



Recuerda que puedes recibir una mentoría 1:1 con nosotros **sin ningún costo** para ayudarte a sacarle el máximo provecho a este recurso.

Conoce cómo obtener tu mentoría aquí:

<https://www.ecosistemahux.com/jota/mentoría-gratis>

CHECKLIST ESENCIAL PARA CAMPAÑAS PUBLICITARIAS DIGITALES EXITOSAS (META, TIKTOK, GOOGLE)

FASE 1: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE LA CAMPAÑA

DEFINICIÓN DE OBJETIVOS CLAROS

¿Cuál es el objetivo principal de esta campaña (ej., conciencia de marca, generación de leads, ventas, tráfico web, descargas de app)?

¿Hemos establecido objetivos SMART (Específicos, Medibles, Alcanzables, Relevantes, Con Plazo) para la campaña?

¿Cuáles son los KPIs (Key Performance Indicators) específicos que medirán el éxito (ej., CPC, CTR, CPA, ROAS, LTV)?

CONOCIMIENTO PROFUNDO DE LA AUDIENCIA

¿Hemos identificado a nuestro público objetivo ideal para esta campaña (datos demográficos, psicográficos, intereses, comportamientos)?

¿Hemos creado buyer personas detalladas que influyan en la segmentación y el mensaje?

¿Entendemos los puntos de dolor o deseos de la audiencia que nuestra oferta resuelve?

AJUSTE DE LA OFERTA Y MENSAJE

¿La oferta que promocionaremos es atractiva y relevante para la audiencia objetivo?

¿Hemos definido la propuesta de valor única que destacaremos en los anuncios?

¿Hay algún incentivo (descuento, prueba gratuita, bonus) para motivar la acción?

¿El mensaje principal (copy) es claro, conciso y persuasivo?



SELECCIÓN DE PLATAFORMAS Y PRESUPUESTO

¿Hemos elegido las plataformas publicitarias más adecuadas para nuestros objetivos y audiencia (Meta Ads, Google Ads, TikTok Ads, etc.)?

¿Hemos asignado un presupuesto total y diario/mensual para la campaña?

¿Hemos considerado la estrategia de puja y el modelo de atribución?

FASE 2: CREACIÓN DE ACTIVOS PUBLICITARIOS

DISEÑO DE CREATIVIDADES VISUALES/AUDIOVISUALES

¿Hemos creado imágenes, videos o carruseles visualmente atractivos y de alta calidad?

¿Están las creatividades optimizadas para cada formato y plataforma (ej., relación de aspecto, duración, tamaño de archivo)?

¿El mensaje visual es claro y congruente con el copy?

¿Se han incluido llamadas a la acción (CTAs) claras dentro de la creatividad si aplica?

REDACCIÓN DE COPY PARA ANUNCIOS

¿Hemos escrito diferentes versiones de copy (títulos, descripciones, texto principal) para pruebas A/B?

¿El copy incluye palabras clave relevantes (especialmente para Google Ads)?

¿El copy resalta los beneficios para el usuario y no solo las características?

¿El copy incita a la acción inmediata con un CTA claro?

DESARROLLO DE PÁGINAS DE DESTINO (LANDING PAGES)

¿Hemos diseñado una landing page específica y optimizada para la conversión para cada campaña/grupo de anuncios?

¿La landing page es coherente con el mensaje y diseño del anuncio?

¿Incluye un formulario sencillo, testimonios, beneficios clave y un CTA prominente?

¿Está optimizada para la velocidad de carga y dispositivos móviles?



INSTALACIÓN DE PÍXELES Y ETIQUETAS DE SEGUIMIENTO

¿Hemos instalado el píxel de la plataforma publicitaria (ej., Meta Pixel, Google Tag) en nuestra web?

¿Hemos configurado el seguimiento de conversiones para medir los objetivos (ej., compras, leads, descargas)?

¿Están activas las listas de remarketing/retargeting para futuras campañas?

FASE 3: CONFIGURACIÓN Y LANZAMIENTO DE LA CAMPAÑA

ESTRUCTURA DE LA CAMPAÑA

¿Hemos organizado la campaña en una estructura lógica (campañas, grupos de anuncios/conjuntos de anuncios, anuncios)?

¿Hemos definido la segmentación de audiencia precisa para cada grupo de anuncios?

¿Hemos configurado los presupuestos y pujas a nivel de campaña/grupo de anuncios?

CONFIGURACIÓN AVANZADA DE LA PLATAFORMA

¿Hemos seleccionado la optimización de entrega adecuada (para Meta/TikTok) o el tipo de concordancia de palabras clave (para Google)?

¿Se han excluido audiencias irrelevantes o palabras clave negativas?

¿Hemos programado las fechas de inicio y fin de la campaña?

¿Hemos configurado las extensiones de anuncio relevantes (Google Ads)?

REVISIÓN FINAL Y CONTROL DE CALIDAD

¿Hemos realizado una revisión final de todos los componentes de la campaña (copy, creatividades, segmentación, URLs, seguimiento)?

¿Se han cumplido todas las políticas de publicidad de la plataforma para evitar rechazos?

¿Los enlaces de destino son correctos y llevan a la página adecuada?



LANZAMIENTO

¿Hemos activado la campaña y estamos monitoreando su rendimiento inicial?

FASE 4: MONITOREO, OPTIMIZACIÓN Y ANÁLISIS CONTINUO

MONITOREO DIARIO/SEMANAL DE MÉTRICAS

¿Estamos revisando los KPIs clave (CTR, CPC, CPA, ROAS, impresiones, clics, conversiones) diariamente o semanalmente?

¿Estamos identificando anomalías o cambios inesperados en el rendimiento?

PRUEBAS A/B Y OPTIMIZACIÓN CONTINUA

¿Estamos realizando pruebas A/B en creatividades, copys, audiencias y llamadas a la acción?

¿Estamos pausando o ajustando los anuncios con bajo rendimiento?

¿Estamos optimizando la segmentación basándonos en los datos de rendimiento (ampliar, reducir, excluir)?

¿Estamos ajustando pujas y presupuestos para mejorar el ROI?

ANÁLISIS DE ATRIBUCIÓN Y FLUJO DEL FUNNEL

¿Estamos analizando qué fuentes de tráfico y anuncios están generando las mejores conversiones?

¿Estamos usando Google Analytics o herramientas de mapas de calor/sesión para entender el comportamiento del usuario en la landing page?

¿Estamos identificando cuellos de botella en el flujo de conversión?

INFORMES Y LECCIONES APRENDIDAS

¿Estamos generando informes regulares para comunicar el rendimiento de la campaña?

¿Estamos documentando las lecciones aprendidas y los insights clave para futuras campañas?

¿Estamos planificando las próximas iteraciones o campañas basadas en los resultados obtenidos?