



Glosario Facebook ads

En Goobec, nuestro objetivo es ayudarte a que te familiarices con Facebook Ads, pero ¿tienes claro qué implica? Se trata de la optimización de tus campañas publicitarias en Facebook para llegar de manera efectiva a tu público objetivo.

Comprender Facebook Ads, implica conocer la terminología que se utiliza, por eso te presentamos este glosario que se actualizará constantemente y estará en sintonía con nuestros cursos.

A

- **Administrador de Anuncios:** Herramienta de Facebook para crear, gestionar y analizar campañas publicitarias.
- **Anuncios en Carrusel:** Anuncios que permiten mostrar múltiples imágenes o videos en un solo anuncio.
- **Audiencia:** Grupo de personas a las que deseas mostrar tus anuncios en función de criterios específicos.
- **Audiencia Similar:** Audiencia creada a partir de personas que son similares a tus clientes existentes o a tu audiencia objetivo.

B

- **Bid (Puja):** La cantidad de dinero que estás dispuesto a pagar por clic, impresión o conversión en tus anuncios.
- **Brand Awareness (Reconocimiento de Marca):** Objetivo de campaña que busca aumentar la visibilidad de la marca entre el público objetivo.
- **Budget (Presupuesto):** La cantidad de dinero que deseas gastar en tu campaña publicitaria.

C

- **Campaña:** Conjunto de anuncios con un objetivo común (ej. generar tráfico, conversiones, etc.).
- **Click-Through Rate (CTR) (Tasa de Clics):** Porcentaje de personas que hicieron clic en tu anuncio en comparación con el número de impresiones.
- **Conversion (Conversión):** Acción deseada que quieres que los usuarios realicen, como una compra o un registro.

- **Cost Per Click (CPC) (Costo por Clic):** El costo que pagas cada vez que alguien hace clic en tu anuncio.
- **Cost Per Mille (CPM) (Costo por Mil):** El costo que pagas por mil impresiones de tu anuncio.

D

- **Daily Budget (Presupuesto Diario):** El monto máximo que estás dispuesto a gastar en tu campaña publicitaria cada día.
- **Dynamic Ads (Anuncios Dinámicos):** Anuncios que se personalizan automáticamente con productos específicos para cada usuario.

E

- **Engagement (Interacción):** Interacciones de los usuarios con tus anuncios, como likes, comentarios y compartidos.
- **Estimated Action Rate (Tasa Estimada de Acción):** Estimación de Facebook de cuántas acciones podría recibir tu anuncio.

F

- **Frequency (Frecuencia):** El promedio de veces que tu anuncio se muestra a una misma persona.

G

- **Geo-Targeting (Geolocalización):** Técnica para dirigir anuncios a personas en ubicaciones geográficas específicas.

I

- **Impressions (Impresiones):** El número de veces que tu anuncio es mostrado a los usuarios.
- **Insights (Estadísticas):** Herramienta de Facebook que proporciona datos y análisis sobre el rendimiento de tus anuncios.

L

- **Landing Page (Página de Destino):** La página web a la que los usuarios son dirigidos después de hacer clic en tu anuncio.

O

- **Objective (Objetivo):** El objetivo específico que quieres alcanzar con tu campaña publicitaria, como aumentar las ventas, generar leads, etc.

- **Optimization (Optimización):** Proceso de ajustar y mejorar tus anuncios para obtener mejores resultados.

P

- **Pixel (Píxel):** Fragmento de código que colocas en tu sitio web para rastrear las acciones de los usuarios y medir las conversiones.
- **Placement (Ubicación):** Las ubicaciones donde se mostrarán tus anuncios, como en el feed de noticias, stories, y más.

Q

- **Quality Score (Puntuación de Calidad):** Puntuación de Facebook basada en la relevancia y calidad de tu anuncio.

R

- **Reach (Alcance):** El número de personas únicas que han visto tu anuncio.
- **Retargeting:** Estrategia de mostrar anuncios a personas que han interactuado previamente con tu sitio web o página de Facebook.
- **Return on Ad Spend (ROAS) (Retorno de la Inversión Publicitaria):** Medida de la eficacia de tu inversión publicitaria, calculada como ingresos generados por cada dólar gastado en publicidad.

S

- **Split Testing (Pruebas Divididas):** Similar a la Prueba A/B, donde se prueban múltiples variables para determinar la más efectiva.
- **Sponsored Posts (Publicaciones Patrocinadas):** Publicaciones pagadas que aparecen en el feed de noticias de los usuarios.

T

- **Target Audience (Audiencia Objetivo):** El grupo específico de personas a las que deseas mostrar tus anuncios.
- **Tracking (Seguimiento):** El proceso de monitorear las interacciones de los usuarios con tus anuncios y sitio web.

U

- **Unique Clicks (Clics Únicos):** El número de personas únicas que hicieron clic en tu anuncio.

V

- **Video Views (Vistas de Video):** El número de veces que se ha visto tu anuncio en video.

W

- **Web Conversion (Conversión en la Web):** Acción realizada en tu sitio web como resultado de ver o interactuar con tu anuncio de Facebook.