



CÁMARA DE COMERCIO
ABURRÁ SUR

Estrategias Efectivas para Pautar en Redes Sociales

Andrés Jaramillo Miranda
Estratega y formador en Marketing Digital

@camaraaburrasur



Contenido

1. Comprender las Redes Sociales.
2. Segmentación del Público Objetivo
3. Diseño de Campañas Publicitarias
4. Implementación de Campañas
5. Análisis y Optimización

@camaraaburrasur



CÁMARA DE COMERCIO
ABURRÁ SUR



CÁMARA DE COMERCIO
ABURRÁ SUR

1. Comprender las Redes Sociales.

Cada red social tiene una connotación y fines de comunicación e interacción hay que saber en cuales encaja nuestro negocio o marca

facebook



LinkedIn

1) El Consumidor...



CÁMARA DE COMERCIO
ABURRÁ SUR

**Es la base para definir las
estrategias de pauta en redes
sociales**



1) Comprendiendo las redes sociales

Son medios de interacción y conexión entre personas, donde se comunica y se explora a través de las acciones sociales

"No solo es el yo; el tú es fundamental. La marca debe interactuar"

1) Para comprender las redes sociales hay que entender el consumidor

El consumidor tiene problemas



¿Tu producto o servicio que problemas soluciona?
Haz que el consumidor identifique su problema,
ayudale a solucionar.



CÁMARA DE COMERCIO
ABURRÁ SUR

El consumidor sueña



Se inspiracional y aspiracional si tu producto y/o servicio tiene que ver con los sueños.



CÁMARA DE COMERCIO
ABURRÁ SUR

El consumidor quiere o necesita aprender



Tu marca o negocio puede enseñar, bien sea con tu producto o con relación a la audiencia. Ej una marca de frutos secos puede enseñar a practicar un deporte.



CÁMARA DE COMERCIO
ABURRÁ SUR

El consumidor busca divertirse



La creatividad en contexto con tu tipo de negocio o audiencias.



CÁMARA DE COMERCIO
ABURRÁ SUR

El consumidor entonces...

Descubre ➡ **conecta** ➡ **considera** ➡ **decide**



CÁMARA DE COMERCIO
ABURRÁ SUR

2) Segmentación del Público Objetivo



Estamos en la era que podemos conectar con diferentes grupos



Inclusive conectar de manera individual



2) Segmentación del Público Objetivo

Los consumidores se agrupan... Define bien los grupos de públicos (Buyer persona)

Perfil General

Profesión, trabajo,
historia, familia, etc

Ubicación demográfica

Edad, salario, sexo,
ubicación

Identificadores

Trato, personalidad,
comunicación

Objetivos

Primarios y
secundarios

Retos o sueños

Primarios o
secundarios

Cómo podemos
ayudar

A cumplir sus objetivos
lograr sus retos



CÁMARA DE COMERCIO
ABURRÁ SUR

2) Segmentación del Público Objetivo

Los consumidores se agrupan... Define bien los grupos (Buyer persona)

Comentarios

Ejemplos de comentarios reales
sobre
sus retos y objetivos

Quejas comunes

Razones por qué no comprarían
nuestro
producto o servicio

Mensaje de marketing

Cómo describirías la solución,
producto o servicio de tu
empresa a este buyer persona

Mensaje de ventas

Cómo venderías la solución,
producto o servicio a tu buyer
persona



CÁMARA DE COMERCIO
ABURRÁ SUR

Trabajar la herramienta Públicos de Meta ADS

Crear un público guardado

Nombre del público
Clientes Potenciales

Públicos personalizados Crear

Buscar públicos existentes

Excluir

* Lugares
Llega a personas que viven o que estuvieron hace poco en este lugar.

Conoce los cambios en la segmentación por lugar
Ahora toda la segmentación por lugar llegará a las personas que viven o que estuvieron recientemente en las ubicaciones que seleccionas. Las otras opciones se eliminaron, por lo que no tendrás que seleccionar un tipo de segmentación por lugar aquí.
[Más información](#)

Colombia
Centro Comercial Oviedo Lugar + 2km

Incluir Explorar
Buscar lugares

El alcance potencial ahora es el tamaño de público estimado
El tamaño de público estimado es un cálculo aproximado de cuántas **personas** coinciden con tus criterios de segmentación. Puedes usar esta cifra para comprender mejor cómo tus opciones de segmentación pueden acotar o ampliar el tamaño de tu público. La estimación puede variar con el tiempo según los datos disponibles. Es posible que el rendimiento mejore con una definición del público más amplia.
[Más información](#)

Tamaño de público estimado:
224,300 - 263,900
Las estimaciones pueden variar considerablemente con el tiempo de acuerdo con las selecciones de segmentación y los datos disponibles.

Características del público:
Lugar:
Colombia: Centro Comercial Oviedo (más de 2 km)
Edad:
24 - 65+

Cancelar Crear público guardado



CÁMARA DE COMERCIO
ABURRÁ SUR



En el administrador de públicos creemos diversos grupos



Conozcamos los tamaños potenciales de los públicos



Lo anterior nos permitirá definir métricas





CÁMARA DE COMERCIO
ABURRÁ SUR

¿Debo pautar todo?



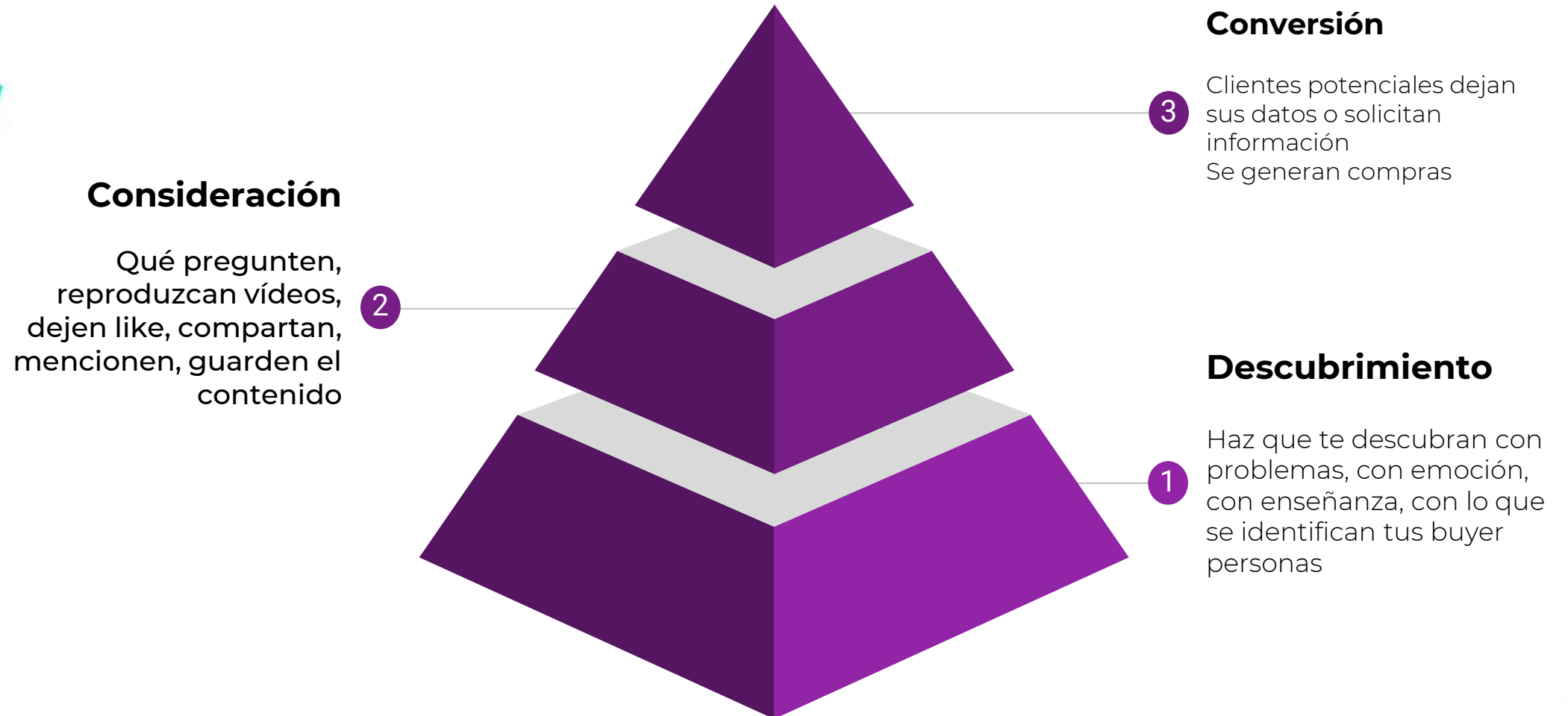


CÁMARA DE COMERCIO
ABURRÁ SUR



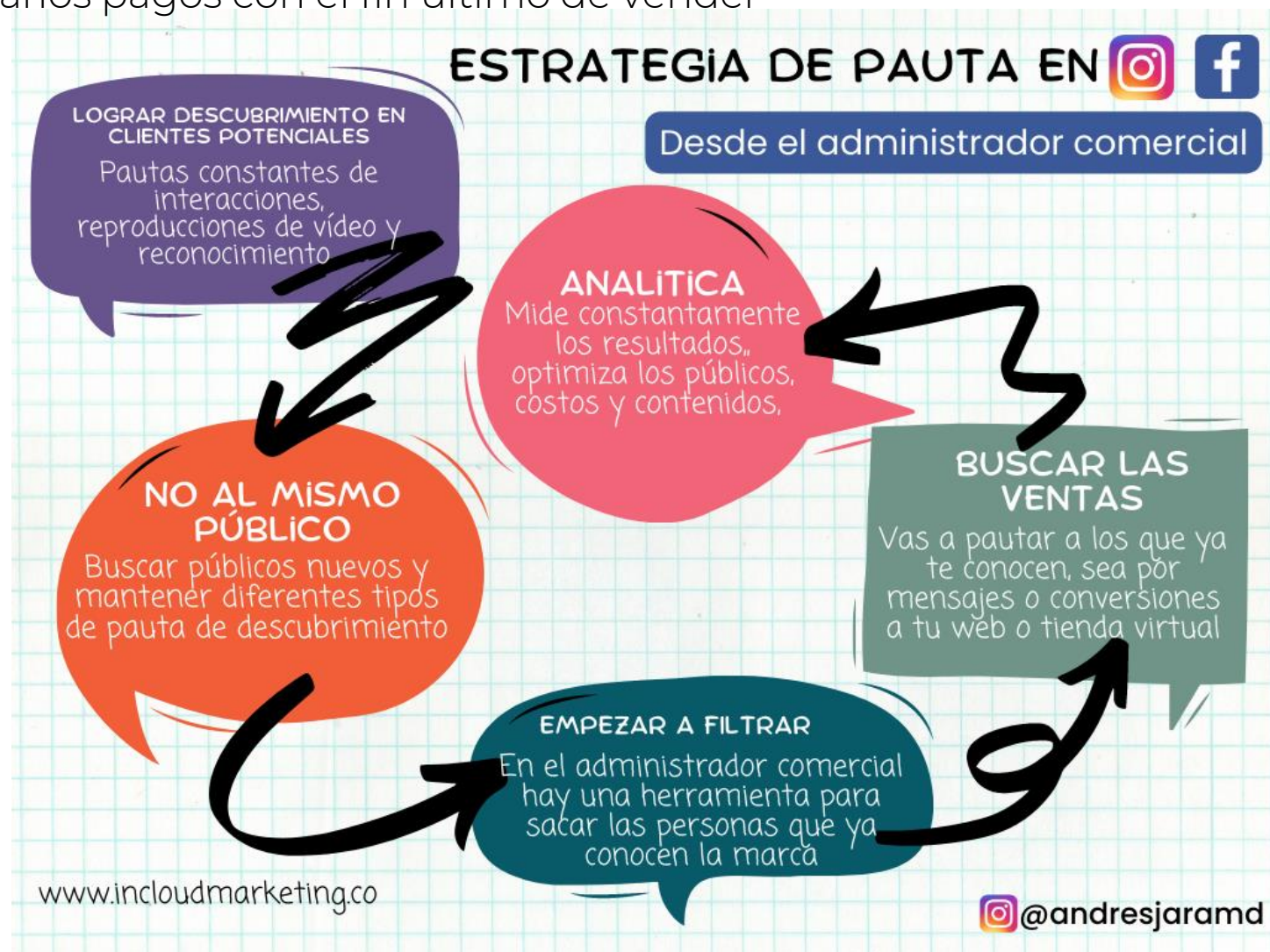
¡Si! Procura pautar todo,
si quieres crecer y quieres
tener más alcance,
interacciones,
reproducciones de vídeo,
lograr lo anterior te
llevará a vender más

3) Diseño de campañas publicitarias



Diseño de campañas publicitarias

Ejemplo de una gestión cíclica de anuncios publicitarios pagos con el fin último de vender





CÁMARA DE COMERCIO
ABURRÁ SUR

Procura usar la plataforma

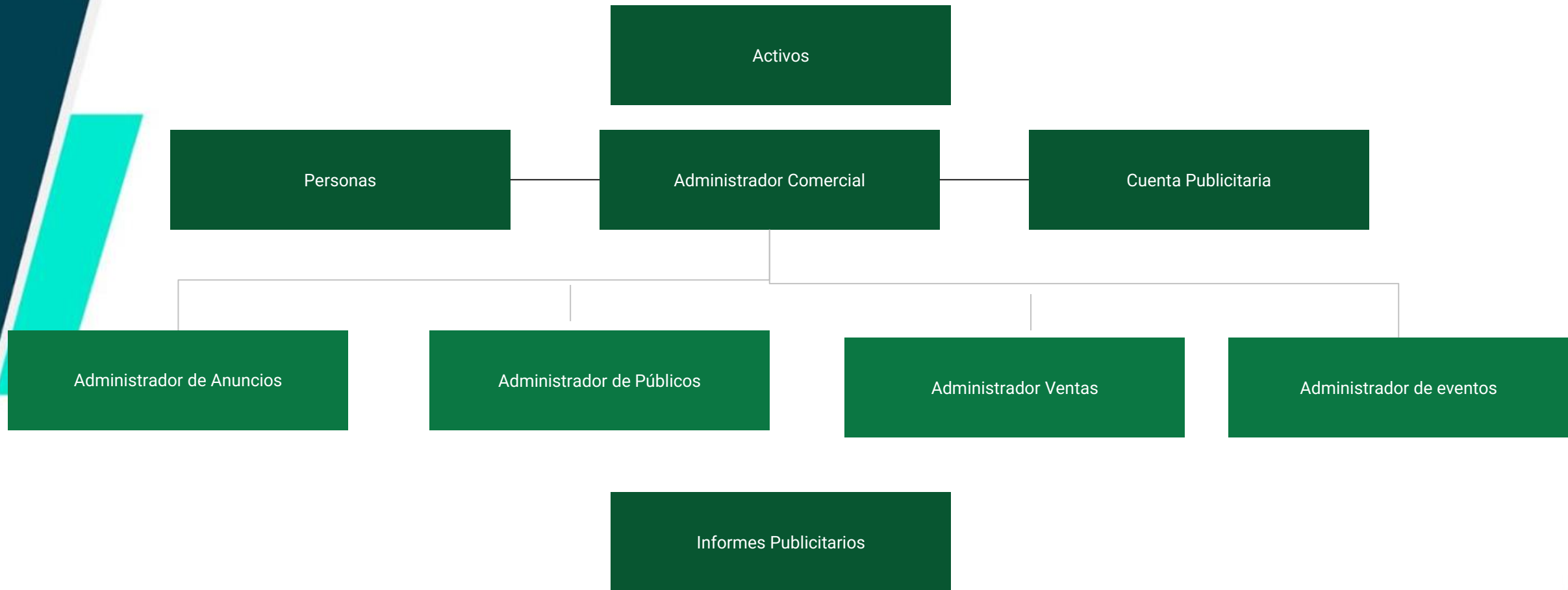
ADS



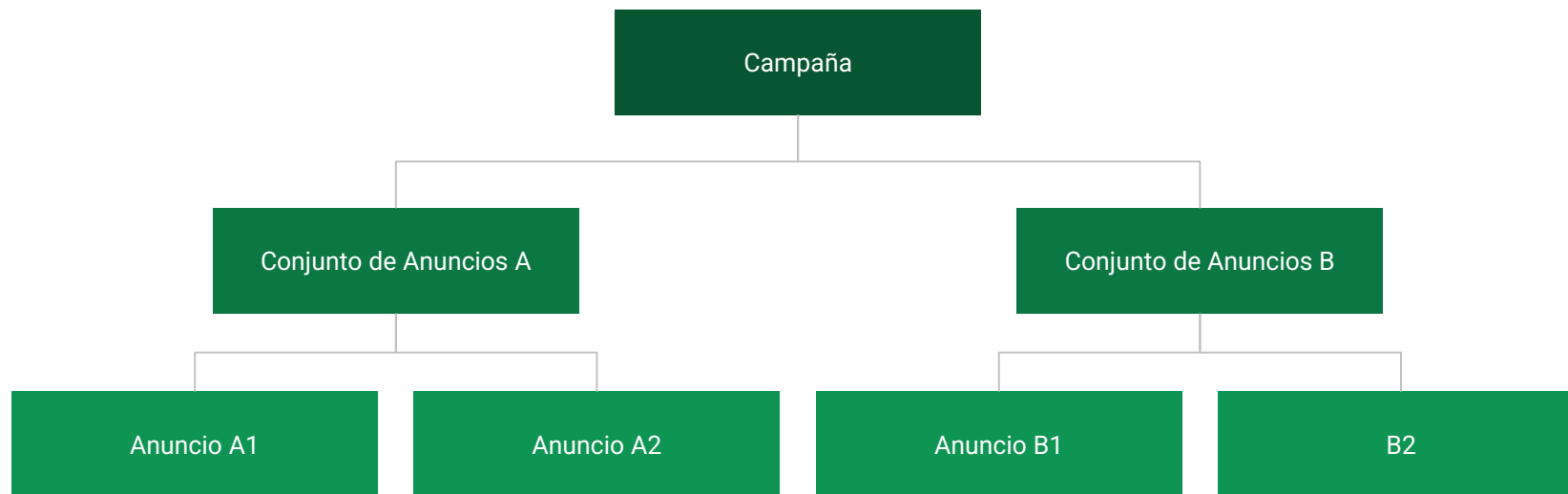
Estructura de herramientas y recursos de



CÁMARA DE COMERCIO
ABURRÁ SUR



4) Implementación de campañas



Campañas

+ Crear

Editar

Prueba A/B

Activo	Campaña	Estrategia
☒	Publicación de Instagram: 🚫 No puedes dejar Perde...	Volumen
☒	Publicación de Instagram: 🚫 Recuerda ¡que aún...	Volumen
☒	Tráfico nuevas ofertas Padres	Conversiones
☒	Ofertas Papá concurso San Carlon	Conversiones
☒	Publicación de Instagram: 🚫 No puedes dejar Perde...	Volumen
☒	Publicación de Instagram: 🚫 No puedes dejar Perde...	Volumen
☒	Campaña Tráfico Bonos Papá Parrillero	Conversiones
☒	Interacción facebook campaña bonos	Conversiones
☒	Campaña Bonos Padres	Conversiones
☒	intex Novelty Abril	Conversiones
☒	Ventas marzo	Conversiones
☒	Tráfico Ofertas Marzo	Conversiones
☒	Interacción Marzo	Conversiones
Resultados de 114 campañas ⓘ No se muestran los elementos eliminados		

Ahora puedes elegir entre seis objetivos simplificados

Actualizamos los objetivos de la campaña para que sea más fácil encontrar uno que se adapte a tus objetivos comerciales. Qué puedes esperar:

- Las mismas funciones y funcionalidades que antes
- En este momento, no hay cambios en las campañas existentes

Te ayudaremos a encontrar un nuevo objetivo que coincida con el anterior.

Encontrar objetivo

Tipo de compra

Subasta

Elige un objetivo de campaña

☐ Reconocimiento

☐ Tráfico

☒ Interacción

☐ Clientes potenciales

☐ Promoción de la app

☐ Ventas

Interacción

Consigue más mensajes, reproducciones de video, interacciones con tus publicaciones, Me gusta de la página o respuestas a eventos.

Ideal para:

Messenger, Instagram y WhatsApp ⓘ

Reproducciones de video ⓘ

Interacción con publicaciones ⓘ

Más información

Cancelar

Continuar

Anuncios

Configuración

Columnas: Rendimiento

Desglose

Informes

Impresiones	Costo por resultado	Importe gastado	Finalización	
6	22,317	\$361	\$37,547	19 jun 2023
15	20,286	\$366	\$37,659	19 jun 2023
9	84,828	\$89	\$102,557	18 jun 2023
2	66,821	\$115	\$75,934	14 jun 2023
21	45,660	\$453	\$79,665	9 jun 2023
7	34,415	\$486	\$79,665	9 jun 2023
-	-	-	\$0	31 may 2023
-	-	-	\$0	24 may 2023
-	-	-	\$0	25 may 2023
-	-	-	\$0	26 abr 2023
-	-	-	\$0	15 mar 2023
-	-	-	\$0	13 mar 2023
-	-	-	\$0	12 mar 2023
59	274,327	-	\$413,027	Total
			Gasto total	

14 de ago 21:37

Aspectos a tener en cuenta en un anuncio

Copy persuasivo y con llamados a la acción

Imágenes o vídeo de calidad, si es vídeo que conecte en los primeros 3 segundos, los textos esquina superior a su derecha avuda

Si son anuncios de tráfico, mensajes o venta, trabajar carruseles de imágenes o vídeos

Trabajar siempre el código de seguimiento PIXEL

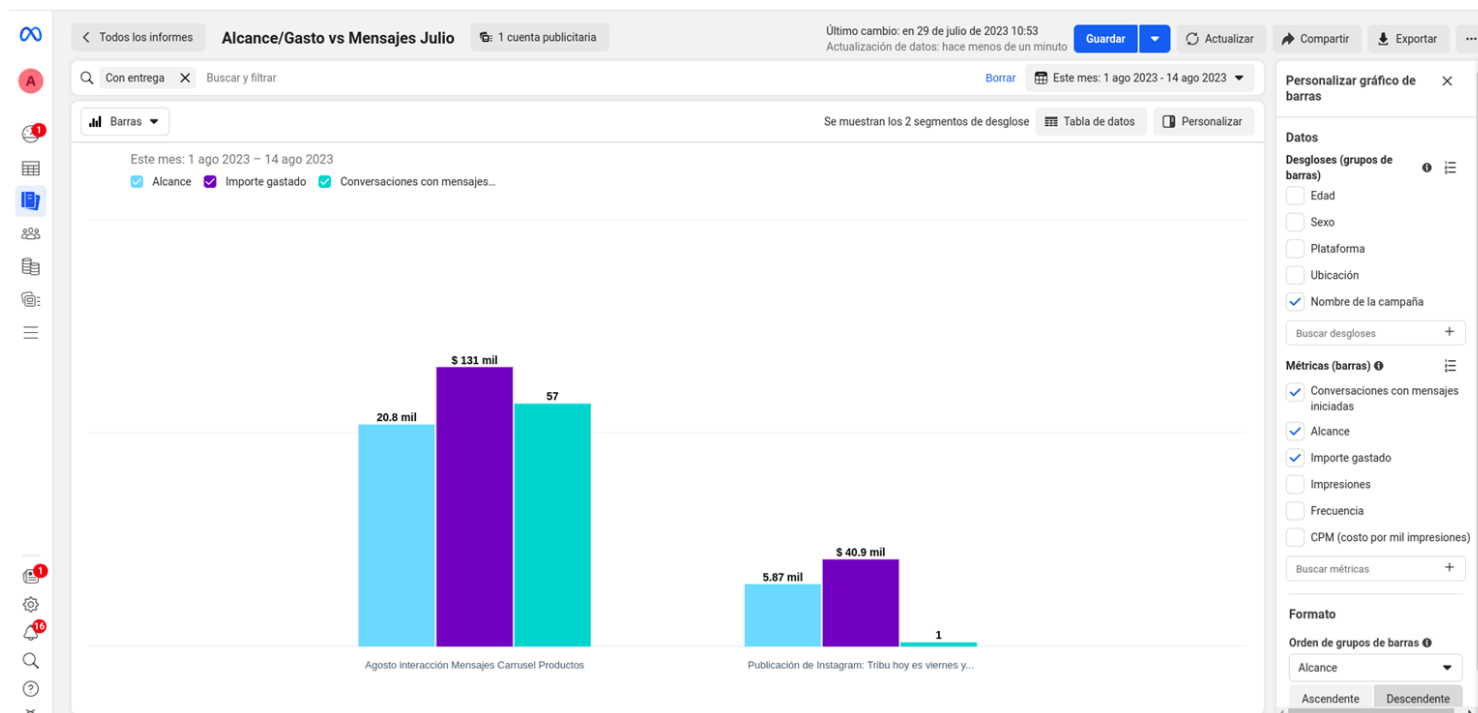
Si te basas en instagram, usar preferiblemente el administrador de anuncios

5) Análisis y optimización

Analizar es de gran utilidad, el análisis debe hacer 8 horas después de que las pautas inicien, la revisión debe ser diaria para saber si se puede reaccionar.

Aunque es importante darle un tiempo a que la pauta corra, luego de finalizar entiende los resultados y optimiza para los próximos anuncios

Vamos a explorar cómo analizar y optimizar en la opción resultados del administrador de anuncios y en los informes publicitarios



Los anuncios pagos en Redes Sociales pueden ser un gran aliado para tu negocio si trabajas con estrategia, dedicación, constancia, análisis y optimización y sobre todo si procuras trabajar siempre pensando en el consumidor, no lo puedes saturar con únicamente oferta

Muchas Gracias





CÁMARA DE COMERCIO
ABURRÁ SUR

- AGENDA UNA TUTORÍA PERSONALIZADA



Contacto Cámara de Comercio Aburrá Sur

Lina María Marín Román

Asesora Empresarial

Celular 320 708 42 49

Teléfono 4442344 ext. 1320

Correo promotor1@ccas.org.co



**CÁMARA DE COMERCIO
ABURRÁ SUR**

camaraaburrasur.com

[f](#) [@](#) [t](#) [v](#) [@camaraaburrasur](#)