

Estrategia “Reorientar interacción”

Un anuncio con muchos me gusta y comentarios positivos puede mejorar muchísimo su rendimiento. Así que en esta estrategia te voy a enseñar cómo segmentar tu audiencia para campañas de Interacción.

¿Cómo ejecutarla?

1. Crea una campaña con el objetivo Interacción y un anuncio en video de venta (podés crear uno simple con [Canva](#)).
2. En el área de públicos crea y agrega públicos de personas que **ya hayan mostraron interés por tu contenido**.

Ideas:

- **Público personalizado de Instagram** – Personas que interactuaron con alguna publicación o anuncio en 60 días
- **Público personalizado de Facebook** – Personas que interactuaron con alguna publicación o anuncio en 60 días
- **Público personalizado de Video** – Personas que vieron el 50% de tu video – Elegir videos y seleccionar varios videos de tu cuenta de Instagram y/o Facebook.
- **Público personalizado de experiencia instantánea** – agregar *People who opened this Instant Experience* – Incluir más personas – y agregar *People who clicked any links in this Instant Experience*

(Aumentar la retención al máximo cuando la interacción con nuestros posts es baja)

Crear público

Usar público guardado ▼

Públicos personalizados

Crear ▼

Interacción: Instagram

Interactuaron con algún post o anuncios - 60 días

Interacción

Abrieron o hicieron clic en Experiencia - 180 días

Interactuaron con algún post o anuncio FB - 60 día

Vieron el 50% de varios videos - 180 días

🔍 Buscar públicos existentes

Excluir

4. **Agregá tu video** en el nivel de Anuncios y publicá la campaña.

4. Luego, cuando el video esté en circulación, **edita la campaña y excluí una audiencia personalizada de las personas que vieron el video de esa campaña**, para no mostrar el mismo video muchas veces a las mismas personas.

Este es el público a crear:

Crear un público personalizado de interacción con video

×

Interacción ⓘ

Personas que vieron como mínimo 3 segundos de tu video



Editar videos

×

Personas que vieron como mínimo 3 segundos de tu video

▼

Retención ⓘ

365

días

Nombre del público

Ya vieron el video - 1 año

26/50

Descripción · Opcional

0/100

?

Volver

Crear público

Y así quedaría en la campaña:

Públicos personalizados

Crear ▼

INCLUIR personas que están al menos en UNO de los siguientes

Interacción: Instagram

Interactuaron con algún post o anuncios - 60 días

Interacción

Abrieron o cliquearon Experiencia - 180 días

Interactuaron con algún post o anuncio FB - 60 día

Vieron el 50% de varios videos - 180 días

Q

Buscar públicos existentes

EXCLUIR personas que están al menos en UNO de los siguientes

Interacción: video

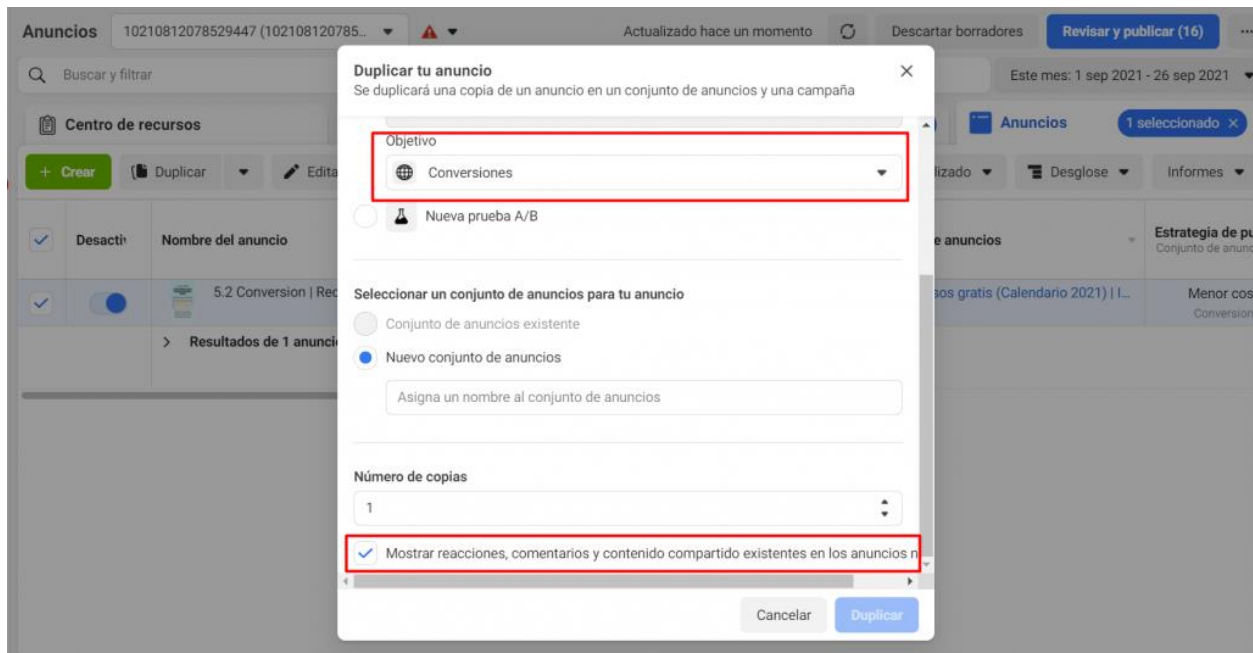
Ya vieron el video - 1 año

Q

Buscar públicos existentes

- Una vez que el anuncio haya recolectado varias interacciones duplica el anuncio y asignarle un objetivo más “accionable” como Conversiones para aumentar las ventas por tu sitio web o Mensajes para que se pongan en contacto potenciales clientes.

Asegurate de tener marcada la opción “*Mostrar reacciones, comentarios y contenido compartido existentes en los anuncios nuevos*”



¡Y LISTO! De esta forma, terminarás con una campaña con muchas interacciones y un poderoso objetivo de venta.

También podés usar esta estrategia creando públicos similares a partir de los personalizados y así dirigirte a una audiencia fría.