

EL PASO A PASO PARA ESCALAR CON META ADS

El sistema que uso para lanzar y escalar campañas de negocios en USA y Canadá. Sin apostar, sin improvisar, basado en lo que ya te está funcionando.

-
- 01** Conecta tus anuncios con tus ventas
 - 03** El anuncio que para el scroll
 - 05** Remarketing bien hecho
 - 07** Las 5 señales para escalar

- 02** Lanza con 3 objetivos, en orden
- 04** Dale tiempo al algoritmo
- 06** Responde rápido a cada lead
- 08** Checklist antes de subir presupuesto

Juan Pablo Prieto · 6 años construyendo estrategias de marketing con dueños de negocio y más de \$200,000 USD gestionados en anuncios.

01

ANTES DE INVERTIR UN DÓLAR MÁS, CONECTA TUS ANUNCIOS CON TUS VENTAS

El error que veo en el 90% de las cuentas que audito no es el presupuesto. Es que el dueño no sabe qué pasa después de que alguien le da clic a su anuncio.

Saben cuánto gastaron y cuántos clics recibieron, pero no saben cuántos de esos clics se convirtieron en clientes reales. Sin ese dato estás optimizando a ciegas, y Meta siempre te va a decir que el anuncio "funciona".

Tener clics baratos sin un proceso de ventas detrás es como tener tu negocio con las puertas cerradas: la gente llega, pero no puede entrar.

Lo que necesitas saber **antes** de escalar

- ☐ Cuántos **leads** te llegan por semana desde los anuncios.
- ☐ Cuántos de esos leads **contestan**, cuántos **agendan** y cuántos **compran**.
- ☐ Cuánto te cuesta **un cliente**, no solo un clic o un lead.
- ☐ Qué pasa con el lead que **no compra** el primer día: ¿alguien le hace seguimiento?

LA REGLA

Si no puedes contestar estas 4 preguntas, el problema no es el anuncio. Arregla el proceso comercial primero y después sube presupuesto.

02

LANZA CON 3 OBJETIVOS. EN ESE ORDEN. SIEMPRE.

Así estructuro las campañas de Meta Ads desde cero. No son campañas sueltas: cada objetivo alimenta al siguiente.

1. Reconocimiento

Antes de pedirle algo a alguien, tienes que existir para esa persona. Esta campaña construye el activo más valioso en publicidad: el público que ya te conoce.

2. Ventas · 70% del presupuesto

Aquí va la mayoría del dinero. Audiencias frías, tu mejor anuncio y un objetivo claro: lead o compra. Sin confundir al algoritmo.

3. Remarketing

Le habla a quien ya te vio y no compró. Es la campaña con el mejor retorno de la cuenta.

Por qué en ese orden

- ☐ Sin **reconocimiento**, el remarketing no tiene a quién hablarle.
- ☐ Sin **ventas** activas, no entran leads nuevos.
- ☐ Con los **3 juntos** tienes un sistema, no campañas aisladas.

LA REGLA

Lo que ya te funciona en orgánico es lo primero que debes llevar a anuncios. Muchos dueños hacen una cosa en contenido y otra completamente distinta en publicidad, y por eso la inversión no rinde.

03

EL ANUNCIO QUE PARA EL SCROLL EN 3 SEGUNDOS

Tienes 3 segundos para detener el scroll. Esta es la estructura de video que usamos.

0-3 s

El gancho. Una pregunta, una afirmación disruptiva o el resultado final al inicio. Sin introducciones y sin logos: el único objetivo es que se quede.

3-15 s

El problema. Nombra exactamente lo que le pasa a esa persona, nada genérico. No es lo mismo "¿cansado del dolor de estómago?" que "el reflujo es algo que puedes evitar".

15-25 s

La solución. Breve y directa: qué haces, cómo funciona y por qué es diferente. Solo lo necesario para que quieran saber más.

25-35 s

Un solo llamado a la acción. No dos ni tres, uno: escíbeme, agenda, ve al sitio web.

Escribe el copy **con contexto**, no con plantillas

Si usas IA para escribir los anuncios, no le pidas "hazme un anuncio para mi negocio". Dale el dolor exacto de tu cliente, el momento en que decide comprar, las objeciones que te dan antes de cerrar, qué te ha funcionado y 2 o 3 ejemplos del tono que quieres. Con ese contexto el primer borrador ya sale con un ángulo real. La IA acelera; el criterio sigue siendo tuyo.

04

DALE TIEMPO AL ALGORITMO

Pausar tu campaña a los 3 días es la razón por la que "Meta Ads no te funciona". El algoritmo es como un niño: necesita datos y necesita probar tu anuncio con muchas personas para descubrir con quién conecta. Ese proceso se llama **fase de aprendizaje** y toma entre 3 y 7 días, según tu presupuesto y volumen.

Si pausas o cambias el anuncio antes, el algoritmo vuelve a empezar de cero, y entras en el bucle de lanzar, apagar y volver a lanzar sin ver resultados.

LA REGLA

Si no tienes una razón clara en los datos para tocarla, deja correr la campaña mínimo 5 a 7 días.

05

REMARKETING BIEN HECHO

El 80% de tus compradores no compra en el primer clic. El remarketing le muestra anuncios a quien ya te conoce.

Nivel 1

Visitantes de tu sitio web. Son los más calientes.

Nivel 2

Personas que vieron el 75% de tus videos.

Nivel 3

Quienes guardaron o comentaron tus publicaciones.

En remarketing **no uses el mismo anuncio de adquisición**. Ve al grano: testimonios reales, garantías, oferta directa. Ya saben quién eres. Mostrarle el mismo anuncio frío a alguien que ya te vio 5 veces no es remarketing, es spam pagado.

06

RESPONDE RÁPIDO A CADA LEAD

Cuando un lead espera entre 5 y 15 minutos por una respuesta, en ese tiempo ya le escribió a otros 3 o 5 competidores, perdió el interés o se olvidó de que dejó sus datos. Estás pagando para traer gente y la estás perdiendo en el proceso comercial.

Yo conecté un agente de IA por WhatsApp que responde en menos de 1 minuto con la información que la persona pidió, confirma la llamada y le recuerda la cita. No reemplaza la llamada de ventas: elimina la espera que mata el interés.

RECURSO GRATIS

Puedes descargar ese mismo flujo en soypprieto.com/recursos/agente-whatsapp-leads

07

LAS 5 SEÑALES DE QUE ESTÁS LISTO PARA ESCALAR

- ☐ Tienes al menos **3 anuncios** que te traen resultados de forma constante.
- ☐ Tu **costo por resultado** se mantiene estable en los últimos 5 a 7 días.
- ☐ Entiendes el **ángulo de venta** de esos anuncios y a quién le estás vendiendo.
- ☐ Tu **proceso de venta después del clic** ya está probado.
- ☐ Puedes explicar **en una frase** por qué ese anuncio funciona.

LA REGLA

Si cumples las 5, sube el presupuesto de a 20%, no de golpe. Si no, arregla primero lo que falta.

08

CHECKLIST ANTES DE SUBIR PRESUPUESTO EN TEMPORADA ALTA

Antes de subir un solo dólar para Black Friday o fin de año, respóndete esto.

- ☐ ¿Tu **oferta de temporada** ya está definida? Las marcas que ganan no regalan margen, regalan urgencia: una oferta específica, por tiempo limitado.
- ☐ ¿Tu proceso de venta **aguanta el doble de leads** sin perder calidad?
- ☐ ¿Sabes cuál fue tu **mejor anuncio de los últimos 60 días**?
- ☐ ¿Tienes un **plan de remarketing** para quien no compre de inmediato?
- ☐ ¿Tu **capacidad real de atender** ventas ya no es el cuello de botella?

LA REGLA

Si respondiste "no" a dos o más, arregla eso antes de subir presupuesto, no después.

Piensa en **trimestres**, no en días

Spotify operó en pérdidas durante años a propósito, porque sabía qué estaba comprando con esas pérdidas: dominio del mercado. La mayoría de dueños abandona una estrategia si no trae resultados el primer mes. Crea tu sistema, mídelo y dale el tiempo que necesita.

SIGUIENTE PASO

¿QUIERES QUE REVISEMOS TU CUENTA JUNTOS?

En una sesión 1 a 1 de 45 minutos revisamos tu proceso completo: los anuncios, lo que pasa después del clic y qué te falta para escalar con estructura. Es para negocios que ya están facturando y quieren crecer en USA y Canadá.

AGENDA TU ASESORÍA ESTRATÉGICA 1 A 1

soypprieto.com · @soypprieto en Instagram, TikTok y YouTube