

PUBLICIDAD EN INSTAGRAM

NOMBRE:

ALEJANDRO FLORES

TELÉFONO:

+569 58324614

CORREO ELECTRÓNICO:

ALEJANDRO@INGALEJANDROFLORES.COM

SITIO WEB:

WWW.INGALEJANDROFLORES.COM

ÍNDICE

1. Tarifas y características de Publicidad en Instagram.
2. Composición de una campaña de Instagram Ads
3. Objetivos de campañas de Instagram Ads
4. Descripción de los objetivos de campañas.
5. Plan de trabajo para el diseño e implementación de campaña de Instagram ads
6. Descripción de Plan de trabajo para el diseño e implementación de campaña de Instagram ads

TARIFA Y CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO.

Costo al mes por campaña	Características del servicio
<p>\$80.000 + Costo de Inversión por Publicidad</p> <p>\$15.000 Conjunto de anuncio adicional (incluido 2 variantes de anuncios)</p>	<ul style="list-style-type: none">➤ Testeo de segmentos de clientes, para determinar al más rentable➤ Dos Conjuntos de anuncios con 2 variantes de anuncios➤ Diseño de 4 piezas gráficas➤ Campaña de Remarketing (Al segundo mes de campaña)➤ Instalación de Pixel y API de conversión➤ Verificación de dominio➤ Se hace monitoreo y optimización de la campaña➤ Al finalizar el mes, se elabora un reporte con los resultados obtenidos.

COMPOSICIÓN DE UNA CAMPAÑA DE INSTAGRAM ADS

Campaña

En campaña se define el objetivo de la campaña. Los objetivos de la campaña están descritos en la página siguiente.

Conjunto de anuncio

En conjunto de anuncio se define el presupuesto de la campaña y el periodo que se visualizará la campaña. También se define el público objetivo (según su interés, comportamiento, demografía, lugar, y edad).

Variante de anuncio 1

Variante de anuncio 2

En anuncios se suben las gráficas, los textos, las descripciones, el CTA (Llamado al acción) y destinos (sitio web por ejemplo). Además, se establecen los pixeles de conversiones.

OBJETIVOS DE CAMPAÑAS EN INSTAGRAM ADS

Reconocimiento	Consideración	Conversión
Reconocimiento	Tráfico	Conversiones
Alcance	Interacción	Ventas de catálogo
	Descarga de aplicaciones	Tráfico en el negocio
	Reproducciones de videos.	
	Generación de clientes potenciales	
	Mensajes	

Instagram Ads posee 11 objetivos para hacer campañas, y el objetivo dependerá de que quiere obtener el cliente. Si el cliente quiere que su marca se haga reconocida en un público determinado, entonces se usará el objetivo de “Reconocimiento”. Por otra parte, si lo que quiere es vender el catálogo de sus productos, entonces el objetivo es de “Ventas de catálogo”. A continuación se dará una descripción de cada uno de los objetivos.



DESCRIPCIÓN DE LOS OBJETIVOS DE CAMPAÑAS.

Reconocimiento.

- **Reconocimiento:** Los anuncios se muestran a las personas que tengan más probabilidad de recordar la marca.
- **Alcance:** Se muestra el anuncio a la mayor cantidad de personas posibles

Consideración.

- **Tráfico:** La campaña busca enviar personas a un sitio web, una aplicación o un evento de Facebook. También esta campaña puede generar conversaciones por llamadas, Messenger o Whatsapp
- **Interacción:** Hace que las personas le den «Me gusta» a las páginas, respondan a eventos o bien, reaccionen a publicaciones. Además, puedes lograr que comenten las publicaciones y las compartan.
- **Descarga de aplicaciones:** Los anuncios se muestran a personas que tienen más posibilidad de descargar la aplicación e interactúe con él.
- **Reproducciones de videos:** Se muestra anuncios con videos a personas con alta probabilidad de retener la información.
- **Generación de clientes potenciales:** Se genera clientes potenciales haciendo formularios, llamadas telefónicas o chat
- **Mensajes:** Se hacen anuncios que te ayudan a interactuar con tus clientes mediante Whatsapp, Messenger o Instagram.

Conversión.

- **Conversiones:** Estos anuncios hacen que tus clientes puedan hacer una acción en concreto, como lo es una compra o llamarte desde tu sitio web.
- **Ventas de catálogo:** Estos anuncios usa tu audiencia para mostrar los catálogos de tus productos.
- **Tráfico en el negocio:** Estos anuncios se muestran a aquellas personas que tienen más probabilidad de que asistan físicamente a tu tienda. Estas personas se encuentran cerca físicamente de tu local.

PLAN DE TRABAJO PARA EL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE CAMPAÑA DE INSTAGRAM ADS

Reunión inicial

Diseño de la
campaña

Implementación
de la campaña

Reporte de
resultados

Reunión

DESCRIPCIÓN DE PLAN DE TRABAJO PARA EL DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE CAMPAÑA DE INSTAGRAM ADS

- **Reunión inicial:** Se hace una reunión inicial para conocer al consumidor final, la propuesta de valor y los objetivos de la campaña. También se define el presupuesto a invertir en la campaña y se estipula el mensaje que se quiere transmitir con la campaña.
- **Diseño de la campaña:** Tras la información obtenida, se hacen las gráficas, textos, descripciones y llamadas a la acción. Además, se crea la cuenta publicitaria en el que se realizará la campaña.
- **Implementación de la campaña:** Con todo el diseño listo, se procede a implementar la campaña en el administrador de anuncios. Además, se configura e instala el pixel y la API de conversión.
- **Reporte de resultados:** Al finalizar el mes de campaña, se realiza un reporte con los resultados obtenidos en la campaña. Este informe será enviado al cliente, para que lo pueda evaluar.
- **Reunión:** Finalmente, se coordina una reunión para aclarar las dudas con respecto a la campaña publicitaria.

Observación: La campaña publicitaria se va optimizando, a medida que se van obteniendo datos.