



TEMA 10

Manejo de campañas publicitarias en redes sociales.

MANEJO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EN REDES SOCIALES

Las redes sociales van más allá de horas de entretenimiento e interacción con otras personas. Estas plataformas se han convertido en una gran opción publicitaria para que las marcas tengan mayor visibilidad, presencia y alcance.

Ejemplos de campañas publicitarias exitosas

MANEJO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EN REDES SOCIALES

Nike: publicidad animada en YouTube e Instagram

Nike es una marca que se distingue por su comunicación y siempre tiene diferentes mensajes en prácticamente todas las plataformas. Así, este video lanzado en YouTube se replica en las diferentes redes sociales como Instagram.

<https://www.youtube.com/watch?v=U1yX7awE5PO&t=3s>



MANEJO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EN REDES SOCIALES

La Moderna: publicidad en dinámica de Instagram

Puedes aprovechar tus anuncios para hacer dinámicas que motiven a la participación de la comunidad, como en este ejemplo de sopas La Moderna. En este caso, el objetivo no es tanto el impulso de la venta de un producto, sino de la interacción y presencia de la marca.



MANEJO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EN REDES SOCIALES

Disney+: publicidad de su programación en Facebook

Aquí tenemos un ejemplo de un anuncio en Facebook (que bien puede servir en otras redes sociales) de imagen fija con una construcción típica, es decir, una imagen de lo que ofrece y un texto muy claro del servicio.



Raya y el Último Dragón Soul WandaVision The Mandalorian Los Elegidos de la Gloria

Disney+

Disney + PIXAR + MARVEL + STAR WARS + NATIONAL GEOGRAPHIC

COMIENZA UNA NUEVA HISTORIA

Solo MXN 159/mes (final)

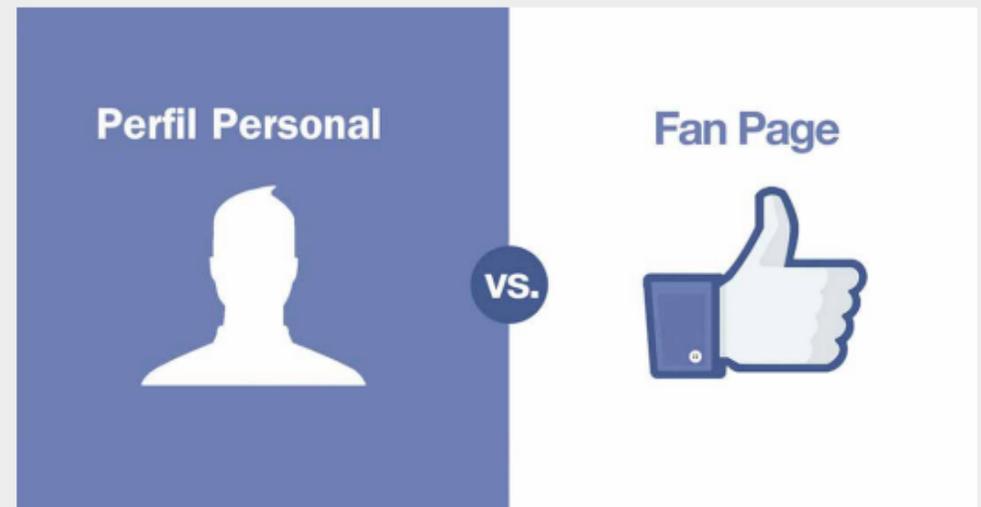
© 2021 Disney y sus entidades relacionadas. Todos los derechos reservados. Contenidos sujetos a disponibilidad. *El precio podría variar en caso que el pago se realice en otras plataformas. Podrían aplicarse cargos de terceros.

Los errores más frecuentes en campañas publicitarias de marketing

MANEJO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EN REDES SOCIALES

Usar un perfil en lugar de una página

Hay quienes piensan que no hay mayor diferencia entre un perfil y una página. Algunos usan un perfil deliberadamente porque piensan que así pueden tener una relación más directa con sus fans. Las páginas o fanpages son los formatos creados para brindarle a los negocios las herramientas necesarias para dar a conocer su marca, realizar mediciones, fortalecer su relación con los seguidores y, en general, gestionar su presencia en Facebook. Mientras que los perfiles son exclusivos para las personas, tienen un límite de 5.000 amigos.



MANEJO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EN REDES SOCIALES

Falta de honestidad y clickbait

Si algo de lo que ofreces en tus anuncios es falso, o no eres del todo sincero, lo más probable es que ganes visitas pero no veas aumentadas tus ventas, ya que estarás provocando una campaña de desprestigio sobre tu propio negocio.

Puede tener efectos negativos para nuestro proyecto. Pero, ¿por qué es malo el clickbait? Básicamente porque el usuario puede sentirse engañado, lo que implica una amplia tasa de rebote y una mala reputación para el medio o portal que publica la noticia.

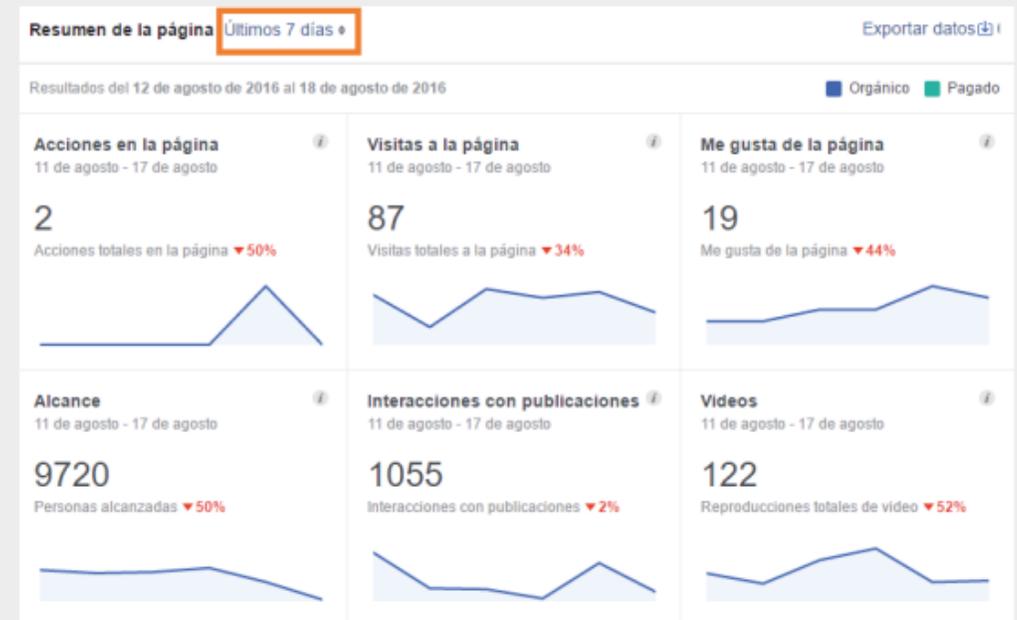


MANEJO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EN REDES SOCIALES

No hacer caso a las analíticas

Las cifras en el Marketing son fundamentales, porque son la única forma de saber si una campaña está avanzando como debería o tiene algún problema.

No solo es importante que atiendas a las analíticas de tu propia campaña, sino que también puedes utilizar los datos de otras campañas para saber qué estrategias tienen éxito y cuáles no. Aquellos negocios que ignoran las estadísticas y deciden no hacer analíticas para valorar el éxito de sus campañas están destinadas al fracaso.



para valorar el éxito de sus

MANEJO DE CAMPAÑAS PUBLICITARIAS EN REDES SOCIALES

No hacer caso a las analíticas

Las cifras en el Marketing son fundamentales, porque son la única forma de saber si una campaña está avanzando como debería o tiene algún problema.

No solo es importante que atiendas a las analíticas de tu propia campaña, sino que también puedes utilizar los datos de otras campañas para saber qué estrategias tienen éxito y cuáles no. Aquellos negocios que ignoran las estadísticas y deciden no hacer analíticas para valorar el éxito de sus campañas están destinadas al fracaso.

