



Guía: Anuncios de Clic a WhatsApp

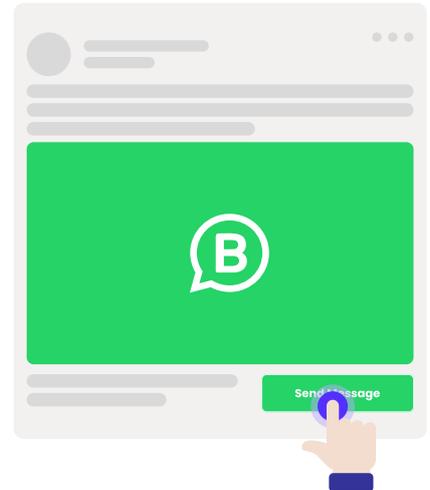
Introducción

WhatsApp Business se ha convertido en una herramienta poderosa para las empresas, no solo para soporte y atención al cliente, sino también como un canal de marketing con gran alcance. Con más de **2 mil millones de usuarios**, WhatsApp ofrece una oportunidad única para crear mensajes personalizados y mover a los prospectos a través del embudo de ventas.



¿Qué son los Anuncios de Clic a WhatsApp?

Los anuncios de clic a WhatsApp son promociones que dirigen a los compradores a conversaciones de chat con tu marca en la plataforma de mensajería de **WhatsApp**. Estos anuncios aparecen en los feeds y las historias de Instagram y Facebook, así como en **Facebook Marketplace**.



¿Qué es y cómo funciona Facebook Ads y WhatsApp para capturar Leads?

Facebook Ads es una de las plataformas publicitarias más robustas para segmentar audiencias según intereses y comportamientos específicos. Al combinar esto con la capacidad de WhatsApp para manejar interacciones directas y personalizadas, se crea una poderosa estrategia para capturar y nutrir leads.

Esto se traduce en que las campañas **Click to WhatsApp Ads (CTWA)** son particularmente efectivas para llevar a los usuarios interesados directamente a una conversación donde se puede recoger información valiosa y fomentar la conversión.

Beneficios de los Anuncios de Clic a WhatsApp

1. Generación y calificación de prospectos
2. Fomento de la consideración del producto
3. Aumento de las ventas
4. Construcción de relaciones significativas con los clientes



Cómo usar los Anuncios de Clic a WhatsApp

Los Anuncios de Clic a WhatsApp son una herramienta poderosa para conectar a potenciales clientes con tu negocio directamente a través de WhatsApp. Este tipo de anuncio es ideal para generar conversaciones rápidas y facilitar la atención personalizada. Aquí te explico cómo utilizarlos eficazmente:

01

Configura tu cuenta de WhatsApp Business

- Debes tener una cuenta de [WhatsApp Business](#) vinculada a tu página de Facebook.
 - Verifica que esté completamente configurada con toda la información de contacto y los mensajes automáticos adecuados.
-

02

Crea una campaña en Facebook Ads Manager

- Accede a [Facebook Ads Manager](#) y selecciona el objetivo [Mensajes](#) para tu campaña.
 - Luego, elige [WhatsApp](#) como la plataforma donde deseas recibir los mensajes.
-

03

Define tu audiencia

- Segmenta bien tu audiencia para que el anuncio sea visto por personas interesadas en tu producto o servicio.
 - Usa opciones de segmentación como intereses, edad, ubicación geográfica y comportamiento.
-

04

Crea un anuncio atractivo

- Usa imágenes o videos que capten la atención de tu público.
 - El texto debe ser claro, directo y con una llamada a la acción como: "Envíanos un mensaje ahora para más información".
 - Asegúrate de que el botón del anuncio diga algo como "Enviar mensaje por WhatsApp".
-

05

Personaliza la plantilla de mensaje de bienvenida

- Puedes personalizar el mensaje que el usuario verá al hacer clic en el anuncio. Algo como: "¡Hola! ¿Cómo podemos ayudarte hoy?" funciona bien para iniciar la conversación.
 - Puedes agregar opciones rápidas para guiar a los usuarios en sus preguntas.
-

06

Optimiza tu anuncio

- Usa Facebook Pixel para rastrear conversiones y obtener datos sobre cómo los usuarios interactúan con tu anuncio.
 - Ajusta la duración y el presupuesto según los resultados.
-

07

Mide los resultados

- Monitorea el rendimiento del anuncio en el administrador de anuncios, revisando métricas como el número de clics, la tasa de conversión y los mensajes iniciados.

Cómo crear un Anuncio de Clic a WhatsApp

Antes de iniciar tus campañas es importante revisar que la configuración en tu business manager esta listo para activarlas, aquí debes tener en cuenta 3 puntos importantes:

- 01 Revisar la salud de tu cuenta** (esto significa que la cuenta no tenga restricciones por incumplimiento de políticas o que no esté toda la configuración del bm verificada)
- 02 Conexión de tu cuenta de WhatsApp** - recuerda que con b2chat tienes un onboarding y conexión de cuenta acá verificamos que tu Waba este correctamente conectada para que no solo funcione en la consola si no que este activa para utilizarse en estas campañas 3
- 03** Revisa que tus activos estén conectados tanto cuenta publicitaria asignada a las diferentes paginas como tu cuenta de **WhatsApp** tenga acceso a las personas que realizarán las campañas.

Una vez revisado esto estas listo para iniciar campañas, así que vamos con el paso a paso de creación de campañas en ads manager de **Meta business manager**.

Paso a paso

01 Crea una campaña de Interacción.

Esta es la primera parte de la creación de tu campaña, aquí debes seleccionar la opción interacción para que obtengas clientes potenciales a través de **WhatsApp** a un costo menor - esto tambien dependerá- si tu segmentación esta bien configurada.





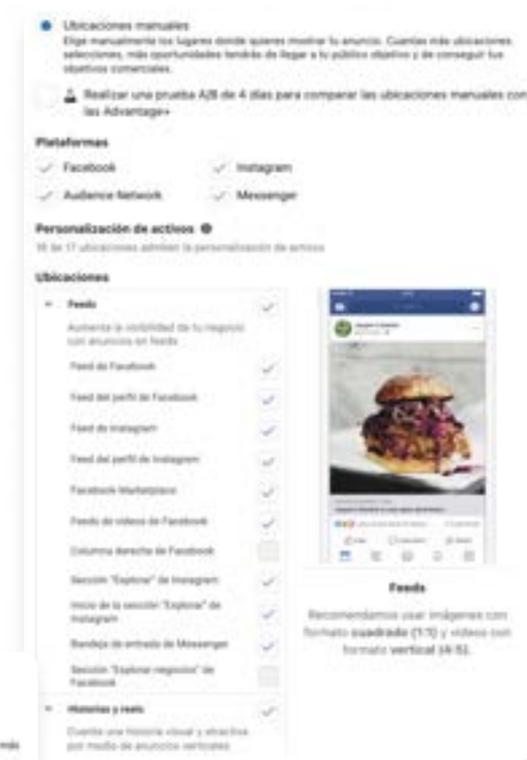
02 En el conjunto de anuncios deberás seleccionar la ubicación de la conversión, apps de mensajes y seleccionar el destino, deberás ubicar la página de facebook para que la plataforma de Business Ads manager tome toda la información de las cuentas vinculadas, en este caso si quieres hacer la medición de WhatsApp selecciona la casilla de la misma y verifica que el numero de teléfono sea el que tienes configurado en la WABA



Recuerda que para que puedas medir tus mensaje en **B2Chat** deberás hacerlo a través de la cantidad de conversaciones y no de clics para tener el valor real de las conversaciones.

03 **Luego deberás seleccionar el presupuesto y la segmentación:** Este paso es crucial y se debe basar en la investigación de tu mercado para conocer los intereses, datos demográficos, datos cargados de tu sitio web que te ayuden a llegar a los posibles clientes que les venderás por **WhatsApp**. Aquí te recomendamos que si no tienes experiencia en creación de anuncios o estrategia para definir tu publico y presupuesto busques la ayuda de un experto en Ads y que pueda ser parte de tu equipo para optimizar de la mejor manera tus campañas.

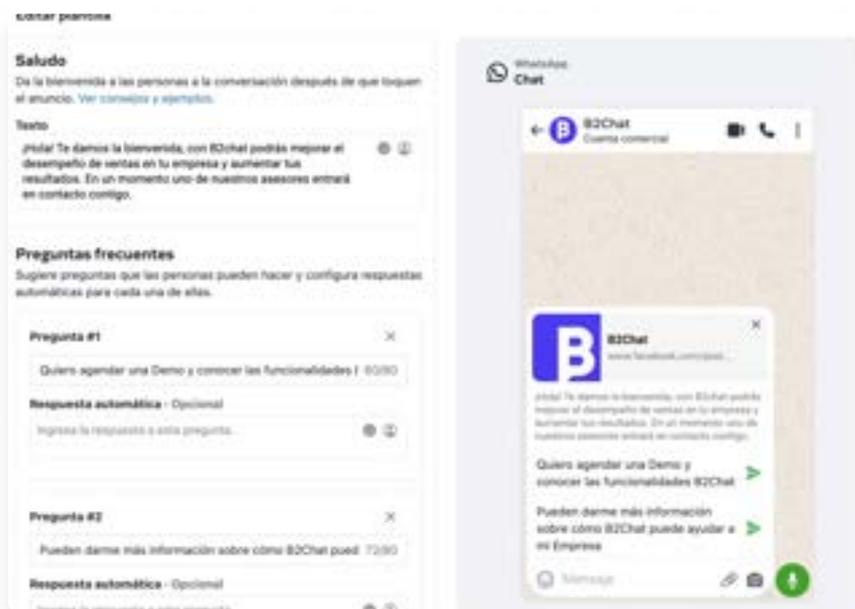
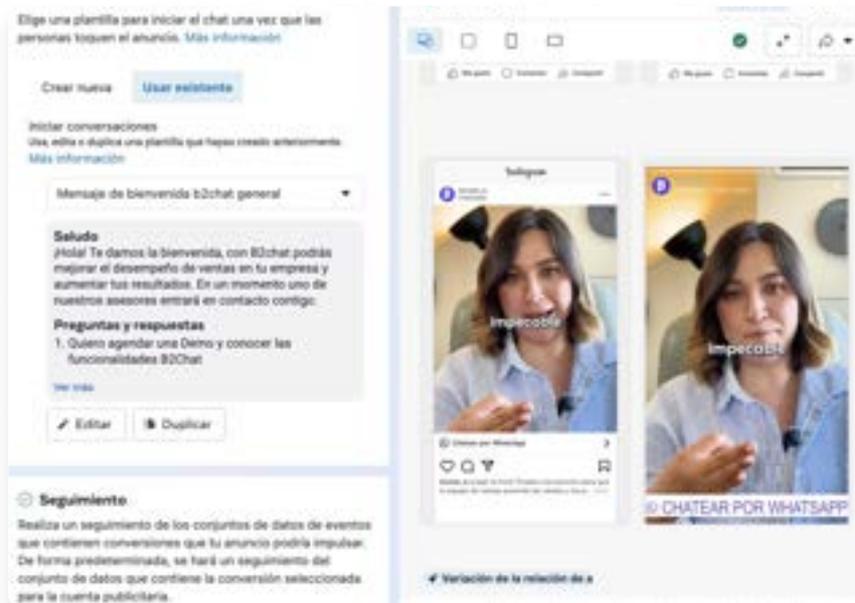
04 Por último en la parte de conjunto de anuncios deberás seleccionar en qué plataformas quieres aparecer ya que puedes seleccionarlas todas o utilizar una de los 4 diferentes ubicaciones donde puedes aparecer con los Facebook Ads. Nuestra recomendación es que a menos que ya tengas medida tu audiencia por canal selecciones el que más te funcione si eso no lo tienes medido utiliza las ubicaciones Advantage+ de Facebook Ads



05 Crea tus anuncios de manera que tu audiencia pueda conectar con el mensaje y realizar la acción de iniciar la conversación. Esta es la última fase de tu creación de anuncios para CTWA pero cumple uno de los roles más importantes en el proceso pues si tu creativo, copy, caption y titular no son atractivos y lo suficientemente contundentes para que el usuario haga la acción, tu cantidad de mensajes obtenidos serán pocos y el valor de tu conversación podrá encarecerse.

Activo	Anuncio	Configuración de atribución	Resultados	Cuentas potenciales	Cuentas potencializadas en el sitio web
	Porqué_B2Chat_Video	7 días después...	540 ¹¹
	LXTM - Mensajes - Multi	7 días después...	389 ¹¹
	LXTM - ¿Dónde estamos? Video2	7 días después...	235 ¹¹
	LXTM - ¿Dónde estamos? VIDEO al ver perfiles	7 días después...	322 ¹¹
	LXTM - Mensajes - Muestra - Video	7 días después...	202 ¹¹
	LXTM - Mensajes - Multi	7 días después...	129 ¹¹
	LXTM - Mensajes - Multi - Copy	7 días después...	27 ¹¹
	¿Dónde estamos? Imagen	7 días después...	23 ¹¹
	LXTM - Mensajes - Muestra - Video - Cop...	7 días después...	28 ¹¹
	Porqué_B2Chat_Imagen	7 días después...	16 ¹¹
	LXTM - Mensajes - Envíos masivos	7 días después...	16 ¹¹
	LXTM - Mensajes - Envíos masivos - Video	7 días después...
Resultados de 12 anuncios			1,927 ¹¹	Totales	Totales

06 Para finalizar en los anuncios utiliza las plantillas de mensajes para ubicar a los usuarios y acortar la conversación con la que inicias con tus usuarios. Estas plantillas se pueden personalizar por el anuncio que hagas y tener una por cada producto, promoción o servicio que tengas. Un tip que te damos desde **B2chat** es que en la bienvenida ubiques a la persona de porqué está en el inicio de la conversación esto te ayudará a que tus usuarios si sean los que necesitan hablarte y adicional si ya estas utilizando la consola de **B2Chat** pide a tu asesor que los mensajes que provengan de pauta no tenga que pasar por el ChatBot de bienvenida si no que se asigne al asesor encargado de atender a las personas que provengan de las campañas



5 Estrategias para capturar Leads eficazmente con Facebook ADS

01 Utiliza Facebook Ads para dirigirte a audiencias específicas

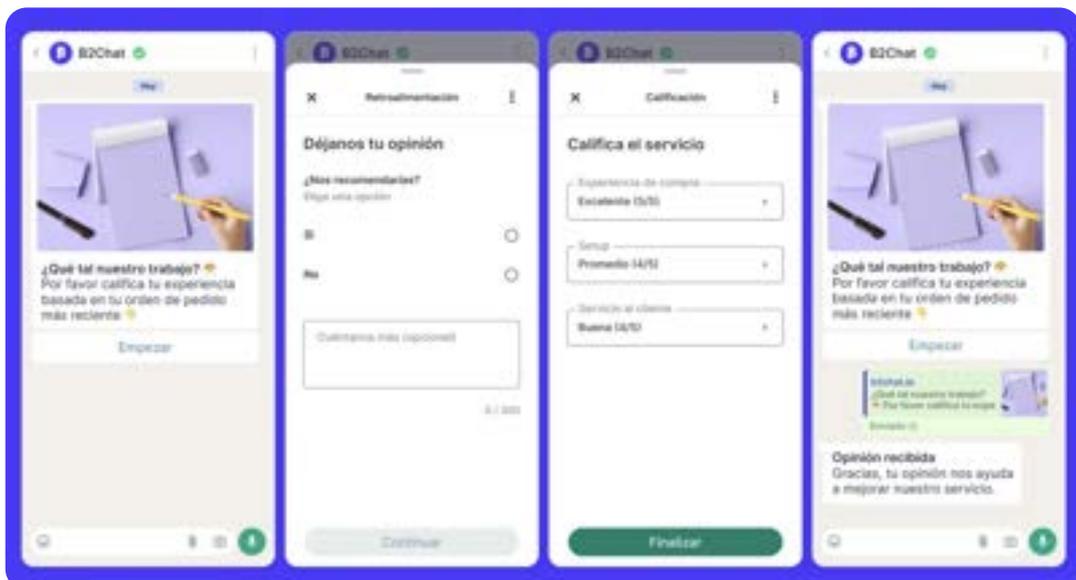
La clave para una campaña de adquisición de leads exitosa comienza con una segmentación precisa. Facebook Ads te permite llegar a usuarios que ya muestran un interés en productos o servicios similares al tuyo.

- **Segmentación avanzada:** Define tu audiencia utilizando parámetros como demografía, ubicación, intereses y comportamiento en línea. Esta segmentación asegurará que solo aquellos con una alta probabilidad de conversión vean tus anuncios.
- **Interés y comportamiento:** Al utilizar datos de comportamiento, puedes dirigirte a usuarios que han mostrado interés en productos similares, incrementando la relevancia de tus anuncios.

02 Captura Leads interesados a través de WhatsApp

Una vez que tu audiencia interactúa con tu anuncio, puedes dirigirlos directamente a WhatsApp, donde pueden iniciar una conversación con tu negocio. Aquí es donde capturas leads que ya están predispuestos a conocer más sobre tus productos o servicios.

- **CTWA (Click to WhatsApp Ads):** Estas campañas permiten que un usuario, con un solo clic, se comuniqué contigo a través de WhatsApp, eliminando fricciones en el proceso de conversión.
- **Interacciones personalizadas:** Aprovecha la conversación directa para capturar datos clave como nombre, correo electrónico e intereses específicos, asegurando una relación más personal y directa.



03 Medición y optimización del ROI

Una de las ventajas de las campañas en Facebook Ads es la capacidad de medir el rendimiento en tiempo real. Al monitorear el ROI de tus campañas, puedes ajustar estrategias para maximizar la eficiencia de la captación de leads.

- **Coste por mensaje iniciado:** Mide el coste de cada conversación generado y compara con la tasa de conversión para entender la rentabilidad de la campaña. Con B2Chat tienes la ventaja de medir esto a través de la funcionalidad de WhatsApp Acquisition.
- **Optimización continua:** Ajusta parámetros como la segmentación de audiencia o los elementos creativos de la campaña para mejorar el rendimiento y reducir costos.

04 Implementa estrategias de remarketing con WhatsApp

Una vez que has tenido estas conversaciones, no te detengas allí. El remarketing en WhatsApp es una herramienta poderosa para seguir nutriendo esos futuros clientes y moverlos a través del embudo de ventas.

- **Listas de difusión y mensajes personalizados:** Envía ofertas exclusivas, recordatorios o contenido de valor a los leads capturados para mantener su interés y avanzar hacia la conversión.
- **Seguimiento automatizado:** Utiliza herramientas para programar mensajes de seguimiento y mantener el contacto sin esfuerzo adicional.

05 Convierte Leads en ventas

La interacción continua y personalizada a través de WhatsApp te permite convertir leads en clientes de manera más efectiva. Con la información recopilada, puedes adaptar tus ofertas para satisfacer las necesidades específicas de cada lead.

- **Ofertas personalizadas:** Basándote en la información recogida, ofrece productos o servicios que resuelvan las necesidades específicas del lead, aumentando la probabilidad de conversión.
- **Cierre de ventas:** Usa WhatsApp para cerrar ventas de manera directa, facilitando un proceso de compra rápido y sin fricciones.

Casos de Éxito



The Little Farm Co

- Logró intercambiar un 46% más de mensajes con los clientes.
- Redujo un 23% los costos de adquisición de clientes.
- Aumentó su alcance y cerró más ventas.



Good News Maternity

- Logró intercambiar un 46% más de mensajes con los clientes.
- Redujo un 23% los costos de adquisición de clientes.
- Aumentó su alcance y cerró más ventas.



Merco Supermercado

- Resolvió el 67% de las consultas de servicio al cliente a través de WhatsApp.
- Mejoró en un 40% la productividad de los empleados.
- Aumentó en un 70% su base de datos de marketing.
- Alcanzó un 58% de índices de lectura en sus folletos digitales enviados por WhatsApp.

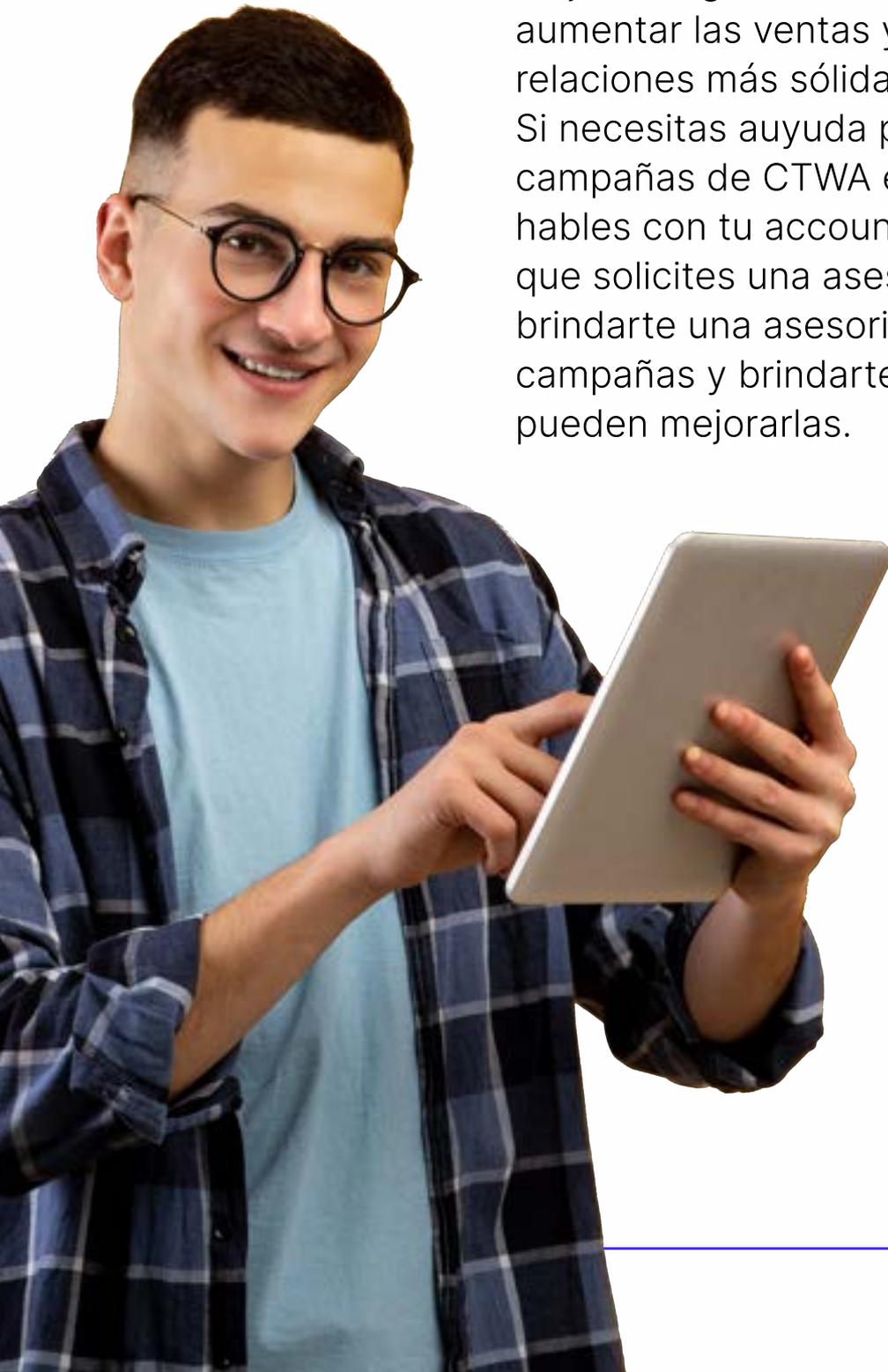


Modanisa

- Resolvió el 70% de las consultas de los clientes sin necesidad de soporte en vivo.
- Logró un 36% de ahorro en costos de operación de call centers.
- El 55% de los clientes que usaron el bot de chat hicieron sus primeros pedidos a través de WhatsApp.
- El 10% de los clientes que usaron el canal de ventas de WhatsApp compraron al menos un artículo.

Conclusión

Los anuncios de clic a WhatsApp ofrecen una oportunidad única para las empresas de conectar con sus clientes de manera más personal y eficiente. Al implementar esta estrategia, puedes mejorar la generación de leads, aumentar las ventas y construir relaciones más sólidas con tus clientes. Si necesitas ayuda para revisar tus campañas de CTWA es momento que hables con tu account manager para que solicites una asesoría con B2chat y brindarte una asesoría para revisar tus campañas y brindarte algunos tips que pueden mejorarlas.



B2Chat