

Segmentación de la Publicidad en Facebook

Tomado de: <https://smartupmarketing.com/como-hacer-publicidad-en-facebook/>

En Facebook, puedes segmentar tus anuncios a las personas exactas con las que quieres conectar. Al segmentar los anuncios, podrás:

- Encontrar los clientes adecuados en distintos dispositivos, como computadoras, celulares y tabletas.
- Transmitir mensajes pertinentes a personas concretas.
- Sacar el máximo partido de tu inversión, al llegar solo a las personas que te importan.

Tú decides a qué público quieres llegar. Puedes elegir la opción o la combinación de opciones que mejor satisfagan las necesidades de tu negocio y te ayuden a llegar a las personas que te interesan.

La mayoría de los negocios no termina de aprovechar esta fabulosa herramienta por falta de conocimiento de su propio cliente o por miedo a llegar a menos personas.

Se puede segmentar diferentes por criterios:

- Segmentación Básica: Ubicación | Edad | Género
- Segmentación Avanzada: Intereses | Comportamiento | Conexiones
- Públicos Personalizados: Visitaron tu Web | Descargaron tu App | Lista de Clientes
- Públicos Similares: Fans | Clientes | Personalizados

A medida que se vas seleccionando criterios, Facebook va indicando el número aproximado de público objetivo con el que cuenta en la plataforma.

Es posible también:

- Seleccionar hasta un máximo de 25 países o ciudades como público objetivo de un anuncio.
- Segmentar por fecha de cumpleaños, de forma que el usuario sólo vea el anuncio el día de su cumpleaños.
- Dar preferencia sólo a las personas que han estudiado en una determinada universidad.
- Solo a Fans de tu página corporativa
- Solo a personas que específicamente NO son fans de tu página

Aprovecha esta **herramienta de segmentación**, pero no restrinjas demasiado tu target pues agotas las posibilidades, no olvides de fijarte siempre en el número de mercado al que puedes llegar que te va indicando Facebook cuando haces esta selección.