

El diseño de campañas en redes sociales



Cuando hablamos de **campañas de publicidad en redes sociales**, muchos entendemos que se trata de publicar banners, fotografías, videos o links a nuestra página web, para llamar la atención de personas para que visiten nuestra pagina empresarial y conseguir interacción o ventas.

Pero esto es solo una pequeña parte de lo que abarca una campaña de publicidad en redes sociales. La publicidad debemos entenderla como un **canal de comunicación**, que busca **impactar a un público objetivo con un mensaje de valor y una llamada a la acción** que genere acción en el público hacia nuestro objetivo.

Para que una campaña de publicidad en redes sociales sea efectiva, es importante **conocer al público objetivo**, para asegurarnos que los estemos integrando en temáticas que sí les importan, puesto que somos más receptivos a **contenido que nos genere un valor verdadero**, y en redes sociales esto no es excepción. Acompañar estos mensajes con contenido visual y emocional nos dará una publicación eficaz para nuestro objetivo.

Veamos algunos ítems que debemos tener en cuenta para realizar campañas de publicidad en las redes sociales.

La mayor ventaja que tienen las redes sociales frente a los medios tradicionales es la **segmentación**, las redes sociales nos permiten **configurar el alcance** de nuestros anuncios basados en los intereses, edad, lugar de residencia del público, y más.

Segmentar nos facilitará llegar a nuestro público objetivo sin hacer un gasto grande de dinero.

Otra gran ventaja de las redes sociales es que son accesibles para todo tipo de marca, gracias a su precio y a que la mayoría son gratuitas. Debemos aprovechar este beneficio que nos permite probar cierta clase de contenido y encontrar si es o no acorde con el público objetivo, esto nos dará indicios de contenidos a los que sí vale la pena hacerles publicidad paga.

Una vez establecido el contenido al que vale la pena hacerle publicidad paga, puedes probar hacer publicidad paga por corto periodo de tiempo, las redes sociales permiten **analizar el rendimiento de una publicación** en periodos de tiempo corto, y algunas redes como facebook e instagram te avisan cuando las publicaciones tienen un rendimiento alto. De esta manera, puedes modificar la segmentación o el copy y analizar cuáles de los contenidos que publicaste valen la pena para promocionarlos a una audiencia mayor y por un periodo de tiempo más largo.

Recuerda **rotar los anuncios que publicas para mantener al público interesado**, la repetición continua de anuncios baja la cantidad de interacción, aumentando el costo de la publicación. También es importante que los diseños que realices se puedan ver en móvil, ya que la mayoría del público usa este medio para acceder a las redes sociales.

Experimenta con los formatos de publicación, a muchas empresas les va bien pagar publicidad a contenido en video ya que genera más interacción, a otros imagenes, igualmente puedes encontrar muchos formatos de publicidad, como formularios de contacto, enviar mensaje dentro de la red social o llamar a un teléfono. Experimentar con estos formatos te dirá qué clase de publicidad es más efectiva para tu marca.

Luego de realizar la campaña de publicidad **realiza seguimiento de la campaña y analiza si el impacto está ayudándote a llegar a tu objetivo**, no se trata de lograr muchos “me gusta”, sino de generar interacción que beneficie a la marca, como comentarios, formularios con teléfonos de contacto, direcciones de email donde enviar información.

En las analíticas puedes encontrar el **número de impresiones**, es decir el número de veces que el anuncio se muestra, el **total de clics** hechos en la publicidad, el **CTR o tasa de conversión**, que es el total de click entre el total de impresiones. esto te dará un norte para saber qué tan efectivas son las campañas, y cómo puedes mejorarlas para obtener mejores resultados.

Hacer campañas publicitarias en redes sociales puede beneficiar mucho a la marca, ya que nos acercan al público objetivo que aún no ha interactuado con nuestras redes sociales o nuestra página web. Además nos permite perseguir objetivos de creación de base de datos, mejora de reputación de marca y venta de productos y servicios.