



PLANTILLA FACEBOOK ADS

**Crear Anuncios de
Facebook Ads**



INTRODUCCIÓN

Facebook es una plataforma gigante en el mundo de la publicidad en línea, y la calidad del texto publicitario es un factor crucial para determinar el éxito o el fracaso de tu campaña.

La creación de copy publicitario persuasivo y efectivo requiere de una estructura sólida y estratégica.

Aquí te presentamos 6 estructuras de copy que han demostrado generar clics y convertir a clientes de manera eficaz.



☑ Estructura uno: Secuencia de tres pasos

Esta estructura se divide en tres pasos que guían al lector de manera lógica y persuasiva:

1.

Esto es lo que tengo: Comienza presentando tu propuesta, producto o servicio desde la perspectiva de la promesa que ofreces. Por ejemplo, "La formación de coaching que te convierte en coach en 3 meses, garantizado".

2.

Esto es lo que hará por ti: Luego, desglosa los beneficios específicos que la oferta proporciona a tus clientes potenciales. Es importante destacar cómo tu oferta resuelve sus necesidades o problemas.

3.

Esto es lo que quiero que hagas a continuación: Finalmente, dirige a los potenciales hacia el siguiente paso que deseas que tomen, ya sea agendar una llamada, comprar un servicio en línea u otra acción relevante en tu proceso de ventas.

☑ Estructura dos: Modelo AIDA

Esta estructura sigue el modelo AIDA, que consta de cuatro etapas:

1.

Atención: Rompe con la monotonía y capta la atención de tus potenciales con algo intrigante y beneficioso para ellos. Esto les hace detenerse y prestar atención a tu anuncio.

2.

Interés: Genera interés al ofrecer información inusual, contra-intuitiva o novedosa que involucre a tus potenciales. Esto los motiva a querer saber más.

3.

Deseo: Crea un deseo emocional en tus potenciales, haciéndoles desear lo que ofreces. Puedes mostrar cómo tu producto o servicio mejora sus vidas.

4.

Acción: Finalmente, pídeles que tomen la acción que deseas que realicen, como hacer clic en tu anuncio o llenar un formulario.



☑ Estructura tres: Fórmula PAS

Esta estructura es especialmente efectiva cuando tu producto o servicio aborda un problema significativo:

1.

Problema: Comienza por presentar el problema que enfrenta tu cliente potencial, haciéndolo tangible y personalizado. Debes hacer que sientan que ese problema les afecta directamente.

2.

Agitación: Luego, amplifica el problema, creando una representación vívida de su impacto en la vida del cliente. Crea una imagen mental que refleje la gravedad del problema.

3.

Solución: Finalmente, presenta tu solución al problema agitado. Resalta cómo tu producto o servicio puede resolver de manera efectiva el problema que has destacado.

☑ Estructura cuatro: Fórmula PADS

La Fórmula PADS es una variante de la estructura PAS y se centra en destacar la superioridad de tu solución al desacreditar otras alternativas:

1.

Problema: Comienza identificando el problema.

2.

Agitación: Luego, amplifica el problema, destacando sus aspectos más negativos y sus consecuencias.

3.

Desacreditar: En esta etapa, desacredita otras soluciones posibles, mostrando por qué no son efectivas o convenientes.

4.

Solución: Por último, presenta tu solución como la opción superior, subrayando por qué es la mejor elección.



☑ Estructura cinco: Fórmula IPDE

La Fórmula IPDE consta de cuatro partes clave:

1.

Imagen: Crea una imagen vívida que permita a tus potenciales identificarse con un problema existente o una aspiración futura. Puedes utilizar historias o escenarios que generen empatía.

2.

Promesa: Luego, explícales cómo tu producto o servicio abordará ese problema o hará realidad sus aspiraciones. Destaca la promesa central de tu oferta.

3.

Demostración: Apoya tu promesa con pruebas concretas. Muestra testimonios de clientes satisfechos o datos que respalden tus afirmaciones. Asegúrate de que tu oferta sea creíble.

4.

Empujar: Finalmente, guía a tus potenciales hacia la acción. Muestra comprensión por su situación actual, educa sobre cómo tu oferta puede ayudarlos y motívalos a dar el siguiente paso con un llamado a la acción claro.

☑ Estructura seis: Tres botones

Esta estructura se basa en el uso de tres tipos de botones psicológicos que generan una reacción inmediata en los potenciales:

1.

Evitar el dolor: Resalta cómo tu oferta puede evitar problemas o dificultades. Esto apela a la necesidad humana de evitar situaciones incómodas

2.

Ir hacia el placer: Muestra cómo tu producto o servicio puede llevar a tus potenciales hacia la satisfacción, el éxito o la felicidad. Esto estimula su deseo de obtener esos beneficios.

3.

Controversia: Usa declaraciones controvertidas o preguntas intrigantes para captar la atención y fomentar la curiosidad. Esto motiva a los potenciales a querer saber más y a hacer clic en tu anuncio.

Al aplicar estas estructuras de copy a tus anuncios de Facebook Ads, estarás en una posición sólida para captar la atención de tu audiencia, generar interés, fomentar el deseo y, en última instancia, motivar a tus potenciales a tomar la acción que deseas.

Adapta cada estructura a tu producto o servicio y a las necesidades de tu público objetivo.





CÓMO TRABAJAR CON LA INCUBADORA DESPEGUE

LLAMADA DE DESCUBRIMIENTO PARA NEGOCIOS EN ACTIVO

Si tienes un negocio en activo, el Marketing y la Comunicación son importantes para ti.

Te invitamos a tener una llamada estratégica con uno de nuestros consultores, para ver cómo podemos ayudarte a potenciar tu estrategia de Marketing y Comunicación.

PUEDES AGENDARLA AQUÍ

Nuestra misión es elevar la calidad de la Comunicación y el Marketing para empresarios de habla hispana.

Pensamos que una comunicación de impacto es una de las palancas más importante para crecer las ventas de todo negocio.

