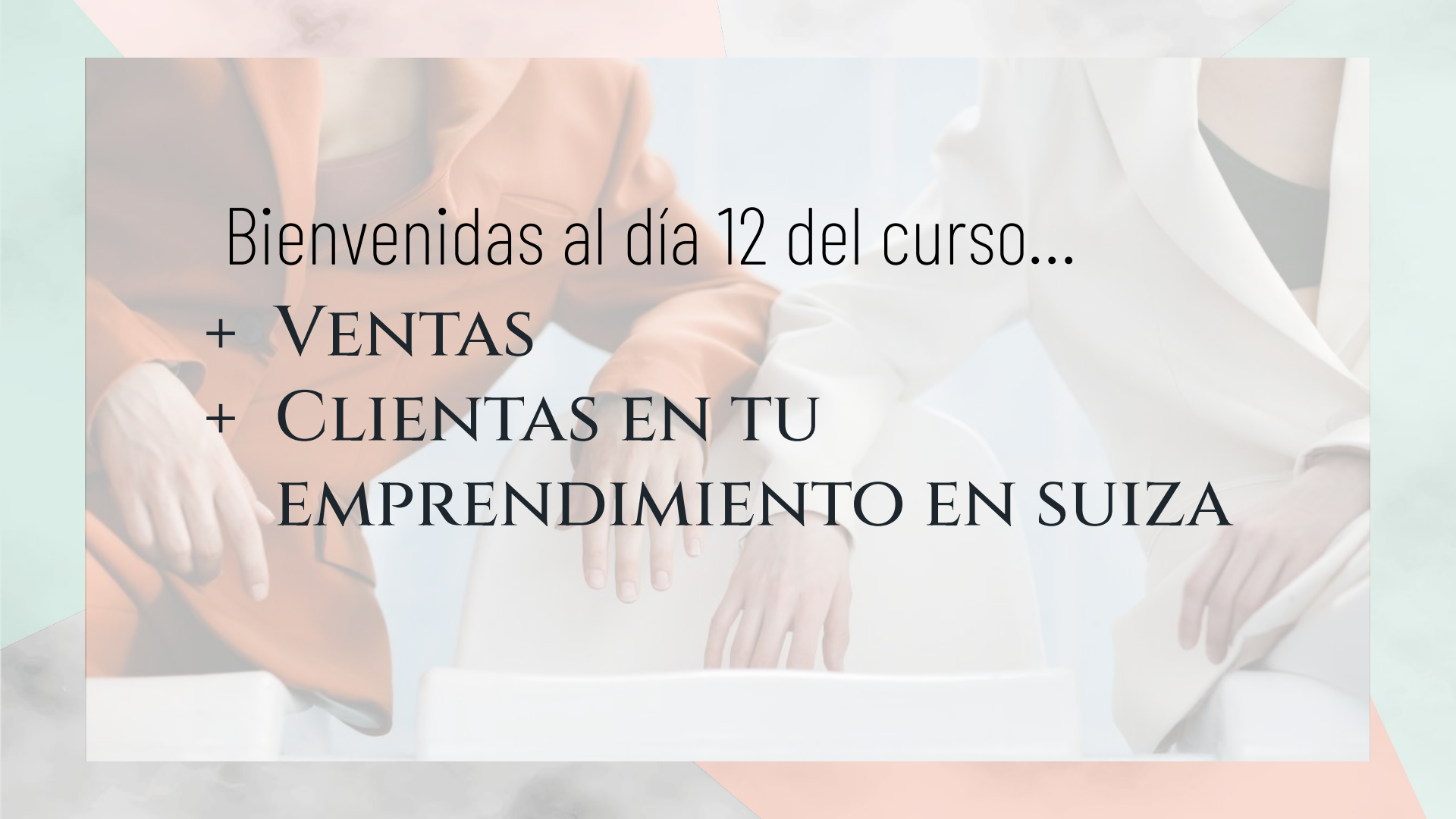




Bienvenidas al día 12 del curso...

+ **VENTAS**

+ **CLIENTAS EN TU
EMPRENDIMIENTO EN SUIZA**

REVISIÓN DE FEEDS Y
COMPROMISO PARA LAS
PRÓXIMAS 3 SEMANAS

QUÉ VEREMOS HOY...

CREACIÓN DE CONTENIDO	PUBLICIDAD	FUNNELS
Novedades en Instagram	Novedades en el Business Manager	Métricas de todo nuestro funnel: para poder tomar decisiones
Heygen, la IA para hacer vídeos sin tener que grabarte cada vez	Campañas de publicidad con formulario, sin salir de Instagram y sin landing	Herramienta del Mapa de calor. Crazyegg.com
	Controles de público y cómo no subir el presupuesto de una campaña	

NOVEDADES EN INSTAGRAM

Formato nuevo para el feed de Instagram, para fotos y carruseles. Ojo!! Los formatos en la publi no han cambiado...

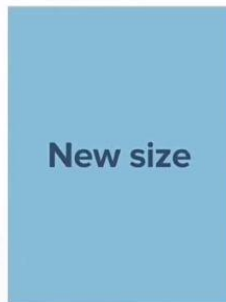


**Post sizes changed
from 1080x1350 to
1080x1440**



Old size

New size



NOVEDADES EN INSTAGRAM

Nueva métrica para testear la calidad de tus hooks...



Reel insights

Watch time ⓘ

46m 12s

Average watch time

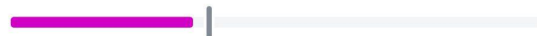
6 sec

View rate past first 3 seconds

All

Followers

Non-followers



● This reel

34.9%

● Your typical reel

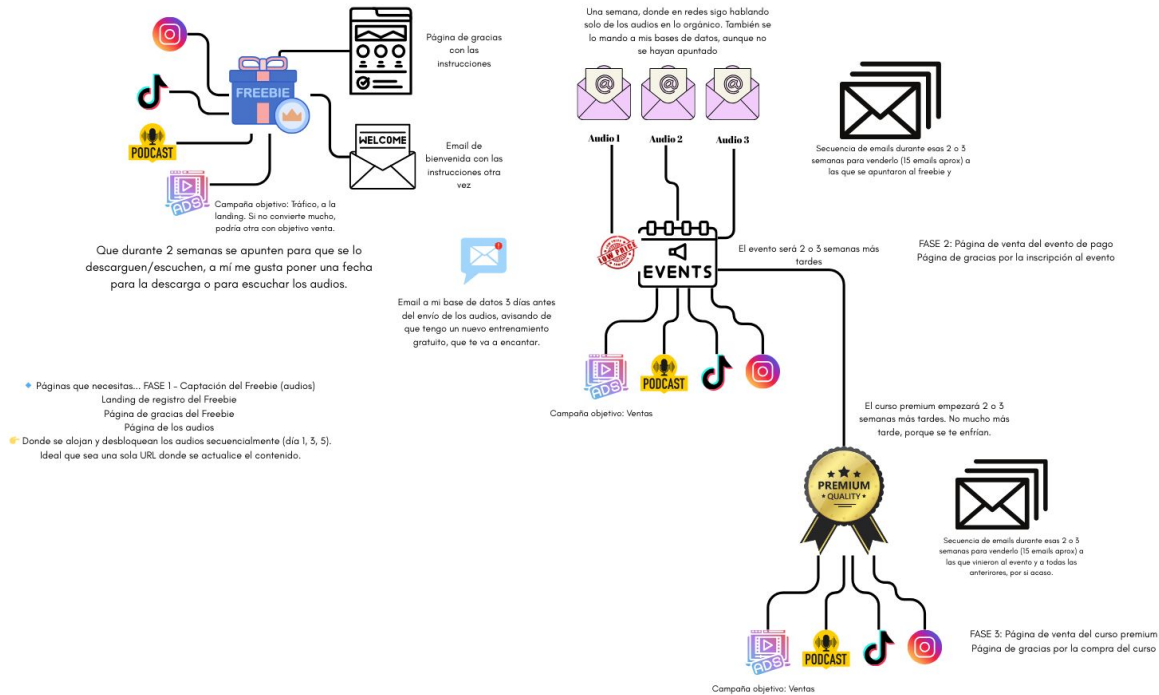
37.0%

QUÉ VEREMOS HOY...

CREACIÓN DE CONTENIDO	PUBLICIDAD	FUNNELS
✓ Novedades en Instagram	Novedades en el Business Manager	Métricas de todo nuestro funnel: para poder tomar decisiones
✓ Heygen, la IA para hacer vídeos sin tener que grabarte cada vez	Campañas de publicidad con formulario, sin salir de Instagram y sin landing	Herramienta del Mapa de calor. Crazyegg.com
	Controles de público y cómo no subir el presupuesto de una campaña	

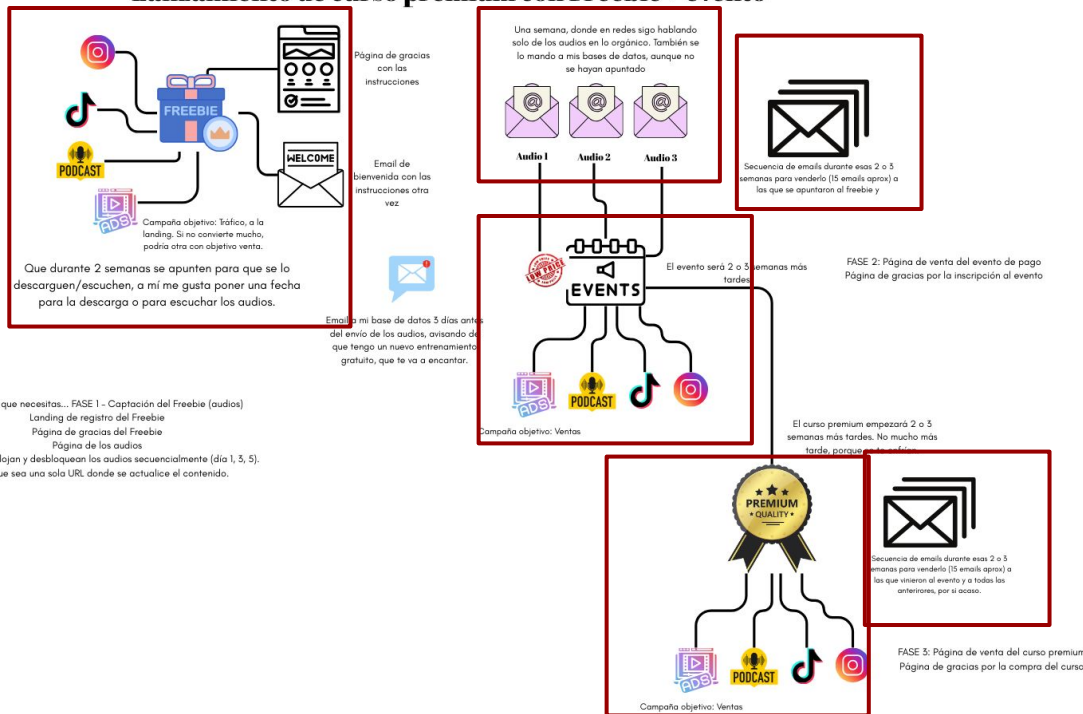
MAPA VISUAL DE TU EMBUDO. Canva: Pizarra online y en elementos
buscáis los símbolos

Lanzamiento de curso premium con Freebie + evento



MAPA VISUAL DE TU EMBUDO. Para poder medir cada paso y ver si hay problemas con él, mejorarlo o eliminarlo.

Lanzamiento de curso premium con Freebie + evento



- * Páginas que necesitas... FASE 1 - Captación del Freebie (audios)
Landing de registro del Freebie
Página de gracias del Freebie
Página de los audios

- Donde se alojan y desbloquean los audios secuencialmente (día 1, 3, 5).
Ideal que sea una sola URL donde se actualice el contenido.

MÉTRICAS: anuncios, landings, emails

Métricas de los anuncios (Business Manager): CTR por clics en el enlace, CPM, Roas, frecuencia...

Métricas de la página de ventas:

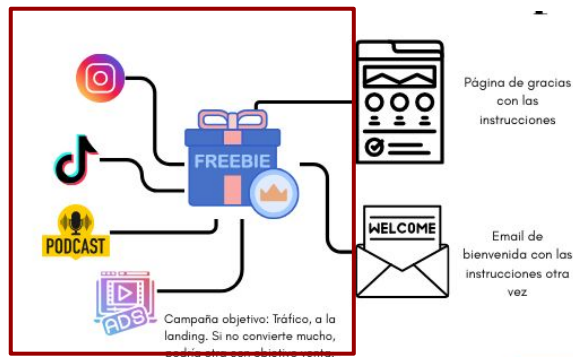
- tasa de conversión de la página (Google Analytics): de cuántas personas llegan, cuántas acaban convirtiendo.
- y la calidad de los textos o los bloques de la página (Mapa de calor): te indica dónde se quedan parados.

Métricas del carrito. Tasa de conversión del carrito: mide en % cuántas personas llegan y finalmente compran.

Métricas de los emails CRM (Active Campaign):

- **tasa de apertura de emails:** cuántas personas que los reciben los abren.
- **tasa clics en los enlaces dentro del email, es decir, cuántas personas de las que abren los emails clican en los enlaces.**
- **tasa de conversión, cuántos convierten a venta.**

MÉTRICAS: Analizar la página del freebie, para la captación de los emails.



Que durante 2 semanas se apunten para que se lo descarguen/escuchen, a mí me gusta poner una fecha para la descarga o para escuchar los audios.



Email a mi base de datos 3 días ante del envío de los audios, avisando de que tengo un nuevo entrenamiento gratuito, que te va a encantar.

Si los anuncios tienen buenas métricas, pero no se apuntan para recibir el freebie.

Esto indica que la página o el freebie no son buenos.

• Páginas que necesitas... FASE 1 - Captación del Freebie (audios)

Landing de registro del Freebie

Página de gracias del Freebie

Página de los audios

• Donde se alojan y desbloquean los audios secuencialmente (día 1, 3, 5).

Ideal que sea una sola URL donde se actualice el contenido.

MÉTRICAS: Tasas de conversión de la página de los audios

$$\text{Tasa de conversión} = \frac{\text{Número de personas que se registraron (y llegaron a la página de gracias)}}{\text{Número de personas que visitaron la landing}} \times 100$$

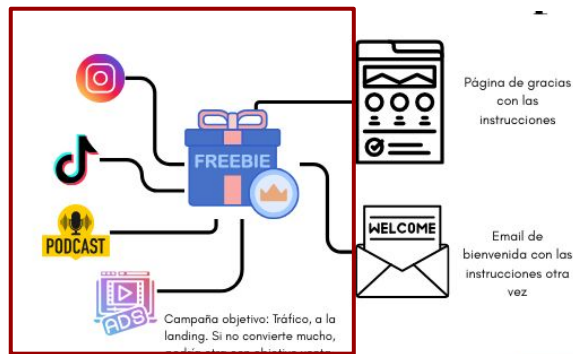
☒	2	Escucha los 3 Audios Reveladores Alta Autoestima en el Trabajo - Coaching? Yes, please	500 (8,46 %)	139 (6,45 %)
☒	3	Evento presencial. Emprender en Suiza no debería doler tanto - Coaching? Yes, please	467 (7,9 %)	262 (12,16 %)
☒	4	Página de Inicio - Coaching? Yes, please	405 (6,85 %)	176 (8,17 %)
☒	5	Las 3 verdades emprender en Suiza - Coaching? Yes, please	351 (5,94 %)	228 (10,58 %)
☐	6	Entrenamiento gratuito fuerte y segura en el trabajo - Coaching? Yes, please	329 (5,56 %)	186 (8,63 %)
☐	7	Entrenamiento gratuito (trabajo). Ya estás dentro. - Coaching? Yes, please	269 (4,55 %)	128 (5,94 %)
☐	8	Evento Presencial: "Emprender en Suiza no debería doler tanto" (Zürich) » Desarrollado por ThriveCart	261 (4,41 %)	156 (7,24 %)
☐	9	Escucha los 3 Audios del entrenamiento gratuito emprendedoras - Coaching? Yes, please	244 (4,13 %)	88 (4,08 %)
☐	10	Ya estás dentro audios gratuitos emprendedora - Coaching? Yes, please	186 (3,15 %)	101 (4,69 %)

Tasa de conversión= 101/228 x100= 44%

MÉTRICAS: Tasas de conversión de una página de freebie

Calidad de la página	Conversión esperada
 Muy buena (mensaje claro, diseño limpio, enfoque emocional o práctico muy bien hecho)	35–55%
 Aceptable (funciona pero sin optimizar, mensaje genérico o poco diferenciado)	20–35%
 Floja (demasiado texto, confusa, o no hay urgencia/interés real)	10–20%

MÉTRICAS: Analizar la página del freebie, para la captación de los emails.



Que durante 2 semanas se apunten para que se lo descarguen/escuchen, a mí me gusta poner una fecha para la descarga o para escuchar los audios.



Email a mi base de datos 3 días ante del envío de los audios, avisando de que tengo un nuevo entrenamiento gratuito, que te va a encantar.

Si los anuncios tienen buenas métricas, pero no se apuntan para recibir el freebie.

Esto indica que la página o el freebie no son buenos.

Mira en el mapa de calor dónde está el problema.

Pero revisa la promesa, los puntos de dolor.. Incluso súbelo a ChatGPT y dile si tu cliente ideal lo entendería.

• Páginas que necesitas... FASE 1 - Captación del Freebie (audios)

Landing de registro del Freebie

Página de gracias del Freebie

Página de los audios

• Donde se alojan y desbloquean los audios secuencialmente (día 1, 3, 5).

• Ideal que sea una sola URL donde se actualice el contenido.

Este evento es para ti si eres...

- ✓ **Emprendedora que ya ha empezado**, pero todavía sientes que **algo te frena** cuando quieres **dar más visibilidad a tu trabajo**, **atraer más clientes o tomar decisiones** con claridad y confianza.
- ✓ **Futura emprendedora**, con ideas y un deseo real de aportar, pero que **aún no se atreve a dar el paso por miedo** a no estar lista, a no saber cómo empezar o a no ser suficiente.
- ✓ **Multipotencial o creativa**, que tienes mil ideas, pero **te cuesta enfocarte, elegir un camino y comprometerte** con una visión más grande.
- ✓ **Emprendedora con experiencia**, que ya ha recorrido camino, pero **ahora quiere crecer de verdad**, **llegar a más personas**, **mostrarse sin miedo**, y **construir un negocio que refleje quién es** y el impacto que quiere tener.

ANÁLISIS MAPA DE CALOR POR BLOQUE: CRAZY EGG (49 DÓLARES)

Este evento es para ti si eres...

- ✓ **Emprendedora que ya ha empezado y ha recorrido camino**, pero aún sientes que **algo te frena cuando quieres dar más visibilidad a tu trabajo**, **atraer más clientes o tomar decisiones** con claridad.

Quieres crecer de verdad, mostrarte sin miedo y construir un negocio que refleje quién eres y el impacto que quieres tener.

- ✓ **Futura emprendedora**, con ideas y un deseo real de aportar, pero **que aún no se atreve a dar el paso**.

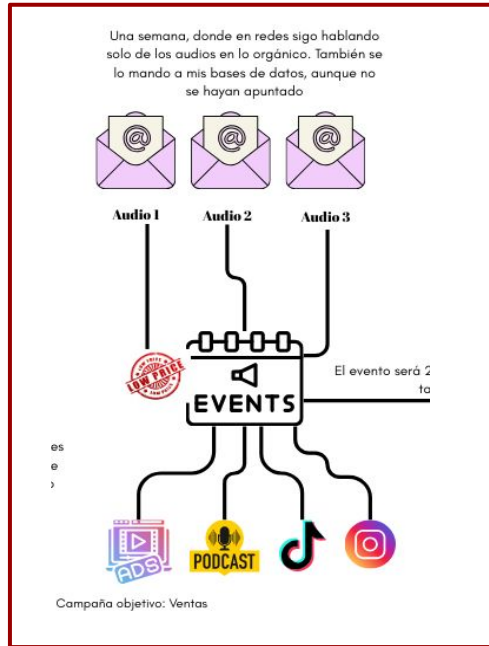
Quizá por miedo a no estar lista, a no saber por dónde empezar o a no sentirse suficiente.

Incluso si emprender todavía te parece algo lejano, pero cada tanto se te cruza por la cabeza...

Este evento puede ayudarte a entender de forma realista lo que implica emprender en Suiza, y a empezar a prepararte con una inversión mínima.



MÉTRICAS: Analizar la efectividad de los audios. Tasa de conversión



¿Cuántas personas, de las que escucharon los audios, terminaron comprando el evento de 67CHF?

(También hubo una secuencia de 8 emails)

10 personas que se apuntaron a los audios, terminaron comprando= $\frac{10}{101} \times 100 = 9,9\%$

MÉTRICAS: Analizar la efectividad de los audios. Tasa de conversión

 TASA DE CONVERSIÓN ESPERADA DE FREEBIE + 8 emails → EVENTO DE 67 CHF

Nivel del embudo y conexión con el público	Tasa de conversión esperada
 Muy buena conversión (freebie muy conectado con el evento, buena secuencia de emails)	8% – 12%
 Conversión buena/decente (contenido útil pero no tan vinculado al evento o con menos urgencia)	5% – 8%
 Baja conversión (audios poco alineados con el evento o sin llamadas a la acción claras)	2% – 5%

MÉTRICAS: Tasas de conversión de la página de ventas

		4.838	1.932
Total		100 % respecto al total	100 % respecto al total
☒	1 Suiza. Evento. Emprender no doler tanto - Coaching? Yes, please	1.297 (26,81 %)	794 (41,1 %)
☒	2 Evento presencial. Emprender en Suiza no debería doler tanto - Coaching? Yes, please	452 (9,34 %)	264 (13,66 %)
☒	3 Evento Presencial: "Emprender en Suiza no debería doler tanto" (Zürich) » Desarrollado por ThriveCart	378 (7,81 %)	199 (10,3 %)
☒	4 Las 3 verdades emprender en Suiza - Coaching? Yes, please	356 (7,36 %)	231 (11,96 %)
☒	5 Página de Inicio - Coaching? Yes, please	322 (6,66 %)	143 (7,4 %)
☐	6 Evento Presencial: "Emprender en Suiza no debería doler tanto" (Ginebra) » Desarrollado por ThriveCart	261 (5,39 %)	144 (7,45 %)

Tasa de conversión= $47/794 \times 100 = 6\%$

(Tuvimos 3 devoluciones, pero ya habían comprado)

MÉTRICAS: Tasas de conversión de la página de ventas, de un evento de 67CHF

Tipo de tráfico / conexión con el público	Tasa de conversión esperada
 Público muy caliente (ya te conoce, vio tus contenidos, escuchó los audios...)	4% – 10%
 Público templado (te sigue, recibe tus emails, pero aún no ha comprado)	2% – 4%
 Público frío (tráfico nuevo, sin conexión previa)	0.5% – 2%

MÉTRICAS: Tasas de conversión del carrito Ginebra. Antes y después de la bajada de precio

Compare Currency: CHF Products: 61: Evento Presencial: "Emprender"			
Avg. annual rev	Views	Sales	Cart conversion
CHF120	178	10	5.6%

Compare Currency: CHF Products: 61: Evento Presencial: "Emprender"			
Avg. annual rev	Views	Sales	Cart conversion
CHF254	283	21	7.4%

MÉTRICAS: Tasas de conversión del carrito Zürich. Antes y después de la bajada

Compare Currency: CHF Products: 62: Evento Presencial: "Emprender"			
Avg. annual rev	Views	Sales	Cart conversion
CHF172	243	12	4.9%

Compare Currency: CHF Products: 62: Evento Presencial: "Emprender"			
Avg. annual rev	Views	Sales	Cart conversion
CHF294	367	23	6.3%

MÉTRICAS: Tasas de conversión, valores según ChatGPT

Nivel de optimización	Conversión esperada (visitas al checkout vs compras)
 Muy bueno (checkout claro, rápido, sin distracciones)	60–80%
 Bueno	45–60%
 Mejorable (página confusa, lento, muchos pasos, sin testimonios ni garantías)	20–45%
 Bajo (checkout genérico, problemas técnicos, sin confianza)	< 20%

¿Dónde está el problema? En el tamaño de la audiencia

	Número de personas	Tasas de conversión	Hipótesis		
Personas que visitaron la página	228		300	600	1428
Nº Personas que se apuntaron a los audios	101	44%	132	264	628
Personas que compraron	10	10%	13	26	63

QUÉ VEREMOS HOY...

CREACIÓN DE CONTENIDO	PUBLICIDAD	FUNNELS
✓ Novedades en Instagram	Novedades en el Business Manager	✓ Métricas de todo nuestro funnel: para poder tomar decisiones
✓ Heygen, la IA para hacer vídeos sin tener que grabarte cada vez	Campañas de publicidad con formulario, sin salir de Instagram y sin landing	✓ Herramienta del Mapa de calor. Crazyegg.com
	Controles de público y cómo no subir el presupuesto de una campaña	

NOVEDADES EN LA PUBLICIDAD DE META

✓ Ubicaciones

✦ Advantage+ activado

Mostraremos los anuncios automáticamente en los lugares donde es probable que generen una respuesta de las personas. [Información sobre las ubicaciones](#)

ⓘ Presentamos los anuncios en Threads



Para ayudarte a llegar a más personas, en esta campaña se incluye una nueva ubicación, el feed de Threads. Puedes administrar las ubicaciones en Controles de ubicación. [Información sobre los anuncios en Threads](#)

NOVEDADES EN LA PUBLICIDAD DE META

Plataformas ^

☒ Facebook	☒ Instagram
☒ Audience Network	☒ Messenger
☒ Threads	

Perfil de Threads ⓘ

Crear perfil

NOVEDADES EN LA PUBLICIDAD DE META

Imagen de marca ⓘ

Establece opciones predeterminadas para la imagen de marca en este anuncio y los futuros para representar tu marca en la generación de texto e imágenes con IA.

Inactivo

Agregar imagen de marca

Imagen de marca

☐ Aplicar esta imagen de marca

Establece opciones predeterminadas para la imagen de marca en este anuncio y los futuros para representar tu marca en la generación de texto e imágenes con IA.

Logotipo ⓘ



Fuente ⓘ

Aa Cabin

Colores ⓘ



Las [Normas de publicidad](#) se aplican al tono y el estilo visual del texto.



Tono del texto ⓘ

Describe un tono, como "cálido, inteligente y coloquial"

0/300

Estilo visual ⓘ

Describe tu estilo visual, por ejemplo, "colorido y natural"

0/300

Listo

Controles de público de esta cuenta publicitaria



Los controles de lugar y edad se aplican a todas las campañas. En este momento, los controles de protección de marca y de empleado no se aplican a las campañas de app Advantage+ ni de compra Advantage+. Puedes configurarlos de forma más específica para campañas individuales (excepto para campañas de compra Advantage+).



Mi negocio solo puede anunciarse en lugares específicos ⓘ



Mi negocio anuncia productos o servicios con restricciones de edad ⓘ



Mi negocio restringe los anuncios para determinados públicos para proteger su marca ⓘ

[Mostrar más opciones ▼](#)

[Ver controles en la configuración de publicidad](#)

Cancelar

Revisar cambios

Ninguno

QUÉ VEREMOS HOY...

CREACIÓN DE CONTENIDO	PUBLICIDAD	FUNNELS
✓ Novedades en Instagram	✓ Novedades en el Business Manager	✓ Métricas de todo nuestro funnel: para poder tomar decisiones
✓ Heygen, la IA para hacer vídeos sin tener que grabarte cada vez	✓ Campañas de publicidad con formulario, sin salir de Instagram y sin landing	✓ Herramienta del Mapa de calor. Crazyegg.com
	✓ Controles de público y cómo no subir el presupuesto de una campaña	