

Ideas de públicos personalizados

Veamos ideas para públicos personalizados que pueden servir para tus campañas:

Por sitio web

- Visitantes de toda tu web.
- Visitantes de tus páginas de venta.
- Visitantes de tus páginas de categorías de productos. *Ej. un público para visitantes de categoría "Carteras" y otro para visitantes de categoría "Gafas".*
- Visitantes de tu página de contacto que NO visitaron tu página de gracias por tu contacto.
- Visitantes de tu página de captación (*páginas con formularios de suscripción*).
- Visitantes de tu página de captación que NO visitaron tu página de gracias por tu registro.
- Visitantes de tu página de gracias por tu registro.
- Visitantes por tiempo dedicado top 25% (*Seleccionar el 25% significa que se tomarán el 25% que más pasa tiempo en nuestro sitio*).
- Personas que agregaron artículos a su carrito (Evento AddToCart) pero no compraron (*excluir evento Purchase*).
- Personas que iniciaron el checkout (Evento Iniciar Checkout) pero no compraron (*excluir evento Purchase*).

Por lista de clientes

- Toda tu lista de clientes.
- Tu lista de clientes dividida por categorías de productos. *Ej. Un público con los clientes de "Carteras" y otro con los clientes de "Gafas".*
- Tu lista de clientes dividida por productos.

Por su actividad en Facebook / Instagram

- Personas que vieron el 25% de tu video (*puede variar el porcentaje*).
- Todas las personas que interactuaron con tu cuenta de Instagram.
- Todas las personas que interactuaron con tu cuenta de Instagram pero NO personas que interactuaron con alguna publicación o anuncio.
- Todas las personas que interactuaron con tu cuenta de Instagram pero NO personas que enviaron un mensaje.
- Personas que enviaron un mensaje.
- Personas que abrieron formularios de clientes potenciales.
- Personas que abrieron formularios de clientes potenciales pero no lo enviaron.

- Personas que abrieron y enviaron el formulario.
- Personas que indicaron que les gusta tu página de Facebook.
- Todas las personas que interactuaron con tu página de Facebook pero NO interactuaron con alguna publicación o anuncio.
- Todas las personas que interactuaron con tu página de Facebook pero NO personas que enviaron un mensaje.
- Personas que hicieron clic en el botón de llamada a la acción de tu página de Facebook.

Por compras en tu catálogo de Facebook o Instagram

- Personas que guardaron productos.
- Personas que vieron productos y accedieron al sitio web pero NO agregaron artículos a su carrito.
- Personas que agregaron artículos a su carrito pero NO compraron algún producto.

Descargar PDF ["Ideas de públicos personalizados"](#)