

NODO DE estrategia Digital

Workshop:

Estrategias de Tráfico Pago

para Negocios y Empresas

*"Hoy no vamos a hablar de anuncios... vamos a hablar de cómo
convertir **inversión** en **crecimiento medible**."*



Fundamentos del Tráfico Pago

¿Qué es tráfico pago?

Inversión estratégica para comprar atención calificada.

Diferencias entre plataformas:

Meta Ads

Ideal para **estimular demanda**
(personas que no te buscan)

Google Ads

Ideal para **captar demanda existente**
(personas que ya buscan)

TikTok Ads

Ideal para **generar awareness**
(volumen a bajo costo)



El Concepto de Funil (Embudo)



TOPO: Atraer

Captar la atención de posibles clientes que aún no conocen tu solución



MEDIO: Calentar

Educar y construir relación con prospectos que muestran interés



FONDO: Convertir

Transformar prospectos calificados en clientes que compran

Importancia del recorrido:

Cada fase del embudo requiere **estrategias diferentes** y **mensajes específicos** para guiar al usuario de forma efectiva hacia la conversión.



Estrategias para Iniciantes



Primeros pasos hacia el éxito



Usar campañas automáticas

Advantage+ en Meta

Performance Max en Google



No segmentar demasiado

Dejar que el **algoritmo aprenda** y optimice



Validar elementos clave

Enfocarse en validar oferta + creativo + página



Estrategias para Intermedios

Meta Ads

- › Estrategia de CBO (Campaign Budget Optimization)
- › Creativos dinámicos para mayor rendimiento

Dividir Campañas

- › **TOPO**: Captación de nuevos usuarios
- › **Remarketing**: Usuarios que ya interactuaron

Analizar Métricas Clave

- › **CPC** (Costo por Clic)
- › **CTR** (Click Through Rate)
- › **ROAS** (Retorno sobre Inversión Publicitaria)

Google Ads

- › Separar campañas de **búsqueda**
- › Separar campañas de **display**

TikTok Ads

- › Testear diferentes **hooks** y **ángulos nuevos** cada semana para maximizar engagement



Estrategias para Avanzados

Método VCEC



Validación

Verificar que la propuesta tiene potencial de mercado



Confirmación

Probar que la solución es repetible y escalable



Escala

Amplificar resultados con más inversión



Control

Monitorear y optimizar constantemente



Funil completo con remarketing segmentado

View content → Add to cart → Checkout



A/B testing constante

Públicos amplios vs. lookalikes



Tracking consolidado

UTMs / Google Tag Manager / APIs de conversión



Métricas Clave del Panel

“ Juego de números, no de suerte ”

★ Métricas primarias



CPA

Coste por adquisición



ROAS

Retorno sobre inversión



Lucro

Beneficio neto

☰ Métricas secundarias



CTR

Click-through rate



CPC

Coste por clic



CPM

Coste por mil impresiones

🔽 Cómo identificar cuellos de botella:



CPC alto

Problema de público



CTR bajo

Anuncio sin atracción



ICPV bajo

Página no convence



Conversión checkout baja

Problema técnico o fricción final

📊 Indicadores críticos del funil:

- Taxa ICPV: Page view → checkout
- Taxa de conversión checkout
- Connect rate: Click → carga de página



Resumen Final

💡 "El secreto no es gastar más, es gastar mejor."

📈 "Empieza midiendo, después escala. Sin datos, no hay estrategia."



❓ Minuto final para **preguntas rápidas**

