

Glosario de términos

de Meta Ads para Principiantes

1. Meta Ads: La plataforma de publicidad de Facebook que te permite crear anuncios altamente personalizados y dirigidos a audiencias específicas. Puedes mostrar tus anuncios en Facebook, Instagram, Audience Network y Messenger.
2. Segmentación: El proceso de definir y delinear tu público objetivo basado en criterios como edad, género, ubicación, intereses y comportamientos. La segmentación precisa aumenta la relevancia de tus anuncios.
3. CPC (Costo por Clic): La cantidad que pagarás cada vez que alguien haga clic en tu anuncio. Es una métrica clave para medir la eficiencia de tu anuncio en función del tráfico que genera.
4. CPM (Costo por Mil Impresiones): El costo por mil impresiones de tu anuncio. Esto significa que pagarás cada vez que tu anuncio se muestre mil veces, independientemente de si alguien hace clic en él.
5. CTR (Click-Through Rate): La proporción de clics en tu anuncio en relación con las veces que se muestra (impresiones). Un CTR alto indica que tus anuncios son atractivos y relevantes para tu audiencia.
6. Píxel de Facebook: Un fragmento de código que puedes agregar a tu sitio web para rastrear las acciones de los visitantes. Te permite medir conversiones, optimizar anuncios y crear audiencias personalizadas.
7. Público Personalizado: Una audiencia basada en datos propios, como tu lista de correo electrónico, visitantes del sitio web o usuarios de tu aplicación. Permite dirigir tus anuncios a personas que ya están familiarizadas con tu marca.

8. **Público Similar:** También conocido como "Lookalike Audience", es una audiencia generada por Facebook que comparte características con tu audiencia existente. Ayuda a llegar a nuevos usuarios con perfiles similares a tus clientes actuales.
9. **Anuncios de Carrusel:** Un formato que permite mostrar varias imágenes o videos en un solo anuncio. Cada tarjeta del carrusel puede contener su propio enlace y texto.
10. **CTR Clicks:** La proporción de clics en el enlace de tu anuncio en relación con las veces que el enlace se mostró. Indica cuántas personas que vieron tu anuncio también hicieron clic en el enlace.
11. **CPC (Todos):** El costo promedio por clic, incluyendo todos los tipos de clics, como clics en el enlace, clics en cualquier parte del anuncio y más. Te da una idea completa de cuánto estás pagando por la interacción.
12. **Audience Insights:** Una herramienta de Facebook que te permite conocer más sobre tu audiencia objetivo. Proporciona información demográfica, intereses y comportamientos de tus usuarios.
13. **Campañas de Reconocimiento:** Diseñadas para aumentar la visibilidad de tu marca y productos entre una audiencia más amplia. El objetivo principal es generar reconocimiento y familiaridad.
14. **Campañas de Consideración:** Persuaden a las personas a interactuar con tu negocio, como visitar tu sitio web, ver videos o interactuar con tus publicaciones. Buscan construir relaciones más sólidas con la audiencia.
15. **Campañas de Conversión:** Se centran en fomentar acciones específicas, como realizar una compra, suscribirse o completar un formulario. Están diseñadas para lograr resultados concretos.
16. **Reorientación:** También llamada "Retargeting", consiste en mostrar anuncios a personas que han interactuado previamente con tu negocio en línea, como visitar tu sitio web o interactuar con tus anuncios anteriores.

17. CTR de Enlace: La proporción de clics en el enlace de tu anuncio en relación con las veces que el enlace se mostró. Es un indicador clave de cuántas personas que vieron el enlace también hicieron clic en él.

18. Facebook Pixel: Un fragmento de código que ayuda a rastrear las conversiones y optimizar tus anuncios. Puedes medir el rendimiento de tus anuncios en función de las acciones realizadas en tu sitio web.

19. Puja: El monto máximo que estás dispuesto a pagar por tus anuncios. Puedes optar por una puja automática (Facebook optimiza tus anuncios) o manual (configuras tú mismo el valor de la puja).

20. Campaña: Una serie de anuncios diseñados para lograr un objetivo específico, como aumentar la conciencia de marca, generar tráfico al sitio web o aumentar las conversiones.

Estos son algunos términos clave en el mundo de Meta Ads. Profundizar en su comprensión te permitirá navegar por la plataforma de manera más efectiva y lograr resultados exitosos en tus campañas.