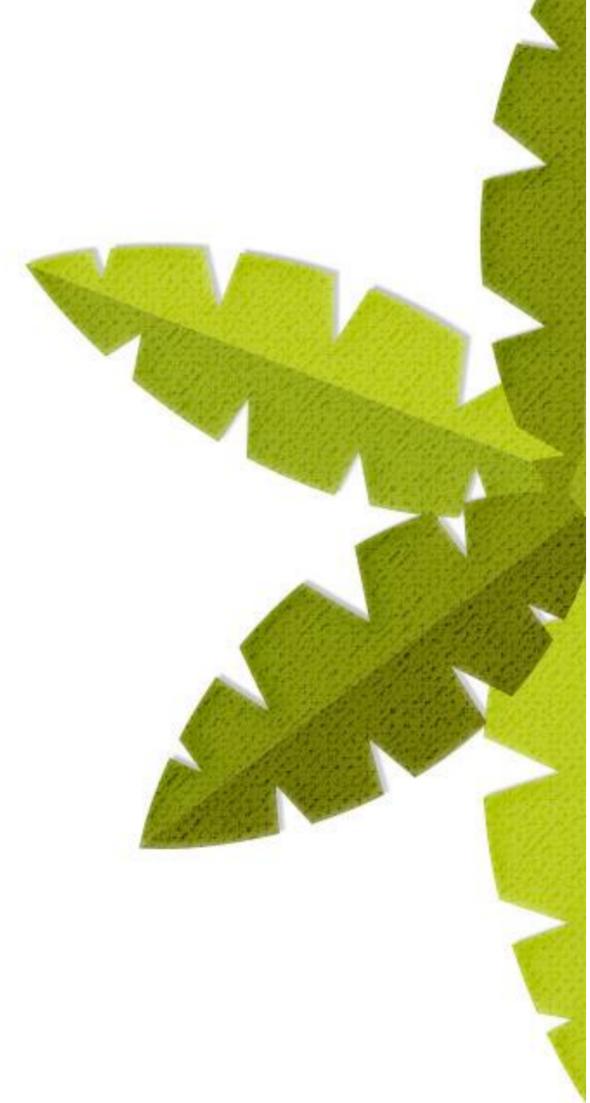




ENCUENTRO
CSU

Centros de Servicios Universitarios

SANTA MARTA



EL POLI EN BOCA DE TODOS

“Maximizando nuestro capital social”



Las Conexiones

La conexión entre marcas y clientes nunca antes fue tan cercana.

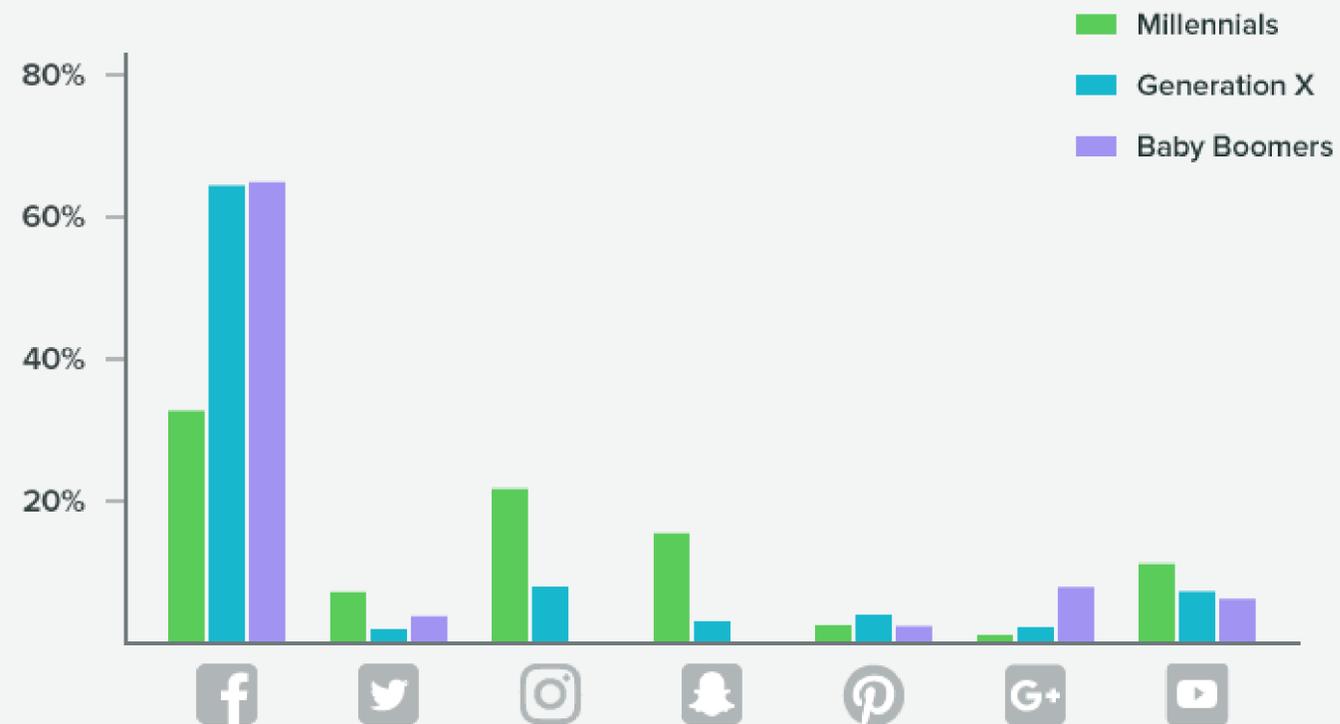
80% de los usuarios de Instagram siguen al menos 1 marca.



Las cifras

Network Preferences by Generation

Q1 2017

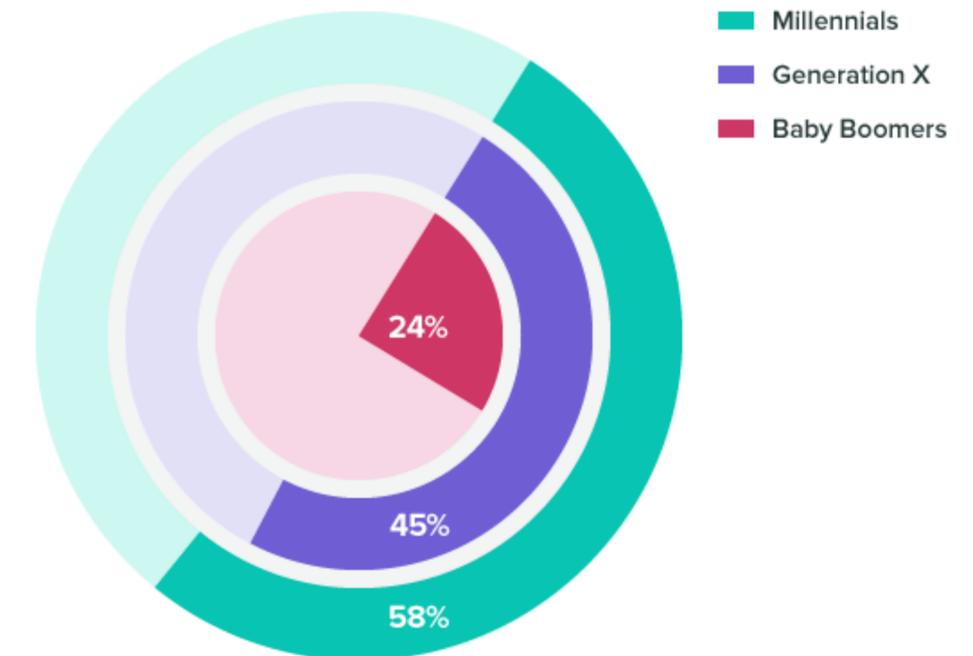


sproutsocial

sproutsocial.com/index

Percentage of Consumers Who Have Purchased for a Life Milestone After Seeing Brand/Product/Service on Social Media

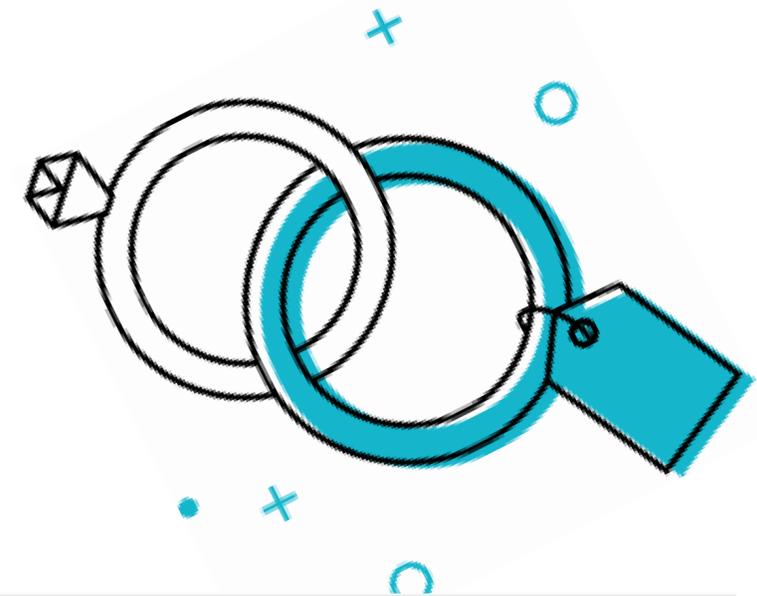
Q4 2017



sproutsocial

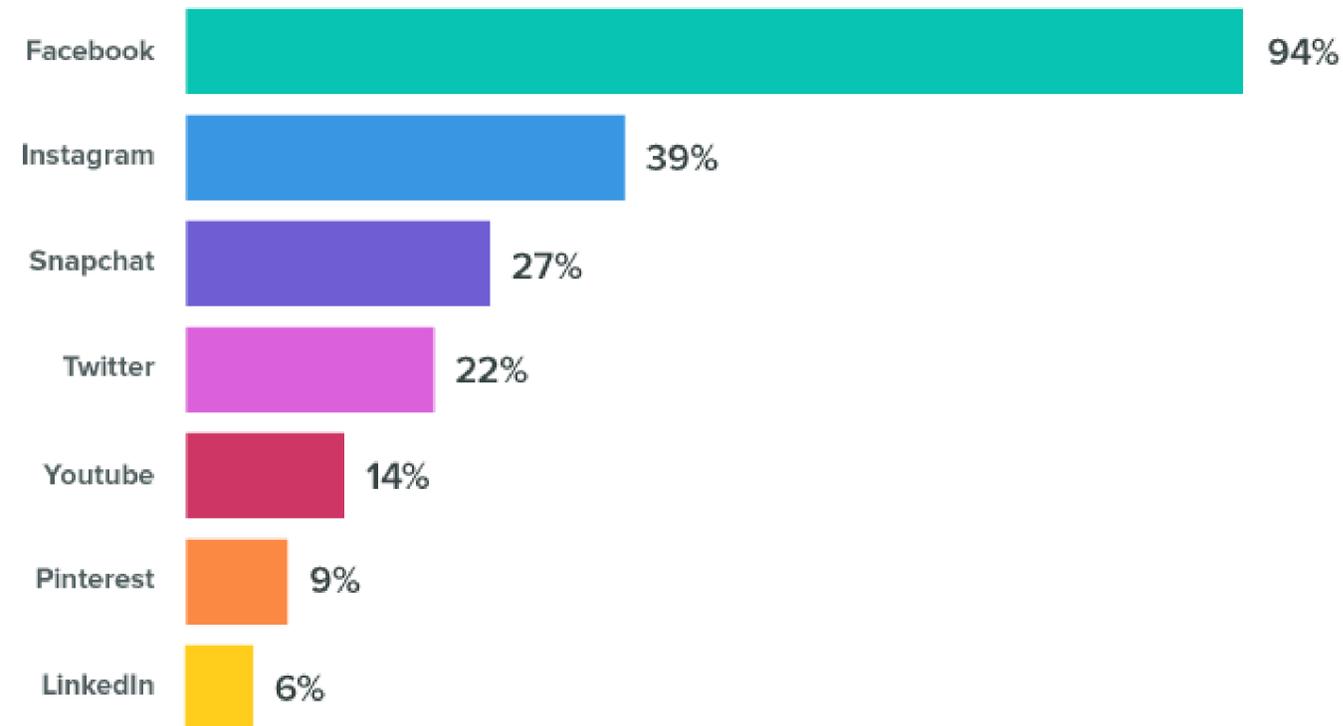
sproutsocial.com/index

Las cifras



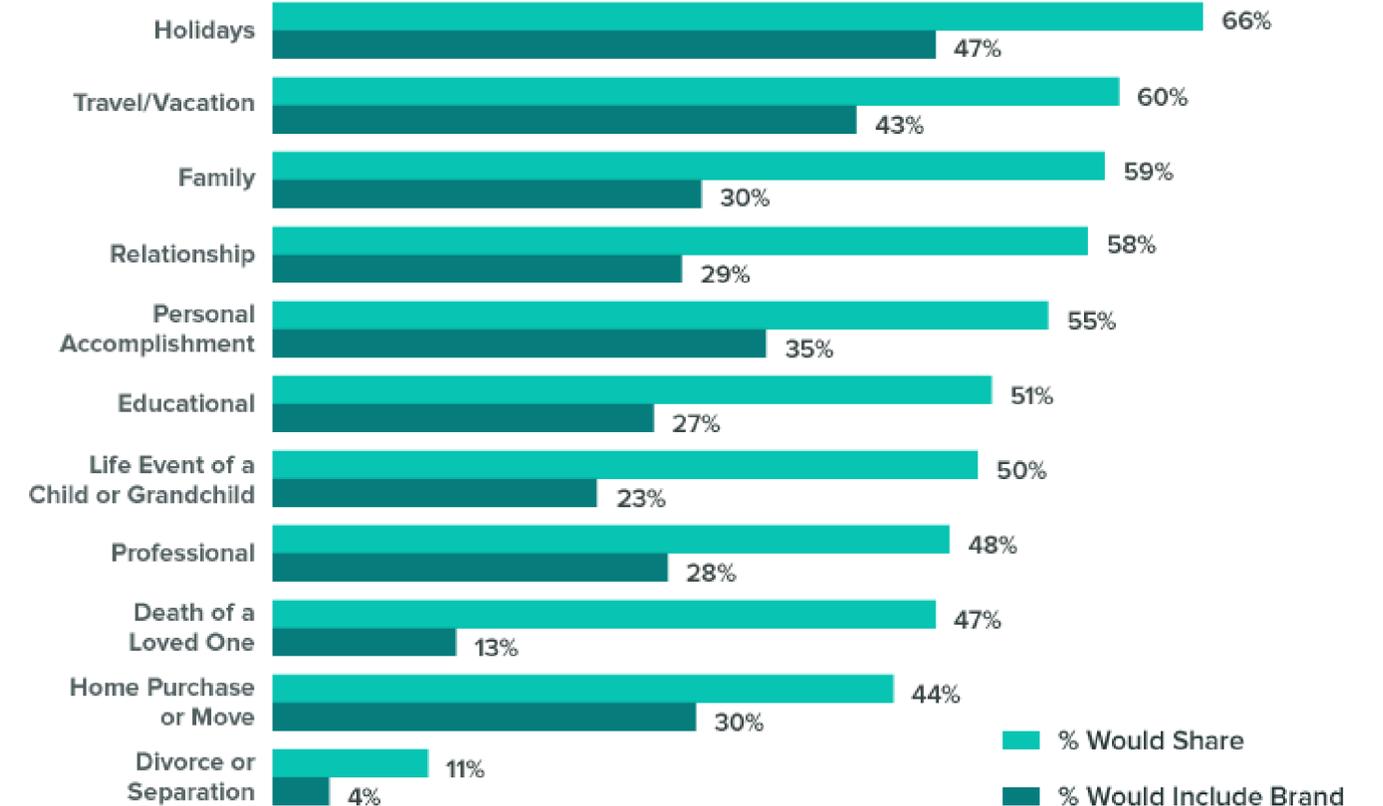
Preferred Social Platform for Sharing Life Milestones

Q4 2017



Types of Milestones Consumers Would Share on Social Media & When They're Most Likely to Mention a Brand

Q4 2017



Las Conexiones

El 71% de los clientes están más dispuestos a comprar un producto sobre el que han encontrado buenas referencias en redes sociales. Fuente HubSpot.



Más de la mitad de los consumidores que usan Twitter, recomiendan productos en redes sociales. Fuente SproutSocial



influenciador

Definiciones web

(Influenciadores) Personas que influyen en la decisión de compra de otras personas.
<http://www.xinapxis.com/index.php/glosario>

“Según el Informe Anual de Inversiones de IAB Colombia, la publicidad por medio de influenciadores creció 275% en el país en el año pasado.”

Por qué un ¿Influenciador?



Tipos de influencia

TIPOS DE INFLUENCERS

CELEBRIDADES

YOUTUBERS

BLOGGERS

TUITEROS

AMIGOS

MÁS ALCANCE

MÁS
CREDIBILIDAD



Rangos de alcance

Micro



Este tipo de influenciadores tienen una audiencia entre **10K y 100K**.

Mid-tier



Audiencia entre **100K y 500K**.

Top-tier



Poseen entre **500k y 1M** seguidores, son pocos los influencers que cuentan con una audiencia tan amplia.

Celeb



Cuentan con más de **1M** de seguidores. Generalmente son las celebridades.

1TW 7M

1TW 7M



Dónde encontrar un influenciador?

Eventos

Rankings

Google

Comunidades
grupos

Agencias influence
Mkt



Los Influencers del POLI



DOCENTES

ESTUDIANTES

GRADUADOS

COLABORADORES

Los Influencers del POLI

PODEMOS GUIAR CON
PROPIEDAD ACERCA DE LA EDUCACIÓN

ESTAMOS EN CONTACTO CON HISTORIAS
INSPIRADORAS



Los Influencers del POLI

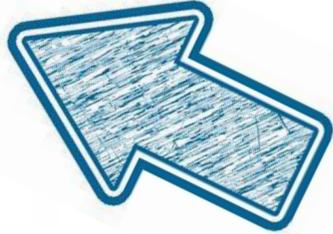
PODEMOS GUIAR CON
PROPIEDAD ACERCA DE LA EDUCACIÓN

ESTAMOS EN CONTACTO CON HISTORIAS
INSPIRADORAS

ESTAMOS CAMBIANDO EL PAÍS

POR QUÉ SOMOS DIFERENTES

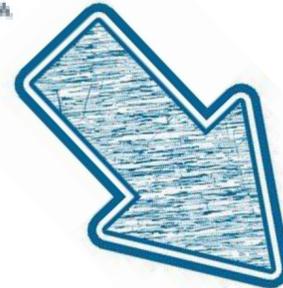
**POLITECNICO GRAN
COLOMBIANO**
155.3K



POLIGRANCOL
30.6K



41.6K

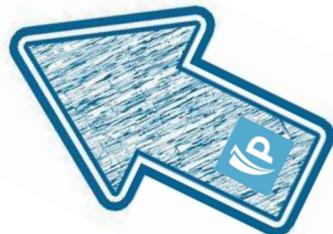


Grupo
graduados 

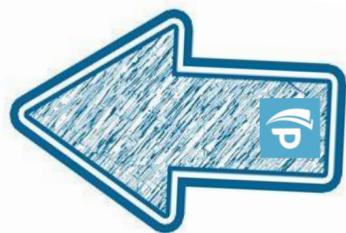


¿Cómo puedo aportar?

COMPARTIR



**VISIBILIZAR
REGIÓN**



REPORTAR



Los mensajes de micro-influenciadores **crean gran impacto** en las audiencias por la **confianza y credibilidad** que tienen.



JUNTOS + LOGRAMOS

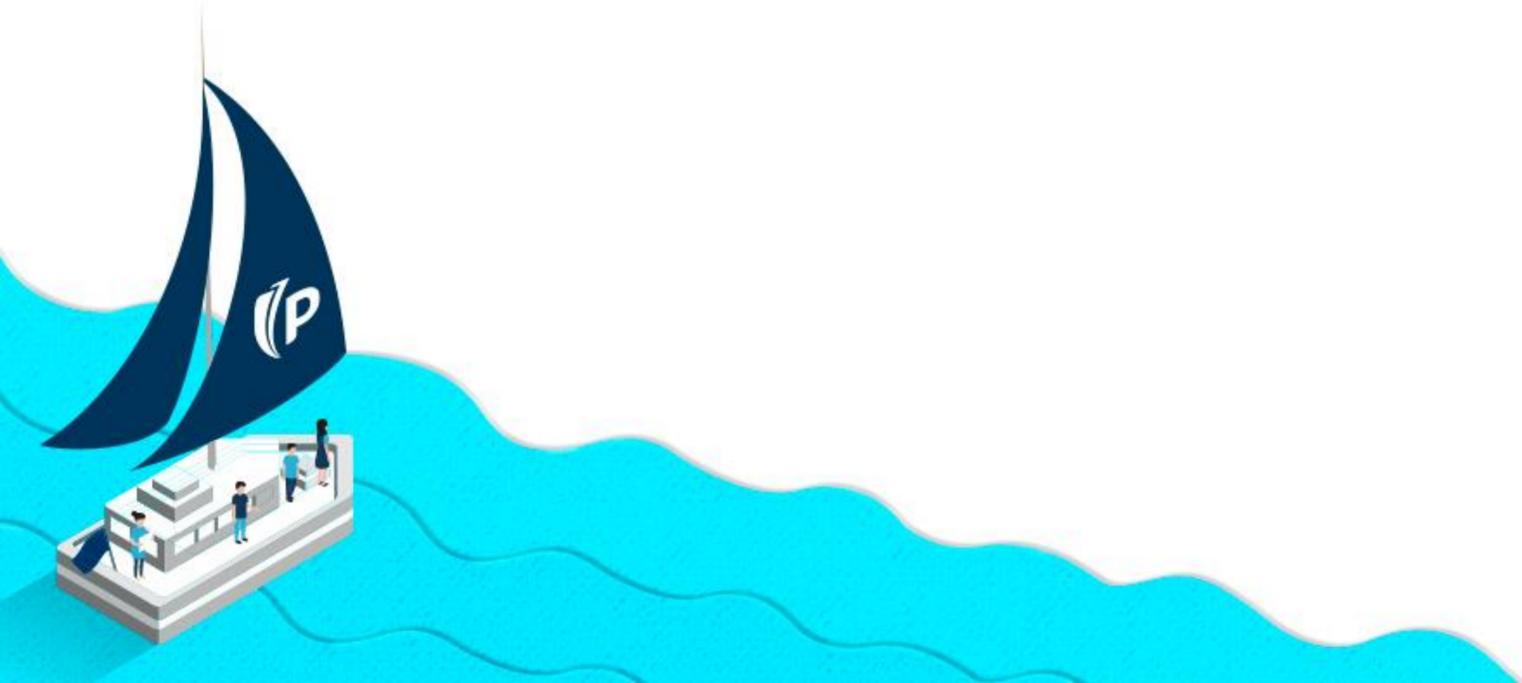
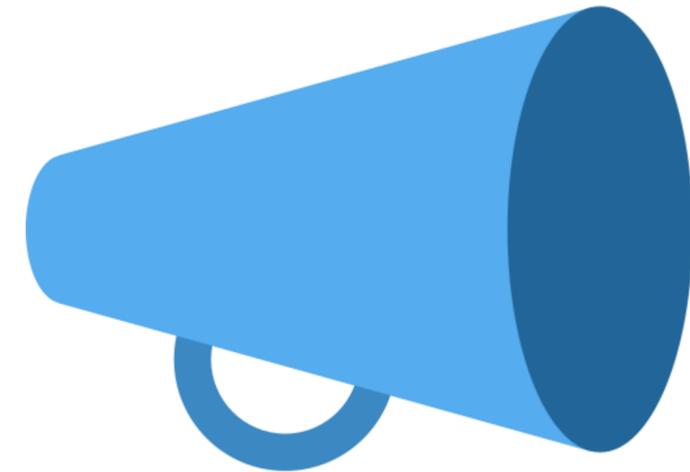


REDES SOCIALES Y CSU EN COLOMBIA



OBJETIVO

Maximizar el impacto regional en espacios sociales apoyando las estrategias de crecimiento.



EN QUÉ ESTAMOS?



Politécnico Grancolombiano - CSU Av. Jiménez
3,5 ★★★★★ (8) A 148 personas les gusta esto · Bogotá · Educación
Estudia con calidad académica sin desplazarte de tu región. Ingresas al mundo de la Educación Virtual

Politécnico Grancolombiano - CSU Av. Chile
4,0 ★★★★★ (5) A 321 personas les gusta esto · Bogotá · Universi...
Estudia con calidad académica sin desplazarte de tu región. Ingresas al mundo de la Educación Virtual

Politécnico Grancolombiano - Fusagasugá
3,4 ★★★★★ (5) A 2,1 mil personas les gusta esto · Fusagasugá · ...
La Institución Universitaria [Politécnico Grancolombiano](#) tiene como fin contribuir a la inclusión social y al des...

Centro de Servicios Universitarios Madelena - Politécnico Grancolombiano
5,0 ★★★★★ (1) A 178 personas les gusta esto · Bogotá · Asesor e...
Carreras Técnicas, Tecnológicas Profesionales y Especializaciones 100% Virtuales

Politécnico Grancolombiano Chiquinquirá
A 1,6 mil personas les gusta esto · Blog personal
EDUCACIÓN SUPERIOR VIRTUAL

Politécnico Grancolombiano
A 133 mil personas les gusta esto · Bogotá · Universidad
A Mauricio Acevedo G y 29 amigos más les gusta esto
Institución de educación superior con programas de pregrado y posgrado en modalidad presencial y virtual.

Politecnico Grancolombiano CSU ANDAP
4,9 ★★★★★ (8) A 2,8 mil personas les gusta esto · Bogotá · Unive...
Centro de Servicios Universitarios Politécnico [Grancolombiano](#)-ANDAP, con sedes en: Bogota, Manizales, Pereira, Z...

Politécnico Grancolombiano - CSU E-Learning Solutions
A 4,6 mil personas les gusta esto · Educación
LÍDER EN EDUCACIÓN UNIVERSITARIA VIRTUAL Estudia una carrera de pregrado o postgrado, sin dejar tu trabajo o sac...

Poliradio / Emisora Virtual del Politécnico Grancolombiano
5,0 ★★★★★ (3) A 393 personas les gusta esto · Bogotá · Emisora...
Emisora de radio

Politécnico Grancolombiano - CSU CALLE 125
5,0 ★★★★★ (5) A 280 personas les gusta esto · Bogotá · Universi...
CSU: Centro de Servicio Universitario. [Politécnico Grancolombiano](#). CSU CALLE 125- Business Support

Politécnico Grancolombiano - CSU Normandía (Bogotá)
A 43 personas les gusta esto · Bogotá · Universidad
Universidad

Politécnico Grancolombiano - CSU Villeta
A 84 personas les gusta esto · Villeta (Cundinamarca) · Escuela privada
Esta es una cuenta no oficial administrada por el Centro de Servicio Universitario Engativá. ¡Bienvenido!

Universidad Politécnico Grancolombiano - CSU Pitalito
5,0 ★★★★★ (3) A 4,4 mil personas les gusta esto · Pitalito · Univer...
Institución de educación superior con programas de pregrado y posgrado en modalidad virtual.

Politécnico Grancolombiano Csu Laureles
3,8 ★★★★★ (4) A 351 personas les gusta esto · Medellín · Univers...
Somos el Centro de Servicios Universitarios (CSU) Laureles del [Politécnico Grancolombiano](#). Haz parte de quienes ...

Politécnico Grancolombiano- CSU Girardot
A 91 personas les gusta esto · Girardot · Colegio universitario
Esta es una cuenta administrada por el Centro de Servicio Universitario Girardot.

Politécnico Grancolombiano CSU 20 de Julio
A 1,1 mil personas les gusta esto · Barranquilla · Colegio universitario
Institución de educación superior con programas de pregrado y posgrado en modalidad presencial y virtual.

Politécnico Grancolombiano CSU Aguachica
5,0 ★★★★★ (2) A 112 personas les gusta esto · Aguachica · Cole...
INSTITUCIÓN UNIVERSITARIA [POLITECNICO GRANCOLOMBIANO](#)
14 PROGRAMAS PROFESIONALES 10 PROGRAMAS TECNOLÓGICOS 4 PRO...

Programa Aerolíneas Politécnico Grancolombiano
A 1 persona les gusta esto



Desde 2015

EN QUÉ ESTAMOS?



POLI
POLITÉCNICO
GRANCOLOMBIANO

En el #PoliVirtual

RECIBE UN 30% DE DESCUENTO SI TE MATRICULAS ANTES DEL 31 DE JULIO.

PROMO

Convenios: Sena, Ejército, Policía

Descuento Aplica sólo para el Primer Semestre, el segundo Semestre obtienes tu descuento por convenio.

NO TE QUEDES FUERA
Cohorte Agosto 28



POLI
POLITÉCNICO
GRANCOLOMBIANO

ES TU HORA

ESPECIALIZATE

Y OBTÉN GRATIS POR TU MATRICULA EN CUALQUIER POSTGRADO UN CURSO VIRTUAL CON CERTIFICACION INTERNACIONAL DE LA UTA*



UNIVERSITY OF
TEXAS
ARLINGTON

- ▶ **Marketing Digital**
- ▶ **Gestión de Proyectos**

*Cupos Limitados



15% SIN CONVENIO**
30% CONVENIOS VIGENTES***

POLITECNICO GRANCOLOMBIANO
CRA 7 #9-53 OFICINA 204 - 3143829154

CON SUFI SIEMPRE ES UN BUEN MOMENTO
PARA *estudiar*

SÓLO CON TU CEDULA Y CELULAR EN 15 MINUTOS APROBAMOS TU CREDITO

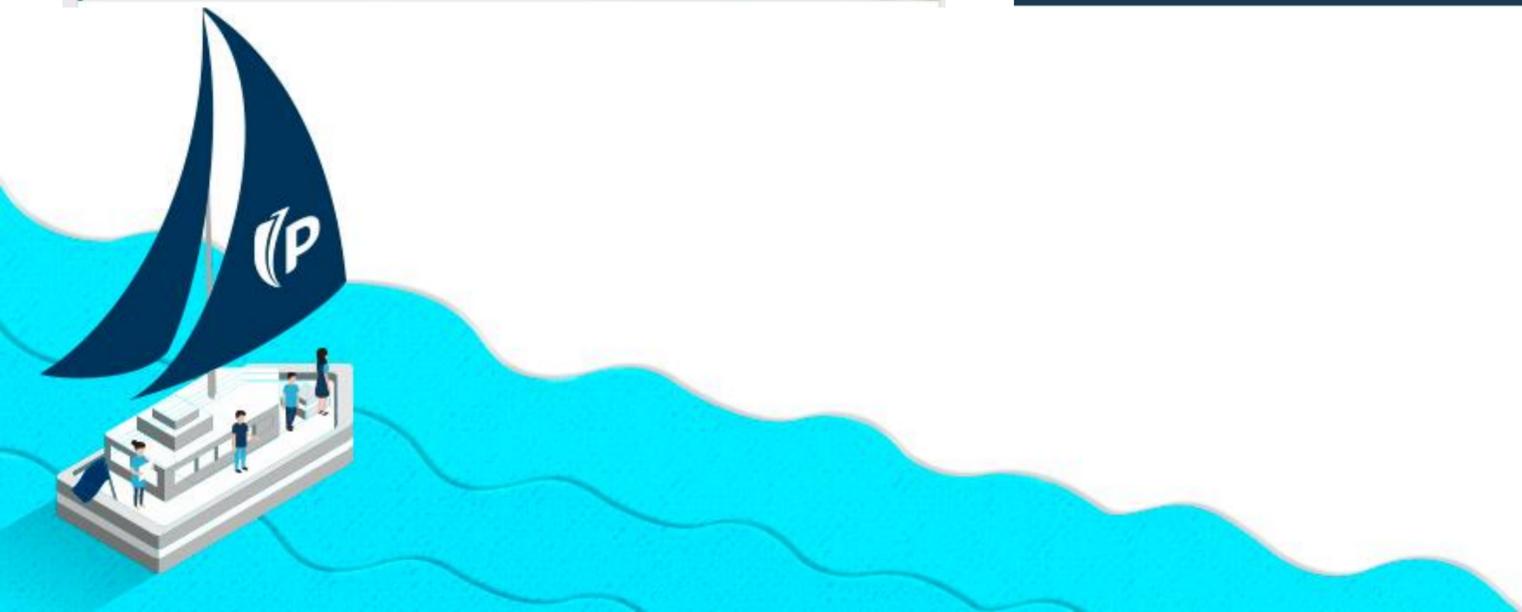
CREDITO PARA PREGRADO Y POSTGRADO
Modalidad corto y largo plazo

- ✓ HASTA 12 MESES DE PLAZO.
- ✓ APROBACION DESDE 15 MINUTOS.
- ✓ FINANCIAMOS DESDE \$500.000 HASTA EL 100% DEL VALOR DE LA MATRICULA.
- ✓ SIN PAPELEO Y SIN TRAMITES.



MIEMBRO DE LA RED **ILUMNO**

Info 3176217712-8738520
FUSAGASUGA@POLIGRAN.EDU.CI



EN QUÉ ESTAMOS?

OPORTUNIDAD:
Alinear Mensajes que
Tono Poli



POLI
POLITÉCNICO
GRANCOLOMBIANO

ESP

Y OBTÉN GRATIS
POSTGRADO UN
INT

A

UNIVERSITY OF
TEXAS
ARLINGTON

▶ Marketing Digital

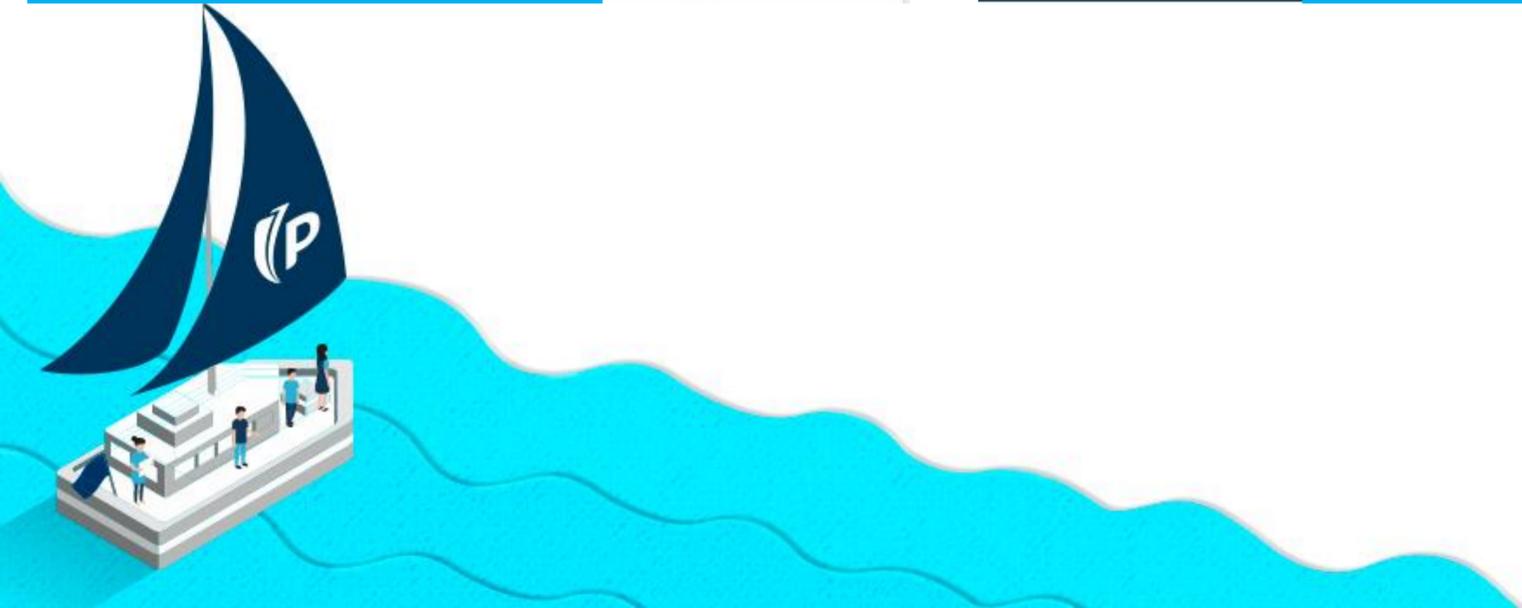
▶ Gestión de Proyectos

*Cupos Limitados

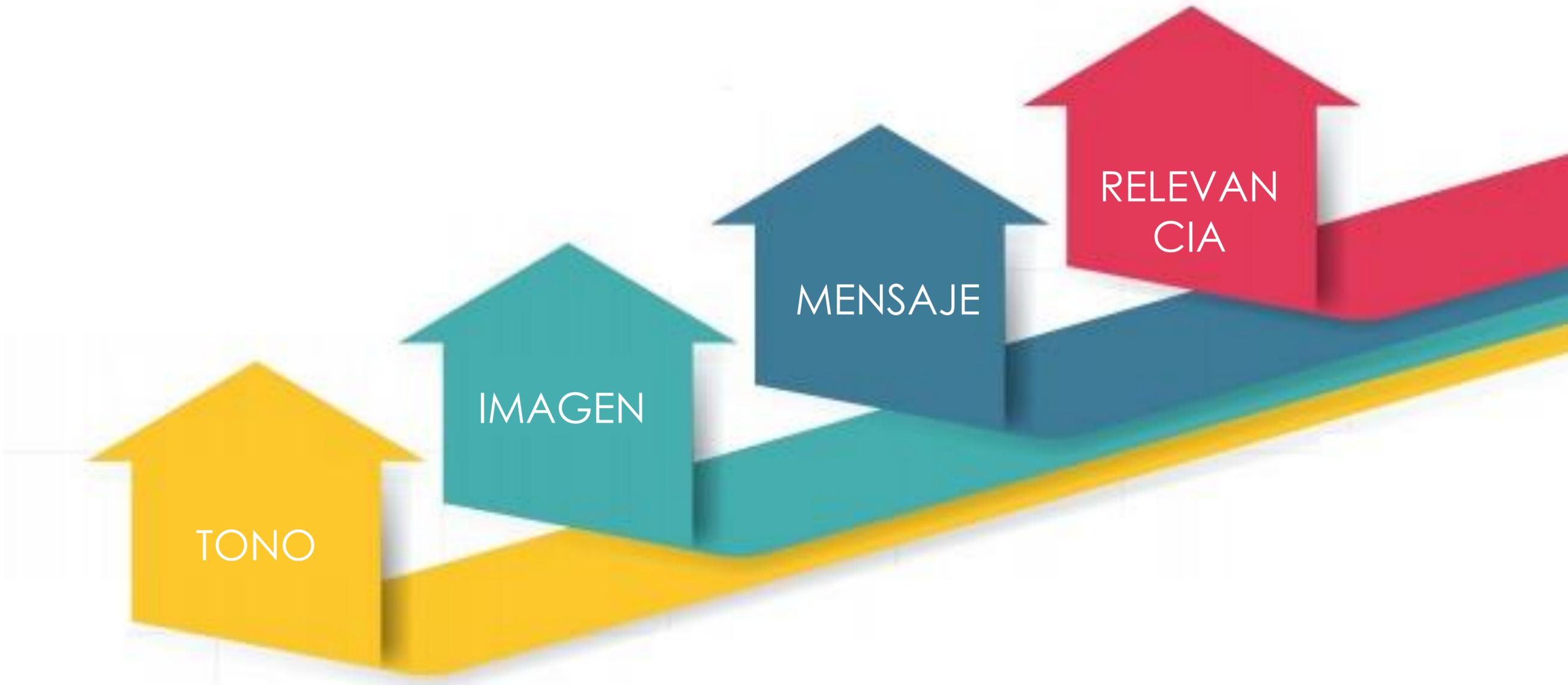
Riesgos en el Uso de la
marca de aliados

EL POLI Y SUFI,
TIENEN UNA
OPORTUNIDAD
ÚNICA PARA
TU FUTURO

Riesgos en el Uso de la
marca de aliados



CÓMO SER UN POLI MÁS CONSISTENTE?



PERSONALIDAD Y VALORES DE MARCA

La **personalidad** de la marca en las plataformas digitales es **enérgica, curiosa e innovadora**. Siempre que la marca habla, se debe **transmitir su forma de actuar y pensar** a través del contenido

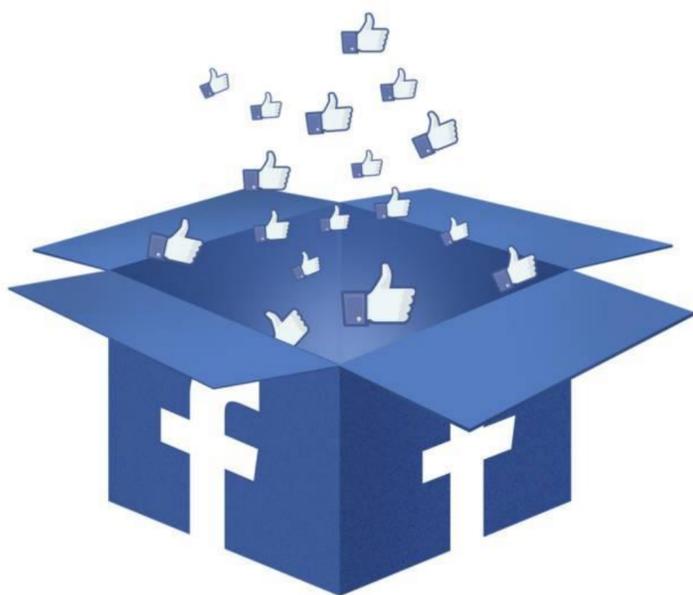
Tono amigable, cálido y cercano. Es una institución que dice claramente lo justo, sin preámbulos **ni lenguaje complejo**, evitando los términos molestos y resultar repetitivo



FACEBOOK – Activo digital Sugerido

Una de las **plataformas sociales digitales** con mayor estructura de **audiencias potenciales**, podemos aprovechar su posicionamiento para desarrollar acciones tácticas que nos acerquen a las metas institucionales.

PÁGINAS DE FACEBOOK



- ✓ Nos conecta con amplias audiencias.
- ✓ Nos ayuda a posicionar geográficamente.
- ✓ Logramos contacto y servicio en tiempo real.
- ✓ Construye comunidad.
- ✓ Podemos trabajar alcance orgánico y pago.
- ✓ Podemos trabajar segmentos especializados a través de pauta.
- ✓ Tenemos un reporte amplio de métricas que nos ayudan a conocer la respuesta de nuestras audiencias.

POR EL MOMENTO, ESTE ES EL ÚNICO ACTIVO DIGITAL PERMITIDO PARA LOS CSU.



FACEBOOK – Estrategia de contenido



ACTIVOS DIGITALES NO RECOMENDADOS

El amplio portafolio de plataformas sociales digitales se ha evaluado con precisión para determinar las que no se deben manejar, por temas de cruce entre los objetivos de la cuentas oficiales del Poli y para evitar realizar esfuerzos sin un norte.

- Twitter
- Instagram
- Google+
- Snapchat
- Blog
- Youtube
- Flickr

Su desarrollo requiere de una estrategia más elaborada y detallada en la administración de la plataforma y generación de contenido.

Al tener una presencia no definida en redes sociales, podemos caer en el fatal error de tener muchos puntos de contacto sin monitoreo con nuestras audiencias.

Algunas plataformas requieren de una inversión mínima en pauta.



ESTRUCTURA DIGITAL DE LA MARCA

La presencia digital de los CSU será a través de páginas comerciales de Facebook. Deberán cumplir con una estructura de creación, implementación y optimización. De esta forma, estarán todas las cuentas alineadas a los objetivos institucionales.



ESTRUCTURA DIGITAL DE LA MARCA

NOMBRE:

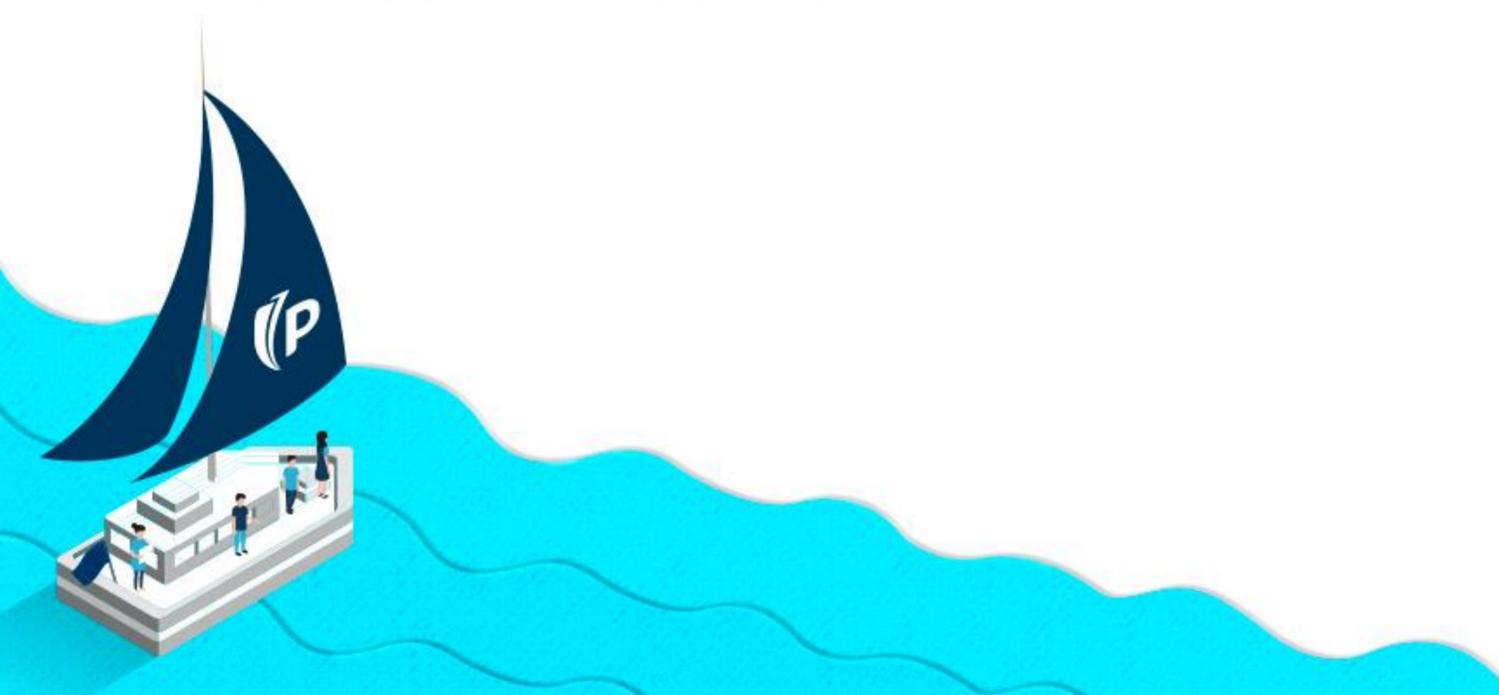
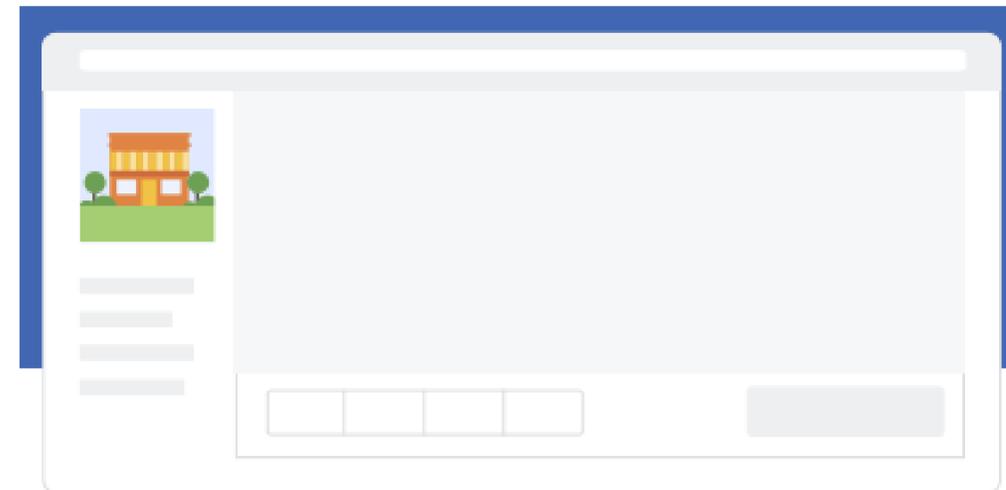
CENTRO DE SERVICIO UNIVERSITARIO

Politécnico Grancolombiano – CSU Galerías

NOMBRE DE LA INSTITUCIÓN

NOMBRE DEL CSU

CATEGORÍA: EDUCACIÓN



ESTRUCTURA DIGITAL DE LA MARCA - VISUALES

Foto de perfil de Facebook.



Portada de perfil de Facebook.



ESTRUCTURA DIGITAL DE LA MARCA

Debemos trabajar para completar toda la información que requiere la plataforma para tener SEO Social.



ESTRATEGIAS PAGAS FACEBOOK CSU



CÓMO INICIAR?

Diligenciar Formato de inicio inversión Facebook



CONTENIDO: Noticioso de la región
De los estudiantes del CSU
Contenido Promocional debe ser aprobado por
equipos: Comunicaciones y Admisiones

Cuenten con un encargado de
SNS con tiempo disponible

Estén dispuestos a invertir más de 1M mensual

Puedan generar reportes desempeño Trimestral



PROCESO:		FORMATO			Código: XX-RG-0XX-VX
Creación CSU inversión Facebook		MATRIZ DE SEGUIMIENTO CSU EN FACEBOOK			Vigente desde: 15/11/2018
Nombre CSU	Garantiza Personal dedicado redes	Inversión mensual estimada	Acepta manual manejo de marca	Acepto guía de segmentación de campañas	Garantizo veracidad información
Colaboradores	SI	\$ 1.000.000	SI	SI	SI
CONTROL DE CAMBIOS					
FECHA	VERSIÓN	Firma Representante CSU			Cédula
20/02/20XX	V0				

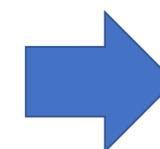


VISUALES DE PROMOCIÓN

✓ Facebook Ads – Lead Form



A screenshot of a Facebook post from the page 'Politécnico Grancolombiano'. The post features a group photo of diverse students with the word 'POLI' overlaid in large white letters. The text of the post reads: '¡Vive la educación diferentes! Accede a uno de nuestros programas en modalidad virtual. #SomosPoli'. Below the image is a call to action: 'Estudia en Poli Virtual' with the subtitle 'Un modelo de educación innovador' and a 'Registrarte' button. At the bottom, there are icons for 'Me gusta', 'Comentar', and 'Compartir'.

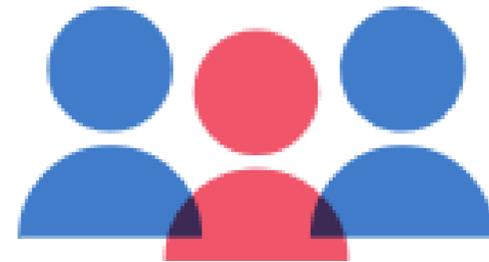


A screenshot of a lead form for Politécnico Grancolombiano. The form has a header with the 'POLI' logo and the text 'ELIGE VIVIR TU PASIÓN ESTUDIANDO LO QUE MÁS TE GUSTA.'. Below this are two input fields: 'Cédula' and 'Correo electrónico', each with a placeholder 'Escribe tu respuesta.'. At the bottom of the form is a blue button labeled 'Enviar'.

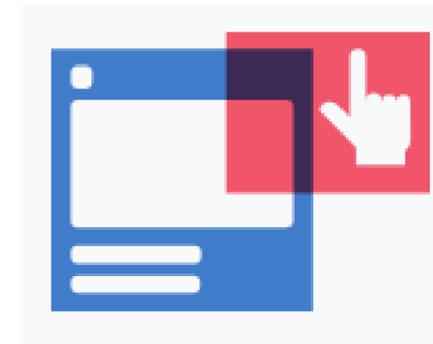


ACCIONES DIGITALES DE PROMOCIÓN

Para la generación de acciones de pauta en la plataforma recomendamos se pueden utilizar los siguientes objetivos y formatos:



- ✓ SEGUIDORES
- ✓ ALCANCE
- ✓ CLIENTES POTENCIALES



- ✓ INTERACCIONES
- ✓ RESPUESTAS A EVENTOS

Los objetivos y formatos de pauta no pueden generación segundas acciones en sitios web externos. Deben ser formatos que trabajan dentro de la misma interfaz de Facebook.



ACCIONES DIGITALES DE PROMOCIÓN

Campaña: Existen 3 objetivos para la creación de campañas, en este caso nos enfocaremos en los de conversión pues es el ideal para lograr resultados de performance.

Reconocimiento	Prestigio
Notoriedad de la marca	Tráfico
Alcance	Interacción
	Descargas de aplicaciones
	Reproducciones de video
	Generación de clientes potenciales

Conversión
✓ Conversiones
Ventas del catálogo de productos
Visitas en el negocio

Conversiones:

Se usa cuando queremos conseguir que el usuario realice una acción específica en nuestra web.

Gracias al pixel de FB Ads podemos determinar los resultados que conseguimos y optimizar nuestras campañas s.

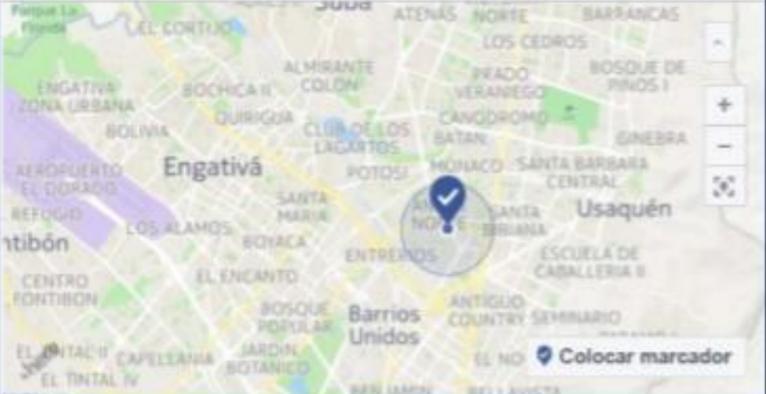


ACCIONES DIGITALES DE PROMOCIÓN

Nombre del conjunto de anuncios

Públicos personalizados
Excluir | Crear

Lugares
Colombia
📍 (4.6881, -74.0655) + 1 km
Incluir | Escribe para añadir más lugares | Explorar



Añadir varios lugares

Edad -

Sexo

Idiomas

Definimos como se llamará el conjunto de anuncios.

Podemos añadir o excluir bases de datos o públicos similares a los que estamos usando actualmente que se crean desde la cuenta en la pestaña "Públicos"

Podemos seleccionar entre varias opciones; aquellos que se encuentran ahora en esa zona geográfica, que viven en ese lugar, que han estado recientemente, que se encuentran de viaje por ahí, o directamente a todos.

Edad: Seleccionamos el rango de edad al que nos queremos enfocar. Podemos elegir desde los 13 años hasta los +65.

Sexo: Por si queremos diferenciar entre hombres y mujeres.

Idiomas: Se suele configurar cuando queremos enfocar nuestra campaña a personas que viven en un lugar pero tienen una lengua que no es la original de esa zona geográfica. Por ejemplo, si nos enfocamos a Alemanes que residen en España configuraríamos Alemán en Idioma y España en lugares.



OPTIMIZACIÓN DE LOS ACTIVOS

Debemos generar contenido de valor para nuestras audiencias. Tener una presencia activa con la publicación de contenido y en la capacidad de dar servicio a estudiantes y aspirantes.

CONTENIDO:



Se debe tener mínimo una publicación a la semana.

Pueden apoyarse en el contenido de Poligran en Facebook.

SERVICIO:



Se debe tener un constante monitoreo de la conversación que se genera en la plataforma.

Todos los casos que lleguen de servicio se deben remitir a Poligran.



BUENAS PRÁCTICAS

- ✓ Usar una segmentación con una ubicación entre 1 y 2km a la redonda del CSU para tener mayor relevancia.
- ✓ Controlar diariamente el presupuesto, los resultados y el costo por resultado, de esta forma se tendrá un mayor tiempo de reacción y de optimización.
- ✓ Evitar delimitar demasiado las campañas en cuanto a los intereses y comportamientos del público pues esto reduce el alcance de las mismas.
- ✓ Usar los diferentes formatos de anuncios que ofrece la plataforma.
- ✓ Crear varias combinaciones de públicos y probarlas en las diferentes campañas, por ejemplo, a partir de bases de datos y diferentes perfiles en base a intereses y comportamientos.



REGLAS CLARAS

Los siguientes casos, aquí mencionados, contemplan los principales errores que pueden afectar la gestión en redes sociales de los CSU y las diferentes penalizaciones por el no cumplimiento de la gestión con el activo digital:

Bajo nivel de optimización, actualización de contenido y servicio.

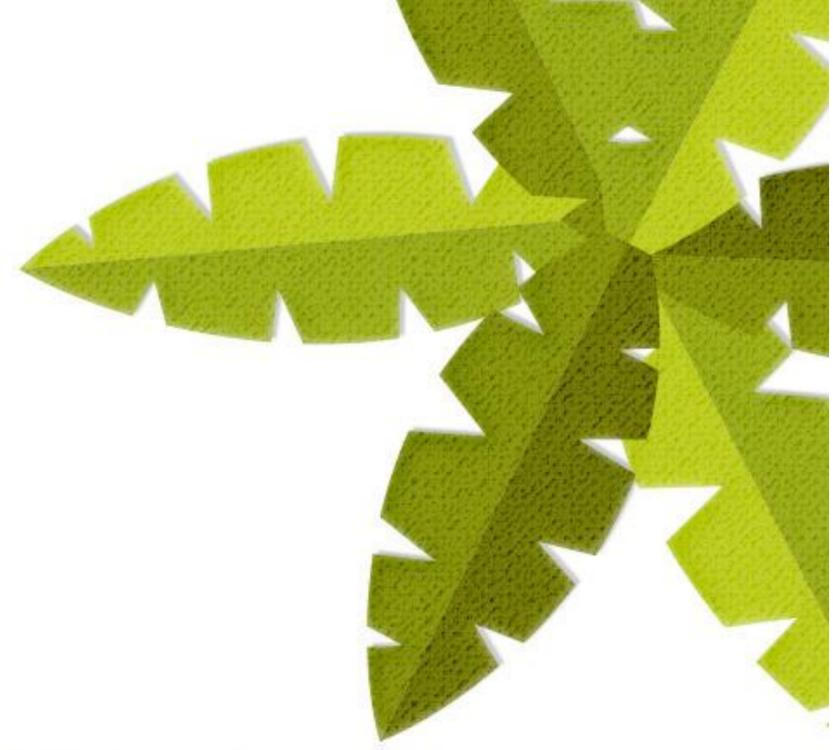
Generación de campañas de Facebook Ads con objetivos y formatos no autorizados.

Usos comerciales ajenos a los autorizados o que no estén enfocados a los objetivos institucionales.

Notificación por escrito de las irregularidades detectadas.

Solicitud directa a Facebook del cierre de la cuenta.





¡GRACIAS!

SOMOS DIFERENTES,
SOMOS POLI.



Backup slides



GUIA DETALLADA CREACIÓN DE CUENTAS



AYUDA CÓMO CREAR CUENTAS

1. Ingresar a <https://business.facebook.com>
2. Damos clic en crear cuenta.



3. Iniciamos sesión en Facebook con la cuenta personal, si no aparece este paso, ya estas logueado en Facebook.



AYUDA CÓMO CREAR CUENTAS

4. Ingresa el nombre del BM.

Crea tu cuenta del administrador comercial

Con una cuenta del administrador comercial, puedes asignar roles y conceder permisos a personas, así como agregar páginas, cuentas publicitarias y otros elementos conectados a tu negocio en Facebook. Para empezar, agrega el nombre de tu negocio.

Nombre de tu negocio

Jasper's Market

El nombre de tu negocio se mostrará a todos los empleados y no puede contener caracteres especiales.

Continuar

Paso 1 de 2

5. Completa tu nombre y correo Electrónico.

Crea el perfil de tu negocio

Ingresa el nombre y el correo electrónico que quieres usar para el administrador comercial. No se mostrará ninguna información de tu perfil personal de Facebook a las personas en tu cuenta del administrador comercial.

Tu nombre

Test lab

Correo electrónico de tu negocio

nombre@jaspersmarket.com

Enviaremos notificaciones sobre tu negocio a este correo electrónico.

Finalizar

Paso 2 de 2

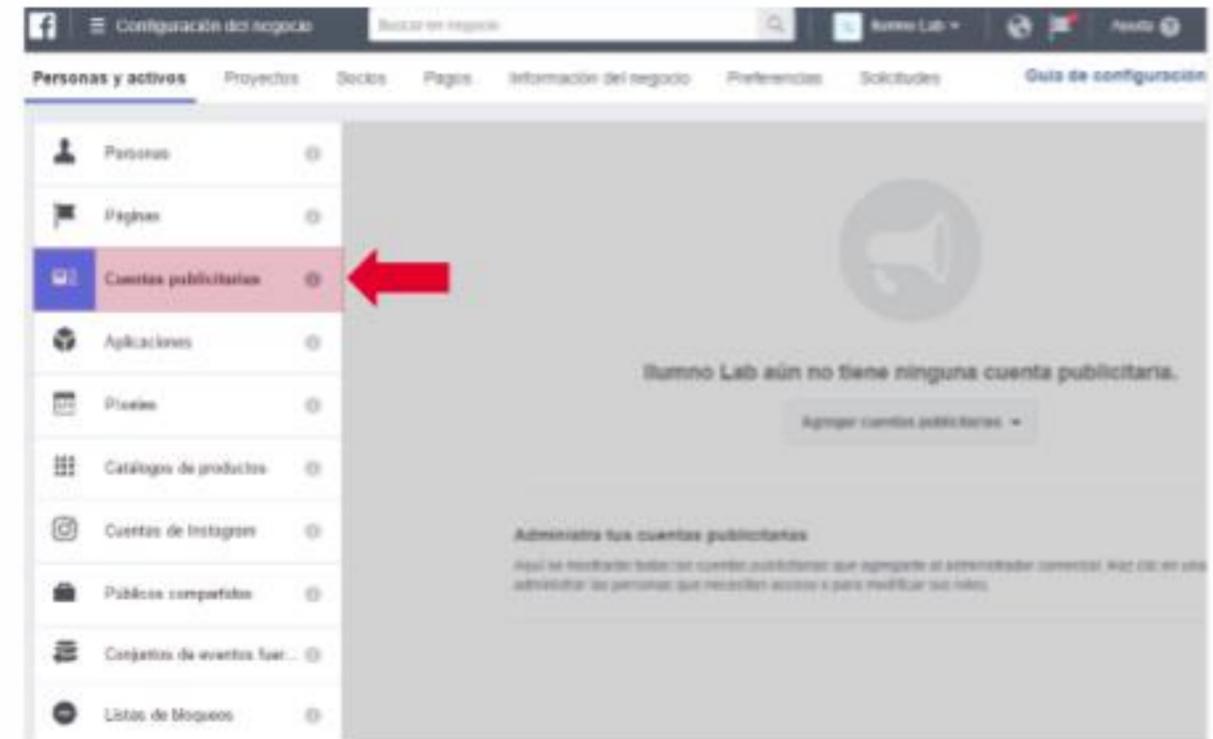


AYUDA CÓMO CREAR CUENTAS

6. Para reclamar o crear una cuenta hacemos clic en configuración del negocio.

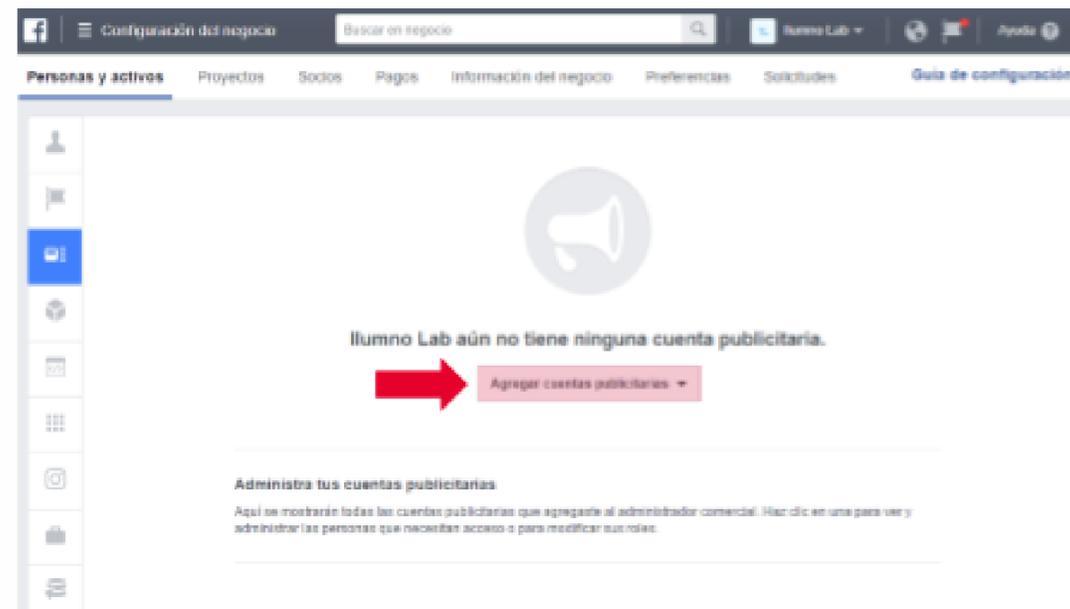


7. Seleccionamos Cuentas.



AYUDA CÓMO CREAR CUENTAS

8. Seleccionamos Agregar cuentas.



9. Tenemos 3 opciones, seleccionamos Crear Cuenta.



AYUDA CÓMO CREAR CUENTAS

10. Ingresamos los datos que nos piden y a continuación hacemos clic en crear cuenta .



Crear una cuenta publicitaria

Nombre de la cuenta

Anuncia en nombre de

Zona horaria

Divisa

Método de pago No hay métodos de pago disponibles

Al crear una cuenta publicitaria, aceptas, en nombre de Ilumno Lab como su representante autorizado, las Condiciones de Facebook, incluidas las condiciones del método de pago seleccionado.

11. Inmediatamente nos da la opción de agregar personas para que administren la cuenta , para agregarlas estas personas deben ser amigos en nuestro perfil de Facebook de lo contrario no será posible agregarlas a la cuenta.

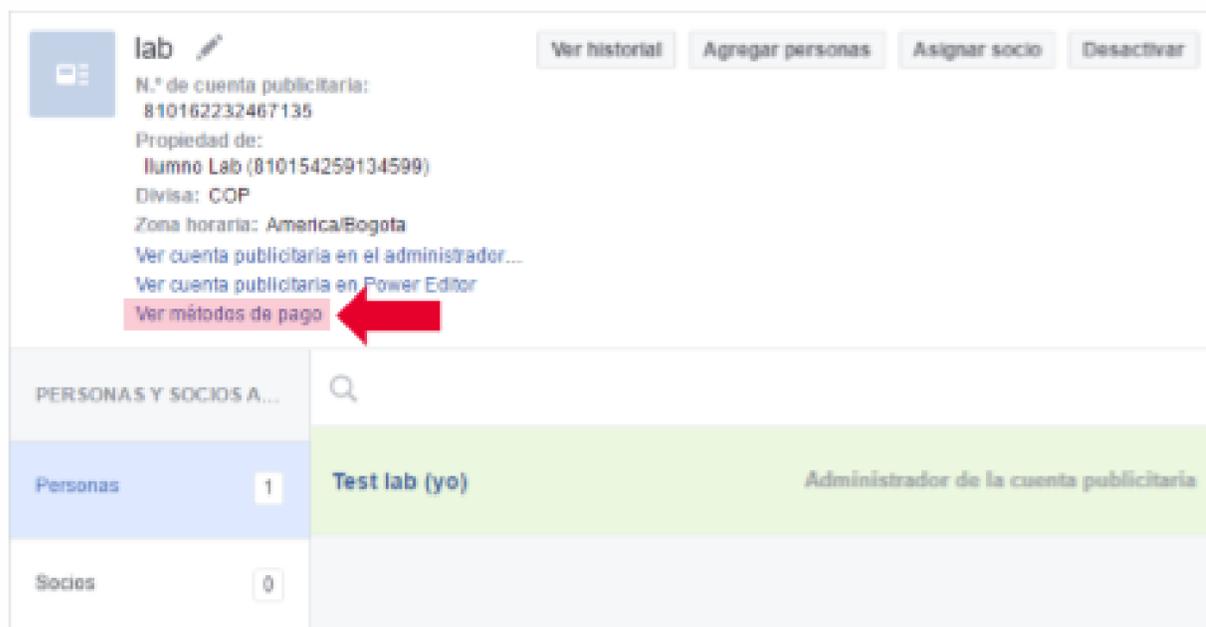


Agregar personas a lab

<input type="checkbox"/>	Persona (1)	Rol predeterminado	Anunciante de la cuenta públic...
<input type="checkbox"/>	Test lab (yo)		

AYUDA CÓMO CREAR CUENTAS

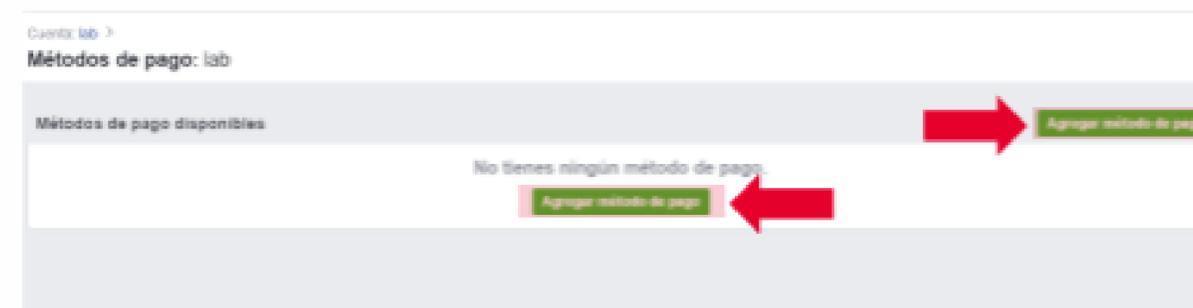
12. Antes de comenzar con nuestras campañas debemos agregar un método de pago, para esto hacemos clic en ver métodos de pago.



The screenshot shows the account management page for 'lab'. At the top, there are buttons for 'Ver historial', 'Agregar personas', 'Asignar socio', and 'Desactivar'. Below these, account details are listed: 'N.º de cuenta publicitaria: 810162232467135', 'Propiedad de: Ilumno Lab (810154259134599)', 'Divisa: COP', and 'Zona horaria: America/Bogota'. There are links for 'Ver cuenta publicitaria en el administrador...', 'Ver cuenta publicitaria en Power Editor', and 'Ver métodos de pago', with a red arrow pointing to the last one. Below the details is a table for 'PERSONAS Y SOCIOS A...':

PERSONAS Y SOCIOS A...		🔍
Personas	1	Test lab (yo) Administrador de la cuenta publicitaria
Socios	0	

13. Seleccionamos agregar método de Pago.

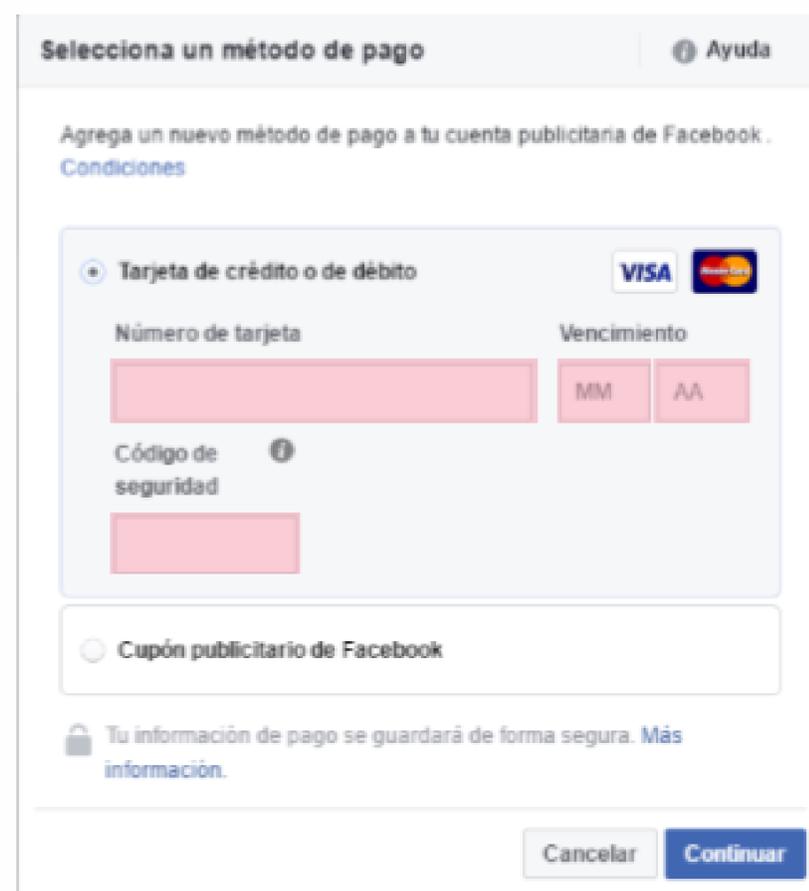


The screenshot shows the 'Métodos de pago' section for the account 'lab'. It displays 'Métodos de pago disponibles' and a message 'No tienes ningún método de pago.' with a red arrow pointing to a green 'Agregar método de pago' button. Another red arrow points to the same button from the right side of the interface.



AYUDA CÓMO CREAR CUENTAS

14. Agregamos la información correspondiente de la tarjeta de crédito a la que se cargara el consumo de las campañas.



The screenshot shows the Facebook interface for selecting a payment method. At the top, it says "Selecciona un método de pago" with an "Ayuda" link. Below that, it prompts the user to "Agregar un nuevo método de pago a tu cuenta publicitaria de Facebook" and provides a link to "Condiciones". There are two main options: "Tarjeta de crédito o de débito" (selected) and "Cupón publicitario de Facebook". The "Tarjeta de crédito o de débito" option includes fields for "Número de tarjeta", "Vencimiento" (MM and AA), and "Código de seguridad". Logos for VISA and MasterCard are visible. A security notice at the bottom states "Tu información de pago se guardará de forma segura. Más información." and there are "Cancelar" and "Continuar" buttons.

15. La cuenta está lista para iniciar con las campañas.



AYUDA CÓMO CREAR CUENTAS

Campaña: Existen 3 objetivos para la creación de campañas, en este caso nos enfocaremos en los de conversión pues es el ideal para lograr resultados de performance.

Reconocimiento	Prestigio
↳ Notoriedad de la marca	↳ Tráfico
✳ Alcance	↳ Interacción
	↳ Descargas de aplicaciones
	↳ Reproducciones de video
	↳ Generación de clientes potenciales

Conversión
✓ Conversiones
↳ Ventas del catálogo de productos
↳ Visitas en el negocio

Conversiones:

Se usa cuando queremos conseguir que el usuario realice una acción específica en nuestra web.

Gracias al pixel de FB Ads podemos determinar los resultados que conseguimos y optimizar nuestras campañas.

