

Muchas gracias por tu interés en esta actividad, empezaremos en unos instantes

Recuerda apagar tu cámara y silenciar tu micrófono.

Durante la sesión para cualquier pregunta puedes usar el chat interno de la plataforma o bien preguntarnos activando tu micrófono.

La sesión será grabada y podrá ser publicada posteriormente en los canales del proyecto Digicom; puedes abandonarla en cualquier momento.

Correo para consultas digicom@comercioasturias.com



DIGICOM
PLAN DE DIGITALIZACIÓN
DEL COMERCIO DE GIJÓN

Venta en redes sociales: Facebook Ads



Introducción

- Instagram nace en 2010, en San Francisco. Inicialmente era una app sólo para iPhone.
- Permitía aprovechar la cámara del teléfono para hacer y publicar fotos de manera rápida, sin necesidad de saber mucho de fotografía o retoque.
- En 2011 crearon los hashtags, para ordenar los contenidos que se iban generando.
- En 2012 lanzan la aplicación en Google Play (para Android). A las 24 horas de estar en Google Play, consigue 1 millón de descargas.
- 5 días después del lanzamiento de la app para Android, Facebook anuncia su compra.

Marketing tradicional



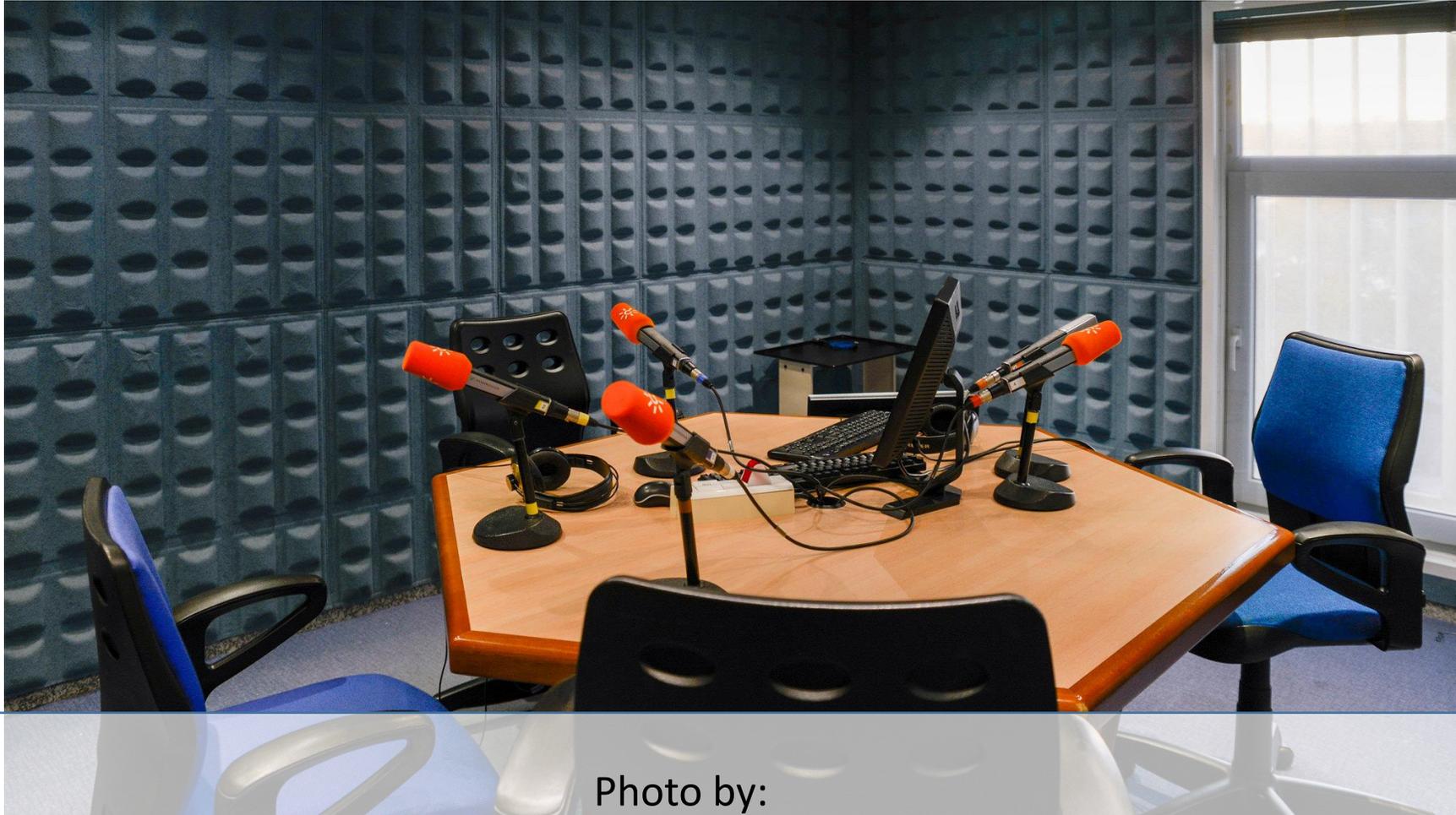


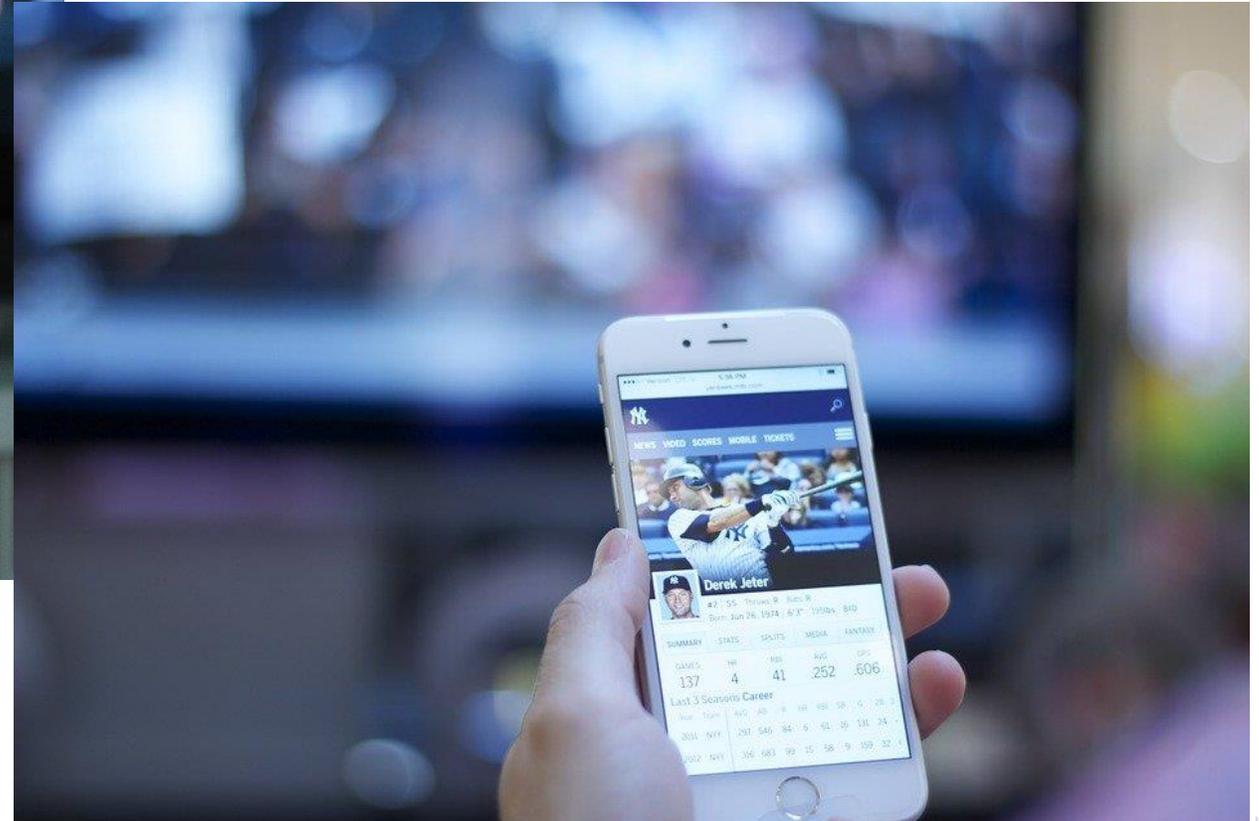
Photo by:

www.flickr.com/photos/canalsurradiotyv

Marketing tradicional



¿Pero qué hacemos ahora cuando nos ponen anuncios en la TV?



Marketing tradicional

- Anuncios en medios de comunicación “para toda la audiencia”.
- El coste de la publicidad depende de la audiencia del medio (número de personas que potencialmente se alcanzarían), sin tener en cuenta qué porcentaje de ellas podrían estar interesadas en el contenido del anuncio.
- No es posible medir la efectividad: no hay herramientas que nos permitan saber cuantas conversiones se logran con un anuncio en un medio convencional.
- Suelen requerir de la intervención de personas especializadas para su creación / publicación.

Marketing online / social media

- Anuncios dirigidos a audiencias específicas: facilitan **la segmentación**, es decir, seleccionar mostrarlo solamente a la parte de la audiencia que pudiera tener interés en el producto que se anuncia.
- Las redes sociales además, tienen mucha información sobre sus miembros: intereses, amistades, comentarios, etc. Y ponen toda esa información a disposición de sus herramientas de anuncios.
- De este modo podemos llegar a un mayor número de potenciales clientes, con una inversión económica menor.
- Las herramientas de gestión de publicidad online, están diseñadas para que sean fáciles de manejar, por lo que puedes crear y gestionar la campaña por tus propios medios.

Marketing online / social media

- El marketing online, además, nos ofrece herramientas de seguimiento, que permiten valorar las acciones del usuario: si clics en el anuncio, si va a la web, el tiempo de permanencia etc.
- Facebook nos ofrece su “píxel”: un código de seguimiento que incluido en tu web, puede seguir la traza y las acciones de tus seguidores o de los miembros de Facebook en tu web.
- Utilizando el pixel podríamos hacer campañas en Facebook mucho más segmentadas, por ejemplo:
 - Mostrar un anuncio solamente a los usuarios de Facebook que han visitado tu web.
 - Mostrar un anuncio solamente a quienes han añadido un artículo al carrito de la compra, pero no han finalizado la transacción.

El píxel de Facebook

Saber qué hacen los usuarios de Facebook en tu web, para poder personalizar la publicidad.

El píxel de Facebook



- Si tienes una web o una tienda de e-commerce, instalando el píxel en tu web podrás vincular las acciones de los usuarios en tu web al diseño de anuncios en Facebook.
- El píxel trackea las acciones en tu web, y te ofrece estos datos en la herramienta de Facebook Ads, para que puedas utilizarla para diseñar tus campañas.

El píxel de Facebook

Qué puede medir el píxel en tu web

- Información de pago añadida
- Artículo añadido al carrito
- Artículo añadido a la lista de deseos
- Registro completado
- Contacto
- Personalizar un producto
- Hacer una donación
- Buscar ubicación
- Iniciado pago
- Cliente potencial
- Compra
- Programar
- Búsqueda
- Iniciar prueba
- Suscripción
- Contenido visualizado

<https://www.facebook.com/business/m/one-sheeters/facebook-pixel-events>

El píxel de Facebook

Cómo instalarlo

De manera manual

Al igual que el código de Google Analytics, podemos instalar el píxel en la web, incluyendo su código en todas las páginas.

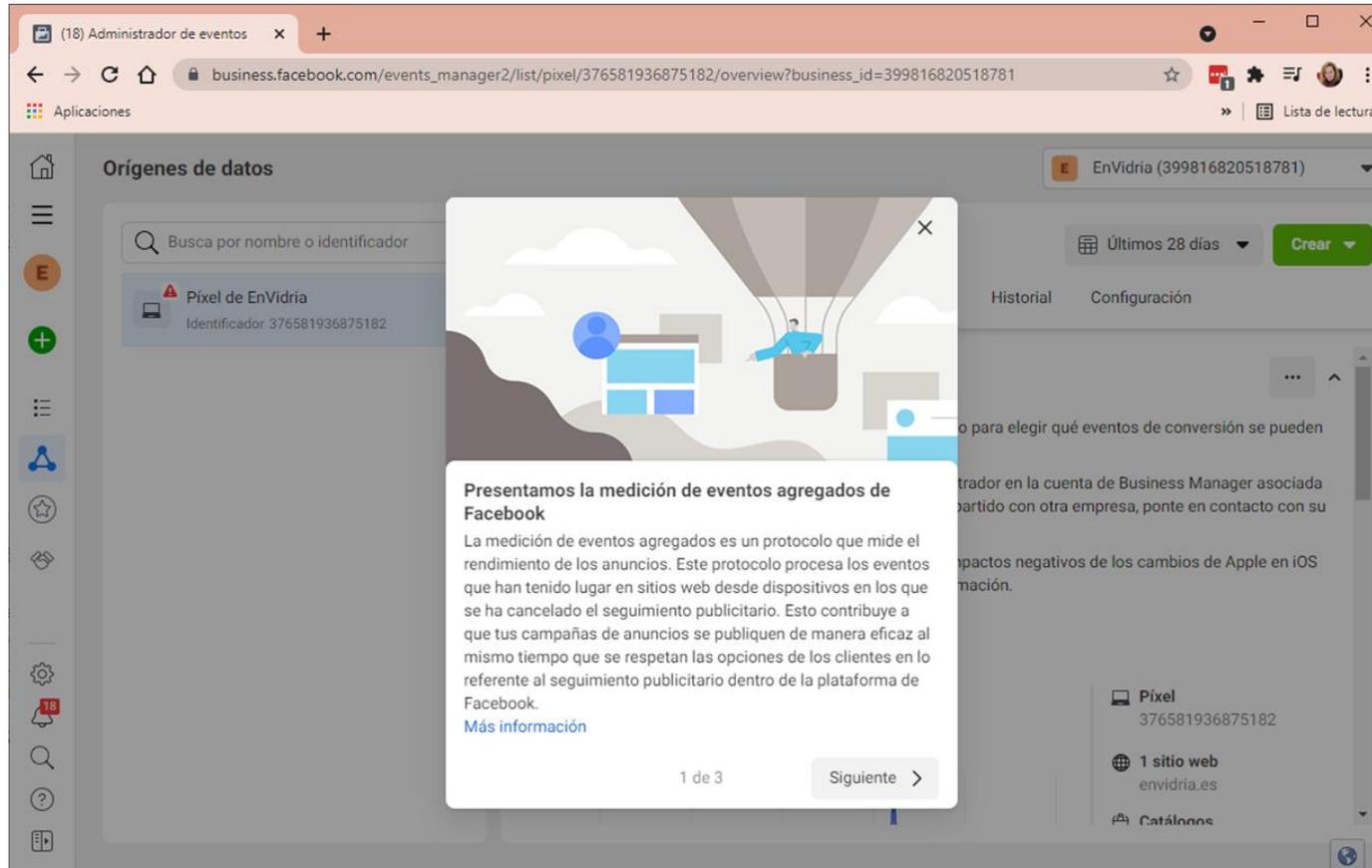
A través de plugins

Determinadas plataformas de ecommerce y de web, disponen de plugins que facilitan la instalación, e incluso permiten algunas opciones de personalización.

Existe una extensión para Google Chrome: Facebook Pixel Helper que permite comprobar en cualquier web si tiene instalado el píxel, si está trackeando, y qué eventos trackea.

El píxel de Facebook

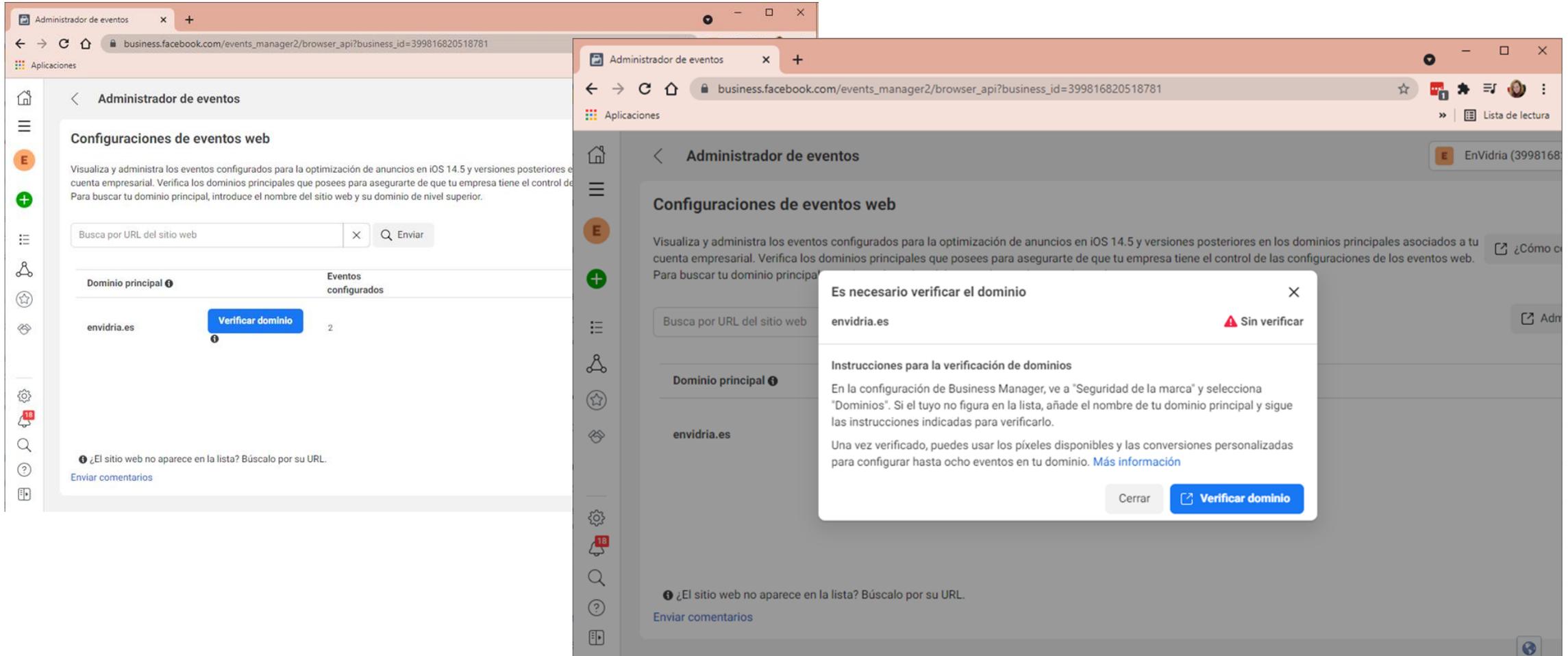
Verificar el dominio



The screenshot shows the Facebook Business Manager interface. A notification modal is displayed in the center, titled "Presentamos la medición de eventos agregados de Facebook". The notification text reads: "La medición de eventos agregados es un protocolo que mide el rendimiento de los anuncios. Este protocolo procesa los eventos que han tenido lugar en sitios web desde dispositivos en los que se ha cancelado el seguimiento publicitario. Esto contribuye a que tus campañas de anuncios se publiquen de manera eficaz al mismo tiempo que se respetan las opciones de los clientes en lo referente al seguimiento publicitario dentro de la plataforma de Facebook." Below the text is a link for "Más información". The notification also shows "1 de 3" and a "Siguiente" button. In the background, the "Orígenes de datos" section is visible, showing a search bar and a list of data sources, including "Pixel de EnVidria" with the ID "376581936875182".

El píxel de Facebook

Verificar el dominio



The image shows two overlapping screenshots of the Facebook Business Manager interface. The background screenshot displays the 'Configuraciones de eventos web' (Web Event Settings) page. It features a search bar for the website URL and a table with the following data:

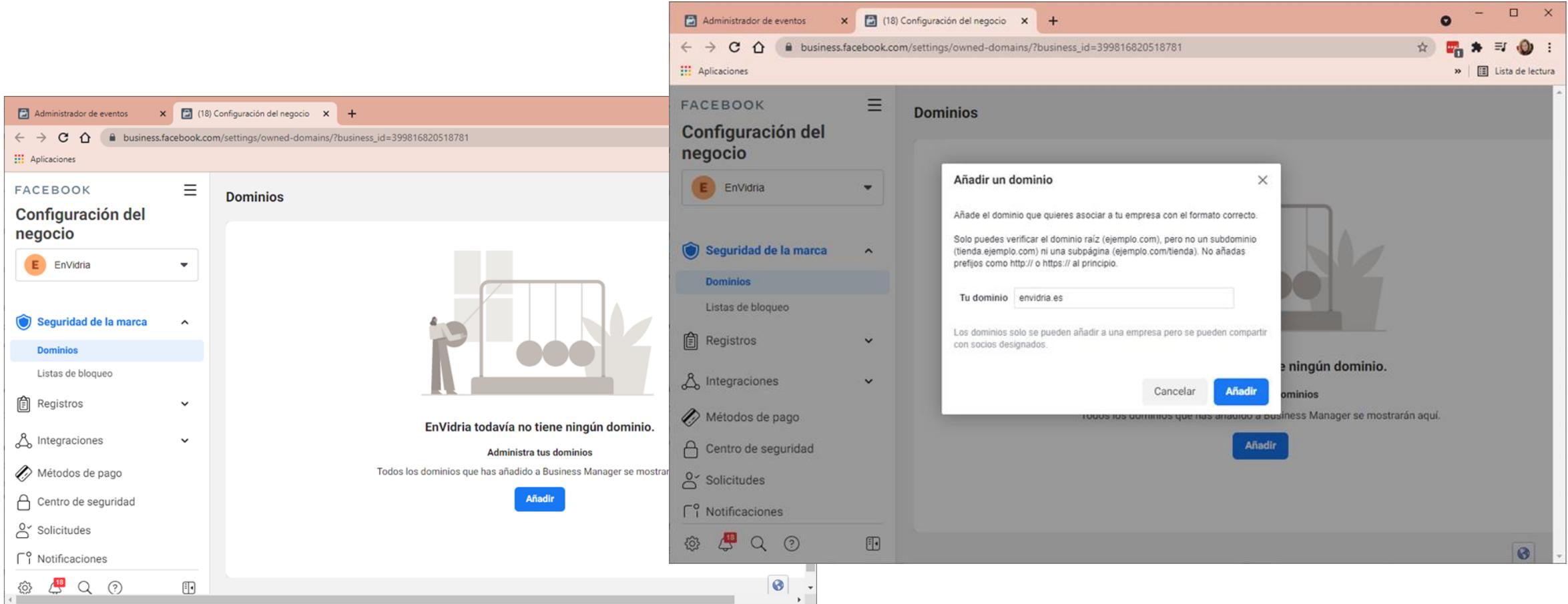
Dominio principal	Eventos configurados
envidria.es	2

A blue button labeled 'Verificar dominio' is positioned next to the 'envidria.es' entry. Below the table, there is a note: '¿El sitio web no aparece en la lista? Búscalo por su URL.' and a link to 'Enviar comentarios'.

The foreground screenshot shows a modal dialog box titled 'Es necesario verificar el dominio' (Domain verification is required) for 'envidria.es'. The status is 'Sin verificar' (Not verified). The dialog provides instructions for domain verification and includes a 'Verificar dominio' button and a 'Cerrar' (Close) button.

El píxel de Facebook

Verificar el dominio

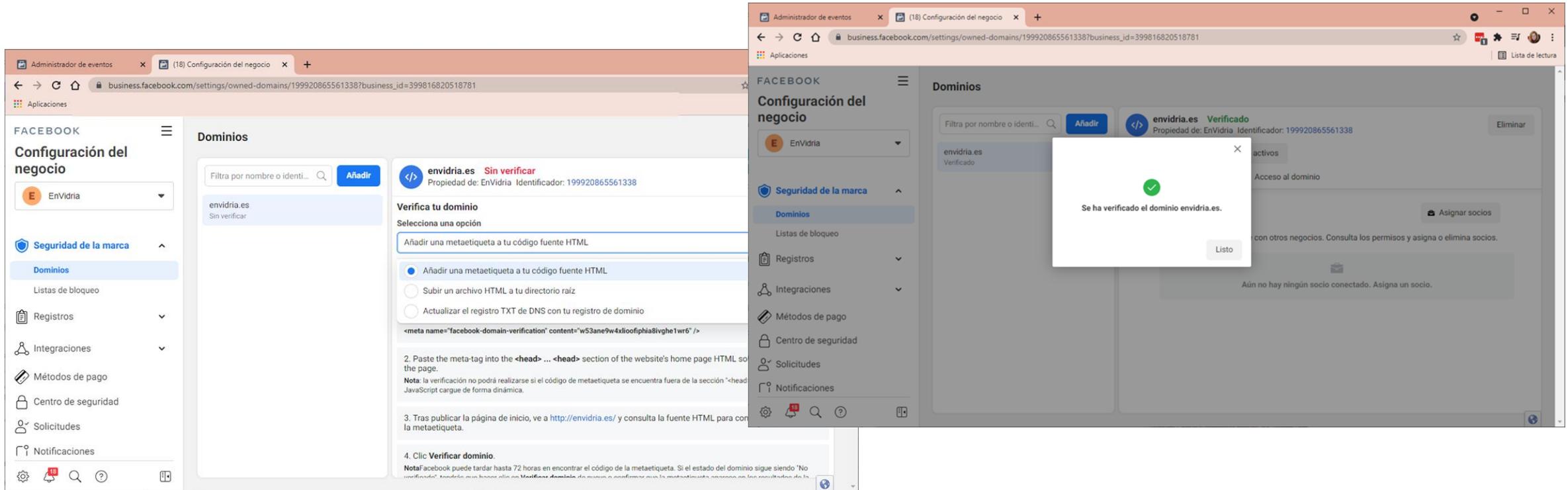


The image shows two overlapping screenshots of the Facebook Business Manager interface. The background screenshot displays the 'Configuración del negocio' (Business Settings) page, specifically the 'Dominios' (Domains) section. The page title is 'Configuración del negocio' and the sub-section is 'Dominios'. The current business is identified as 'EnVidria'. The main content area shows a message: 'EnVidria todavía no tiene ningún dominio.' (EnVidria still has no domains.) Below this, it says 'Administra tus dominios' (Manage your domains) and 'Todos los dominios que has añadido a Business Manager se mostrarán aquí.' (All domains you've added to Business Manager will be shown here.) There is a blue 'Añadir' (Add) button.

The foreground screenshot is a modal dialog titled 'Añadir un dominio' (Add a domain). It contains the following text: 'Añade el dominio que quieres asociar a tu empresa con el formato correcto.' (Add the domain you want to associate with your company in the correct format.) Below this, it provides instructions: 'Solo puedes verificar el dominio raíz (ejemplo.com), pero no un subdominio (tienda.ejemplo.com) ni una subpágina (ejemplo.com/tienda). No añadas prefijos como http:// o https:// al principio.' (You can only verify the root domain (example.com), but not a subdomain (tienda.example.com) or a subpage (example.com/tienda). Do not add prefixes like http:// or https:// at the beginning.) There is a text input field labeled 'Tu dominio' (Your domain) with the value 'envidria.es' entered. Below the input field, it says: 'Los dominios solo se pueden añadir a una empresa pero se pueden compartir con socios designados.' (Domains can only be added to a company but can be shared with designated partners.) At the bottom of the modal, there are two buttons: 'Cancelar' (Cancel) and 'Añadir' (Add).

El píxel de Facebook

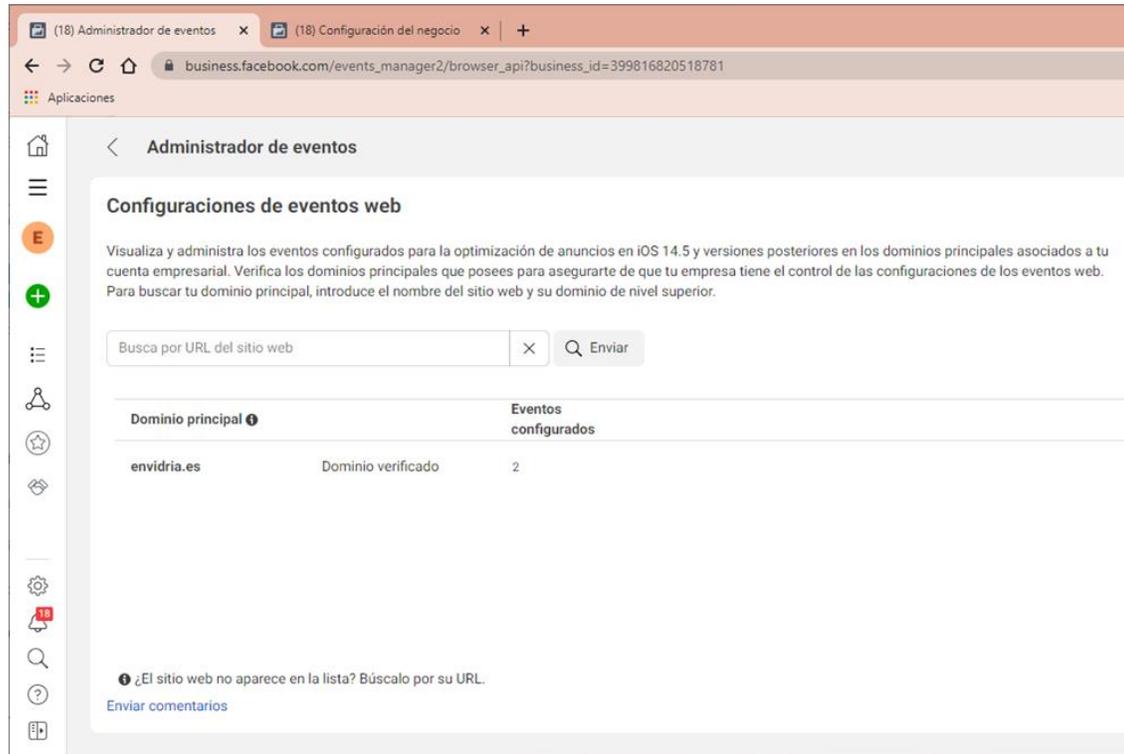
Verificar el dominio



The image shows two overlapping screenshots of the Facebook Business settings interface. The background screenshot displays the 'Configuración del negocio' (Business Settings) page, specifically the 'Dominios' (Domains) section. A domain 'envidria.es' is listed with the status 'Sin verificar' (Not verified). The 'Verifica tu dominio' (Verify your domain) section offers three options: 'Añadir una metaetiqueta a tu código fuente HTML' (Add a meta-tag to your website's HTML source code), 'Subir un archivo HTML a tu directorio raíz' (Upload an HTML file to your root directory), and 'Actualizar el registro TXT de DNS con tu registro de dominio' (Update your DNS TXT record with your domain registration). The first option is selected. Below the options, there is a code snippet for the meta-tag: `<meta name="facebook-domain-verification" content="w53ane9w4xliiofphia8ivghe1wr6" />`. A note indicates that verification may take up to 72 hours. The foreground screenshot shows a modal dialog box with a green checkmark and the text 'Se ha verificado el dominio envidria.es.' (The domain envidria.es has been verified.), with a 'Listo' (Done) button.

El píxel de Facebook

Verificar el dominio



Administrador de eventos

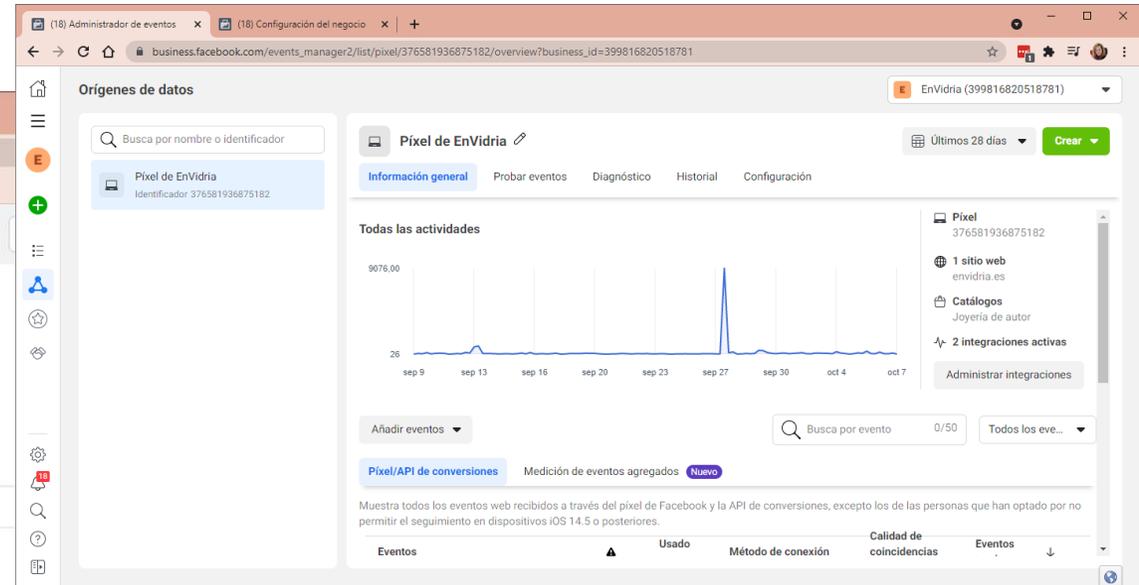
Configuraciones de eventos web

Visualiza y administra los eventos configurados para la optimización de anuncios en iOS 14.5 y versiones posteriores en los dominios principales asociados a tu cuenta empresarial. Verifica los dominios principales que posees para asegurarte de que tu empresa tiene el control de las configuraciones de los eventos web. Para buscar tu dominio principal, introduce el nombre del sitio web y su dominio de nivel superior.

Busca por URL del sitio web

Dominio principal	Estado	Eventos configurados
envidia.es	Dominio verificado	2

¿El sitio web no aparece en la lista? Búscalo por su URL.
Enviar comentarios



Orígenes de datos

Pixel de EnVidria
Identificador: 376581936875182

Información general | Probar eventos | Diagnóstico | Historial | Configuración

Todas las actividades

9076.00

26

sep 9 sep 13 sep 16 sep 20 sep 23 sep 27 sep 30 oct 4 oct 7

Añadir eventos Busca por evento 0/50 Todos los eve...

Pixel/API de conversiones | Medición de eventos agregados **Nuevo**

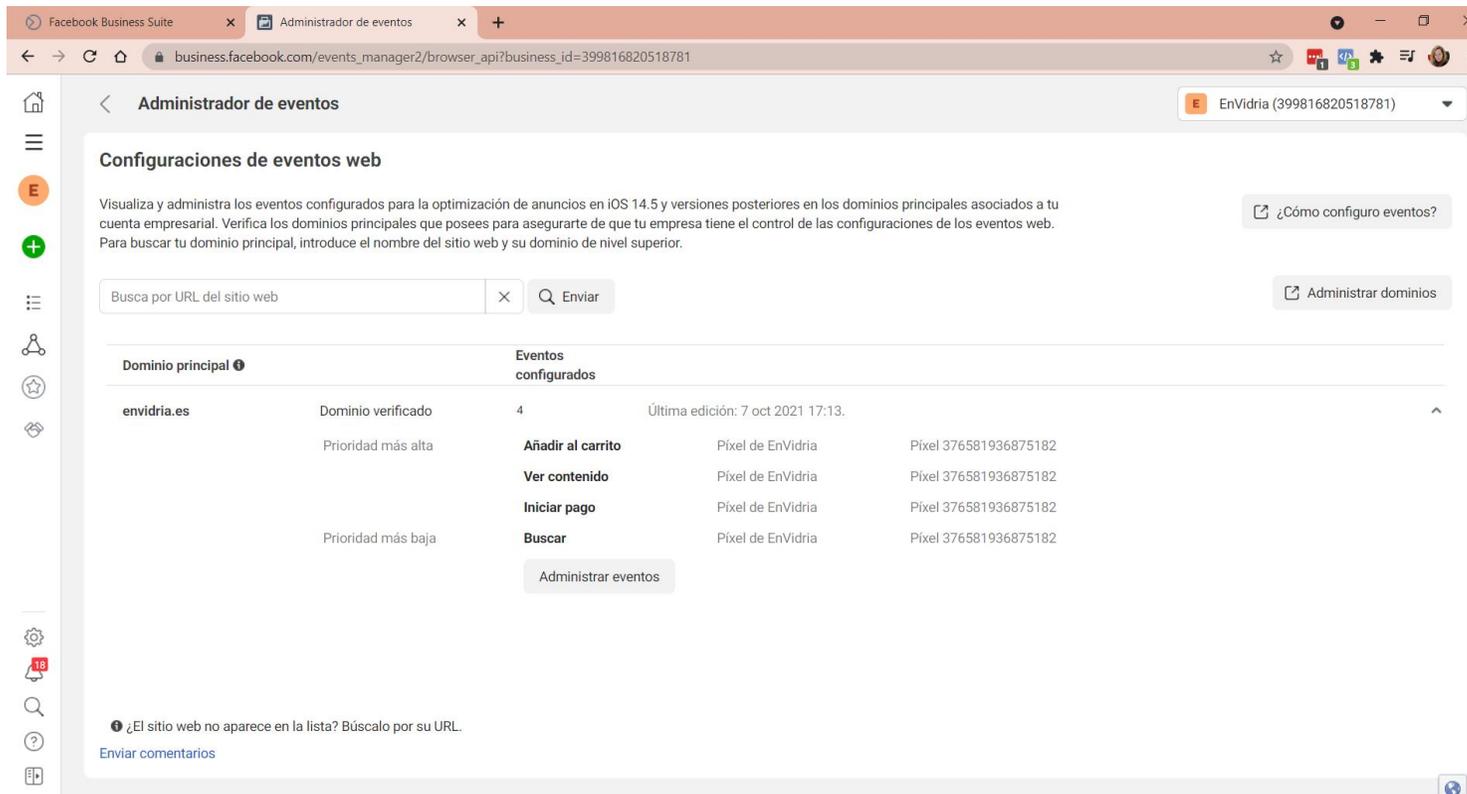
Muestra todos los eventos web recibidos a través del píxel de Facebook y la API de conversiones, excepto los de las personas que han optado por no permitir el seguimiento en dispositivos iOS 14.5 o posteriores.

Eventos	Usado	Método de conexión	Calidad de coincidencias	Eventos
---------	-------	--------------------	--------------------------	---------

El píxel de Facebook

Administrar los eventos

- Podemos pedirle que siga hasta 8 eventos diferentes.



Facebook Business Suite | Administrador de eventos | EnVidria (399816820518781)

Configuraciones de eventos web

Visualiza y administra los eventos configurados para la optimización de anuncios en iOS 14.5 y versiones posteriores en los dominios principales asociados a tu cuenta empresarial. Verifica los dominios principales que posees para asegurarte de que tu empresa tiene el control de las configuraciones de los eventos web. Para buscar tu dominio principal, introduce el nombre del sitio web y su dominio de nivel superior.

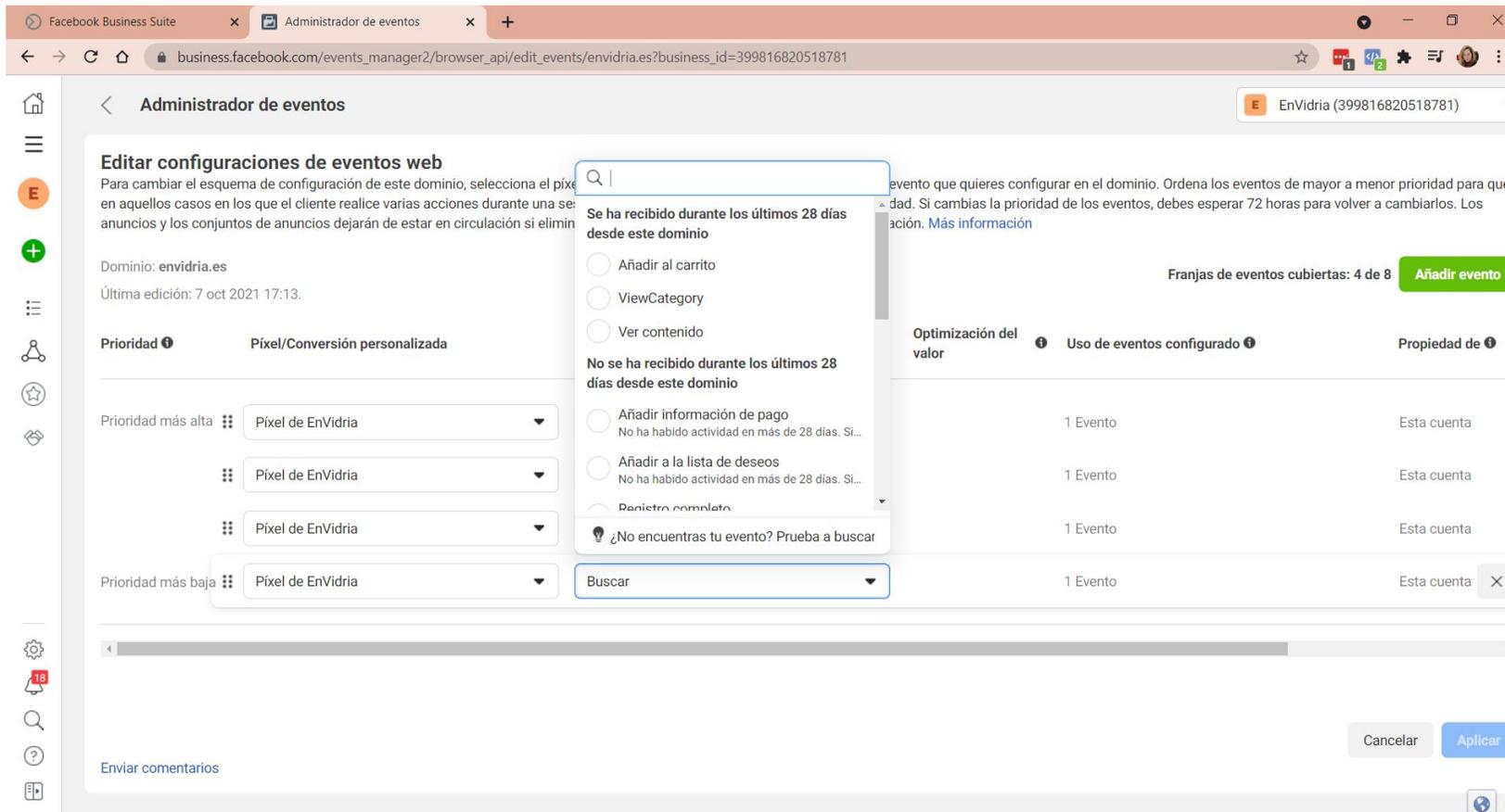
Busca por URL del sitio web

Dominio principal	Estado	Eventos configurados	Última edición
envidria.es	Dominio verificado	4	7 oct 2021 17:13
	Prioridad más alta	Añadir al carrito Píxel de EnVidria Píxel 376581936875182 Ver contenido Píxel de EnVidria Píxel 376581936875182 Iniciar pago Píxel de EnVidria Píxel 376581936875182 Buscar Píxel de EnVidria Píxel 376581936875182	
	Prioridad más baja		

¿El sitio web no aparece en la lista? Búscalo por su URL.
[Enviar comentarios](#)

El píxel de Facebook

Administrar los eventos



The screenshot shows the Facebook Business Suite interface for managing events. The browser address bar shows the URL: `business.facebook.com/events_manager2/browser_api/edit_events/envidria.es?business_id=399816820518781`. The page title is "Administrador de eventos" and the account name is "EnVidria (399816820518781)".

The main section is titled "Editar configuraciones de eventos web". It includes instructions: "Para cambiar el esquema de configuración de este dominio, selecciona el píxel en aquellos casos en los que el cliente realice varias acciones durante una sesión de anuncios y los conjuntos de anuncios dejarán de estar en circulación si eliminamos el evento que quieres configurar en el dominio. Ordena los eventos de mayor a menor prioridad para que, al cambiar la prioridad de los eventos, debes esperar 72 horas para volver a cambiarlos. Los cambios se aplicarán a los eventos de configuración. [Más información](#)".

Below the instructions, there are settings for the domain "envidria.es" and its last update. A table lists event configurations with columns for "Prioridad", "Pixel/Conversión personalizada", "Optimización del valor", "Uso de eventos configurado", and "Propiedad de".

A search modal is open, showing a search bar with "q |" and a list of event categories:

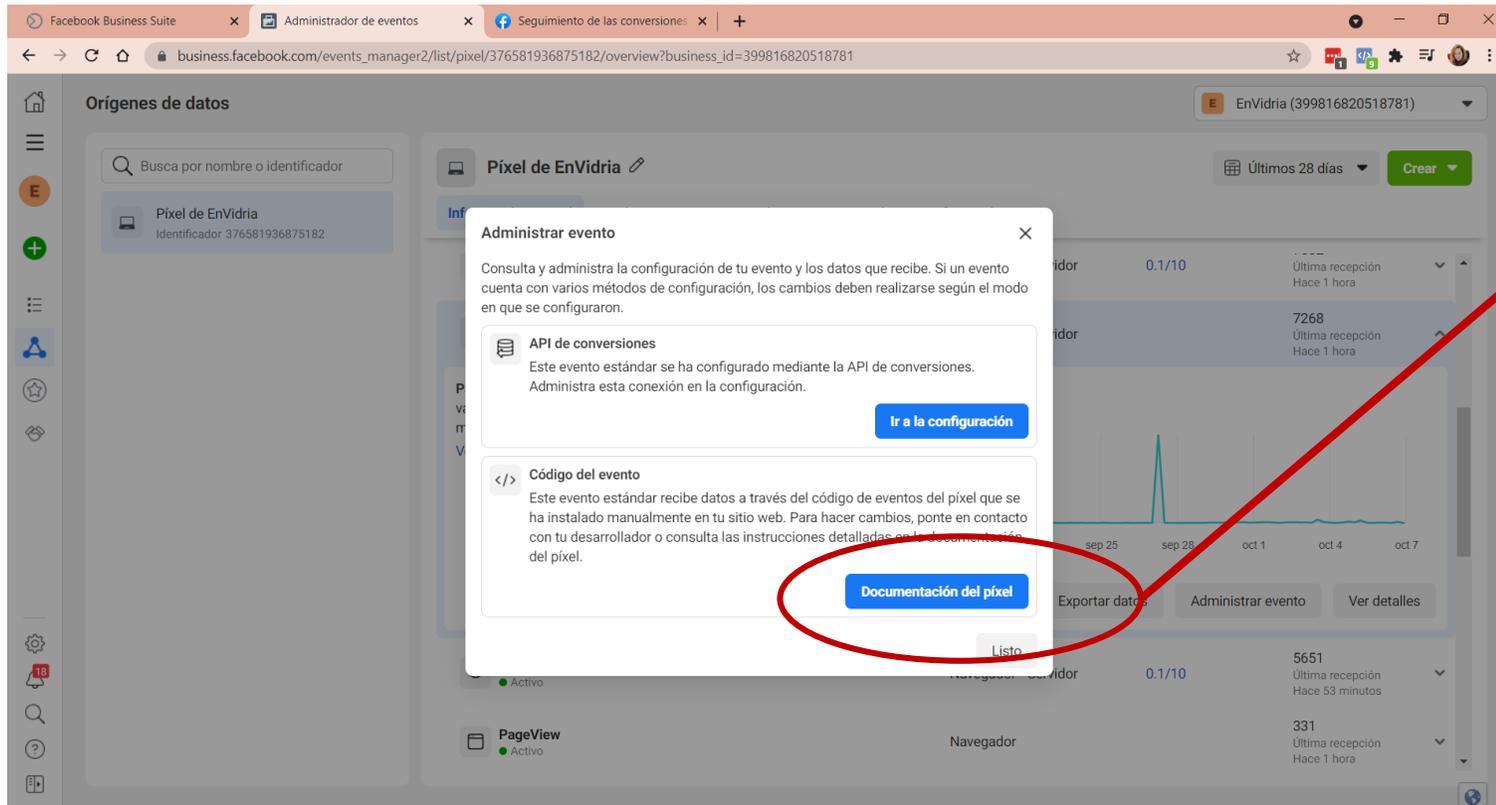
- Se ha recibido durante los últimos 28 días desde este dominio**
 - Añadir al carrito
 - ViewCategory
 - Ver contenido
- No se ha recibido durante los últimos 28 días desde este dominio**
 - Añadir información de pago (No ha habido actividad en más de 28 días. Si...)
 - Añadir a la lista de deseos (No ha habido actividad en más de 28 días. Si...)
 - Registro completo

At the bottom of the interface, there are "Cancelar" and "Aplicar" buttons, and a "Enviar comentarios" link.

El píxel de Facebook

Administrar los eventos

- El seguimiento de algunos eventos, puede requerir que incluyas algún código adicional en alguna de tus páginas.



The screenshot shows the Facebook Business Suite interface with a modal dialog titled "Administrar evento". The dialog contains the following text:

Consulta y administra la configuración de tu evento y los datos que recibe. Si un evento cuenta con varios métodos de configuración, los cambios deben realizarse según el modo en que se configuraron.

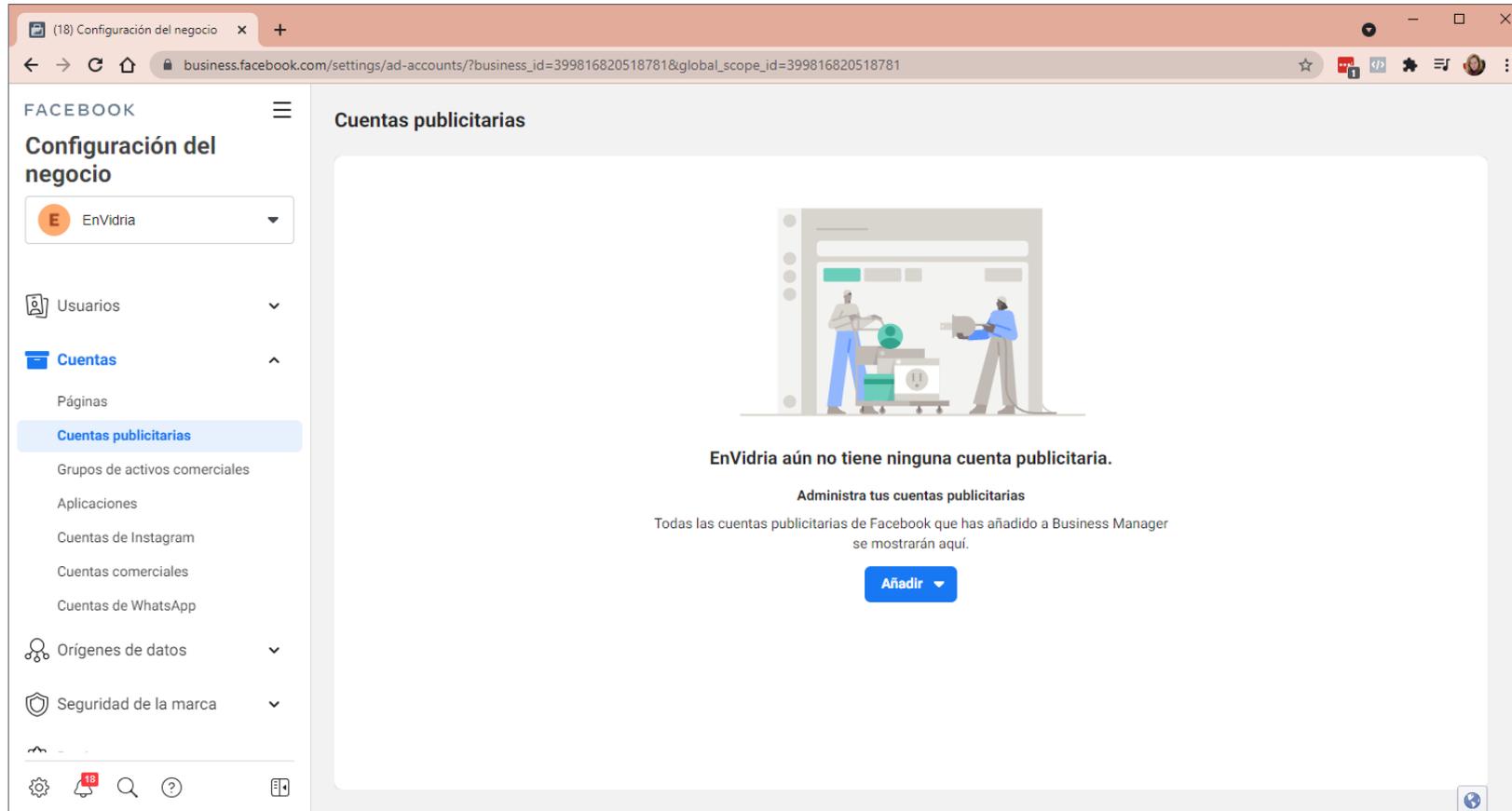
API de conversiones
Este evento estándar se ha configurado mediante la API de conversiones. Administra esta conexión en la configuración. [Ir a la configuración](#)

Código del evento
Este evento estándar recibe datos a través del código de eventos del píxel que se ha instalado manualmente en tu sitio web. Para hacer cambios, ponte en contacto con tu desarrollador o consulta las instrucciones detalladas en la documentación del píxel. [Documentación del píxel](#)

The "Documentación del píxel" button is circled in red, and a red arrow points from it towards the text in the adjacent list item.

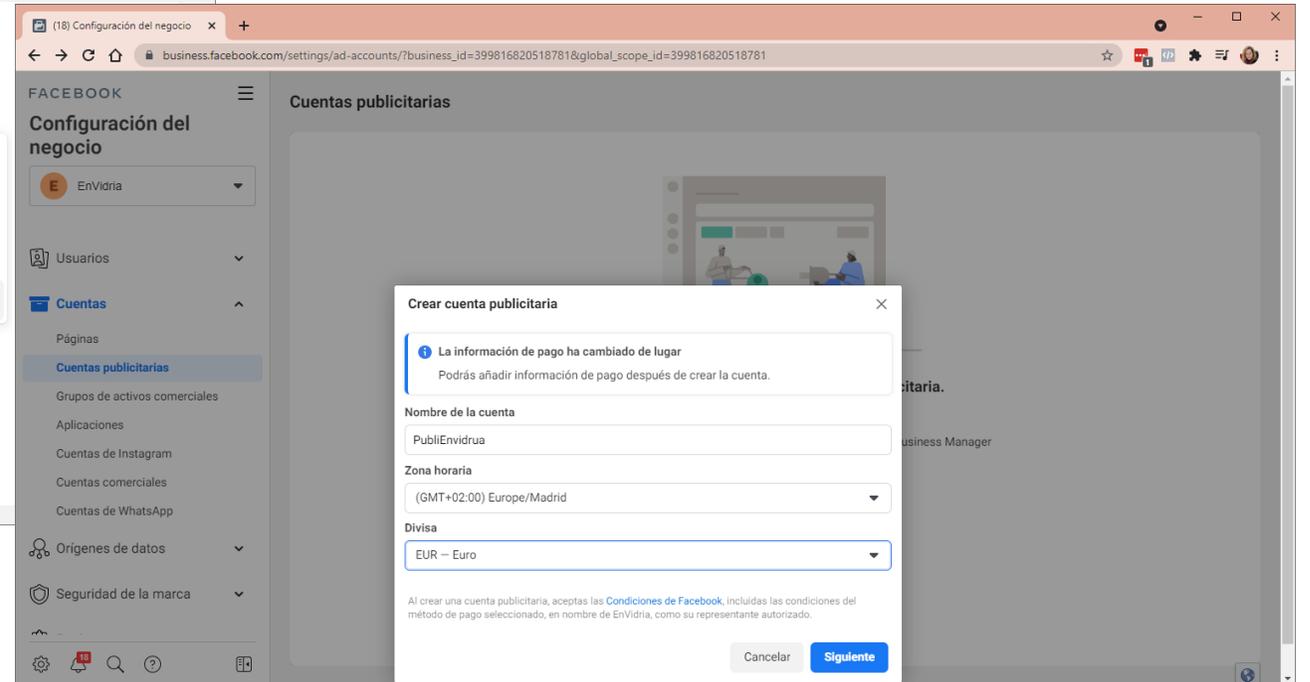
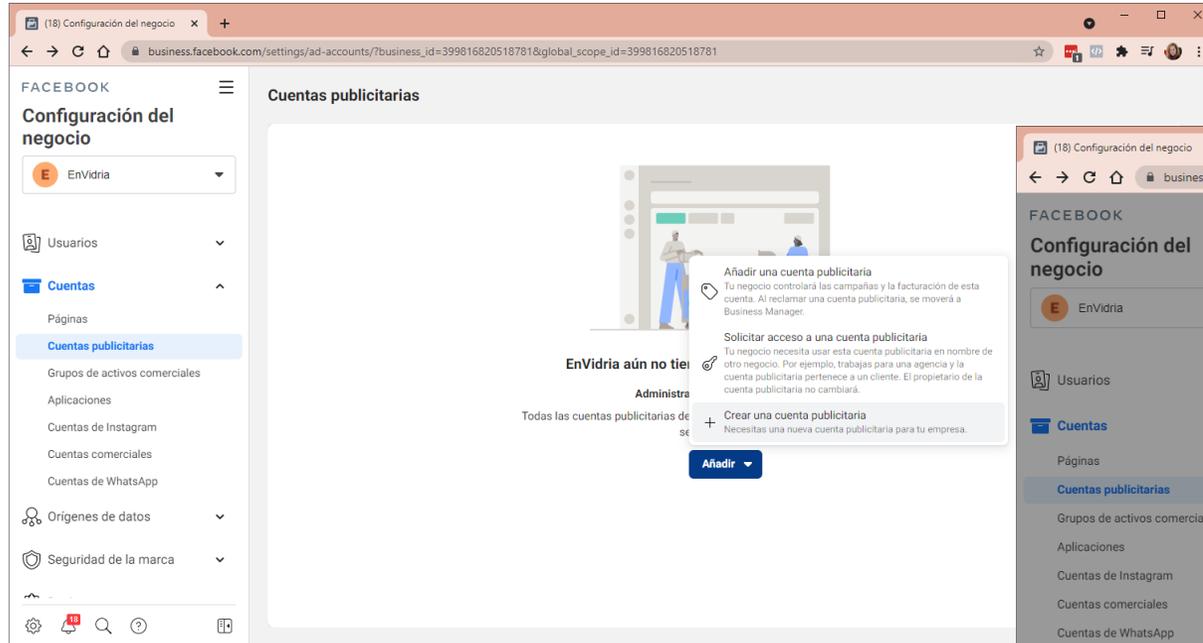
Creación de campañas

Crear una cuenta publicitaria

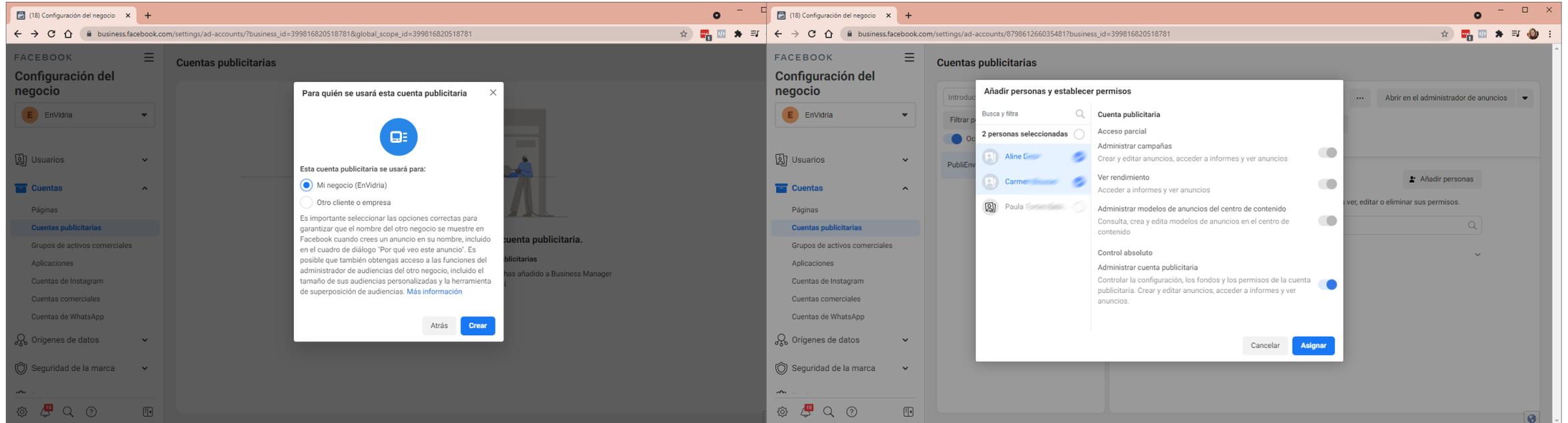


Es necesario disponer de una cuenta publicitaria.

Crear una cuenta publicitaria



Crear una cuenta publicitaria

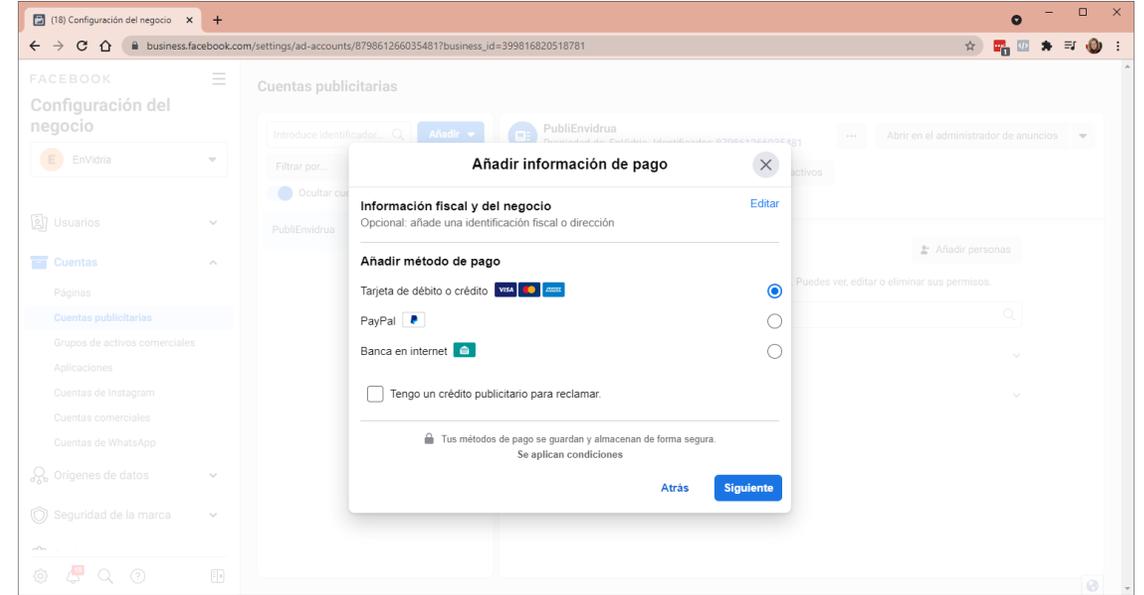
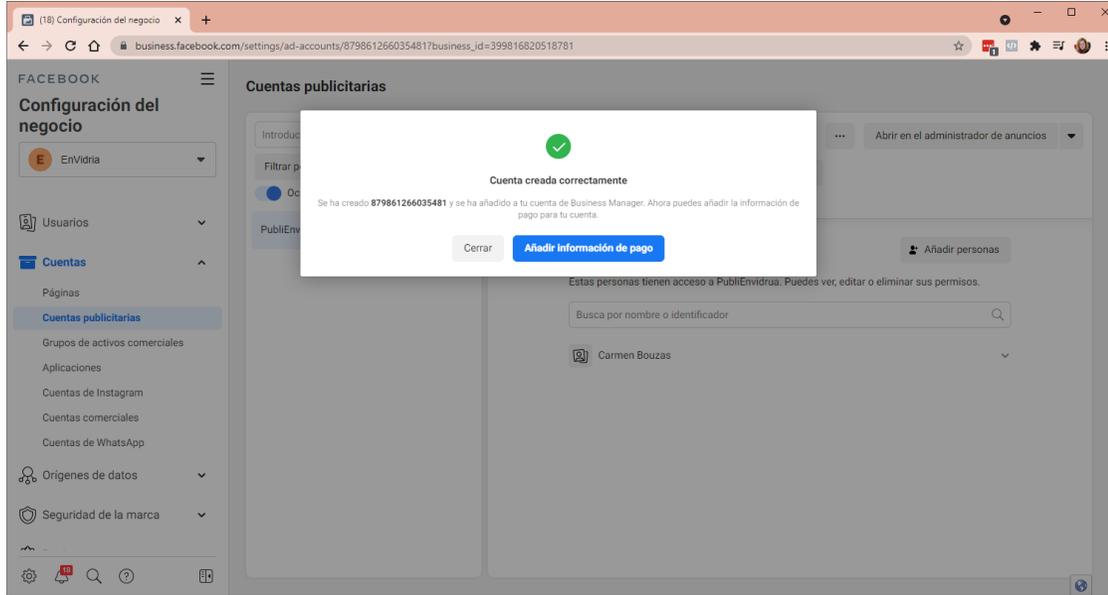


The image displays two sequential screenshots of the Facebook Business Manager interface for creating a new advertising account.

Left Screenshot: The user is in the 'Cuentas publicitarias' (Advertising Accounts) section. A modal dialog titled 'Para quién se usará esta cuenta publicitaria' (Who this advertising account will be used for) is open. It offers two options: 'Mi negocio (EnVidria)' (My business) and 'Otro cliente o empresa' (Other client or company). The 'Mi negocio' option is selected. Below the options, there is explanatory text and a 'Más información' link. 'Atrás' and 'Crear' buttons are at the bottom.

Right Screenshot: The user is in the 'Añadir personas y establecer permisos' (Add people and set permissions) step. A list of users is shown, with 'Aline', 'Carme', and 'Paula' selected. The '2 personas seleccionadas' indicator is visible. The permissions section is partially visible, showing 'Acceso parcial' (Access limited) selected for the account.

Crear una cuenta publicitaria



1. Antes de lanzarnos a crear una campaña de publicidad, es necesario tener un **objetivo definido**, esto es.
 - Qué queremos conseguir con la campaña.
 - Cómo queremos que el usuario actúe cuando vea el anuncio.
2. En función del objetivo que definamos, Facebook elegirá la audiencia que más posibilidades tiene de actuar como queremos.

Creando una campaña

Estructura de Facebook Ads

Facebook Ads organiza las acciones promocionales en una estructura de 3 niveles:

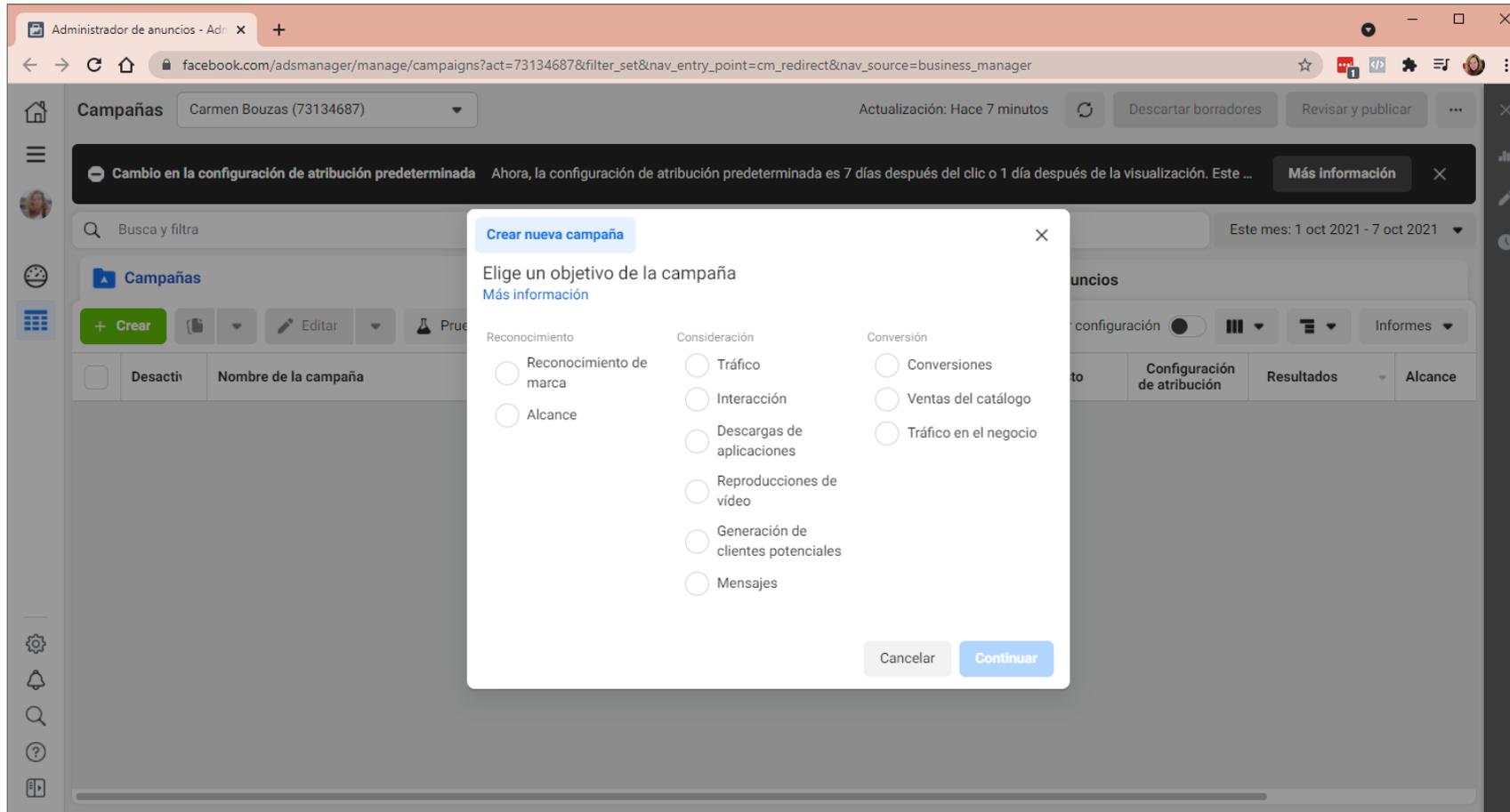
- **Campaña:** En la campaña elegiremos el objetivo que perseguimos con la acción promocional que estamos realizando.
- **Conjunto de anuncios:** aquí se definirá el público objetivo, el presupuesto y la programación de la campaña.
- **Anuncios:** lo que verá tu público objetivo. La publicación, creatividad o imagen que se les vaya a mostrar. Pueden incluir: texto, imágenes, vídeos, y un botón de llamada a la acción. Podemos crear varios anuncios con distintos formatos, para adaptarlos al lugar en el que se mostrarán y al público concreto al que se dirijen.

Los objetivos de las campañas se dividen en 3 grandes grupos:

- **Reconocimiento:** aquellos que no esperan que el usuario haga algo concreto, sino que simplemente buscan dar más visibilidad a la marca, y hacerla visible en el día a día de una persona.
- **Consideración:** esperamos que el usuario haga algo.
- **Conversión:** conseguir ventas, o conseguir que el usuario realice una acción específica que nosotros hayamos marcado.

Creando una campaña

Administrador de anuncios



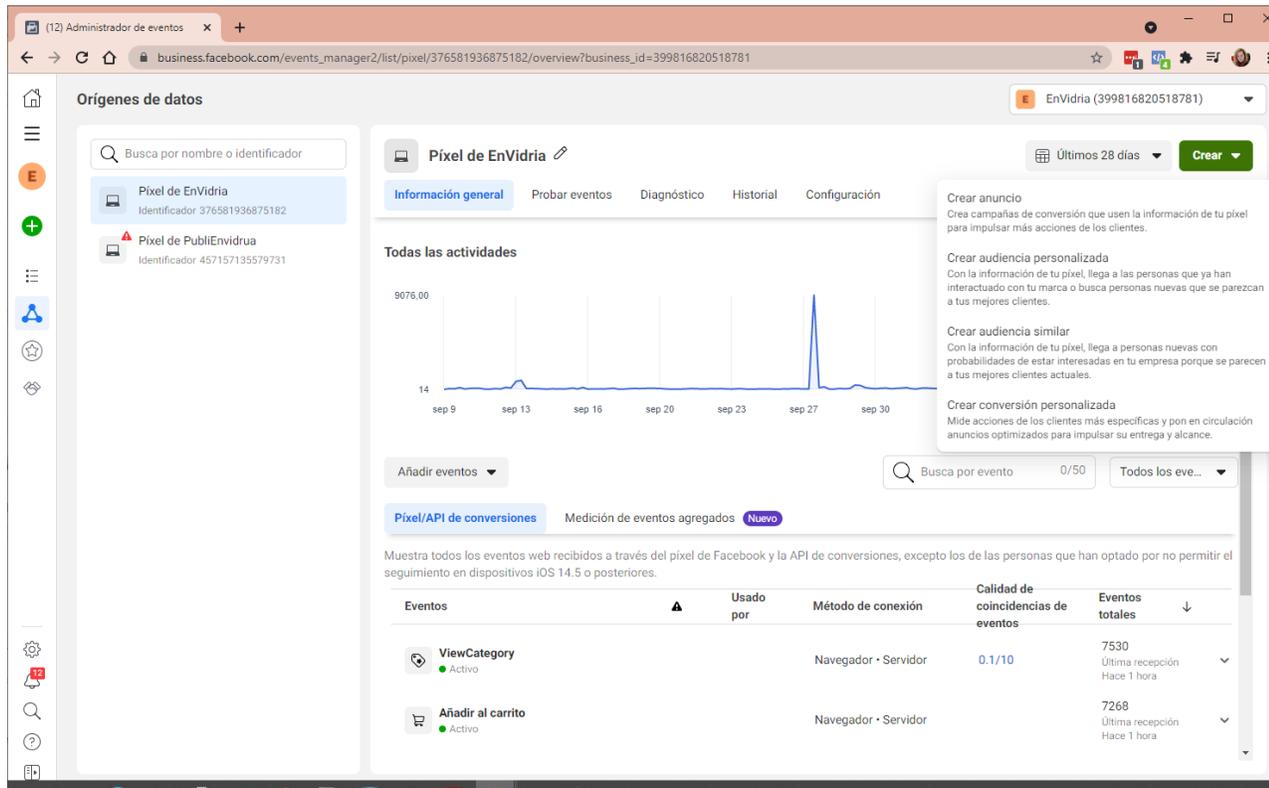
Una vez tenemos todo listo, podemos ir al Administrador de anuncios y crear nuestra primera campaña.

Audiencias personalizadas

Audiencias personalizadas

Desde el administrador de eventos

- La información capturada por el píxel nos permite crear audiencias personalizadas y hacer anuncios exclusivamente para ellas.



The screenshot shows the Facebook Events Manager interface. The main section is titled 'Orígenes de datos' and displays a list of data sources, including 'Píxel de EnVidria' and 'Píxel de PubliEnvidua'. A line graph shows activity over time, with a significant spike on September 27th. Below the graph, there are options to 'Añadir eventos' and a search bar for events. The bottom section is titled 'Pixel/API de conversiones' and shows a table of conversion events.

Eventos	Usado por	Método de conexión	Calidad de coincidencias de eventos	Eventos totales
ViewCategory	Activo	Navegador · Servidor	0.1/10	7530 Última recepción Hace 1 hora
Añadir al carrito	Activo	Navegador · Servidor		7268 Última recepción Hace 1 hora

Últimos 28 días **Crear**

Crear anuncio

Crea campañas de conversión que usen la información de tu píxel para impulsar más acciones de los clientes.

Crear audiencia personalizada

Con la información de tu píxel, llega a las personas que ya han interactuado con tu marca o busca personas nuevas que se parezcan a tus mejores clientes.

Crear audiencia similar

Con la información de tu píxel, llega a personas nuevas con probabilidades de estar interesadas en tu empresa porque se parecen a tus mejores clientes actuales.

Crear conversión personalizada

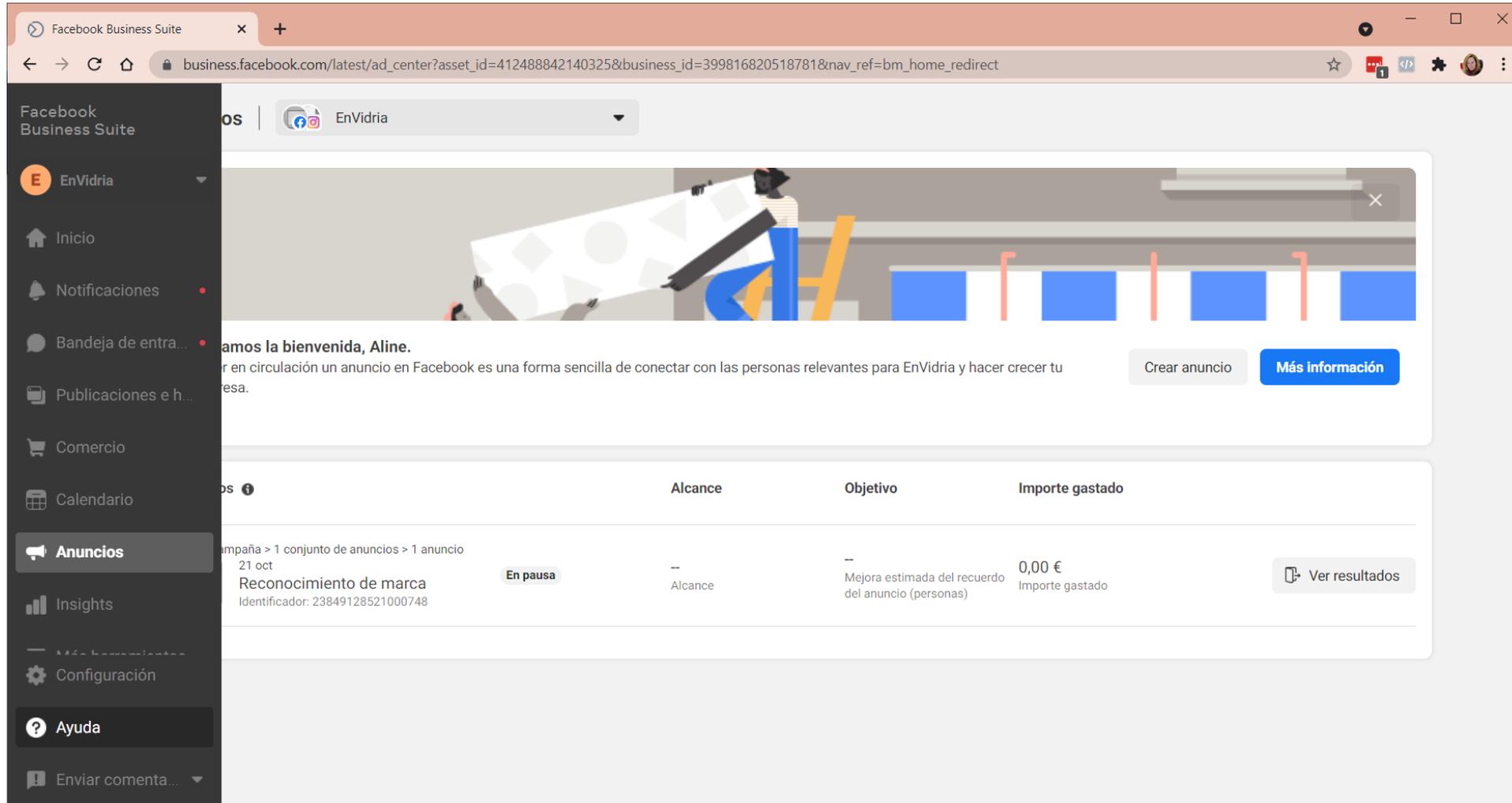
Mide acciones de los clientes más específicas y pon en circulación anuncios optimizados para impulsar su entrega y alcance.

Anuncios automatizados

- Si el administrador de anuncios te parece muy complejo, no te preocupes. Hay otros modos más sencillos de aprovechar la herramienta de publicidad de Facebook:
 - Promocionando publicaciones desde la propia página
 - A través de la opción “anuncios” de Business Manager.
- Tendrás menos control sobre la configuración de las campañas, pero podrás crearlas a través de asistentes más sencillos que te irán guiando paso a paso.

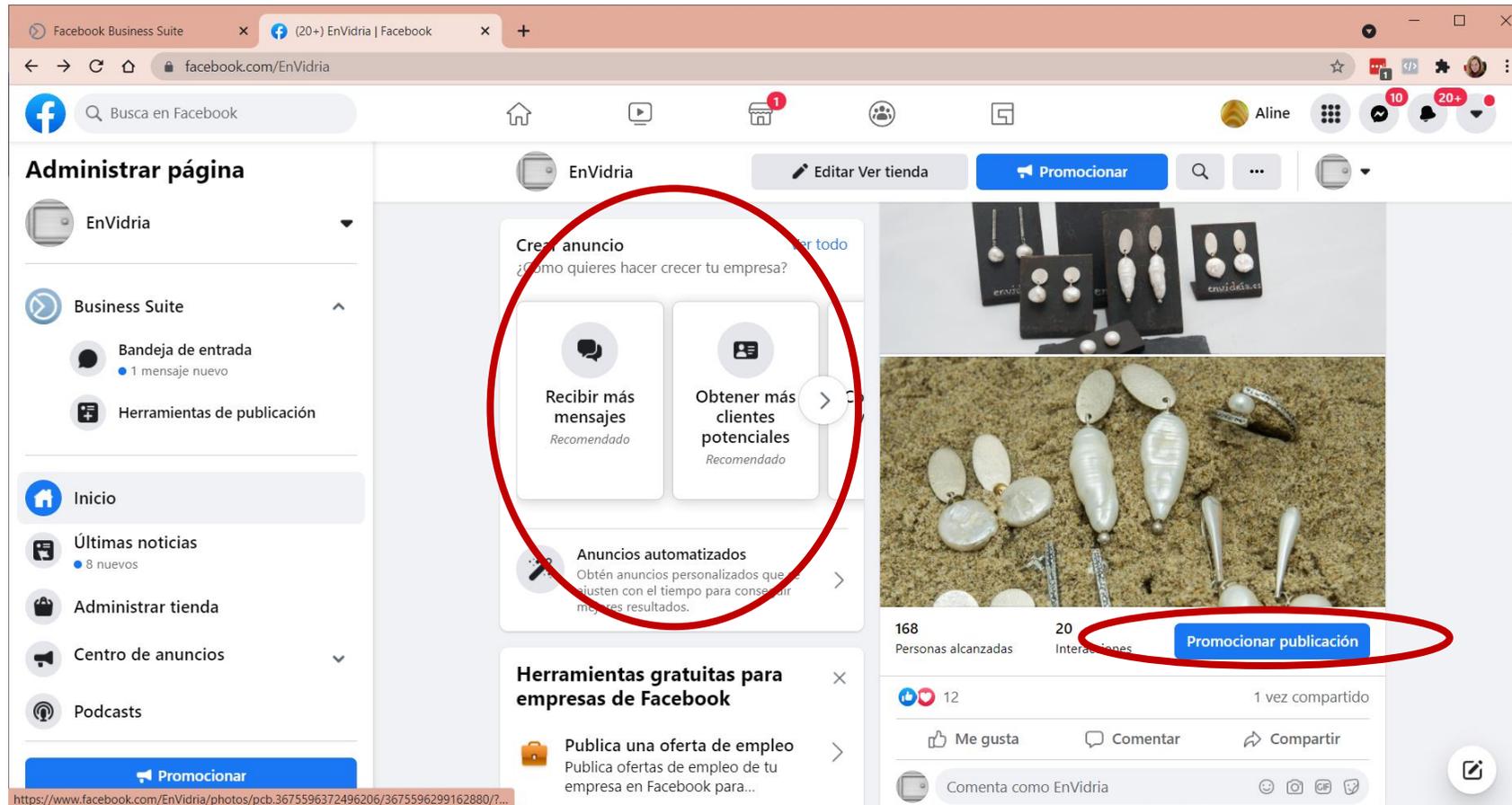
Anuncios automatizados

- La manera más sencilla de hacer publicidad en Facebook. Basta con que configures tus prioridades, y el algoritmo de Facebook hará el resto.
- Podrás:
 - Crear varias versiones del anuncio (hasta 6). Así Facebook podrá elegir cual mostrar para maximizar el rendimiento.
 - Audiencias personalizadas: el asistente te ofrecerá distintas opciones de audiencias automáticas que se ajusten a tu negocio.
 - Controlar el presupuesto: Facebook te sugerirá un presupuesto pero tienes la opción de modificarlo y elegir el tuyo.
 - Notificaciones sobre el rendimiento de tus anuncios: recibirás notificaciones periódicas con información sobre cómo funcionan tus anuncios y sugerencias para mejorarlos.



The screenshot shows the Facebook Business Suite interface. The browser address bar indicates the URL: `business.facebook.com/latest/ad_center?asset_id=412488842140325&business_id=399816820518781&nav_ref=bm_home_redirect`. The left sidebar contains navigation options: Inicio, Notificaciones, Bandeja de entrada, Publicaciones e historias, Comercio, Calendario, **Anuncios** (highlighted), Insights, Configuración, and Ayuda. The main content area shows a banner for 'EnVidria' with the text: '¡Bienvenidos la bienvenida, Aline.' and 'Crear un anuncio en Facebook es una forma sencilla de conectar con las personas relevantes para EnVidria y hacer crecer tu empresa.' Below the banner is a table of active campaigns:

Nombre de campaña	Estado	Alcance	Objetivo	Importe gastado	Acción
Reconocimiento de marca Identificador: 23849128521000748	En pausa	Alcance	Mejora estimada del recuerdo del anuncio (personas)	0,00 € Importe gastado	Ver resultados



The screenshot displays the Facebook Business Suite interface for the page 'EnVidria'. The left sidebar contains navigation options such as 'Administrar página', 'Business Suite', 'Inicio', and 'Últimas noticias'. The main content area features a 'Crear anuncio' section with two recommended options: 'Recibir más mensajes' and 'Obtener más clientes potenciales'. Below this is a post from 'EnVidria' showing jewelry, with a blue 'Promocionar publicación' button highlighted by a red circle. The post statistics show 168 'Personas alcanzadas' and 20 'Interacciones'. The bottom of the page includes a URL: <https://www.facebook.com/EnVidria/photos/pcb.3675596372496206/3675596299162880/?...>



DIGICOM

PLAN DE DIGITALIZACIÓN
DEL COMERCIO DE GIJÓN

