



Ads: Facebook, Twitter, Instagram

La publicitat a les xarxes socials



**Servei de
Desenvolupament
Empresarial**

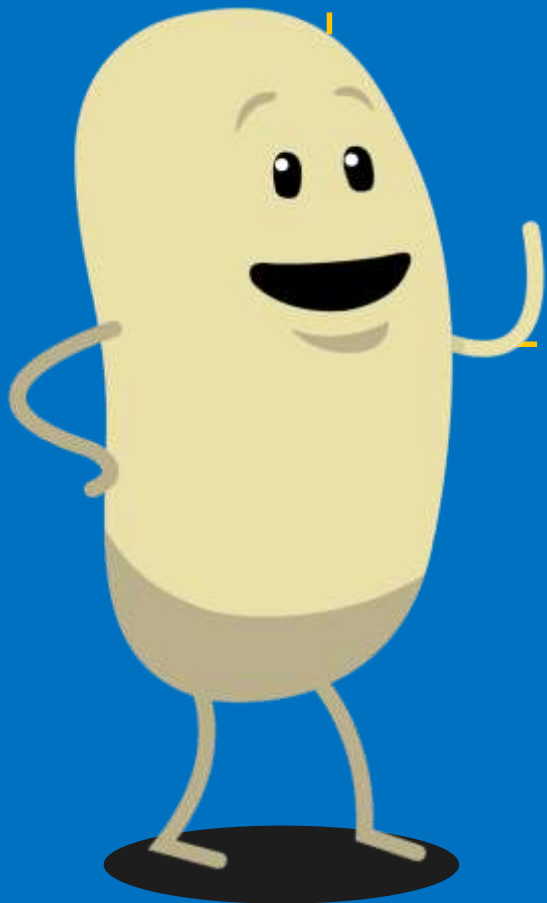


Prof. Montserrat Peñarroya
Novembre 2020

Continguts de la sessió

- Per què ens interessa la publicitat a les xarxes socials?
- Les principals xarxes socials: Facebook, Twitter i Instagram.
- Com funcionen Facebook i Instagram
- Alguns exemples
- Com funciona Twitter
- Com crear sistemes positius de publicitat

PER QUÈ ÉS IMPORTANT LA PUBLICITAT A LES XARXES?



Publicitat orienta a perfils

- Si el SEO funciona, aquesta és la millor tècnica del marketing digital, pero... A vegades no hi ha cerques del que necessitem.
- La publicitat a Google s'orienta a paraules de cerca... A continguts relacionats amb els que l'usuari està buscant. **Però què passa si el que volem vendre no té cerques?**

Cas Grau en Emprenedoria Digital

DIGITAL BUSINESS BCN CAT - Informe de palabras clave de búsqueda															
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1	DIGITAL BUS	NESS BCN CAT - Informe de palabras clave de búsqueda													
2	4 de marzo de 2019 - 2 de abril de 2019														
3	Estado de la	Palabra clave	Código de m	Estado	Conversi	Coste/co	Detalles de la	URL final	URL fin.	Clics	Impresiones	CTR	CPC medio	Coste	Tasa de
4	Habilitado	"ade de tres anys"	USD	Volumen de	0	0	Aprobado			0	0	--	--	0	0,
5	Habilitado	+ade +innovacio +digital	USD	Volumen de	0	0	Aprobado			0	0	--	--	0	0,
6	Habilitado	+ade +lideratge	USD	Volumen de	0	0	Aprobado			0	0	--	--	0	0,
7	Habilitado	+estudiar +gestio +digital	USD	Volumen de	0	0	Aprobado			0	0	--	--	0	0,
8	Habilitado	+grau +emprenedors	USD	Volumen de	0	0	Aprobado			0	0	--	--	0	0,
9	Habilitado	+ade +digital +business	USD	Apto	0	0	Aprobado			0	1	0,00%	--	0	0,
10	Habilitado	"ade en tres anys"	USD	Volumen de	0	0	Aprobado			0	0	--	--	0	0,
11	Habilitado	+estudiar +digital +business	USD	Apto	0	0	Aprobado			0	0	--	--	0	0,
12	Habilitado	+estudiar +emprenedoria	USD	Volumen de	0	0	Aprobado			0	0	--	--	0	0,
13	Habilitado	"ade en angles"	USD	Casi nunca se	0	0	Aprobado			0	8	0,00%	--	0	0,
14	Habilitado	+grau +liders +digitals +barcelona	USD	Volumen de	0	0	Aprobado			0	0	--	--	0	0,
15	Habilitado	+grau +digital +business +barcelona	USD	Volumen de	0	0	Aprobado			0	0	--	--	0	0,
16	Habilitado	+ade +lideratge +digital +barcelona	USD	Volumen de	0	0	Aprobado			0	0	--	--	0	0,
17	Habilitado	+grau +digital +business	USD	Volumen de	0	0	Aprobado			0	0	--	--	0	0,
18	Habilitado	+grau +ade +angles	USD	Volumen de	0	0	Aprobado			0	0	--	--	0	0,
19	Habilitado	+grau +empreses +digitals +barcelona	USD	Volumen de	0	0	Aprobado			0	0	--	--	0	0,
20	Habilitado	+estudiar +emprenedors	USD	Volumen de	0	0	Aprobado			0	0	--	--	0	0,
21	Habilitado	"ade en 3 anys"	USD	Volumen de	0	0	Aprobado			0	0	--	--	0	0,
22	Habilitado	+grau +lideratge +digital +barcelona	USD	Volumen de	0	0	Aprobado			0	0	--	--	0	0,

Els ecosistemes publicitaris

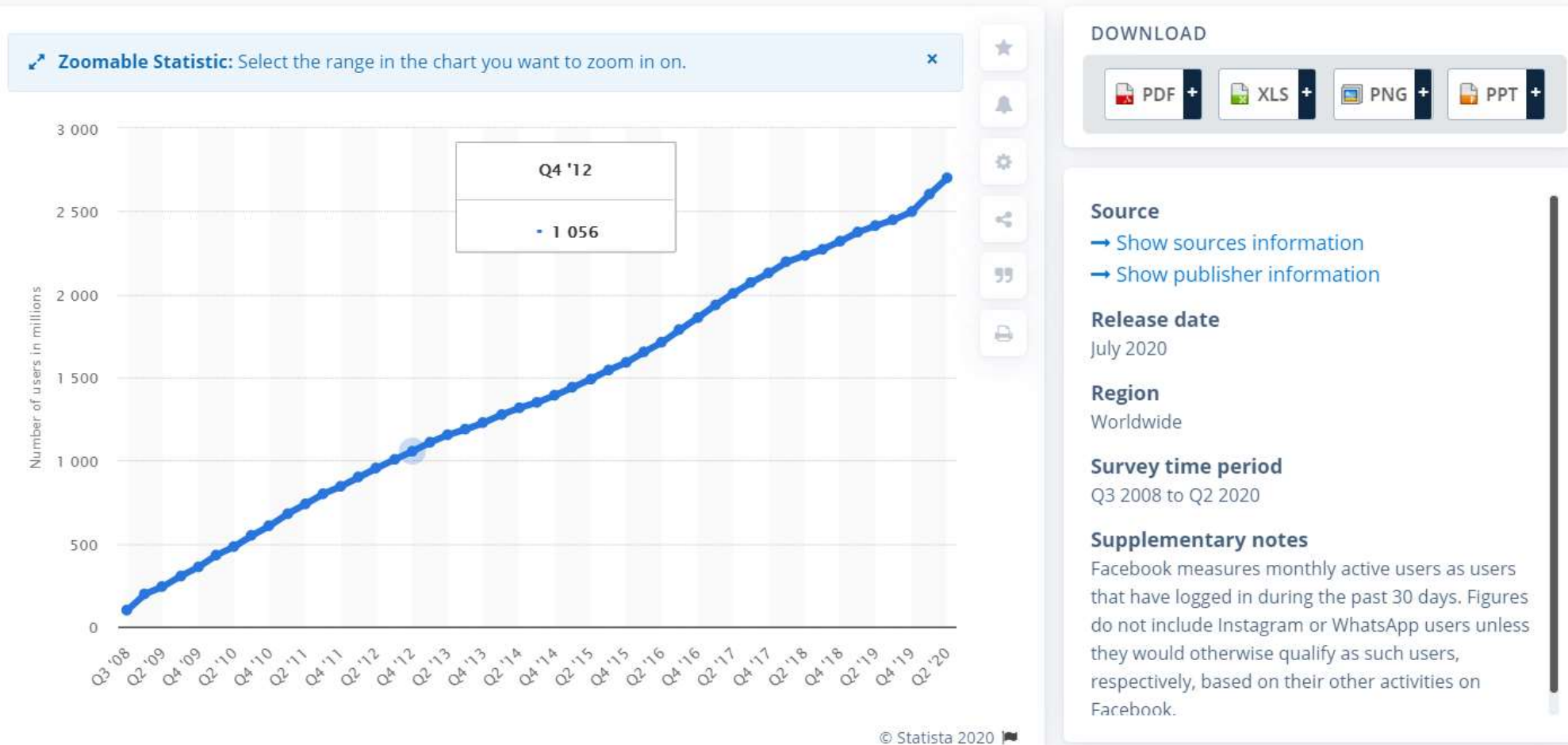
- **Ecosistema Google:** Google, Youtube i totes les webs associades a Google Adsense
- **Ecosistema Facebook:** Facebook i Instagram
- **Ecosistema LinkedIn:** LinkedIn, Lynda, Slideshare → molt interessant per formació i pel B2B.
- **Twitter**

Ecosistema Facebook

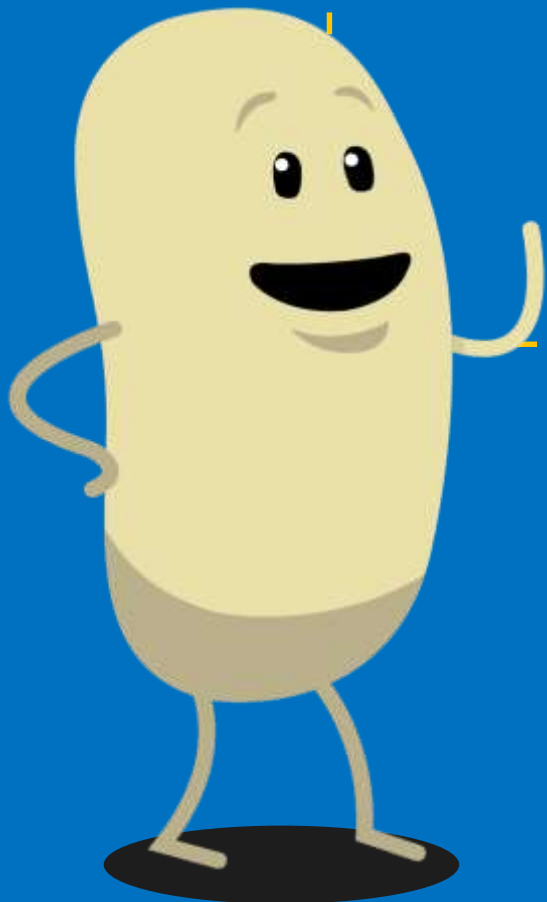
Internet > Social Media & User-Generated Content

Number of monthly active Facebook users worldwide as of 2nd quarter 2020

(in millions)

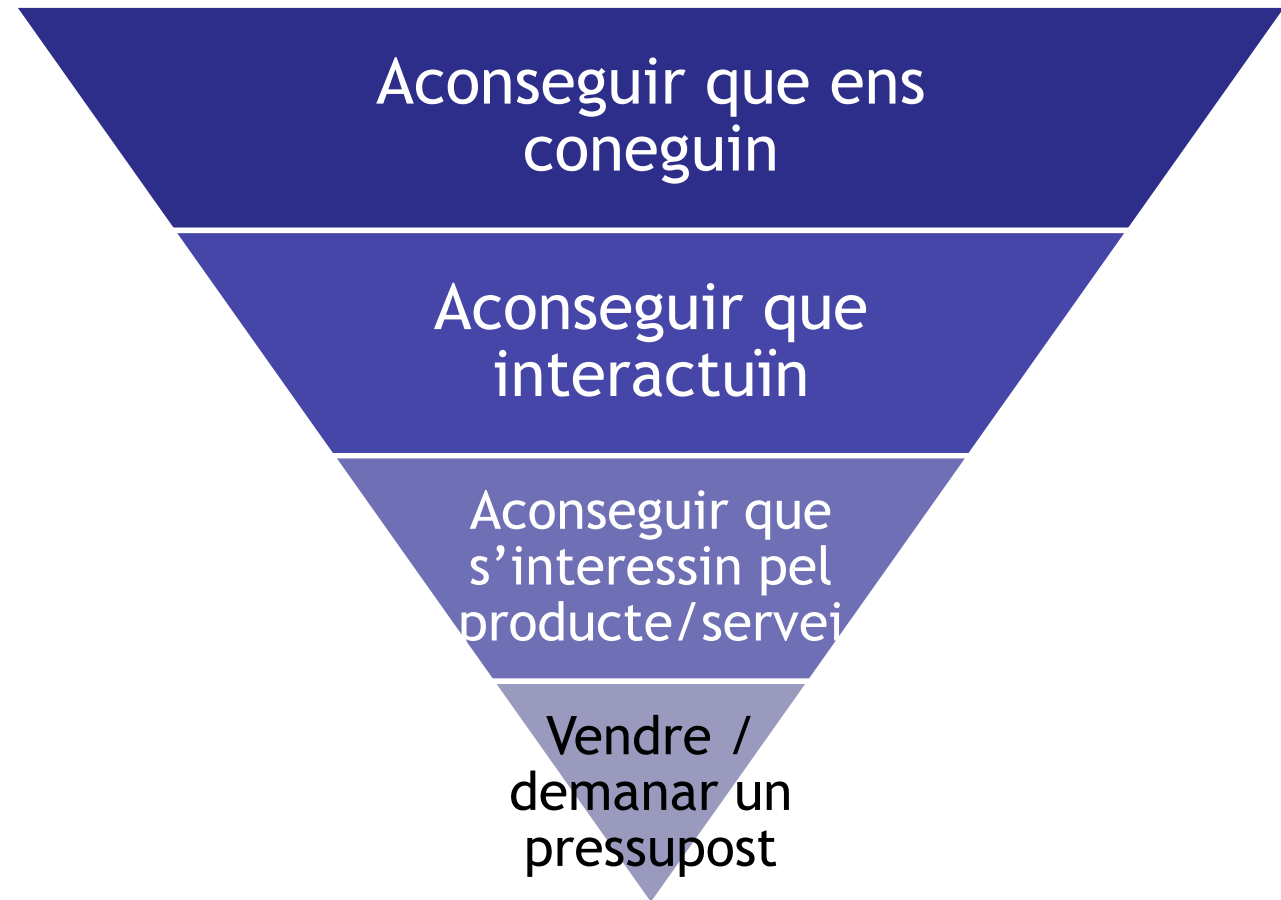


OBJECTIUS DE LA PUBLICITAT

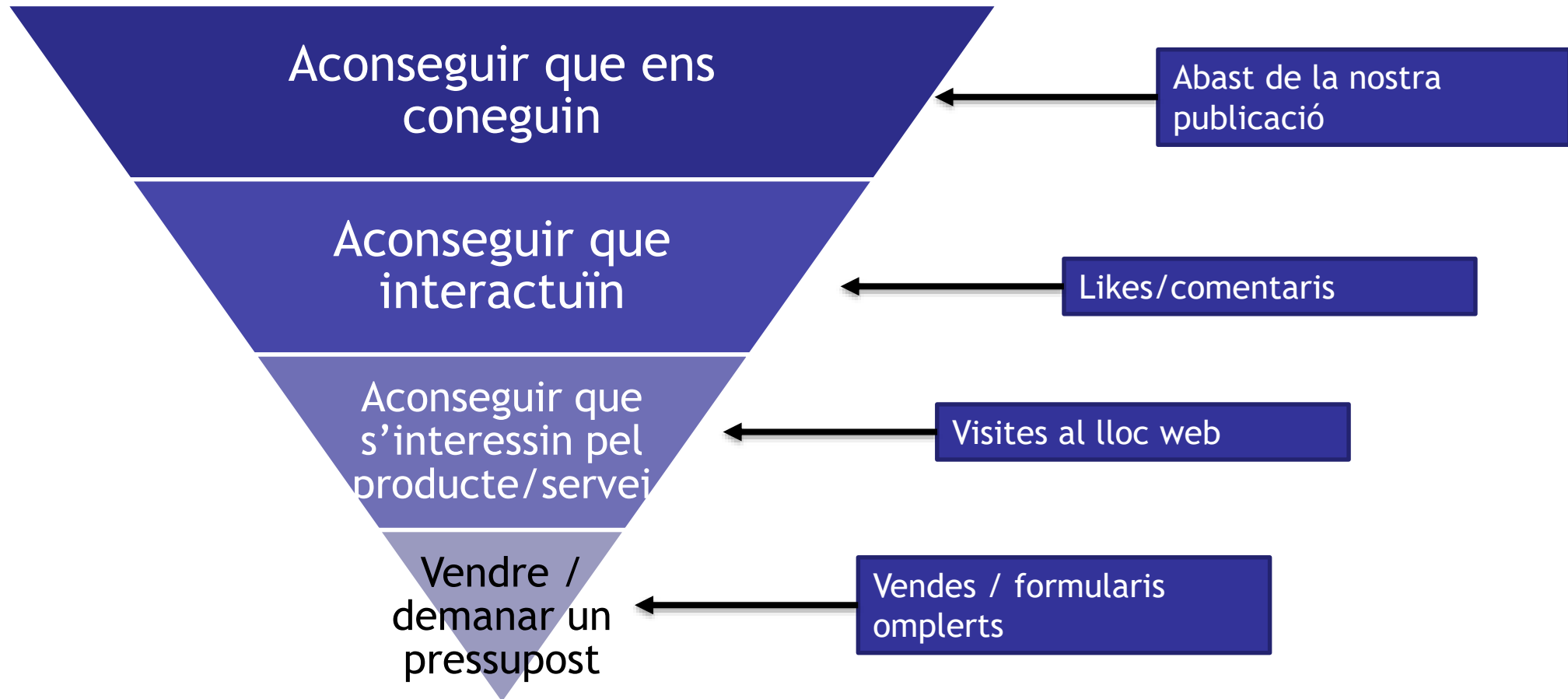


Facilitar l'embut de vendes

- La publicitat ajudar a portar visites a les diferents parts del nostre embut de vendes.



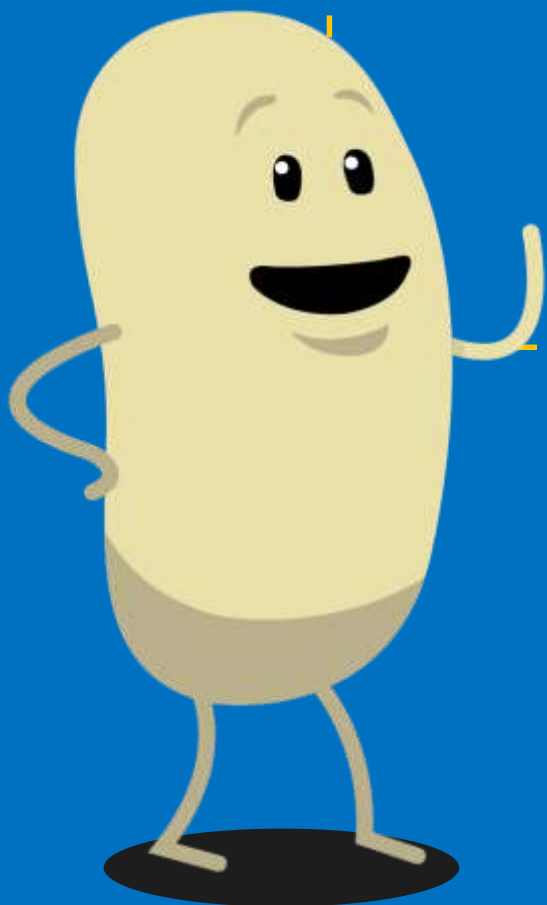
Quan comencem una campanya hem de saber què volem...

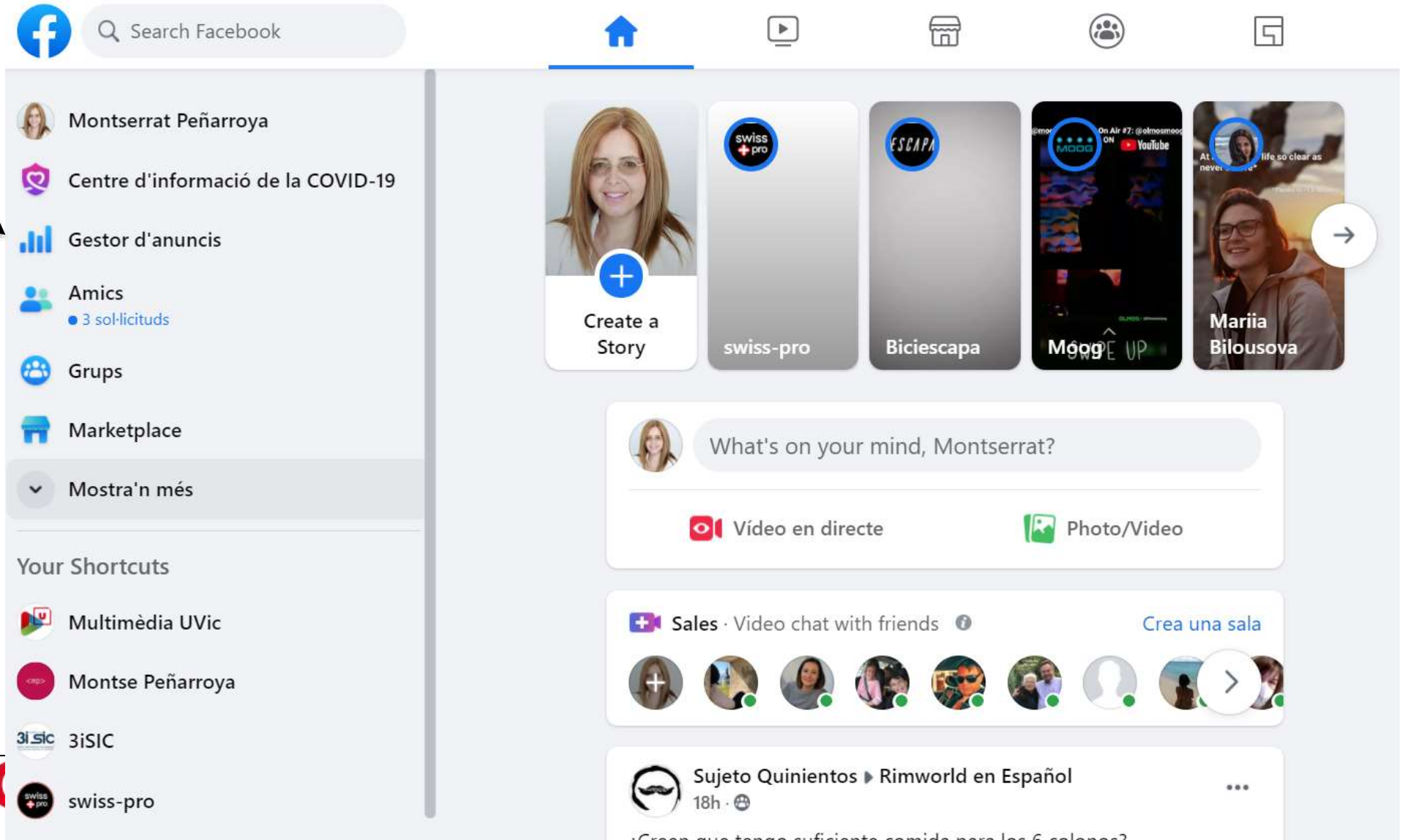


Dibuixa el teu embut de vendes

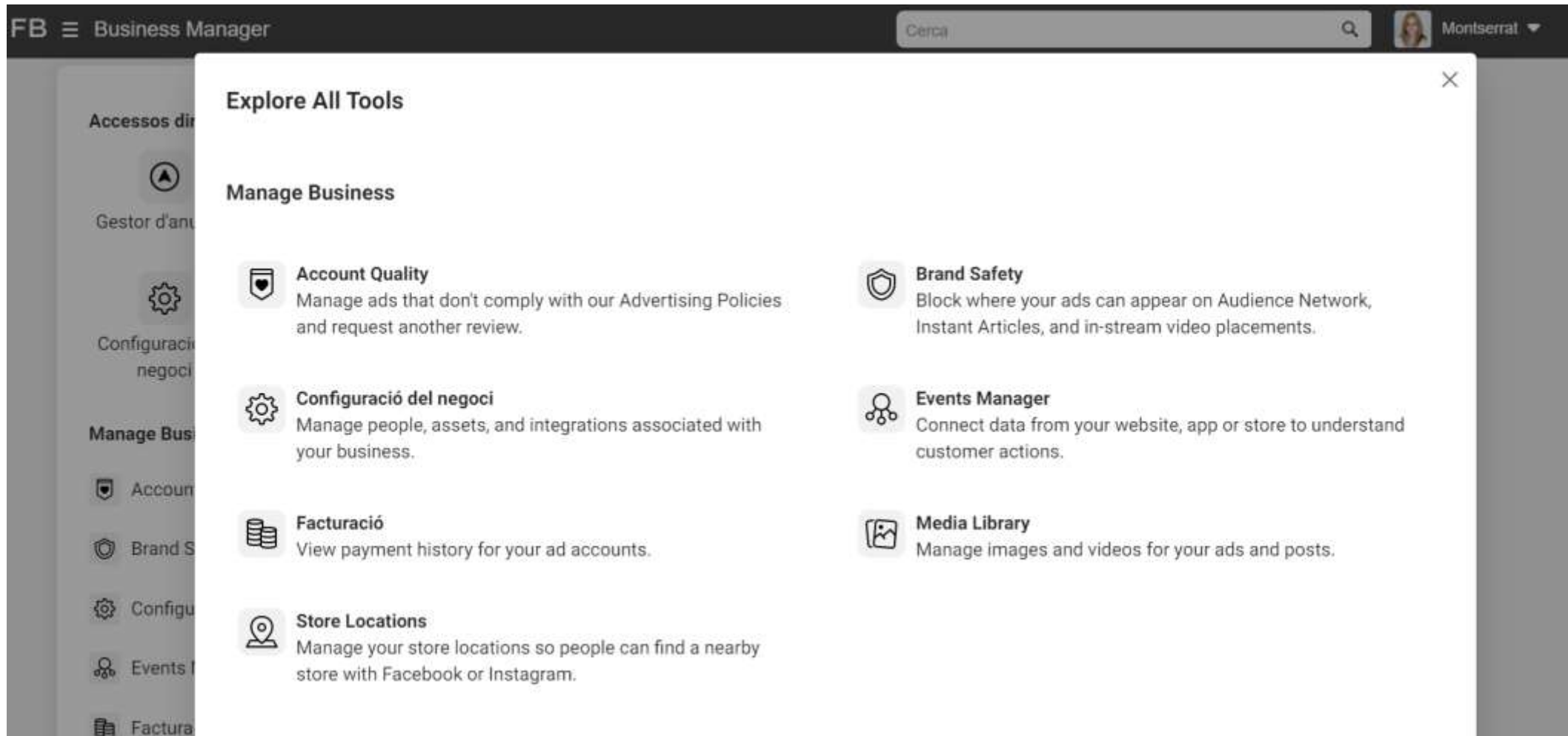
- Dibuixa el teu embut i mira quins processos tens en funcionament per anar passant gent de la part alta de embut, cap a la part baixa.

LA PUBLICITAT A FACEBOOK





El gestor d'anuncis - Business Manager



Publicitat a Facebook

Quadrant Alfa () Updated ara mateix Discard Drafts Review and Publish

A partir del 30 de abril de 2019, eliminarem los resultados que están obsoletos y los sustituiremos por otros más claros y prácticos. Te recomendamos que obtengas información sobre los resultados que los sustituirán y que los empieces a utilizar lo antes posible. Más información

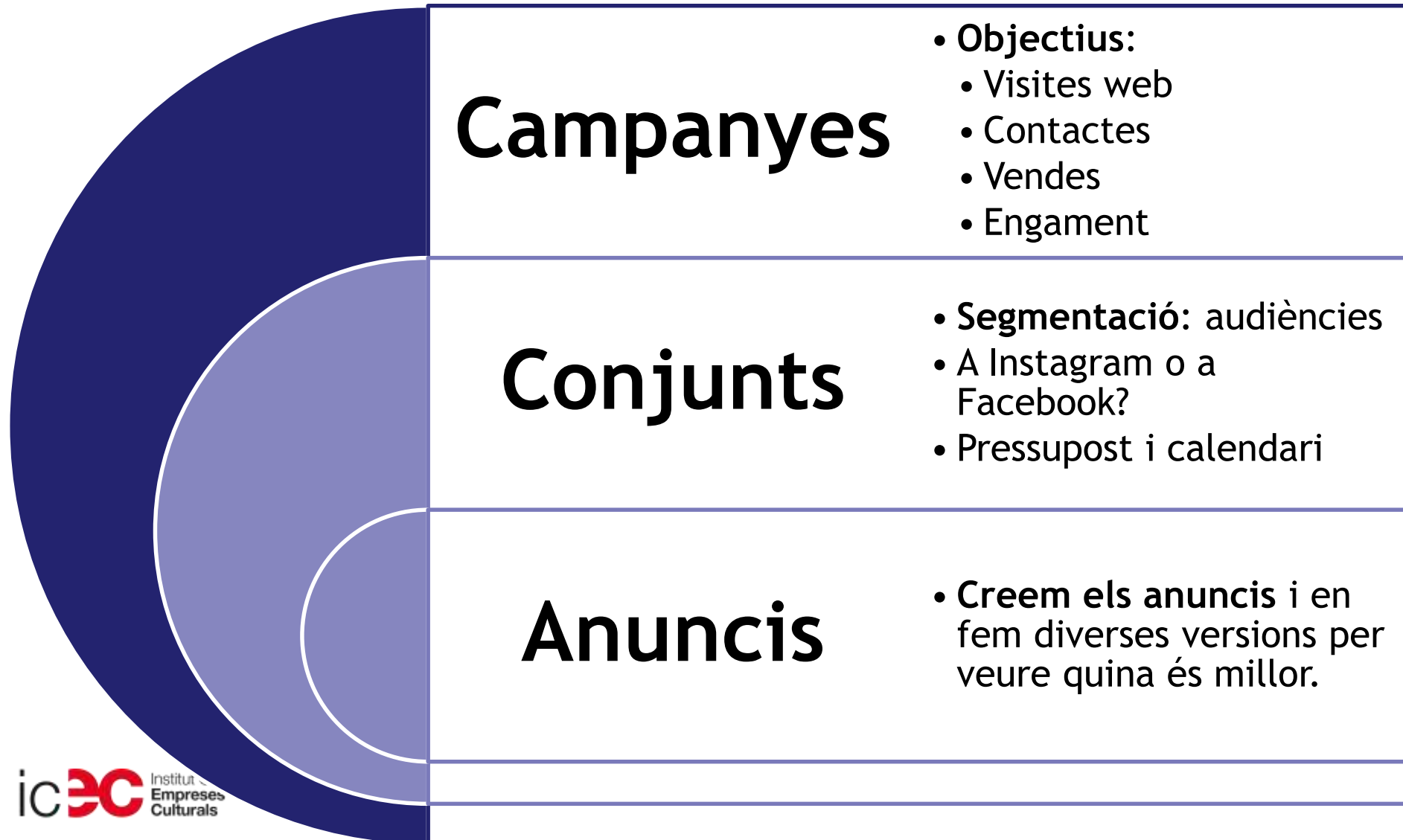
Cerca Filtres + Add filters to narrow the data you are seeing. 1 Febr. 2019 – 31 Març 2019

Account Overview **Campanyes** Ad Sets Anuncis

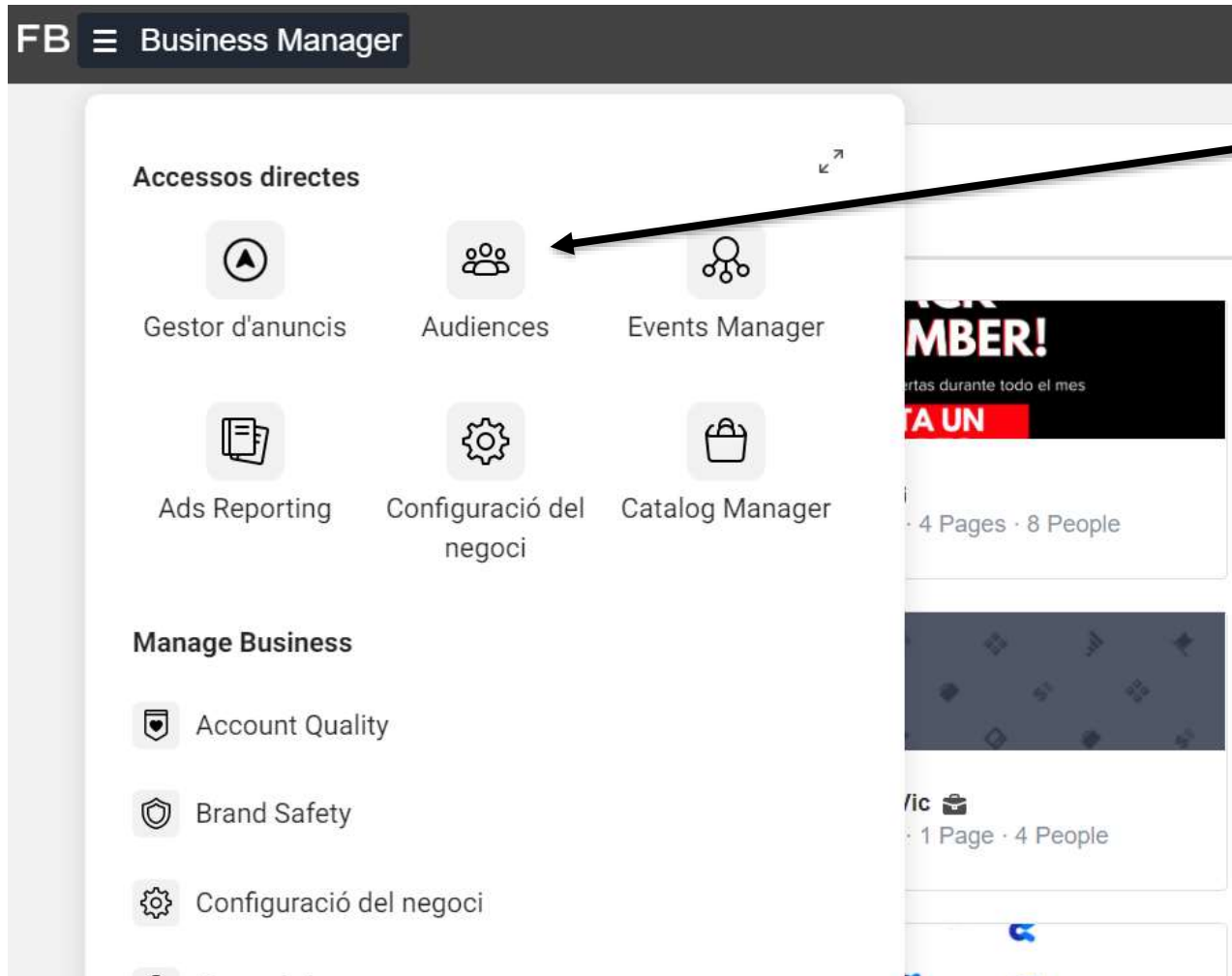
+ Crea Duplicat Edita Rules View Setup Columns: Rendiment Desglossament Informes

		Nom de la campanya		Lliurament	Pressupost	Resultats	Abast	Impressions	Cost per Result	Quantitat gastada	Ends	Freqüència
☐	☐	www.wordpressbcn.com - amb vídeo		Inactive	60,00 € Temps de vida	5 Leads (Form)	7262	8971	12,00 € Per Lead (F...	60,00 €	21 Febr. 2019	1,24
☐	☐	Sabadell 5000 conversions a change.org		Inactive	30,00 € Diàriament	1557 Views Content	84 009	140 482	0,21 € Per View Co...	327,26 €	En curs	1,67
☐	☐	www.wordpressbcn.com - Clics en el sitio web		Inactive	60,00 € Temps de vida	22 Link Clicks	7970	8142	0,43 € Per Link Click	9,52 €	11 Febr. 2019	1,02
		► Results from 3 campaigns 				—	98 423 Gent	157 595 Total	—	396,78 € Despesa total		1,60 Per persona

El menú de publicitat, explicat



Crear un públic a Facebook



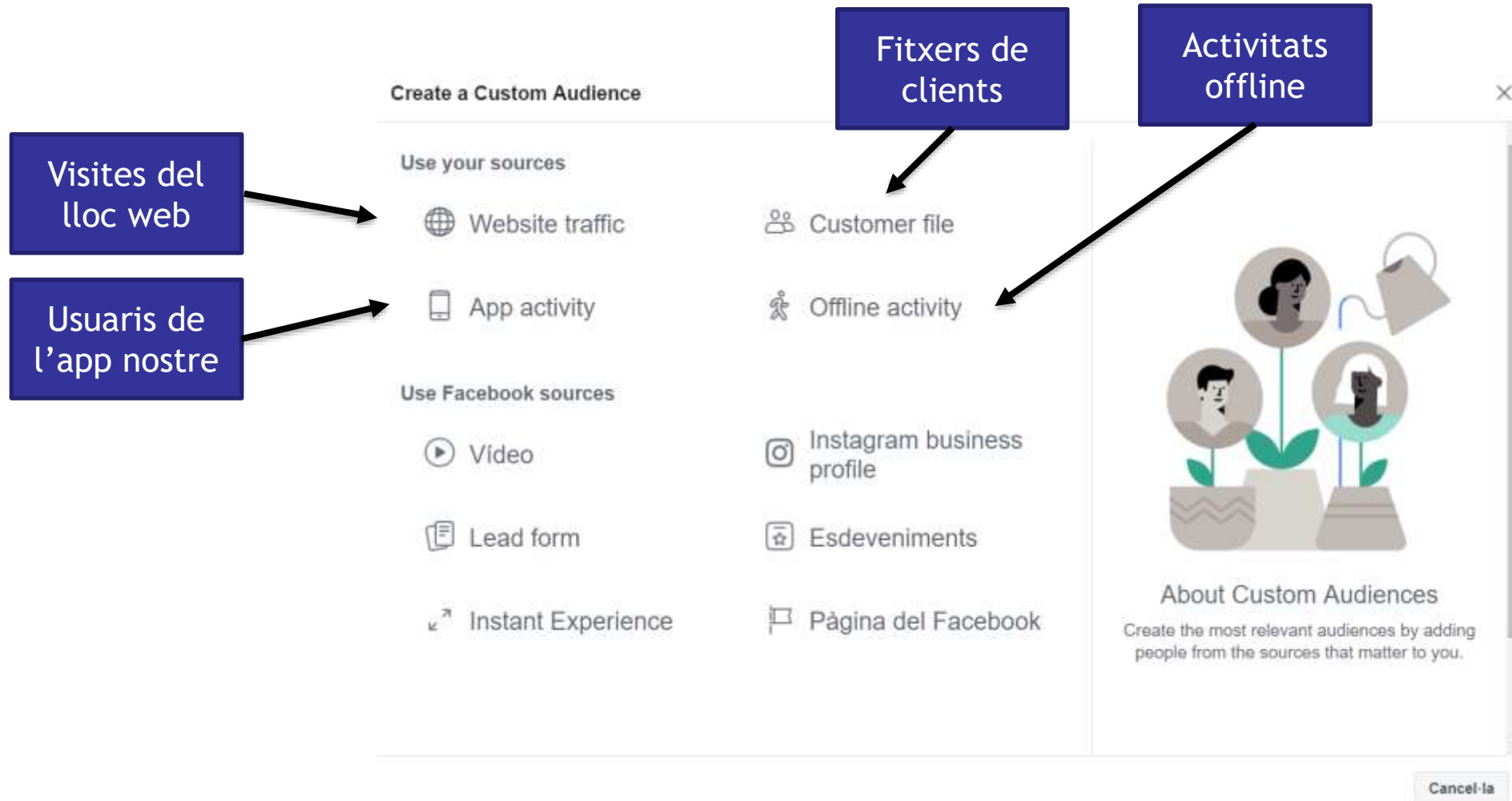
Crearem un públic per a cada segment

- Per poder segmentar bé les campanyes, crearem un públic i el guardarem. Així en lloc d'haver-lo d'entrar cada vegada, podrem triar entre els tenim guardats.
- (Sempre el podem canviar, si cal)

Determina els teus segments de mercat

- Anem a crear al menys 3 segments de mercat de cada tipus.
 - Fem-ho per tipus de client.
 - Fem-ho per demografia.
 - Fem-ho per comportament al lloc web.

Entendre les audiències de Facebook



Súper bona idea!

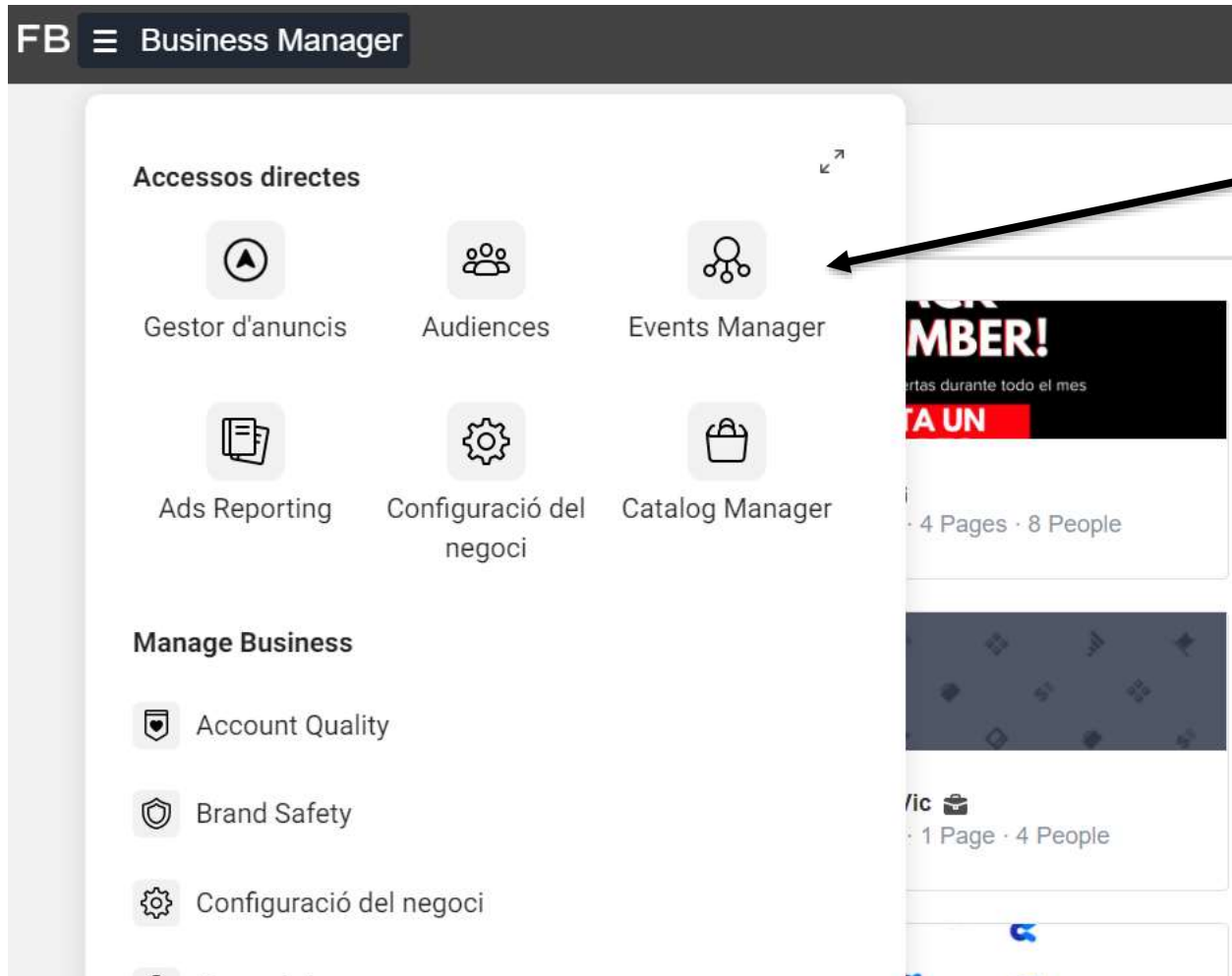
- **Pujar la teva base de dades de clients i crear una audiència → et servirà per donar a conèixer nous productes o missatges relacionats amb la marca.**
- **Crear llavors una audiència nova per “look-a-like” de la dels clients → Mostrarà la publicitat a gent semblant als nostres clients... I els podem enviar directes al lloc web.**

Esdeveniments fora d'internet

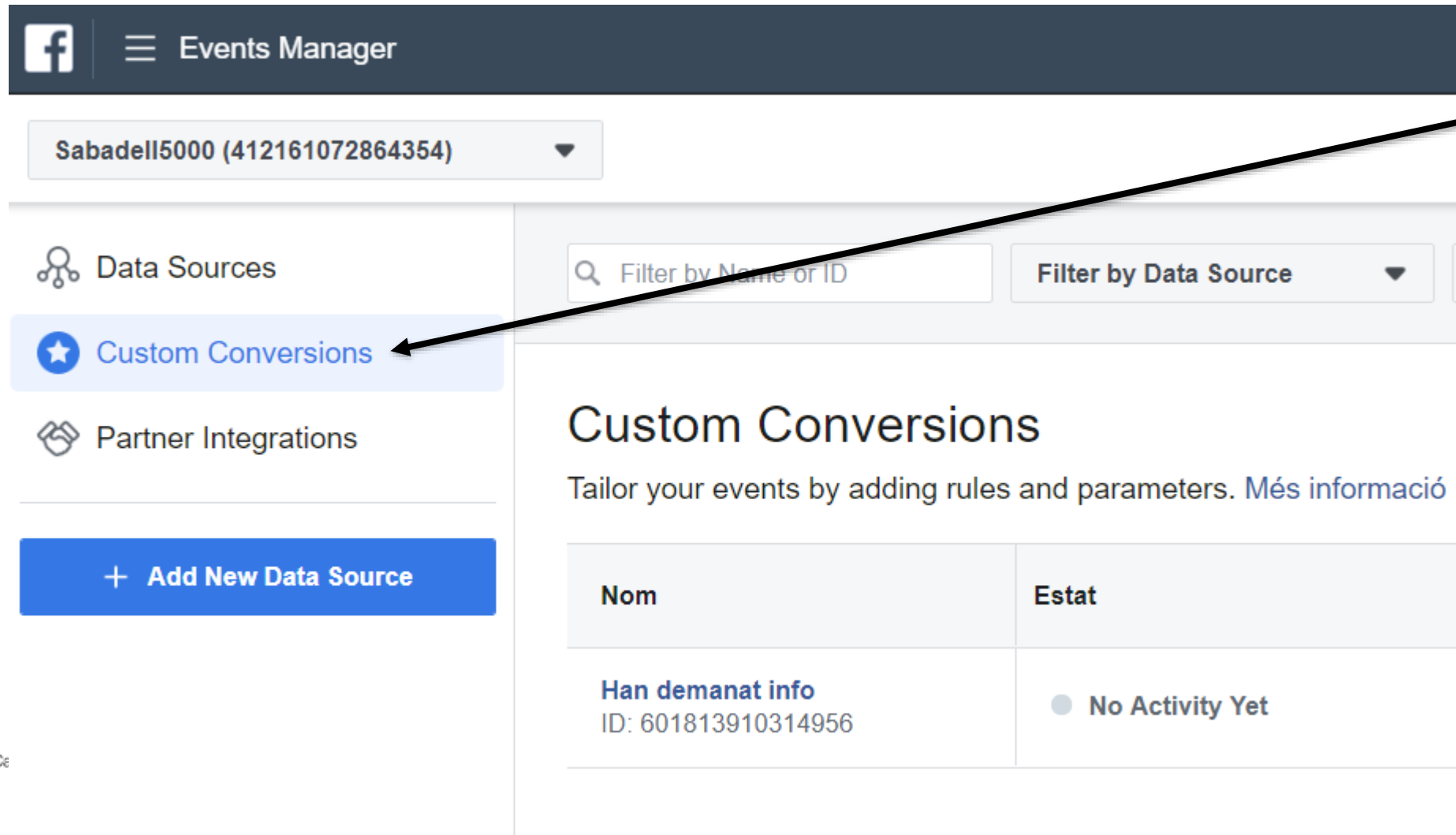
- El software de ticketing pot generar tickets que enviem per mail.
- El CRM es pot integrar amb Facebook.
- Les targetes de fidelització poden estar lligades a Facebook.
- La centraleta pot estar lligada també.
- Més info →

https://www.facebook.com/business/help/1278167592274041?helpref=faq_content

Crear una Conversió



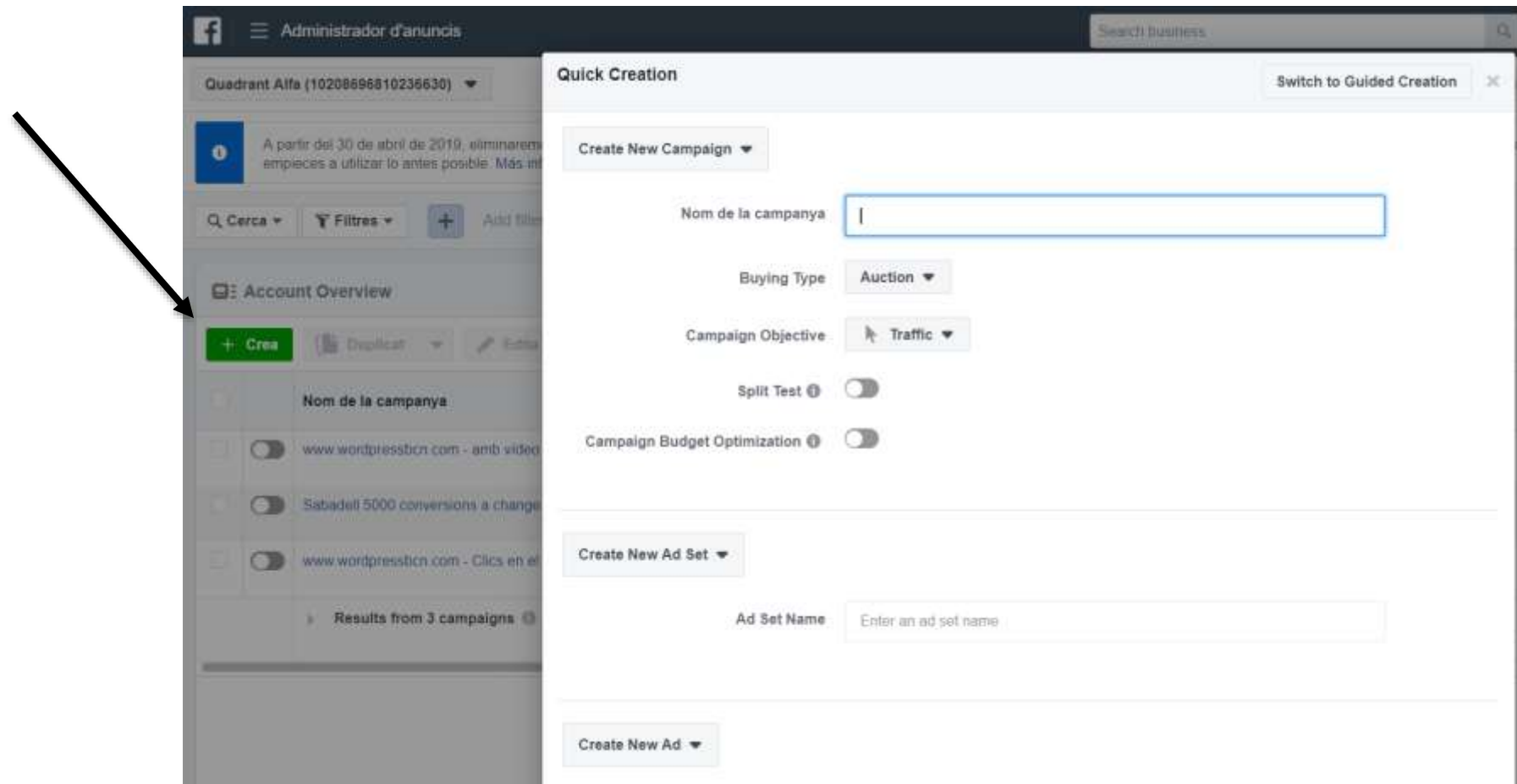
Explicar a FB què és una conversió fa abaixar el preu dels clics perquè ell pot aprendre



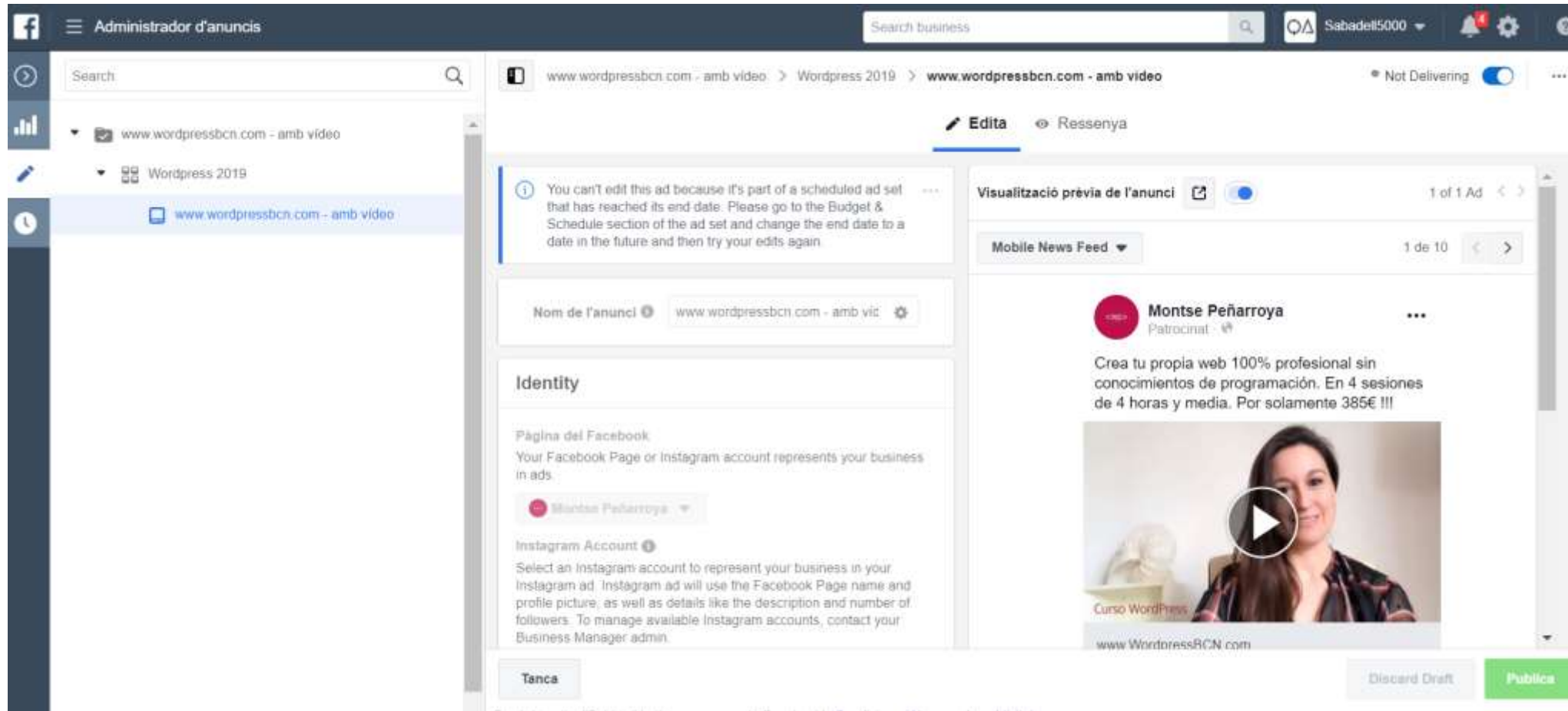
Facebook Events Manager interface showing the Custom Conversions section. The left sidebar includes links for Data Sources, Custom Conversions (highlighted with a star and an arrow), and Partner Integrations. A blue button at the bottom of the sidebar says '+ Add New Data Source'. The main content area shows the 'Custom Conversions' title and a description: 'Tailor your events by adding rules and parameters. [Més informació](#)'. Below this is a table with one entry.

Nom	Estat
Han demanat info ID: 601813910314956	● No Activity Yet

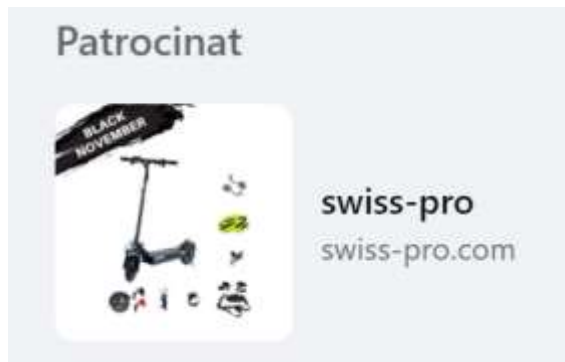
Creem l'anunci: #1 campanya, #2 públic, #3 creativitat



Creativitat



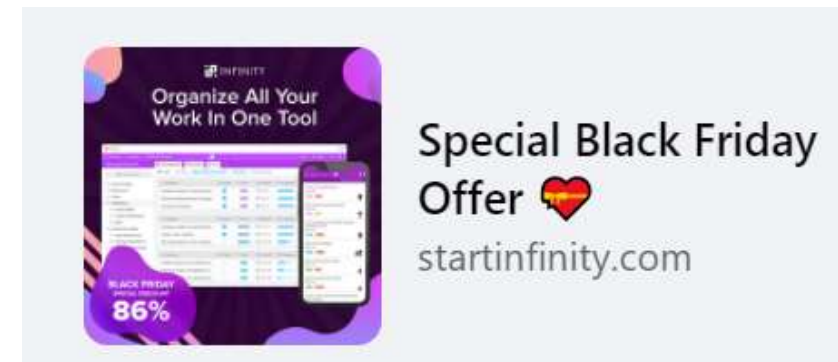
Provar 3 tipus d'anuncis:



Amb un producte



Amb una persona fent servir el producte



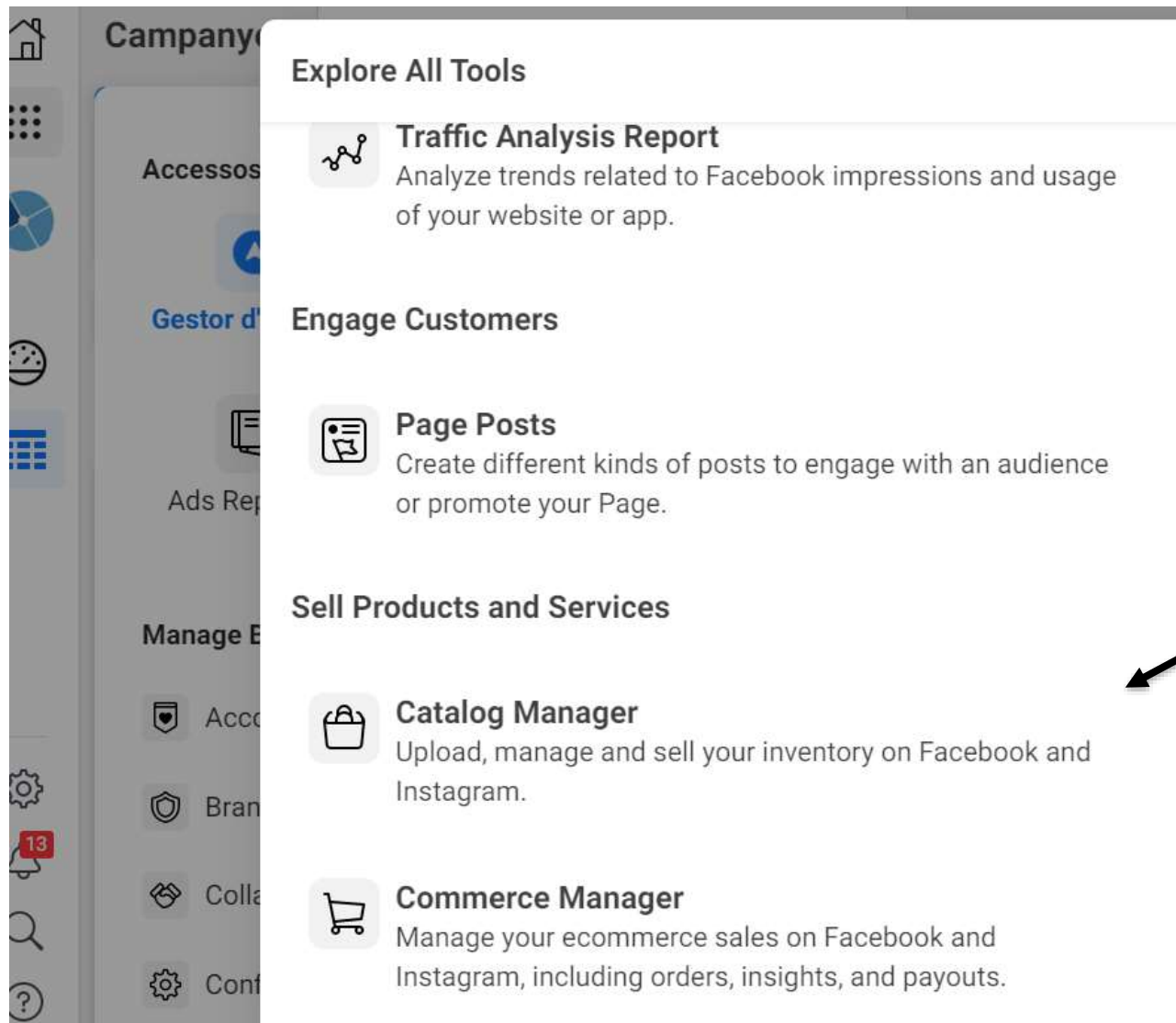
Amb xifres sobre el producte i el seu ús

Provar els diferents formats que en ofereix Facebook i mirar quin ens funciona millor.



Format carrusel, a partir del catàleg de productes que hem pujat.

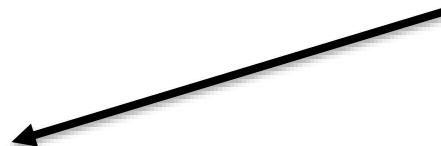
Anuncis per a catàlegs de producte



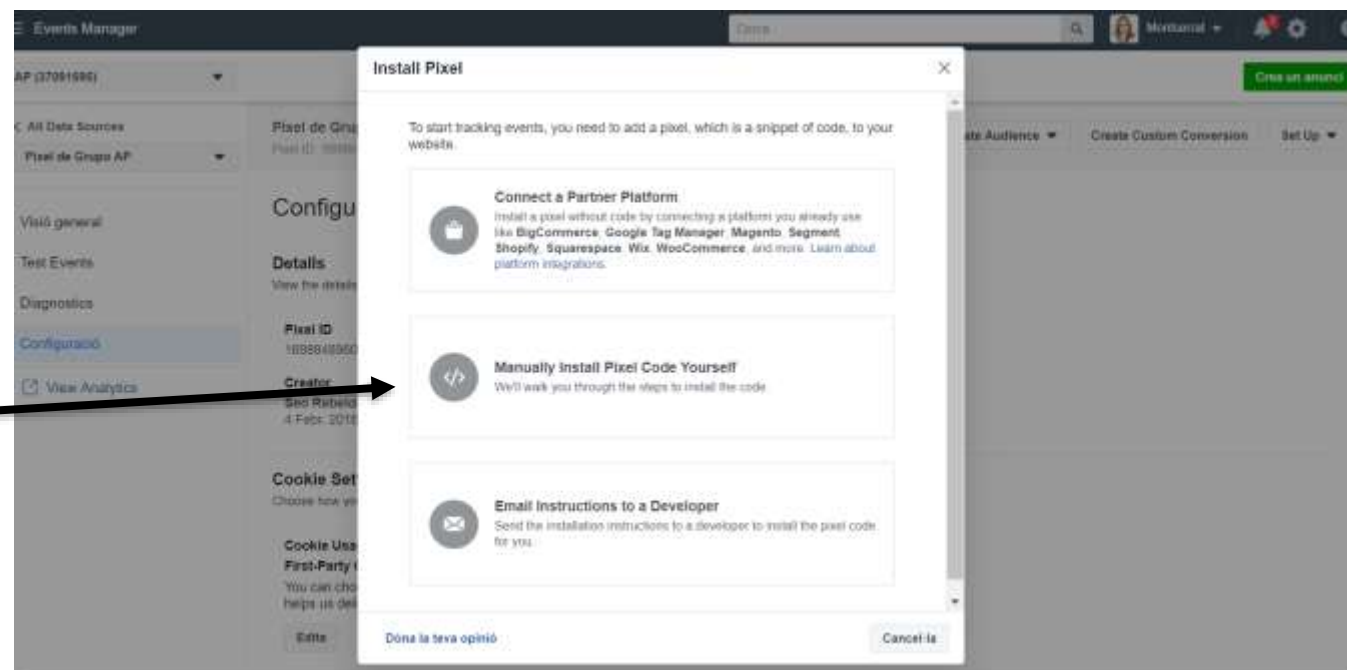
Com es posa al lloc web el píxel que controla les vendes o els formularis rebuts?

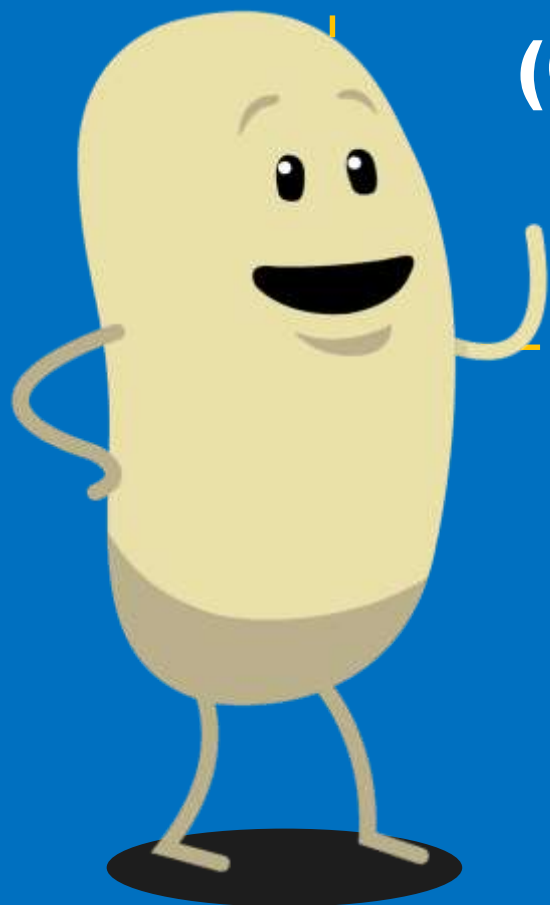


Si lloc web en Wordpress



Si el lloc web no està fet amb un CMS, llavors cal posar el píxel a mà a la capçalera (header.php) del lloc web.



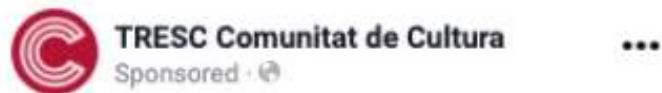


EXAMPLE

(CORTESIA DEL TRESC I PLAYBRAND)

Briefing de la campanya:

- **Moment:** durant el confinament → del 20 d'abril al 25 de juny 2020
- **Objectiu:** donar a conèixer a la gent que el TRESPC està al costat del sector cultural i dels amants de la cultura, malgrat els mals moments en els que s'està → **REACH (abast)**
- **Creativitat:** Es creen una sèrie de sessions online on persones relacionades amb la cultura conversen sobre les repercussions del tancament i de la situació actual → **l'anunci és sobre aquestes entrevistes a tres bandes.**



Recupera la primera sessió del cicle de debats 'aTRECbandes', dedicat al sector del llibre. Cada dijous, a les 18.30h un nou ...See More

#aTRECbandes

INSTAGRAM
LIVE 18:30 H

DIJOUS 23 D'ABRIL

El sector del llibre...
el dia després

Entrevistes a tres bandes
moderades per
Pep Zepato
director del TREC



Carlos Zandén
novel·lista
BOHOGRA



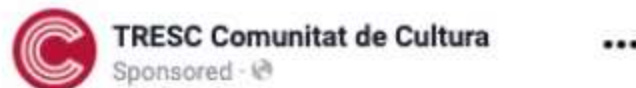
Montse Ayala
Editora.cat



Xavier Vidal
Llibreria Nòrdica

TREC.CAT
El sector del llibre -
#aTRECbandes

WATCH MORE



Anàlisi i reflexions amb tres directors d'alguns dels principals festivals d'estiu de Barcelona. Recupera l'entrevista!

#aTRECbandes

INSTAGRAM
LIVE 18:30 H

DIJOUS 30 D'ABRIL

Els festivals d'estiu...
el dia després

Entrevistes a tres bandes
moderades per
Pep Zepato
director del TREC



Jordi Herrenuela
Festival Cruïlla



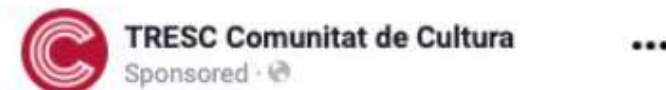
Francesc Casadesu
Festival Grec



Alberto Gujardo
Primavera Sound

TREC.CAT
#aTRECbandes: "Els
festivals d'estiu, el dia..."

WATCH MORE



Com viu aquesta situació el sector del teatre? Recupera el debat #aTRECbandes on reflexionem sobre el present i futur del sector.

#aTRECbandes

INSTAGRAM
LIVE 18:30 H

DIJOUS 7 DE MAIG

Les arts escèniques...
el dia després

Entrevistes a tres bandes
moderades per
Pep Zepato
director del TREC



Xarxa Aragay
Societat Doctor Agramon



Tracy Sires
Teatre Auditori de Granollers



Isabel Vidal
Focus, ADETC

TREC.CAT
Les arts escèniques, el dia
després - #aTRECbandes

WATCH MORE

Com s'organitza la campanya

- Els diàlegs són a 3 bandes i fan referència sempre a un subsector determinat → **es segmenta per interessos i es fa un segment per cada subsector cultural.**
- Cada un dels #aTRESCbandes es segmenta segons la seva temàtica a usuaris amb aquells interessos:
 - 1- **El sector del llibre:** amants de la lectura, interessats en llegir, literatura, llibreries, biblioteques.
 - 2- **Festivals d'estiu:** seguidors del sònar, Primavera Sound, festivals de música, concerts a l'aire lliure, etc.
 - 3- **Arts escèniques:** amants del teatre, 'performing arts',
 - 4- etc...

Quant s'hi inverteix

- **Pressupost:** 750€, mitjana de 75€ per a cada 'episodi'
- **Objectiu:** Maximitzar l'abast en usuaris amb segmentació per interessos
- **Usuaris abastats ("reach"):** 816.383 usuaris
- **Cost:** 0,92 € per cada 1.000 usuaris impactats

Un cop passat l'esdeveniment...

- Es crea un eBook amb les transcripcions de les entrevistes.
- Aquest ebook es promociona mitjançant una campanya de publicitat. Els usuaris poden descarregar-lo després d'inscriure's en una landing page única, feta per a l'ocasió.

30 veus #aTRESCbandes

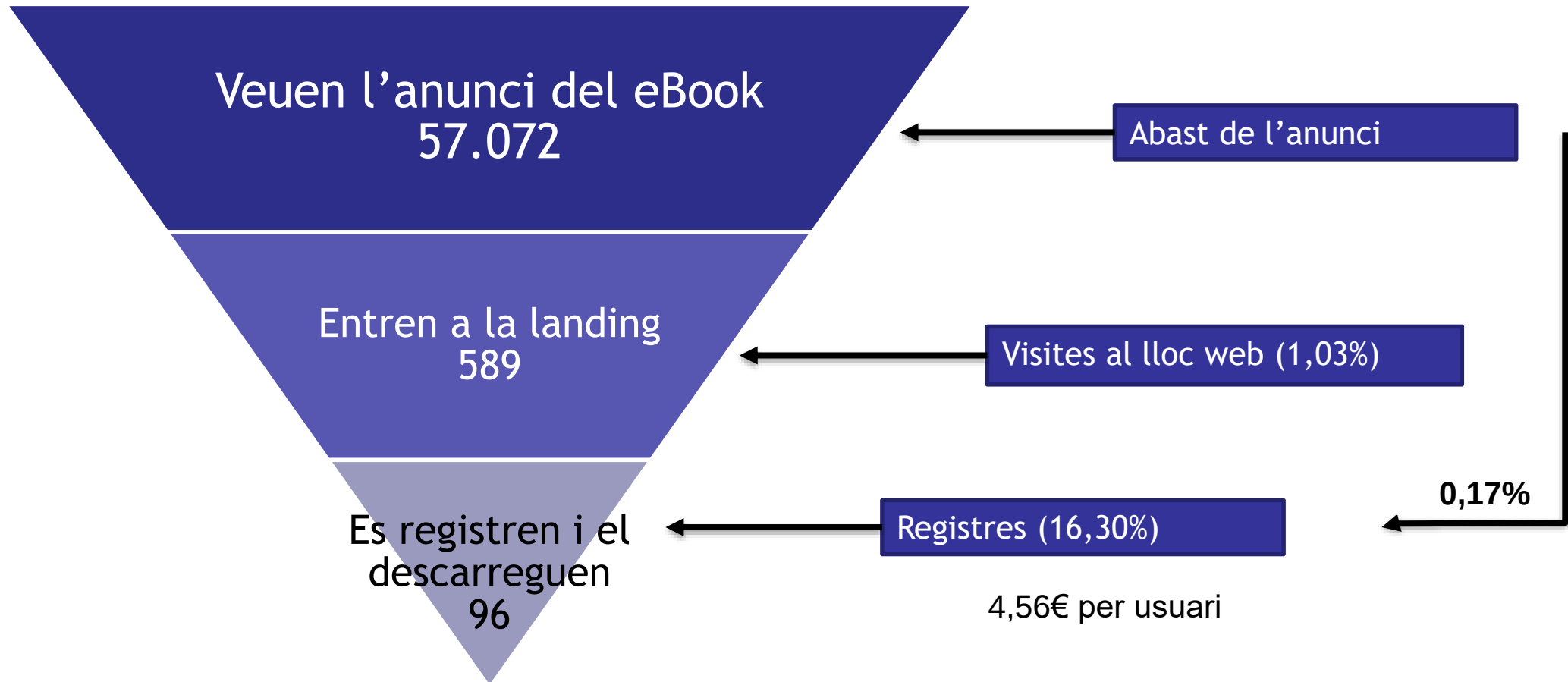
Reflexions sobre les conseqüències de la crisi en el sector de la cultura



Campanya per l'eBook

- **Dates:** Agost 2020
- **Pressupost:** 437,87€
- **Usuaris abastats ("reach"):** 57.072 usuaris
- **Visites a la landing des d'anuncis:** 589 usuaris
- **Usuaris captats des de la landing:** 96 usuaris
- **Cost per usuari:** 4,56€

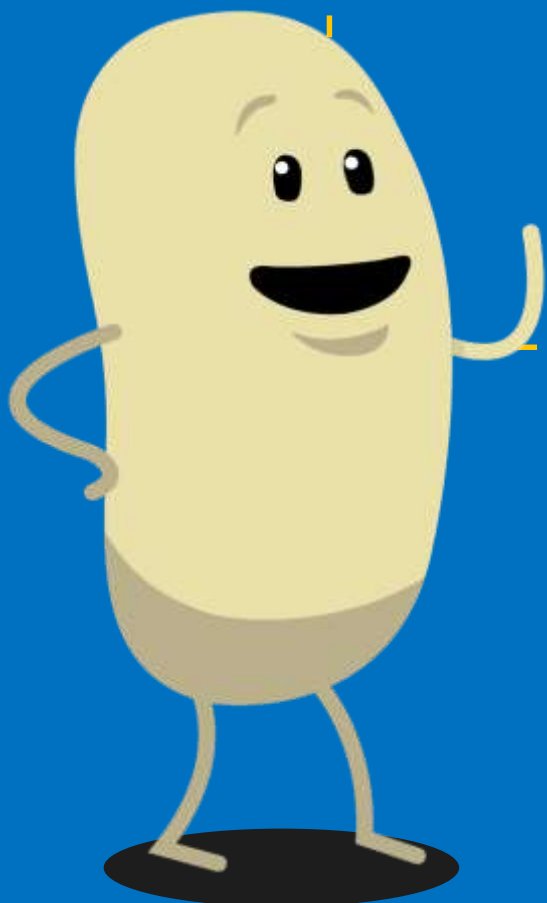
Mirem-ho en forma d'embut



Més info sobre la campanya

- La campanya es va segmentar en fins a 4 grups d'anuncis amb interessos diferents:
 - Literatura
 - Art, exposicions i museus
 - Música i festivals
 - Teatre i arts escèniques
- El grup de segmentació amb un cost per usuari més baix va ser el de **Música i festivals, amb un cost mitjà de 3,34€ per registre.**
- El grup amb més volum de registres va ser el segment de Teatre, amb fins a **56 registres, més del 50% del total.**

PUBLICITAT A TWITTER



Twitter Ads

Choose your objective

Need help choosing an objective for your business needs? [Learn more](#)

If you want to run political ads, you'll need to get certified. [Learn more](#)



Tweet engagements

You want to maximize engagement of your Tweets and get more people talking about your business.



Promoted video views

You want more people to see your GIFs or videos.



Awareness

You want as many people as possible to see your Tweet.



Website clicks or conversions

You want people to visit and take an action on your website (e.g. download a paper or make a purchase).



In-stream video views (pre-roll)

You want to pair your videos with premium content.



Followers

You want to build an engaged audience to amplify your message, on and off Twitter.



App installs

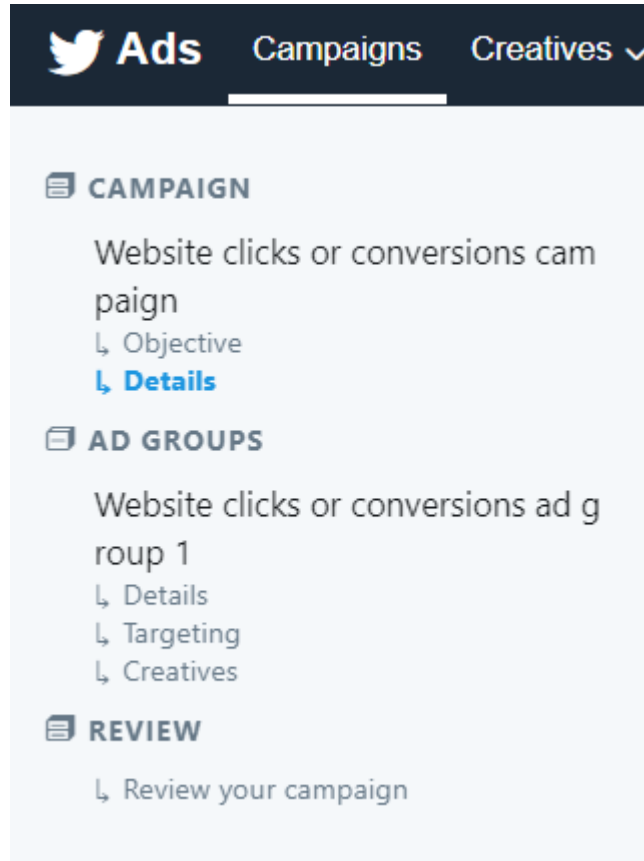
You want people to download your app.



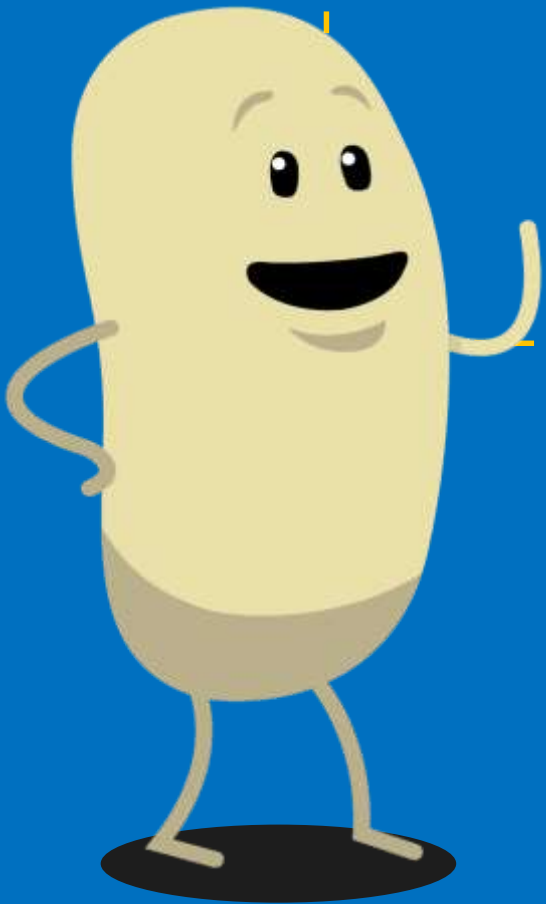
App re-engagements

You want your existing users to open and use your app.

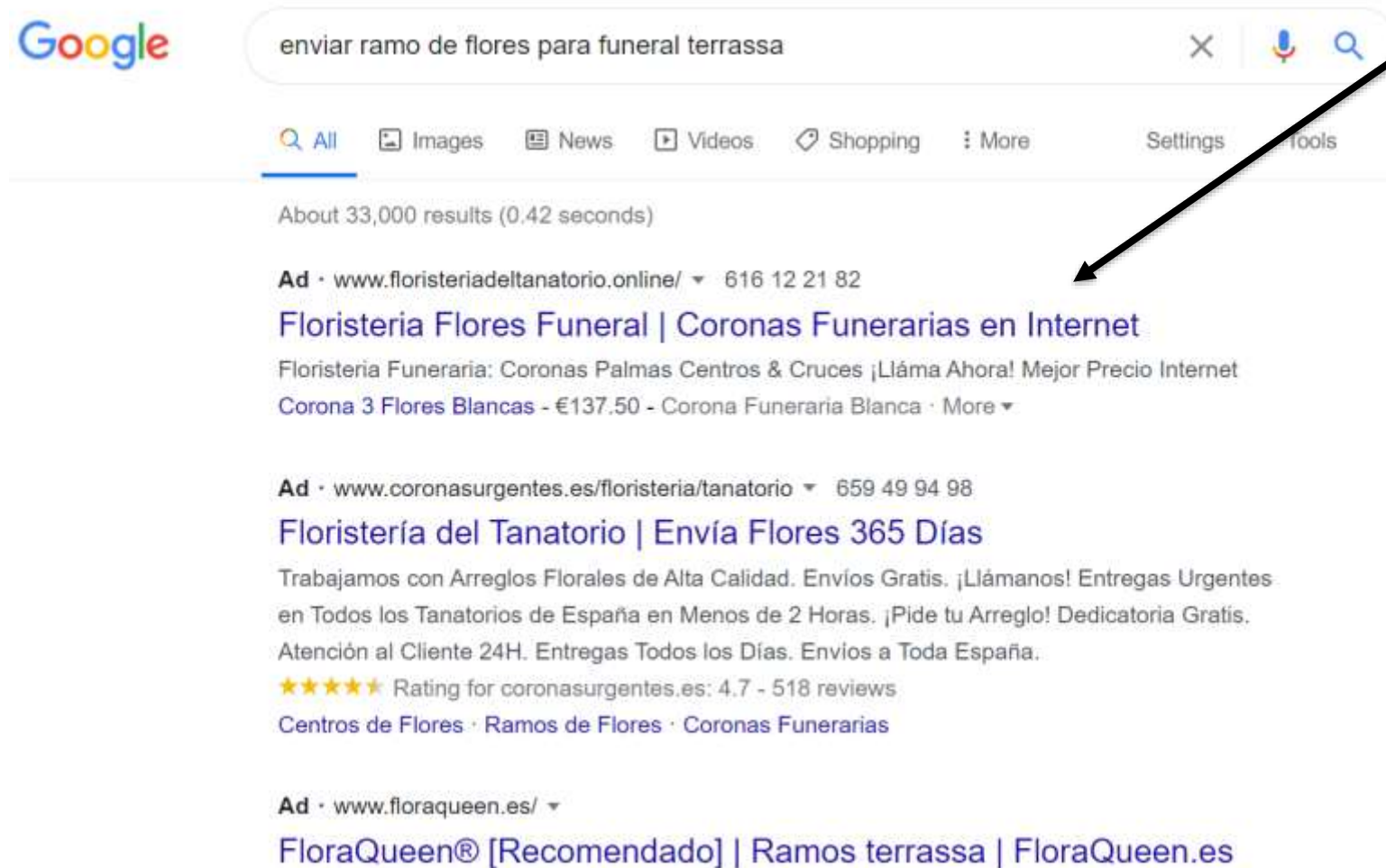
Funciona absolutament igual que Facebook



LES LANDING PAGE



Exemple sense comerç electrònic



Exemple de landing page

HESIC
BUSINESS & MARKETING SCHOOL

**MÁSTER EN
MARKETING DIGITAL**

Todo el mundo del marketing
online en un solo máster

MMD - BARCELONA

Posibilidad de cursarlo 100% en inglés

¿Quieres saber más del MMD?
DESCARGA EL DOSSIER INFORMATIVO

Envía el formulario y descárgate el dossier.
Posteriormente recibirás un email con información
adicional de este programa.

Nombre:

Apellidos:

Email:

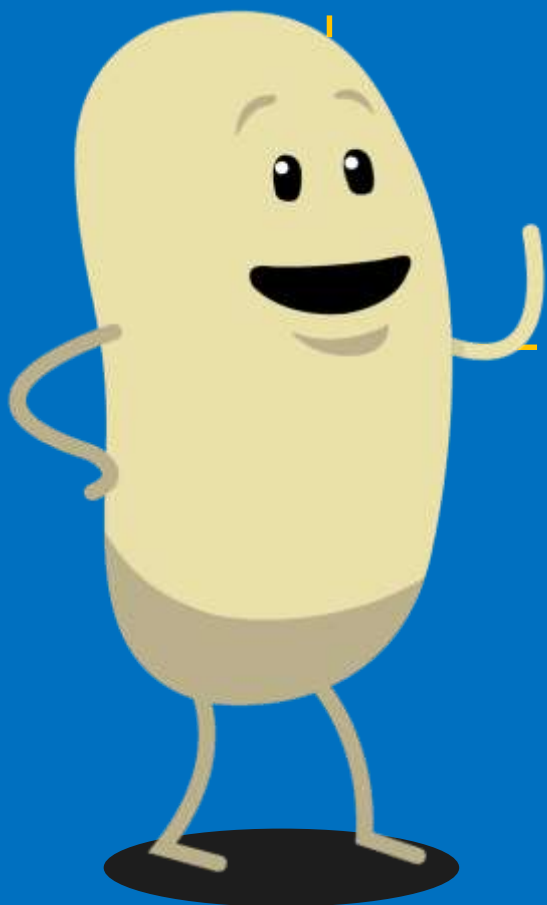
País de residencia:
España

Prefijo: Teléfono:
+34

☐ Acepto la política de protección de datos

ENVIAR

ELS SISTEMES POSITIUS DE PUBLICITAT



SISTEMA PUBLICITARI POSITIU

HIPÒTESIS		RESULTAT	
500 € publicitat			
0,50 € CPC		1.000 Visites	
		30 Clients	
Ratio conversió		2.400 € Facturació bruta	
3%	0-100€	720,00 € marge	
2%	100-200€		
1%	400€		
0,50%	+500€	220 € Beneficis publicitat	
		44,00% ROI	
PVP	80 €		
marge	30%		

SISTEMA PUBLICITARI POSITIU

Segmenta millor,
tria bones paraules
clau, fes
remarketing

Millora la landing page:
velocitat, confiança,
neutralització de les
pors

HIPÒTESIS

500 € publicitat

0,50 € CPC

Ratio conversió

3% 0-100€

2% 100-200€

1% 400€

0,50% +500€

PVP 80 €

marge 30%

RESULTAT

1.000 Visites

30 Clients

2.400 € Facturació bruta

720,00 € marge

220 € Beneficis publicitat

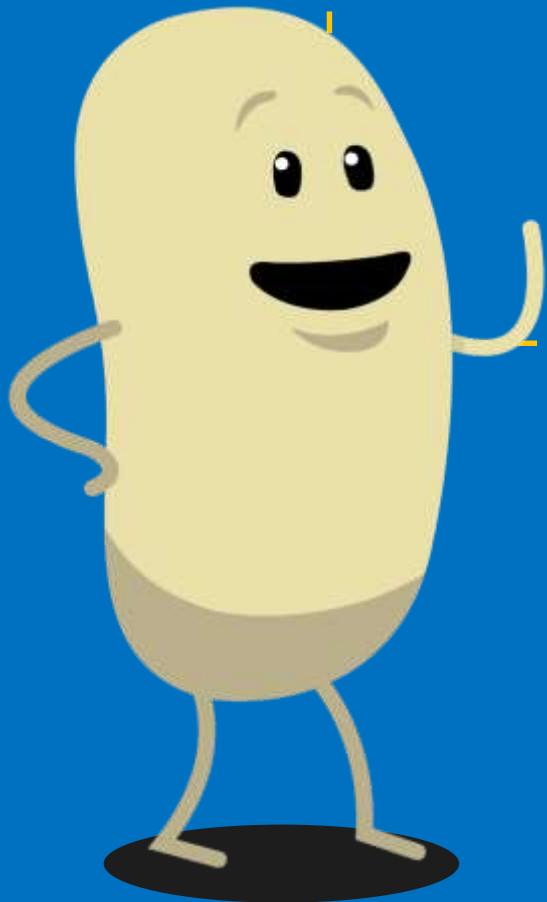
44,00% ROI

Analitza bé els preus de la
competència. Compra amb més
marge. No facis publicitat de
productes de baix preu

Fem simulacions canviant les variables

- Agafem un excel i fem simulacions canviant les variables per veure amb quines xifres el sistema seria viable una campanya.

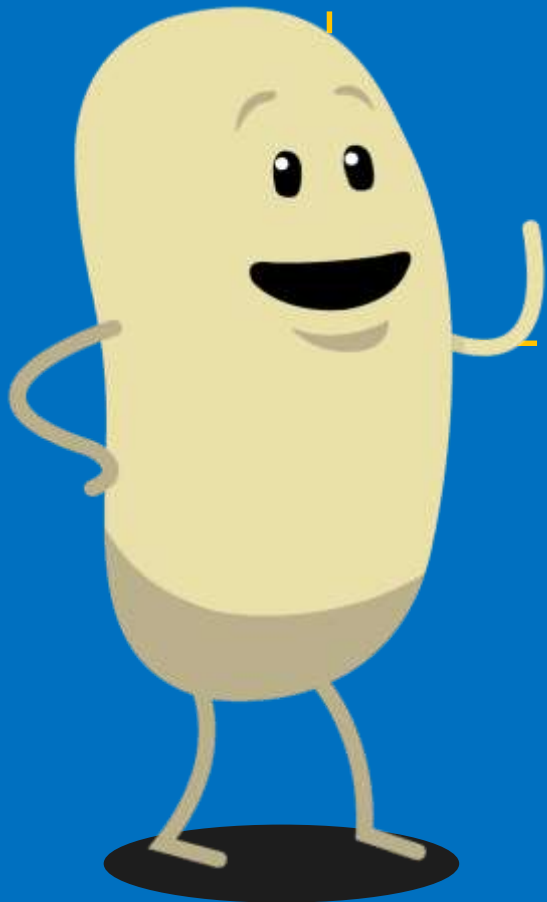
ALGUNS CONSELLS



Les preguntes normals:

- Quan gastar-me per una campanya: fes proves amb 100€ en 3 dies per tenir les xifres que necessites per l'excel.
- A partir de llavors fes fent canvis per optimitzar les campanyes.
- Quan el sistema ja és positiu, ves pujant la inversió mensual.

RECURSOS



Exemples de bons anuncis (explicat per Cyberclick → Google)



https://www.youtube.com/watch?v=PE_lh-uGk1M

20 ejemplos de Anuncios Publicitarios creativos en Facebook

5,861 vistas



121



6



COMPARTIR



GUARDAR



Guia per fer publicitat a Facebook

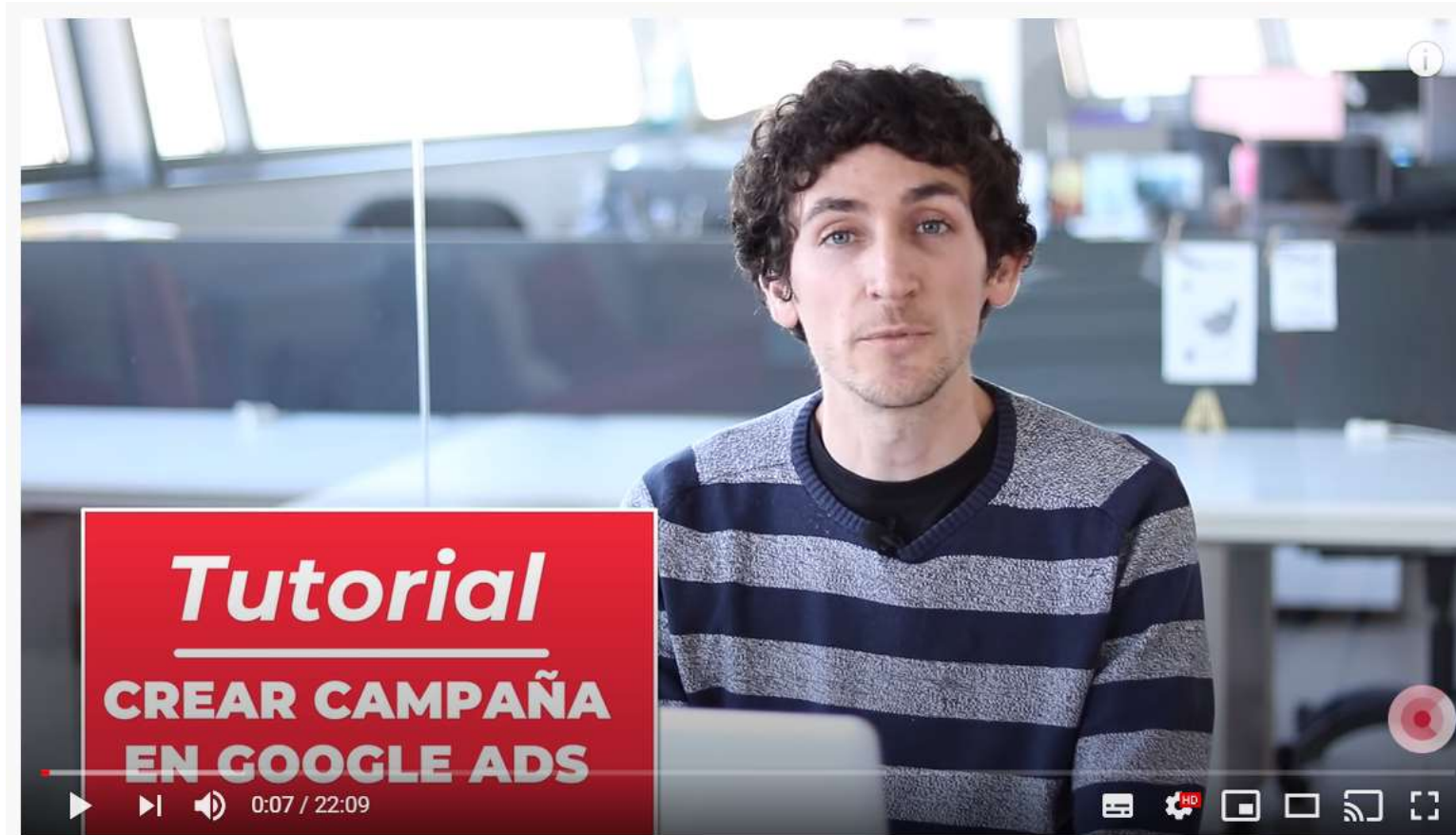
- https://books.google.es/books/about/Ultimate_Guide_to_Facebook_Advertising.html?id=5JM4DwAAQBAJ&printsec=frontcover&source=kp_read_button&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false



Alguns recursos que et poden ajudar

- Article sobre com crear campanyes avançades (amb conditionals): <https://neilpatel.com/es/blog/mejores-campanas-google-adwords/>

Com crear una campanya a Google Ads



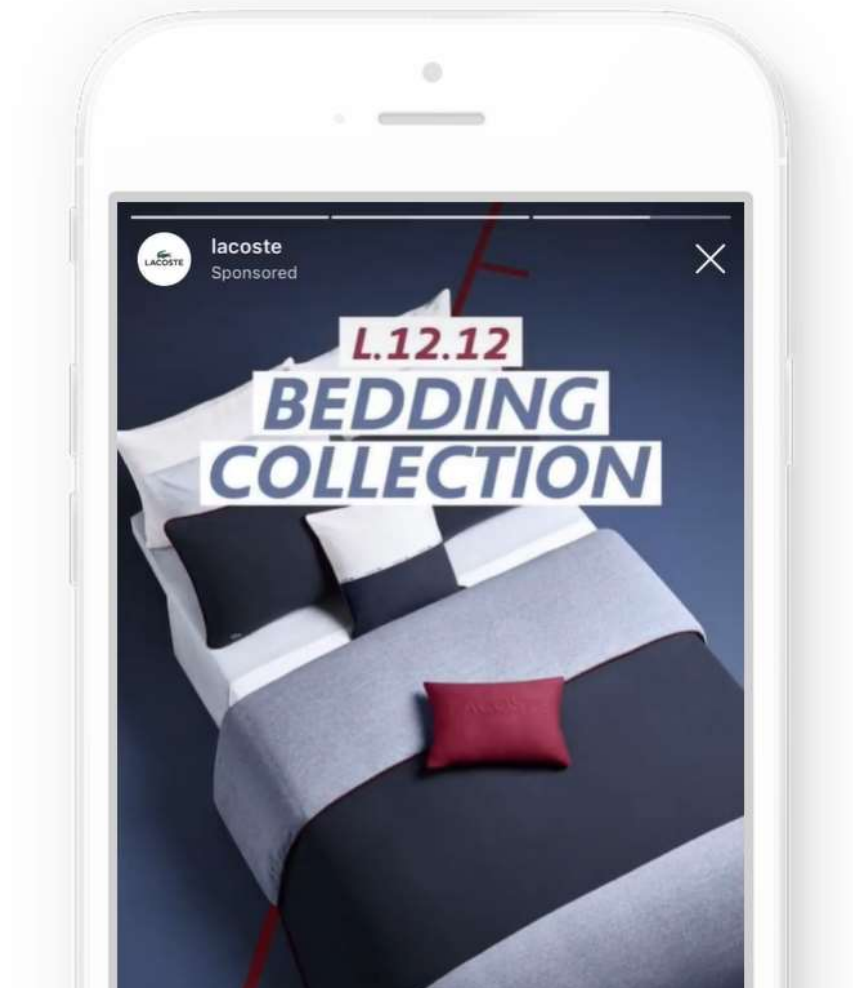
<https://www.youtube.com/watch?v=nCESC5v-gSE>

Com crear una campanya a Facebook



<https://www.youtube.com/watch?v=USRtvOCXbeI>

Com crear anuncis per instagram



https://business.instagram.com/advertising?locale=es_LA

Anuncios en Stories

Complementa el contenido del feed con anuncios en Instagram Stories. Conéctate con más de 500 millones de cuentas que usan las historias cada día.¹ Obtén más información sobre los **anuncios en Instagram Stories** y sus **especificaciones**.

Crear anuncio

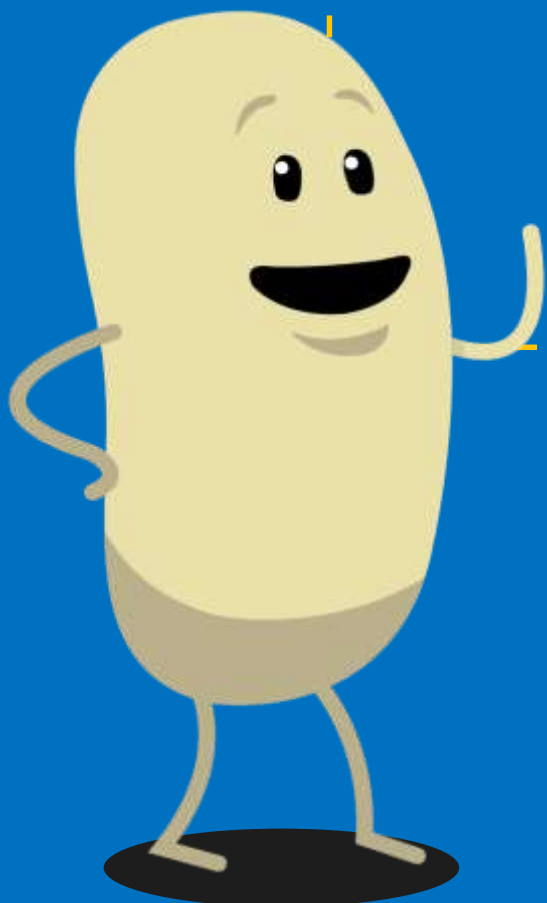
Crear el pla d'acció de la teva empresa

Guia on explico pas a pas com
crear un pla d'acció.

<https://www.montsepenarroya.com/plan-de-accion-online/>



EN RESUM



Ens ajudarà a tenir més clara la nostra estratègia

- Entendre com funciona la mecànica de la publicitat.
- Analitzar bé les campanyes i optimitzar-les fins a convertir-les en un sistema positiu.
- Treballar-ne la conversió i mesurar el ROI... Prendre decisions amb dades i números!

Moltes gràcies



Montserrat Peñarroya

Tel. 935377605

montse@quadrantalfa.com

www.montsepenarroya.com

www.3isic.com

www.facebook.com/Montserrat.Penarroya

www.Twitter.com/montsepenarroya