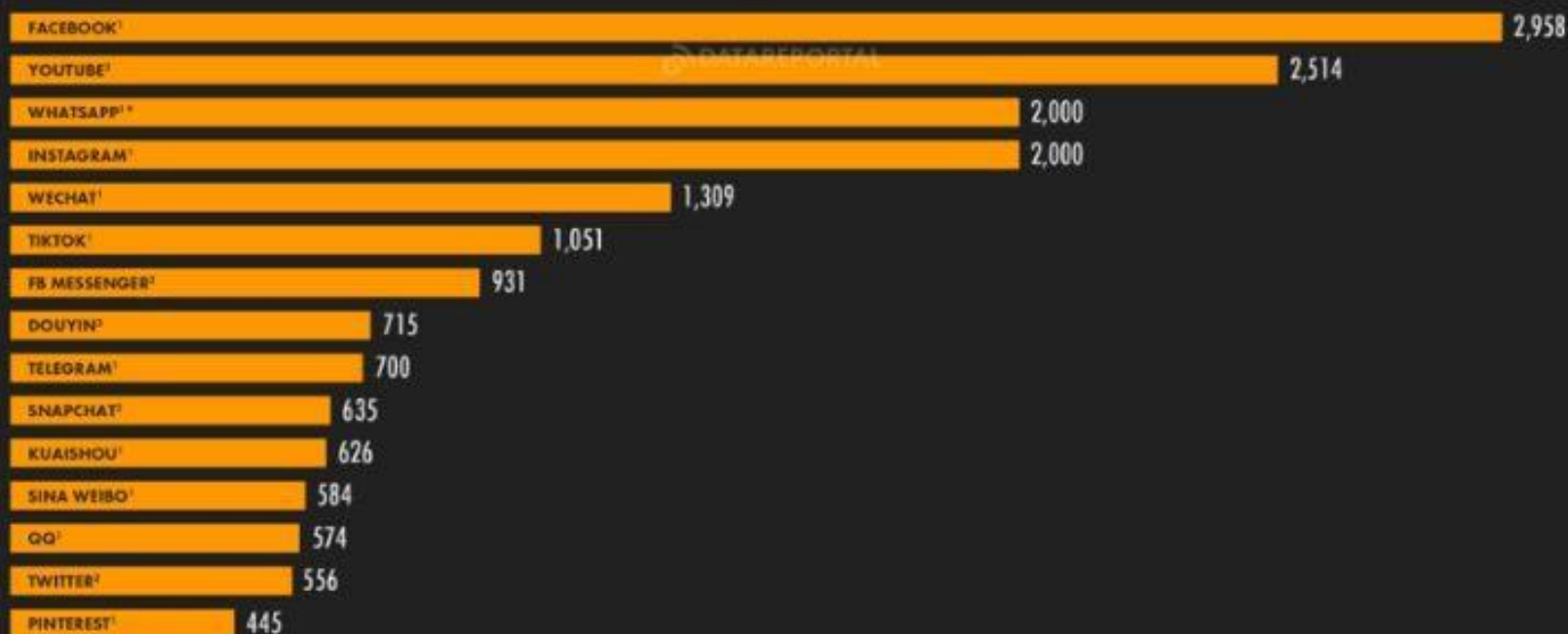
JAN
2023

THE WORLD'S MOST USED SOCIAL PLATFORMS

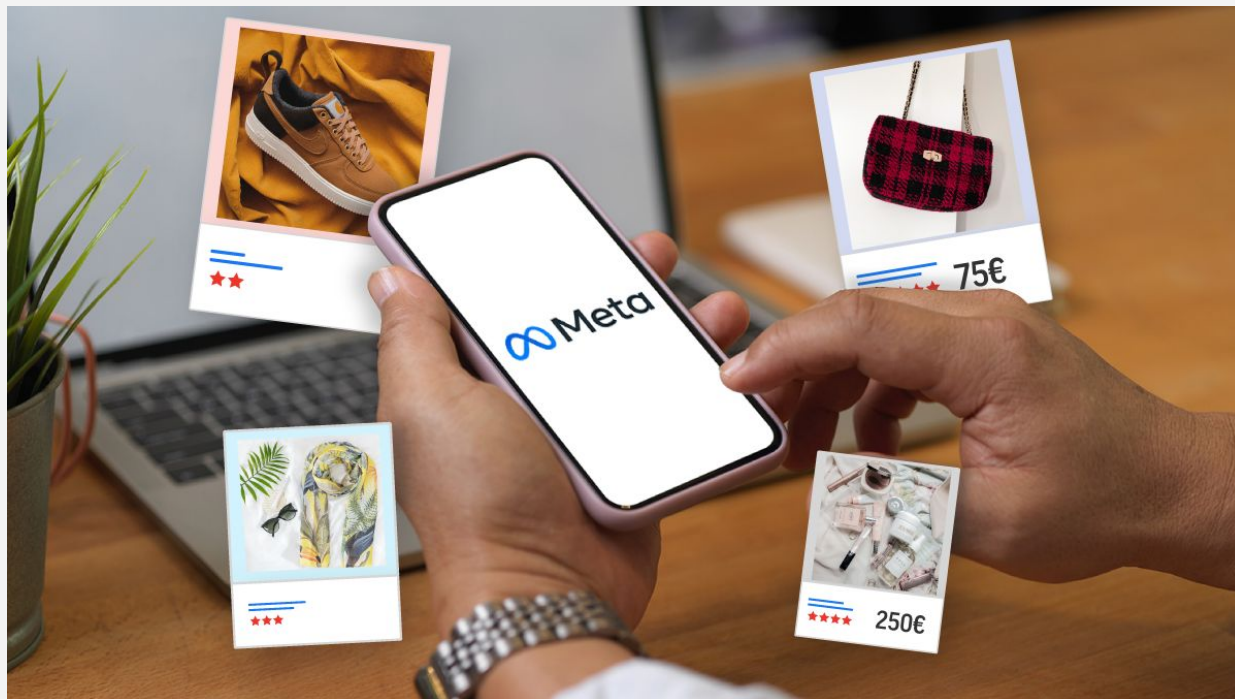
RANKING OF SOCIAL MEDIA PLATFORMS BY GLOBAL ACTIVE USER FIGURES (IN MILLIONS)



GLOBAL OVERVIEW



Entendiendo Meta



Entrega **paga** vs **orgánica**

Orgánica

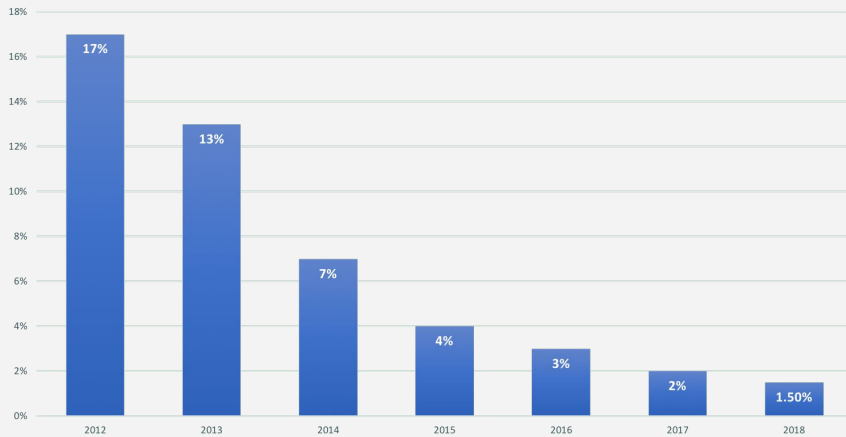
Es el que recibes sin pagar. Ejemplo, el que generamos con nuestros seguidores. No implica que no requiera esfuerzos de tiempo que sí tienen un costo asociado.

Paga

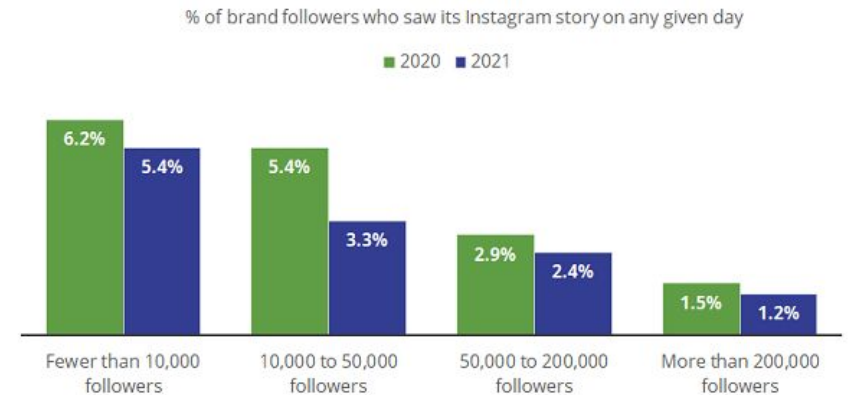
Es el que se genera mediante anuncios, y cuyo objetivo es impulsar y mostrar publicaciones a mucho más personas. Pueden ser en redes sociales, Google, como banners, etc.

Entrega orgánica

Facebook & Instagram Pages Organic Reach



Reach rates of Instagram stories decline for brands

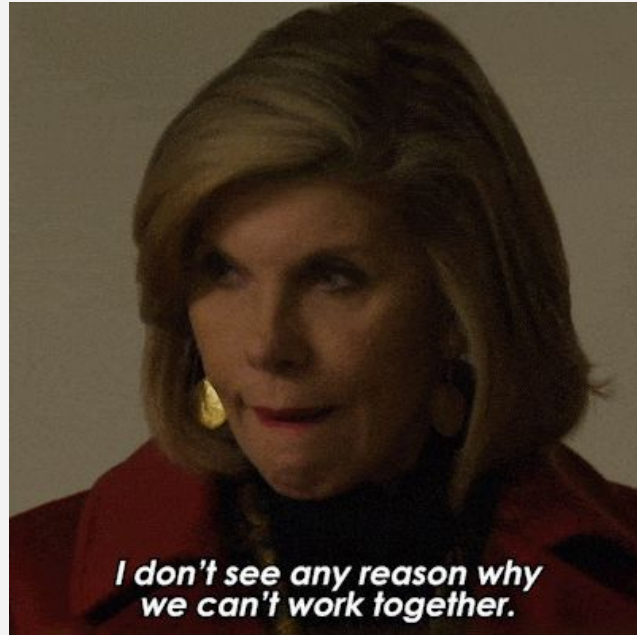


Source: Rival IQ; base=783 brand handles on photo-sharing app Instagram; study includes 128,000 posts, 60,000 stories and 258,000 frames, June-November 2021

Entonces, todo está **perdido?**



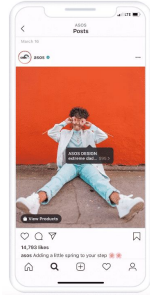
No! Solo necesitás colaborar con Meta



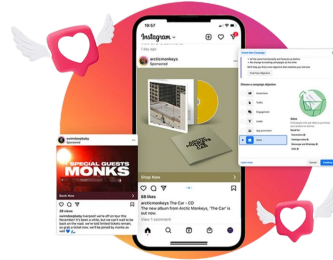
Áreas de oportunidad



Contenidos
Instagram y Facebook



Tiendas
Instagram y Facebook



Anuncios
Instagram, Facebook,
Messenger y
Audience Network.
Con destino:
Whatsapp



Mensajería
Messenger, Instagram Direct
y Whatsapp

Estrategia de Contenidos

Identificá a tu público

Incluí aspectos psicográficos y comportamentales. ¿Qué le gusta? ¿Qué lo motiva? ¿Cuáles son sus sueños? ¿Qué le da miedo? ¿Cómo es su rutina diaria? ¿Cuáles son las creencias que tiene respecto a tu categoría? Los invito a rascar y generar un perfil de cliente lo más rico y profundo posible.

Estrategia de **Contenidos**

Identificá tus objetivos

Pensá cuales son tus objetivos en la red.
¿Querés alcanzar a nuevas personas?
¿Querés sacar al frente algún atributo especial? ¿Querés humanizar tu marca?
¿Querés posicionarte como experto en un tema? En base a eso definí qué querés comunicar.

Estrategia de **Contenidos**

Identificá a tu público

Incluí aspectos psicográficos y comportamentales. ¿Qué le gusta? ¿Qué lo motiva? ¿Cuáles son sus sueños? ¿Qué le da miedo? ¿Cómo es su rutina diaria? ¿Cuáles son las creencias que tiene respecto a tu categoría? Los invito a rascar y generar un perfil de cliente lo más rico y profundo posible.

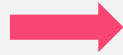


Identificá tus objetivos

Pensá cuales son tus objetivos en la red.
¿Querés alcanzar a nuevas personas?
¿Querés sacar al frente algún atributo especial? ¿Querés humanizar tu marca?
¿Querés posicionarte como experto en un tema? En base a eso definí qué querés comunicar.

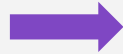
¿Cómo voy a usar cada plataforma y formato?

Feed



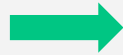
Autoridad

Carruseles Feed



Interacción

Historias



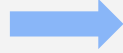
Interacción

Reels



Alcance y atracción

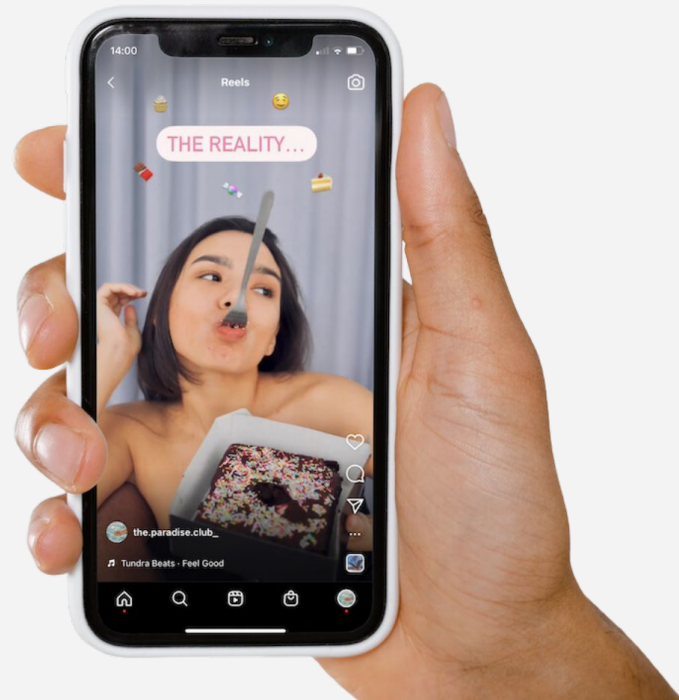
Vivos



Conexión

¿Cómo funciona el algoritmo de Instagram Reels y por qué es tan adictivo?

Detecta **todos tus movimientos**. Si compartes, si das like, si pausas el vídeo, así como el tiempo que pasas viendo cada vídeo. En cuestión de **1 o 2 horas ya te conoce**.



Identificación de territorios/temas

Historias sobre
mamás
emprendedoras

Tutorial de
cómo limpiar
batidoras sin
romperlas

Una lista de
canciones
sobre cocina
para
entretener a
tus chicos
mientras
cocinas

Recetas con
menos de 3
ingredientes

Tips para
limpiar la
cocina
antes/desp
de cocinar

tips para planificar
las comidas

donde
comprar
ingredientes
en precio

como saber
si los
ingredientes
son de
calidad

Cómo elegir
una batidora
ideal según
tu necesidad

Recetas de
viandas
sanas

Recetas
para cocinar
con los niños

Recetas
para hacer
en menos de
10 minutos

como saber si estoy dando
todos los nutrientes a mi hijo

Consejos para una
alimentación
balanceada

Identificación de territorios/temas

1. Recetas nutritivas para niños
2. Consejos para una alimentación balanceada
3. Tips de organización y planificación de comidas
4. Guías de compra de ingredientes
5. Videos de demostración
6. Historias de éxito de otras mamás
7. Colaboraciones con expertos en nutrición

Calendarización y planificación

	Post 1	Post 2
Objetivo			
Territorio			
Plataforma			
Formato			
Día /hora de publicación			
Referencia gráfica			
Texto			
Hashtags			

Calendarización y planificación

Planificador
Crea, programa

Nueva publicación

Ubicaciones

- Arimetrics
- arimetrics

Texto

Contenido multimedia

Comparte fotos o un video. Las publicaciones de Instagram no pueden incluir más de diez fotos.

Añadir foto Añadir video Usar plantilla

Ubicación · Opcional

Introduce una ubicación

Facebook Instagram

Personalizar tu publicación de Facebook

Estas funciones y este texto solo aparecerán en tu publicación de la sección de noticias de Facebook.

Texto de Facebook

Llamada a la acción

Recibir mensajes

Vista previa del enlace · Opcional ⓘ

Introduce un enlace

Añadir sentimiento/actividad

Sección de noticias del ordenador

Vista previa no disponible

Añade texto o un archivo multimedia a la publicación.

Promocionar Momentos de actividad Publicar

ARIMETRICS

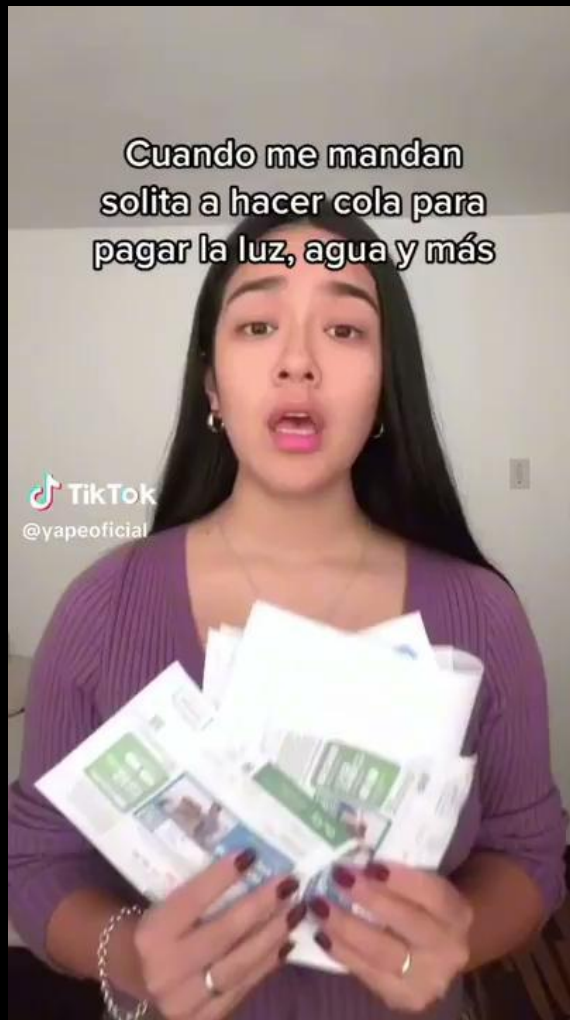


TikTok
@yanbat

**quiero enseñarte a hacer
este maquillaje**

Cuando me mandan
solita a hacer cola para
pagar la luz, agua y más

 TikTok
@yapeoficial



Colaboraciones con influencers

Mis consejos

1. Que sea lo más natural posible
2. Que mantenga la esencia del contenido del influencer
3. No importa tanto el tamaño de su comunidad, importa quienes integran la comunidad y que grado de influencia ejerza





SUEGRAESPIONAJE

Buenas prácticas

- Crear cuenta empresa
- Escribí un pie atractivo aprendiendo técnicas de storytelling y copywriting
- Publicá en el momento adecuado
- Interactuá
- Usa hashtags correctos
- Se auténtico y transparente
- Utilizá la música con derechos
- Conoce tus estadísticas para aprender sobre lo que funciona mejor en tu audiencia

Buenas prácticas

para Reels

- Crear cuenta empresa
- Aprovechar los primeros segundos para llamar la atención
- Buena iluminación
- Filmación vertical
- Velocidad
- Duración 15-30 segundos
- Usar efectos tendencia
- Usar audios tendencia
- Se original y creativo
- Naturalidad
- Que aparezcan personas
- Pon un título y textos claros en la parte superior
- Subtitular el video.

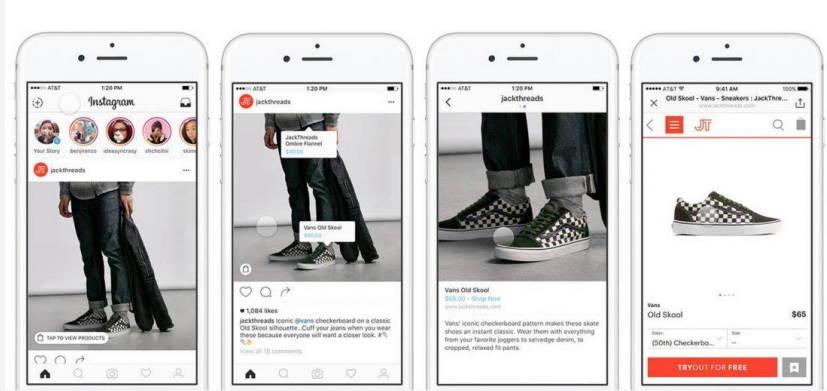
Cada audiencia es única

**No hay secretos o hacks que
apliquen a todos**

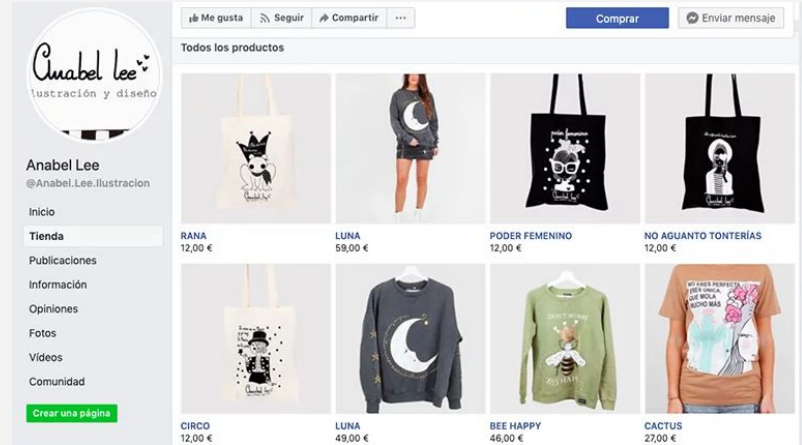
Errores comunes

- Que sea **evidente tu intención de venta**
- **Reutilizar** contenido de prensa escrita, TV, o Youtube
- **Comprar** seguidores
- Utilizar contenido con **derechos**
- Utilizar lenguaje ofensivo o discriminatorio

Tiendas



Instagram Shopping



Tiendas de Facebook

¿Cómo?

FACEBOOK



Administrador de ventas

Cuenta



Cuenta comercial



Información general

Catálogo



Tiendas

Anuncios

Estadísticas



Configuración

Información general



Se aprobó a

para usar la función "Comprar en Instagram"



Ahora puedes etiquetar productos en tus publicaciones e historias.

✓ Agregar artículos

✓ Personalizar tienda

✓ Publicar tienda

Agrega artículos que quieras vender

Prepara tu tienda para los clientes con artículos que puedan descubrir, explorar y comprar.

Agregar más artículos

💡 Es posible que los clientes quieran ver más opciones antes de comprar y que quieran comprar ciertos artículos juntos.



Más información sobre cómo agregar artículos

Ignorar

Comunicados

Cambios recientes y próximos en el administrador de ventas.

Catálogo

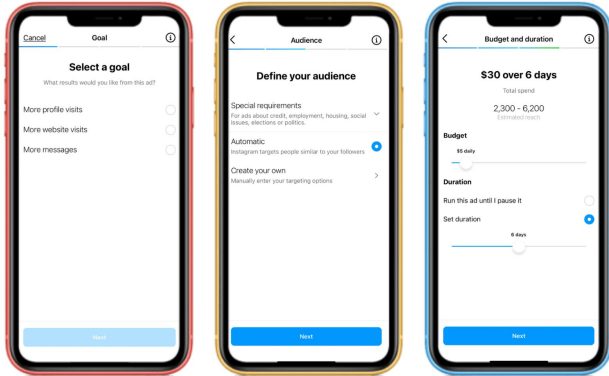
13

artículos en este catálogo

Agregar artículos



Anuncios



Promocionar
publicación

The screenshot displays the Facebook Ads Manager interface, showing a list of campaigns. The table below summarizes the data visible in the interface:

Campaign Name	Delivery	Bid Strategy	Budget	Reach	Impressions	Results	Cost per Result	CTR/Click Rate
A/B_Test_Creatives_March_2021_US_Broad...	Active	Using ad set bl...	Using ad set bu...	22,809	41,719	4 Purchases	\$118.39	
Leadgen / Gated content / Asia-6 v1 (AL)	Active	Cost cap	\$100.00 Daily	3,142	4,123	17 On-Facebook Leads	\$1.97	
Leadgen / Gated content / Latin-7 v1 (AL)	Active	Cost cap	\$100.00 Daily	13,410	16,154	32 On-Facebook Leads	\$1.89	
Leadgen / Gated content / Europe-25 v1 (AL)	Active	Cost cap	\$100.00 Daily	1,603	1,936	5 On-Facebook Leads	\$2.71	
Leadgen / Gated content / US v1 (AL)	Active	Cost cap	\$100.00 Daily	56	64	2 On-Facebook Leads	\$0.42	
AIU_Awareness_Broad_Reach_7days	Active	Lowest cost	\$60.00 Daily	24,008	28,427	2,530 Estimated Ad Recall	\$0.02	
CA_Awareness_Broad_Reach_7days	Active	Lowest cost	\$60.00 Daily	36,927	44,932	3,730 Estimated Ad Recall	\$0.02	
UK_Awareness_Broad_Reach_7days	Active	Lowest cost	\$60.00 Daily	37,784	44,396	4,390 Estimated Ad Recall	\$0.01	
SE_DK_NO_NL_CZ_FR_PT_PL_IT_Awareness...	Active	Lowest cost	\$110.00 Daily	163,973	188,895	13,800 Estimated Ad Recall	\$0.01	
Results from 340 campaigns				599,576 People	924,145 Total			

Facebook Ads
Manager

Anuncios: **posibilidades**

- Elegir **objetivos** para optimizar la entrega



Elige un objetivo de la campaña

[Más información](#)

Reconocimiento	Consideración	Conversión
<input type="radio"/> Reconocimiento de marca	<input type="radio"/> Tráfico	<input type="radio"/> Conversiones
<input type="radio"/> Alcance	<input type="radio"/> Interacción	<input type="radio"/> Ventas del catálogo
	<input type="radio"/> Instalaciones de la app	<input type="radio"/> Tráfico en el negocio
	<input type="radio"/> Reproducciones de video	
	<input type="radio"/> Generación de clientes potenciales	
	<input type="radio"/> Mensajes	

- Definir el presupuesto nosotros según lo que queramos o podamos invertir

Anuncios: posibilidades

- Definir en que **plataformas** y **formatos**
- Alcanzar **audiencias** nuevas utilizando criterios demográficos, psicográficos y de comportamiento.
- Definir **cuándo** generar la campaña



Anuncios: posibilidades

- **Crear** anuncio específicas o utilizar existentes
- Si tenés catálogo puedes crear anuncios dinámicos
- **Medir** resultados y **optimizar**



COSAS QUE TE INTERESARÁ

saber sobre publicidad digital



Los **precios por resultado**
(costo por clic o costo por mil
impresiones)



Los precios por resultado se fijan por un mecanismo de **subasta dinámica**. No son fijos, sino que son variables en función de la oferta y la demanda (precio por el que pujan los anunciantes, calidad de anuncios, entre otros)



Puede que **los resultados no sean inmediatos** (puede tardar incluso algunos meses). Todo depende del status actual, la respuesta del mercado al producto, y un poco de suerte de descubrir lo que funciona en los primeros intentos.

Mensajería: ¿cómo podemos usarlo?

- canal de soporte con chatbot y gestión humana
- para envío de campañas desde Messenger (Whatsapp)
- para envío de Notificaciones
- destino para campañas desde Ads, perfil o contenido orgánico



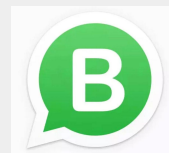
Mensajería: ¿cómo podemos usarlo?

- canal de soporte con chatbot y gestión humana
- para envío de campañas desde Messenger (Whatsapp)
- para envío de Notificaciones
- destino para campañas desde Ads, perfil o contenido orgánico

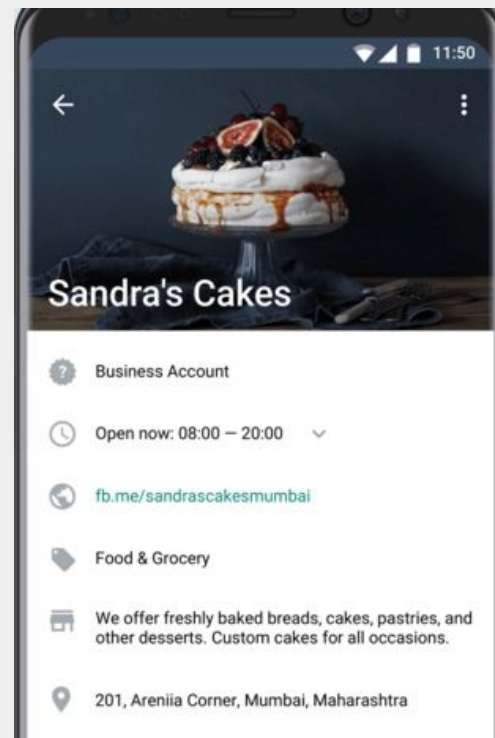
¿Cuándo es especialmente útil?

- Cuándo podemos asegurar inmediatez y queremos construir un **diferencial** en base a UX y comodidad para el usuario
- Cuando no tengo otros canales (ej ECommerce)
- Cuando nuestro **producto es complejo y es necesario un soporte mayor del equipo comercial/ atención al cliente**
- Cuando nuestro producto tiene un alto grado de **customización.**
- Cuando son productos y servicios que tienen ciclos de venta largos o complejos por el costo del producto o naturaleza

¿Qué es **Whatsapp Business**?

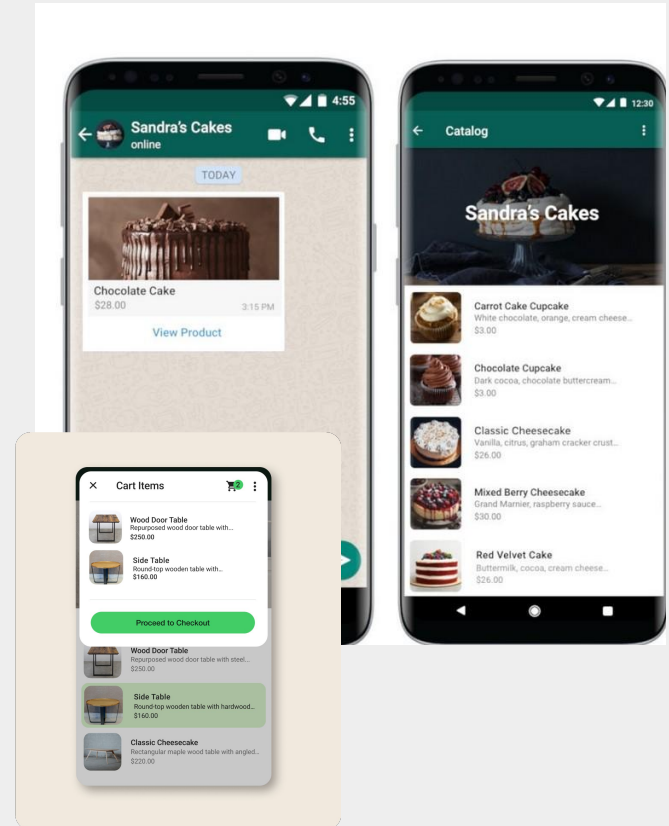


WhatsApp Business, una **versión especial** del conocido servicio de mensajería instantánea, **diseñada especialmente para que las Pymes** puedan comunicarse con sus clientes y cuenten con herramientas útiles que no están presentes en la app original.



Funcionalidades

- **Perfil de empresa:** podremos añadir información relevante para nuestros clientes tales como: correo electrónico, dirección web, horarios, descripción de la empresa y logo.
- **Catálogo de productos:** Muestra tus productos y servicios en una tienda móvil y agrupa artículos similares en colecciones para simplificar la experiencia de compra de tus clientes
- **Carrito:** Simplifica la gestión de los pedidos ya que podrán seleccionar fácilmente artículos y enviarlos dentro de un solo mensaje.



Funcionalidades

- **Saludo:** Envía automáticamente un mensaje de bienvenida personalizado a nuevos clientes cuando inicien una conversación.
- **Mensajes de ausencia:** respuesta automática para avisar que el mensaje se ha recibido, pero que en ese momento no puedes responder.
- **Respuestas rápidas:** frases pregrabadas con información frecuente para no tener que volverla a escribir constantemente

Hi, do you ship to Mexico?

Thanks for contacting Lucky Shrub!
We're currently closed and will
respond to your message during
our normal business hours. ✓

Funcionalidades

- **Etiquetas para agrupar/clasificar contactos:** Por ejemplo, puedes clasificar a tus clientes como nuevos, antiguos, pendientes de pago, entre otros criterios que sean adecuados para tu negocio.
- **Listas de difusión:** En lugar de enviar mensajes individualmente, es posible transmitirlos a un gran número de contactos, lo que acelera el proceso. Es importante recordar que las listas de difusión sólo funcionan para los clientes que han guardado el número de tu empresa en su lista de contactos.
- **Estadísticas:** opción de ver cuántos mensajes has enviado y recibido, así como también la cantidad que se han leído



Ventajas



- **Aumenta el número** de clientes que te contactan
- El **perfil** de consumidor es mucho **más amplio**
- Aumenta tres veces la tasa de **apertura**
- Mejora la comunicación con el cliente, aumenta su **satisfacción** y lo fideliza
- Aporta **veracidad** y un perfil de empresa:

Desventajas

- **Trackeo**
- Intensivo en **recursos humanos**
- Requiere **disponibilidad inmediata**
- **Menor nivel de calificación de leads**
- Puede resultar **invasivo** si surge de nosotros

Buenas prácticas

- **Revisa** a menudo las **políticas** de WhatsApp:
- Mantén los datos de tu empresa **actualizados**
- Contacta **sólo** con los **usuarios que han aceptado** ser contactados:
- No seas **invasivo** o incómodo
- Utiliza el **sentido común** cuando envíes mensajes.
- Dispón de **apoyo humano** en algún momento

“Más vale
hecho que
perfecto”

+598 99119936 / hola@fedevila.com

