

¿QUÉ
ES EL

PÍXEL DE FACEBOOK

Y PARA
QUÉ SIRVE?



En esta ocasión tocaremos un tema muy interesante e importante para tu negocio y el **crecimiento en el porcentaje de ventas**. Cabe aclarar que toda la información que a continuación se compartirá es sólo parte de una campaña integral y contenido óptimo para el cumplimiento de los objetivos que se definan desde el inicio de la misma.

LA INTEGRACIÓN

El píxel de Facebook es un fragmento de **código** que se inserta en tu sitio web; para el uso de esta herramienta, es esencial que se cuente con un **website**, ya sea página informativa, landing page o bien un e-commerce, ya que el principal fin de este código es el realizar **seguimiento** o “tracking” de las actividades que se generan dentro de la página web por medio de distintos eventos.

Dentro de dichos eventos, podemos encontrar los siguientes:



**Agregar a la
lista de deseos**



**Agregar
al carrito**



**Agregar
información
de pago**



Buscar



**Buscar
ubicación**



**Cliente
potencial**



**Completar
registro**



Comprar



Contactar

...continuación



**Enviar
solicitud**



**Hacer
donación**



**Iniciar
pago**



**Iniciar
prueba**



**Personalizar
producto**



Programar



Suscribirse



Ver contenido

PUBLICIDAD QUE TE PERSIGUE

Dicha herramienta nos permite realizar un análisis más puntual sobre la publicidad que estamos realizando y si realmente está siendo eficaz, de manera que **podemos entender el comportamiento** y las acciones que realiza el **público que ingresa a tu sitio** web.

Por medio de los eventos que anteriormente se mencionaron es la manera en que nosotros podemos configurar este monitoreo para medir conversiones y en base a los resultados que se obtengan de este análisis enfocar las estrategias de publicidad, **¿te has preguntado por qué en muchas ocasiones hay publicidad que literal te persigue en tus redes sociales**, sobre todo en tu feed de Facebook? esto es porque seguramente una página a la que ingresaste tenía instalado el píxel.

¿PERO CÓMO ES POSIBLE?

Otra ventaja de usarlo, es la generación de **públicos personalizados** en base a los resultados que se obtengan de tus eventos previamente programados. El evento base es el de “ver contenido” y al momento de realizar una campaña en tu administrador de anuncios, podrás **segmentar** el conjunto de **anuncios** e incluir a toda aquella persona que ingresó a tu sitio web en los últimos 30 días (por ejemplo). De esta manera ese anuncio le estará apareciendo al usuario que ingresó a tu web durante el mes y es en ese momento en el que como empresa podemos desarrollar una estrategia de **“retargeting”** y literal perseguir al prospecto hasta que realice la acción que se busca.

Y AUN HAY MÁS...

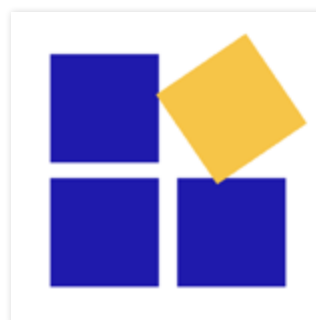
Si actualmente manejas una tienda en línea y se implementa esta acción logrando que tu cliente potencial compre el producto que anuncias, para la próxima campaña que realices tu podrás **excluir a quienes ya compraron** tu producto para que la publicidad que realices impacte únicamente a un público nuevo y de esta manera **optimizar el presupuesto**.

¡ES HORA DE IMPLEMENTARLO!

Las acciones que podemos llegar a realizar utilizando dicho código son verdaderamente necesarias para complementar una campaña integral, si aún no cuentas con un sitio web te recomiendo seriamente en que contemples esta **inversión para el crecimiento y desarrollo adecuado de tu negocio**; personalmente recomiendo el sistema de **WordPress**, ya que nos permite la instalación de diversos plugins que hacen una gran mancuerna con la configuración del píxel, como por ejemplo:



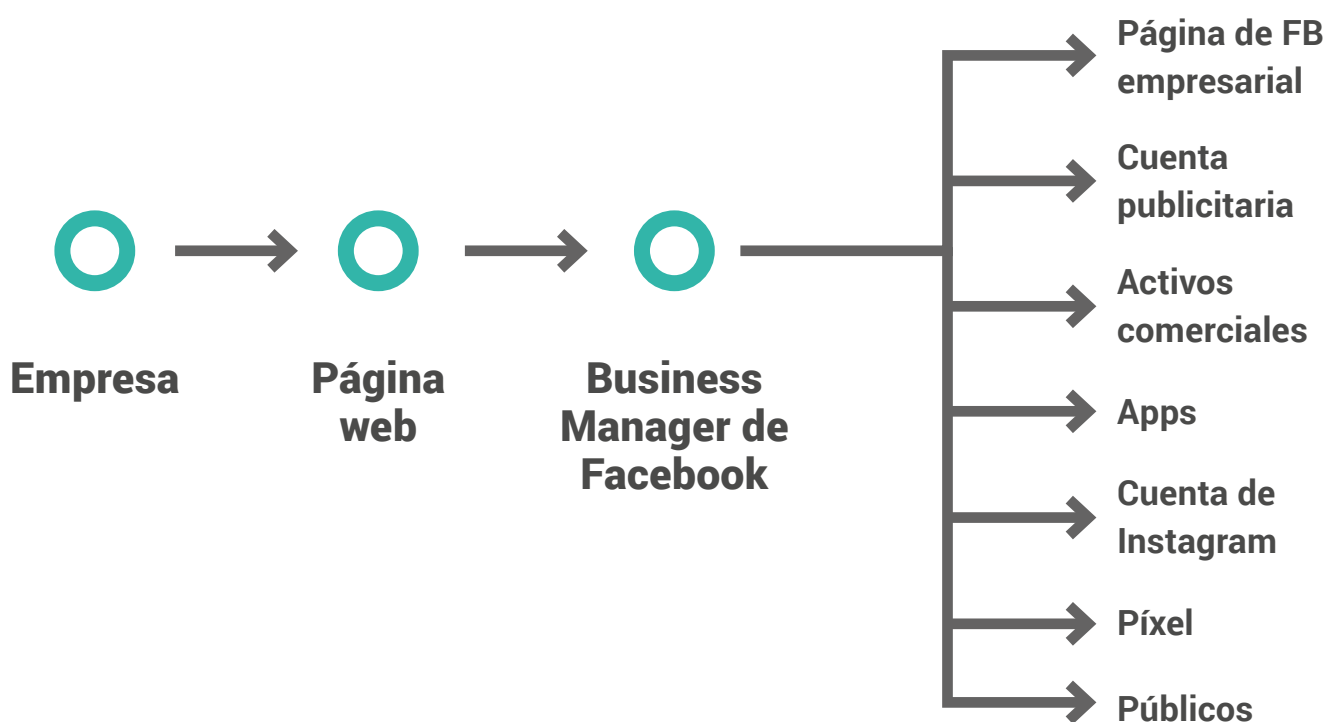
**Píxel Caffeine
(gratis)**



**Píxel Your Site
(de paga)**

¡OK, DAME DIEZ CON TODO!

Ahora bien, tal vez en este momento te estés preguntando, **¿Cuántos píxels debo de tener instalados en mi página web?** La respuesta es simple, sólo existe un píxel por cuenta, es decir que en tu página web solamente podrás configurar uno y dentro de este podrás crear diversos eventos tanto estándar como personalizados. Para dejarlo más claro te lo explicamos de manera gráfica.



En este esquema se muestra el **ejemplo ideal** de cómo debe de estar armado e integrado tu proyecto digital hablando específicamente en el tema de **social media**. Si ya usas la herramienta de píxel directamente o bien una empresa o agencia de medios te lleva esta parte de tu negocio, te recomiendo que revises que así esté estructurada ya que es **la manera más profesional y transparente** de llevar una administración de redes sociales.

¿ESTÁS LISTO PARA LLEVAR TU NEGOCIO AL SIGUIENTE NIVEL?

Retomando el tema de la **configuración**, una vez agregado el código base a tu página web podrás configurar los parámetros de aquellos eventos que deseas utilizar de una manera **muy simple y sin necesidad de usar códigos** y lenguajes complicados de programación; pero ten cuidado, las empresas que pertenecen a los siguientes **sectores regulados** no podrán realizar dicha configuración de esta manera y lo tendrán que hacer de forma manual: banca de inversión y corredores, seguros, servicios financieros, banca minorista, instituciones financieras y banca comercial, crédito, financiamiento, hipotecas y farmacia/salud.

Así que ya lo sabes, si realmente deseas **potenciar el alcance** de tus campañas por medio de **redes sociales** y llevar un análisis mucho más **preciso** para determinar **estrategias más efectivas** optimizando tu presupuesto, sin duda debes contar con un website para después poder instalar este fragmento de código al cual conocemos como Píxel de Facebook.

Si deseas un análisis más profundo y **consultar con expertos sobre el tema** para lograr profundizar más, estaremos más que felices de poder apoyarte, sólo **envíanos un mensaje** y muy pronto estaremos en contacto contigo.

**¡MUCHAS GRACIAS POR TU TIEMPO,
NOS VEMOS EN LA SIGUIENTE CÁPSULA!**