

Capacitación: Conozcamos Meta

mersa

¿En qué
quedamos en la
clase pasada?

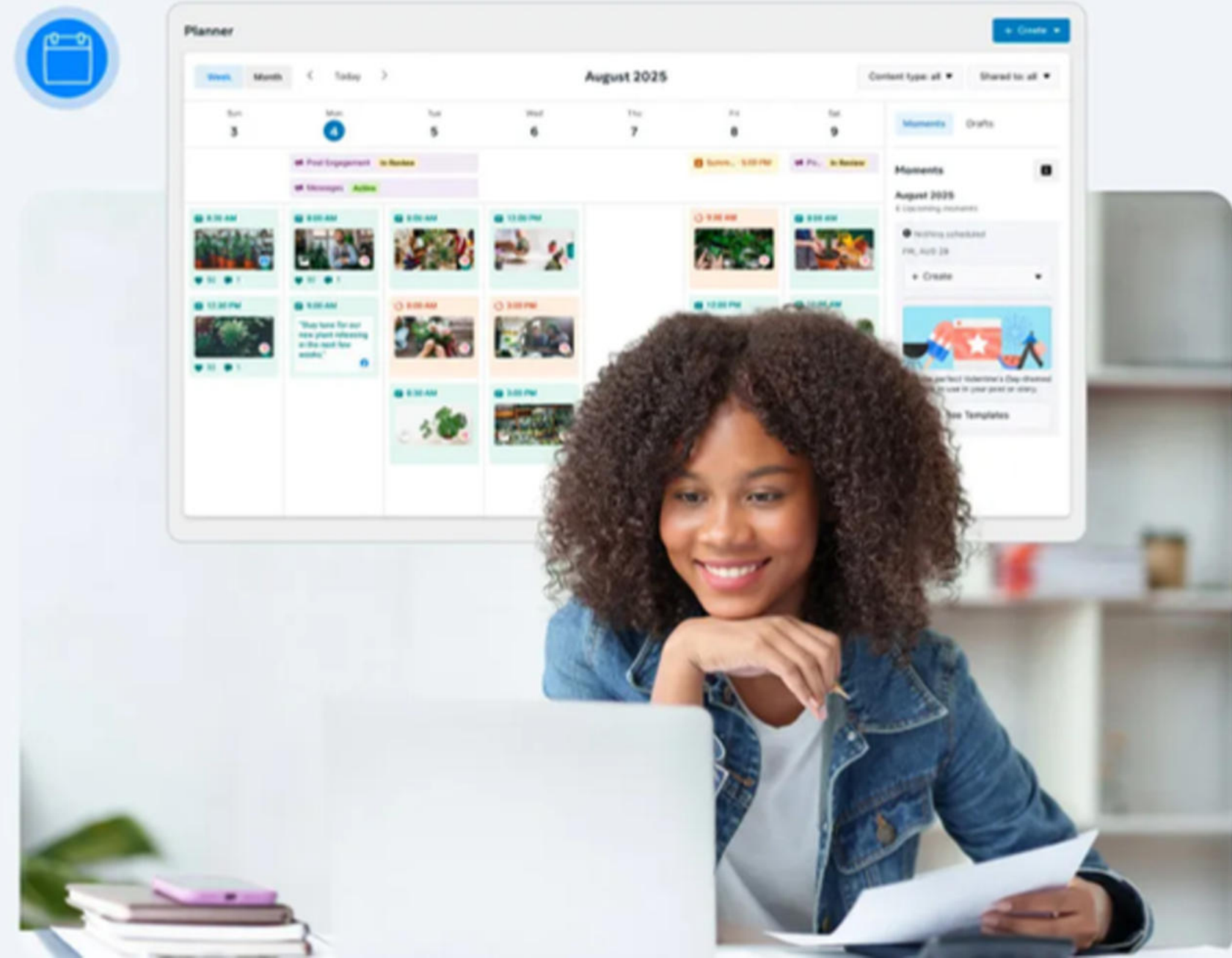


Meta Business Suite



i⁺mersa

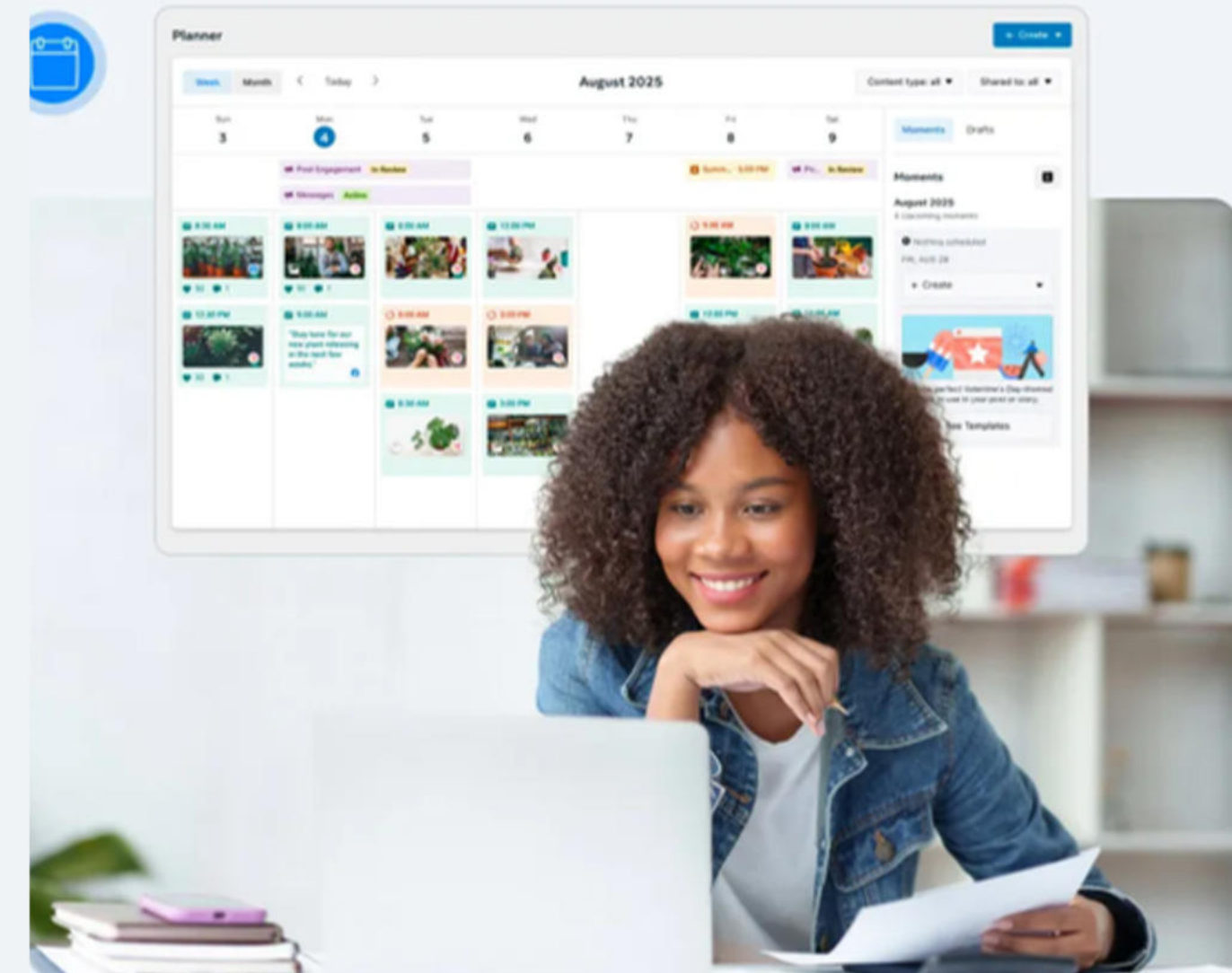
¿Qué es Meta Business Suite?



¿Qué es Meta Business Suite?



Meta Business Suite es una herramienta que ayuda a conectar todas las cuentas de Meta en un solo lugar. Esta integración ayuda a administrar de manera eficiente tu presencia digital y a interactuar con tu público sin necesidad de cambiar entre varias cuentas.



¿Qué es Meta Business Suite?



Administrar
cuentas



Crear
contenido



Enviar mensajes



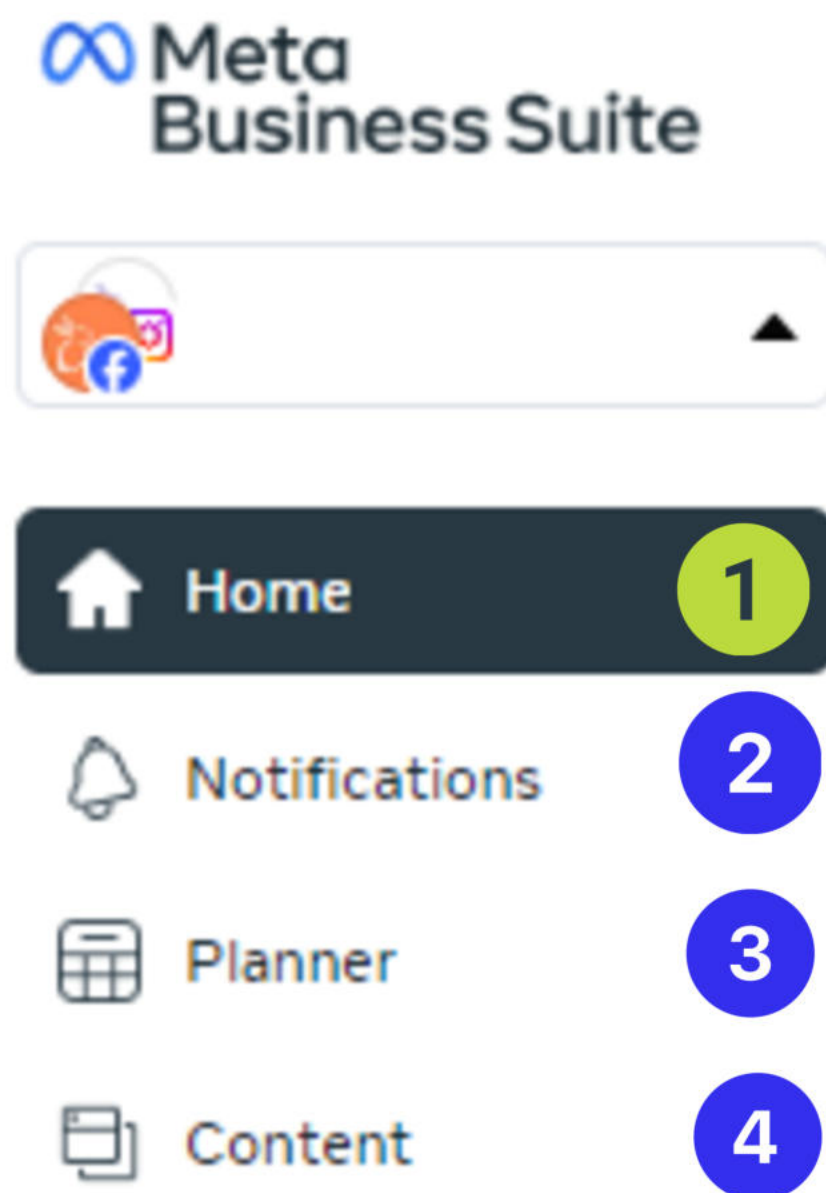
Crear anuncios



Ver estadísticas



Conociendo Meta Business Suite



1 Página principal

Aquí puedes revisar comentarios pendientes por responder, y contenido compartido

2 Notificaciones

Likes y comentarios en ambas redes sociales.

3 Planner

Planea aquí tu contenido mensual o semanal.

4 Contenido

Revisa todo el contenido que has compartido o tienes pendiente por publicar.

5 Insights

Aquí puedes revisar las métricas de las redes sociales, como **alcance**, **vistas**, **audiencias**, etc.

6 Inbox

Responde desde aquí todos los mensajes.

7 Ads

Crea anuncios en las redes sociales (Ya lo revisamos a profundidad).

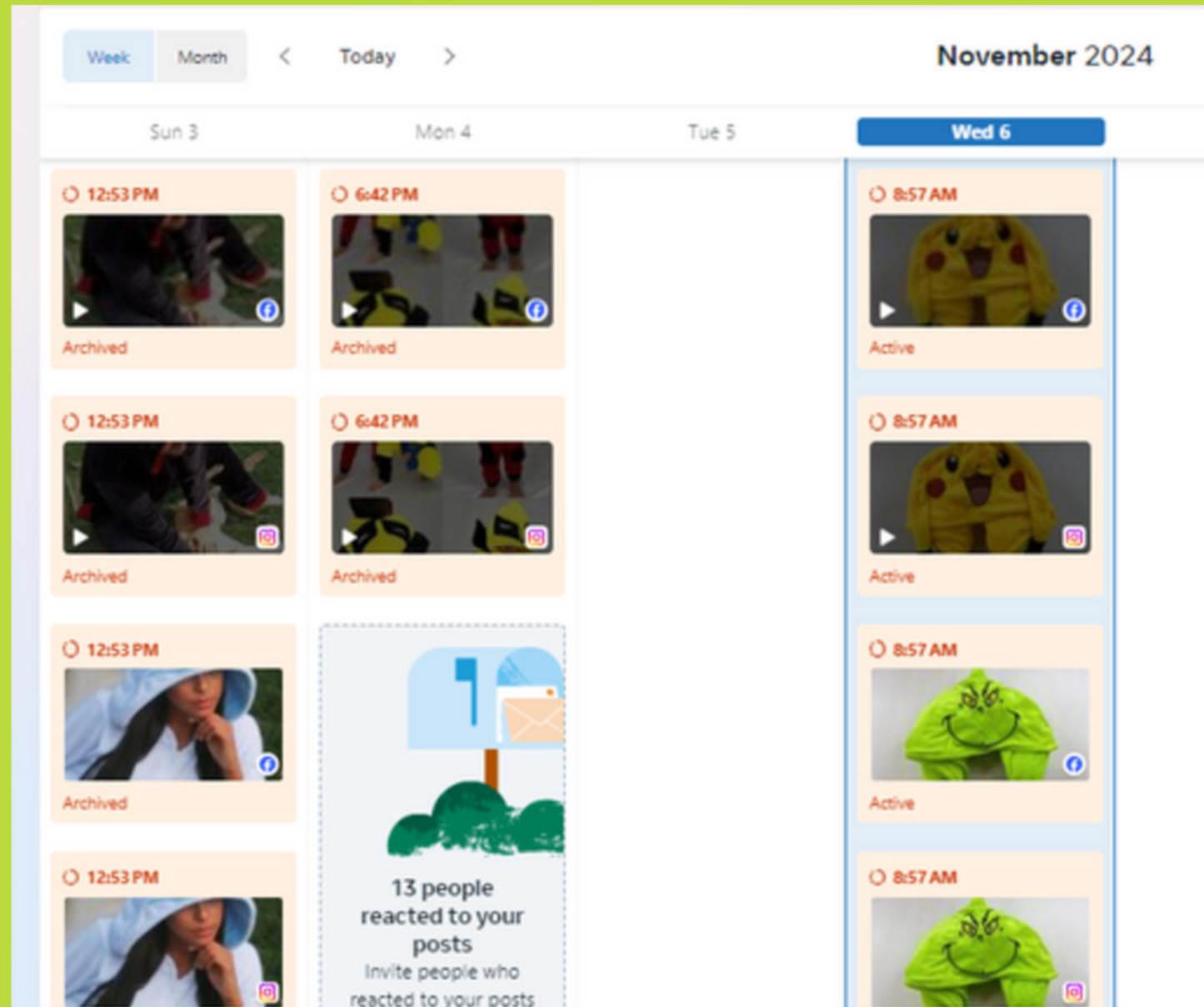


Meta Planner

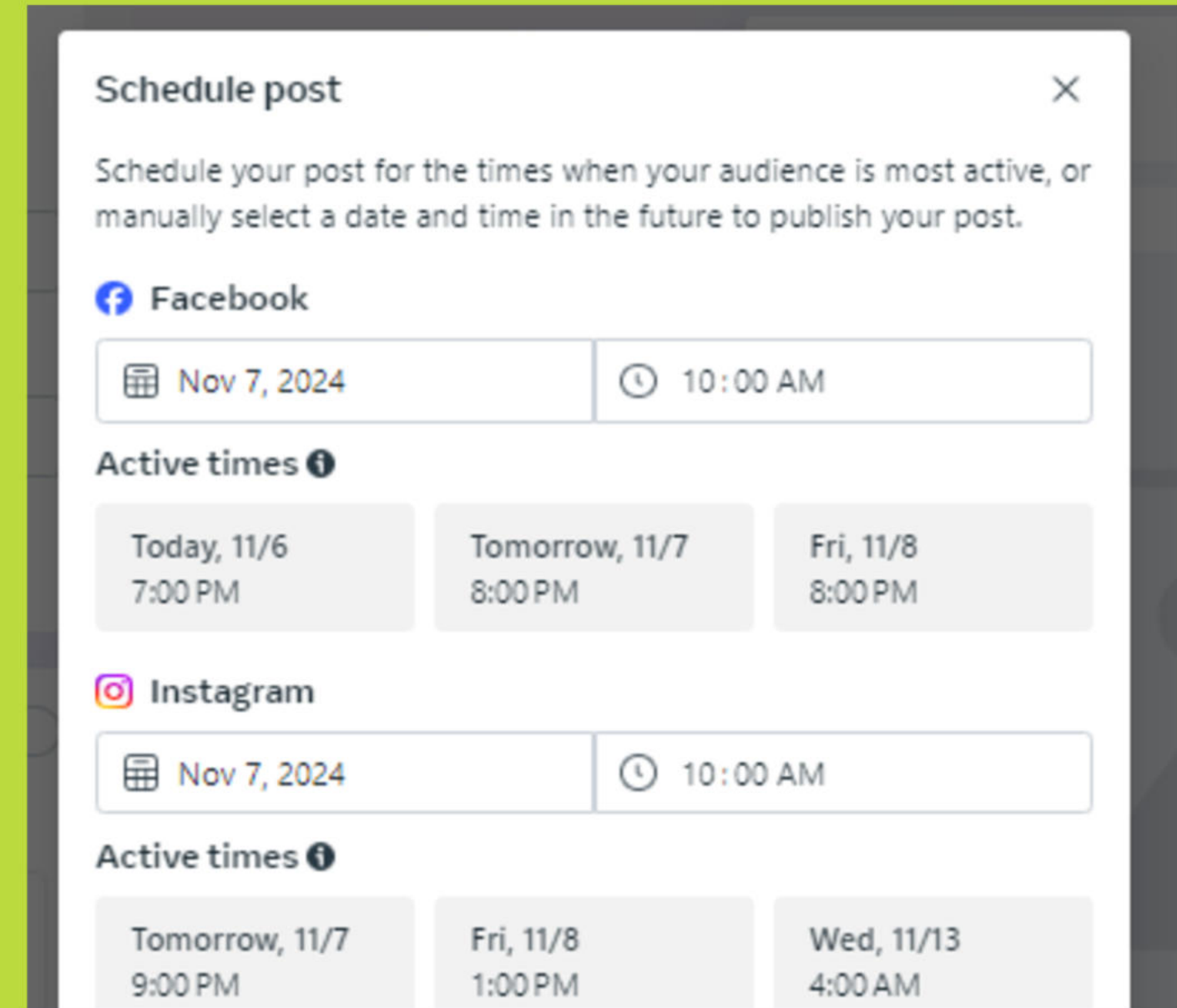


i²mersa

Conociendo Meta Planner



Aquí puedes ver qué contenido tienes actualmente programado, al hacer clic en un día en blanco puedes programar contenido rápidamente



Aquí la plataforma te pedirá en qué horario deseas programar el contenido, puedes escoger un horario diferente para cada red social.

Conociendo Meta Planner

(Programación de una publicación – Single, Carrusel o Reel)

The image shows a screenshot of the Meta Planner interface. It is divided into three main sections. The first section, 'Post to', has a dropdown menu showing Facebook and Instagram icons, with a black circle containing the number 1 next to it. The second section, 'Media', has a subtitle 'Share photos or a video. Instagram posts can't exceed 10 photos.' and three buttons: 'Add photo', 'Add video', and 'Use template', with a blue circle containing the number 2 next to it. The third section, 'Post details', has a toggle switch for 'Customize post for Facebook and Instagram' and a 'Text' input area, with a blue circle containing the number 3 next to it. The 'Text' area has a large text box and a bottom bar with a keyboard icon, a hashtag icon, and a smiley face icon, with a blue circle containing the number 4 next to it. At the bottom of the interface, there are icons for emojis, location, link, carousel, video, and a more options menu.

Seleccionar en qué Red Social vas a publicar

Selecciona el contenido multimedia que vas a subir

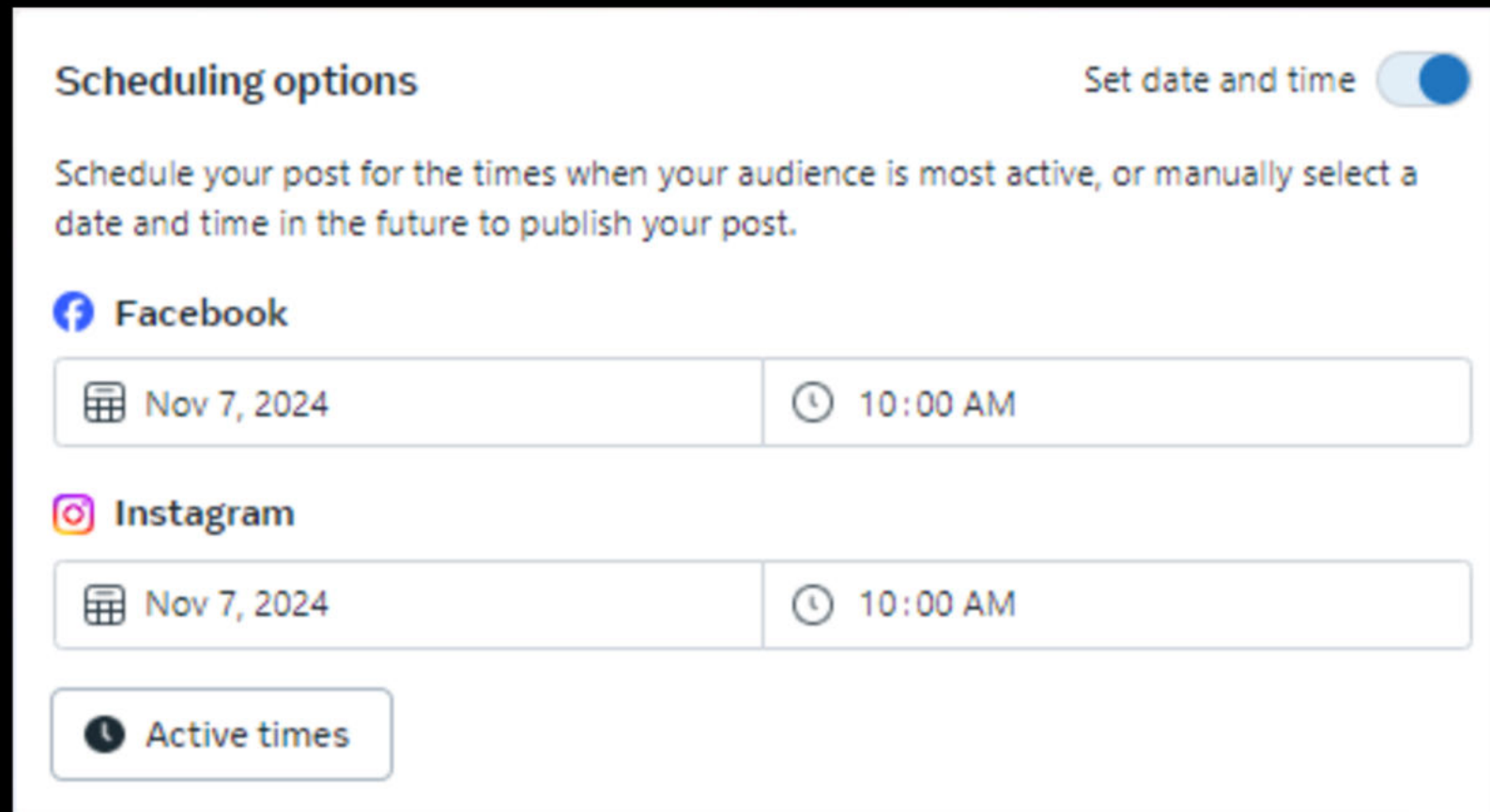
Si deseas un copy diferente para cada Red Social haz clic en el botón.

Escribe el Copy para tu publicación

Pdta: ¡Recuerda que menos es más! No utilices un copy muy extenso, y siempre recuerda el tono de la marca. **No uses más de 5 hashtags (#)**

Programa tu contenido semanal

(Programación de una publicación)



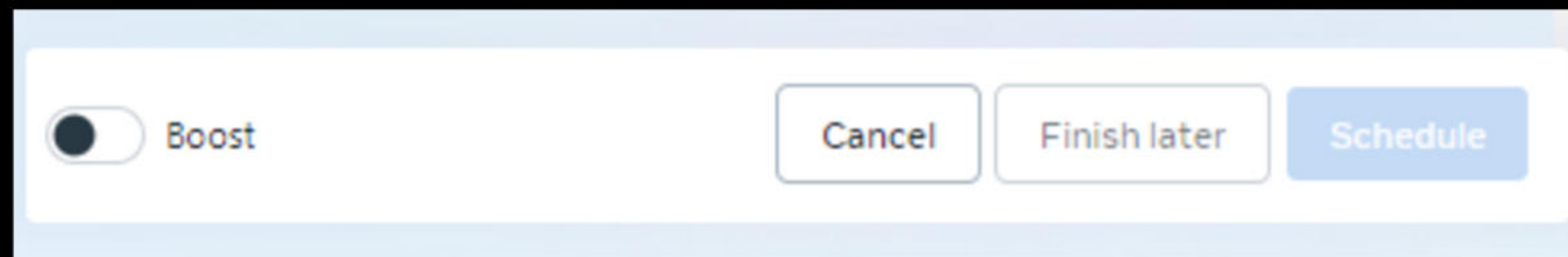
The screenshot shows the 'Scheduling options' section of a social media management tool. At the top right, there is a toggle switch labeled 'Set date and time' which is turned on. Below this, a text instruction reads: 'Schedule your post for the times when your audience is most active, or manually select a date and time in the future to publish your post.' There are two main sections for scheduling: one for Facebook and one for Instagram. Each section contains a date picker (showing 'Nov 7, 2024') and a time picker (showing '10:00 AM'). At the bottom left, there is a button labeled 'Active times' with a clock icon.

Programa tu contenido.

Al inicio lo configuraste, pero si deseas cambiar el horario aquí lo puedes hacer. **Si deseas publicar inmediatamente** solo basta con hacer clic sobre el botón azul de la izquierda superior para hacerlo.

Guarda y/o programa

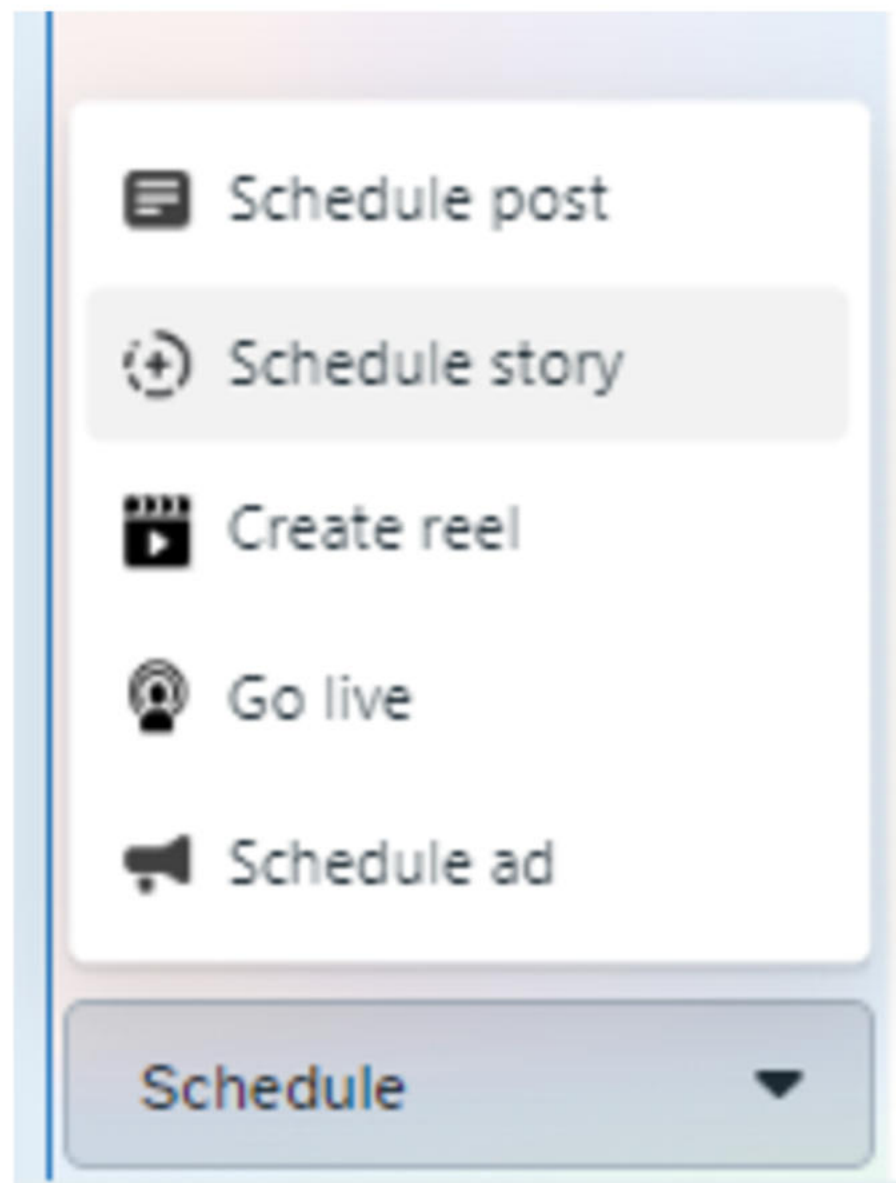
Puedes cancelar el contenido si te equivocaste, finalizarlo luego si te falta información o darle clic al botón azul y programarlo.



The screenshot shows the bottom action bar of the interface. It features a 'Boost' toggle switch on the left, which is currently turned off. To the right of the toggle are three buttons: 'Cancel', 'Finish later', and 'Schedule'. The 'Schedule' button is highlighted in blue, indicating it is the primary action.

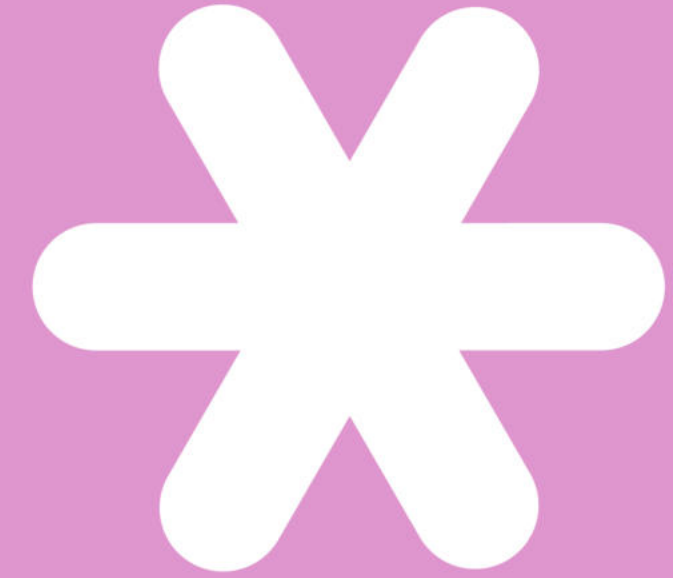
Conociendo Meta Planner

(Programación de una historia)



Podemos programar todo el contenido que desees. Para programar una historia solo debes dar clic en botón de programar el día que desees publicar, ahí seleccionas **historia**

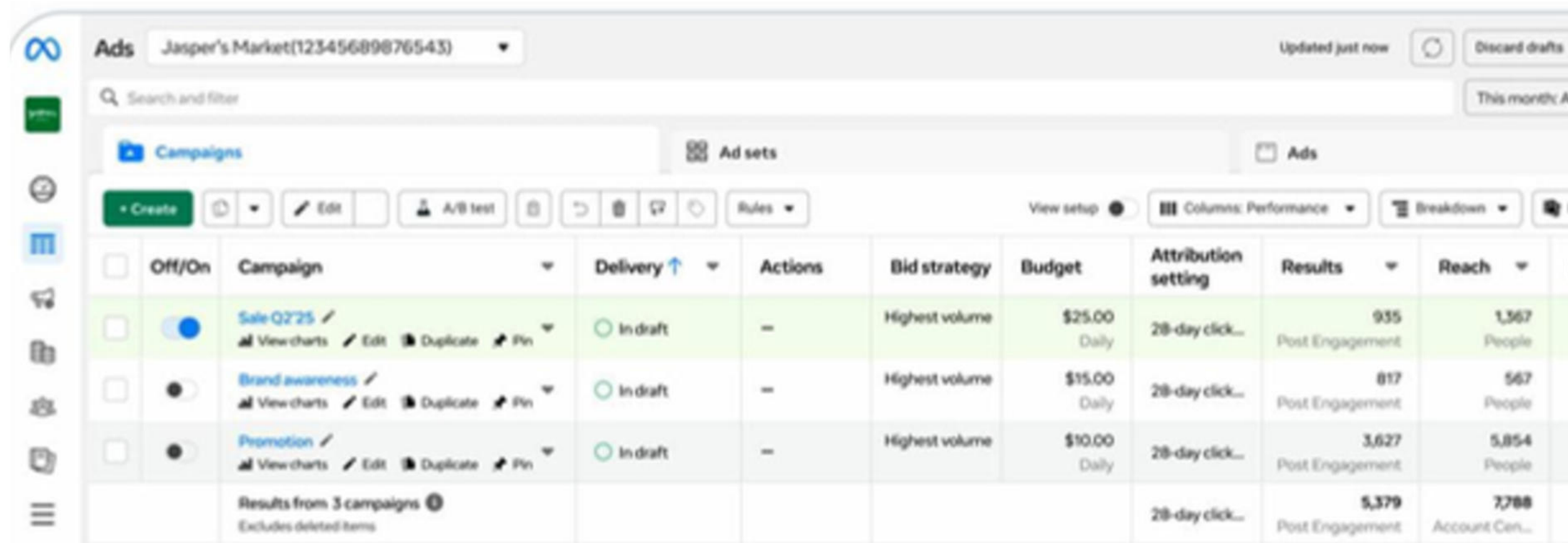
Al igual que en el paso a paso anterior seleccionas las cuentas en las que vas a publicar y cargas el contenido. Puedes publicar hasta 10 historias a la vez (**Aunque no lo recomiendo, menos es más**).



Meta Ads Manager



Ads Manager es una herramienta con la que puedes **crear, administrar y hacer seguimiento** del rendimiento de tus campañas publicitarias.

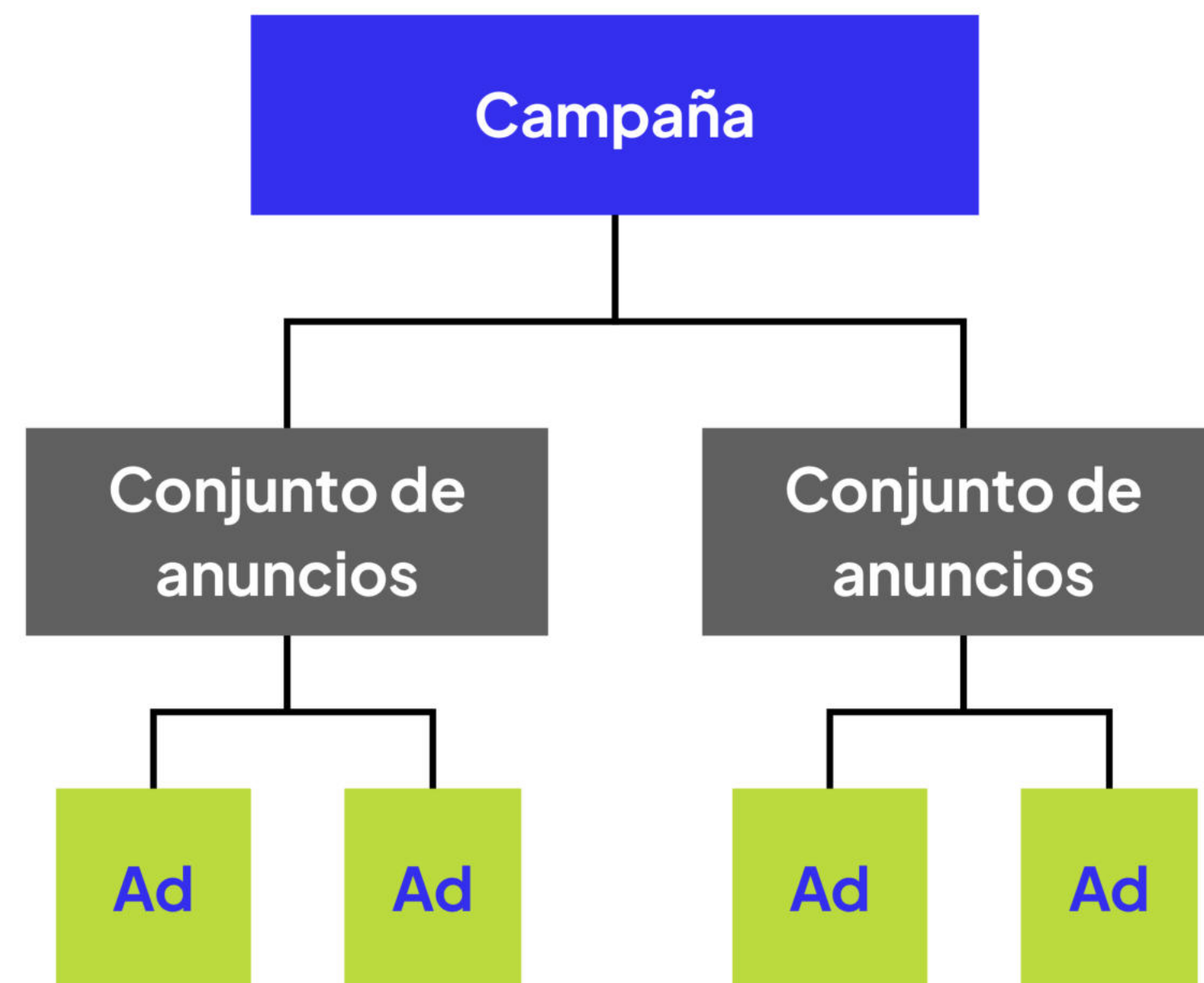
A screenshot of the Facebook Ads Manager interface. The top bar shows the account name 'Jasper's Market(12345689876543)' and a status 'Updated just now'. Below the search bar, there are tabs for 'Campaigns', 'Ad sets', and 'Ads'. The 'Campaigns' tab is active, showing a table of campaigns. The table has columns for 'Off/On', 'Campaign', 'Delivery', 'Actions', 'Bid strategy', 'Budget', 'Attribution setting', 'Results', and 'Reach'. Three campaigns are listed: 'Sale Q2'25', 'Brand awareness', and 'Promotion'. Each campaign is currently 'In draft'. A summary row at the bottom shows 'Results from 3 campaigns' with a total reach of 7,788 people.

Off/On	Campaign	Delivery	Actions	Bid strategy	Budget	Attribution setting	Results	Reach
☒	Sale Q2'25 View charts / Edit / Duplicate / Pin	In draft	—	Highest volume	\$25.00 Daily	28-day click...	935 Post Engagement	1,367 People
☐	Brand awareness View charts / Edit / Duplicate / Pin	In draft	—	Highest volume	\$15.00 Daily	28-day click...	817 Post Engagement	567 People
☐	Promotion View charts / Edit / Duplicate / Pin	In draft	—	Highest volume	\$10.00 Daily	28-day click...	3,627 Post Engagement	5,854 People
Results from 3 campaigns Excludes deleted items						28-day click...	5,379 Post Engagement	7,788 Account Cen...



Estructura de una campaña

Las campañas publicitarias se estructuran en **tres niveles: campaña, conjunto de anuncios y anuncio**. **En cada nivel puedes configurar diferentes parámetros**. Las decisiones que tomes en un nivel pueden afectar las opciones disponibles en el siguiente, especialmente las de la campaña.





Campaña

Seleccionar un tipo de compra, un objetivo y una estrategia de presupuesto.

Conjunto de anuncios

Definir la audiencia a la que deseas llegar, elegir la ubicación de tus anuncios y los parámetros de rendimiento, entre otras configuraciones.

Ad

Diseñar los anuncios eligiendo el formato, cargando imágenes y videos, y agregando texto y enlaces.

Meta Advantage+

Meta Advantage+ es un conjunto de productos que te ayuda a maximizar el rendimiento usando la IA para optimizar tus campañas en tiempo real y mostrar tus anuncios a las personas con más probabilidades de realizar la acción deseada.

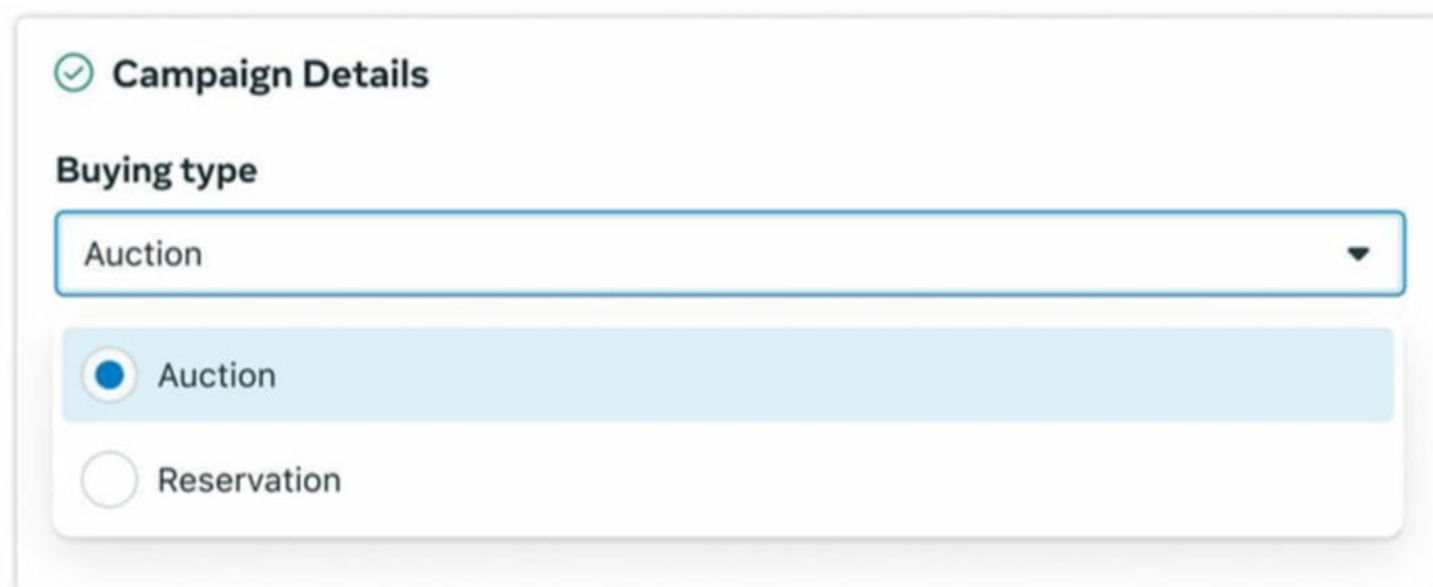
- Responde a datos en tiempo real para maximizar los resultados comerciales.
- Entrega los anuncios más efectivos al público más amplio para encontrar más clientes.
- Ofrece experiencias a clientes más relevantes y atractivas que ayudan a impulsar las acciones.

Tipo de compra

Define cómo comprar ubicaciones publicitarias para tu campaña.

Puede seleccionar entre 2 opciones:

- Subasta para participar en una subasta para asegurar ubicaciones de anuncios.
- Reserva para reservar ubicaciones publicitarias con antelación a un coste fijo por ubicación. *

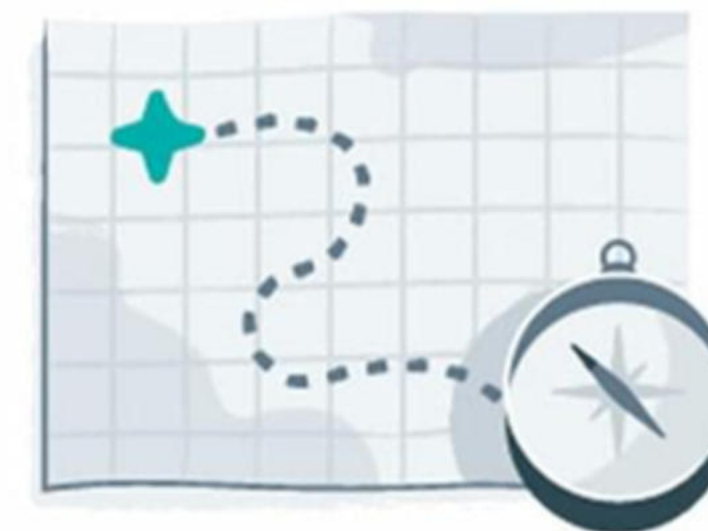
A screenshot of a web form titled 'Campaign Details' with a green checkmark icon. The form has a section labeled 'Buying type' which contains a dropdown menu currently showing 'Auction' with a downward arrow. Below the dropdown are two radio button options: 'Auction' (which is selected and highlighted with a light blue background) and 'Reservation'.

Objetivo de campaña

Se puede elegir entre 6 opciones: **conocimiento, tráfico, interacción, leads, promoción de la app y ventas.**

Choose a campaign objective ⓘ

- ☐ Awareness
- ☐ Traffic
- ☐ Engagement
- ☐ Leads
- ☐ App promotion
- ☐ Sales



Your campaign objective is the business goal you hope to achieve by running your ads. Hover over each for more information.

Ajustes adicionales

Según el tipo de compra y el objetivo de la campaña, se podrán seleccionar algunas configuraciones adicionales para la campaña.

- Categorías de anuncios especiales para declarar categorías específicas que garanticen que publique anuncios que cumplan con los estándares de metapublicidad
- **Pruebas A/B** para experimentar y probar diferentes variables y mejorar el rendimiento. Las pruebas A/B solo están disponibles con el tipo de compra por subasta.

✓ Special ad categories

Declare if your ads are related to credit, employment, housing, social issues, elections or politics. Requirements differ by country. [Learn more about special ad categories](#)

Benefits of declaring Special Ad Categories

Accurately declaring your ad categories helps you run ads compliant with our advertising standards and helps prevent potential ad rejections.

Categorize your ads

Categories

Select the categories that best describe what this campaign will advertise.

Declare category if applicable

A/B Test

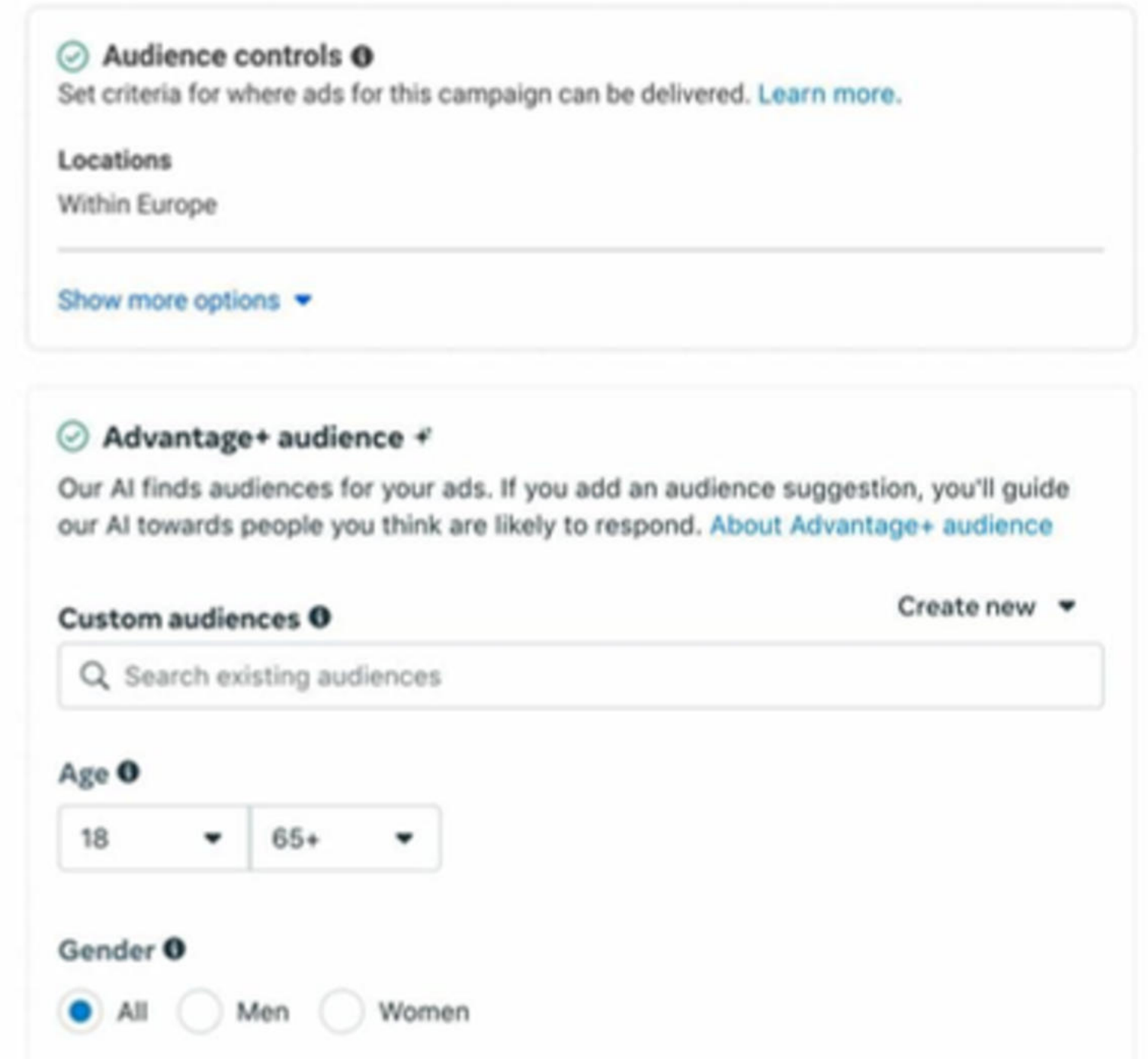
Create A/B Test ☒

To help improve ad performance, test version with different images, text, audiences or placements. For accuracy, each one will be shown to separate groups of your audience.

Audiencia

Decide a quién quieres llegar con tu campaña y define la estrategia para su difusión. Puedes elegir entre dos opciones de audiencia:

- **Audiencia Advantage+** (recomendada) para encontrar tu audiencia automáticamente
- Audiencia manual para elegir manualmente la ubicación, la edad, el género y otros parámetros de selección detallados.

A screenshot of the Google Ads audience selection interface. It shows two main sections: 'Audience controls' and 'Advantage+ audience'. The 'Audience controls' section has a sub-section 'Locations' with the value 'Within Europe' and a 'Show more options' link. The 'Advantage+ audience' section includes a description of the AI-driven audience finding process, a 'Custom audiences' search bar, and filters for 'Age' (18 to 65+) and 'Gender' (All, Men, Women).

Audience controls ⓘ
Set criteria for where ads for this campaign can be delivered. [Learn more.](#)

Locations
Within Europe

[Show more options](#) ▼

Advantage+ audience ↗
Our AI finds audiences for your ads. If you add an audience suggestion, you'll guide our AI towards people you think are likely to respond. [About Advantage+ audience](#)

Custom audiences ⓘ [Create new](#) ▼

🔍 Search existing audiences

Age ⓘ
18 ▼ 65+ ▼

Gender ⓘ
☒ All ☐ Men ☐ Women



Ubicaciones

Dónde quieres que aparezcan tus anuncios.

- **Ubicaciones Advantage+ (recomendadas)** para que la IA determine dónde es probable que sus anuncios tengan mejor rendimiento.
- Ubicaciones manuales para seleccionar manualmente dónde desea mostrar sus anuncios.

Conjunto de anuncios

✓ Placements [Learn more](#)

☒ **Advantage+ placements (recommended)** ↗
Use Advantage+ placements to maximize your budget and help show your ads to more [people](#). Facebook's delivery system will allocate your ad set's budget across multiple placements based on where they're likely to perform best.

☐ **Manual placements**
Manually choose the places to show your ad. The more placements you select, the more opportunities you'll have to reach your target audience and achieve your business goals.

[Show more options](#) ▼

Brand safety and suitability
Prevent your ads from appearing near content that's not conducive to your brand.
Manage in [Brand Safety and Suitability](#)

Inventory filter ⓘ

- Facebook in-stream videos and Ads on Facebook Reels: Moderate inventory
- Audience Network: Moderate inventory

Block lists ⓘ
None selected

Content type exclusions ⓘ
None selected

Topic exclusions for Facebook in-stream videos ⓘ
None selected

Identidad

Seleccionar la identidad de tu anuncio, que son las páginas de tu marca. Para representar tu marca en el anuncio, selecciona una página de Facebook o una cuenta de Instagram que administres.

✓ Identity

*Facebook Page ⓘ

 Jasper's Market ▼

Instagram account ⓘ

🚩 Use Facebook Page ▼

or

Connect account

Configuración de anuncios

Crear un nuevo anuncio, promocionar una publicación existente de Facebook o Instagram. Cada anuncio que vea tu audiencia puede combinar imágenes, vídeo, texto y llamadas a la acción (CTA). Al configurar el anuncio, se puede elegir entre una sola imagen, un vídeo o un carrusel.

☒ **Ad setup**

☒ **Create ad**
Create a new ad.

☐ **Use existing post**
Use an existing Facebook, Instagram, or Partner Content posts, stories, or reels.

☐ **Use Creative Hub mockup**
Use mockups that have been marked as "Show in Ads Manager" from creative hub

Format
Choose how you'd like to structure your ad.

☒ **Single image or video**
One image or video, or a slideshow with multiple images

☐ **Carousel**
2 or more scrollable images or videos

☒ **Multi-advertiser ads (recommended)** ⓘ
Enabling this may increase your ad's exposure to people in a shopping mindset by allowing this ad to appear alongside ads from multiple businesses. [Learn more](#)

Creativos

Seleccionar el contenido creativo de tu anuncio y personalizar los medios y el texto para cada ubicación. Las opciones disponibles para el contenido creativo dependen del formato elegido y de las opciones de ubicación que se seleccionaron inicialmente para el conjunto de anuncios.

Para optimizar anuncios, seleccione la creatividad Advantage+, que genera recursos y mejora la creatividad de su anuncio. Meta mostrará la opción con mayor probabilidad de rendimiento para cada ubicación.

✓ Ad creative

Select the media and text for your ad. You can also customize your media and text for each placement. [Learn more](#)

*Media ⓘ

15 Placements

Edit ▼



Feeds, In-stream videos

4 Placements



Stories and Reels, Apps and sites

4 Placements



Primary text ⓘ

Tell people what your ad is about

⊕ Add text option



Headline

Write a short headline

Advantage+ creative ↗

Generate assets and enhance your ad creative. Meta will show the option that's likely to perform best for each placement.

Seguimiento e idiomas

El seleccionar **rastrear eventos del sitio web, eventos de la aplicación y conversiones offline** permite comprender mejor el comportamiento de los clientes en respuesta a los anuncios. **Las opciones de seguimiento disponibles varían según el tipo de compra y el objetivo de la campaña.**

También está la sección de idiomas que permitirán agregar traducciones propias o traducir automáticamente los anuncios.

Tracking

Track event datasets that contain the conversions your ad might motivate. The dataset that contains the conversion selected for the ad account will be tracked by default.

☐ Website events

App events ⓘ

Set up

Offline events ⓘ



You no longer need to select a domain for your web events. There's nothing you need to do for this change.

[Learn more](#)

URL parameters • Optional ⓘ

key1=value1&key2=value2

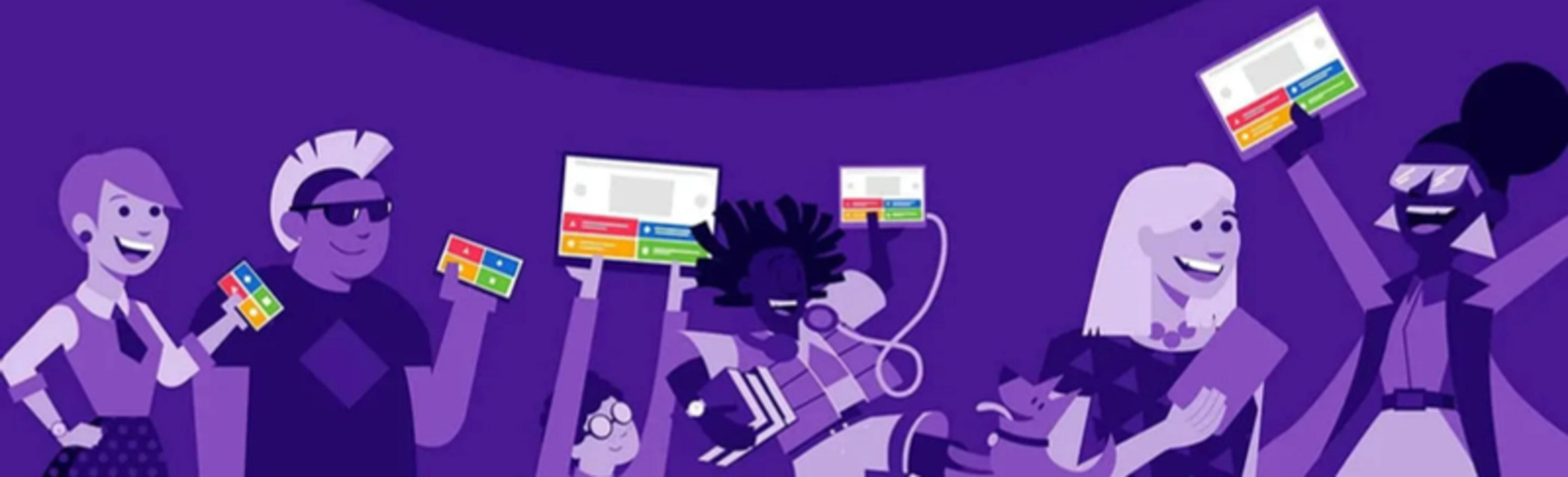
[Build a URL parameter](#)

Languages

Off ☐

Add your own translations or automatically translate your ad to reach people in more languages. [Learn more](#)

Kahoot!



Kahoot!

Meta Business Suite



2

Paola

2885



1

Aleja

3374



3

Helen

831



GRACIAS

¡Nos vemos en la siguiente sesión!

