La Ruta01

CLASE 1

El negocio del Gestor de Tráfico

Kevin Rodriguez




HOW TO FLY



APRENDER VOLANDO

Nadie se siente listo antes de despegar.

El piloto aprende en el aire. El Gestor de Tráfico aprende lanzando campañas. En este programa se aprende volando.



TEMA 01 DE 05

01 Quiero contarte algo

Antes de enseñarte a volar, te cuento mi primer vuelo.

Historia | Oficio | Configuración | Cómo elige Meta | Cierre



TEMA 02 DE 05

02 El oficio

Qué es un Gestor de Tráfico, orgánico y pagado, y cuánto se cobra.

EL OFICIO · QUÉ ES UN GESTOR DE TRÁFICO

La persona que convierte la inversión publicitaria de un negocio en clientes.

01

A quién

Decide a quién mostrarle el anuncio.

02

Qué decirle

Elige el mensaje que lo hace actuar.

03

Cuánto invertir

Reparte el presupuesto.

04

Mide y mejora

Revisa los resultados y mejora la campaña.

En internet también lo encontrarás como: Ads Manager · Media buyer · Especialista en Tráfico Pago

EL OFICIO · NINGUNO ES MALO

Orgánico y pagado buscan cosas distintas

	Orgánico	Pagado
QUÉ BUSCA	Comunidad, confianza, marca	Contactos y ventas
TIEMPO	Construye a mediano y largo plazo	Resultados desde los primeros días
A QUIÉN LLEGA	A quien ya te sigue o te descubre	A personas elegidas por su interés en lo que ofreces
MENSAJE	Puede educar, entretener, acompañar	Puede ir directo a la oferta

Se complementan. **En pagado es más fácil ser directo,** porque llegas a personas interesadas en lo que promocionas.

EL OFICIO

Cuánto se cobra según tu etapa

Cobro mensual del Gestor de Tráfico

ETAPA 1

Buscas experiencia y aprender

Monto fijo bajo, alrededor de

Bs 1.000

al mes

ETAPA 2

Ya tienes algo de experiencia

Fijo de alrededor de

Bs 2.500

al mes

ETAPA 3

Tienes recorrido y resultados

Más de

Bs 3.000

+ un porcentaje (negociable)

El presupuesto de anuncios va siempre aparte y lo paga el cliente.

La Ruta 01



TEMA 03 DE 05

03 Configuración guiada

Laptops abiertas: armamos tu Portafolio comercial de Meta y tu cuenta publicitaria, paso a paso.

CONFIGURACIÓN GUIADA

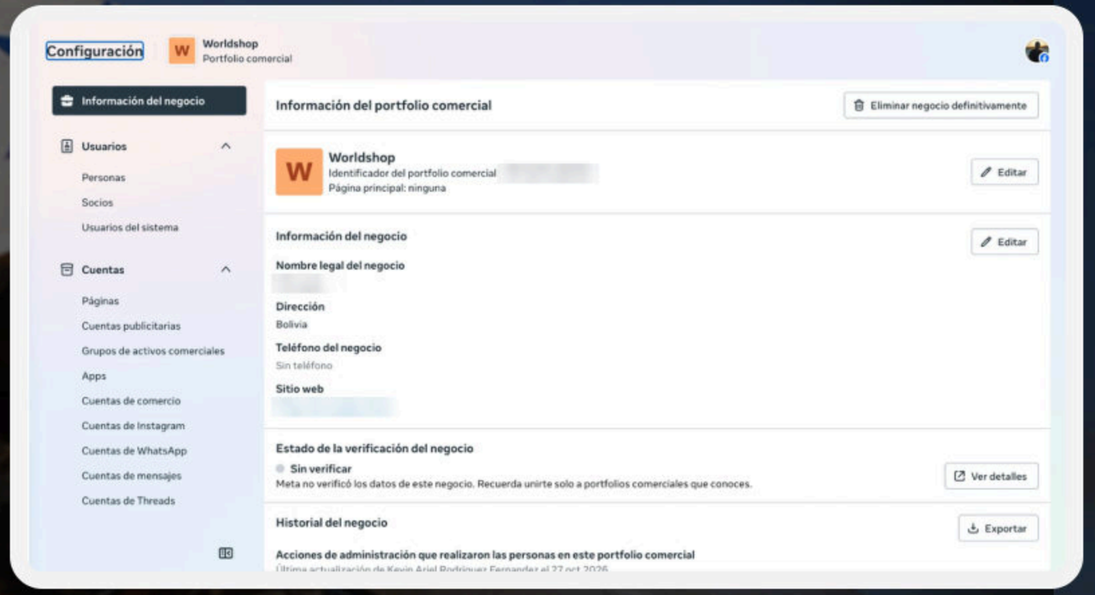
El mapa del ecosistema Meta



En el mapa: La oficina

Crea tu Portafolio comercial de Meta

1. Entra a business.facebook.com con tu perfil personal.
2. Toca «Crear un portafolio comercial».
3. Escribe el nombre del negocio, tu nombre y tu correo de trabajo.
4. Abre el correo de Meta y confirma tu dirección.

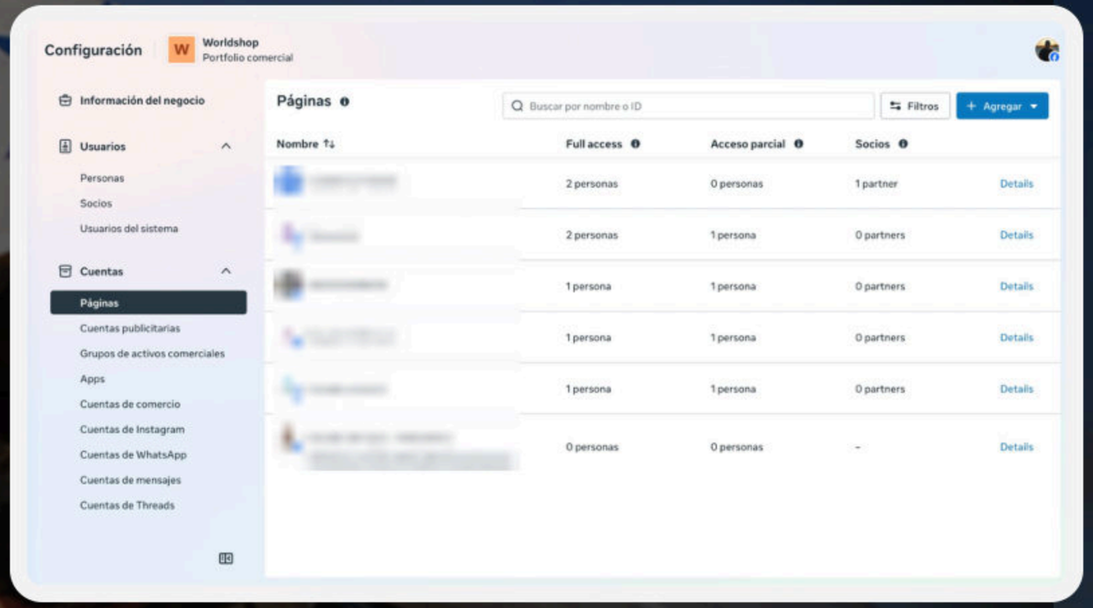


El portafolio es la oficina: ahí se agrupan la página, Instagram, la cuenta publicitaria y las personas.

En el mapa: Las vitrinas

Vincula tu página de Facebook e Instagram

1. Configuración → Cuentas → Páginas → «Agregar».
2. Elige tu página existente o crea una nueva.
3. Cuentas → Cuentas de Instagram → «Agregar» e inicia sesión.
4. Revisa que las dos aparezcan dentro del portafolio.

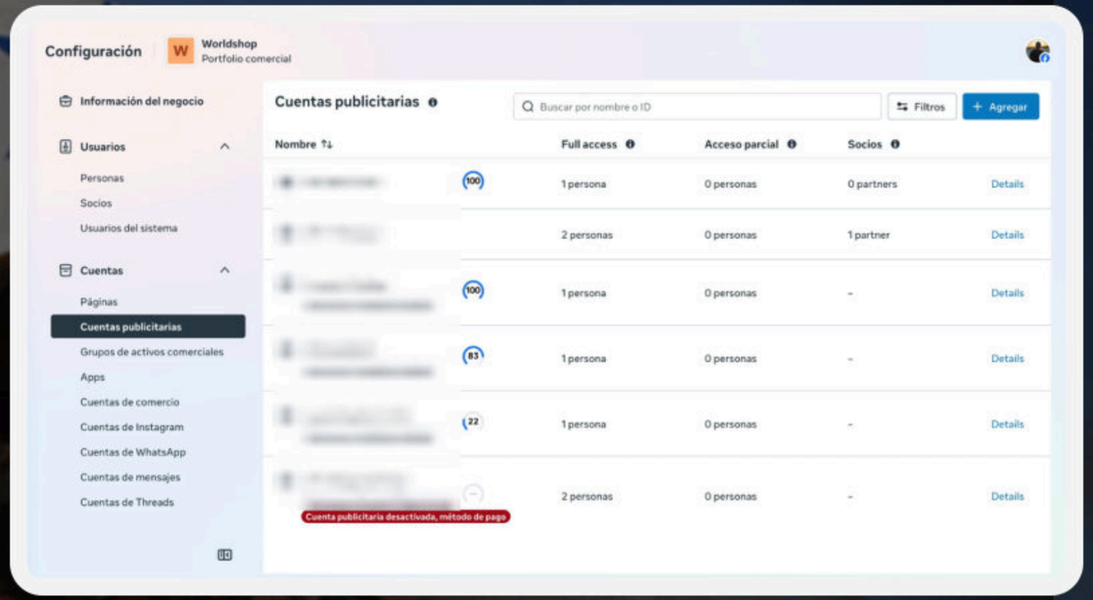


¿Negocio de otra persona? Necesitas acceso de administrador a su página.

En el mapa: La caja

Crea la cuenta publicitaria

1. Configuración → Cuentas → Cuentas publicitarias → «Agregar».
2. Toca «Crear una nueva cuenta publicitaria».
3. Ponle un nombre claro, por ejemplo «Negocio · Ads».
4. Cuando pregunte para quién es, elige tu propio portafolio.



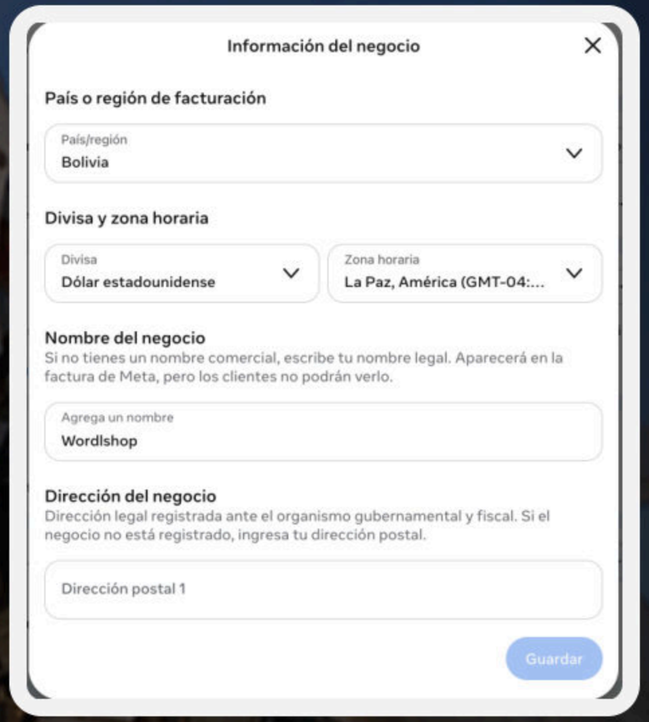
Una cuenta publicitaria por negocio. No mezcles clientes en la misma cuenta.

1 · Portafolio | 2 · Página e IG | 3 · Cuenta | **4 · Moneda** | 5 · Pago | 6 · Accesos

En el mapa: **La caja**

Configura moneda y zona horaria

1. Aparecen al crear la cuenta, en el mismo formulario.
2. Zona horaria: la de Bolivia (GMT-4).
3. Moneda: la de la tarjeta con la que se pagará.
4. Revisa los dos campos antes de tocar «Siguiente».

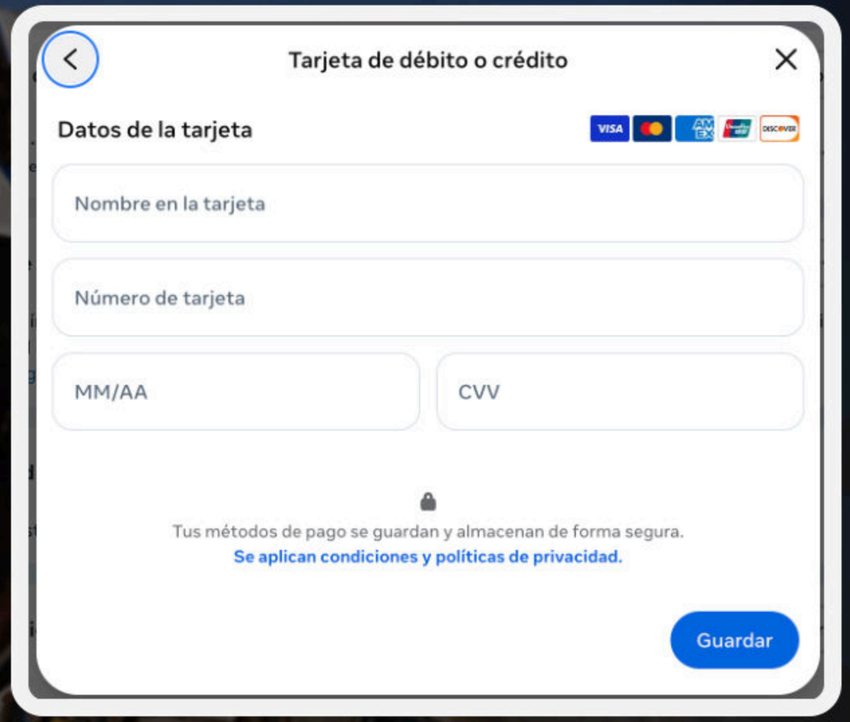


⚠ **No se pueden cambiar después.** Revísalas antes de confirmar.

En el mapa: La billetera

Agrega el método de pago

1. En la cuenta publicitaria, abre «Facturación y pagos».
2. Toca «Agregar método de pago».
3. Usa una tarjeta habilitada para compras por internet.
4. Guárdala y revisa que quede como método principal.

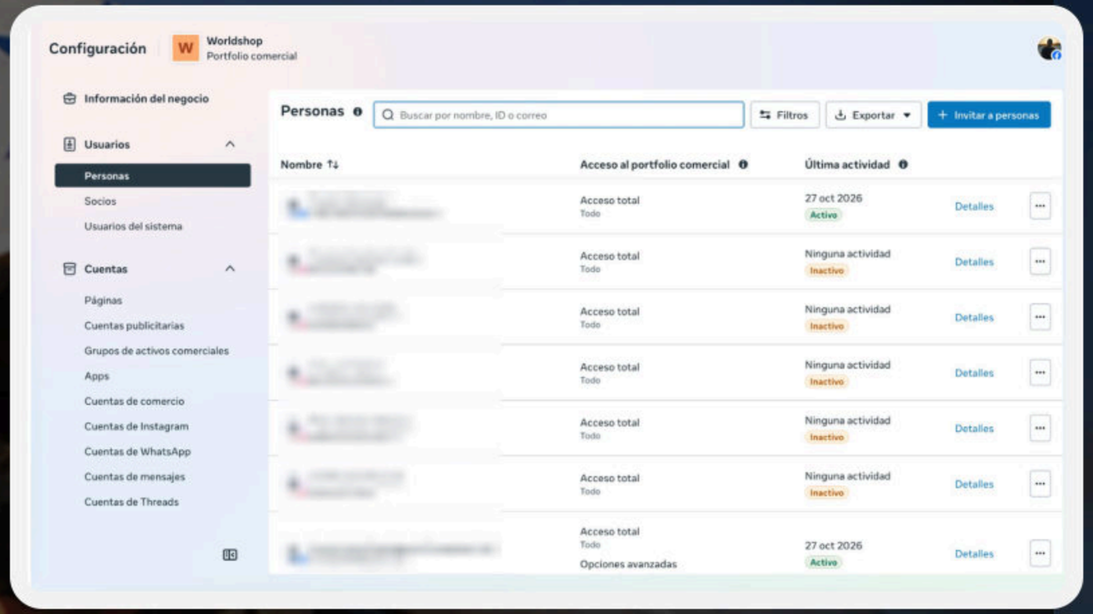


¿Te rechazaron el pago? Sigue con los demás pasos y anótalo: lo resolvemos por el grupo de WhatsApp.

En el mapa: Las llaves

Personas, roles y accesos

1. Configuración → Usuarios → Personas → «Invitar personas».
2. Escribe el correo y elige el acceso: total o parcial.
3. Asigna activos: página, Instagram y cuenta publicitaria.
4. ¿Trabajas para un cliente? Entras como socio.



Con clientes, el negocio es dueño de sus activos y tú entras como socio. Nunca se comparten contraseñas.

CONFIGURACIÓN

Errores comunes en el camino

Los que te encontrarás o podrías cometer.

Al configurar

- Moneda o zona horaria equivocadas.
- Pago rechazado.
- Accesos mal dados.

⚠ Al empezar

- Tocar la campaña antes de tiempo.
- Prometerle resultados al cliente.
- No responder rápido a los contactos.
- Depender de un solo anuncio.
- Trabajar sin un acuerdo por escrito.

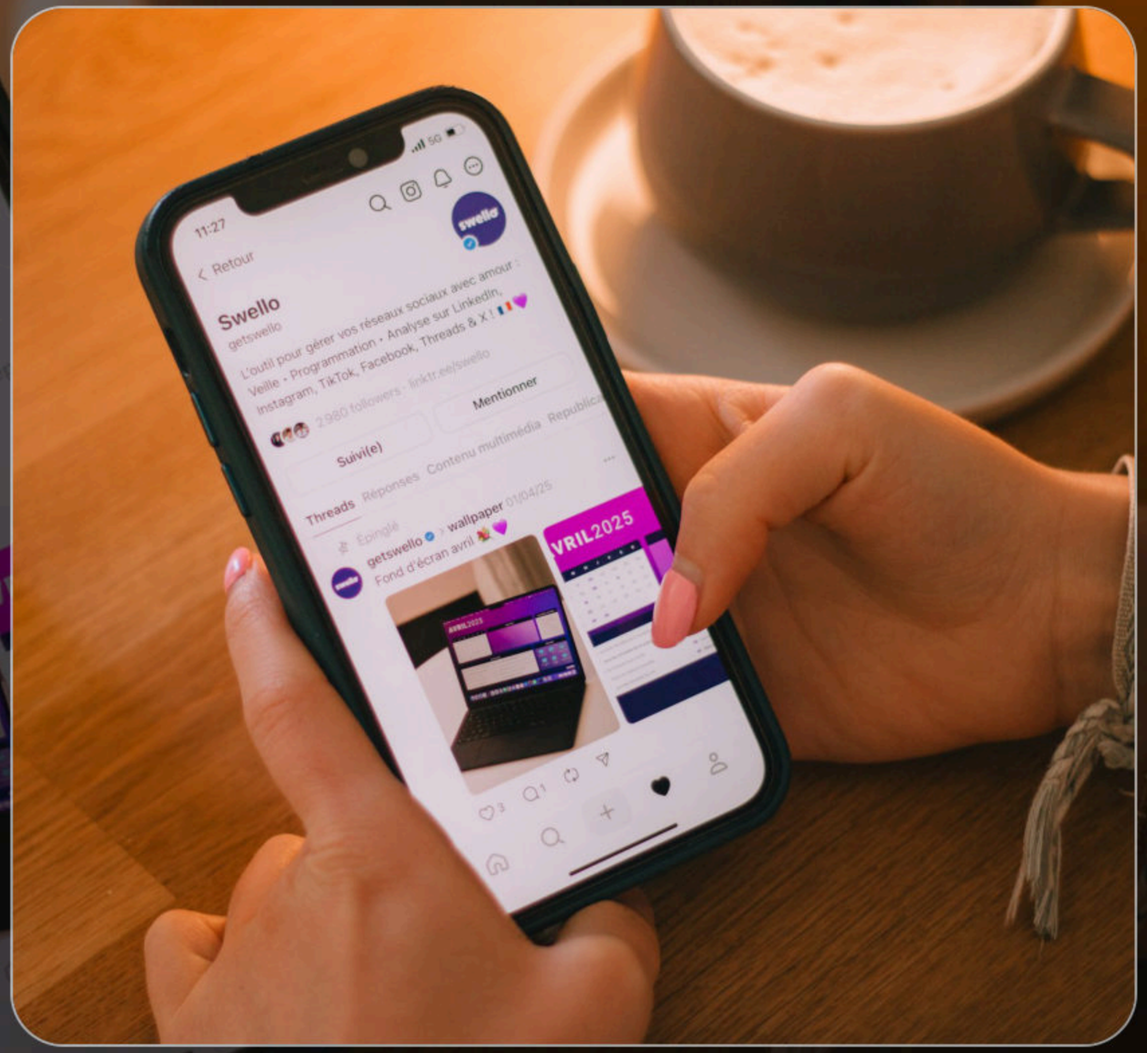
TEMA 04 DE 05

04 Cómo Meta elige qué anuncio mostrarte

Tu cuenta ya está lista. Ahora entendamos cómo decide Meta.

POR QUÉ VES ESTE ANUNCIO

Saca tu celular.



1. Abre Instagram y busca un anuncio (dice «Publicidad»).
2. Toca ··· y elige «Por qué estás viendo este anuncio».
3. Lee las razones. **¿Qué sabe Meta de ti?**

CÓMO ELIGE META, EN SIMPLE

La subasta

Cada vez que abres Instagram, en menos de un segundo, varios negocios «compiten» por mostrarte su anuncio.

No gana el que más paga. Gana el anuncio que mejor combina tres cosas:

1 La oferta

Cuánto ofrece pagar el negocio.

2 La probabilidad

Qué tan probable es que tú hagas lo que el negocio busca: escribir, comprar o dejar tus datos.

3 La calidad

Qué tan bueno es el anuncio: si a la gente le interesa o lo pasa de largo.

CÓMO ELIGE META, EN SIMPLE

Por qué funciona así

LA RAZÓN

Meta vive de que sigas usando la app.

Si te muestra anuncios aburridos, te vas. Por eso premia los anuncios que le interesan a quien los ve.

CÓMO SABE QUÉ TE INTERESA

- Lo que miras
- Cuánto tiempo te detienes
- Lo que comentas, guardas o sigues
- Dónde estás

Para el Gestor de Tráfico: un buen anuncio cuesta menos y llega a más gente.

LA IA DE META

Meta ya ve lo que hay en tu anuncio

SAM (Segment Anything) separa cada objeto de la imagen: **el bidón, las botellas, el logo y el texto.**

DEMO EN VIVO

segment-anything.metademolab.com

ai.meta.com/research/sam2



LA IA DE META

Meta entiende de qué trata tu anuncio

Por eso el creativo le dice a quién mostrárselo. Este anuncio terminará frente a:

- Transportistas
- Mecánicos
- Dueños de talleres

Tu anuncio es tu segmentación.



DEL ANUNCIO A LA VENTA

4 recorridos

Una vista previa. El detalle de cada embudo lo vemos en la clase 2.

1 Directo a la compra por WhatsApp

Anuncio → WhatsApp + chatbot → Compra

2 WhatsApp que recolecta datos

Anuncio → WhatsApp + chatbot → Recolección de datos

3 Formulario con seguimiento

Anuncio → Formulario → Página de gracias → WhatsApp → Video o reunión → Compra + seguimiento por email y llamada

4 Landing page con checkout

Anuncio → Landing page → Checkout → Compra + WhatsApp y retargeting

DEL ANUNCIO A LA VENTA · 1 DE 4

Directo a la compra por WhatsApp

Anuncio → WhatsApp + chatbot → Compra



DEL ANUNCIO A LA VENTA · 2 DE 4

WhatsApp que recolecta datos

Anuncio → WhatsApp + chatbot → Recolección de datos



DEL ANUNCIO A LA VENTA · 3 DE 4

Formulario con seguimiento

+ seguimiento por email y llamada

Anuncio → Formulario → Página de gracias → WhatsApp → Video o reunión → Compra

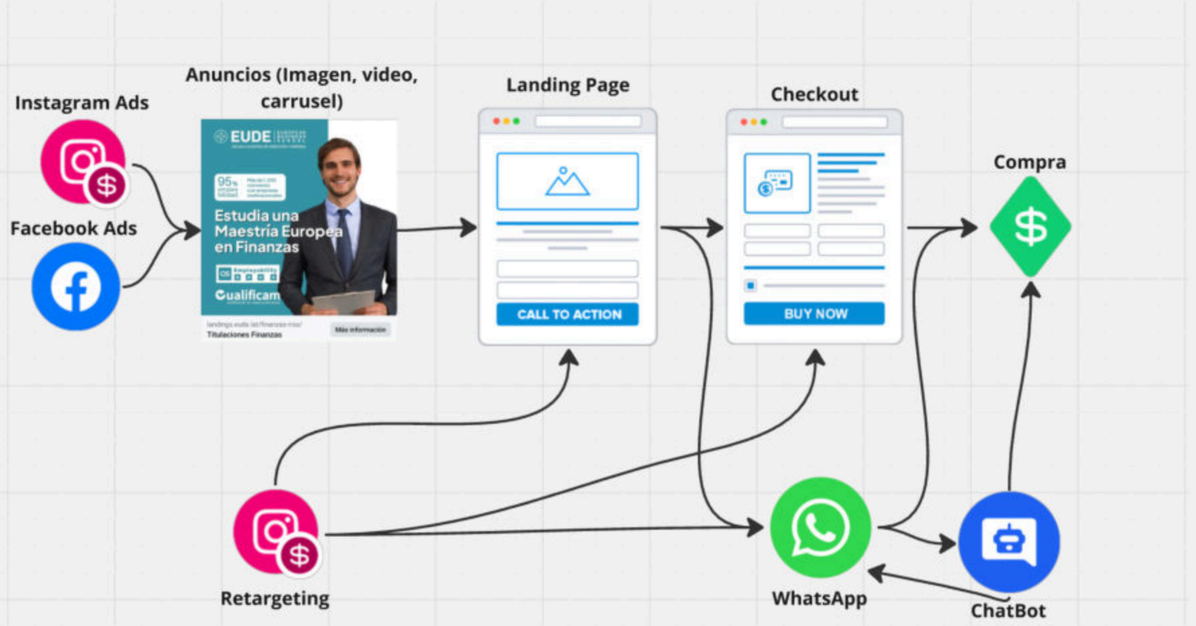


DEL ANUNCIO A LA VENTA · 4 DE 4

Landing page con checkout

+ WhatsApp y retargeting

Anuncio → Landing page → Checkout → Compra





TEMA 05 DE 05

05 Cierre

Hoy despegamos. Repasemos el vuelo antes de aterrizar.

CIERRE

Lo que aprendimos hoy

- Qué hace un Gestor de Tráfico y por qué las empresas le pagan.
- Orgánico y pagado buscan cosas distintas, y cuánto se cobra según tu etapa.
- El mapa del ecosistema Meta, con tu portafolio y tu cuenta publicitaria listos.
- Cómo Meta elige qué anuncio mostrarte y por qué el creativo importa.
- 4 recorridos para llegar del anuncio a la venta.



AHORA TE TOCA APLICAR LO QUE VIMOS HOY

La Ruta01

CIERRE

Tarea para la próxima clase

1

Termina la configuración

Si te quedó algún paso pendiente.

2

Ficha del negocio

Qué vende, a quién, precios, cómo consigue clientes hoy y qué publica en redes.

3

10 anuncios de tu ciudad

En la Biblioteca de anuncios de Meta: cuáles te llamaron la atención y por qué.

Biblioteca de anuncios: **facebook.com/ads/library**


SPOILER · CLASE 2 · ESTRATEGIA PUBLICITARIA
Viste 4 caminos para llegar a una venta.
¿Cuál le conviene a tu negocio?
En la clase 2 armamos tu estrategia.
La Ruta 01
Kevin Rodriguez
Kevin Rodriguez
La Ruta 01