

Vender en Redes Sociales Mito o Realidad?



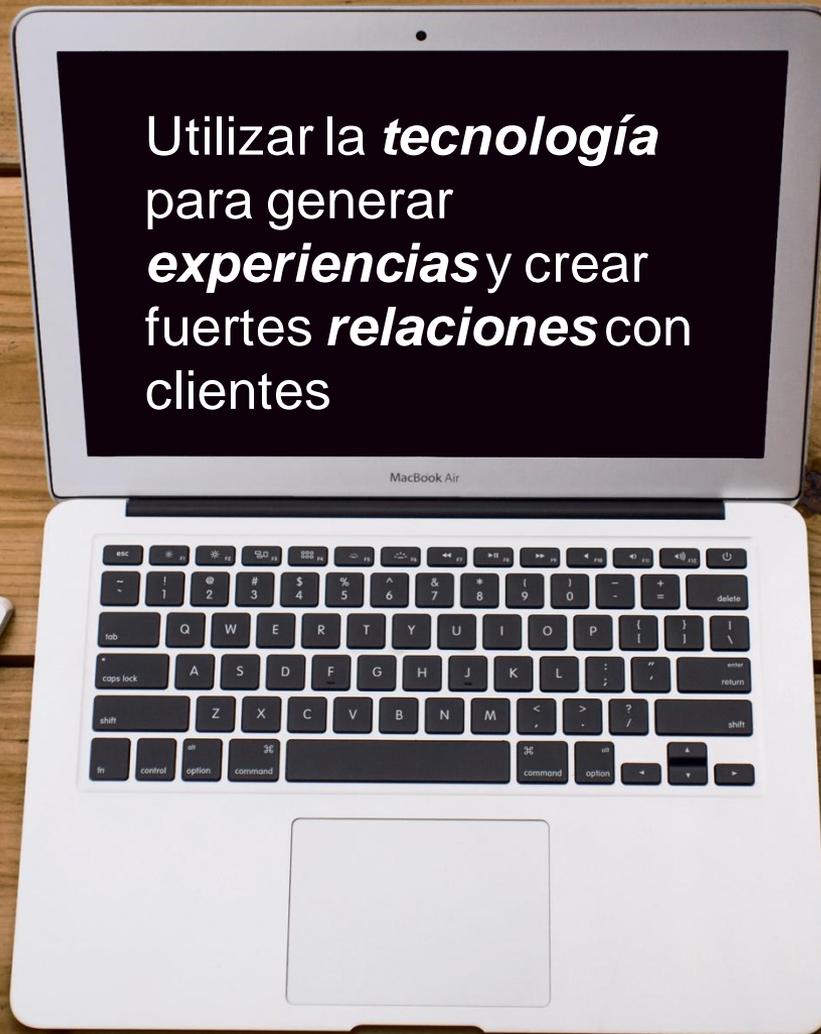
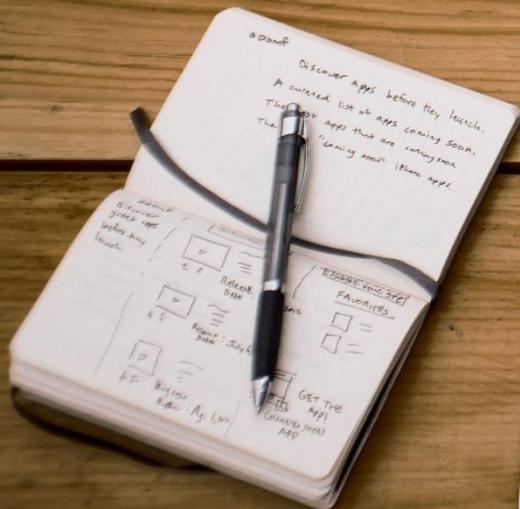
Consejo de Profesionales de Ciencias Económicas CABA
III Jornadas de Marketing – Septiembre 2016



LORENAAMARANTE
@lorenaea

Mito o Realidad?

Utilizar la **tecnología**
para generar
experiencias y crear
fuertes **relaciones** con
clientes



“Los Mercados son Conversaciones”.

ClueTrain Manifiesto

“Internet es una economía basada en la atención donde la moneda de cambio es el tiempo del usuario .”

Jakob Nielsen



*Narrativa Transmedia. Nuevos formatos. Publicidad nativa .
El impacto de Mobile. Alcance y frecuencia. Mensajería, bots y automation*



Generar

CONVERSACIONES Y CONVERSIONES

No todo es adquisición

Fidelizar, Upselling ,Crossselling

Diferentes tipos de “medios”

Medios Propietarios

Página en Facebook. Cuenta en Twitter. Página en LinkedIn.

Medios Pagos

Campaña en Facebook

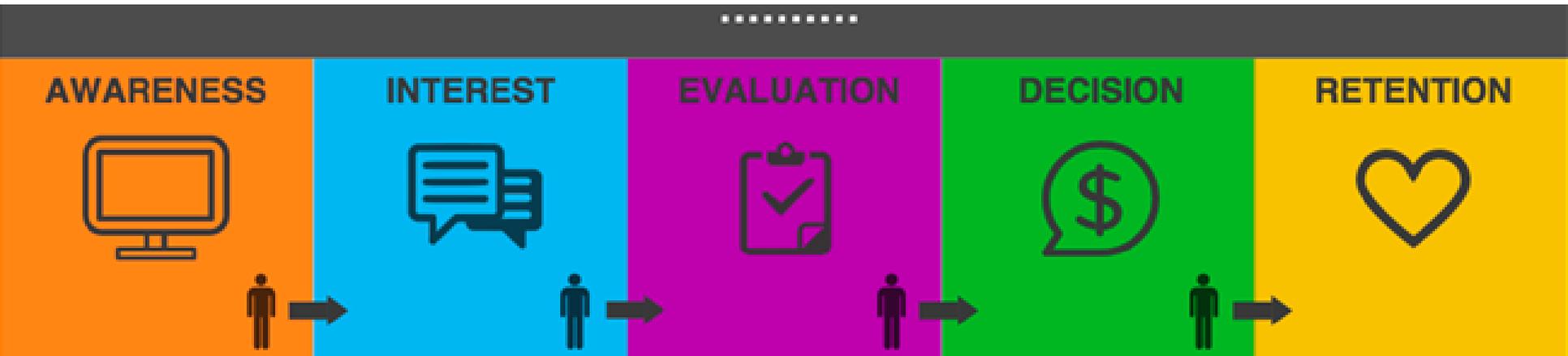
Anuncios en Twitter, campañas en general

Medios Ganados

Compartidos, RT, otros

Branding o Respuesta Directa?

- Reconocimiento
- Consideración
- Conversión



Diferentes tipos de objetivos

- Las campañas basadas en objetivos podrás:
 - Creatividad y formato adaptado a tu objetivo.
 - Pagar por las acciones vinculadas a tus objetivos.
 - Realizar un seguimiento de las métricas más importantes.

¿Cómo encontrar a mi público?

La clave es identificar y alcanzar las personas correctas con el mensaje adecuado.

Segmentación: Público personalizado



Segmentación: Audiencias similares

Encuentra a las personas que se parecen a tus clientes



Personas que tienen el mismo tipo de cuenta

Clientes que compraron tus productos en los últimos 3 meses

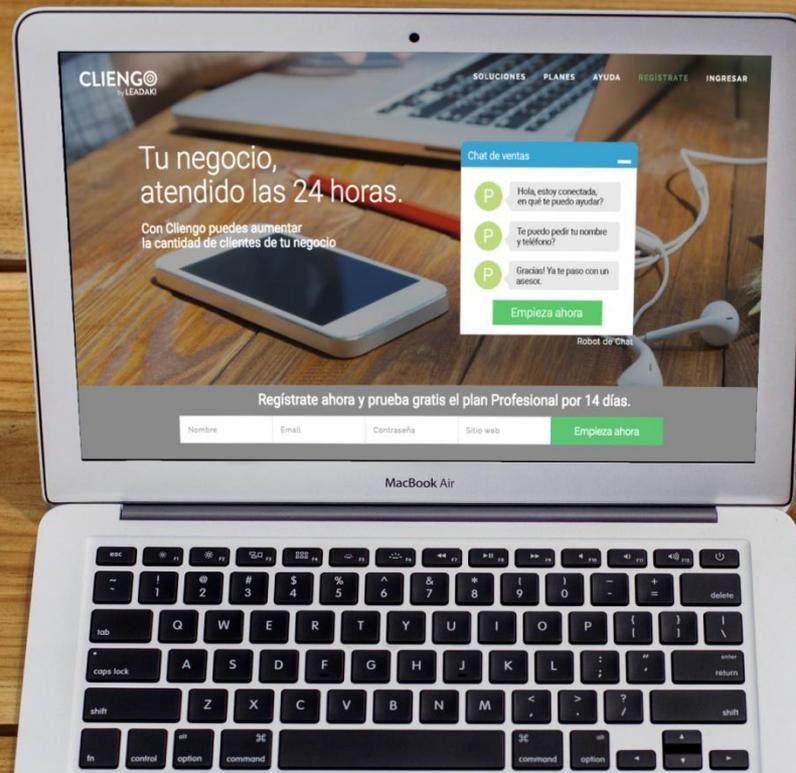
Clientes que rellenaron el formulario de contacto

MODELO DE PUJAS

La mayoría de las plataformas tienen opción de puja automática o manual.

Automático: el sistema optimiza las pujas automáticamente para que obtenga los mejores resultados al precio más bajo (dentro de su presupuesto).

Mito o Realidad?



El desafío #BigData #SmallData

El recorrido hacia la compra
entender los comportamientos de su audiencia , no asumir, ver insights.

Mito o Realidad?



Información de audiencias

OMLatam @OMLatam

Sus seguidores

+Añadir audiencia de comparación

INFORMACIÓN GENERAL

Interés destacado
Noticias de tecnología

DATOS DEMOGRÁFICOS

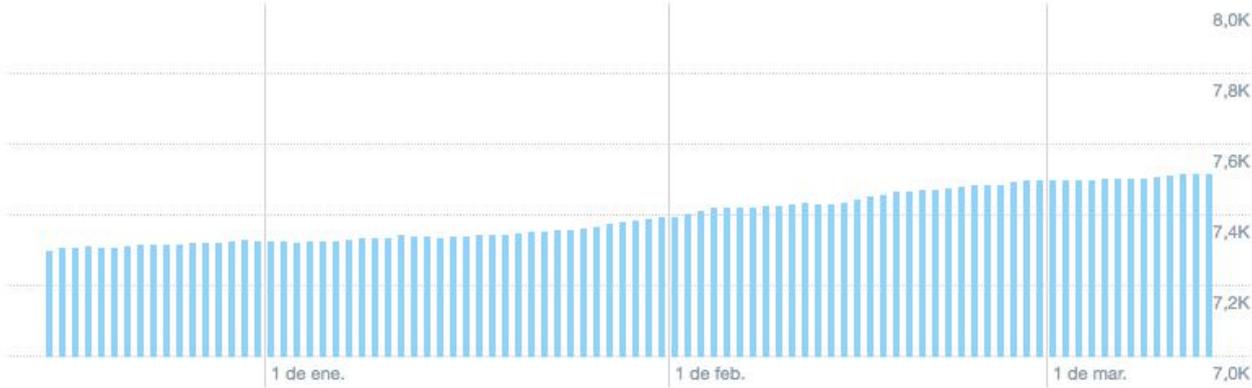
Idioma principal
español

ESTILO DE VIDA

Tipo de intereses destacado
Noticias de tecnología

HUELLA MÓVIL

Principal operador de telefonía móvil
Claro



El tamaño de su audiencia de seguidores es de **7 515**. Son **217** más que hace exactamente 90 días. Ha conseguido cerca de 2 nuevos seguidores por día.

Intereses

Nombre de interés

Noticias de tecnología 83 %

Insights de audiencia





Busca personas, lugares y cosas



Lorena

Mito o Realidad?

Crear anuncio

Cuenta: Lorena Amarante ...

Crear nuevo

Abrir

Guardar

Más

CREAR PÚBLICO

Lugar

ESTADOS UNIDOS

Estados Unidos (todo el país)

+ País, región o ciudad

Edad y sexo

Edad

18

Cualquiera

Sexo

Todos

Hombres

Mujeres

Intereses

+ Interés

Conexiones

Opciones avanzadas

Elige a un público para empezar



Todos en Facebook



Personas conectadas a tu página

No mostrar esto de nuevo

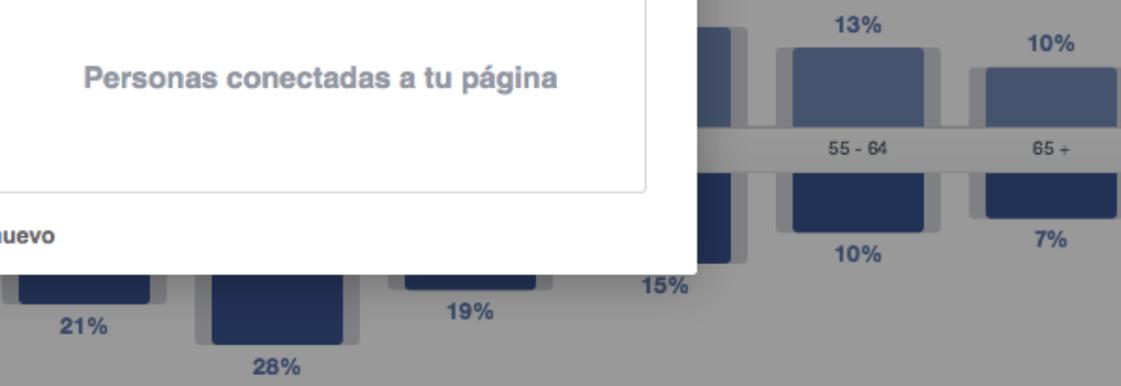
Facebook

América

Hogar

Compra

para mayores de 18 años.



https://www.facebook.com/ads/audience_insights/



Mito o Realidad?

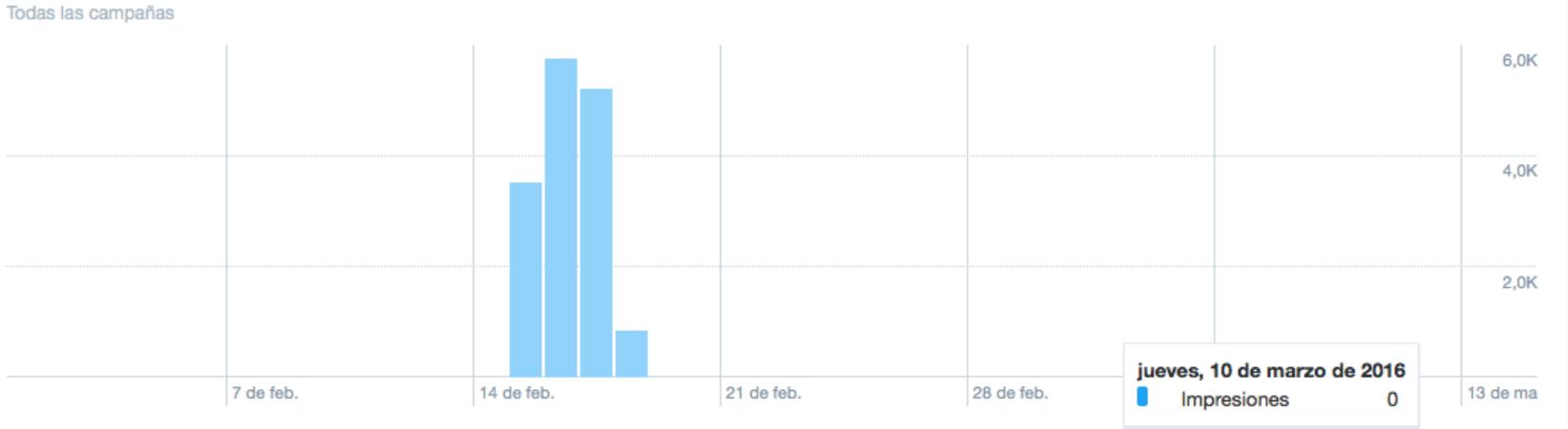
Todas las campañas
Todas las fuentes de financiación

Filtrar por Todos los objetivos Campañas lanzadas

1 de feb.-14 de mar. de 2016

- Campañas
- Tweets
- Plataformas
- Ubicaciones
- Demográficos

15,3 K IMPRESIONES
 151 INTERACCIONES
 37,43 \$ GASTO
 0 CONVERSIONES



Resumen Interacciones Gasto

Filtrar campañas por nombre

Nombre	Inicio	Fin	Gasto	Impresiones	Resultados	Tasa	Coste por resultado	Conversiones clave
Todas las campañas	-	-	37,43 \$	15.281	-	-	-	-

Dashboard de campañas

<https://ads.twitter.com/>



Conoce el rendimiento de tus anuncios



Optimización en tiempo real

- Automatización
- El papel de los pixels
- Modelos de atribución
- Resultados: ROI Y ROR

Lorena Amarante

Muchas gracias!

@lorenaea
lorena@omlatam.com

