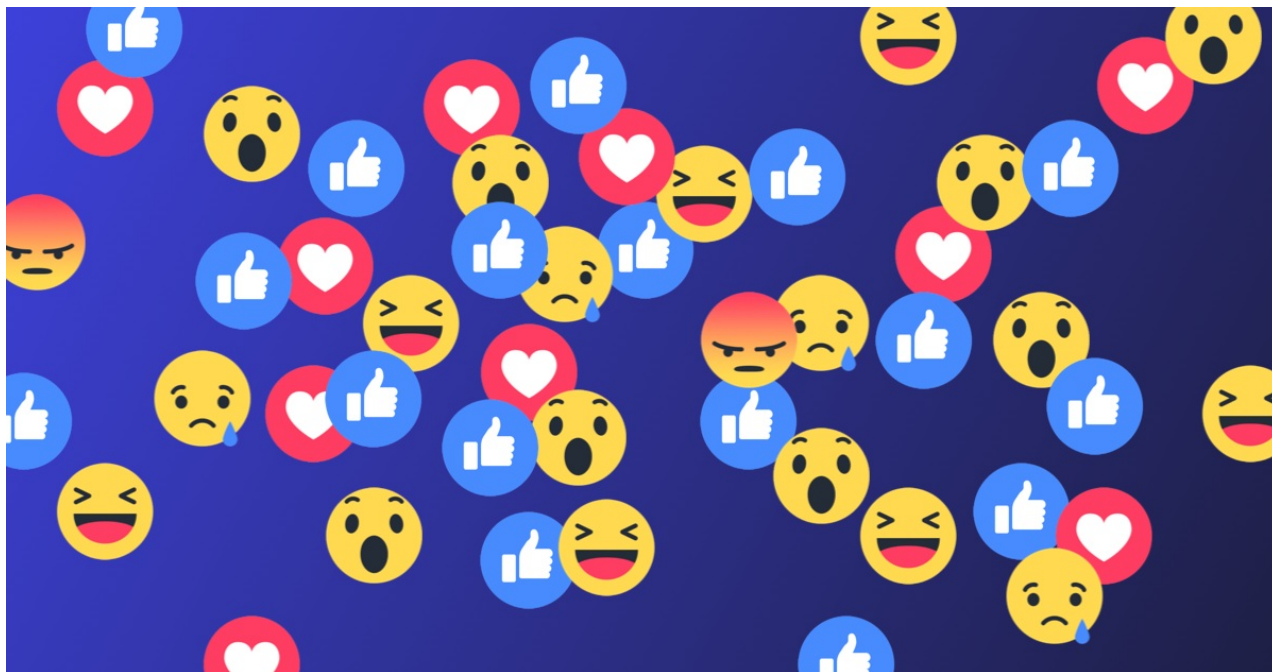


Guía actualizada de formatos de publicidad en Facebook

goalplan.es/guia-actualizada-de-formatos-de-publicidad-en-facebook-2/

April 23,
2019



En este artículo vamos a repasar los diferentes tipos de anuncios que tiene Facebook. ¿Qué opciones tenemos a la hora de publicitar nuestros productos y servicios en esta red social? ¿Cuál de todas ellas es la que más nos conviene?

Aunque Facebook insiste en que escoger la opción de ubicación automática generalmente nos dará el “coste medio más bajo”, sigue siendo una buena práctica elegir las ubicaciones manualmente, especialmente si tenemos un historial de campañas anteriores con datos objetivos.

Al fin y al cabo, nadie puede conocer el rendimiento de una campaña mejor que nosotros mismos.

Por otro lado, es importante tener en cuenta que no todas las ubicaciones de anuncios de Facebook son compatibles con todos los tipos de anuncios.

¿Qué formatos de anuncios de Facebook existen?

Veamos a continuación las diferentes características de los anuncios de Facebook.

Anuncios con imagen

Los anuncios son sencillos y desde Goalplan recomendamos empezar a realizar publicidad en Facebook con esta opción. En menos de diez minutos puedes promover una publicación que ya exista con una fotografía y convertirla en un anuncio.

Anuncios con video

Otra de las opciones que también tiene mucho éxito entre las empresas es la de realizar anuncios con video. En este formato de anuncio la interactividad gana protagonismo y se convierte en el rey. Puedes mostrar a tu equipo, explicar tu producto o simplemente dar a conocer tu marca y aumentar su notoriedad entre el público que más te interese.

Anuncios en secuencia

Esta propuesta de anuncio te permite mostrar quién eres y qué haces con mayor amplitud. Con un anuncio en secuencia puedes agregar hasta diez imágenes o videos para mostrarle a tu público tus productos o servicios. Una de las propuestas más creativas consiste en publicar una serie de imágenes para crear una fotografía panorámica.

Anuncios con presentación

Los anuncios con presentación ofrecen una solución sencilla para crear anuncios cortos en formato de video a partir de una colección de fotos o clips de video que ya existen. Tienen un formato llamativo, pero al usar menos datos se pueden cargar bien incluso en conexiones de Internet lentas.

Anuncios en colección

Estos anuncios solamente están disponibles en dispositivos móviles y te permiten comprar un producto directamente sin salir de Facebook. Esta opción es ideal para aquellas personas que se encuentran en movimiento constante durante el día o cuando no tienen una buena conexión de Internet.

Las experiencias instantáneas

Este formato de anuncio de Facebook es el que anteriormente se llamaba Canvas, disponible también solo para dispositivo móvil.

Si usamos el [Píxel de Facebook](#) en nuestra página, esta funcionalidad se agrega automáticamente a tus anuncios con Experiencias Instantáneas para medir las interacciones y dar un seguimiento completo a tus anuncios.

Anuncios para prospectos comerciales

Facebook Lead Ads es un formato de publicidad que nos permite conseguir que los usuarios se suscriban, soliciten un presupuesto o contacten con el anunciante de forma sencilla y directa. Todo es posible sin abandonar la red social.

Al igual que los anuncios en colección y las experiencias instantáneas, los anuncios para prospectos comerciales solamente están disponibles para móviles.

Anuncios dinámicos

Este tipo de anuncio te permite promocionar tus productos a los clientes que tienen más posibilidades de comprarlos. Por ejemplo, si alguien visitó la página de alguno de tus productos o inició pero no completó la compra, los anuncios dinámicos de ese producto en particular comenzarán a aparecer en su página de inicio de Facebook.

Anuncios en Messenger

Uno de los espacios menos conocidos, pero que también permite insertar publicidad, es Facebook Messenger. Esta herramienta de Facebook permite insertar fotografías, videos un carrusel de imágenes o videos y presentaciones. A pesar de que cada vez son menos las personas que usan Facebook en su día a día, Facebook Messenger sigue siendo un canal de comunicación esencial para más de 1.300 millones de personas cada mes.

Crear un anuncio en Facebook Messenger es tan sencillo como seleccionar esta opción como la ubicación deseada a la hora de crear tu anuncio.

¿Qué objetivos puedo cumplir realizando publicidad en Facebook?

Gracias a la publicidad en Facebook es posible conseguir seis grandes objetivos:

- Aumentar el conocimiento de marca, incluyendo el alcance y la frecuencia de compra.
- Incrementar el *engagement*, incluyendo también el alcance y la frecuencia de compra.
- Visualización de videos. Incluyendo también, como en los casos anteriores, el aumento del alcance y la frecuencia de compra.
- La instalación de la app de Facebook en los móviles.
- Aumentar el tráfico a la web.
- Aumentar la venta de productos del catálogo de la empresa.

¿Dónde pueden colocarse todos estos anuncios de Facebook?

Los anuncios de Facebook pueden colocarse en el muro de nuestra versión de Facebook de escritorio, en la columna derecha de esa misma versión y en la sección de noticias de la versión móvil.

¿Cuál ha sido tu experiencia gestionando publicidad en Facebook? ¿Has realizado varias campañas pero necesitas pulir o mejorar tus resultados? [Desde Goalplan podemos ayudarte a crecer](#) y mejorar el rendimiento de tus acciones de pago en Facebook.

¡Contáctanos sin compromiso!

Fuentes: [Social Media Tod](#) y [Blog de Hootsuite](#)

Si te gusta, comparte

-
-
-

-
-
-
-
-
-
-