



Reglas de Valor en Meta Ads: Cómo priorizar a tus clientes más valiosos

Aprende a usar esta nueva función para optimizar presupuesto y maximizar tu retorno.



¿Qué son las reglas de valor en Meta Ads Manager?

Las reglas de valor permiten asignar un valor diferente a audiencias, ubicaciones de anuncios o lugares de conversión dentro de tus campañas.

Así, el sistema ajusta la entrega de anuncios priorizando a los usuarios y segmentos que son más valiosos para tu negocio.

- **Criterios disponibles:** edad, género, ubicación, sistema operativo, ubicaciones de los anuncios (placements) y lugares de conversión.
- **Ejemplo:** si tus clientes hombres de 25 a 44 años generan 60% más valor a lo largo de su vida (Customer Lifetime Value), puedes configurar que Meta aumente tu puja un +60% para ese segmento. Al mismo tiempo, si las mujeres de 25 a 44 años generan un 20% menos, puedes bajar la puja en -20% para ellas.
- **Reglas múltiples:** puedes crear hasta 10 reglas, pero si un usuario cumple con más de una, solo se aplicará la primera regla en orden de prioridad.

Advertencia: esto puede hacer que tengas más conversiones de tus audiencias preferidas, pero tu costo por resultado promedio puede aumentar.

Las Reglas de Valor en Meta Ads son como decirle a Meta:

"Mira, este tipo de cliente me deja más dinero a largo plazo, así que estoy dispuesto a pagar más por llegar a él. En cambio, este otro segmento me deja menos, así que no quiero invertir tanto en ellos."



¿Qué son las reglas de valor en Meta Ads Manager?

Buenas prácticas para definir porcentajes:

- Usa tus propios datos internos (Customer Lifetime Value, ROAS, márgenes de utilidad).
- Si no sabes con qué porcentaje empezar, prueba con un +50% en audiencias de alto valor y ve ajustando.
- Monitorea el desempeño con métricas internas y con el desglose de “value rules” en Ads Manager.

Configuración paso a paso:

- 1.-** Dentro de tu campaña, te vas al nivel de grupo de anuncios.
- 2.-** Crea una nueva regla, aceptas los terminos.
- 3.-** Escoges uno de varios criterios; edad, genero, sistema operativo (Android o Iphone), ubicacion, placement.
- 4.-** Defines el % de ppto que vas a incrementar o disminuir en la puja.
- 5.-** Poner un nombre al conjunto completo de reglas. Y crear.

Ejemplos que te pueden ser de utilidad:

1.- Imagina que tus clientas mujeres de 25 a 44 años tienen un 60% más de valor en compras a lo largo del tiempo. Con una regla de valor, puedes indicarle a Meta que aumente tu puja un 60% solo para ese segmento.

Por ejemplo: en un centro de estética, si este grupo contrata paquetes completos de tratamientos de 6 o 12 sesiones, mientras otras clientas solo toman una sesión suelta, puedes darle más prioridad a esas clientas que generan ingresos constantes.

2.- Imagina que tus clientes hombres de 25 a 44 años tienen un 60% más de valor en compras a lo largo del tiempo. Con una regla de valor, puedes indicarle a Meta que aumente tu puja un 60% solo para ese segmento.

Por ejemplo: si tienes una tienda online de tecnología y este grupo suele comprar laptops y smartphones de alto ticket, mientras otros solo adquieren accesorios baratos, puedes asegurarte de que Meta concentre más inversión en quienes realmente elevan tu facturación.



**En resumen: ahorras
estructura, concentras
presupuesto y le enseñas
al algoritmo qué clientes
son más valiosos para ti.**

Monitorea los resultados en tu panel y ajusta tus reglas
hasta encontrar el punto óptimo.

¡Nos vemos! 🚀🚀🚀

