

DECÁLOGO

de buenas prácticas

en campañas de resultados en **facebook**.



1. PRESUPUESTO RECOMENDADO

En una campaña de e-commerce en Facebook, la inversión debería oscilar entre € 5k y € 6k.



6. COMPROBAR LOS TAGS DE CONVERSIÓN

La correcta **ubicación del píxel** en las páginas donde se producen las conversiones aseguran la consistencia de los datos.



2. TIMING DE LA CAMPAÑA

La **duración ideal** son 5 días, de lunes a viernes.



3. CONSUMO DEL PRESUPUESTO

En ADTZ recomendamos un **mayor consumo inicial**.

Así, el sistema de optimización automática encontrará potenciales clientes con más facilidad.

No se debe imponer un presupuesto diario.



4. PERMISOS DE ANUNCIANTE EN SU FACEBOOK PAGE

En ADTZ **trabajamos en el perfil del cliente**, por lo que éste debe dar permisos de anunciante.

Sólo así se podrán utilizar todos los formatos de Ads.



5. DIRIGIR A LANDINGS ESPECÍFICAS Y FORMULARIOS SENCILLOS

Las campañas tienen que tener **formularios sencillos y con pocos pasos**, o si se trata de e-commerce, landings de productos específicos.

No se debe dirigir campañas de resultados a las home.



7. CONVERSIONES POST CLICK

ADAM, nuestro sistema de tecnología propia, rastrea conversiones **Post Click** y **Post View*** y permite una medición optimizada.



8. FORMATOS RECOMENDADOS

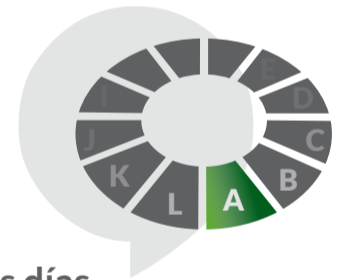
Anuncios estándar de URL externa y **Page Post Link**, con variedad de textos e imágenes.

Cuanto más atractivas para el usuario, mejor.

9. SEGMENTACIÓN DE MÁS, A MENOS

Conseguimos mejores resultados con una **segmentación abierta los primeros días de la campaña** (sin keywords).

Así, ayudamos al sistema a encontrar a los usuarios con mayor probabilidad de compra.



10. TRABAJAR CON ESPECIALISTAS EN FACEBOOK

¿En Facebook se consiguen resultados tangibles? En **ADTZ** sabemos que sí.

Con más de cinco años de experiencia, ponemos nuestro conocimiento a tu servicio para que tus campañas de performance sean todo un éxito.



¡Compruébalo!

*Post Click hasta 28 días después de que el usuario haya hecho click en el anuncio y Post View hasta 1 día después de que el usuario haya visto el anuncio