



3

**FORMAS  
PRÁCTICAS DE  
SACARLE MÁS  
PROVECHOA TU  
NEGOCIO ON LINE**



**PASO A PASO**



atr.digital

# CUALES SON LAS 3 FORMAS PRÁCTICAS DE SACARLE MÀS PROVECHO A TU NEGOCIO EN INTERNET?



En este PDF GRATUITO vas a aprender 3 estrategias + un plus para levantar tus ventas en redes sociales

## 1- REDES SOCIALES SIN PAGAR POR ANUNCIOS

*Primero tenemos que dejar presentables tus redes, el aspecto orgánico (sin pagar) es super importante antes de empezar a armar campañas*

## 2- REDES SOCIALES | FACEBOOK ADS

*El paso a paso de como crear un anuncio Bueno Bonito y Barato.*

## 3- PAGINA WEB + TIENDA ONLINE+ REDES SOCIALES



*Imagínate automatizar todo tu proceso de ventas, 24 horas abierto, aceptando tarjetas de crédito y contestándole a tus clientes. Si tienes página, te enseñamos a conectarla con facebook y conectar las tiendas!*



CONTACTO@ATR.DIGITAL



atr.digital

## 1- REDES SOCIALES SIN PAGAR POR ANUNCIOS

Si, si es posible vender **sin pagar por anuncios**. Tal vez te pasa que publicaste un par de artículos y solo tu madre te dio like. O simplemente que nadie te da me gusta, o recibís alguna consulta que no termina en nada.



Vamos a empezar por el principio. Quiero que por ahora sólo te hagas la siguientes preguntas:

- ¿Quién es mi cliente?
- ¿Que busca?
- ¿Qué páginas sigue?
- ¿Qué contenido comparte?

### ¿Por qué es importante que sepas esto antes de empezar?

Conocer a tu cliente es la clave para que:

1- Las ventas lleguen como producto de entregarles un buen contenido. Las personas están dispuesta a pagar por aquello que entienden que les suma valor a sus vidas. La única forma de entregarle contenido de valor a alguien, es conociéndolo.

2- Ahorras tiempo y tenes mas oportunidades de concretar ventas. Si conoces a tu cliente, sabes que tipo de publicación comparte, en qué grupos se mueve, que hashtags sigue en instagram, a qué hora se conecta y que días de la semana. Como vos vas a tener todo pronto, vas a llegar al lugar adecuado con el mensaje adecuado en el momento correcto. Suena lógico, ¿no?

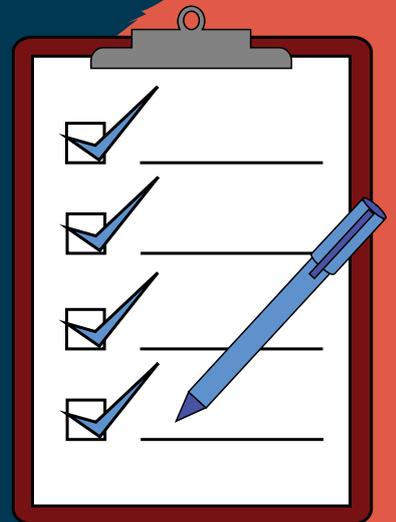
Entonces podemos decir que:

**Paso 1: Definir quien es mi cliente.**

Hace una lista como esta: Pongamos como ejemplo que vendes Ropa a la moda para chicas.

Quienes pueden estar interesados en ropa a la moda para chicas?

- Chicas entre 18 y 35
- Que viven en "x" lugar
- Estudian?, trabajan? Salen?
- Compran en facebook? Donde?
- Qué paginas siguen en Insta y FB?
- Están en grupo de FB?



**¿Armaste tu lista? Genial!**

**Paso 2: Empecemos a investigar.**

Vamos ahora a ver las páginas que siguen y los grupos donde se mueven. ¿Cómo? Fácil, entra a las páginas de tiendas que venden artículos similares a los tuyos. Los grupos de interés, los de compra y venta y toma nota:

- ¿Qué tipo de publicación tiene más reacciones? ¿cual tiene más compartidas? Les gusta ver ofertas o prefieren leer información sobre los beneficios de los artículos?
- ¿Que intereses salen a la vista aquí? ¿Notas algun gusto en común?

No te estoy mandando a copiar descaradamente contenido. Por favor no hagas eso, a Facebook no le gusta y te va a mostrar menos cuando detecte que estás copiando algo. Lo que quiero que entiendas es que, cuanto más información tengas, mejor vas a poder difundir tus productos y tus resultados van a mejorar.

Ya tenemos:

- Una imagen bastante clara de quién es nuestro cliente
- Sabemos que páginas similares a la nuestra sigue
- Con que tipo de publicaciones interactúa más
- Que tipo de contenido comparte.

# BÁRBARO, ¿QUÉ HAGO CON ESTO?



Paso 3: Creamos un plan de contenidos.

Cuando digo plan de contenidos, te invito a pensar. Tomate un tiempo por lo menos dos veces a la semana y planifica que vas a publicar, y sobre todo: **CUÁL ES EL OBJETIVO DE LA PUBLICACIÓN**

Si quieres contarles a tus clientes que tenes un nuevo artículo, o si estás ofreciendo un descuento. O si quieres darles información de valor o un momento divertido.

Comprendido esto, vamos a crear contenido, preparáte. No vas a necesitar saber usar programas de edición ni nada por el estilo.

Te dijimos que te ayudábamos paso a paso, ¿No?

Con esta herramienta tu vida va a cambiar, entra a Esta página: <https://www.designbold.com>

Hacete una cuenta y ya podes empezar a hacer imagenes como los publicistas pro.

## NUNCA MAS HAGAS ESTO



Camperita deportiva  
Dama

**OFERTA**

**500\$**

# PUBLICA COSAS ASÍ:



Con este tipo de imágenes, ya puedes pensar en los textos. Te recomiendo recordar que las personas tienden a conectar más con mensajes que cuentan una historia, intentá no tirarles el precio por la cabeza de una, sino que llamándole la atención de otra forma.



atr.digital

# BIEN, PERO: ¿CUANDO EMPIEZO A VENDER MÁS?

Ahora mismo, con una página cuidada, un mensaje adecuado para tu cliente y buen contenido. Donde lo pongo?

Acá viene 1 estrategias GRATUITA y que tiene buenos resultados si demuestras: CONSTANCIA Y CUIDADO EN LA ATENCIÓN



## GRUPOS

Antes de que subestimes el poder de los grupos, dejame explicarte cómo usar el potencial enorme que tienen.

No se trata de enviar miles de publicaciones sin sentido en todos los grupos hasta que se aburran y te saquen. Ahora que entiendes que ahí se encuentran personas que están interesadas en comprar productos similares a los tuyos, sabes que les vas a dar **CONTENIDO DE VALOR** y de esa forma van a llegar consultas puntuales que pueden traducirse en ventas.

# ACA TE DEJO UN EJEMPLO DE ALCANCE ORGÁNICO CON GRUPOS

Para este experimento utilizamos una tienda que abrimos con la finalidad de estudiar este tipo de casos.

Ofrecíamos Lámparas de sal del himalaya y decidimos probar modelos con los signos del zodiaco.

Analizamos el mercado y generamos contenido. Sacamos unas fotos lindas de cada lámpara con su signo y buscamos una fuente fiable de horóscopos diarios.

**La estrategia de contenidos fue la siguiente:**

- Brindar un horóscopo diario donde la imagen del signo era la lámpara
- Lo compartimos en historias en facebook e instagram y se hicieron publicaciones diarias durante una semana que se compartieron en diversos grupos.

**No compartas mas de una vez por día en cada grupo. Intentá aportar cosas interesantes y hablá de cosas más allá de tu producto o servicio, pero que a su vez tengan alguna relación que las personas puedan asociar.**

**¿QUE  
RESULTADOS  
CONSEGUIMOS?**



**ATR-Art** Me gusta esta página  
 Publicado por ArtVentas Atr [?] · 1 de julio ·  
 Horóscopo semanal, para que este lunes lo arranques con todo! Recordá  
 que tenemos lamparas de sal del himalaya con tu signo del zodiaco.  
 /Mes nuevo Promo nueva  
 ✨ Lámpara modelo signo del zodiaco 600\$!  
 ✨ Si te llevas 2 la segunda a 500\$!  
 ✨ Hacemos envíos a todo el país  
 ✨ Consulta por más modelos



**Rendimiento de tu publicación**

**44,339** Personas alcanzadas

**124** Reacciones, comentarios y veces que se ha compartido

46 Me gusta | 8 En la publicación | 38 En veces compartido

2 Me encanta | 2 En la publicación | 0 En veces compartido

0 Me enfada | 0 En la publicación | 0 En veces compartido

173 Comentarios | 18 En la publicación | 146 En el contenido compartido

74 Veces compartido | 74 En la publicación | 0 En el contenido compartido

**6,558** Clics en publicaciones

5,422 Visualizaciones de fotos | 0 Clics en el enlace | 1,136 Otros clics

**COMENTARIOS NEGATIVOS**

2 Ocultar publicación | 0 Ocultar todas las publicaciones  
 0 Denunciar como spam | 0 Ya no me gusta esta página

Estos fueron los resultados. Hubo inversión de tiempo, pero se concretaron ventas a raíz de esa publicación puramente orgánica. Compartimos 12 veces en grupos. El resto de las veces compartidas corresponde a público. Como el contenido lo consideraron de valor lo compartieron, junto con la recomendación de nuestra lámpara.



## Detalles de la publicación

 **ATR-Art**  
Publicado por ArtVentas Atr [?] · 25 de julio · Me gusta esta página ...

👉 5 Cosas que nadie te cuenta sobre la sal del himalaya. No solo es colocar una lampara, tienes que saber que hacen, para que sirven y como se mantienen. Nosotros te regalamos esa info en este post y si te quedan mas dudas, mandamos un MP y te mandamos un PDF con todo todo todo!



### Rendimiento de tu publicación

**21,348** Personas alcanzadas

**128** Reacciones, comentarios y veces que se ha compartido

**37** Me gusta  
10 En la publicación | 27 En veces compartido

**5** Me encanta  
1 En la publicación | 4 En veces compartido

**32** Comentarios  
16 En la publicación | 16 En el contenido compartido

**54** Veces compartido  
54 En la publicación | 0 En el contenido compartido

**750** Clics en publicaciones

**489** Visualizaciones de fotos  
0 Clics en el enlace | 261 Otros clics

#### COMENTARIOS NEGATIVOS

0 Ocultar publicación | 0 Ocultar todas las publicaciones  
0 Denunciar como spam | 0 Ya no me gusta esta página

Puede haber un retraso en las estadísticas del informe con respecto a los datos de las publicaciones

En este otro ejemplo puedes ver como mediante una publicación totalmente informativa conseguimos consultas que luego logramos concretar en ventas. Fue compartida 54 veces y alcanzó de forma orgánica a 21.348 personas, resultando en aproximadamente 6 ventas. El tiempo invertido en hacer ese contenido fue de aproximadamente 4 horas entre investigación, planificación del texto y compartir en grupos.

## 2- REDES SOCIALES CON PAGO POR ANUNCIOS



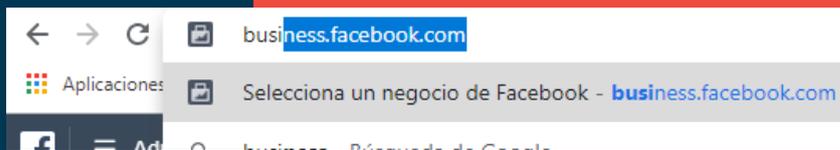
Ya habíamos hablado de que este es un manual Paso a Paso. Entonces en esta sección aprontate, por que va a estar llena de capturas de pantalla para que sigas paso a paso.

Esta metodología que te voy a enseñar ahora es la más básica. Si seguís los pasos de forma correcta seguramente Tengas resultados como los que te vamos a mostrar.

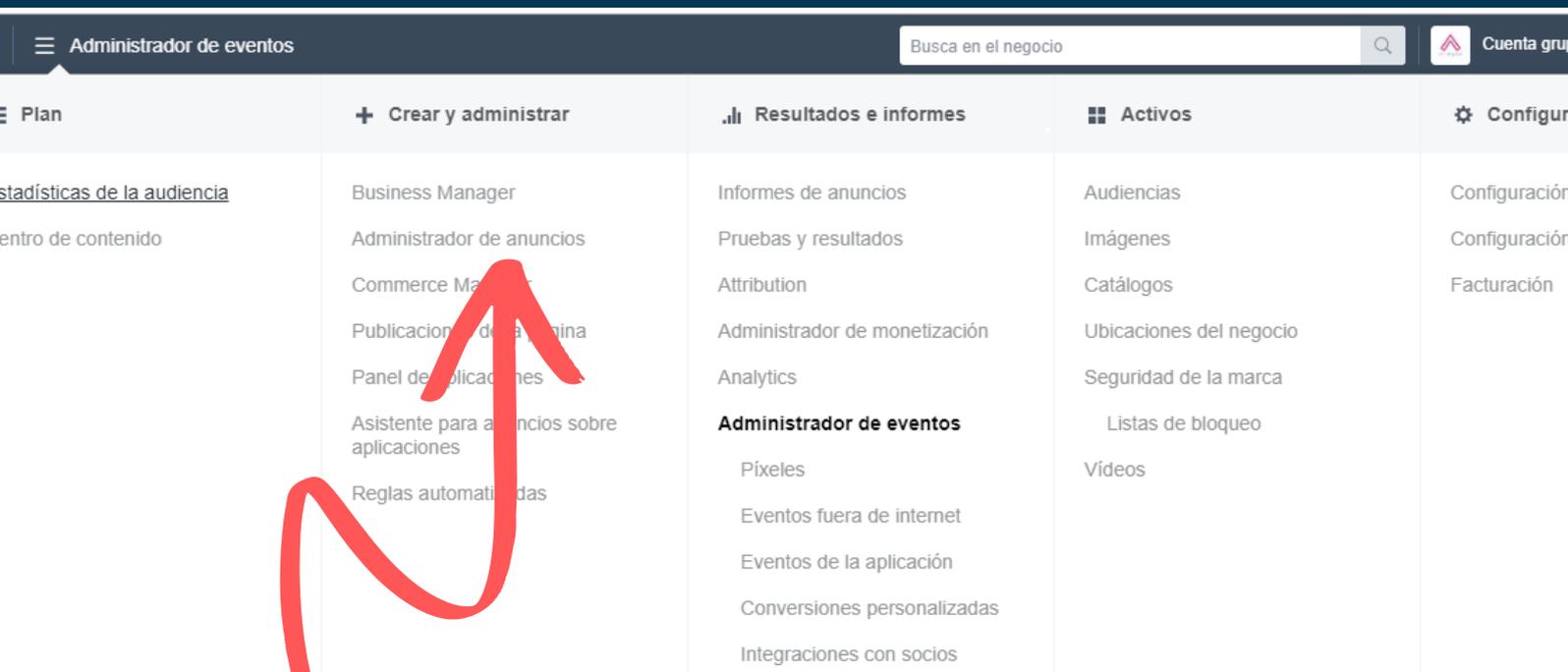
Vamos a armar un ejemplo desde cero y nos vamos a enfocar en llegar a nuestro público objetivo.

Para eso primero vamos a encontrar clientes directamente interesados en un primer anuncio, para que con esos resultados hagamos un segundo anuncio más potente.





Entrá al Business Manager de Facebook. Si no sabes como se ingresa, esa es la dirección.  
Si no tenes idea de como funciona, deja de leer esto y entra a esta guía:



Cuando entres al Business Manager, andá directo al Administrador de anuncios. y dale click a " Crear nuevo anuncio"

¿Cuál es tu objetivo de marketing? Ayuda: selección de un objetivo

Reconocimiento	Consideración	Conversión
 Reconocimiento de marca	 Tráfico	 Conversiones
 Alcance	 Interacción	 Ventas del catálogo
	 Descargas de aplicaciones	 Tráfico en el negocio
	 Reproducciones de vídeo	
	 Generación de clientes potenciales	
	 Mensajes	

Ahora es hora de seleccionar un Objetivo de campaña. No la voy a hacer larga, cada uno de estos ítems responde a, literalmente, cuál es tu objetivo con esta publicidad puntualmente.

Para este ejemplo vamos a utilizar una campaña de "Alcance" y vamos a publicitar un video

## ¿Por que?

- Ya todo el mundo sabe que los costos por resultados en otro tipo de objetivo de campaña aumentaron. Si recién estás arrancando, una campaña de alcance te va a salir super barata, te va a dar a conocer y si la haces con video va a pasar algo muy genial que te voy a contar enseguida.
- ¿Cómo vamos hasta acá?

unto de anuncios ⓘ Nueva Campaña de Alcance ⚙️ Cambiar a creación rápida

Intereses > Aficiones y actividades > Arte y música

Guitarra

---

Intereses > Otros intereses

Música

Pub

Añade datos demográficos, intereses o comportamie ⓘ Sugerencias | Explorar

y también deben coincidir con ⓘ ✕

Intereses > Otros intereses

Guitarras eléctricas

Añade datos demográficos, intereses o comportamie ⓘ Sugerencias | Explorar

y también deben coincidir con ⓘ ✕

Intereses > Otros intereses

Spotify

Añade datos demográficos, intereses o comportamie ⓘ Sugerencias | Explorar

Excluir personas o Acotar más

**Tamaño de la audiencia**

Tu selección es bastante amplia.

Alcance potencial: 80,000 personas ⓘ

**Resultados diarios estimados**

Alcance ⓘ

**5.4K - 16K**

La precisión de las estimaciones se basa en factores como los datos de la campaña anterior, el presupuesto introducido y los datos del mercado. Se proporcionan cifras para que tengas una idea del rendimiento de tu presupuesto, pero son solo estimaciones y no garantizan ningún resultado.

¿Te han sido de ayuda estas estimaciones?

Utilicé un ejemplo bien fácil. Queremos vender guitarras eléctricas y para el primer público utilicé un segmento como el que ves en la imagen. De ahí pretendemos sacar un número mas reducido pero a raiz de la publicidad que vamos a hacer a continuación. Solo con gente que se interesó.

**Ubicaciones**  
Muestra tus anuncios a las personas adecuadas en los lugares correctos.

Ubicaciones automáticas (recomendado)

Usa las ubicaciones automáticas para maximizar tu presupuesto y mostrar tus anuncios a más personas. El sistema de entrega de Facebook distribuirá el presupuesto de tu conjunto de anuncios en varias ubicaciones según los lugares con más probabilidades de obtener un mejor rendimiento. Más información

Editar ubicaciones

Elige manualmente los lugares donde quieres mostrar tu anuncio. Cuantas más ubicaciones selecciones, más oportunidades tendrás de llegar a tu audiencia objetivo y de conseguir tus objetivos empresariales. Más información

**Dispositivos**  
Todos los dispositivos

**Plataformas**

Facebook  Instagram  
 Audience Network  Messenger

**Personalización de activos ⓘ**  
3 de 12 ubicaciones admiten la personalización de activos  
Seleccionar todas

**Tamaño de la audiencia**

Tu selección es bastante amplia.

Alcance potencial: 77,000 personas ⓘ

**Resultados diarios estimados**

Alcance ⓘ

**4.8K - 14K**

La precisión de las estimaciones se basa en factores como los datos de la campaña anterior, el presupuesto introducido y los datos del mercado. Se proporcionan cifras para que tengas una idea del rendimiento de tu presupuesto, pero son solo estimaciones y no garantizan ningún resultado.

¿Te han sido de ayuda estas estimaciones?

Seleccioné "Editar ubicación" por que quiero que solo se vea en Instagram ( en el Feed y en las Historias)

del conjunto de anuncios ⓘ Nueva Campaña de Alcance ⚙️

### Presupuesto y calendario

Define cuánto quieres gastar y cuándo quieres que se muestren tus anuncios.

Optimización para la entrega de anuncios ⓘ Alcance

Control de pujas (opcional) ⓘ X.XX \$U puja máxima en cada subasta

Facebook intentará gastar todo el presupuesto y obtener el mayor número de 1000 impresiones aplicando la estrategia de puja de menor coste.

Presupuesto y calendario ⓘ Presupuesto total ▼ 500.00 \$U  
500.00 \$U UYU

Inicio	📅 29/12/2019	🕒 03:13
Finalización	📅 9/1/2020	🕒 03:13 (Hora de Montevideo)

Tu anuncio se pondrá en circulación hasta el **jueves, 9 de enero de 2020**.

Gastarás 500.00 \$U en total como máximo.

### Tamaño de la audiencia



Alcance potencial: 77,000 personas

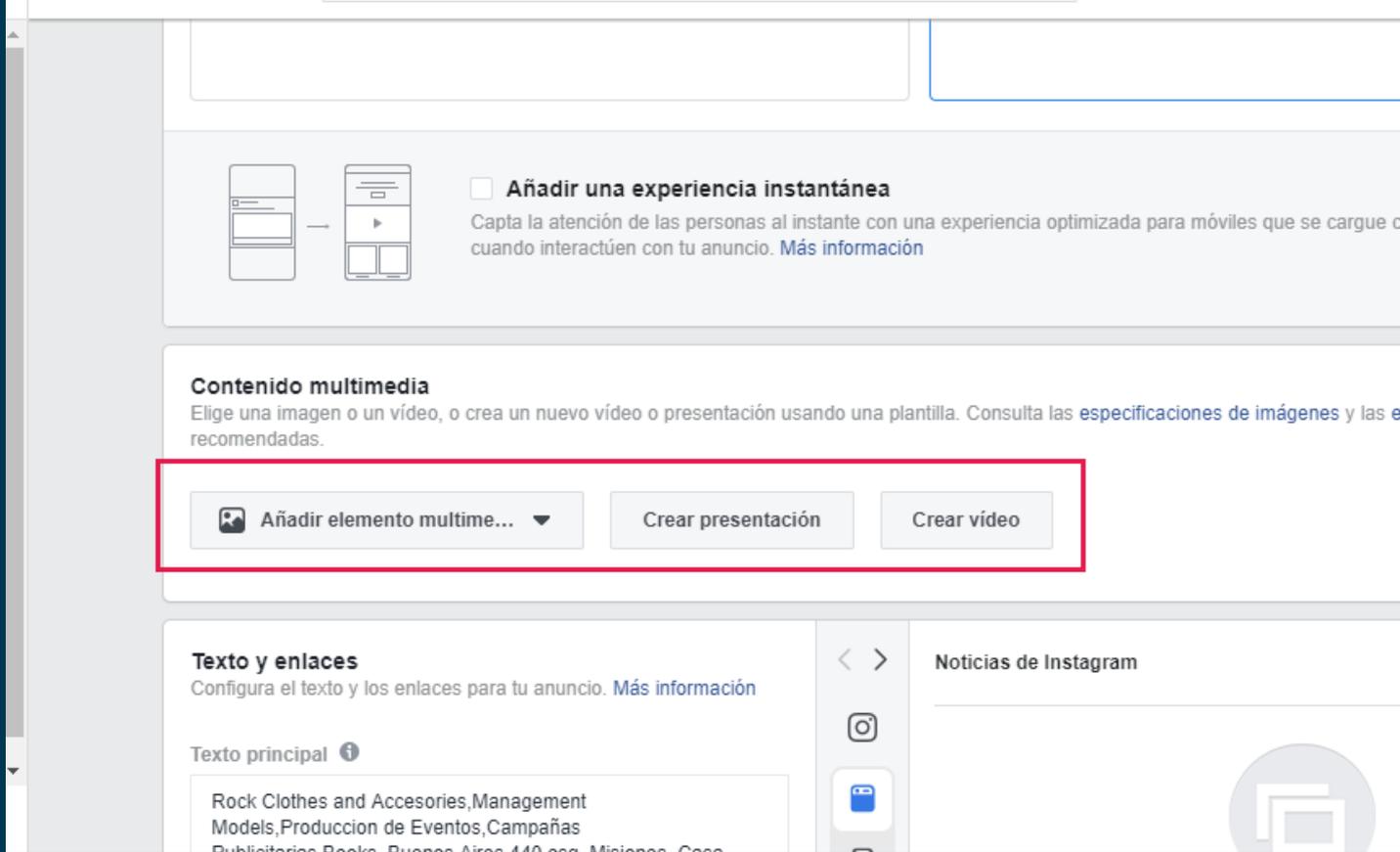
### Resultados diarios estimados

Alcance ⓘ  
**4.7K - 13K**

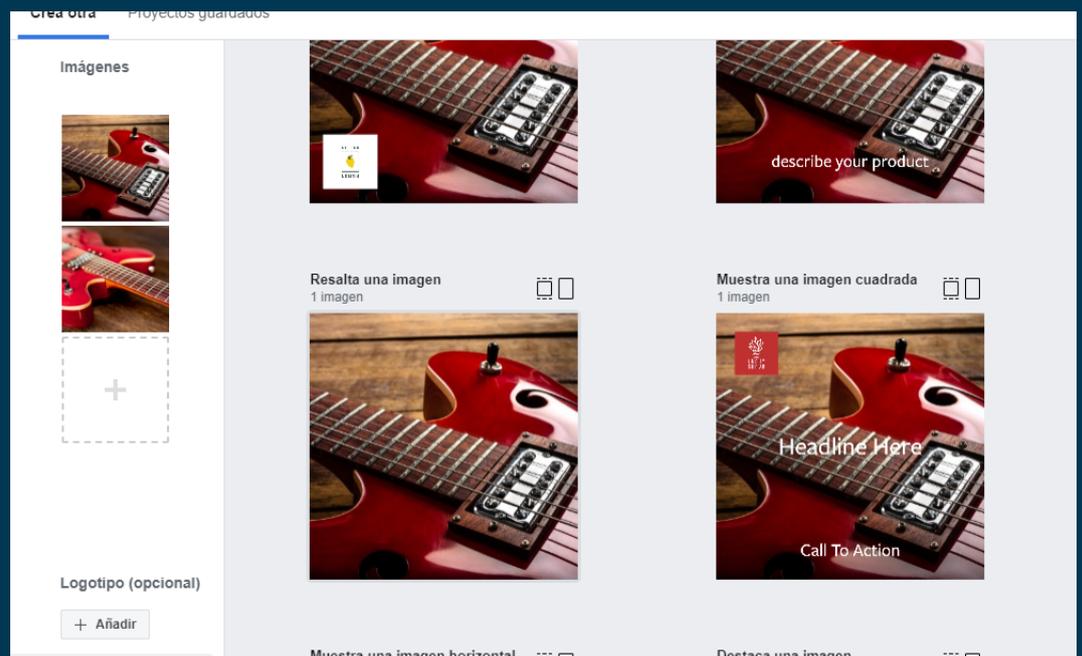
La precisión de las estimaciones depende de factores como los datos de la campaña anterior, el presupuesto introducido y los datos del mercado. Se proporciona esta información para que tengas una idea del alcance de tu presupuesto, pero son solo estimaciones y no garantizan ningún resultado.

¿Te han sido de ayuda estas estimaciones?

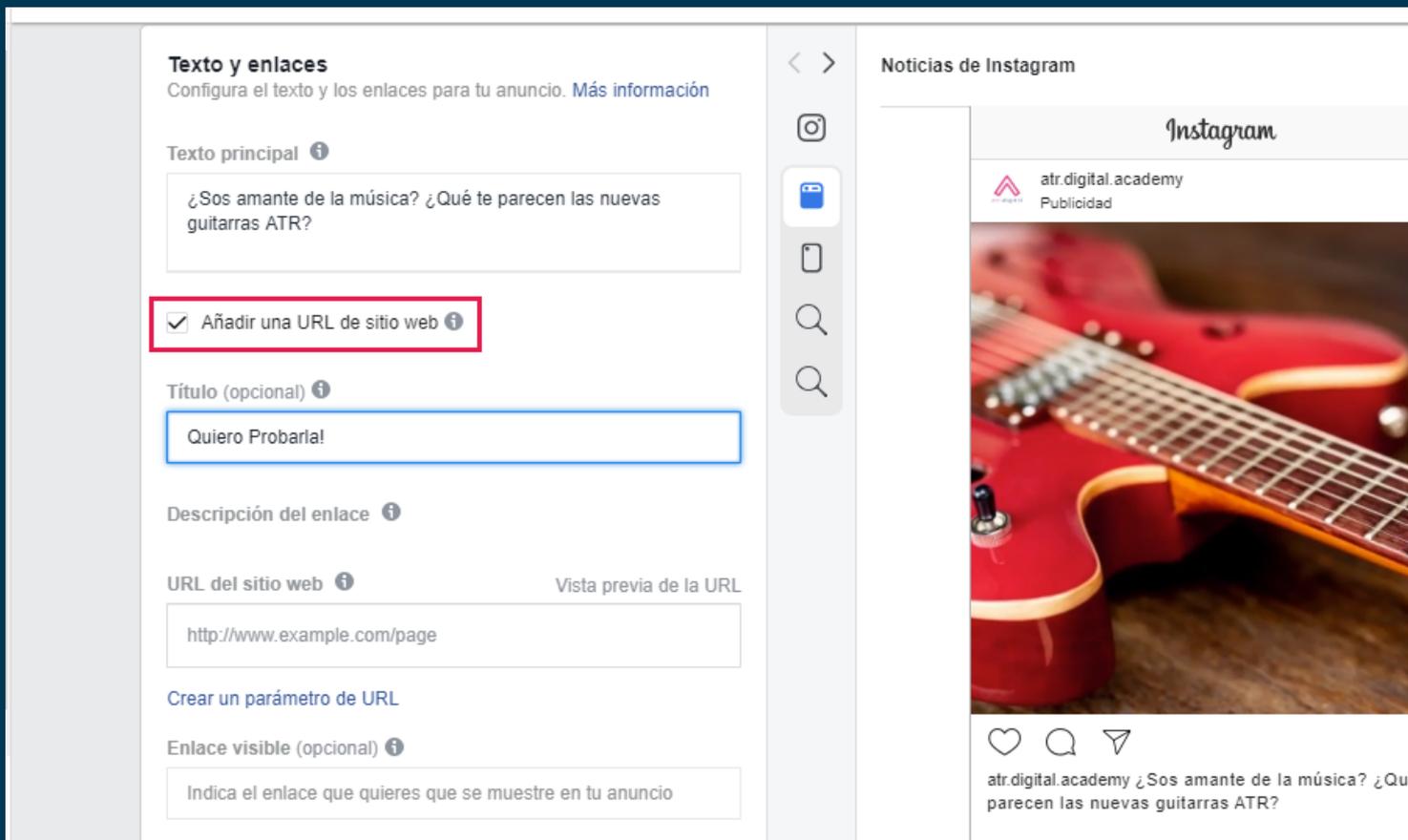
En este paso llegué al presupuesto. Seleccioné 10 días de duración con un presupuesto total de 500\$. Son solo 10 días por que el objetivo es lograr alcance y reproducciones del video, pero que no te gane la ansiedad. Ya te voy a contar que vamos a hacer con esas reproducciones.



Como ya sabía que me ibas a decir que "no tengo videos decentes para poner... etc etc" Ahi te dejo como hacer videos con fotos que quedan super profesionales. Facebook te brinda unas plantillas que están geniales. Tienes que darle click a "Crear Video" (si ya tienes un video y es el que quieres utilizar, vos dale click a añadir elemento)



Tiene un montón de opciones, vos selecciona la plantilla que mas te guste y cargale fotos.



Esto que te voy a mostrar ahora cuenta como extra. Aunque el objetivo de la campaña es obtener el mayor alcance posible y no que te contacten, igualmente le vamos a agregar un botón de enviar mensajes.

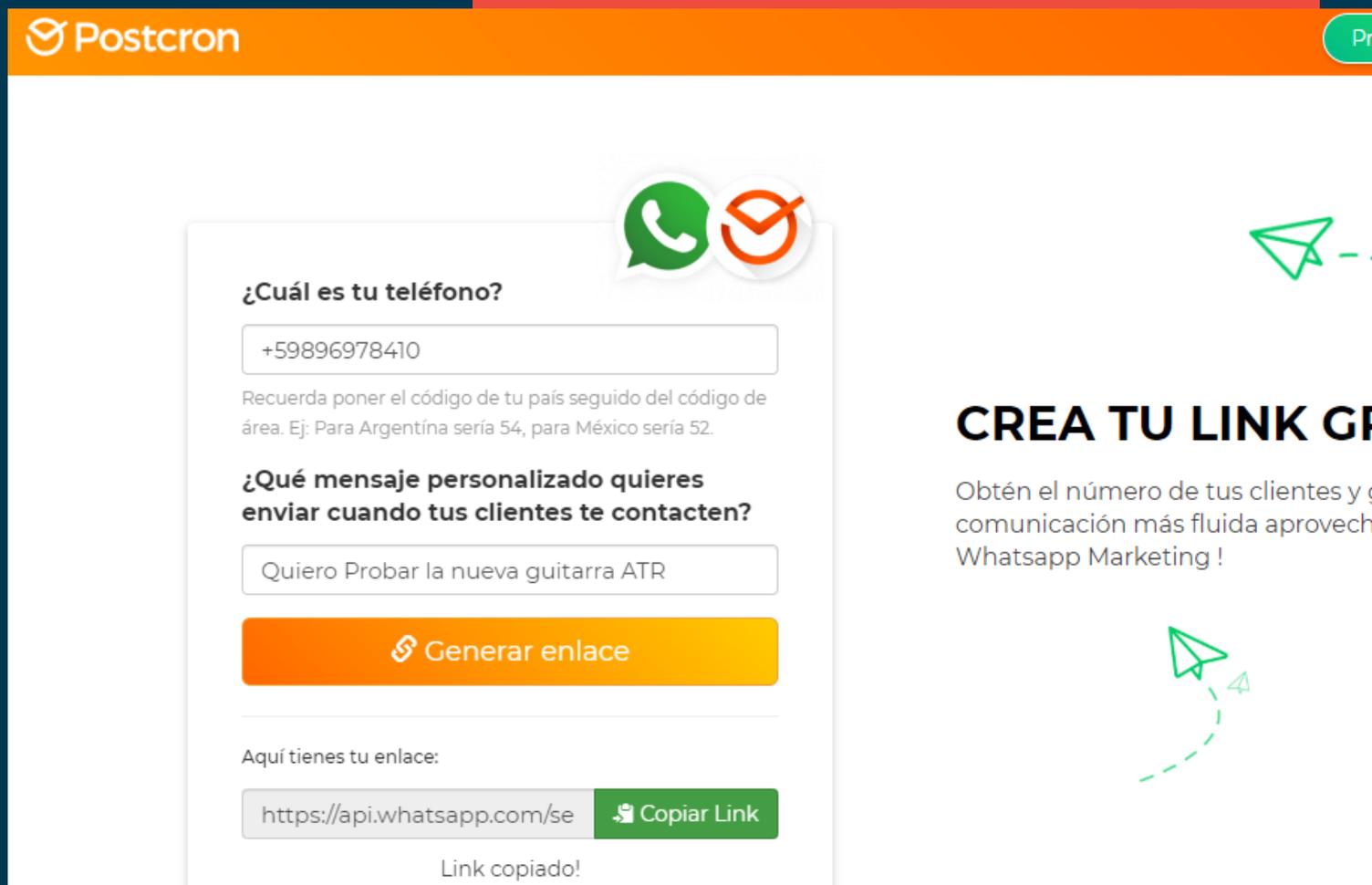
## Y te van a llegar directo a tu WhatsApp

Dale click a "Añadir URL" ( también fijate en el texto, en ningún momento estamos vendiendo de forma agresiva, se invita a los interesados a probar el producto)

Y tal vez te estás preguntando ahora "¿De donde voy a sacar una dirección si no tengo ni página web?"

La respuesta es fácil, hay una web que genera direcciones con tu número de WP, que cuando la gente las clickea las envía directo a un chat.

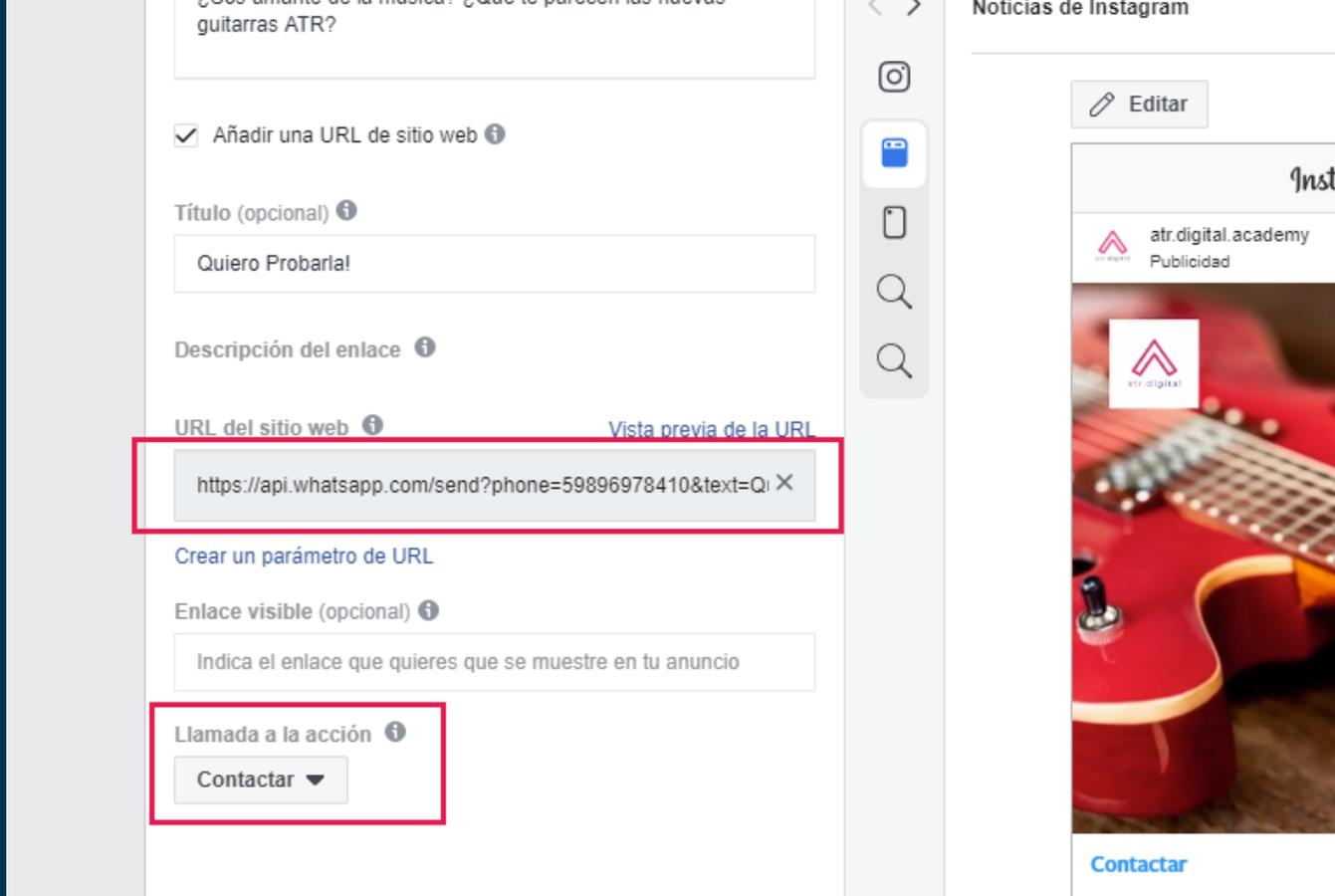
Mira:



The screenshot shows the Postcron website interface. At the top, there is an orange header with the Postcron logo and a 'Pr' button. The main content area is white and features a form for generating a WhatsApp link. The form includes a WhatsApp icon and a Postcron icon. The first section asks '¿Cuál es tu teléfono?' with a text input field containing '+59896978410'. Below this, a note says 'Recuerda poner el código de tu país seguido del código de área. Ej: Para Argentina sería 54, para México sería 52.' The second section asks '¿Qué mensaje personalizado quieres enviar cuando tus clientes te contacten?' with a text input field containing 'Quiero Probar la nueva guitarra ATR'. A large orange button labeled 'Generar enlace' is positioned below the form. Underneath, it says 'Aquí tienes tu enlace:' followed by a text box containing 'https://api.whatsapp.com/se' and a green button labeled 'Copiar Link'. Below the text box, it says 'Link copiado!'. To the right of the form, there is a section titled 'CREA TU LINK GR' with the text 'Obtén el número de tus clientes y comunicación más fluida aprovechando Whatsapp Marketing !' and a green paper plane icon with a dashed arrow pointing to the right.

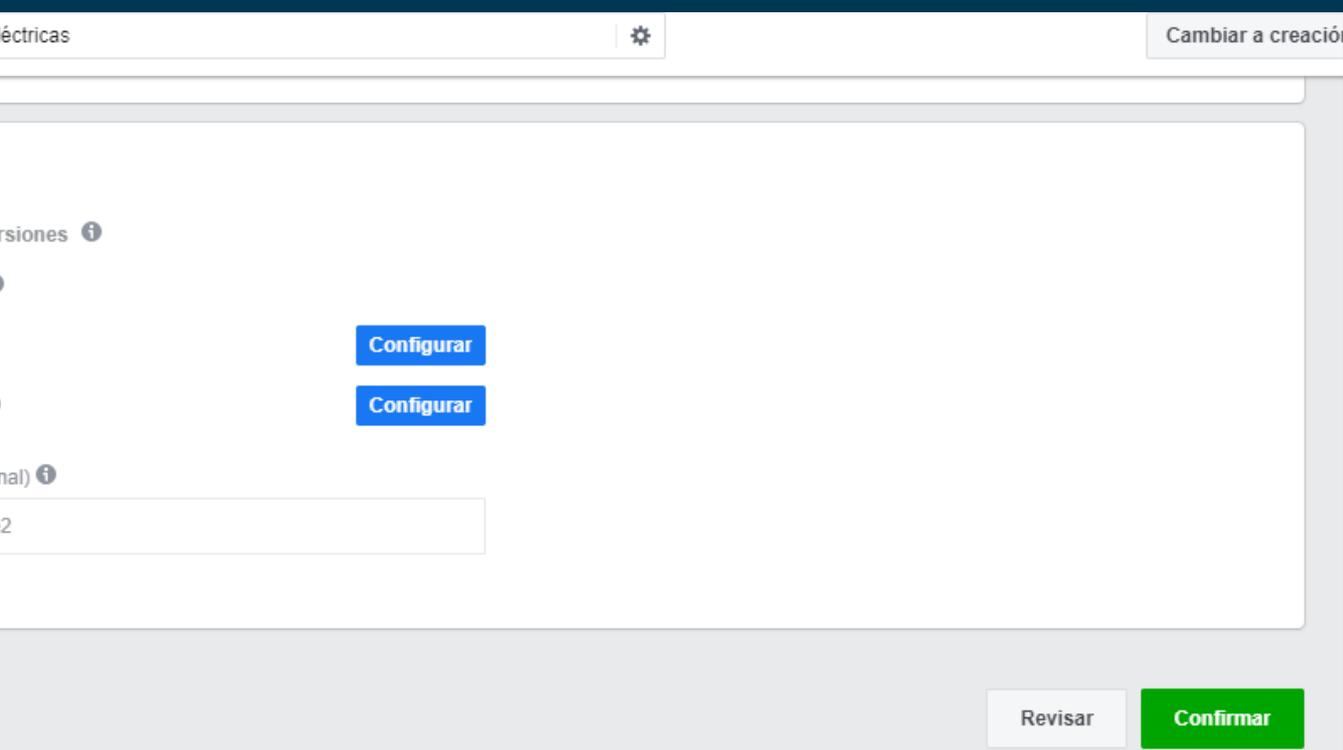
Entrá a: <https://postcron.com/es/blog/landings/generador-de-enlaces-para-whatsapp/> y colocá los datos tal cual ves en la imagen (casilla numero 1, tu número de teléfono con el +598 y segunda casilla el mensaje que el cliente te va a enviar a vos)

**Hacé click en aquí y probalo!**



Así como tengas pronto tu Link, lo vas a pegar en el cuadrado que te marqué.

Es importante que elijas un Llamado a la acción (CTA) que tenga que ver, en este caso elegí contactar.



Le diste click a continuar y tu publicidad se va a ir a revisión.  
Una vez aprobada comienza el juego.

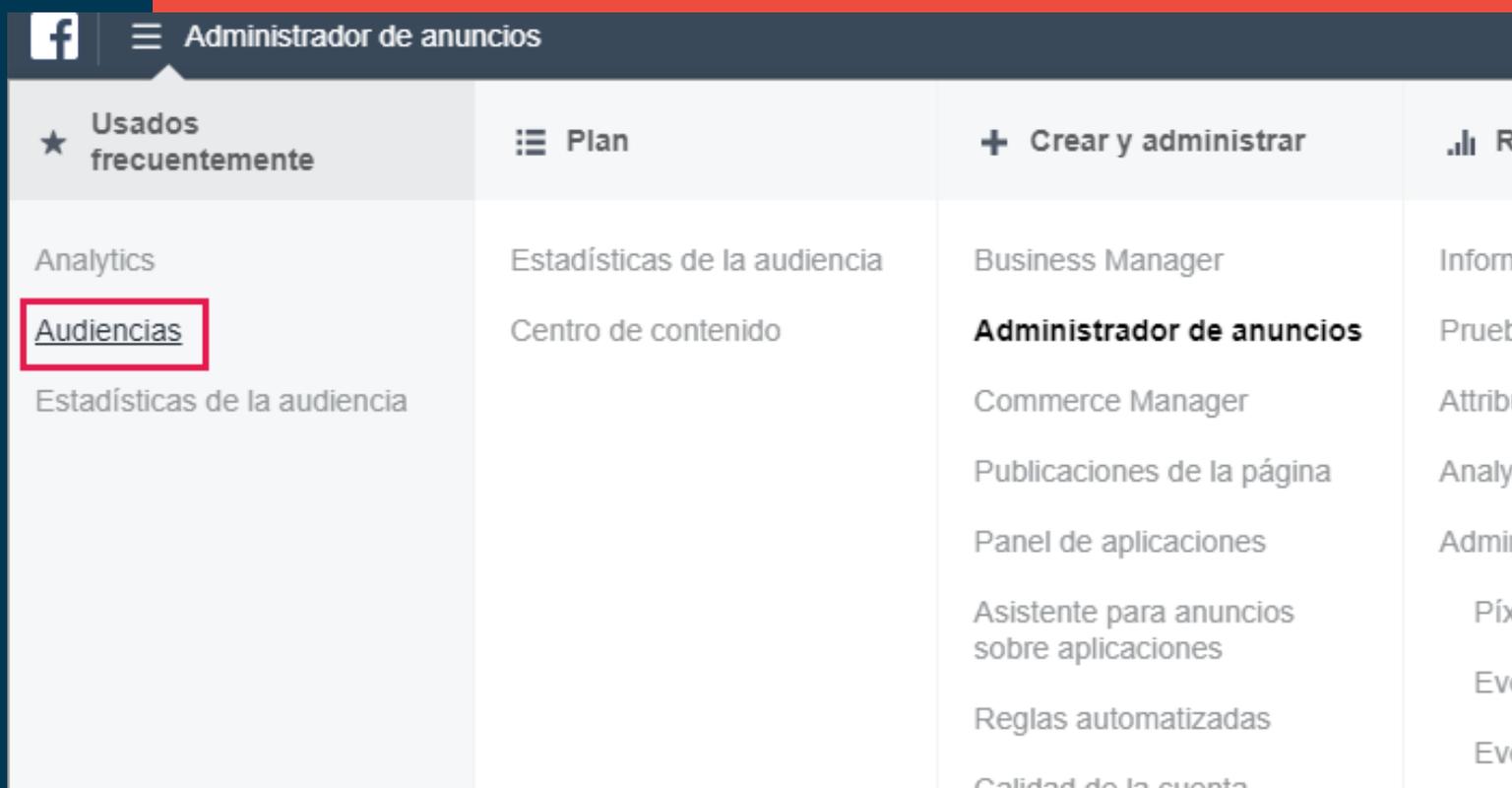
La idea es que en esos 10 días el video consiga la mayor cantidad de reproducciones posibles (y que gastes poca plata).

¿Por qué?

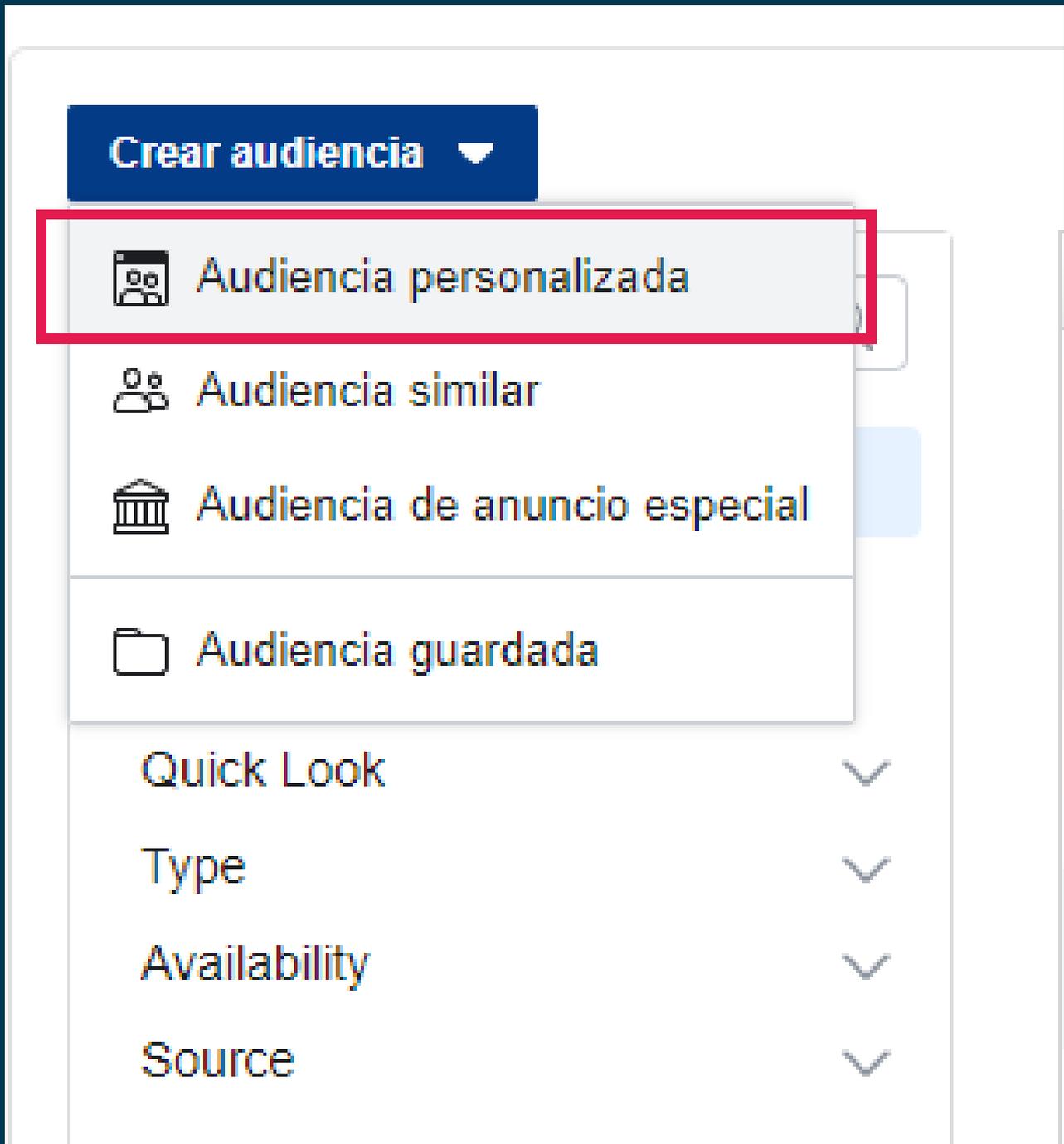
Por que Facebook tiene una herramienta que te permite hacer un segmento con personas que vieron determinado tiempo un video.

O sea que podemos hacer una audiencia solo con personas que vieron tu video hasta el final

Y si vieron tu video hasta el final, muy probablemente sea por que les interesa lo que tenes para ofrecerles, solo que todavía no estan preparados para comprar.



Así que vos volvé al Business y andá a "Audiencias"



Tal como se ve en la imagen, Crear Audiencia

"Audiencia Personalizada"

## Crear una audiencia personalizada

### Usa tus orígenes

 Sitio web

 Actividad en la aplicación

 Lista de clientes

 Actividad fuera de internet

### Usa orígenes de Facebook

 **Vídeo**

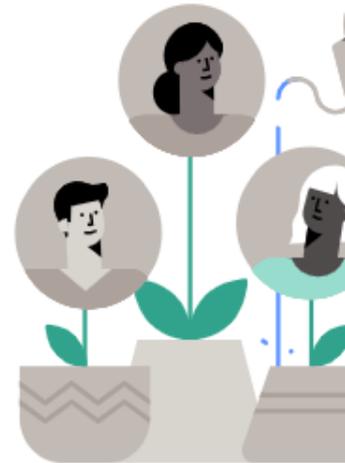
 Formulario para clientes potenciales

 Experiencia instantánea

 Perfil de Instagram para empresas

 Eventos

 Página de Facebook



Información sobre audiencias personalizadas

Creando audiencias más relevantes al añadir personas de los orígenes

Como ves, hay varios orígenes de datos. Esto quiere decir que facebook toma la información que le brindan estos orígenes para crear audiencias personalizadas. (Si quieres aprender a utilizar cada uno de esos orígenes quedate atent@ al mail📧 )

Por ahora elegimos "Video"

## Crear una audiencia personalizada de interacción con vídeo

Interacción ⓘ Elige un tipo de contenido

En los últimos ⓘ

Nombre de la audiencia

- Personas que han visto como mínimo 3 segundos de tu vídeo
- Personas que han visto como mínimo diez segundos de tu vídeo
- Personas que han visto el vídeo en su totalidad o durante 15 segundos como mínimo (ThruPlay)
- Personas que han visto un 25 % de tu vídeo
- Personas que han visto un 50 % de tu vídeo
- Personas que han visto un 75 % de tu vídeo
- Personas que han visto un 95 % de tu vídeo

Cancelar

Aquí está la herramienta que te decía más arriba (¿ves que no te mentía?)

Yo voy a seleccionar esa opción, por que mi video es de 15 segundos y quiero que me haga un público con los guitarristas que vieron todo.

Seleccionar por: Perfil de Instagram para empresas ▼

barofeliauy ▼

Page 1

	Miniatura	Detalles del vídeo	Reproducciones de ... ⓘ	Último uso
<input type="checkbox"/>		<a href="#">Descripción del enlace en la sec...</a> 0:15 • Subido: 14 nov 2019	51,555  	16 dic 2019

Terminé seleccionando el video de otra cuenta con la que si realizamos una campaña idéntica a ésta (así ves los resultados)

Crear una audiencia personalizada ✕

 **Gracias por crear una audiencia personalizada**  
Se ha usado 1 vídeo.

 Pasarán 30 minutos hasta que tu audiencia esté lista para usar. Te enviaremos una notificación cuando la audiencia esté lista. También puedes comprobar el estado en el administrador de audiencia.

**Siguiente**

Las Audiencias Personalizadas tardan 30 minutos en crearse. Mientras se arman todavía tengo otra sorpresa para vos:

**Facebook te proporciona otra herramienta luego de esta segmentación.**

Te permite crear un público SIMILAR.

¿Qué quiere decir?

Quiere decir que va a buscar personas IDÉNTICAS a quienes ya están interesados en tu servicio o producto.

¿Quedaste en shock?

Personas que vieron video guitarras

## 2 Seleccionar lugar de la audiencia

Países > Sudamérica

Uruguay

Buscar regiones o países

## 3 Seleccionar tamaño de la audiencia

Número de audiencias similares ⓘ 1 ▾



El tamaño de la audiencia oscila entre el 1 % y el 10 % de la combinación de la población de tus ubicaciones seleccionadas. Una audiencia más amplia consiste en las personas más similares al origen. Si aumentas el porcentaje, se creará una audiencia más amplia.

Nuevas audiencias similares ⓘ

1 % en UY - Personas que vieron video guitarras

Alcance estimado

127,900 personas

Cancelar

Y se ve mas o menos así.

Si te fijas en la imagen, Facebook encontró 127mil personas idénticas a quienes vieron el video completo.

Si recordas, el primer público que hice con intereses era más pequeño, pero a parte de que era un público específico no sabíamos más nada.

Con este público es diferente por que es un público idéntico a personas que ya están interesadas.

**Se nos presentan dos oportunidades despues de esta primer campaña:**

**1: Crear una oferta para la audiencia personalizada. Es decir, enviarle publicidad con otra oferta solo a quienes vieron el video completo (51555 personas)**

**2: Crear también una oferta para ese público similar y seguramente tengamos conversiones.**

**Este proceso Lo podes repetir varias veces, incluso captando los datos de tus clientes que ya compraron, podes hacer un público similar a personas que ya fueron clientes.**

**Te imaginas la cantidad de nuevos clientes que pueden aparecer a raíz de eso?**



## 3- PAGINA WEB + TIENDA ONLINE + REDES SOCIALES



**La conexión entre Facebook, una página web y una tienda online te abren un mundo totalmente diferente.**

### **Por que?**

- Te permite saber cuantas personas entran a tu pagina y crear un publico con ellas (les podes mandar anuncios de FB e Insta a los que han entrado a tu tienda)
- Podés hacer un público con personas que hicieron click en "añadir al carrito" pero no compraron y mandarles alguna promo para que terminen la compra.
- Podes automatizar procesos de venta.
- Podes conectar el chat de facebook en tu web y responder de forma automática a consultas frecuentes 24 hs los 365 dias del año.



# Píxel de Facebook:



## Qué es y para qué sirve



Es un código que insertamos en nuestra web y nos permite medir las conversiones que suceden en nuestra página



**1.**

Conocer a tu Audiencia



**2.**

Medir las conversiones



**3.**

Crear diferentes públicos



**4.**

Hacer remarketing



**5.**

Optimizar los anuncios



**6.**

Calcular el ROI

Una vez conectadas mediante el Pixel, tu web, tu tienda y tus redes empiezan a trabajar en conjunto.

Todos los datos empiezan a ser medibles y con esos datos puedes hacer que campañas como la que planteamos en un paso anterior arrojen mejores resultados.

Te explicamos un poco de como funciona el remarketing en esta imagen.



*Si llegaste a este punto de la guía, muchas gracias por interesarte en aprender!*

*Espero que te sirva y si tenes alguna duda escribinos a **contacto@atr.digital** y te contestamos enseguida.*

Te gustaría Suscribirte al mini curso  
GRATUITO de Instagram por correo?

Me apunto!



Atr.digital.academy



contacto@atr.digital

