

# GUÍA DE ANUNCIOS



## INTRODUCCIÓN

Los anuncios de Facebook son la herramienta #1 que los anunciantes tienen para conectarse directamente con su audiencia, pero crear estos anuncios requiere mucho tiempo y mucho trabajo.

Debido a que hay tantos tipos diferentes de anuncios que puedes crear, cualquier cosa que pueda hacer para agilizar el proceso es de gran ayuda.

Es por eso que a continuación te presento cinco ejemplos de anuncios para tus campañas publicitarias que te ayudarán a crear mejores anuncios de Facebook que estén optimizados para la plataforma y sean consistentes con tu marca

Si deseas inspirarte en otros anuncios relacionados a tu nicho, puedes explorar la plataforma [Big Spy](#), cuenta con una versión free y premium pero te aseguro que la versión gratuita te ayudará a encontrar las mejores ideas.



THALIA ONTIVEROS  
MARKETING DIGITAL



# 1.- IMAGEN DE ANUNCIO

Estas son las recomendaciones que tienes que aplicar al momento de crear tu gráfico para anuncio.



## ESPECIFICACIONES:

- Relación de imagen: 9:16 a 16: 9
- Tipo de archivo: jpg o png
- Texto: truncado a 125 caracteres
- Debe contener un 20% o menos de texto en relación con el contenido de la imagen

Aquí puedes checar que no pase de la regla del 20% >> [Texto anuncios Facebook](#)

## SI TU ANUNCIO TIENE UN ENLACE:

- Relación de imagen: 1.91: 1 a 1: 1
- Resolución recomendada: al menos 1,080 píxeles x 1,080 píxeles

Piensa en cómo hacer para que tu anuncio se destaque en las noticias de tu audiencia, los colores llamativos y el copy son imprescindibles. Recuerda que tus imágenes no deben distraer a los espectadores del objetivo principal de tu anuncio. Cuida que tus imágenes sean de alta resolución y de preferencia utiliza imágenes cuadradas para un menor costo por adquisición (CPA) y aumentar la conversión.



THALIA ONTIVEROS  
MARKETING DIGITAL



## EJEMPLO DE ANUNCIO:



- Texto publicitario claro y conciso que introduce un problema que CANVA puede resolver.
- Una imagen de marca
- Menos del 20% de texto en la imagen
- Titular claro y CTA

En el anuncio de CANVA, te describe en pocas palabras que su marca puede resolver el problema que tienen las personas al no saber el tema de diseño gráfico, a crearlos de manera profesional.

La imagen de su anuncio tiene relación con lo que se describe en el texto, en la parte de abajo el título: PRUEBA CANVA POR 30 DÍAS da entender lo que promociona y el CTA es el botón que lleva a solicitar más información.



THALIA ONTIVEROS  
MARKETING DIGITAL



## 2.- VÍDEO DE ANUNCIO

Los anuncios de vídeo de Facebook te brindan la oportunidad de conectarte con seguidores en un nivel emocional. Te ayudan a contar una historia sobre tu marca y a aumentar el compromiso con tu contenido



### ESPECIFICACIONES:

- Relación de vídeo: 9:16 a 16:9
- Tamaño máximo de archivo: 4 GB
- Duración del vídeo: entre 1 segundo y 240 minutos (recomendado no más de 1 minuto)
- Subtítulos: opcional pero recomendado
- Sonido: opcional pero recomendado

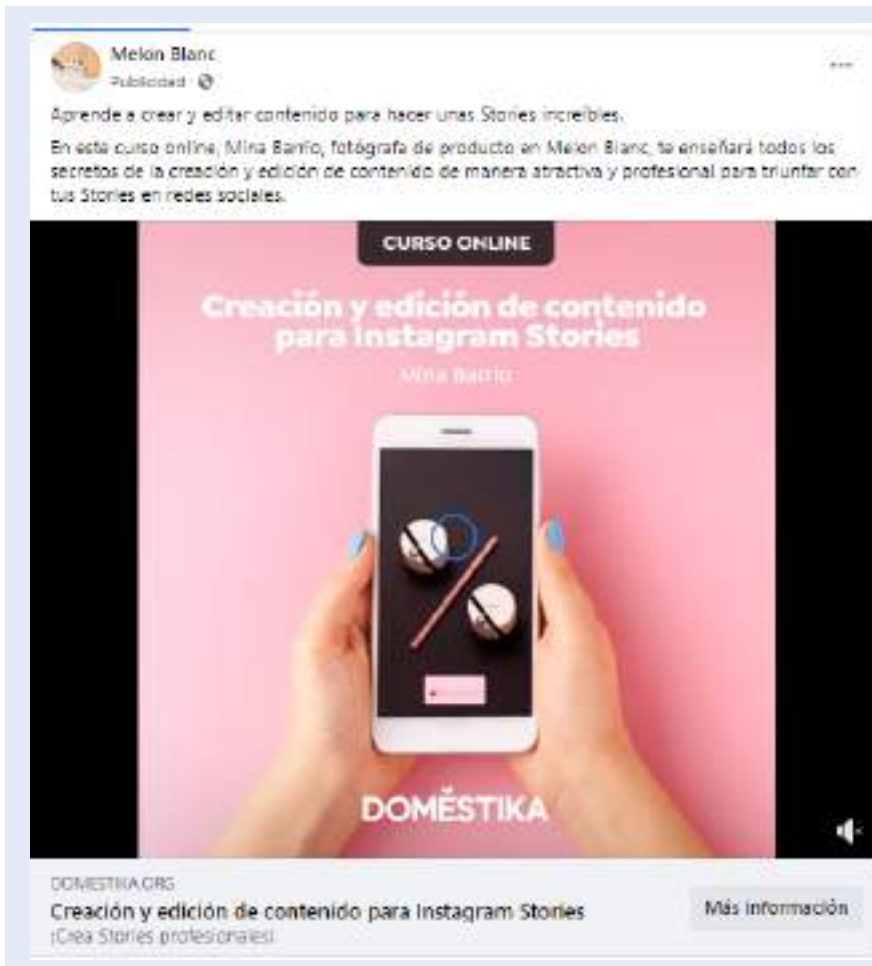
- Graba tu vídeo con la mayor resolución posible. Facebook recomienda compresión H.264, píxeles cuadrados, velocidad de fotogramas fija, exploración progresiva y compresión de audio AAC estéreo de 128 kbps +.
- Crea una atractiva imagen en miniatura que atraiga al espectador.
- Asegúrate de que los espectadores puedan seguirlo con o sin sonido. Agregar subtítulos es la mejor manera de lograr esto.
- Crea un vídeo que funcione bien en computadoras de escritorio y dispositivos móviles. Esto asegura que tu vídeo se pueda ver en cualquier dispositivo, sin sufrir ninguna distorsión debido a la escala..



THALIA ONTIVEROS  
MARKETING DIGITAL



## EJEMPLO DE ANUNCIO:



- Incluye un resumen escrito de lo que se dice en el vídeo.
- Tanto el posicionamiento del altavoz como la imagen en miniatura son atractivos
- Utiliza la marca como telón de fondo para el vídeo
- El vídeo ofrece contenido adicional inteligente como: la manera de crear rápidamente un contenido para tu storie de Instagram.

Este es un ejemplo de un anuncio de vídeo para aprender a diseñar contenido en Instagram stories, utiliza la sección de texto de la publicación para resaltar ciertos aspectos de entrenamiento más atractivos para que llamen la atención del público objetivo. Incluye una propuesta de valor y una explicación.

Agrega un Título atractivo y un CTA para solicitar más información.



THALIA ONTIVEROS  
MARKETING DIGITAL



# 3.- STORIE DE ANUNCIO

Las historias de Facebook son algunas de las opciones más inmersivas que tienes para tus campañas publicitarias. Te ayudan a crear videos auténticos y de bajo costo que se conectan con tu audiencia



El diagrama muestra un ejemplo de un anuncio de historia de Facebook con los siguientes elementos:

- STORY LENGTH COUNTDOWN BAR:** Una barra de progreso blanca en la parte superior.
- LOGO:** Un círculo azul con el texto "LOGO" a la izquierda y un icono de "X" a la derecha.
- VIDEO SECTION:** Una sección central con un botón de reproducción (triángulo blanco en un círculo azul).
- LEARN MORE:** Un botón con un icono de flecha hacia arriba.
- WEBSITE URL:** Una barra blanca en la parte inferior con un icono de tres puntos a la derecha.

**ESPECIFICACIONES:**

- Duración: entre 5 y 120 segundos
- Ancho mínimo de vídeo: 500 px
- Relaciones de aspecto: 9:16 y 4: 5 a 1.91: 1 (se prefiere 9:16 para la capacidad de respuesta móvil)
- Deja el 14% (250 píxeles) en la parte superior e inferior libre de logotipos y texto
- Mantén 250 px en la parte superior e inferior libre de información importante para que no esté bloqueado por el logotipo y las secciones "aprender más" de todas las historias de Facebook.

- Usa tu historia para conectarte con los clientes y aliéntelos a hacer clic para obtener más información.
- Usa menos copy. Tus clientes no esperarán explicaciones largas, así que las imágenes necesitan hablar por sí mismas.



THALIA ONTIVEROS  
MARKETING DIGITAL



## EJEMPLO DE ANUNCIO:



- Espacio restante para el logotipo y la barra de cuenta regresiva que indica a los espectadores cuánto tiempo se mostrará el anuncio
- Texto mínimo pero impactante que admite la CTA en la parte inferior
- El contenido del anuncio permanece en la regla del 14%
- Visualmente consistente con la marca
- Utiliza un CTA personalizado

Este ejemplo es un anuncio de historia que promueve el consumo del producto, .



THALIA ONTIVEROS  
MARKETING DIGITAL



## 4.- SECUENCIA DE ANUNCIO

Con los anuncios de carrusel, puedes crear una serie de imágenes o videos que cuentan una historia sobre tu marca. Los anuncios de carrusel son excelentes herramientas para aumentar el compromiso, recorrer las características de un producto y alentar a los clientes potenciales a registrarse.



ESPECIFICACIONES:

- Entre 2 y 10 imágenes
- Duración del video: hasta 240 minutos. (Recomendado no más de 1 minuto)
- Resolución recomendada: al menos 1080 x 1080px
- Tamaño máximo de archivo de imagen: 30 MB
- Título de imagen individual: 40 caracteres como máximo
- Descripción del enlace de imagen individual: 20 caracteres máximo

- Asegúrate de que cada imagen sea visualmente distinta del resto. Esto ayuda a diferenciar cada tarjeta y fomenta el compromiso.
- Utiliza titulares, descripciones de enlaces y texto de CTA para proporcionar contexto sobre la oferta individual que se muestra en cada imagen.
- Crea una narrativa sobre tu empresa o producto que progrese a través de cada tarjeta.
- Proporciona una descripción general de tu servicio o profundice en las características de un solo producto.



THALIA ONTIVEROS  
MARKETING DIGITAL



## EJEMPLO DE ANUNCIO:



- Logotipo reconocible
- Texto conciso
- Imágenes visualmente distintas
- Titulares, texto y CTA específicos de imágenes
- El título y la descripción del enlace se centran en el objetivo de conversión del anuncio (nuevas compras)

En este ejemplo, utilizaron este anuncio de secuencia para resaltar los diferentes productos en oferta. La copia del texto de la publicación es corta, lo que facilita a los usuarios de Facebook concentrarse en las imágenes.

Se habla sobre distintos modelos en cada imagen posteriores, cada una con su propia imagen, título y descripción de enlace. Sin embargo, el CTA para cada tarjeta se vincula al sitio web de la marca



THALIA ONTIVEROS  
MARKETING DIGITAL



# 5.- COLECCIÓN DE ANUNCIO

Los anuncios de colección te permiten exhibir una serie de productos, lo que brinda a los usuarios de Facebook la posibilidad de explorar tu tienda desde su dispositivo móvil. Con cuatro plantillas estándar, puede adaptar la experiencia a un objetivo de adquisición o conversión preciso.



## ESPECIFICACIONES:

- Titular: 25 caracteres
- Texto: 90 caracteres.
- Se aplican todas las especificaciones de imagen y vídeo
- La imagen de portada o el video que se muestra en tu anuncio es el primer activo de la experiencia post-clic en pantalla completa.

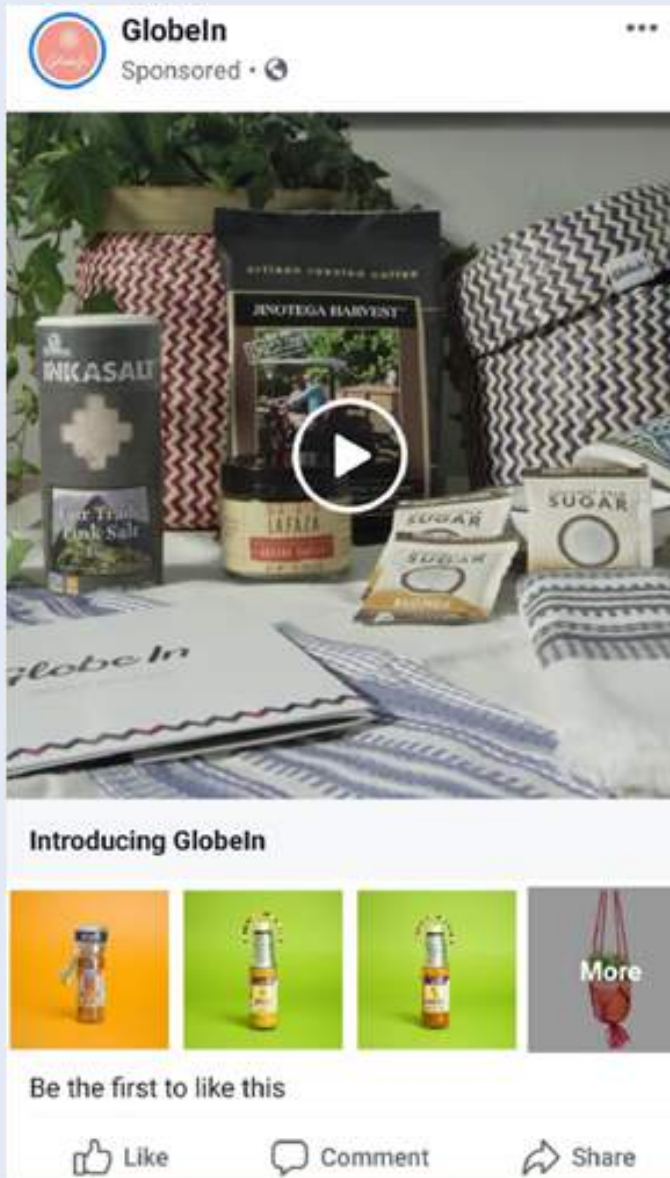
- Asegúrate de que las series de imágenes y vídeos sean distintas entre sí y visualmente atractivo.
- Muestra tu personalidad, así como los productos o servicios que vende tu empresa. Cuando eres específico con los logotipos, colores y fuentes que se utilizan, ayudas a los clientes a crear asociaciones positivas con tu marca.
- Debido a que el destino de este anuncio es una experiencia instantánea, centra el contenido en generar interés en tu marca o aumentar la intención de compra de un producto en particular.



THALIA ONTIVEROS  
MARKETING DIGITAL



## EJEMPLO DE ANUNCIO:



- Miniatura atractiva para el vídeo principal
- Titular reescribe la marca
- Imágenes secundarias visualmente distintas
- Las imágenes secundarias respaldan el contenido del video al presentar productos individuales

Para este anuncio de colección, la compañía de cajas de suscripción de estilo de vida Globeln presenta un video que explora una de sus cajas.

El anuncio muestra los diferentes productos que se incluyen en el cuadro, vinculando cada imagen con más información sobre un producto específico.

Diferencian el tipo de producto que se muestra en el anuncio mediante el uso de fondos de diferentes colores. Esta crea una distinción visual para cada producto y hace que el anuncio sea más poderoso.



THALIA ONTIVEROS  
MARKETING DIGITAL

