Guía de Objetivos del Business Manager de Meta (2024)

Beneficios al implementar esta información:

- **Mejora tu ROI:** Aumenta el retorno de inversión optimizando los objetivos de tus campañas publicitarias.
- **Mayor precisión:** Apunta con más efectividad a tu público objetivo utilizando los sub-objetivos correctos.
- **Ahorro de tiempo y recursos:** Minimiza la inversión malgastada configurando campañas publicitarias adecuadas desde el inicio.

Objetivos de Meta en el Business Manager (2024)

Objetivo	Sub-objetivo	¿Para qué sirve?	Ejemplos de uso
Awareness	Reach	Alcanzar el máximo número de personas interesadas en tu marca.	1. Lanzamiento de una nueva marca en una región específica. 2. Evento masivo como un concierto. 3. Promoción de una tienda local.
	Brand awareness	Llegar a personas más propensas a recordar tu marca.	1. Promoción de una nueva línea de productos. 2. Posicionamiento de marca en un nuevo mercado. 3. Inauguración de un negocio.
	Video views	Alcanzar a personas que probablemente verán tu video.	1. Promocionar un video tutorial de productos. 2. Presentar un nuevo anuncio de marca. 3. Videos educativos sobre un servicio.
	Store location awareness	Dirigir a personas cercanas a la ubicación física de tu negocio o tienda.	1. Promoción de una tienda física con descuentos. 2. Aumentar visitas a franquicias cercanas. 3. Llamado a una apertura de tienda.
Traffic	Link clicks	Generar clics en enlaces hacia tu sitio web, app o evento en Facebook.	1. Dirigir tráfico a una página de ventas de ecommerce. 2. Promocionar el registro para un webinar. 3. Enviar usuarios a una landing page de servicios.
	Landing page views	Conseguir que las personas visiten una página de destino específica.	1. Aumentar las visitas a la página de un producto en oferta. 2. Fomentar el registro en una página de eventos. 3. Presentar una oferta limitada.
	Instagram profile visits	Aumentar las visitas a tu perfil de Instagram.	1. Crecer la audiencia de un influencer. 2. Atraer tráfico a una cuenta de marca para aumentar seguidores. 3. Promoción de sorteos o concursos.
	Messenger, Instagram y WhatsApp	Dirigir a personas a tus chats para iniciar una conversación.	1. Ofrecer soporte al cliente a través de WhatsApp. 2. Aumentar ventas mediante consultas en Instagram. 3. Recibir preguntas sobre un nuevo servicio.
	Calls	Generar llamadas de personas interesadas en tu negocio.	1. Empresas de servicios que buscan agendar citas. 2. Consultorías que dependen de llamadas telefónicas. 3. Negocios locales que buscan atención inmediata.

Objetivos de Meta en el Business Manager (2024)

Objetivo	Sub-objetivo	¿Para qué sirve?	Ejemplos de uso
Engagement	Messenger, Instagram y WhatsApp	Fomentar conversaciones o compras mediante apps de mensajería.	1. Cerrar ventas de productos exclusivos a través de chat. 2. Atención al cliente para preguntas frecuentes. 3. Ofrecer promociones personalizadas a través de chats.
	Video views	Alcanzar a personas que probablemente verán tu video.	1. Video tutorial para mostrar cómo usar un producto. 2. Presentación de una campaña publicitaria. 3. Videos sobre historias de clientes.
	Post engagement	Aumentar la interacción en tus publicaciones (me gusta, comentarios, compartidos).	1. Aumentar interacciones en publicaciones de promociones especiales. 2. Impulsar un concurso basado en comentarios. 3. Publicaciones de alto contenido visual que generen interacción.
	Conversions	Conseguir que las personas tomen acciones específicas como ver contenido o agregar productos al carrito.	1. Ecommerce que desea aumentar el número de conversiones en carrito. 2. Tiendas online que promocionan ofertas limitadas. 3. Páginas de suscripción.
	Calls	Generar llamadas de personas interesadas en tu negocio.	1. Generar ventas a través de consultas telefónicas para un servicio. 2. Empresas que ofrecen soporte por teléfono. 3. Programas educativos que requieren consultas telefónicas.
Leads	Instant forms	Recoger información de contacto de clientes potenciales a través de formularios.	1. Empresas B2B que buscan captar leads para futuros negocios. 2. Recoger contactos para enviar promociones. 3. Formularios para registro en eventos o webinars.
	Messenger, Instagram y WhatsApp	Recoger información de contacto de personas interesadas a través de chats.	1. Recibir solicitudes de clientes potenciales a través de WhatsApp. 2. Promover consultas sobre servicios personalizados. 3. Conversaciones que deriven en ventas.
	Conversions	Conseguir que las personas compartan su información, completen registros o aplicaciones en tu sitio web.	1. Formulario de registro para eventos online. 2. Captar leads a través de ofertas exclusivas. 3. Recoger datos para ventas personalizadas.
	Calls	Generar llamadas de clientes potenciales interesados en tu producto o servicio.	1. Consultas sobre servicios especializados. 2. Reservas para consultas médicas o legales. 3. Servicios de emergencia que requieren contacto inmediato.

Objetivos de Meta en el Business Manager (2024)

Objetivo	Sub-objetivo	¿Para qué sirve?	Ejemplos de uso
App promotion	App installs	Fomentar la instalación de tu aplicación móvil.	1. Promoción de una app de ecommerce. 2. Aplicaciones de entretenimiento que buscan nuevos usuarios. 3. Apps de servicios como delivery o transporte.
	App events	Fomentar acciones dentro de tu aplicación, como compras o interacciones específicas.	1. Fomentar compras dentro de la app. 2. Juegos que buscan más interacciones dentro de la aplicación. 3. Servicios que promueven suscripciones in-app.
Sales	Conversions	Conseguir que las personas añadan productos al carrito o realicen compras.	1. Ecommerce que busca incrementar ventas de productos en promoción. 2. Tiendas online que buscan más suscripciones. 3. Promoción de productos exclusivos o de temporada.
	Catalog sales	Fomentar la compra de productos o servicios desde tu catálogo.	1. Ecommerce con catálogo amplio que busca aumentar ventas específicas. 2. Catálogos de productos personalizados. 3. Empresas que venden una gran variedad de productos en línea.
	Messenger, Instagram y WhatsApp	Fomentar la compra a través de conversaciones en apps de mensajería.	1. Negocios que personalizan ventas mediante atención directa. 2. Empresas que cierran ventas con asistencia en tiempo real. 3. Consultorías que ofrecen soluciones inmediatas a través de chats.
	Calls	Generar ventas a través de llamadas telefónicas.	1. Servicios de ventas complejas que requieren asistencia personalizada. 2. Consultorías legales o financieras. 3. Empresas que ofrecen planes de suscripción o servicios.

¡Es el momento de potenciar tu publicidad en Meta!

Lograrás:

- **Mejor rendimiento:** Obtendrás mejores resultados al definir objetivos que se alinean con tu audiencia y metas comerciales.
- **Optimización continua:** Lograrás ajustes constantes que mantendrán tus campañas competitivas y eficientes.
- **Mayor engagement:** Atraerás a tu audiencia ideal, logrando interacciones auténticas que se traducen en más conversiones.