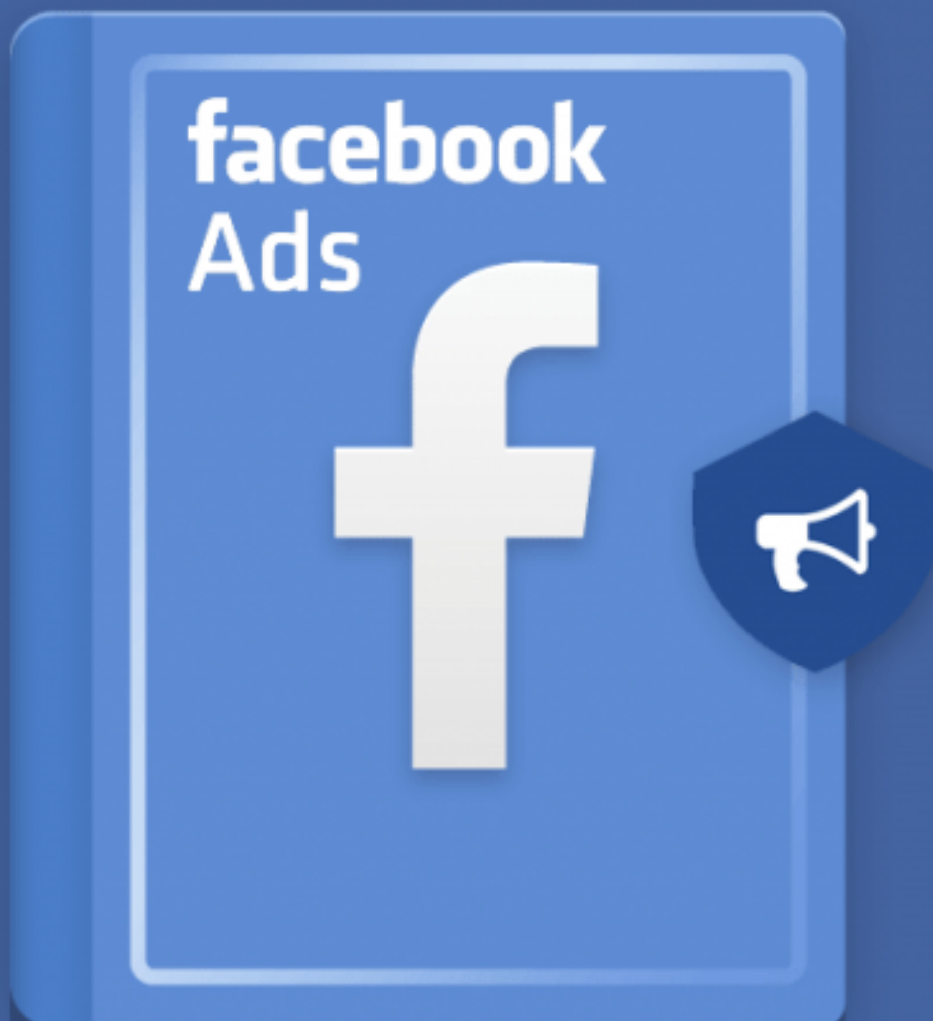




**THALIA
ONTIVEROS**
MARKETING DIGITAL

GLOSARIO

FACEBOOK ADS





**THALIA
ONTIVEROS**
MARKETING DIGITAL

ALCANCE: Número de personas que vieron tu anuncio al menos una vez.

AUDIENCE NETWORK: La red de público, es una red de editores de aplicaciones para celulares y para web móvil que Facebook aprobó para mostrar anuncios en sus aplicaciones.

CLICS (Todos): Números de clics en tu anuncio.

- Clics en el enlace
- Clics en el perfil de la página de empresa asociada o en la foto del perfil
- Reacciones de la publicación (como Me gusta y Me encanta)
- Comentarios y contenido compartido
- Clics para expandir elementos multimedia (como fotos) a pantalla completa
- Clics para realizar acciones que corresponden con el objetivo de campaña que elegiste (como Me gusta de la página en una campaña de interacción con la página)

CLICS SALIENTES: Número de clics en enlaces que dirigen a las personas fuera de las propiedades de Facebook.

CPC: Costo Promedio Clic en el enlace.

CPM: Costo Por Mil personas alcanzadas.

CTR: Porcentaje de Clics en el enlace.

CUENTA PUBLICITARIA: Agrupamiento de toda tu actividad publicitaria específica. Tu cuenta publicitaria incluye diferentes campañas, anuncios e información de facturación.

DIVISA DE LA CUENTA: Es la divisa que utiliza la cuenta publicitaria. En Facebook se admite una gran cantidad de divisas distintas de todo el mundo a la hora de realizar pagos de anuncios.

ENTREGA: Estado actual de la entrega de la campaña, el conjunto de anuncios o el anuncio.

ESTADO: Las campañas, los conjuntos de anuncios y los anuncios pueden estar activados o desactivados. Ten en cuenta que, si la campaña está desactivada, tendrás que activarla para poner en circulación los conjuntos de anuncios y los anuncios.

FINALIZACIÓN: Fecha en la que tu campaña terminó o está programada para terminar. La fecha de finalización de una campaña se basa en el calendario que elegiste en el conjunto de anuncios de la campaña.

FRECUENCIA: Promedio de veces que cada persona vio tu anuncio.

GENERACIÓN DE CLIENTES POTENCIALES: Generar clientes potenciales consiste en hacer despertar el interés por los productos o servicios de un negocio. En Facebook, puedes crear campañas con el objetivo de generación de clientes potenciales, que permite a los consumidores completar un formulario, conocido como "formulario instantáneo", con su información de contacto. También puedes hacer un seguimiento de los eventos de conversión de clientes potenciales en tu sitio web mediante el píxel de Facebook.

IDENTIFICADOR DE LA CAMPAÑA: Número de identificación único de la campaña publicitaria que ves en el informe. La campaña contiene conjuntos de anuncios y anuncios.

IDENTIFICADOR DE LA CUENTA: Número de identificación único de tu cuenta publicitaria, donde se concentra toda tu actividad publicitaria. Tu cuenta publicitaria incluye tus campañas, anuncios e información de facturación.

IDENTIFICADOR DEL ANUNCIO: Identificador único del anuncio que ves en el informe

IMPORTE GASTADO: Cantidad total estimada de dinero que gastaste en tu campaña, conjunto de anuncios o anuncio durante su calendario.

IMPRESIONES: Número de veces que tus anuncios aparecieron en la pantalla.

IVA: IVA es la sigla del impuesto al valor agregado. La mayoría de los negocios de la Unión Europea están sujetos al impuesto al valor agregado (IVA), y el número de registro de IVA ofrece un identificador único para el cobro y el pago del IVA a los organismos fiscales correspondientes.

LÍMITE DE FACTURACIÓN: Gracias a los límites de facturación, puedes definir cuándo quieres que Facebook te cobre por tus anuncios en función de lo que gastas.

LÍMITE DE GASTO DE LA CAMPAÑA: Al fijar un límite de gasto, puedes establecer el importe máximo que se gastará en tu campaña. La campaña se detiene cuando se alcanza el límite de gasto que definiste.

MÉTODOS DE PAGO: Métodos de pago verificados que puedes agregar a tu cuenta de Facebook para pagar anuncios. Puedes ver todas las tarjetas de crédito y los cupones publicitarios que tienes activos en la pestaña **Métodos de pago** de la cuenta publicitaria.

NOMBRE DE LA CAMPAÑA: Nombre de la campaña publicitaria que ves en el informe. La campaña contiene conjuntos de anuncios y anuncios.

NOMBRE DE LA CUENTA: Nombre de tu cuenta publicitaria, donde se concentra toda tu actividad publicitaria. Tu cuenta publicitaria incluye tus campañas, anuncios e información de facturación.

NOMBRE DEL ANUNCIO: Nombre del anuncio que ves en los informes.

NOMBRE DEL CONJUNTO DE ANUNCIOS: Nombre del conjunto de anuncios que ves en el informe. Un conjunto de anuncios es un grupo de anuncios que comparten el presupuesto, el calendario, la optimización de entrega y la segmentación.

OBJETIVO: El objetivo que refleja la meta que quieres lograr con la publicidad. En algunos casos, puede ser distinto del objetivo seleccionado de la campaña.

PRESUPUESTO: Importe máximo que quieres gastar en tus conjuntos de anuncios o campañas en promedio cada día o durante la totalidad de los conjuntos de anuncios o campañas programados.



**THALIA
ONTIVEROS**
MARKETING DIGITAL

PRESUPUESTO DIARIO: El presupuesto diario es el importe medio que indicaste que estás dispuesto a gastar en un conjunto de anuncios concreto por día. Si tienes más de un conjunto de anuncios activo en tu cuenta, ten en cuenta que cada uno contará con su propio presupuesto.

PÚBLICO: Un público es un grupo de personas que podrían ver tus anuncios de Facebook. Al elegir un público objetivo para tu conjunto de anuncios, puedes crear un nuevo público o usar un público guardado.

ESTRATEGIA DE PUJA: Cómo quieres que Facebook pueje en la subasta según tus objetivos de costo y la optimización para la entrega de anuncios. Se mostrará como menor costo, límite de costo, límite de puja, costo objetivo o ROAS mínimo, según tu selección de control de costo o ROAS.

ROAS: Retorno de la inversión en publicidad (ROAS) total de las compras, según la información recibida de una o varias de las herramientas empresariales de Facebook conectadas como resultado de tus anuncios.

SEGMENTACIÓN: Proceso que consiste en definir un público para tus anuncios..

THRUPLAYS: Número de veces que se reprodujo tu video completo o durante al menos 15 segundos

FUNCIONALIDADES DE FACEBOOK ADS

BUSINESS MANAGER: Es el administrador comercial para gestionar páginas de fans, cuentas de publicidad, catálogos, píxeles y mucho más de forma organizada. El Business Manager puede ser utilizado tanto para agencias/freelances que gestionan a clientes como por los propios clientes.

CUENTA PUBLICITARIA: Las cuentas de publicidad son la plataforma a través de la cual podemos tener nuestro píxel, públicos y administrador de anuncios para gestionar campañas de publicidad. Todos los usuarios de Facebook tienen una cuenta de publicidad aunque no la tengan configurada.

FACEBOOK PÍXEL: El Facebook Píxel es un código invisible que instalamos en nuestra página web para que Facebook pueda rastrear todas las visitas y conversiones de los usuarios de su red social. El Facebook Píxel se genera teniendo un código de base que medirá siempre las visitas (este lo instalas en toda tu web) y luego agregando eventos en función de las acciones que realizan los usuarios. Los eventos más utilizados son: "Ver contenido", "Compra", "Añadir al carrito" y "Generación de potencial cliente".



**THALIA
ONTIVEROS**
MARKETING DIGITAL

FASE DE APRENDIZAJE: La fase de aprendizaje es un método que utiliza Facebook para mostrar nuestros anuncios a personas que tienen más posibilidad de convertir con uno de nuestros eventos (lead, compra, etc.). La fase de aprendizaje termina cuando consigues las primeras 50 conversiones en una semana, aunque es cierto que aun sin conseguir las 50 conversiones la fase de aprendizaje puede terminar y acto seguido verás que los resultados se desplomarán (subida de precio y poca o ninguna conversión). En este momento tendrás que optimizar tu campaña cambiando segmentación o los propios anuncios. Durante la fase de aprendizaje es recomendable que no hagas ningún cambio porque de lo contrario se reinicia el proceso de aprendizaje.