

Ideas de públicos similares

Recordá que la idea de usar públicos similares es llegar a nuevos usuarios cualificados. Por eso por lo general tomamos como base un público personalizado que haya realizado una acción de alto valor para tu negocio como una compra, agregar al carrito o dejar sus datos.

Por eso te compartimos ideas de los públicos similares que, en nuestra experiencia, mejor funcionan.

- Similares a toda tu lista de clientes.
- Similares a tu lista de clientes por producto o categoría. *Ej. Un público de similares a los que compraron Carteras y otro de similares a los que compraron Gafas.*
- Similares a personas que hayan comprado por tu web (evento Purchase).
- Similares a personas que hayan agregado productos a su carrito (evento AddToCart).
- Similares a personas que hayan agregado productos a su carrito (evento InitiateCheckout) Similares a quienes completaron un formulario de clientes potenciales.
- Similares a quienes completaron un formulario de suscripción en tu web.
- Similares a quienes completaron un formulario de contacto en tu web.

Sin embargo, si todavía no tenés una gran lista de clientes, podés usar estos públicos:

- Similares a visitantes de tus páginas de venta.
- Similares a quienes mandaron un mensaje a Instagram.
- Similares a quienes mandaron un mensaje a Facebook.
- Similares a quienes guardaron una publicación en Instagram.
- Similares a quienes guardaron una publicación en Facebook.
- Similares a personas que siguen o les gusta tu página de Facebook.
- Similares a quienes vieron el 75% de tu video.
- Similares a todas las personas que visitaron tu web.
- Similares a personas que vieron productos y accedieron al sitio web desde tu catálogo de Facebook / Instagram.

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