

Perales

PORTFOLIO CAMPAÑAS ADS



- 1 | Introducción
- 2 | Servicios
- 3 | Caso Meta ads
- 4 | Caso Google ads
- 5 | Informe

¡Hola! Soy Andrea Perales fundadora de la Agencia Perales. Soy licenciada en publicidad especializada en Marketing Digital y actualmente formada en diseño UX/UI. Amplia experiencia en SOCIAL MEDIA para diferentes sectores como: medicina, instituciones educativas y religiosas, bebidas energéticas, inmobiliario, arquitectura y canales E-Commerce para la venta de relojes/accesorios (experiencia en plataformas Shopify); trabajando en la generación de contenidos, estrategias, activación de campañas en Facebook y Google ADS, análisis y reportes. También he generado campañas de mailing a través de plataformas como Mailchimp, Hubspot y Sendinblue (Brevo).

¿Qué hacemos?

Consultorías de marca.

Diseño y desarrollo de identidad visual de marca.

Creación de estrategias y manejo de tácticas digitales, SEO.

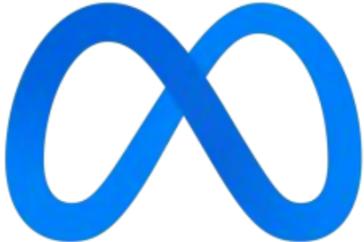
Asesoramiento en inversión en medios digitales (Google Ads, Facebook Ads, Twitter Ads, etc. -SEM-).

Implementación de campañas publicitarias (META ADS y GOOGLE ADS).

Consultoría de Experiencia de Usuario.

Diseño UX/UI, desarrollo e implementación de sitios web, aplicaciones y plataformas digitales, eCommerce, Apps para dispositivos móviles, Inbound Marketing.

Desarrollo, estrategia de contenidos en RRSS.

 Meta

Campañas ads

A continuación se muestra el proceso de diseño de una campaña estratégica previa a la información

Caso: Inmobiliaria Nobleza proyecto Punto Arq.

Objetivos de venta: Cinco (5) apartamentos por mes (La responsabilidad de venta corresponde a la agencia inmobiliaria, no a la agencia ni al responsable de campaña)

Objetivos de la campaña: Obtener la mayor cantidad posible de clientes solventes que busquen comprar apartamentos en los próximos 3 meses.

Estrategia de marketing: Arriendo con opción a compra, pagos flexibles, descuentos.

Plataforma: Meta Ads.

Puntos Claves:

- 1 | Buyer person.
- 2 | Targeting
- 3 | Presupuesto.
- 4 | Anuncios
- 5 | Informe.

Buyer Person

1 | Buyer person. Se basa en investigaciones y datos sobre clientes existentes y potenciales y pinta una imagen vívida de quién es el cliente, qué hace, cuáles son sus motivaciones y cuáles son sus objetivos del proyecto Punto Arq.

Se define un cliente ideal para acercarse al público objetivo del proyecto Punto ARQ.



Ricardo Pizarro
Abogado
"Necesita un pequeño apartamento donde vive su hijo universitario."

Ciudad: Santiago de Chile
Edad: 45 años.
Estado Civil: Casado.
Intereses: Pasear con su familia, leer libros relacionados a su carrera, viajar, ver documentales en Netflix.



Rodrigo Zapallar,
CEO.
"Necesita un departamento de inversión y arrendamiento."

Ciudad: Santiago de Chile
Edad: 37 años.
Estado Civil: Soltero.
Intereses: Viajar a Europa, ver futbol con sus amigos, asados, autos antiguos y estudiar economía.

Targeting

2 | Targeting: Las listas de clientes son una audiencia que ya ha mostrado interés en su negocio o producto. Pero la fuente no proviene del compromiso de Facebook o Meta Pixel. Se utilizó la lista de compradores del proyecto Punto Arq.

CAMPAÑA PUNTO ARQ - JUNIO 2023 > PUBLICO SIMILAR A LOS COMPRADORES PUNTO ARQ > 4 Anuncios

Activa

Editar Revisar

✓ Público

Define quién quieres que vea tus anuncios. [Más información](#)

Crear nuevo público Usar público guardado ▾

PUBLICO SIMILAR A LOS COMPRADORES PUNTO ARQ

Público personalizado:
Público similar (CL, 3%) - COMPRADORES PUNTO ARQ.csv

Lugar:
Chile

Edad:
18 - 65+

Público personalizado Advantage:
Desactivado

Editar

Los permanentes cambios que están teniendo lugar en el ecosistema de anuncios pueden afectar al rendimiento o los informes.

Impacto en el rendimiento y los informes ▾

💡 El tamaño del público puede afectar la distribución del presupuesto
Los públicos tienen tamaños muy distintos. Los conjuntos de anuncios con los públicos más grandes probablemente recibirán la mayor parte del presupuesto.
[Más información](#)

Definición del público

Tu público está definido.

Específico Amplio

Tamaño de público estimado: 375,500 - 441,700 ⓘ

📈 Las estimaciones pueden variar considerablemente con el tiempo de acuerdo con las selecciones de segmentación y los datos disponibles.

Resultados diarios estimados

Presupuesto

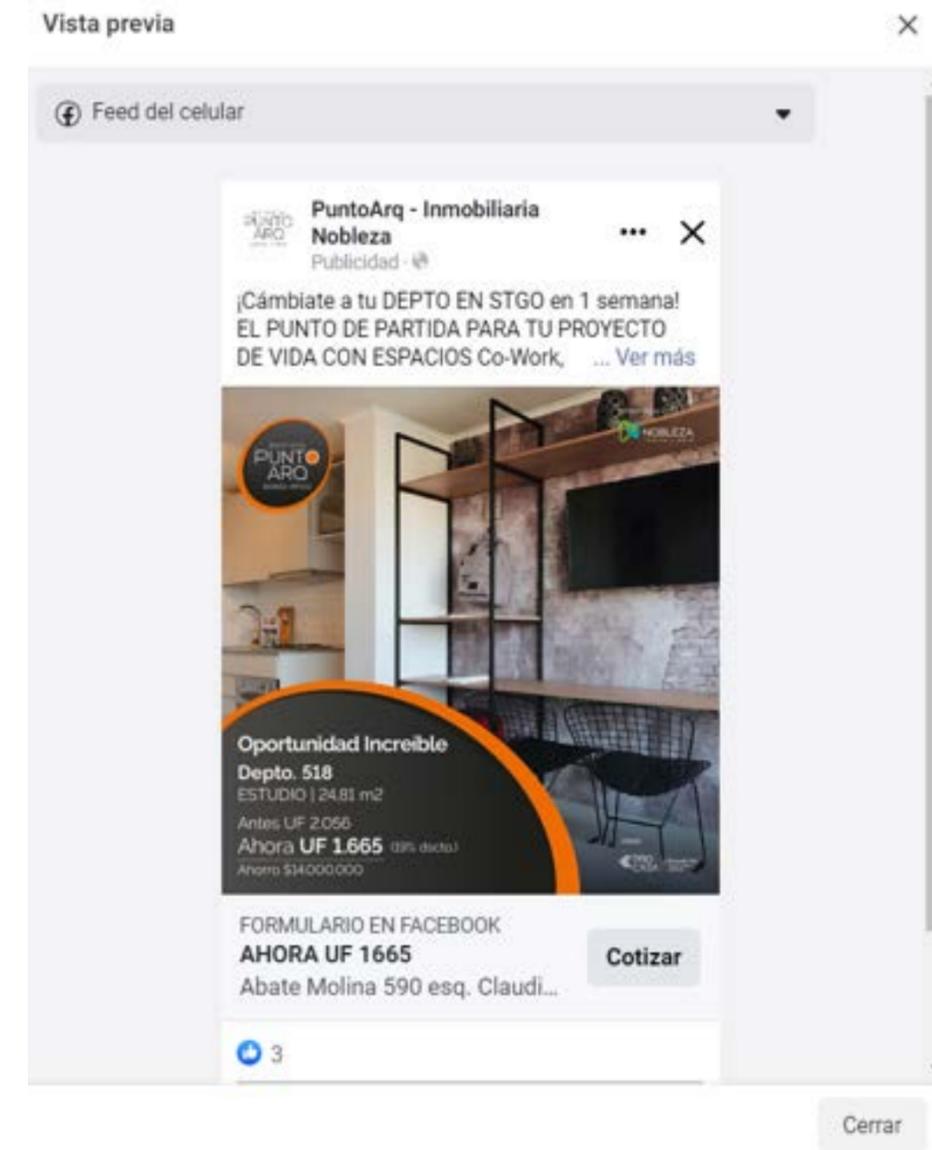
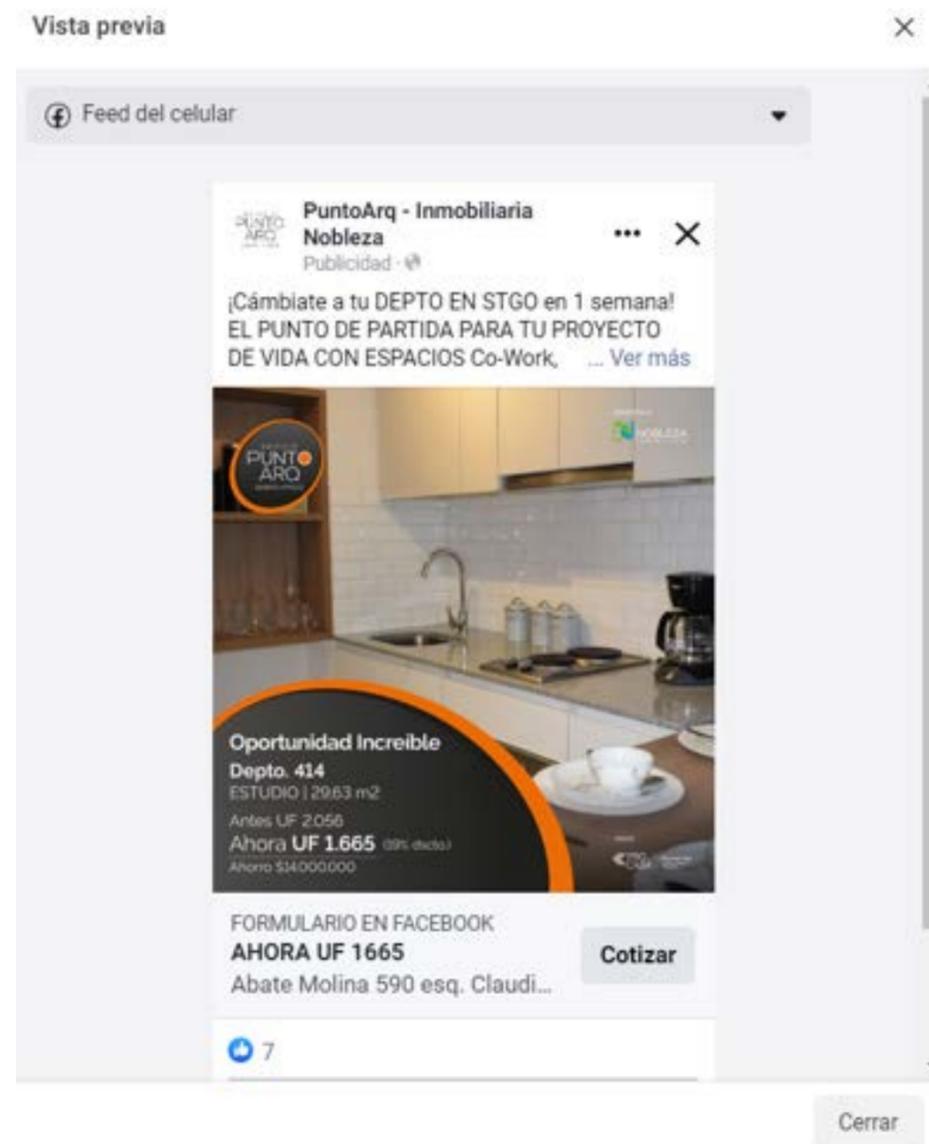
3 | Advantage +: Este tipo de presupuesto hace el uso más eficiente de los gastos para obtener los mejores resultados generales. Establezca un presupuesto a nivel de campaña que se distribuirá automáticamente en tiempo real a los conjuntos de anuncios que presenten la mayor oportunidad para alcanzar los objetivos comerciales.

CAMPAÑAS ADS BUDGET									
N	PROJECT	CAMPAIGNS	ADS	GOALS	BUDGET	COST AVARAGE X LEADS	START	FINISH	HOUR
1	PUNTO ARQ	jun-23	4,00	CLIENTES POTENCIALES	\$ 100.000,00	\$1500	01/06/2023	30/06/2023	23:59

**imagen de ejemplo, valores reales no compartidos, precios expresados en moneda chilena.*

Anuncios

4 | **Anuncios:** Se realizaron cuatro propuestas de anuncios para saber cuál era la mejor oferta. Se obtuvieron dos ganadores. Un buen anuncio debe tener una buena oferta.



**Anuncios ganadores.*

Informe

5 | Informe. Se realiza un resumen o informe de las acciones realizadas, resultados y recomendaciones. Para esta campaña se lograron los siguientes resultados:

Leads: 135

Costo x Leads: \$1.364

Total venta: Cinco clientes realizaron reservas.

<input checked="" type="checkbox"/>	Activo	Conjunto de anuncios	Entrega ↑	Cc de abril	Resultados	Alcance	Frecuencia	Costo por resultado	Presupue
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	PUBLICO SIMILAR A LOS COMPRADORES PUNTO A...	Activa	7...	135 Clientes potenciales en Facebook	15,951	2.28	\$1,364 Por clientes potenciales en Facebook	Con el pr
Resultados de 1 conjunto de anuncios ⓘ				7 ...	135 Clientes potenciales en Facebook	15,951 Cuentas del centro ...	2.28 Por cuenta del centr...	\$1,364 Por clientes potenciales en Facebook	

<input type="checkbox"/>	Activo	Anuncio	Entrega	Cc de abril	Resultados ↓	Alcance	Frecuencia	Costo por resultado	Presupuesto	Importe gastado
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	 DEPTO 414	Activa	7...	120 Clientes potenciales en Facebook	14,987	2.19	\$1,286 Por clientes potenciales en Facebook	Con el presupu...	
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	 DEPTO 518	Activa	7...	14 Clientes potenciales en Facebook	2,281	1.42	\$1,951 Por clientes potenciales en Facebook	Con el presupu...	
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	 DEPTO 519	Activa	7...	1 Cliente potencial en Facebook	253	1.24	\$1,750 Por clientes potenciales en Facebook	Con el presupu...	
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	 DEPTO 901	Activa	7...	— Cliente potencial en Facebook	79	1.25	— Por clientes potenciales en Facebook	Con el presupu...	
Resultados de 4 anuncios ⓘ				7 ...	135 Clientes potenciales en Facebook	15,951 Cuentas del centro ...	2.28 Por cuenta del centr...	\$1,364 Por clientes potenciales en Facebook		



Google Ads

Campañas ads

A continuación se muestra el proceso de diseño de una campaña estratégica previa a la información

Caso: Digotec

Objetivo de ventas: Doce (12) clientes por mes (La responsabilidad de venta corresponde a la agencia inmobiliaria, no a la agencia ni al responsable de campaña)

Objetivo de campañas: Lograr la mayor cantidad posible de clientes compren productos o servicios en los próximos 3 meses.

Estrategia de marketing: Puede solicitar asesoramiento gratuito y presupuesto sin ningún compromiso.

Plataforma: Google ads.

Puntos claves:

- 1 | Buyer person
- 2 | Targeting
- 3 | Presupuesto
- 4 | Anuncios
- 5 | Informe

Buyer Person

1 | Buyer person. Se basa en investigaciones y datos sobre clientes existentes y potenciales y pinta una imagen vívida de quién es el cliente, qué hace, cuáles son sus motivaciones y cuáles son sus objetivos de la empresa Digotec.

Se define un cliente ideal para acercarse al público objetivo de la Empresa Digotec.



Sara Caceres

Sales assistant

“Necesita un sistema de seguridad y control de acceso en la empresa.”

Ciudad: Santiago de Chile

Edad: 34 años

Estado Civil: Soltera.

Intereses: Ver series en Netflix, ir de viajes y fiestas.



Rodrigo Zapallar.

CEO.

“Necesita que la puerta corredera de su casa sea más rápida.”

Ciudad: Santiago de Chile

Edad: 37 años.

Estado Civil: Soltero.

Intereses: ver fútbol con sus amigos, hacer parrilladas y hacer trekking con su familia.

Targeting

2 | Targeting: Permitimos la segmentación optimizada y la expansión de la audiencia para llegar a los clientes correctos y maximizar el rendimiento.

Clics

Impresiones

Segmento de audiencia	Tipo	↓ Cuota de clicks	Índice
<u>Aficionados a la tecnología</u>	<u>Afín</u>	86,2 %	<u>1,2x</u>
<u>Grandes aficionados a las noticias</u>	<u>Afín</u>	80,5 %	<u>1,2x</u>
<u>Personas que disfrutan yendo de compras</u>	<u>Afín</u>	74,8 %	<u>1,2x</u>
<u>Grandes aficionados a las noticias locales</u>	<u>Afín</u>	53,9 %	<u>2,1x</u>
<u>Mejora del hogar</u>	<u>Con intención de compra</u>	53,4 %	<u>2,3x</u>

Cuando mire los resultados, recuerde que la orientación optimizada le permite llegar a usuarios que de otro modo no habrían visto sus anuncios y obtener conversiones adicionales que de otro modo no habría.

Presupuesto

3 | Presupuesto de campaña: Google Ads calcula el presupuesto diariamente. Si necesita determinar el presupuesto mensual, multiplique el presupuesto diario por 30,4, que es el promedio de días en un mes.

CAMPAÑAS ADS BUDGET							
N	PROJECT	CAMPAIGNS	ADS GROUP	ADS	GOALS	BUDGET	HOUR
1	DIGOTEC	dic-23	6	6	POTENTIAL CUSTOMERS	\$8.000,00	23:59

**imagen de ejemplo, no se comparten valores reales, los precios están expresados en moneda chilena.*

Anuncios

4 | **Anuncios:** Se hizo un anuncio para cada conjunto de anuncios para saber cuál era la mejor oferta o el servicio más cotizado.

Patrocinado

 digotec.cl
www.digotec.cl/portones/electricos

Sistemas portones eléctricos | Portones eléctricos rápidos

Somos expertos en venta e instalación de motores rápidos antiportonazos. Servicio técnico y mantención preventiva de los equipos del portón. seguridad en el domicilio. Evita los portonazos. Automatizamos. Reacondicionamos....

Contáctanos

Expertos servicio técnico

Instalamos Torniquetes

Instalación lectores

 Llamar al +569 3290 5602

Anuncio · www.digotec.cl/barreras/vehiculares : +569 3290 5602

Barreras FAAC | Control de acceso condominios

Barreras de acceso vehicular, control para ingresar a las instalaciones. Sistema de barreras para estacionamientos. Visita sin costo en las comunas de Santiago. seguridad en el domicilio. Evita los portonazos. Automatizamos. Reacondicionamos. Servicios: Servicio Técnico, Capacitación, Integración de servicios

Contáctanos Cotización Formal Instalación y Mantención	Expertos servicio técnico Instalación de motores eléctricos Batientes y corredera
Instalamos Torniquetes control de acceso peatonal Tarjetas de proximidad y huella	Instalación lectores Control de acceso peatonal Instalación en condominio, empresa

Anuncio · www.digotec.cl/control/acceso : +569 3290 5602

Consulta nuestros precios | Acceso tarjetas de proximidad

Estos lectores se integran a varias puertas, botones de salidas y sensores. Control de acceso, sistema automatizado para el ingreso de personas. seguridad en el domicilio. Evita los portonazos. Automatizamos. Reacondicionamos. Servicios: Servicio Técnico, Capacitación, Integración de servicios

Contáctanos Cotización Formal Instalación y Mantención	Expertos servicio técnico Instalación de motores eléctricos Batientes y corredera
Instalamos Torniquetes control de acceso peatonal Tarjetas de proximidad y huella	Instalación lectores Control de acceso peatonal Instalación en condominio, empresa

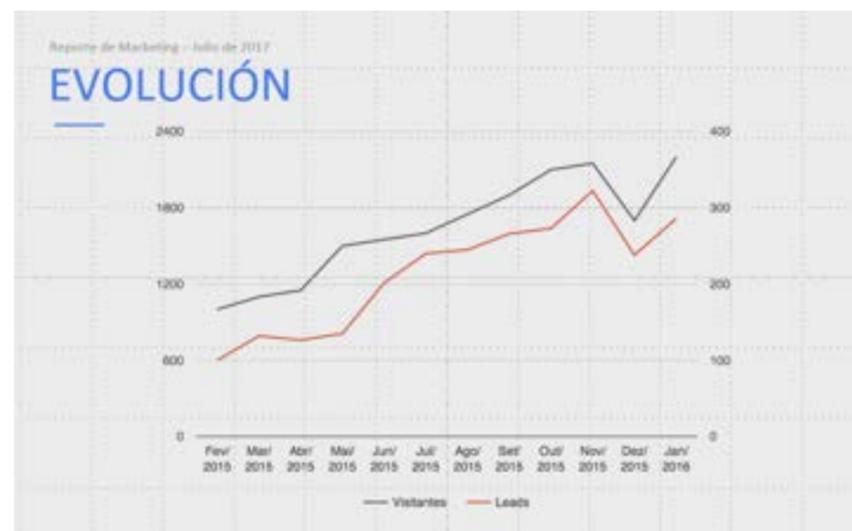
Informe

5 | Informe. Se realiza un resumen o informe de las acciones realizadas, resultados y recomendaciones.

Reporte de Marketing - Julio de 2017

DESTAQUES DEL MES

- Todas las metas cumplidas
- Aumento de X% en la generación de Leads comparado al mes pasado
- Aumento de Z% en la generación de oportunidades
- Reducción de Y% en el costo de adquisición de clientes
- ...



Reporte de Marketing - Julio de 2017

EMBUDO DE VENTAS

	JULIO/2017	META DEL MES	JUNIO/2017
VISITANTES	10.000 + 10% ↓	100% 1.000	1.000 ▲ 10%
LEADS	1.000 + 10% ↓	100% 1.000	1.000 ▲ 10%
OPORTUNIDADES	100 + 10% ↓	100% 1.000	1.000 ▼ 10%
VENTAS	10	100% 1.000	1.000 ▲ 10%

Reporte de Marketing - Julio de 2017

ALCANCE

	JUNIO/2017	JULIO/2017
SEGUIDORES EN FACEBOOK	100.000	105.000 + 5%
SEGUIDORES EN TWITTER	100	90 - 10%
SEGUIDORES RED SOCIAL X	1.000	2.000 + 100%

Reporte de Marketing - Julio de 2017

ANUNCIOS EN FACEBOOK ADS

- Disminuímos en 20% el costo por Lead
- Invertimos \$XX y generamos \$YY de ingresos ROI de ZZ

Reporte de Marketing - Julio de 2017

ANUNCIOS EN FACEBOOK ADS

CAMPAÑA	VISITANTES	LEADS	VENTAS	INVERSIÓN
Material X	10.000	5000	50	\$XXXX,XX
Oferta Y	5.000	3000	60	\$XXXX,XX
...				

Vista previa de una plantilla de informe.

¡Gracias!

Cuéntame tus objetivos y empecemos a trabajar por ellos.