

GUÍA PASO A PASO

SEGMENTACIÓN EN FACEBOOK

CONVIÉRTETE EN MÁSTER PARA ENCONTRAR
CLIENTES POTENCIALES



TEMARIO

- 1. ¿Qué es la segmentación?**
 - a) ¿Cómo funciona la segmentación en Facebook & Instagram?
- 2. Las bases para crear una segmentación**
- 3. Herramientas de Facebook que te ayudarán a crear una segmentación**
- 4. Creando tu primer público en Facebook**

Los 3 pasos para crear un público bien segmentado
- 5. Tipos de públicos en Facebook**
 - a) Públicos guardados
 - b) Públicos personalizados
 - c) Públicos similares
- 6. Haz una segmentación detallada y específica**
 - a) Las exclusiones en Facebook
 - b) No solo puedes excluir, también puedes acotar
- 7. Segmentación detallada para llegar a un nicho con rayo laser**
- 8. Casos prácticos de diferentes públicos**

Caso A: Pañales para bebés de hasta 2 años en CDMX
Caso B: Fundas para Iphone 7 en CDMX
Caso C: Viajes a Cancún desde todo México
- 9. Recomendaciones generales**

The background is a solid teal color. It features several white geometric shapes: a large, thick, white chevron-like shape in the top left corner; a white lightning bolt shape on the left side; and a white zig-zag line in the bottom right corner.

1.- ¿Qué es la segmentación?

Es un método utilizado en el marketing para definir un público o target al que serán dirigidos los esfuerzos comerciales de la promoción de un producto. Anteriormente, la segmentación se basaba en identificar el target a través de los rasgos de comportamiento de compra incluyendo los demográficos y nivel socio económico, pero ahora con la era digital se usan menos datos, pero más relevantes que nos ayudan a definirlo con mayor precisión.

Algunas de los datos más importantes para crear una segmentación en medios digitales como Facebook e Instagram son:

- Edad
- Género
- Ubicación geográfica
- Intereses de consumo
- Comportamientos digitales
- Profesión
- Estado civil

Estas características debes tenerlas bien definidas antes de iniciar una campaña de publicidad, no solo algunas, debes de tener todas muy claras y a gran detalle, esto es para poder encontrar y llegar solo a personas realmente interesadas en lo que les pondrás enfrente (Tu producto o servicio), recuerda que no todos son tus clientes y no todos los que se convierten en prospectos están realmente interesados en comprar tus productos o servicios.

Elegir una segmentación correctamente te beneficiará a:

- Llegar a personas con alta probabilidad de compra
- El presupuesto de publicidad se optimizará, no se perderá con personas a las que no les interesa.
- Enfocarás mejor tus estrategias de marketing
- Aumentarás el retorno de la inversión en publicidad
- Tendrás menor desgaste en el seguimiento para cerrar ventas
- Disminuirás tu presupuesto de publicidad a largo plazo

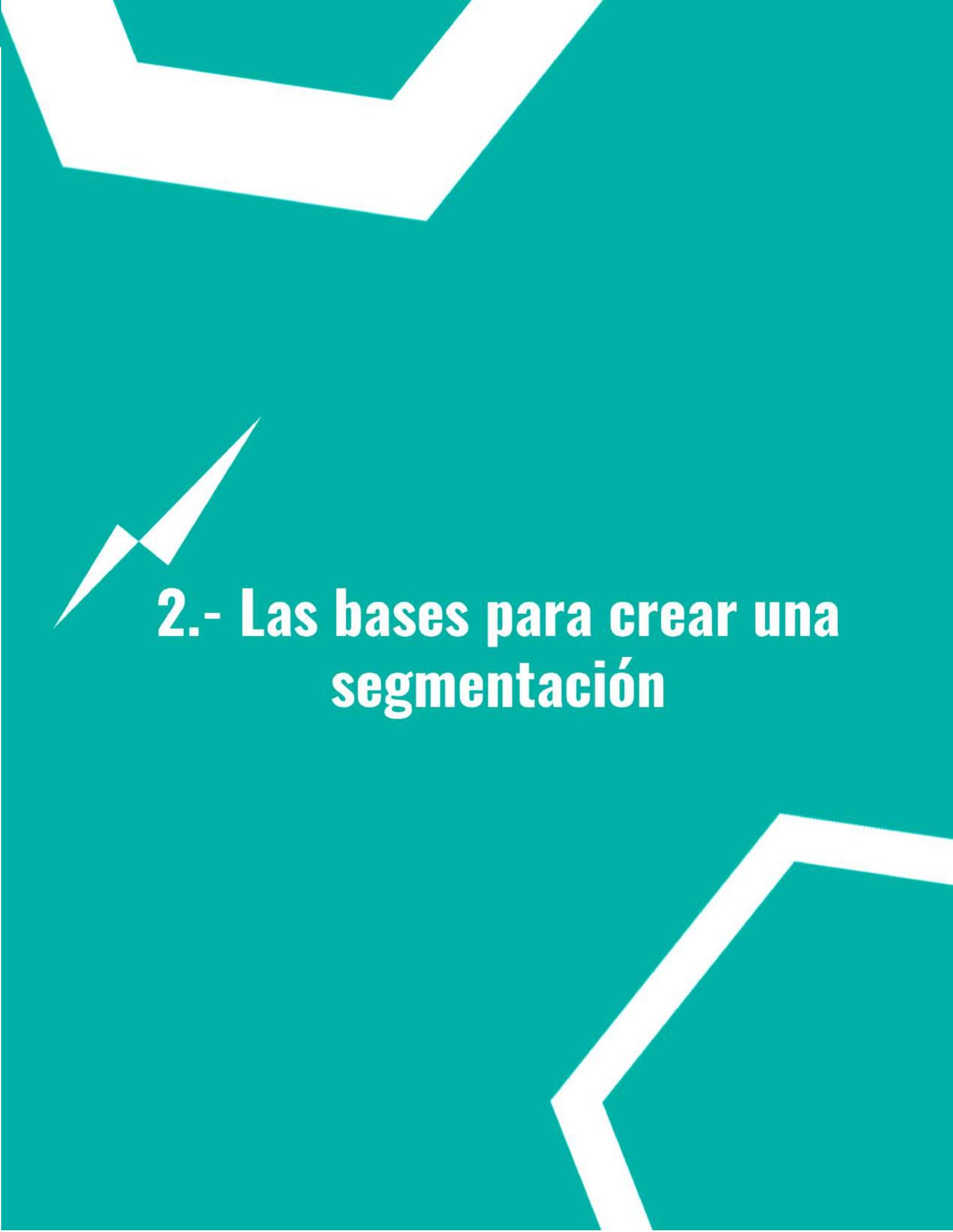
Como ves, es bastante importante hacer una excelente segmentación sin importar que medio utilices para hacer publicidad.

a) **Cómo funciona la segmentación en Facebook & Instagram**

Facebook además de tomar en cuenta los datos demográficos y métodos de segmentación del marketing tradicional ha optado por integrar los intereses, gustos, comportamientos, incluso las “cookies” que se encuentran en su plataforma para aprovechar al máximo la tecnología y captar la mayor cantidad de datos posibles para identificar a un público más exacto.

El poder de la segmentación es enorme en Facebook, por ejemplo puedes elegir características tecnológicas como dispositivos móviles, navegadores, método de acceso, comportamientos de consumo, frecuencia de viajes, etcétera. Facebook sabe mucho de nosotros y todos esos datos los pone a tu disposición para ser usados en campañas de anuncios (De forma anónima, nunca tendrás los nombres ni datos de contacto).

En pocas palabras Facebook realiza una fusión de tus datos demográficos que tú mismo proporcionas con los datos de navegación y comportamientos digitales e intereses. Todos estos están disponibles para ser utilizados para crear audiencias para mostrarles anuncios lo cual convierte a Facebook en la herramienta de publicidad más poderosa para llegar al público que más te convenga o al que deseas llegar.

The background is a solid teal color. It features several white geometric shapes: a large, thick, white chevron-like shape in the top left corner; a white lightning bolt-like shape on the left side; and a white zig-zag line in the bottom right corner.

2.- Las bases para crear una segmentación

La teoría se lee fácil pero cuando llega el momento de crear una segmentación en Facebook, ves tantas opciones y tantos datos que seguramente te preguntarás...

¿Cómo empiezo? ¿Cómo sé que datos son relevantes y cuáles uso?

¡Aquí podrás hacerlo fácil, te llevaremos de la mano!

Para empezar quiero dejar en claro que tomar decisiones sin analizar o incluir datos adivinando es un error grave, ya que lo que estará en juego es tu dinero y los resultados de tus campañas. Por eso, toma en cuenta estos aspectos antes de comenzar a crear una segmentación en Facebook.

- Debes conocer a tu cliente ideal y tener bien claro sus intereses, datos demográficos además de información relevante a sus necesidades, puntos de dolor y beneficios que busca en su vida diaria que tu producto puede ayudar a solucionar.
- Si tu negocio lleva tiempo y tienes datos de tus clientes, en documentos, registros, bases de datos, ¡no los borres! Usalos, que mejor que tener información real, extrae todos los datos que puedas de estos clientes antiguos y saca la media de edad, sexo, estado civil, motivo de compra, zona geográfica del cliente, temporada, producto más vendido, etc.
- Usa los datos que ya tienes dentro de tu Fanpage, de las personas que ya te siguen en Facebook o Instagram. Existen dos herramientas con nombres muy parecidos pero muy diferentes, que te ayudarán a conseguir estos datos que te explicare en el siguiente tema.

The background is a solid teal color. It features several white geometric shapes: a large, thick, white chevron-like shape at the top left; a white lightning bolt shape on the left side; and a white zig-zag line at the bottom right.

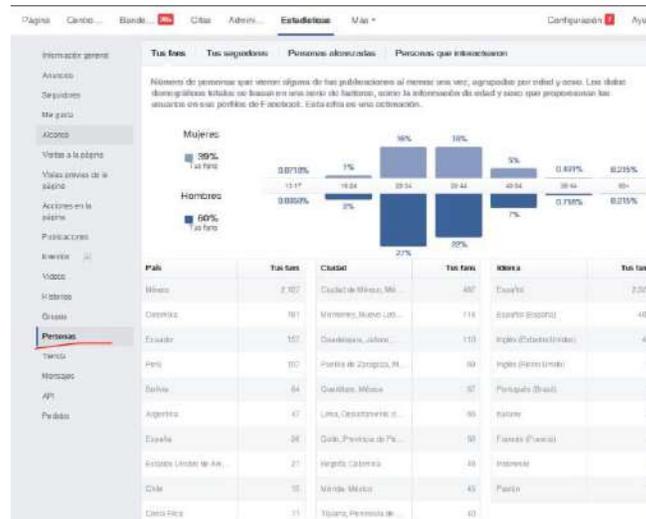
3.- Herramientas de Facebook que te ayudarán a crear una segmentación

Como ya te has dado cuenta o te podrás imaginar con lo que llevas leído hasta este punto, Facebook cuenta con datos a detalle de todos sus usuarios, y lo mejor de todo es que **hay un par de formas a tu alcance para acceder a esta información** y así puedas usarla para crear la base de una segmentación más precisa.

- Para empezar puedes analizar tu Fanpage con la sección **“Estadísticas del Público”**, en la que puedes ver información sobre cómo se comportan las personas dentro de Facebook.



- Da clic en **Estadísticas** y después en el menú izquierdo a la opción de **Personas**. Podrás ver datos generales pero muy importantes acerca de las personas que ya sigue a tu Fanpage.



- La segunda herramienta se llama “**Estadísticas del Público**”. Esta sección está un poco escondida dentro de Facebook, pero es muy poderosa, te permitirá ver datos muy buenos a detalle de los seguidores de tu Fanpage, desde el tipo de comportamiento digital, temas de interés y hasta cuestiones personales como sus cargos de trabajo y estado civil. Aquí es donde obtendrás más datos para empezar a crear tu primer segmentación con rayo laser. Para entrar deberás ir a este link <https://www.facebook.com/adsmanager>, después dar clic en el menú superior izquierdo y seleccionar la opción de **Estadísticas del Público**.



Al ver esta pantalla deberás ir a la última opción del lado izquierdo, **personas conectadas a TU PÁGINA**, y seleccionar tu Fanpage, por último en el mismo **menú del lado izquierdo encontrar en la parte superior el campo de Lugar** y ahí seleccionar el país donde resides (Siempre aparece seleccionado por default Estado Unidos, si tu Fanpage no tiene usuarios en esa ubicación no aparecerá ningún dato del lado derecho). Una vez seleccionadas estas opciones verás resultados como estos.



Aquí podrás navegar en 4 pestañas que contendrán datos muy interesantes y valiosos para conocer a tu cliente ideal y su comportamiento dentro de Facebook como, **Datos demográficos, que otras páginas les gustan, lugar geográfico y Actividades digitales.**

Por último, anota todos los datos relevantes de ambas herramientas, encuentra el mejor rango de edades, sexo, ubicaciones geográficas, situación sentimental, nivel de formación y las principales temáticas y Fanpages que les gustan además de la tuya.

¡Información súper valiosa que te facilitará crear tu primer público!

¡Ha llegado la hora! Por fin iremos de la teoría a la práctica y podrás crear el primer público en Facebook & Instagram.

Bien, antes debes saber los pasos que seguiremos para crear tu primer público.

Paso 1) Encuentra los intereses generales de tu público

Paso 2) Guarda tu público y trabájalo en la sección de “Públicos”

Paso 3) Crea y define tu público final

¿Ya estás listo? Ready, Set, Go!

Paso 1) Conoce los intereses generales de tu público dentro de Facebook

¡Empecemos!

Es hora de crear tu primer público y para eso, siempre debes comenzar haciéndolo con datos verídicos y reales que ya obtuviste de la sección de “**Estadísticas de tu Fanpage**” y de “**Estadísticas del Público**”, ¡Entremos a Estadísticas del Público de nuevo!

¡STOP! ¿Por qué entrar ahí?

La sección de Estadísticas del Público siempre es el primer paso para crear un público nuevo y para reunir información de tu **Cliente Ideal dentro de TODO FACEBOOK**. En pocas palabras encontraremos datos de cómo se comporta y que le gusta a tu cliente ideal dentro de Facebook para encontrar intereses generales para crear una primer audiencia.

Para entrar a **Estadísticas del Público** deberás dar clic en este link <https://www.facebook.com/adsmanager>, después ir al menú superior izquierdo y seleccionar la opción de **Estadísticas del Público**.



Estadísticas del público

Creative Hub

Una vez dentro de esa sección, aparecerá un recuadro que nos solicita elegir un público para empezar, y como este será el primero daremos clic en la opción de **todos en Facebook**.

Elige a un público para empezar



Todos en Facebook



Personas conectadas a tu página

No volver a mostrar

Un detalle muy importante antes de empezar, es que debes especificar a qué cuenta publicitaria pertenecerá ese público, ya que si te equivocas de cuenta tendrás que crear un público nuevo en la cuenta a la que sí corresponde.

Jamlo Marketing (7291553... ▼

CREAR PÚBLICO

Sigamos el siguiente ejemplo para que quede muy claro.

Una tienda de mascotas en la Ciudad de México quiere promocionar sus productos para perros en Facebook.

El primer paso será especificar que esas personas deben estar ahí.

NOTA Por defecto Facebook siempre coloca en el lugar a Estados Unidos, bórralo a menos que tu público sea de ahí.

CREAR PÚBLICO

Público personalizado >

Lugar ▾

ESTADOS UNIDOS

Estados Unidos (todo el país) ✗

+ País, región o ciudad

Escribe el lugar geográfico del público al que deseas mostrar tus anuncios, debes ser específico en la ciudad o región, o en dado caso si tu promoción será nacional el país en cuestión.

CREAR PÚBLICO

Público personalizado >

Lugar ○ ▾

MÉXICO, DISTRITO FEDERAL

Ciudad de México

+ País, región o ciudad

Después de esto, deberás seleccionar el un **rango de edad** más amplio al que descubriste que tiene tu **Cliente ideal**, sugiero que sea de 18 a cualquiera, lo mismo con el sexo, seleccionaremos todos para que nos muestre la mayor cantidad de datos para seleccionar los que nos parezcan más relevantes en los siguientes pasos.

Edad y sexo ▾

Edad

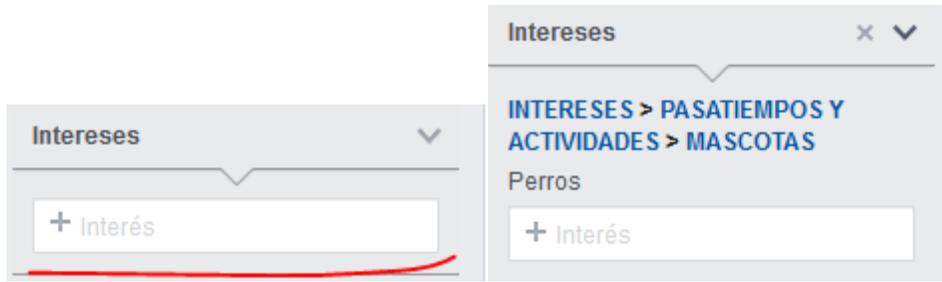
18 — Cualquiera

Sexo

Todos Hombres Mujeres

Ahora elige por lo menos 3 interés generales y muy amplios que tengan que ver con las personas a las que quieras llegar.

En este ejemplo será “Perros”, “mascotas”



En este momento los datos que nos muestra Facebook son de **TODA LA RED SOCIAL**, que coincide con la Ciudad de México, el rango de edades de 18 a cualquiera y de ambos sexos, y que además tienen intereses por Perros, por lo tanto ya son relevantes para el negocio de y que nos servirán para comenzar a detallar nuestro público.



Ahora iremos a analizar los detalles mostrados y seleccionar solo lo que realmente nos sirven, los más relevantes para el negocio que vamos a promocionar. En este ejemplo, Facebook nos dice que las personas que más tienen que ver con perros en su plataforma dentro de la Ciudad de México y en todas las edades son **Mujeres con el 60%** y los **Hombres solo tienen el 40%**.

Además hay cerca de **67% de las personas desde 18 a 34 años** que son mujeres interesadas en perros, y en el caso de los **hombres hay un 70% con edades desde 18 a 34 años**.

Esta información nos aclara mucho el panorama, nos dice claramente que hay más mujeres interesadas en perros que viven en la Ciudad de México y considerando ambos sexos, el 67% de ellos tienen un **rango de edad 18 a 34 años**

¡Ahora usemos esos datos y actualicemos nuestra segmentación!

CREAR PÚBLICO

Público personalizado >

Lugar x v

MÉXICO, DISTRITO FEDERAL
Ciudad de México

+ País, región o ciudad

Edad y sexo o v

Edad

18 — 34

Sexo

Todos Hombres Mujeres

Intereses o v

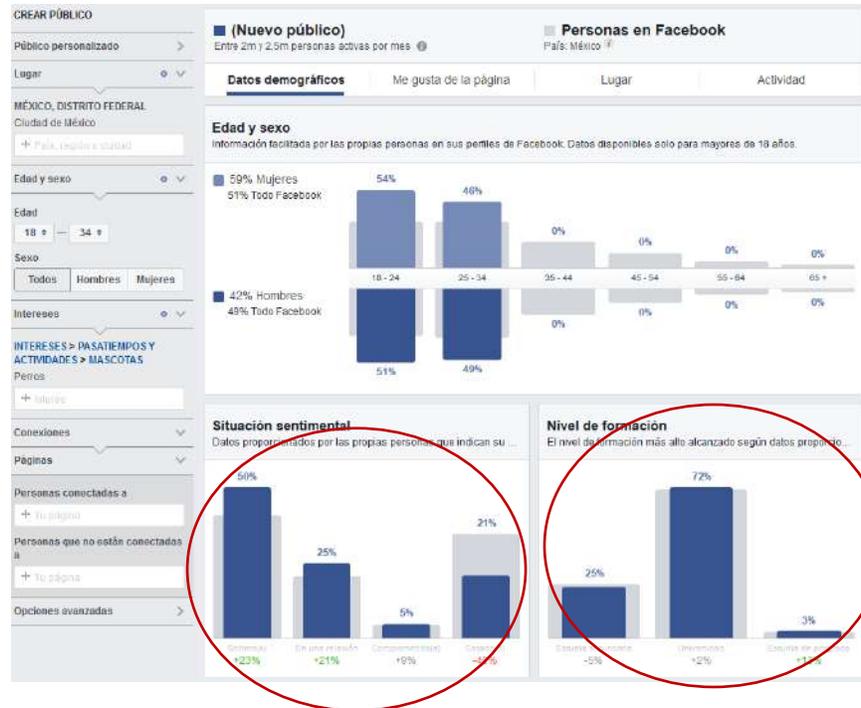
INTERESES > PASATIEMPOS Y ACTIVIDADES > MASCOTAS

Perros

+ Interés

De manera rápida y muy sencilla tenemos el rango de edad ideal y el sexo de nuestros clientes potenciales, el cual podemos ajustar tomando en cuenta también los datos que habíamos recabado en “**Estadísticas de tu Fanpage**” y en “**Estadísticas del Público**”.

Otras secciones muy importantes dentro de las Estadísticas del público, son las siguientes:



Situaci3n sentimental:

Nos muestra la estadística del porcentaje de personas en Facebook en situaciones de soltería, en una relaci3n, comprometidos o casados. Esto nos sirve para conocer la situaci3n en que est1n estas personas y si es muy alto el porcentaje debemos considerarlo para nuestro p1blico y m1s adelante tambi3n puede ser un factor para saber c3mo crear el mensaje de comunicaci3n en nuestros anuncios y empatizar con estas personas.

Nivel de formaci3n:

El grado de estudios con el que cuentan las personas, nos puede ayudar a definir m1s y mejor a nuestro p1blico para saber que lenguaje, mensajes le son relevantes y hasta usar este dato para saber posiblemente el nivel socio econ3mico que tienen.

Cargo
Sectores en los que probablemente trabajan las personas según datos proporcionados por ellas mismas en Facebook:

Cargo	Público seleccionado	Comparar
Servicios de protección	24%	+46%
Arte, entretenimiento, deporte y medios	23%	+18%
Negocios y finanzas	10%	+9%
Servicios de asistencia médica y sanitaria	5%	+8%
Comunidad y servicios sociales	4%	+5%
Ventas	13%	+2%
Servicios técnicos y de TI	9%	-1%
Informática y matemáticas	9%	-1%
Gestión	16%	-2%
Servicios administrativos	11%	-4%

Ver todas

Cargo:

Esta sección nos indica el sector laboral al que pertenecen. Aunque regularmente tiende a ser poco fiable debido a que las personas en su Facebook personal se colocan trabajos o cargos falsos.

Datos demográficos **Me gusta de la página** Lugar Actividad

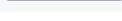
Principales categorías

1	Servicio público y gubernamental	Prepa_Sí
2	Organización gubernamental	No oficial Sistema de Transporte Colectivo Metro
3	Servicio público	Metrocdmx • Servicio Sismológico Nacional
4	Solo por diversión	Metro Tacubaya
5	Festival	Electric Daisy Carnival - EDC Mexico
6	Cine	Cineteca Nacional • Cinemex
7	Peluquería	Helwe - Hair & Makeup Artists
8	Restaurante familiar	Wingstop México
9	Zapatería	Timberland • Vans
10	Arte y ocio	Vivo Latino

Ver todas

Me gusta de la página (Principales categorías):

Aquí vemos las categorías de intereses de otras páginas que siguen estas personas. Un detalle es que con estas opciones puedes generar ideas de intereses y debes elegir los más relevantes solamente y coincidan con tu giro de negocio y nicho de mercado, ya que aquí aparecerán todo tipo de Fanpage como Coca Cola, Real Madrid, etc. que tiene una popularidad enorme y por lo tanto no nos sirven para afinar nuestra audiencia o público objetivo con relación nuestro producto.

Me gusta de la página				
Páginas de Facebook que es probable que resulten relevantes para tu público en función de los Me gusta de la página de Facebook.				
Página	Relevancia ⁱ	Público	Facebook	Afinidad ⁱ
Prepa_Sí	1	169,7K	437,9K	319x 
No oficial: Sistema de Transporte Colectivo Metro	2	199K	565,8K	290x 
Metrocdmx	3	174,1K	520,7K	275x 
Metro Tacubaya	4	220,6K	704,2K	258x 
Carlo Giovanni	5	176,2K	685,4K	212x 
Condomes Prudence	6	187,6K	776K	199x 
Electric Daisy Carnival - EDC Mexico	7	173,2K	737K	194x 
Cineteca Nacional	8	246,6K	1,1m	190x 
Helwe - Hair & Makeup Artists	9	224,2K	998K	185x 
Wingstop México	10	227,3K	1m	184x 

Me gusta de la página:

Aquí ves las páginas e intereses más populares. Siempre toma en cuenta que debes elegir aquello que sí tenga que ver con los intereses relacionados con tu giro de negocio o intereses secundarios de tu audiencia, no debes elegir Fanpage muy populares.



Lugar:

Aparecerán los lugares que geográficos más relevantes o con mayor volumen de concentración de personas con las características que seleccionaste.



Actividad:

Se basa en el comportamiento digital de las personas dentro de Facebook, sus acciones más importantes y los dispositivos que utilizan para navegar en la plataforma.

Todos estos datos son muy relevantes para crear un público más detallado y tan segmentado como tú lo quieras, pero al mismo tiempo los puedes tomar en cuenta para saber cómo hablarle en tus campañas a tu **Cliente ideal**.

Paso 2) Guarda tu público y trabájalo a detalle

Hay que guardar el público para trabajar los intereses más específicos, ya que aquí solo seleccionamos la parte más general.

Daremos clic en guardar y le daremos un nombre a nuestro público.



El nombre es muy importante* ya que debes tener algún patrón para ordenar y nombrar a tu público e identificarlo rápidamente. Este es un ejemplo:



“CDMX – H-M-18-34- Perros”

¡Ya tienes guardado tu público! ¿Y luego? Vámonos al paso 3...

NOTA:

¿Por qué no agrego más intereses y termino de crear mi público en estadísticas de públicos?

Porque la sección de **Estadísticas del Público** nos sirve para obtener datos de TODO FACEBOOK y no muestra intereses más específicos, eso solo lo puedes hacer en la sección de **Públicos**, que es donde se guardan los públicos que ya tienes creados.

En otras palabras aquí es donde realmente creas una audiencia con características en específico, haciendo una suma de datos demográficos, ubicaciones y lugares precisos, los intereses y comportamientos de tu público.

Paso 3) Crea y define tu público final

Una vez guardado tu público, deberás continuar en la sección de **ACTIVOS** y darás clic en “Públicos”

Planificar	Crear y administrar	Medir e informar	Activos	Configuración
Estadísticas del público	Administrador comercial	Informes publicitarios	Públicos	Configuración
Planificador de campañas	Administrador de anuncios	Proyectos y resultados	anuncios	Configuración del negocio
Creative Hub	Publicaciones de la página	Analytics	catálogos	Facturación
	Panel de aplicaciones	Administrador de eventos	Libraciones del negocio	
	Reglas automatizadas	Planes		
		Eventos fuera de internet		
		eventos de la aplicación		
		Conversiones personalizadas		
		Integraciones con socios		

Da clic a la opción de **Públicos**.

Ya que estás dentro de esta sección, da clic sobre el nombre de tu público para desplegar el menú que contiene sus características

<input type="checkbox"/>	Nombre	Tipo
<input checked="" type="checkbox"/>	CDMX - H-M-18-34-Perros	Público guardado

Aquí verás todos los datos que seleccionaste anteriormente. ¡Bien! Es hora de trabajar más nuestro público.

CDMX - H-M-18-34-Perros
Acciones ▾ ×

Nombre del público: CDMX - H-M-18-34-Perros
 Tamaño: 2.500.000
 Tipo: Público guardado
 Fecha de creación: 05/04/2018 19:07
 Última actualización: 05/04/2018 19:08

Etiquetas:

☰

Características del público

Consulta la definición de este público

Nombre del público: CDMX - H-M-18-34-Perros

Características del público guardado: Lugar - Viviendo en: México, Ciudad de México Distrito Federal
 Intereses: Perros
 Edad: 18 - 34

☰

Historial del público

Consulta todos los cambios de este público

Actividad	Detalles de la actividad	Elemento modificado	Nombre	Fecha y hora
<p>No hay ninguna actividad disponible para el intervalo de fechas seleccionado</p> <p>Cambia las fechas para ver la actividad en tus públicos. Los cambios pueden tardar hasta 15 minutos en mostrarse aquí.</p>				

Da clic en el botón de editar dentro de esa misma pantalla.

Características del público

Consulta la definición de este público

Nombre del público CDMX - H-M-18-34-Perros

Características del público guardado Lugar - Viviendo en: México: Ciudad de México Distrito Federal
Intereses: Perros
Edad: 18 - 34

[Editar](#)

Ahora empezaremos a editar el público de manera más detallada.

Editar público

Nombre del público: CDMX - H-M-18-34-Perros

Públicos personalizados: Excluir | Crear

Lugares: Personas que viven en este lugar
México
Mexico City, Distrito Federal
Incluir | Escribe para agregar más lugares | Explorar
Agregar lugares de forma masiva

Edad: 18 - 34

Sexo: Todos | Hombres | Mujeres

Idiomas:

Segmentación detallada: INCLUIR personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones
Intereses > Pasatiempos y actividades > Mascotas
Perros
Agrega datos demográficos, intereses o.com | Sugerencias | Explorar
Excluir personas: Acotar público

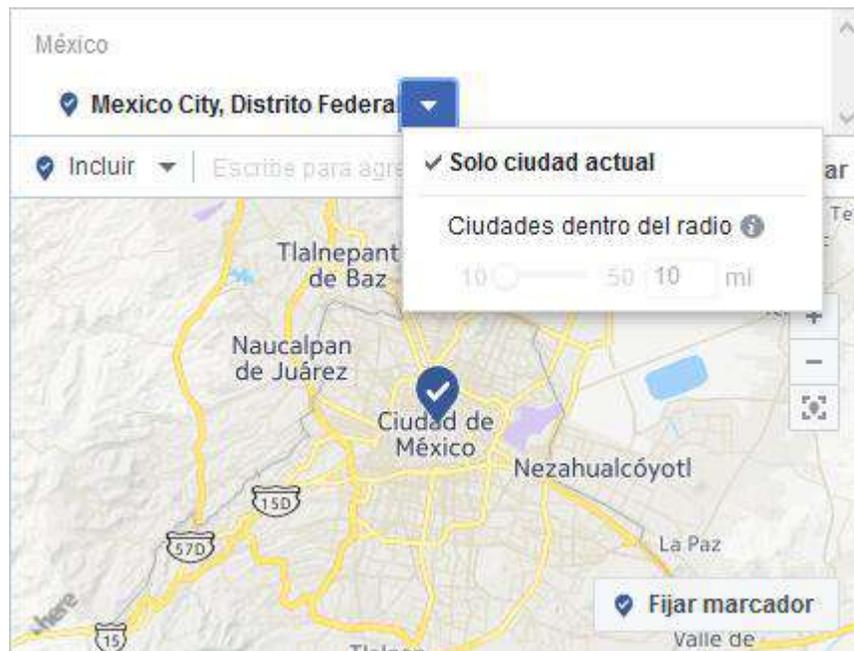
Conexiones:

[Guardar como nuevo](#) [Actualizar](#)

Como es un público nuevo, nos saltaremos la opción de públicos personalizados y tomaremos en cuenta la opción que dice lugares para empezar.



Aquí, como ves ya está elegida una opción que indica la ciudad que habías colocado. Puedes hacer que esa ciudad esté un poco mejor segmentada si das clic en la pestaña derecha del lugar que elegiste.



Se desplegará un menú con una opción adicional para tomar en cuenta el radio de la Ciudad en un rango desde 10 a 50 millas. No todos los lugares pueden elegirse por radio.

Ahora, veremos la opción de edad y sexo, y como sabemos en base a los datos obtenidos en **Estadísticas de públicos** anteriormente, seleccionarás el mejor rango de edad y el que más probabilidad de compra tiene, en este ejemplo **son ambos sexos de 18 a 34 años**.

Edad ⓘ 18 ▼ - 34 ▼

Sexo ⓘ **Todos** Hombres Mujeres

Idiomas ⓘ Ingresar un idioma...

Por otro lado, aparece una sección que dice idiomas. Esta la recomendamos elegir cuando sabemos que en una región hablan diferentes idiomas, solo en esos casos la elegiremos.

¡Y ahora sí se viene lo bueno! Los intereses, lo que realmente define una buena de una mala segmentación, aquí deberás prestar mucha atención y elegir solo las mejores opciones.

Segmentación detallada ⓘ INCLUIR personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones ⓘ

Intereses > Pasatiempos y actividades > Mascotas

Perros

Agrega datos demográficos, intereses o com... | [Sugerencias](#) | [Explorar](#)

[Excluir personas](#) o [Acotar público](#)

En esta parte tenemos que añadir todos los intereses relacionados con el público al que queremos llegar. El objetivo de esto es mostrar un anuncio solo a personas que les sea relevante y por lo tanto tengan mayor probabilidad de compra.

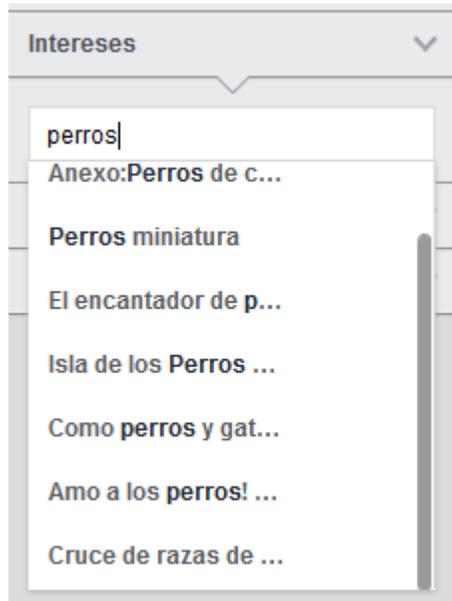
Intereses > Pasatiempos y actividades > Mascotas

Perros

Agrega datos demográficos, intereses o com... | [Sugerencias](#) | [Explorar](#)

Mascotas	Intereses
Dog Lovers	Intereses
Tienda de animales	Intereses

Ojo ¿Recuerdas que cuando estabas en Estadísticas del Público, al colocar la palabra Perros solo salían unos cuantos intereses?



Solamente mostraba intereses más generales, pero en esta sección podrás tener todos los intereses con los que categoriza Facebook a los usuarios para usarlos a tu antojo.

Aquí, hay una sección de la que no hemos hablado y es muy importante para crear tu público. La sección de **Público Potencial** que se encuentra en la parte superior derecha del recuadro de edición.

Público potencial:

Estimated Audience Size 2.500.000 personas



Características del público:

- Lugar - Viviendo en:
 - México: Ciudad de México Distrito Federal
- Intereses:
 - Perros
- Edad:
 - 18 - 34

Es la sección de Público potencial verás el estimado del tamaño de tu público potencial con las características que tú elegiste. Aquí nos muestra que hay 2.500.000 de personas en promedio con esas características.

¿Pero esto es bueno o malo?

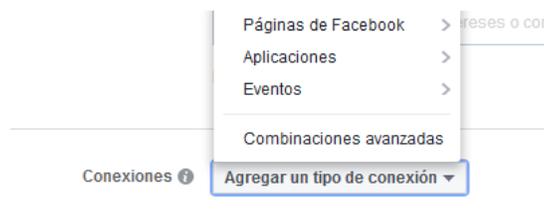
En realidad depende de tu campaña, tipo de negocio y objetivos. Para eso te voy a dar dos consejos acerca de los intereses y el tamaño de un público.

- **¿Cuántos intereses usar en mi público?**
Empieza por los principales y esos no los quites nunca, después incluye intereses que no tengan relevancia directa con tu giro de negocio, y juega con estos para hacer distintos públicos hasta encontrar al que responde mejor a tu oferta. No hay una cantidad exacta de intereses pero trata de mantener entre 10 y 25 intereses.
- **¿Cuál es el alcance adecuado que debo tener en mi público?**
Si el nivel de atención de tu negocio es regional, te recomiendo estar entre 200,000 y 1,000,000 de personas; pero si lo que buscas es llegar a nivel nacional deberías estar entre 500,000 y 2,500,000 de personas.

NOTA:

Nunca utilices una audiencia mayor a 2,500,000 de personas, es un público demasiado grande, que solo hará que gastes tu presupuesto y lleguen más curiosos que compradores, en dado caso que sea muy amplia tu audiencia, dividirlos en 2 o 3 públicos más pequeños.

Por último, tenemos la sección de conexiones. En realidad esta sección te ayudará a conectar tu segmentación con páginas de Facebook, aplicaciones o eventos que tengan las características de tu público. OJO, todas estas páginas deben ser tuyas o de tu negocio para poderlas incluir, por lo que esta función solo sirve para marcas muy grandes o internacionales que tienen Fanpages en diferentes países.



¡Listo, así luce tu público al final!

Corroborar que todo esté bien y dar clic en la opción Actualizar.

Públicos personalizados Formar públicos personalizados a partir de públicos existentes

Excluir | Crear

Lugares Personas que viven en este ...

México

México City, Distrito Federal

Incluir Ubicación para agregar más lugares Explorar



Agregar lugares de forma masiva

Edad 18 - 34

Sexo Todos Hombres Mujeres

Idiomas Escribe un idioma

Segmentación detallada INCLUIR personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones

Intereses > Pasatiempos y actividades > Mascotas

Perros

Agrega más intereses similares o ve. Sugerencias Explorar

Excluir personas o Aceptar público

Conexiones Agregar un tipo de conexión

Guardar como nuevo Actualizar

En Facebook & Instagram, hay 3 tipos de públicos que sirven para mostrar los anuncios de tus campañas. En esta guía, veremos a fondo cómo crear y modificar públicos guardados, que son la base de una segmentación exitosa, y solo mencionaremos los otros dos tipos de públicos para que los conozcas.

En la sección de “**Públicos**” es donde administrarás los 3 tipos de públicos e incluso poder compartirlos entre administradores comerciales.

Entonces los 3 tipos de públicos que podrás usar para crear segmentaciones dentro de Facebook & Instagram se llaman:

- **Públicos guardados**
- **Públicos similares**
- **Públicos personalizados**

Dicho de otra manera, respectivamente cada público:

- Los públicos que tú creas desde cero (**Públicos guardados**)
- Los públicos que son parecidos a alguno existente y que Facebook te ayuda a encontrar a más personas lo más parecidas a ellos. (**Públicos similares**)
- Los públicos que ya interactuaron con tus anuncios, fanpage, videos o página web. (**Públicos personalizados**)

¡Veamos a detalle cada uno de ellos!

a) Públicos guardados

Son aquellos que tú **creas desde cero y que “construyes manualmente”** según tu investigación de características demográficas,

de intereses y comportamientos, eligiendo manualmente cada dato para crear un público potencial:

- Lugar
- Edad
- Sexo
- Idioma
- Datos demográficos
- Intereses
- Comportamientos

Ejemplo:

Nombre del público CDMX - H-M-18-34-Perros

Públicos personalizados Agrega públicos personalizados o públicos similares

Lugares Personas que viven en este lugar

México

Mexico City, Distrito Federal

Edad 20 - 34

Sexo Todos Hombres Mujeres

Idiomas Ingressa un idioma...

Público potencial: Alcance potencial 630.000 personas

Características del público:

- Lugar - Viviendo en:
 - México: Ciudad de México Distrito Federal
- Edad:
 - 20 - 34
- Personas que coinciden con:
 - Intereses: Dog Lovers, I Love Dogs, Puppy Lovers o Tienda de animales

Segmentación detallada INCLUIR personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones

Intereses > Intereses adicionales

- Dog Lovers
- I Love Dogs
- Puppy Lovers
- Tienda de animales

Excluir personas o Acotar público

b) Públicos personalizados

Con este tipo de públicos llegarás a personas que ya conocen tu negocio y han interactuado digitalmente con tu página web, Fanpage o anuncios,

o también con aquellos que hayas subido a través de un archivo de clientes para encontrar cuáles de ellos están en Facebook.

Es decir, agrupas a esas personas que ya interactuaron con tu negocio a través de estos métodos:

- **Archivo de clientes:** Desde listas o archivos que tengan correos electrónicos o teléfonos, Facebook los buscará dentro de la plataforma
- **Tráfico del sitio web:** personas que ya visitaron tu página o cumplieron algún evento captado por el Píxel de Facebook
- **Actividad en la aplicación:** Personas que ya interactuaron con tu aplicación y realizaron ciertas acciones
- **Actividad fuera de internet:** Personas que ya realizaron acciones directamente con tu negocio fuera de Facebook y que gracias a una lista de correos o teléfonos que subes manualmente, para que los ubique dentro de Facebook.
- **Interacción:** Crear una lista con las personas que ya interactuaron con tu contenido dentro de Facebook o Instagram

Nota: Estos públicos generalmente son usados para hacer retargeting de anuncios o categorizar públicos según su fase dentro de un embudo.

c) Públicos similares

Por otro lado, existe la opción de facilitarte la vida si ya tienes públicos que han realizado acciones valiosas para tu negocio dentro o fuera de

Facebook. Los públicos similares, es una forma automática de que Facebook encuentre a más personas dentro de esta red social, que se parezcan a tus públicos existentes.

Ya que tienes identificado tu público base, que puede ser uno guardado o uno personalizado, puedes pedirle a Facebook que encuentre a más personas similares entre el 1% y el 10% de la población total de un país, para que los agrupe en un nuevo público potencial para ser usado en una campaña. Es decir, puedes elegir desde el 1% como la opción más parecida a tu público y más pequeña, hasta el 10% como la opción con una muestra más grande de personas, pero que podría tener menos similitud a la original.

Te recomendamos empezar con públicos al 1% o 2% para llegar a las personas más parecidas a las que quieres conseguir.

Ejemplo:

Lookalike (MX, 1%) - Personas visitaron Blog FB

Nombre del público Lookalike (MX, 1%) - Personas visitaron Blog FB

Tamaño 880.000

Tipo Público similar

Fecha de creación 08/06/2018 9:59

Etiquetas



Características del público

[Consulta la definición de este público](#)

Ahora que has creado tu primer público, tal vez te preguntes que pasa si no me generó los resultados que esperaba, no respondieron a la oferta y solo atrajo a personas que no son como el cliente ideal que estoy buscando.

En resumen, si estas en alguno de los siguientes casos **necesitas afinar el público potencial:**

- Necesitas reducir el tamaño de la audiencia, ya que consideras que es muy grande para el nicho que quieres llegar.
- Existen intereses muy generales y/o populares que por más que eliminas no bajan el tamaño de la audiencia

- Quieres excluir a personas que no son parte del público objetivo pero están incluidos por intereses que son muy grandes o ubicaciones geográficas amplias.
- Quieres crear condicionales para que cumplan varios requisitos relacionados con intereses, comportamientos o dispositivos para que tu público potencial sea más exacto.
- Tus anuncios no están teniendo los resultados que esperas, hay poca interacción y conversión.
- Recibes interacciones de curiosos y personas que están claramente fuera del target que tienes definido.

Para ayudarte a solucionar eso hay un par de funciones más que Facebook pone como opción al momento de segmentar a tu audiencia y que al usarlas nos ayudarán a ser más específicos, relevantes y por lo tanto a incrementar los resultados de los anuncios.

a) Las exclusiones en Facebook

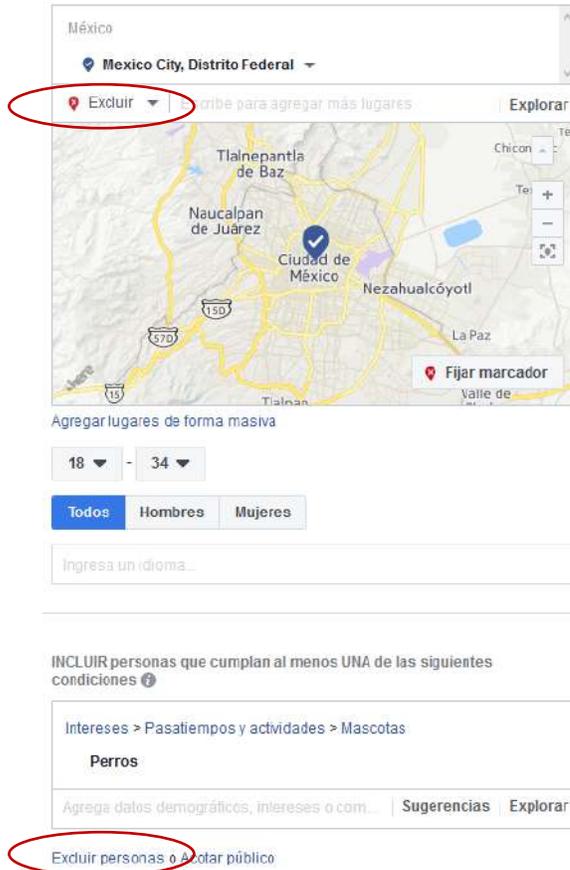
Tal cual lo dice el nombre, podrás seleccionar a quién no quieres que le aparezcan tus anuncios.

Te voy a poner un ejemplo, tienes un anuncio para promocionar un nuevo producto que quieres vender en todo México, pero no quieres que aparezca a personas que viven en Jalisco, ya que ahí es muy popular este producto y no tiene caso que lo vean de nuevo porque solo gastarías tu presupuesto, solo necesitas excluir a Jalisco solamente, en lugar de agregar manualmente estado por estado. Otro ejemplo de exclusión por zona geográfica es cuando tu negocio no tiene cobertura o no quiere llegar a la zona norte de tu ciudad pero si a la sur, entonces eliges la ubicación geográfica de la ciudad pero excluyes la región norte por un radio de X kilómetros.

En resumen, la explicación más simple para saber cuándo excluir, es cuando sabes que una parte de tu público ya sea por datos demográficos, intereses, comportamientos y lugares geográficos no son parte de tu cliente ideal, tal vez por su poder adquisitivo, estilo de vida, o por que podrían ser tu competencia. Además esto también te sirve para controlar el alcance de un público potencial.

Algo de lo que puedes excluir:

- **Intereses:** Excluirás todo tipo de intereses a los que no quieras que se dirija tu público.
- **Lugares:** Puedes excluir localidades, estados, países y demás de dos formas, por radio geográfico o por la ciudad o localidad en total que hayas elegido.



Para excluir, debes entrar a tu público y navegar hasta las opciones de exclusión en la ubicación geográfica y la parte de los intereses (Facebook lo nombra como “Excluir Personas”)

NOTA:

Un detalle que sucede al excluir, es que se verá afectado el alcance de **público potencial**, disminuirá de acuerdo a la cantidad de intereses o ubicaciones que excluyas, porque al excluir literalmente las estas restando de tu audiencia potencial

b) No solo puedes excluir, también puedes acotar

Hay otra forma de detallar un público y hacerlo más específico, de forma más potente como si apuntaras con rayo láser a los que si te interesan.

Una acotación sirve para llegar de manera más específica a personas que cumplen con varias condiciones, es decir, hacer un filtro donde solo se incluirán a quienes cumplan el interés A y también el B y también el C, etc.

Esta función es muy importante para controlar el tamaño de tu audiencia y además llegar a un nicho de mercado más específico.

Hay 3 formas de acotar un público:

- Usar intereses generales y muy populares para luego acotar a los específicos
- Usar los intereses (generales o específicos) y acotar por comportamientos, estilo de vida, formación, dispositivos, etc.
- Hacer una combinación de las dos anteriores

Hagamos un ejemplo rápido y da clic en la opción de acotar público.

Segmentación detallada ⓘ INCLUIR personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones ⓘ

Intereses > Pasatiempos y actividades > Mascotas

Perros

Agrega datos demográficos, intereses o com... | Sugerencias | Explorar

y que TAMBIÉN cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones ⓘ ✕

Agrega datos demográficos, intereses o com... | Sugerencias | Explorar

Excluir personas

Te aparecerá un recuadro más que te dice que las personas que tengan que ver con perros, y que TAMBIÉN cumplan con al menos una de las siguientes condiciones.

Segmentación detallada **INCLUIR** personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones

Intereses > Pasatiempos y actividades > Mascotas

Perros

Agrega datos demográficos, intereses o com... | **Sugerencias** | Explorar

y que **TAMBIÉN** cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones

Intereses > Intereses adicionales

Dog Chow

pedigree

Purina Pro Plan

Agrega datos demográficos, intereses o com... | **Sugerencias** | Explorar

Excluir personas o Acotar más

¿Qué pasa si no sé qué más poner dentro de mi acotación?

Da clic en la sección de sugerencias y recibe recomendaciones que tengan que ver con esto. Esta sección es muy útil cuando no conocemos tanto acerca de los intereses de un público o tenemos pocas ideas.

y que **TAMBIEN** cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones

Intereses > Intereses adicionales

Dog Chow

pedigree

Purina Pro Plan

Agrega datos demográficos, intereses o com... | **Sugerencias** | Explorar

Pedigree Petfoods	Intereses
Nestlé Purina PetCare	Intereses
Purina	Intereses
Petco	Intereses
César Millán	Intereses

Podremos seleccionar todos los intereses que queramos para ser más específicos.

¿Recuerdas que el alcance de este público era de 2.500.000? Pues vamos a revisar el alcance ahora que hicimos nuestra acotación.

¡Te vas a llevar una sorpresa!

Público potencial:

Estimated Audience Size 62.000 personas ⓘ

Características del público:

- Lugar - Viviendo en:
 - México: Ciudad de México Distrito Federal
- Edad:
 - 18 - 34
- Personas que coinciden con:
 - Intereses: Perros
- Y también debe coincidir con:
 - Intereses: pedigree, Dog Chow o Purina Pro Plan

Ahora solo es de 62.000 personas. ¿Por qué? Porque nuestro público se ha acotado y Facebook se ha encargado **de incluir a personas que cumplen con las 2 condiciones condiciones.**

En resumen hay 2 formas de llegar a un público más específico:

- Acotar y excluir por lugar, datos demográficos e intereses.
- Acotar y excluir por “COMPORTAMIENTOS”

¿Qué es un comportamiento?

Para Facebook, los comportamientos es toda aquella información que recopilan de actividades que realizan sus usuarios dentro de su plataforma.

Facebook no la muestra a la mano, ni la sugiere con frecuencia, pero sí forma parte de la sección de segmentación detallada.

y que TAMBIÉN cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones ⓘ ✕

Intereses > Intereses adicionales

- Dog Chow
- pedigree
- Purina Pro Plan

Agrega datos demográficos, intereses o com... | Sugerencias | Explorar

▶ Datos demográficos	ⓘ
▶ Intereses	ⓘ
▶ Comportamientos	ⓘ
▶ Más categorías	ⓘ

La puedes encontrar dentro del menú “Explorar” y dentro de esa categoría existen varias formas de incluir o excluir comportamientos.

Intereses > Intereses adicionales

Dog Chow
pedigree
Purina Pro Plan

Agrega datos demográficos, intereses o co... | [Sugerencias](#) | [Explorar](#)

▼ **Comportamientos** ⓘ

- ▶ **Actividades digitales**
- ▶ **Afinidad multicultural**
- ▶ **Aniversario**
- ▶ **Clasificación de consumidores**
- ▶ **Comportamiento de compra**
- ▶ **Expatriados**
- ▶ **Más categorías**

Algunas de las secciones dentro de comportamientos son las Actividades Digitales, el Comportamiento de Compra e incluso puedes tomar en cuenta a personas por los dispositivos en los que acceden a Facebook y hasta el sistema operativo que usan sus computadoras.

Intereses > Intereses adicionales

Dog Chow ✕
pedigree
Purina Pro Plan

Agrega datos demográficos, intereses o co... | [Sugerencias](#) | [Explorar](#)

▼ **Usuario de dispositivo móvil**

- Acceso a Facebook (celular): smartphones y tabletas**
- Acceso a Facebook (celular): tabletas**
- Acceso a Facebook (celular): teléfonos básicos**
- Acceso a Facebook (celular): todos los dispositivos...**
- Android: contenido multimedia 360° admitido**
- Android: contenido multimedia 360° no admitido**
- ▶ **Conexión de red**

Estas opciones no son tan relevantes, a menos que tu avatar digital y tu giro de negocio te lo exija, que sea un requisito, por ejemplo elegir a

personas que usan un IPHONE 5S, porque tienes una App, funda o accesorio solo para ese dispositivo, de otro modo estarás limitando tu alcance potencial.

Una vez que incluyas o excluyas un comportamiento aparecerá así dentro de tu segmentación.

Comportamientos > Comportamiento de compra

Compradores que interactuaron

Segmentación detallada

INCLUIR personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones

Intereses > Pasatiempos y actividades > Mascotas

Perros

Agrega datos demográficos, intereses o co... | [Sugerencias](#) | [Explorar](#)

y que **TAMBIÉN** cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones

Intereses > Intereses adicionales

Dog Chow
pedigree
Purina Pro Plan

Agrega datos demográficos, intereses o co... | [Sugerencias](#) | [Explorar](#)

y que **TAMBIÉN** cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones

Comportamientos > Actividades digitales > Navegador de internet usado

Acceso a Facebook (navegador): Chrome

Comportamientos > Clasificación de consumidores > México

Personas que prefieren bienes de un valor medio y alt...

Comportamientos > Comportamiento de compra

Compradores que interactuaron

Agrega datos demográficos, intereses o co... | [Sugerencias](#) | [Explorar](#)

Como ves hay muchas opciones para hacer que tu público sea más relevante y lo puedas hacer aún más de nicho. Como te mencioné todo dependerá de qué tanto conozcas a tu avatar digital y de qué tan importante es encontrar estas características en Facebook.

Ahora veremos 8 casos prácticos para que puedas realizarlos al mismo tiempo y apliques lo que has aprendido dejando atrás tus dudas.

Los 8 casos que veremos son:

- a) Tienes una marca de pañales o juguetes para niños de hasta 2 años y quieres promoverlas dentro de la Ciudad de México
- b) Quieres vender en la Ciudad de México un modelo nuevo de fundas para Iphone 7.
- c) Tienes una agencia de viajes y quieres llegar a personas interesadas en viajar a Cancún
- d) Reloj de alta gama en zonas de alto poder adquisitivo en CDMX
- e) Clases de inglés para universitarios en el Estado de México
- f) Público similar de visitantes de una página web de hoteles
- g) Segmentación guardada con exclusión a visitantes de una landing page de un taller
- h) Público basado en las personas que interactúan con la fanpage de un hotel para llegar a nuevos clientes

¡Empecemos!

Caso A: Venta de pañales o juguetes para niños de hasta 2 años en CDMX

Entra a la sección estadísticas del público.

 **Planificar**

Estadísticas del público

Planificador de campañas

Creative Hub

Una vez dentro, especifica a México como país para encontrar a todas las personas de la Ciudad de México en Facebook.

CREAR PÚBLICO

Público personalizado >

Lugar v

MÉXICO, DISTRITO FEDERAL x

Ciudad de México

+ País, región o ciudad

En la edad dejamos este rango y en sexo dejamos como Todos para tener información desde cero.

Edad y sexo v

Edad

18 — Cualquiera

Sexo

Todos Hombres Mujeres

Ahora colocaremos intereses generales acerca de bebés para poder dar un vistazo a las estadísticas.

Intereses v

INTERESES > FAMILIA Y RELACIONES

Maternidad

INTERESES > INTERESES ADICIONALES

Bebe

Padres/madres

Pañal

+ Interés

Facebook nos muestra estos datos:



Por ahora, ya tenemos datos relevantes acerca de la edad y el sexo, donde definitivamente las mujeres tienen más poder. Tomaremos eso en cuenta. Luego de esto analizaremos su situación sentimental, formación, cargos y demás.

Edad y sexo

Edad

25 — 35

Sexo

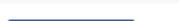
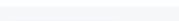
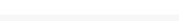
Todos Hombres Mujeres



Sabemos que hay bastantes mujeres solteras y casadas, por lo que no tomaremos en cuenta esto en nuestro público. También se nos dice que están en formación universitaria, esto es un buen indicador ya que podría tener relación con su poder adquisitivo. Este dato lo tomaremos en cuenta en la sección de “Públicos”

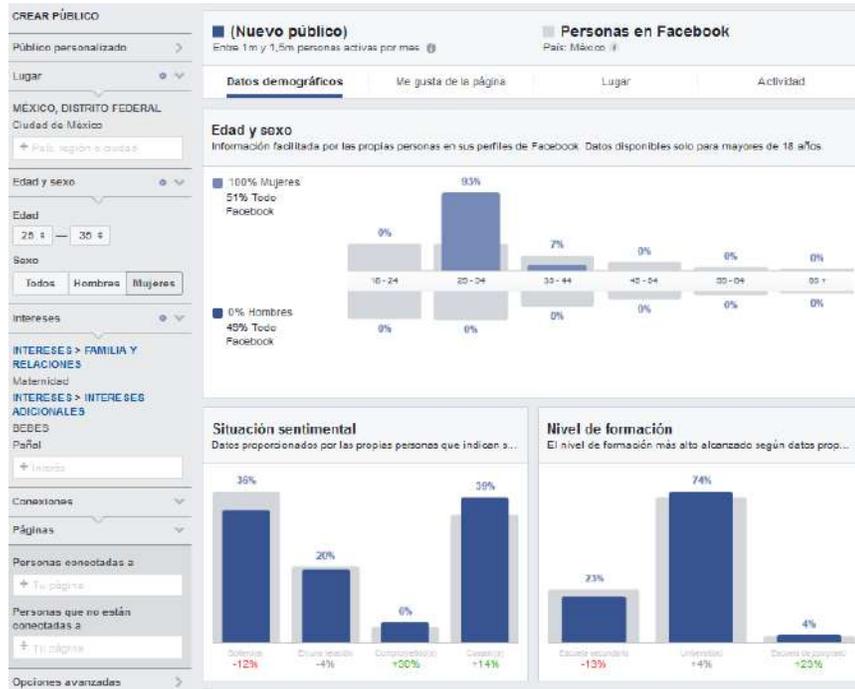
Cargo		
Sectores en los que probablemente trabajan las personas según datos proporcionados por ellas mismas en Facebook		
Cargo	Público seleccionado	Comparar
Comunidad y servicios sociales	8%	+100%
Servicios de asistencia médica y sanitaria	9%	+80%
Negocios y finanzas	13%	+64%
Educación y bibliotecas	19%	+27%
Ventas	14%	+8%
Servicios administrativos	11%	+0%
Gestión	16%	+0%
Funcionarios del gobierno (global)	1%	+0%
Servicios jurídicos	1%	+0%
Biología, física y ciencias sociales	4%	-20%

En cuanto a cargos, parece no haber nada relevante.

Principales categorías				
1	Empresa minorista	Cuponatic		
2	Museo	Papalote Museo Del Niño		
3	Vendedor de colchones	Ingenia Muebles		
4	Decoración de interiores	The Home Store México		
5	Tienda de recuerdos	Kiish		
6	Discooteca y club nocturno	Mambocafé - Insurgentes		
7	Peluquería	Helwe - Hair & Makeup Artists		
8	Servicio público	Metrodmx - Servicio Sismológico Nacional		
9	Sala de eventos y espectáculos	Centro Nacional de las Artes México		
10	Cine	Cineteca Nacional		
Ver todas				
Me gusta de la página				
Páginas de Facebook que es probable que resulten relevantes para tu público en función de los Me gusta de la página de Face...				
Página	Relevancia [#]	Público	Facebook	Afinidad [#]
Sacher Cake Shop	1	69,5K	338,6K	365x 
Cuponatic	2	84,7K	420,3K	358x 
Carlo Giovanni	3	131,6K	683,5K	342x 
Papalote Museo Del Niño	4	94,2K	522,9K	320x 
Frody	5	64,3K	359,9K	318x 
Ingenia Muebles	6	60,4K	391,6K	274x 
The Home Store México	7	60,6K	402,8K	267x 
Kiish	8	67K	500,1K	238x 
Mambocafé - Insurgentes	9	63,6K	481K	235x 
Helwe - Hair & Makeup Artists	10	124,5K	999,3K	221x 

En la sección de Me gusta, no encontramos marcas ni intereses relevantes con nuestro público, por lo tanto no lo tomaremos en cuenta.

Por ahora solo confirmamos que los datos sean correctos y guardemos el público.



Recuerda darle un nombre adecuado para identificarlo más fácil. Esta es una manera.

Se guardó tu público "Pañales - CDMX - M - 25- 35".

Ahora, vamos a buscar nuestro público una vez guardado para trabajarlo de manera correcta y guardar cada cambio.

Entramos a la sección de públicos.

Activos

Públicos

Imágenes

Catálogos

Ubicaciones del negocio

Videos

Seleccionamos nuestro público y damos clic en editar.

<input checked="" type="checkbox"/>	Pañales - CDMX - M - 25- 35	Público guardado
-------------------------------------	-----------------------------	------------------

Nombre del público Pañales - CDMX - M - 25- 35

Tamaño 1.000.000

Tipo Público guardado

Fecha de creación 13/04/2018 16:56

Última actualización 13/04/2018 16:56

Etiquetas



Características del público

Consulta la definición de este público

Nombre del público Pañales - CDMX - M - 25- 35

Características del público guardado Lugar - Viviendo en: México: Ciudad de México Distrito Federal
Intereses: Maternidad, BEBES o Pañal

Edad: 25 - 35

Sexo: Mujeres

Una vez dentro, vemos toda la información que necesitamos trabajar. Lo veremos paso a paso.

Nombre del público: Pañales - CDMX - M - 25-35

Público potencial: Alcance potencial 1.000.000 personas

Características del público:

- Lugar - Viviendo en:
 - México: Ciudad de México Distrito Federal
- Interés de:
 - Maternidad, BEBES o Pañal
- Edad:
 - 25 - 35
- Sexo:
 - Mujeres

Segmentación detallada: INCLUIR personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones:

- Intereses > Familia y relaciones:
 - Maternidad
- Intereses > Intereses adicionales:
 - BEBES
 - Pañal

Excluir personas o Acotar público

Públicos personalizados, queda descartado debido a que este es un primer público.

Ahora en lugares, necesitamos especificar el tipo de lugar y qué relación tiene con las personas; nosotros queremos llegar a las personas que viven en México.

Lugares: **Personas que viven en este lugar**

Mexico City, Distrito Federal

Incluir | Escribe para agregar más lugares | Explorar

Agregar lugares de forma masiva

En la edad y sexo, estamos totalmente de acuerdo ya que Facebook nos ayudó con estos datos y por lo pronto en idiomas, no especificamos nada.

Edad ⓘ 25 ▼ - 35 ▼

Sexo ⓘ Todos Hombres **Mujeres**

Idiomas ⓘ

Ahora, en intereses habíamos colocado las opciones más generales de nuestro público para pañales. Lo que debemos tomar en cuenta es que ahora acotaremos y en esa acotación pondremos intereses específicos basándonos en algunas marcas que se nos vengan en mente y luego algunas sugerencias.

Segmentación detallada ⓘ **INCLUIR personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones** ⓘ

Intereses > Familia y relaciones

Maternidad

Intereses > Intereses adicionales

BEBES

Pañal

Agrega datos demográficos, intereses o com... | **Sugerencias** | Explorar

Acotar público

INCLUIR personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones ⓘ

Intereses > Familia y relaciones ✕

Maternidad

Intereses > Intereses adicionales

BEBES

Pañal

Agrega datos demográficos, intereses o com... | **Sugerencias** | Explorar

y que **TAMBIÉN** cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones ⓘ ✕

Agrega datos demográficos, intereses o com... | **Sugerencias** | Explorar

Pondremos en la acotación los intereses.

INCLUIR personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones ⓘ

Intereses > Familia y relaciones

Maternidad

Intereses > Intereses adicionales

BEBES

Pañal

Agrega datos demográficos, intereses o com... | **Sugerencias** | Explorar

y que TAMBIÉN cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones ⓘ ✕

Huggies

Huggies Pull-Ups México

Johnson's Baby

Johnson's Baby

LEGO

Nick Jr.

Niños

Pampers

Play-Doh

Playskool

Agrega datos demográficos, intereses o com... | **Sugerencias** | Explorar

Nuestros intereses acotados afectaron nuestro alcance así:

Público potencial:

Alcance potencial 720.000 personas ⓘ

Características del público:

- Lugar - Viviendo en:
 - México: Ciudad de México Distrito Federal
- Edad:
 - 25 - 35
- Sexo:
 - Mujeres
- Personas que coinciden con:
 - Intereses: Maternidad, BEBES o Pañal
- Y también debe coincidir con:
 - Intereses: Huggies Pull-Ups México, Bebés y Más, Bebe, Niños, Johnson's Baby, Pampers, Huggies, Gerber, Disney Baby, Club Huggies, BabyCenter, Hasbro, LEGO, Play-Doh, Playskool, Disney Junior o Nick Jr.

Estamos en un alcance excelente para una ciudad tan grande muy por debajo del límite que te recomendamos para un alcance regional de 1.000.000 de personas.

Hay un dato muy importante que no hemos tomado en cuenta, que estos pañales son hasta la edad de 2 años y en las estadísticas se nos dijo que hay más personas con estudios universitarios con estos perfiles. Vamos a tomar en cuenta esto a través de una acotación más y lo incluiremos como comportamientos.

[Acotar más](#)

[Datos demográficos](#) > [Padres](#) > [Todos los padres](#)

Padres con bebés pequeños (1-2 años)

Padres recientes (0-12 meses)

Agrega datos demográficos, intereses o com... | [Sugerencias](#) | [Explorar](#)

Por el público al que queremos llegar, es importante conservar los comportamientos, pero podemos incluir el dato de las personas con estudios universitarios para tratar de reducir el alcance.

Estudios universitarios en curso

Estudios universitarios incompletos

Maestría

Posgrado en curso

Posgrado incompleto

Título intermedio

Título profesional

[Datos demográficos](#) > [Padres](#) > [Todos los padres](#)

Padres con bebés pequeños (1-2 años)

Padres recientes (0-12 meses)

Nuestro alcance se verá así:

Público potencial:

Alcance potencial 420.000 personas ⓘ

Características del público:

- Lugar - Viviendo en:
 - México: Ciudad de México Distrito Federal
- Edad:
 - 25 - 35
- Sexo:
 - Mujeres
- Personas que coinciden con:
 - Intereses: Maternidad, BEBES o Pañal
- Y también debe coincidir con:
 - Intereses: Huggies Pull-Ups México, Bebés y Más, Bebe, Niños, Johnson's Baby, Pampers, Huggies, Gerber, Disney Baby, Club Huggies, BabyCenter, Hasbro, LEGO, Play-Doh, Playskool, Disney Junior o Nick Jr.
- Y también debe coincidir con:
 - Nivel de formación: Estudios universitarios en curso, Estudios universitarios completos, Estudios universitarios incompletos, Título intermedio, Posgrado en curso, Posgrado incompleto, Maestría o Título profesional
 - Padres: Padres recientes (0-12 meses) o Padres con bebés pequeños (1-2 años)

No te preocupes por que el alcance haya disminuido tanto, en realidad cuando es un nicho de mercado es mejor ser más específico, además esta fue una forma de controlar que nuestro anuncio solo lo vea un sector de la población interesada en pañales y con estudios universitarios, lo que nos podría acercar a un poder adquisitivo medio – alto.

Al final, así luce nuestra segmentación:

Nombre del público: Pañales - CDMX - M - 25-35

Públicos personalizados: Agrega públicos personalizados o públicos similares

Lugares: Personas que viven en este lugar

- México
- México City Distrito Federal

Edad: 25 - 35

Sexo: Todos, Hombres, **Mujeres**

Idiomas: Ingresar un idioma...

Público potencial: Alcance potencial 420.000 personas

Características del público:

- Lugar - Viviendo en:
 - México: Ciudad de México Distrito Federal
- Edad:
 - 25 - 35
- Sexo:
 - Mujeres
- Personas que coinciden con:
 - Intereses: Maternidad, BEBES o Pañal
- Y también debe coincidir con:
 - Intereses: Huggies Pull-Ups México, Bebés y Más, Bebe, Niños, Johnson's Baby, Pampers, Huggies, Gerber, Disney Baby, Club Huggies, BabyCenter, Hasbro, LEGO, Play-Doh, Playskool, Disney Junior o Nick Jr.
- Y también debe coincidir con:
 - Nivel de formación: Estudios universitarios en curso, Estudios universitarios completos, Estudios universitarios incompletos, Título Intermedio, Posgrado en curso, Posgrado Incompleto, Maestría o Título profesional
 - Padres: Padres recientes (0-12 meses) o Padres con bebés pequeños (1-2 años)

Segmentación detallada: INCLUIR personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones

- Intereses > Familia y relaciones
 - Maternidad
- Intereses > Intereses adicionales
 - BEBES
 - Pañal

Agrega datos demográficos, intereses o comportamiento... [Sugerencias](#) | [Explorar](#)

y que TAMBIÉN cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones

- Huggies
 - Huggies Pull-Ups México
 - Johnson's Baby
 - Johnson's Baby
 - LEGO
 - Nick Jr.
 - Niños
 - Pampers
 - Play-Doh
 - Playskool

Agrega datos demográficos, intereses o comportamiento... [Sugerencias](#) | [Explorar](#)

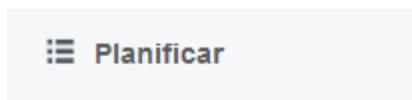
y que TAMBIÉN cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones

- Estudios universitarios en curso
 - Estudios universitarios incompletos
 - Maestría

Si todo está correcto, daremos clic en actualizar y nuestro público quedará guardado.

Caso B: Fundas para Iphone 7 en la CDMX

Entra a la sección estadísticas del público.



Estadísticas del público

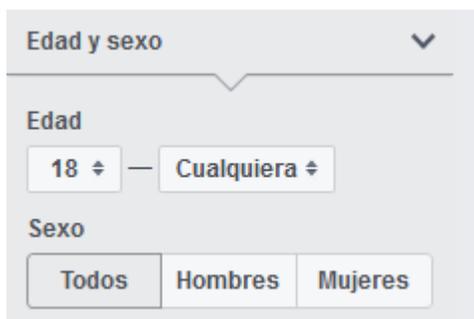
Planificador de campañas

Creative Hub

Una vez dentro especificamos que queremos encontrar datos de personas de la Ciudad de México.



Y elegimos el rango de edad desde 18 años a cualquiera. En el caso del sexo, elegimos todos.



Ahora especificamos algunos intereses generales, que en este caso tendrán que ver con Iphone. Los que encontramos fueron los siguientes:

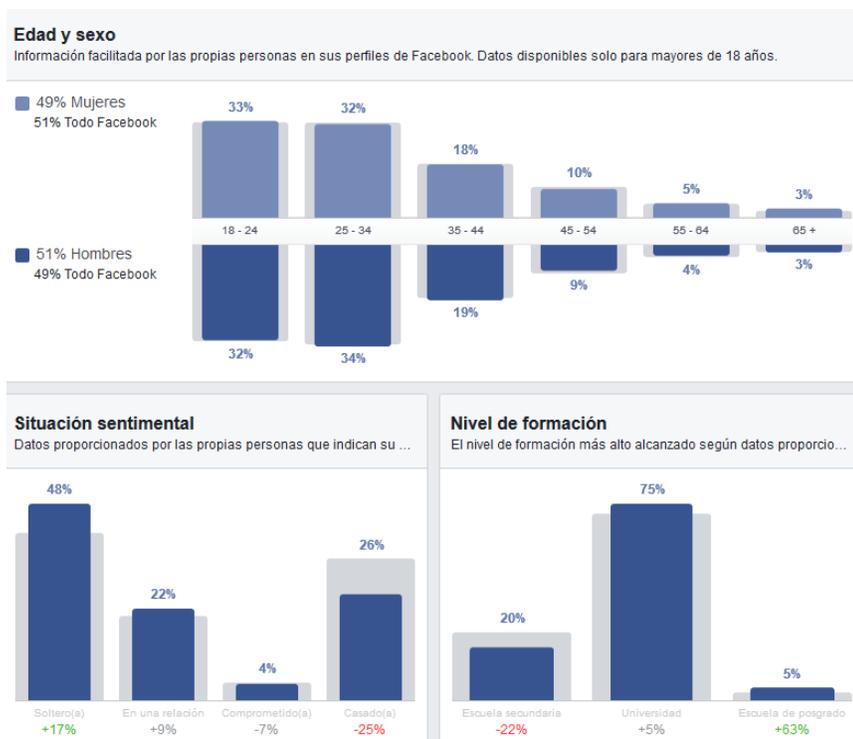
Intereses

INTERESES > INTERESES ADICIONALES

- Accesorio del teléfono móvil
- Facebook for Iphone
- iPhone
- Iphone 7
- IPhone accessories

+ Interés

Y las estadísticas nos muestran los siguientes datos:



Por ahora solo es relevante tomar en cuenta la edad y sexo, y tal vez el grado de formación más adelante para controlar nuestro alcance.

Edad y sexo

Edad

18 — 34

Sexo

Todos Hombres Mujeres

En cuanto a los me gusta no parece haber nada relevante a nuestro giro de negocio, ni muestra a competidores.

Datos demográficos	Me gusta de la página	Lugar	Actividad
Principales categorías			
1	Servicio público y gubernamental	Prepa_Sí	
2	Gira de conciertos	Holi Festival Of Colours Mexico City	
3	Organización gubernamental	No oficial: Sistema de Transporte Colectivo Metro	
4	Festival	Electric Daisy Carnival - EDC Mexico	
5	Comediante	Daniel Sosa Stand Up	
6	Solo por diversión	Metro Tacubaya	
7	Cine	Cineteca Nacional • Cinemex	
8	Zapatería	Timberland • Vans	
9	Arte y ocio	Vive Latino • Alive Music entertainment	
10	Empresa	Ocesa • Ticketmaster México • Lacoste • El Palacio de Hierro	

En cuanto a los usuarios de dispositivos, lógicamente queremos llegar a las personas con iPhone, por lo que vemos que hay un rango bastante bueno.



Una vez comprobado todo, guardamos nuestro público.



Se guardó tu público "Fundasiphone7 - CDMX - H - M - 18 - 34".

Ahora iremos a la sección de públicos para trabajar la parte más específica y hacer algunas exclusiones.



Públicos

Seleccionamos nuestro público y damos clic en él para editarlo.

Fundasiphone7 - CDMX - H - M - 18 - 34

Público guardado

Nombre del público FundasIphone7 - CDMX - H - M - 18 - 34
Tamaño 2.100.000
Tipo Público guardado
Fecha de creación 13/04/2018 17:24
Última actualización 13/04/2018 17:24

Etiquetas

Características del público
Consulta la definición de este público

Nombre del público FundasIphone7 - CDMX - H - M - 18 - 34
Características del público guardado Lugar - Viviendo en: México: Ciudad de México Distrito Federal
Intereses: iPhone accessories, iPhone, Accesorio del teléfono móvil, Facebook for Iphone o Iphone 7
Edad: 18 - 34

Una vez dentro, vemos la configuración que habíamos realizado en las estadísticas del público y ahora continuaremos con los detalles importantes.

Editar público

Nombre del público

Públicos personalizados

Excluir |

Lugares

México
Mexico City, Distrito Federal

Agregar lugares de forma masiva

Edad -

Sexo

Idiomas

Público potencial:
Alcance potencial 2.100.000 personas

Características del público:

- Lugar - Viviendo en:
 - México: Ciudad de México Distrito Federal
- Intereses:
 - iPhone accessories, iPhone, Accesorio del teléfono móvil, Facebook for Iphone o Iphone 7
- Edad:
 - 18 - 34

Como nuestro público ya está definido hasta la parte demográfica, nos saltaremos este paso y el idioma lo dejaremos en blanco.

Para pasar a los intereses, vemos que Facebook nos indica que estamos en un alcance bastante alto, por lo que recordando que nuestra

segmentación es más regional, nuestro máximo debe estar en 1.000.000 de alcance potencial.

Antes de esto, debemos tomar en cuenta la opción de comportamientos para saber que realmente nuestra audiencia tiene el Iphone 7.

Para eso creamos una acotación para empezar.

INCLUIR personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones ⓘ

Intereses > Intereses adicionales

- Accesorio del teléfono móvil
- Facebook for Iphone
- iPhone
- Iphone 7
- IPhone accessories

Agrega datos demográficos, intereses o com... | **Sugerencias** | Explorar

Excluir personas o **Acotar público**

y que **TAMBIÉN** cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones ⓘ ✕

Agrega datos demográficos, intereses o com... | **Sugerencias** | Explorar

Excluir personas

Y ahora incluimos como comportamiento todo aquello que tenga que ver con Iphone 7.

INCLUIR personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones ⓘ

Intereses > Intereses adicionales

- Accesorio del teléfono móvil
- Facebook for Iphone
- iPhone
- Iphone 7
- IPhone accessories

Agrega datos demográficos, intereses o com... | **Sugerencias** | Explorar

y que **TAMBIÉN** cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones ⓘ ✕

Comportamientos > Usuario de dispositivo móvil > Todos los dispositivos móviles por marca > Apple

- Propietario de iPhone 7

Comportamientos > Usuario de dispositivo móvil > Todos los dispositivos móviles por sistema operativo

- Acceso a Facebook (celular): dispositivos Apple (iOS)

Agrega datos demográficos, intereses o com... | **Sugerencias** | Explorar

Nuestro alcance se verá así:

Público potencial:

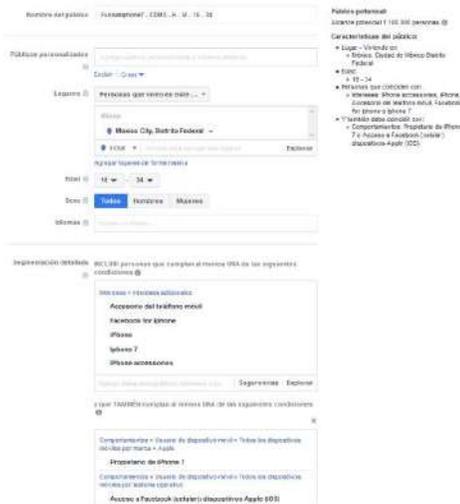
Alcance potencial 1.100.000 personas ⓘ

Características del público:

- Lugar - Viviendo en:
 - México: Ciudad de México Distrito Federal
- Edad:
 - 18 - 34
- Personas que coinciden con:
 - Intereses: iPhone accessories, iPhone, Accesorio del teléfono móvil, Facebook for Iphone o Iphone 7
- Y también debe coincidir con:
 - Comportamientos: Propietario de iPhone 7 o Acceso a Facebook (celular): dispositivos Apple (iOS)

Estamos pasando por poco el límite de alcance para un nicho regional. ¡No importa! Tu alcance no se verá afectado ya que acotamos por comportamiento y es más probable llegar a las personas que sí cuentan con el Iphone 7.

Por lo que al parecer, ya tenemos listo nuestro público, únicamente comprobaremos y guardaremos el público dando clic en actualizar.



Damos clic en actualizar y nuestro público estará listo.

[Guardar como nuevo](#) [Actualizar](#)

Fundasiphone7 - CDMX - H - M - 18 - 34 Acciones ▾ ×

Nombre del público Fundasiphone7 - CDMX - H - M - 18 - 34
Tamaño 1.100.000
Tipo Público guardado
Fecha de creación --
Última actualización
Etiquetas

 **Características del público**
Consulta la definición de este público

Nombre del público Fundasiphone7 - CDMX - H - M - 18 - 34
Características del público guardado Lugar - Viviendo en: México: Ciudad de México Distrito Federal
Edad: 18 - 34
Personas que coinciden con: Intereses: iPhone accessories, iPhone, Accesorio del teléfono móvil, Facebook for Iphone o Iphone 7
Y también debe coincidir con: Comportamientos: Acceso a Facebook (celular): dispositivos Apple (iOS) o Propietario de iPhone 7
[Editar](#)

Caso C: Agencia de viajes que promociona un paquete a Cancún en todo México.

Entra a la sección estadísticas del público.

 **Planificar**

Estadísticas del público

Planificador de campañas

Creative Hub

Una vez dentro, especifica a México como país para encontrar a todas las personas de México en Facebook.



CREAR PÚBLICO

Público personalizado >

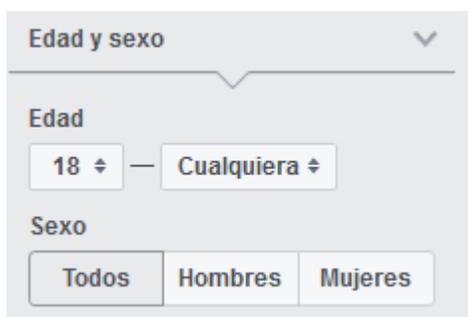
Lugar  ▼

MÉXICO

México (todo el país)

+ País, región o ciudad

En la edad dejamos este rango y en sexo dejamos como Todos para tener información desde cero.



Edad y sexo ▼

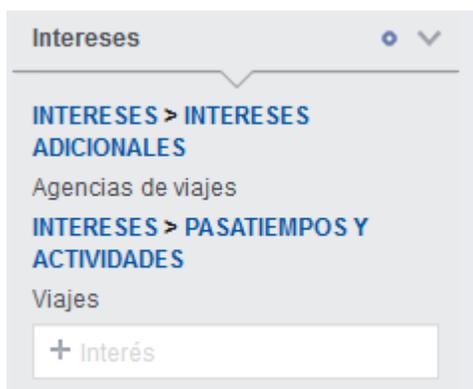
Edad

18 — Cualquiera

Sexo

Todos Hombres Mujeres

Ahora colocaremos intereses generales únicamente para darnos una idea de la selección de los datos demográficos.



Intereses  ▼

INTERESES > INTERESES ADICIONALES

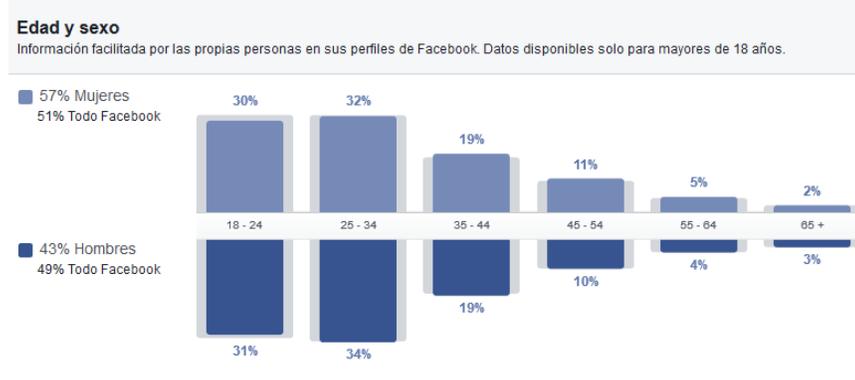
Agencias de viajes

INTERESES > PASATIEMPOS Y ACTIVIDADES

Viajes

+ Interés

Facebook nos da estas estadísticas.



Según Facebook, hay muchas personas desde los 18 hasta los 44 años de edad, pero como nuestro servicio es para personas que trabajan, sabemos que solo puede ser tomado por personas de 25 años en adelante. En esta ocasión probaremos desde los 25 años hasta los 44 para hombres y mujeres.

Nuestro público lucirá así.



Además de esto, hay otros datos muy importantes a tomar en cuenta como la situación sentimental y la formación.



Por lo pronto, descartamos la situación sentimental debido a su alta competencia entre solteros y casados y tomamos en cuenta para construir más adelante nuestra audiencia a las personas con estudios universitarios.

Ahora solo lo guardamos y continuamos a la sección de públicos.

Se guardó tu público "ViajeCancun - MX - H - M - 25 - 44".

Activos

Públicos

Dentro de públicos, seleccionamos nuestro público, damos clic y después editaremos nuestro público.

Nombre	Tipo	Tamaño
<input checked="" type="checkbox"/> ViajeCancun - MX - H - M - 25 - 44	Público guardado	24.000.000

Tamaño 24.000.000
 Tipo Público guardado
 Fecha de creación 11/04/2018 12:47
 Última actualización 11/04/2018 12:47
 Etiquetas

Características del público
 Consulta la definición de este público

Nombre del público Viajes - MX - H-M - 25 - 44
 Características del público guardado Lugar - Viviendo en: México
 Intereses: Agencias de viajes o Viajes
 Edad: 25 - 44

Una vez dentro después de haber dado clic al recuadro para editar, vemos que nuestro alcance potencial es sumamente amplio. Por lo que procederemos a editarlo para llegar a un alcance no mayor a 2.500.000 personas.

Editar público

Nombre del público:

Públicos personalizados:

Lugares:

Edad: -

Sexo:

Idiomas:

Público potencial: Alcance potencial 24.000.000 personas

Características del público:

- Lugar - Viviendo en:
 - México
- Intereses:
 - Agencias de viajes o Viajes
- Edad:
 - 25 - 44

Segmentación detallada: INCLUIR personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones

Intereses > Intereses adicionales

Agencias de viajes

Viajes

Agrega datos demográficos, intereses o co... | Sugerencias | Explorar

Excluir personas o Acotar público

Conexiones:

En esta sección hasta la parte demográfica, dejaremos todo tal cual debido a que ya habíamos analizado la parte estadística.

Públicos personalizados:

Lugares:

Edad: -

Sexo:

Como nuestro público es viajero, tal vez sí sea relevante tomar en cuenta el idioma, solo elegiremos el Español e Inglés.

Idiomas ⓘ

Inglés (Estados Unidos)	×
Español	×
<input type="text" value="Ingresa un idioma..."/>	

Como nuestro interés principal son los viajes, debemos tomar en cuenta el interés específico que es la zona de Cancún para realizar una acotación con todo lo relacionado a ella.

INCLUIR personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones ⓘ

Intereses > Intereses adicionales

- Agencias de viajes
- Viajes

La forma adecuada de hacerlo, es acotar intereses relevantes.

INCLUIR personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones ⓘ

Intereses > Intereses adicionales

- Agencias de viajes
- Viajes

Agrega datos demográficos, intereses o com... | **Sugerencias** | **Explorar**

Excluir personas o **Acotar público**

y que TAMBIÉN cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones ⓘ

Agrega datos demográficos, intereses o co... | **Sugerencias** | **Explorar**

Excluir personas

Tan solo, colocaremos los intereses más relevantes acerca de Cancún.



Y nuestro alcance se verá así:

Público potencial:

Alcance potencial 8.300.000 personas

Características del público:

- Lugar - Viviendo en:
 - México
- Edad:
 - 25 - 44
- Personas que coinciden con:
 - Intereses: Agencias de viajes o Viajes
- Y también debe coincidir con:
 - Intereses: Dreams Riviera Cancun Resort & Spa, Hard Rock Hotel Cancun, Secrets Maroma Beach Riviera Cancun, Oasis Cancun, Fairmont Mayakoba, Riviera Maya, The Ritz-Carlton, Cancun, Riviera Maya, Cancún, Mexico, Playa del Carmen, Tulum, Chichén Itzá, Xcaret Park, La Quinta Avenida, Playa Del Carmen, Isla Mujeres, Temptation Resort and Spa Cancun, ME Cancun, My Cancun Tours, Cancun Great Vacations, Aeropuerto Internacional de Cancún, Now Sapphire Riviera Cancun, Now Jade Riviera Cancun, Cancun Travel, Cancun Sailing Catamarans o Palace Resorts, Cancun

Se ha pasado bastante de nuestro límite. ¿Cómo podemos reducir el alcance sin eliminar intereses? Tomemos en cuenta en una nueva acotación a las personas con estudios universitarios y que son viajeros frecuentes

Datos demográficos > Educación > Nivel de formación

Estudios universitarios completos

Agrega datos demográficos, intereses o co... | [Sugerencias](#) | [Explorar](#)

Comportamientos > Viajes

Viajeros frecuentes

Agrega datos demográficos, intereses o co... | [Sugerencias](#) | [Explorar](#)

¡Bien! Nuestro alcance está en un rango aceptable.

Público potencial:

Alcance potencial 910.000 personas ⓘ

Características del público:

- Lugar - Viviendo en:
 - México
- Edad:
 - 25 - 44
- Personas que coinciden con:
 - Intereses: Agencias de viajes o Viajes
- Y también debe coincidir con:
 - Intereses: Dreams Riviera Cancun Resort & Spa, Hard Rock Hotel Cancun, Secrets Maroma Beach Riviera Cancun, Oasis Cancun, Fairmont Mayakoba, Riviera Maya, The Ritz-Carlton, Cancun, Riviera Maya, Cancún, Mexico, Playa del Carmen, Tulum, Chichén Itzá, Xcaret Park, La Quinta Avenida, Playa Del Carmen, Isla Mujeres, Temptation Resort and Spa Cancun, ME Cancun, My Cancun Tours, Cancun Great Vacations, Aeropuerto Internacional de Cancún, Now Sapphire Riviera Cancun, Now Jade Riviera Cancun, Cancun Travel, Cancun Sailing Catamarans o Palace Resorts, Cancun
- Y también debe coincidir con:
 - Nivel de formación: Estudios universitarios completos
- Y también debe coincidir con:
 - Comportamientos: Viajeros frecuentes

Ahora, solo tendremos que confirmar que todo esté en orden y listo. Nuestro público estará finalizado.

Nombre del público:

Públicos personalizados:

Lugares:

Edad: -

Sexo: Todos Hombres Mujeres

Idiomas:

Público potencial:
Alcance potencial 910.000 personas

Características del público:

- Lugar - Viviendo en:
 - México
- Edad:
 - 25 - 44
- Personas que coinciden con:
 - Intereses: Agencias de viajes o Viajes
- Y también debe coincidir con:
 - Intereses: Dreams Riviera Cancun Resort & Spa, Hard Rock Hotel Cancun, Secrets Maroma Beach Riviera Cancun, Oasis Cancun, Fairmont Mayakoba, Riviera Maya, The Ritz-Carlton, Cancun, Riviera Maya Cancun, Mexico, Playa del Carmen, Tulum, Chichén Itzá, Xcaret Park, La Quinta Avenida, Playa Del Carmen, Isla Mujeres, Temptation Resort and Spa Cancun, ME Cancun, My Cancun Tours, Cancun Great Vacations, Aeropuerto Internacional de Cancun, Now Sapphire Riviera Cancun, Now Jade Riviera Cancun, Cancun Travel, Cancun Sailing Catamarans o Palace Resorts, Cancun
- Y también debe coincidir con:
 - Nivel de formación: Estudios universitarios completos
- Y también debe coincidir con:
 - Comportamientos: Viajeros frecuentes

Segmentación detallada: INCLUIR personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones

Intereses > Intereses adicionales
Agencias de viajes
Viajes
Agrega datos demográficos, intereses o comportamie... Sugerencias | Explorar

y que TAMBIÉN cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones

Chichén Itzá
Dreams Riviera Cancun Resort & Spa
Fairmont Mayakoba, Riviera Maya
Hard Rock Hotel Cancun
Isla Mujeres
La Quinta Avenida, Playa Del Carmen
ME Cancun
My Cancun Tours
Now Jade Riviera Cancun
Now Sapphire Riviera Cancun
Agrega datos demográficos, intereses o comportamie... Sugerencias | Explorar

y que TAMBIÉN cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones

Datos demográficos > Educación > Nivel de formación
Estudios universitarios completos
Agrega datos demográficos, intereses o comportamie... Sugerencias | Explorar

y que TAMBIÉN cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones

Comportamientos > Viajes
Viajeros frecuentes
Agrega datos demográficos, intereses o comportamie... Sugerencias | Explorar

Damos clic en actualizar y veremos nuestro público listo para su uso.

Actualizar

ViajeCancun - MX - H - M - 25 - 44

Acciones ▾ ×

Nombre del público ViajeCancun - MX - H - M - 25 - 44

Tamaño 910.000

Tipo Público guardado

Fecha de creación --

Última actualización

Etiquetas



Características del público

Consulta la definición de este público

Nombre del público ViajeCancun - MX - H - M - 25 - 44

Características del público guardado Lugar - Viviendo en: México

Edad: 25 - 44

Personas que coinciden con: Intereses: Agencias de viajes o Viajes

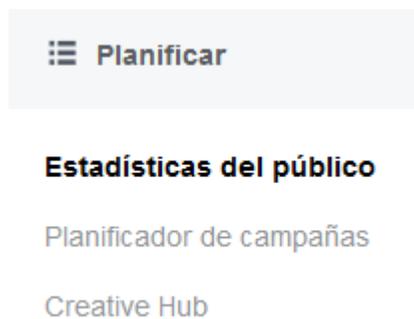
Y también debe coincidir con: Intereses: Temptation Resort and Spa Cancun, Cancún, Mexico, Dreams Riviera Cancun Resort & Spa, Palace Resorts, Cancun, Now Jade Riviera Cancun, Tulum, Cancun Great Vacations, Now Sapphire Riviera Cancun, Aeropuerto Internacional de Cancún, Secret Maroma Beach Riviera Cancun, Fairmont Mayakoba, Riviera Maya, Chichén Itzá, Xcaret Park, Isla Mujeres, Riviera Maya, Cancun Travel, Playa del Carmen, ME Cancun, Oasis Cancun, Hard Rock Hotel Cancun, The Ritz-Carlton, Cancun, La Quinta Avenida, Playa Del Carmen, Cancun Sailing Catamarans o My Cancun Tours

Y también debe coincidir con: Nivel de formación: Estudios universitarios completos

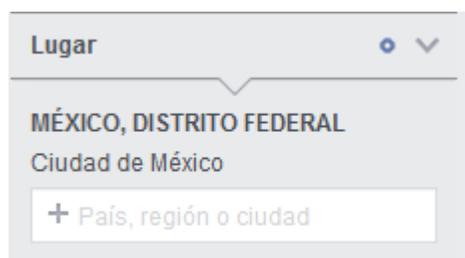
Y también debe coincidir con: Comportamientos: Viajeros frecuentes

Caso D: Reloj de gama alta en zonas con alto poder adquisitivo de la CDMX

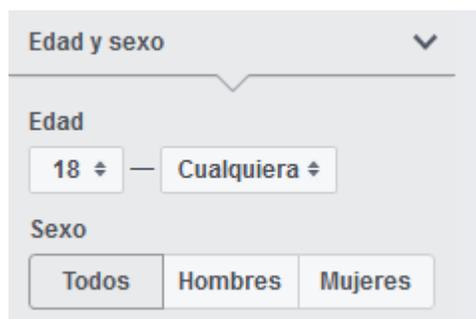
Entra a la sección estadísticas del público.



Una vez dentro especificamos que queremos encontrar datos de personas de la Ciudad de México.



Y elegimos el rango de edad desde 18 años a cualquiera. En el caso del sexo, elegimos todos.



Ahora especificamos algunos intereses generales, que en este caso tendrán que ver con relojes. Los que encontramos fueron los siguientes:



Y las estadísticas nos muestran los siguientes datos:



Por ahora solo es relevante tomar en cuenta la edad, pero como el público de nuestro producto es un público maduro, utilizaremos una segmentación de los 30 a 50 años.

Edad

30 — 50

Sexo

Todos Hombres Mujeres

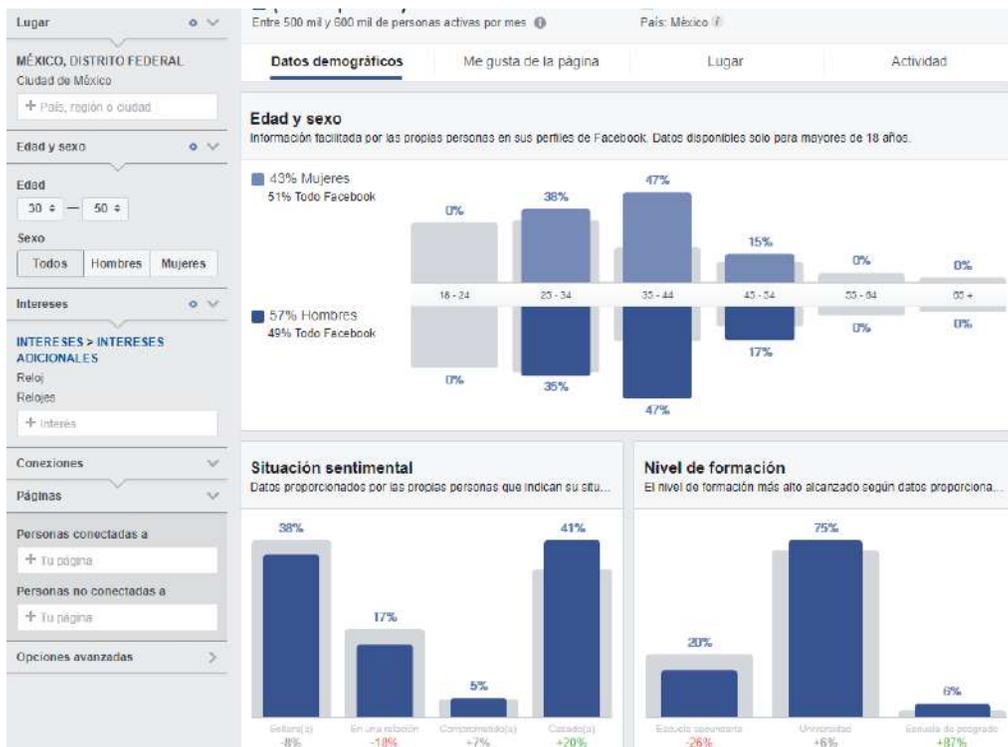
En cuanto a los me gusta de la página, hay algunos intereses que podrían ayudar a segmentar a detalle.

1	Muebles	The Best House • MUEBLES DICO
2	Mueblería	Kassèl Home & Living
3	Agente de bienes raíces	Tu canton
4	Decoración de interiores	GAIA Design • The Home Store México
5	Hogar	Muebles Pergo
6	Panadería	L Autrichienne by Sacher Cake Shop
7	Comunidad	La Ciudad de México en el tiempo • Soy Retro
8	Empresa industrial	Helvex
9	Tienda de café	La Parroquia de Veracruz
10	Discoteca y club nocturno	Mambocafé - Insurgentes

También, en cuanto a los lugares, hay algunas zonas que dan referencia al público que nos ayudarán posteriormente a excluir.

Mexico City, Distrito Federal, Mexico	97%	+462%
Ixtapaluca, State of Mexico, Mexico	0,1%	-50%
Tecamac, State of Mexico, Mexico	0,1%	-50%
Tlalnepantla, State of Mexico, Mexico	0,1%	-50%
Nezahualc6yotl, State of Mexico, Mexico	0,2%	-60%
Estado de M6xico, State of Mexico, Mexico	0,3%	-62%
Cuautitl6n Izcalli, State of Mexico, Mexico	0,1%	-67%
Ecatepec, State of Mexico, Mexico	0,2%	-71%

Una vez comprobado todo, guardamos nuestro p6blico.



Se guardó tu público "RelojesLujo - CDMX - H-M-30-50".

Ahora iremos a la sección de públicos para trabajar la parte más específica y hacer algunas exclusiones.

Activos

Públicos

Seleccionamos nuestro público y damos clic en él para editarlo.

RelojesLujo - CDMX - H-M-30-50

Público guardado

610.000

Nombre del público RelojesLujo - CDMX - H-M-30-50

Tamaño 610.000

Tipo Público guardado

Fecha de creación 23/10/2018 15:13

Última actualización 23/10/2018 15:13

Etiquetas



Características del público

Consulta la definición de este público

Nombre del público RelojesLujo - CDMX - H-M-30-50

Características del público guardado Lugar - Viviendo en: México: Ciudad de México Distrito Federal

Intereses: Reloj o Relojes

Edad: 30 - 50

Una vez dentro, vemos la configuración que habíamos realizado en las estadísticas del público y ahora continuaremos con los detalles importantes.

Nombre del público: RelojesLujo - CDMX - H-M-30-50

Públicos personalizados: Agrega públicos personalizados o públicos similares

Lugares: Personas que viven en este lugar

México

Mexico City, Distrito Federal

Incluir | Escribe para agregar más lugares | Explorar

Agregar lugares de forma masiva

Edad: 30 - 50

Sexo: Todos | Hombres | Mujeres

Idiomas: Ingresa un idioma...

Público potencial:
Alcance potencial: 610.000 personas

Características del público:

- Lugar - Viviendo en:
 - México, Ciudad de México Distrito Federal
- Intereses:
 - Reloj o Relojes
- Edad:
 - 30 - 50

Como nuestro público utiliza gama alta es importante hacer llegar los anuncios a un público relevante, por ende excluirémos algunas zonas dentro de la Ciudad de México, alrededor y otras más que pudieran interferir.

Lugares ⓘ **Personas que viven en este lugar ▼**

- Benito Juárez, Mexico, Distrito Federal ▼
- Ixtapaluca, State of Mexico ▼
- Iztapalapa, Distrito Federal ▼
- Milpa Alta, Mexico, Distrito Federal ▼
- Naucalpan De Juárez, Mexico, Mexico, State of Mexico ▼
- Tlalnepantla de Baz, State of Mexico ▼
- Tlalpan, Mexico, Distrito Federal ▼
- Toluca de Lerdo, State of Mexico ▼

Excluir ▼ | Escribe para agregar más lugares | Explorar

Un detalle adicional, será añadir el idioma inglés además del español.

Idiomas ⓘ

- Inglés (Estados Unidos) ×
- Español ×
- Ingresar un idioma...

Luego de ello empezaremos a añadir nuevos intereses a la sección de relojes:

INCLUIR personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones ⓘ

- Dolce & Gabbana
- Fósil
- Gucci
- Hublot
- Lacoste
- Louis Vuitton
- Michael Kors
- Movado
- Patek Philippe & Co.
- Prada

Y para llegar a verdaderas personas que tienen dicho poder adquisitivo, realizamos una acotación y tomamos en cuenta algunos comportamientos y datos:

y que TAMBIÉN cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones ⓘ ✕

Agrega datos demográficos, intereses o com... | [Sugerencias](#) | [Explorar](#)

[Excluir personas](#)

- Acceso a Facebook (celular): iPhone 8
 - Acceso a Facebook (celular): iPhone 8 Plus
 - Acceso a Facebook (celular): iPhone X
-
- [Comportamientos](#) > [Usuario de dispositivo móvil](#) > [Todos los dispositivos móviles por marca](#) > [Samsung](#)
- Propietario de Galaxy S9+
-
- [Datos demográficos](#) > [Educación](#) > [Nivel de formación](#)
- Doctorado
 - Estudios universitarios completos
 - Maestría

Nuestro alcance se verá así:

Público potencial:

Alcance potencial: 460.000 personas 

Características del público:

- Lugar - Viviendo en:
 - México: Ciudad de México Distrito Federal
- Lugares excluidos:
 - México: Benito Juarez, Mexico, Iztapalapa, Milpa Alta, Mexico, Tlalpan, Mexico, Xochimilco, Mexico Distrito Federal; Ixtapaluca, Naucalpan De Juárez, Mexico, Mexico, Nezahualcóyotl (estado de México), Tlalnepantla de Baz, Toluca de Lerdo State of Mexico
- Edad:
 - 30 - 50
- Idioma:
 - Inglés (Estados Unidos) o Español
- Personas que coinciden con:
 - Intereses: Reloj, Relojes, Rolex, Louis Vuitton, Prada, Gucci, Armani, Lacoste, Burberry, Ralph Lauren, Tommy Hilfiger, Michael Kors, Swatch, Fósil, Tissot, Hublot, Movado, Dolce & Gabbana, Rado (watch), Patek Philippe & Co., Bulova o Vacheron Constantin
- Y también debe coincidir con:
 - Comportamientos: Acceso a Facebook (celular): iPhone X, Propietario de Galaxy S9, Propietario de Galaxy S9+, Acceso a Facebook (celular): iPhone 8 Plus o Acceso a Facebook (celular): iPhone 8
 - Nivel de formación: Estudios universitarios completos, Maestría o Doctorado

¡Perfecto! Ahora nuestro público está listo, y aunque el alcance ha sido bajo, es de entenderse que tiene que ver por el poder adquisitivo. Por lo que al parecer, ya tenemos listo nuestro público, únicamente comprobaremos y guardaremos el público dando clic en actualizar.

Damos clic en actualizar y nuestro público estará listo.

Guardar como nuevo

Actualizar

Nombre del público RelojesLujo - CDMX - H-M-30-50

Tamaño 460.000

Tipo Público guardado

Fecha de creación --

Última actualización

Etiquetas



Características del público

[Consulta la definición de este público](#)

Nombre del público RelojesLujo - CDMX - H-M-30-50

Características del público guardado Lugar - Viviendo en: México: Ciudad de México Distrito Federal

Lugares excluidos: México: Benito Juárez, Mexico, Iztapalapa, Milpa Alta, Mexico, Tlalpan, Mexico, Xochimilco, Mexico Distrito Federal; Ixtapaluca, Naucalpan De Juárez, Mexico, Mexico, Nezahualcóyotl (estado de México), Tlalnepantla de Baz, Toluca de Lerdo State of Mexico

Edad: 30 - 50

Idioma: Español o Inglés (Estados Unidos)

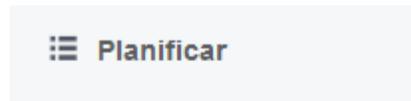
Personas que coinciden con: Intereses: Swatch, Ralph Lauren, Lacoste, Gucci, Burberry, Prada, Hublot, Vacheron Constantin, Patek Philippe & Co., Movado, Louis Vuitton, Tommy Hilfiger, Rado (watch), Michael Kors, Tissot, Dolce & Gabbana, Rolex, Reloj, Armani, Relojes, Fósil o Bulova

Y también debe coincidir con: Comportamientos: Acceso a Facebook (celular): iPhone 8, Acceso a Facebook (celular): iPhone 8 Plus, Acceso a Facebook (celular): iPhone X, Propietario de Galaxy S9 o Propietario de Galaxy S9+, Nivel de formación: Estudios universitarios completos, Maestría o Doctorado

[Editar](#)

Caso E: Clases de inglés para universitarios en el Estado de México

Entra a la sección estadísticas del público.



Estadísticas del público

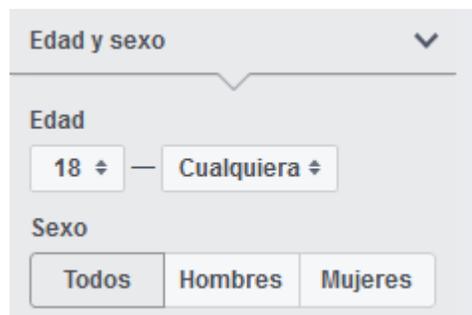
Planificador de campañas

Creative Hub

Una vez dentro especificamos que queremos encontrar datos de personas de la Ciudad de México.



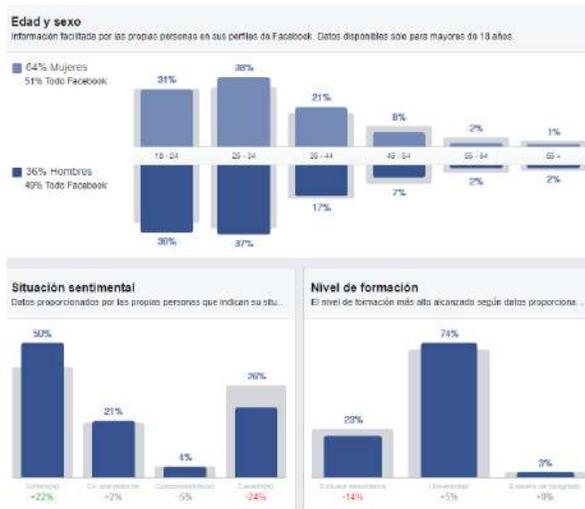
Y elegimos el rango de edad desde 18 años a cualquiera. En el caso del sexo, elegimos todos.



Ahora especificamos algunos intereses generales, que en este caso tendrán que ver con el idioma inglés:



Y las estadísticas nos muestran los siguientes datos:



Hay una buena cantidad de personas de nivel universitario y en edades desde los 18 a los 24 años para crear nuestra segmentación. Así que realizaremos un ajuste de edad.

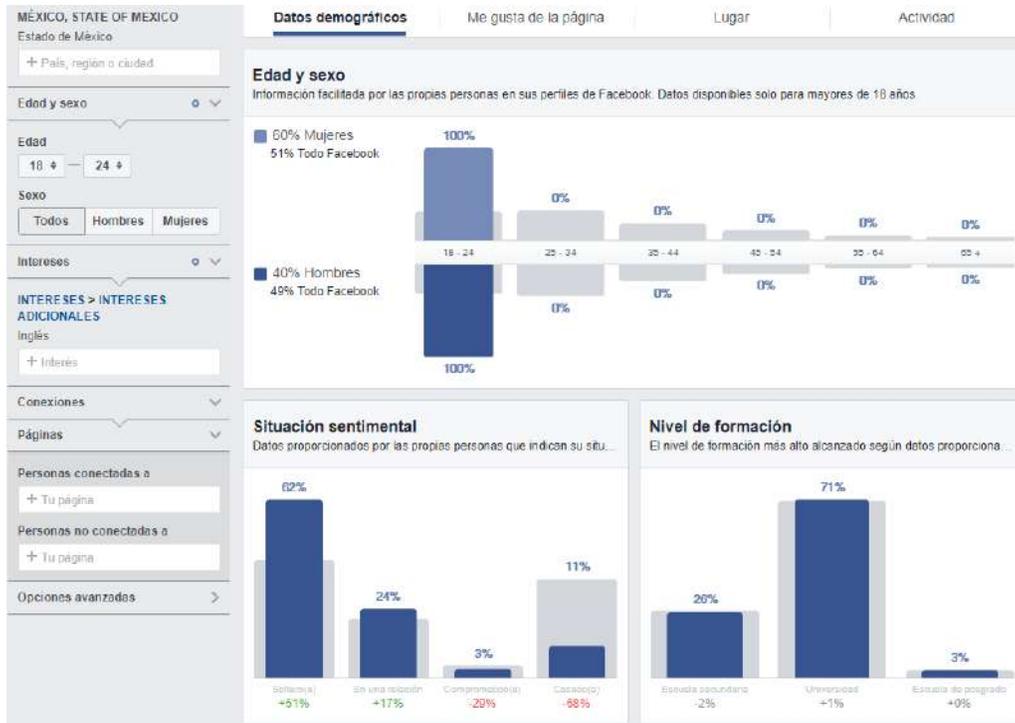
Edad

18 — 24

Sexo

Todos Hombres Mujeres

Por ahora, todos estos datos nos informan que son de gran valor. Una vez comprobado todo, guardamos nuestro público.



Se guardó tu público "UniversitariosInglés - EDOMEX - H - M - 18 - 24".

Ahora iremos a la sección de públicos para trabajar la parte más específica y hacer algunas exclusiones.

Activos

Públicos

Seleccionamos nuestro público y damos clic en él para editarlo.

UniversitariosInglés - EDOMEX - H - M - 18 - 24 | Público guardado | 18.000

Nombre del público **UniversitariosInglés - EDOMEX - H - M - 18 - 24**

Tamaño **18.000**

Tipo **Público guardado**

Fecha de creación **23/10/2018 16:07**

Última actualización **23/10/2018 16:07**

Etiquetas



Características del público

Consulta la definición de este público

Nombre del público **UniversitariosInglés - EDOMEX - H - M - 18 - 24**

Características del público guardado **Lugar - Viviendo en: México: Estado de México State of Mexico**
Intereses: Inglés

Edad: 18 - 24

[Editar](#)

Una vez dentro, vemos la configuración que habíamos realizado en las estadísticas del público y ahora continuaremos con los detalles importantes.

Nombre del público

Público potencial:
Alcance potencial: 18.000 personas

Públicos personalizados

[Excluir](#) | [Crear](#)

Lugares **Personas que viven en este lugar**

México

Estado de México, State of Mexico

[Incluir](#) | [Explorar](#)

Agregar lugares de forma masiva

Edad **18** - **24**

Sexo **Todos** **Hombres** **Mujeres**

Idiomas

Características del público:

- Lugar - Viviendo en:
 - México: Estado de México State of Mexico
- Intereses:
 - Inglés
- Edad:
 - 18 - 24

Hasta la parte demográfica, no hay nada nuevo que modificar. Por ende iremos rápidamente a la cuestión de los intereses. Añadiremos algunos intereses que tengan que ver con inglés básico, comportamiento de estudiantes e intereses genéricos para ampliar lo más alto posible el alcance.

INCLUIR personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones ⓘ

- Enseñanza de idiomas
- Escuelas
- Estudiantes
- Formación Profesional
- Gramática del inglés
- Inglés básico
- Inglés británico
- Inglés estadounidense
- Inteligencia emocional
- Language school

[Agrega datos demográficos, intereses o comp...](#) | [Sugerencias](#) | [Explorar](#)

Nuestro alcance se ve así:

Público potencial:

Alcance potencial: 160.000 personas ⓘ

Características del público:

- Lugar - Viviendo en:
 - México: Estado de México State of Mexico
- Edad:
 - 18 - 24
- Personas que coinciden con:
 - Intereses: Inglés, Enseñanza de idiomas, Lengua extranjera, Inglés básico, Duolingo, Babel, Estudiantes, Universidades, Formación Profesional, Universidad privada, Educación superior, Gramática del inglés, Licenciatura, Universidad pública, Inglés estadounidense, Inglés británico, Language school, Business English, Educación, Aprendizaje, Educación privada, Curso, Desarrollo personal, Inteligencia emocional, Escuelas, Autocuidado, Autoestima, Cuidado personal, Cosméticos, Belleza o Fitness
 - Nivel de formación: Estudios universitarios en curso o Estudios universitarios incompletos

Como hemos observado, el alcance es muy bajo, pero para lograr mejorarlo, recomendamos incluir intereses más genéricos que tengan que ver con el estilo de vida del target.

▶ **INCLUIR personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones ⓘ**

- Bebidas alcoholicas
- Beer festival
- Belleza ×
- Business English
- Cervecería
- Cuidado personal
- Curso
- Desarrollo personal
- Drinking
- Duolingo

Nuestro alcance se verá así:

Público potencial:

Alcance potencial: 180.000 personas ⓘ

Características del público:

- Lugar - Viviendo en:
 - México: Estado de México State of Mexico
- Edad:
 - 18 - 24
- Personas que coinciden con:
 - Intereses: Inglés, Enseñanza de idiomas, Lengua extranjera, Inglés básico, Duolingo, Babbel, Estudiantes, Universidades, Formación Profesional, Universidad privada, Educación superior, Gramática del inglés, Licenciatura, Universidad pública, Inglés estadounidense, Inglés británico, Language school, Business English, Educación, Aprendizaje, Educación privada, Curso, Desarrollo personal, Inteligencia emocional, Escuelas, Autocuidado, Autoestima, Cuidado personal, Cosméticos, Belleza, Fitness, Ejercicio físico, Ocesa, Auditorio Nacional, Ticketmaster, Conciertos, Festivales de música, Música, Arte y música, Vida nocturna, Clubes nocturnos, Bebidas alcohólicas, Fiestas, Bares, Cerveza, Alcohol, Drinking, Cervecería o Beer festival
 - Nivel de formación: Estudios universitarios en curso o Estudios universitarios incompletos

Muy bien, ahora nuestro público está listo y podremos guardarlo.

Damos clic en actualizar y nuestro público estará listo.

Guardar como nuevo

Actualizar

Nombre del público UniversitariosInglés - EDOMEX - H - M - 18 - 24

Tamaño 180.000

Tipo Público guardado

Fecha de creación --

Última actualización

Etiquetas



Características del público

[Consulta la definición de este público](#)

Nombre del público UniversitariosInglés - EDOMEX - H - M - 18 - 24

Características del público guardado Lugar - Viviendo en: México: Estado de México State of Mexico

Edad: 18 - 24

Personas que coinciden con: Intereses: Cosméticos, Belleza, Inglés estadounidense, Formación Profesional, Conciertos, Curso, Universidad pública, Cerveza, Música, Arte y música, Enseñanza de idiomas, Universidades, Cervecería, Festivales de música, Business English, Cuidado personal, Inglés básico, Escuelas, Fiestas, Bares, Drinking, Beer festival, Inglés británico, Aprendizaje, Educación privada, Autocuidado, Educación superior, Gramática del inglés, Fitness, Language school, Auditorio Nacional, Ticketmaster, Inglés, Educación, Alcohol, Licenciatura, Estudiantes, Clubes nocturnos, Ocesa, Vida nocturna, Bebidas alcohólicas, Autoestima, Inteligencia emocional, Lengua extranjera, Babbel, Desarrollo personal, Duolingo, Universidad privada o Ejercicio físico, Nivel de formación: Estudios universitarios en curso o Estudios universitarios incompletos

[Editar](#)

Caso F: Público similar de visitantes de tu página web

En este caso, la forma de crear este tipo de públicos es distinta, ya que no tendremos que hacer un análisis tan detallado como en los públicos guardados porque solo aprovecharemos el poder de la herramienta de Facebook para crear estos públicos. Al final algunos datos de nuestra campaña son útiles, y para empezar con dicho público hay que tener a la mano el dominio de la página web.

¡Empecemos!

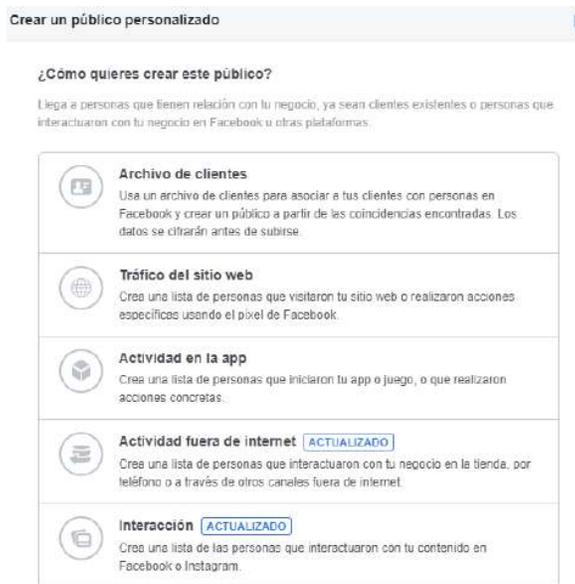
Entra a la sección de públicos y da clic en crear público.



Se abrirá un menú y te pedirá elegir el tipo de público que quieras crear. Da clic en Público personalizado.



Una vez dentro, te aparecerán distintas opciones para crear públicos, en este caso crearemos uno con los datos de tráfico del sitio web.



Aparecerá un menú con esta información:

Crear un público personalizado



Incluir personas que cumplan **CUALQUIERA DE** los criterios siguientes:

Pixel de Hotel Mediterraneo

Todos los visitantes del sitio web hasta hace **30** días

[Incluir más](#) [Excluir](#)

Nombre del público 50 [Mostrar descripción](#)

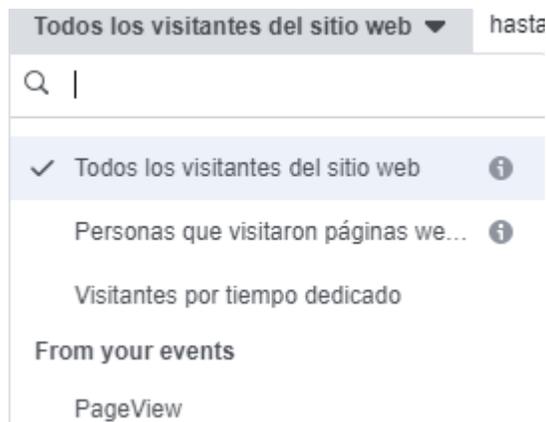
Cancelar

Volver

Crear público

En él, debemos especificar dos cosas; la primera es la URL de donde queremos extraer los datos y el tiempo de captura de las visitas de las personas.

Primero damos clic en esta opción:



Y damos clic en la opción, “personas que visitaron páginas web específicas”

● Pixel de Hotel Mediterraneo ▼

Personas que visitaron páginas web específicas ▼ hasta hace 30 días ⓘ

URL ▼ contiene ▼ ×

Al menos uno de estos valores

Aparecerán estas opciones y lo único que tendremos que hacer es agregar la URL de tráfico.

Personas que visitaron páginas web específicas ▼ hasta hace 30 días ⓘ

URL ▼ contiene ▼ ×

http://hotelenveracruz.mx × |

Luego escribimos la cantidad de días, en nuestro caso queremos aprovechar a todos los visitantes usando el número máximo permitido por Facebook que es 180.

hasta hace 180 días ⓘ

Una vez hecho esto, nombramos el público y lo guardamos.

Nombre del público Visitantes Landing Page 27

Crear un público personalizado ✕



Se creó tu público personalizado



Es posible que tardemos unos minutos en asociar tus clientes con las personas en Facebook. Te enviaremos una notificación cuando finalice el proceso. También puedes comprobar el estado del proceso en el administrador de públicos.

Pasos siguientes



Busca personas nuevas que sean similares a tus usuarios existentes

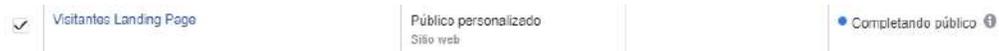
Los públicos similares son ideales para encontrar clientes potenciales de alta calidad. Úsalos para llegar a personas nuevas con probabilidades de estar interesadas en tu marca o producto.



Crear un anuncio con el público

Puedes empezar a crear un anuncio con el público personalizado que acabas de crear.

Regresamos a la sección de públicos y seleccionamos el público creado.



Luego de eso buscamos en el menú superior la opción acciones y damos clic ahí.



Damos clic en crear público similar.

Crear un público similar

Usa públicos similares en más lugares

Puedes usar el público personalizado de tu país para crear un público similar en otros países o regiones, o incluso en todo el mundo.

[Más información](#)

Encuentra nuevas personas en Facebook que se parezcan a tus públicos existentes. [Más información.](#)

Origen

Lugar [Explorar](#)

Tamaño del público

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 % de países

El tamaño del público oscila entre el 1% y el 10% de la población total de los países que elijas (las personas que tienen más similitudes con tu público de origen representan el 1%).

[Mostrar opciones avanzadas](#)

Cuando hayamos entrado al menú, veremos varias opciones, las únicas dos que tomaremos en cuenta es la de lugar y la de tamaño del público. En nuestro caso, nos interesa elegir a personas de México al 1% de la población.

Lugar

Países > América Central

México

[Explorar](#)

Tamaño del público

876.1K

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 % de países

Damos clic en crear público y listo, ya tenemos nuestro público definido. Pero falta un paso más para usarlo adecuadamente.

Lookalike (MX, 1%) - Visitantes Landing Page

Público similar
Visitantes Landing Page

● Actualizando público
Actualizando público

Damos clic nuevamente en crear público, pero ahora haremos uno guardado.

Crear público ▼

Público personalizado

Público similar

Público guardado

Lo único que haremos aquí, será segmentar adecuadamente nuestro público similar conforme a los datos que nos han arrojado las campañas y a las personas que queremos llegar.

Crear un público guardado [X]

Nombre del público:

Público potencial: Alcance potencial: 80.000.000 personas ⓘ

Características del público:

- Lugar - Viviendo en:
 - México
- Edad:
 - 18 - 65+

Públicos personalizados:

Excluir | **Crear** ▼

Personas que viven en este lugar ▼

Lugares ⓘ

México

📍 México

📍 Incluir ▼ | Escribe para agregar más lugares | Explorar

Agregar lugares de forma masiva

Edad ⓘ 18 ▼ - 65+ ▼

Sexo ⓘ **Todos** | Hombres | Mujeres

Idiomas ⓘ

INCLUIR personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones ⓘ

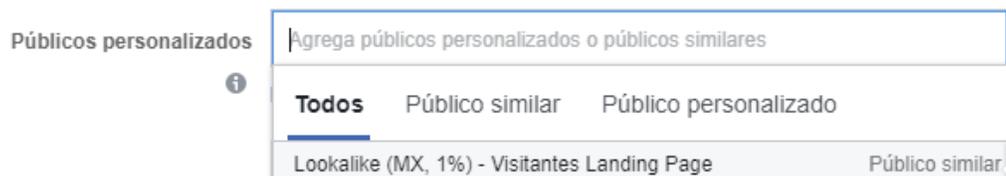
Segmentación detallada ⓘ | Sugerencias | Explorar

Excluir personas

Conexiones ⓘ

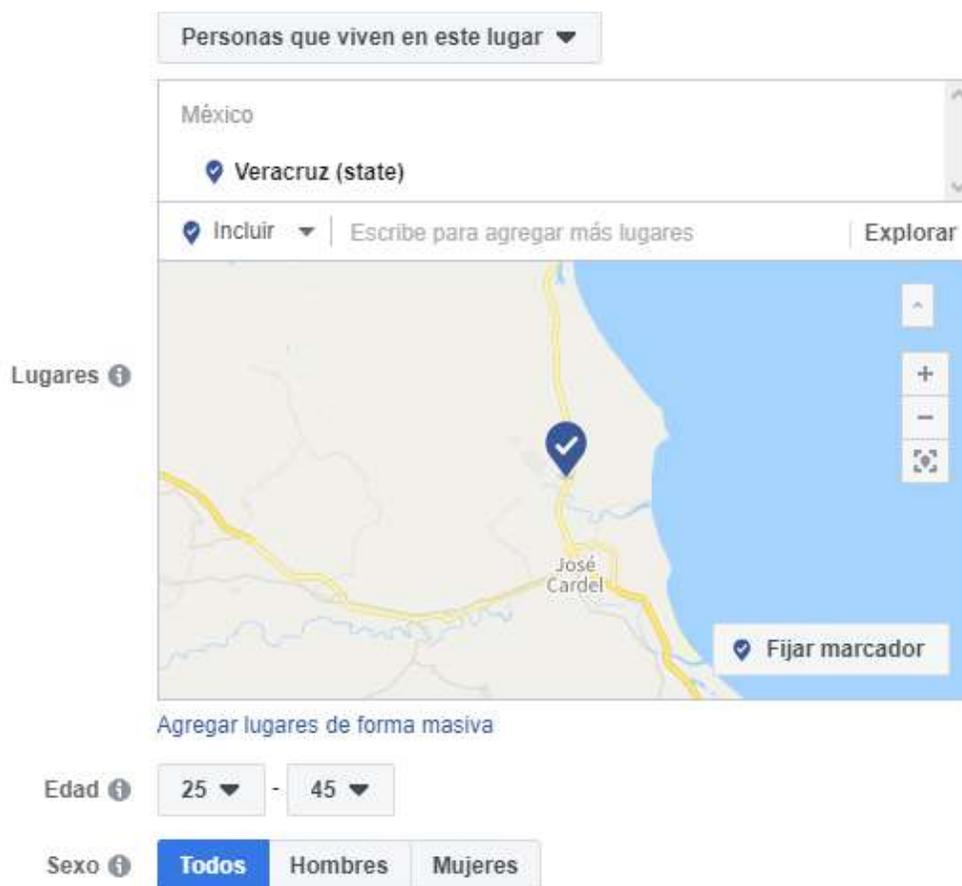
[Cancelar] [Crear público]

Lo primero que haremos es añadir el público similar creado:



En la opción públicos personalizados, encontraremos dicho público y damos clic en él.

Una vez añadido, modificaremos dos cosas más, la edad y ubicación geográfica, en nuestro caso solo nos interesa añadir a personas de 25 a 45 años en Veracruz.



¡Y listo! El paso final, consiste en dar nomenclatura al público y guardarlo para poder usarlo :D

Similar Visitantes - Veracruz - H - M - 25 - 45

Público guardado

Caso G: Segmentación guardada con exclusión a visitantes de una landing page de taller de masajes de los últimos 30 días

Este tipo de segmentaciones son avanzadas y poco frecuentes de uso, pero en este caso, ayudará a evitar que las personas que visitaron nuestra landing page del taller durante los últimos 30 días vean una nueva oferta y no se saturan de información tan rápidamente. Lo único que debemos tener es una conversión personalizada y añadirla a uno de nuestros públicos guardados.

¡Empecemos!

Entra a la sección de públicos y da clic en crear público.



Se abrirá un menú y te pedirá elegir el tipo de público que quieras crear. Da clic en Público personalizado.



Una vez dentro, te aparecerán distintas opciones para crear públicos, en este caso crearemos uno con los datos de tráfico del sitio web.

Crear un público personalizado

¿Cómo quieres crear este público?

Llega a personas que tienen relación con tu negocio, ya sean clientes existentes o personas que interactuaron con tu negocio en Facebook u otras plataformas.

- Archivo de clientes**
Usa un archivo de clientes para asociar a tus clientes con personas en Facebook y crear un público a partir de las coincidencias encontradas. Los datos se citarán antes de subirse.
- Tráfico del sitio web**
Crea una lista de personas que visitaron tu sitio web o realizaron acciones específicas usando el píxel de Facebook.
- Actividad en la app**
Crea una lista de personas que iniciaron tu app o juego, o que realizaron acciones concretas.
- Actividad fuera de internet** ACTUALIZADO
Crea una lista de personas que interactuaron con tu negocio en la tienda, por teléfono o a través de otros canales fuera de internet.
- Interacción** ACTUALIZADO
Crea una lista de las personas que interactuaron con tu contenido en Facebook o Instagram.

Aparecerá un menú con esta información:

Crear un público personalizado del sitio web

1. Agregar personas a tu público Mostrar sugerencias

Incluir personas que cumplan: CUALQUIERA DE los criterios siguientes:

Pixel de EDUEM

Todos los visitantes del sitio web hasta hace 30 días

Incluir más personas Excluir personas

2. Asignar nombre al público

Asigna un nombre a tu público 50 X Agregar descripción

Cancelar Volver Crear público

En él, debemos especificar dos cosas; la primera es la URL de donde queremos extraer los datos y el tiempo de captura de las visitas de las personas.

Primero damos clic en esta opción:

Todos los visitantes del sitio web ▼ hasta

Q |

- ✓ Todos los visitantes del sitio web ⓘ
- Personas que visitaron páginas we... ⓘ
- Visitantes por tiempo dedicado
- From your events
- PageView

Y damos clic en la opción, “personas que visitaron páginas web específicas”

● Pixel de EDUEM ▼

Personas que visitaron páginas web específicas ▼ hasta hace 30 días ⓘ

URL ▼ contiene ▼ X

Al menos uno de estos valores

Aparecerán estas opciones y lo único que tendremos que hacer es agregar la URL de tráfico.

Personas que visitaron páginas web específicas ▼ hasta hace 30 días ⓘ

URL ▼ contiene ▼ X

<http://edueminstituto.com/talleres/masaje-facial-antiarrugas/> X

Luego escribimos la cantidad de días.

hasta hace 30 días ⓘ

Una vez hecho esto, nombramos el público y lo guardamos.

Nombre del público 8

Crear un público personalizado ✕



Se creó tu público personalizado

i Es posible que tardemos unos minutos en asociar tus clientes con las personas en Facebook. Te enviaremos una notificación cuando finalice el proceso. También puedes comprobar el estado del proceso en el administrador de públicos.

Pasos siguientes

-  **Busca personas nuevas que sean similares a tus usuarios existentes**
Los públicos similares son ideales para encontrar clientes potenciales de alta calidad. Úsalos para llegar a personas nuevas con probabilidades de estar interesadas en tu marca o producto.
-  **Crear un anuncio con el público**
Puedes empezar a crear un anuncio con el público personalizado que acabas de crear.

Ahora viene la parte inteligente, avanzada pero fácil de implementar. Elegiremos uno de nuestros públicos guardados y daremos clic en él para editarlo.

Tlalnepantla10km-M28-50-Masajes / Emprendedora	Público guardado
--	------------------

Una vez dentro del público, iremos a la sección de públicos personalizados y seleccionamos la opción excluir para añadir el público de visitantes del taller.

INCLUIR personas que están al menos en UNO de los siguientes

Agrega públicos personalizados o públicos similares

EXCLUIR personas que están al menos en UNO de los siguientes

Públicos personalizados

- i** Sitio web
- Visitantes Landing Page Taller Antiarrugas**

Agrega públicos personalizados o públicos similares

¡Es lo único por hacer! Ya tenemos un público que excluye a las visitas de los últimos 30 días y lo mejor, es que es dinámico.

Ahora, solo renombra tu público para no confundirlo con el original y listo.

Nombre del público

Tlalnepantla10km-M28-50-Masajes / Emprendedora
(VisitantesLPAntiarrugas30D)

Tlalnepantla10km-M28-50-Masajes / Emprendedora
(VisitantesLPAntiarrugas30D) - co...

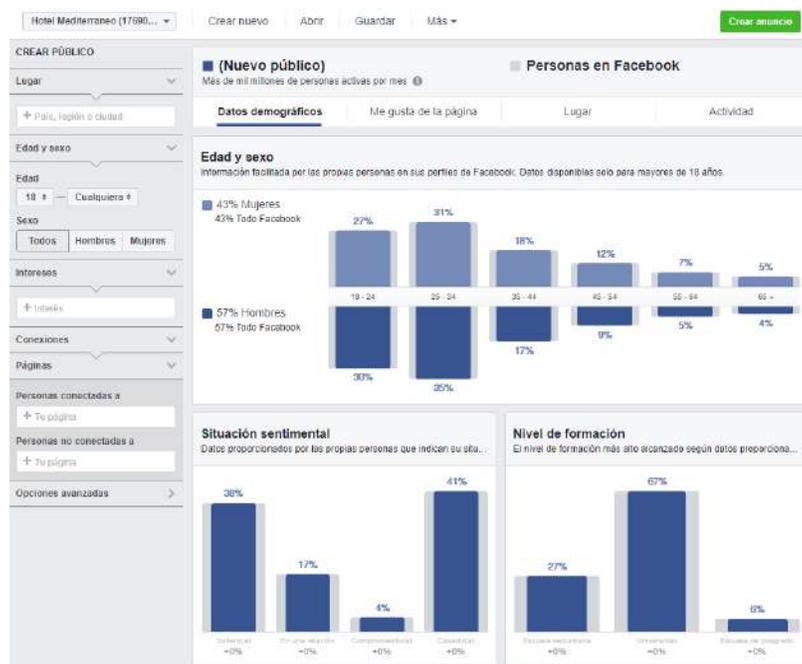
Público guardado

Caso H: Público basado en las personas que interactúan con la fanpage de un hotel para llegar a nuevos clientes potenciales

Este es un proceso sencillo ya que todos los datos los tiene la fanpage del hotel y además, ayudará a generar nuevos clientes potenciales en todo México para atraer visitantes en el periodo vacacional.

¡Empecemos!

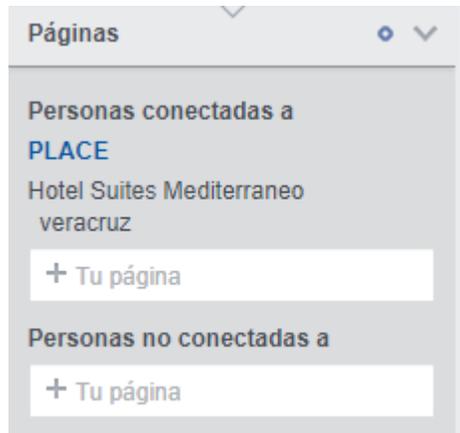
Entra a la sección de Estadísticas del público.



Coloca a México en el lugar, para tener datos de todo el país.



Luego, en la sección páginas conectadas a, colocaremos a la fanpage del hotel.



Y veremos ahora datos muy importantes para crear nuestra segmentación.



Datos demográficos		Me gusta de la página		Lugar		Actividad	
Principales ciudades		Principales países		Principales idiomas			
Ciudades	Público seleccionado			Comparar			
Boca del Río, Veracruz, Mexico	1%			+900%			
Xalapa, Veracruz, Mexico	6%			+757%			
Puebla, Puebla, Mexico	14%			+400%			
Veracruz, Veracruz, Mexico	5%			+355%			
Villahermosa, Tabasco, Mexico	3%			+275%			
Córdoba, Veracruz, Mexico	1%			+233%			
Mexico City, Distrito Federal, Mexico	46%			+167%			
Nezahualcóyotl, State of Mexico, Mexico	1%			+100%			
Tampico, Tamaulipas, Mexico	1%			+100%			
Ecatepec, State of Mexico, Mexico	1%			+43%			
Estado de México, State of Mexico, Mexico	1%			+25%			
Ver los 10 más populares							

Los datos que tomaremos más en cuenta para esta segmentación serán los demográficos y los de lugar, ya que no tomaremos en cuenta los me gusta, ni cargos, ni tipo de actividad debido a que usaremos una función que nos facilitará ese proceso. Por lo pronto los datos que rescataremos son:

- Edad y sexo: hombres y mujeres de 25 a 44 años
- Que sean de las zonas: Puebla, Tabasco, Ciudad de México, Estado de México y Tamaulipas.

Aplicamos los cambios y guardamos nuestro público.

CREAR PÚBLICO

(Nuevo público) 36.8 mil personas activas al mes

Personas en Facebook País: México

Datos demográficos | Me gusta de la página | Lugar | Actividad

Edad y sexo
Información facilitada por las propias personas en sus perfiles de Facebook. Datos disponibles solo para mayores de 18 años.

66% Mujeres (51% Todo Facebook)
34% Hombres (49% Todo Facebook)

Edad	Mujeres	Hombres
16 - 24	0%	0%
25 - 34	52%	50%
35 - 44	48%	50%
45 - 54	0%	0%
55 - 64	0%	0%
65 -	0%	0%

Situación sentimental
Datos proporcionados por las propias personas que indican su situ...

Situación	Proporción
En pareja	39%
En una relación	16%
Comprometido	5%
Casado	30%

Nivel de formación
El nivel de formación más alto alcanzado según datos proporcionados...

Nivel	Proporción
Bachillerato	17%
Alfabetizado	78%
Pregrado de posgrado	5%

Se guardó tu público "PB-TA-DF-EM-TM - H-M-25-44".

Ahora, iremos a la sección de públicos y damos clic en crear público similar.

Crear público ▾

- Público personalizado
- Público similar
- Público guardado

Una vez dentro damos clic en origen.

Crear un público similar

Encuentra nuevas personas en Facebook que se parezcan a tus públicos existentes. [Más información.](#)

Origen ?
Crear ▾

Lugar ? Explorar

Tamaño del público ? 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 % de países

El tamaño del público oscila entre el 1% y el 10% de la población total de los países que elijas (las personas que tienen más similitudes con tu público de origen representan el 1%).

Mostrar opciones avanzadas ▾

Cancelar Crear público

Y dentro de dicha opción, elegimos la fanpage del hotel.

Crear un público similar

Encuentra nuevas personas en Facebook que se parezcan a tus públicos existentes. [Más información.](#)

Origen ?

Lugar ? **Otras fuentes**

Hotel Suites Mediterraneo veracruz	Página
------------------------------------	--------

En nuestro lugar, dejaremos la opción de México y seleccionaremos que queremos ubicar nuestro público al 1%.

Lugar ⓘ Países > América Central

México

Busca países o regiones a los que quieres dirigirte | [Explorar](#)

Se agregó México de forma predeterminada porque cuenta con el número más elevado de personas de tu público de origen.

Tamaño del público ⓘ 875.6K

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 % de países

Públicos resultantes	Alcance estimado
Público similar (MX, 1%): Hotel Suites Mediterraneo veracruz	876.000 personas

El tamaño del público oscila entre el 1% y el 10% de la población total de los países que elijas

Creamos nuestro público y listo.

<input type="checkbox"/>	Lookalike (MX, 1%) - People who like Hotel Suites Mediterraneo veracruz	Público similar Página: Hotel Suites Mediterraneo v...
--------------------------	---	--

Ahora, abrimos el primer público que creamos en estadísticas del público.

Características del público
Consulta la definición de este público

Nombre del público	PB-TA-DF-EM-TM - H-M-25-44
Características del público guardado	Lugar - Viviendo en: México: Distrito Federal; State of Mexico; Puebla; Tabasco; Tamaulipas Conexiones: Personas a las que les gusta Hotel Suites Mediterraneo veracruz Edad: 25 - 44

[Editar](#)

Y una vez dentro en la sección de públicos personalizados, añadiremos el público similar que acabamos de crear.

Públicos personalizados

Público similar

Lookalike (MX, 1%) - People who like Hotel Suites Mediterraneo veracruz

Agrega públicos personalizados o públicos similares

Excluir | Crear ▼

Nuestro alcance se ve así.

Público potencial:

Alcance potencial: Menos de 1.000 personas ⓘ

Características del público:

- Público personalizado:
 - Lookalike (MX, 1%) - People who like Hotel Suites Mediterraneo veracruz
- Lugar - Viviendo en:
 - México: Distrito Federal; State of Mexico; Puebla; Tabasco; Tamaulipas
- Conexiones:
 - Personas a las que les gusta Hotel Suites Mediterraneo veracruz
- Edad:
 - 25 - 44

Es muy bajo, pero no te asustes es debido a que se mantuvo activada una opción importante.

Conexiones ⓘ

Páginas de Facebook ✕

Personas a las que les gusta tu página ▼

Hotel Suites Mediterraneo veracruz ✕

Agrega otra página

Lo único que haremos es eliminar la conexión con dicha fanpage y listo.

Público potencial:

Alcance potencial: 500.000 personas ⓘ

Características del público:

- Público personalizado:
 - Lookalike (MX, 1%) - People who like Hotel Suites Mediterraneo veracruz
- Lugar - Viviendo en:
 - México: Distrito Federal; State of Mexico; Puebla; Tabasco; Tamaulipas
- Edad:
 - 25 - 44

Nombre del público PB-TA-DF-EM-TM - H-M-25-44

Público potencial: Alcance potencial: 500.000 personas ⓘ

Características del público:

- Público personalizado:
 - Lookalike (MX, 1%) - People who like Hotel Suites Mediterraneo Veracruz
- Lugar - Viviendo en:
 - México: Distrito Federal; State of Mexico; Puebla; Tabasco; Tamaulipas
- Edad:
 - 25 - 44

Públicos personalizados

Público similar

Lookalike (MX, 1%) - People who like Hotel Suites Mediterraneo Veracruz

Agrega públicos personalizados o públicos similares

Excluir | Crear ▼

Personas que viven en este lugar ▼

México

- ✓ Distrito Federal
- ✓ Puebla
- ✓ State of Mexico
- ✓ Tabasco
- ✓ Tamaulipas

Incluir ▼ | Escribe para agregar más lugares | Explorar

Agregar lugares de forma masiva

Edad ⓘ 25 ▼ - 44 ▼

Sexo ⓘ Todos | Hombres | Mujeres

Idiomas ⓘ Ingresar un idioma

INCLUIR personas que cumplan al menos UNA de las siguientes condiciones ⓘ

Segmentación detallada ⓘ

Agrega datos demográficos, intereses o comp... | Sugerencias | Explorar

Excluir personas

Ya no tendremos que incluir intereses en nuestro público, ya que de ello se encargará el público similar, y ahora lo único que tenemos que hacer es corroborar que todo esté en orden y renombrar adecuadamente el público.

Nombre del público Lookalike (MX, 1%) - Fanpage Hotel - H-M-25-44

Guardamos y listo, ya tenemos un público más poderoso para nuestra siguiente etapa vacacional.

Lookalike (MX, 1%) - Fanpage Hotel - H-M-25-44

The background is a solid teal color. It features several white geometric shapes: a large, thick, white line forming a jagged, downward-pointing shape in the top left corner; a smaller, white, jagged shape pointing upwards and to the right in the middle left; and a thick, white line forming a jagged, upward-pointing shape in the bottom right corner.

9.- Recomendaciones generales

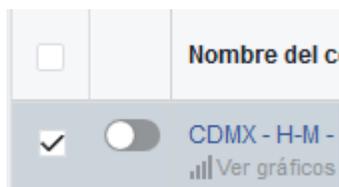
Antes de finalizar, queremos darte las gracias por haber leído este material que seguro te hizo ver a Facebook de otra forma y te dejó muy claro cómo se hace un público para convertirlo en uno de los pasos más poderosos dentro de tus campañas en Facebook.

No me queda más que decirte que de ahora en adelante, ya sabes los tips desde básico a avanzado para segmentar como todo un profesional.

¡Aprovéchalos en tus campañas!

Ahora, te dejo un listado de tips que debes tomar en cuenta para hacer tu segmentación al 100%:

- El alcance de tu público regional debe estar entre 250.000 personas y 1.000.000
- El alcance tu público nacional debe estar entre 500.00 personas y 2.500.00
- Siempre crea tu segmentación con base en estadísticas, datos de tu negocio o información que tengas de tu avatar digital
- Una vez lanzada tu campaña, podrás saber el desempeño de tu segmentación con la puntuación de relevancia
- La puntuación de relevancia de un buen público debe estar entre 8 a 10, si es menor debes hacer un ajuste
- Para que puedas observar la puntuación de relevancia deberás tener al menos 500 impresiones
- Para tomar decisiones sobre las modificaciones de tu público, te recomendamos tener al menos 5.000 impresiones en tu anuncio
- Cuando quieras hacer ajustes, siempre hazlo revisando el desempeño de tu campaña. Puedes verlo dentro del administrador de anuncios, seleccionado tu conjunto de anuncios y dando clic en “Ver gráficos”, ahí sabrás la edad, sexo, dispositivos y ubicaciones que te están dando mejores resultados.



- Cada que realices cambios, es más recomendable crear un nuevo público con los ajustes nuevos y así compararlo con el desempeño del primer público

- De igual forma, crea un nuevo conjunto de anuncios dentro de la misma campaña para que pueda ser comparado de mejor manera
- Guarda tus mejores públicos y trata de optimizarlos siempre para encontrar el mejor
- ¡Usa esta guía de ahora en adelante para que seas un pro de la segmentación en Facebook!

¡YA ESTÁS LISTO PARA VENDER MÁS POR INTERNET!

Nos encanta interactuar con las personas del otro lado de la computadora, por favor, cualquier duda o comentario nos encantará escucharlo en cualquiera de nuestros medios de contacto.

Web: www.jamlo.mx

Email: QuieroMarketing@jamlo.mx

Facebook: [/JamloMarketing](https://www.facebook.com/JamloMarketing)

Suscríbete a nuestro canal de Youtube

“**Chris Caballero - Señor Marketero**” donde compartimos muchos tutoriales y tips que te ayudarán a gestionar y automatizar tu marketing digital.

YouTube: [/ChrisCaballero](https://www.youtube.com/ChrisCaballero)

¡Únete a nuestro grupo!

Te invitamos a unirse a una comunidad de emprendedores y dueños de negocio, donde compartimos, problemas, casos, errores y situaciones comunes que suceden cuando diseñamos y ejecutamos publicidad online.

<https://www.facebook.com/groups/AceleraTuNegocioEnInternet/>

¡Te deseamos Excelentes ventas!