

PÚBLICOS PERSONALIZADOS WEBSITE (PIXEL)

PARA SERVICIOS/AGENDAS

Website Visitors 1(ACTUALIZADAS)

Evento Meta

Todos los visitantes del sitio web

Descripción

Personas que visitaron cualquier página del sitio web.

Este es el público más amplio de remarketing. Sirve para impactar a personas que ya tuvieron algún contacto con la web, aunque no sabemos exactamente qué página visitaron ni qué tan alta fue su intención.

Configuración

Evento:

Todos los visitantes del sitio web

Públicos

Marca_WebVisitors_7D
Marca_WebVisitors_14D
Marca_WebVisitors_30D
Marca_WebVisitors_60D
Marca_WebVisitors_90D
Marca_WebVisitors_180D

Prioridad

Audiencia tibia general.

Uso recomendado

Usarlo para remarketing amplio, campañas de recordación, campañas de mensajes, tráfico de regreso o recuperación de usuarios que visitaron la web y no avanzaron.

Landing Page Visitors 2(ACTUALIZADA)

Evento Meta

Personas que visitaron páginas web específicas

Descripción

Personas que visitaron una landing específica del sitio web.

Este público sirve para impactar usuarios que llegaron a una página de captación, oferta, servicio o campaña, pero que no necesariamente completaron una acción.

Configuración

URL contiene:

/landing

Públicos

Marca_URL_Landing_7D
Marca_URL_Landing_14D
Marca_URL_Landing_30D
Marca_URL_Landing_60D
Marca_URL_Landing_90D
Marca_URL_Landing_180D

Prioridad

Audiencia tibia.

Uso recomendado

Usarlo para remarketing de personas que visitaron una landing, pero no completaron formulario, reserva, compra o mensaje.

Visitantes por tiempo dedicado 3(ACTUALIZADOS)

Evento Meta

Visitantes por tiempo dedicado

Descripción

Personas que permanecieron más tiempo dentro del sitio web.

Este público ayuda a separar visitantes más interesados de visitantes casuales. Mientras menor sea el porcentaje, más selecto es el público.

Configuración

Evento:

Visitantes por tiempo dedicado

Opciones recomendadas:

Top 25%
Top 10%
Top 5%

Públicos Top 25%

Marca_Top25_WebVisitors_7D

Marca_Top25_WebVisitors_14D

Marca_Top25_WebVisitors_30D

Marca_Top25_WebVisitors_90D

Marca_Top25_WebVisitors_180D

Públicos Top 10%

Marca_Top10_WebVisitors_7D

Marca_Top10_WebVisitors_14D

Marca_Top10_WebVisitors_30D

Marca_Top10_WebVisitors_90D

Marca_Top10_WebVisitors_180D

Públicos Top 5%

Marca_Top5_WebVisitors_7D

Marca_Top5_WebVisitors_14D

Marca_Top5_WebVisitors_30D

Marca_Top5_WebVisitors_90D

Marca_Top5_WebVisitors_180D

Prioridad

Audiencia tibia a caliente.

Uso recomendado

Usarlo para remarketing de mayor calidad y para crear públicos similares cuando no hay suficientes compras, leads o reservas.

BAD 4(ACTUALIZADOS)

Evento Meta

BAD

Descripción

Personas que activaron el evento personalizado BAD dentro del sitio web, CRM, formulario o sistema

Este evento no es estándar de Meta, por lo que su significado debe confirmarse antes de usarlo. Normalmente puede representar un contacto no calificado, una acción inválida, una cita fallida, una solicitud rechazada o una etapa negativa dentro del proceso comercial.

Configuración

Evento:

BAD

Públicos

Marca_BAD_7D

Marca_BAD_14D

Marca_BAD_30D

Marca_BAD_60D

Marca_BAD_90D

Marca_BAD_180D

Prioridad

Audiencia de exclusión o análisis.

Uso recomendado

Usarlo principalmente para excluir personas que no conviene volver a impactar, siempre que se confirme que **BAD** representa leads malos, contactos no calificados, registros inválidos o acciones negativas.

Exclusión recomendada

Excluir este público en campañas de captación o remarketing positivo si el evento representa baja calidad.

Ejemplo:

Incluir:

Marca_WebVisitors_180D

Excluir:

Marca_BAD_180D

Nota importante

No usar **Marca_BAD** como fuente principal para lookalikes ni para campañas de optimización positiva hasta confirmar exactamente qué acción dispara este evento.

Booked 5(ACTUALIZADOS)

Evento Meta

Booked

Descripción

Personas que reservaron, agendaron una cita o completaron una acción de booking.

Este evento puede ser estándar o personalizado, dependiendo de cómo esté configurado el sitio.

Configuración

Evento:

Booked

Públicos

Marca_Booked_7D
Marca_Booked_14D
Marca_Booked_30D
Marca_Booked_60D
Marca_Booked_90D
Marca_Booked_180D

Prioridad

Audiencia de muy alta intención o convertida.

Uso recomendado

Usarlo para seguimiento, confirmación, recordatorios, exclusión de campañas de captación o creación de públicos similares.

Follow-up 6(ACTUALIZADOS)

Evento Meta

Follow-up

Descripción

Personas que quedaron en seguimiento o activaron una acción posterior dentro del proceso comercial.

Este evento normalmente es personalizado y depende del sistema del cliente.

Configuración

Evento:

Follow-up

Públicos

Marca_FollowUp_7D
Marca_FollowUp_14D
Marca_FollowUp_30D
Marca_FollowUp_60D
Marca_FollowUp_90D
Marca_FollowUp_180D

Prioridad

Audiencia caliente.

Uso recomendado

Usarlo para campañas de seguimiento, cierre, recordatorio o nutrición comercial.

PARA ECOMMERCE

PageView Users

Evento Meta

PageView

Descripción

Personas que activaron el evento de visualización de página.

Este público es parecido al de visitantes del sitio web, pero se basa en el evento PageView enviado por el Pixel o dataset.

Configuración

Evento:

PageView

Públicos

Marca_PageView_7D
Marca_PageView_14D
Marca_PageView_30D
Marca_PageView_60D
Marca_PageView_90D
Marca_PageView_180D

Prioridad

Audiencia tibia general.

Uso recomendado

Usarlo cuando el evento PageView está bien configurado y se quiere crear una audiencia basada directamente en eventos del pixel.

ViewContent

Evento Meta

ViewContent

Descripción

Personas que visualizaron productos, servicios, páginas de detalle o contenido específico dentro del sitio web.

Este público suele tener más intención que un simple visitante general, porque la persona no solo entró a la web, sino que vio contenido más relevante.

Configuración

Evento:

ViewContent

Públicos

Marca_ViewContent_7D
Marca_ViewContent_14D
Marca_ViewContent_30D
Marca_ViewContent_60D
Marca_ViewContent_90D
Marca_ViewContent_180D

Prioridad

Audiencia tibia a caliente.

Uso recomendado

Usarlo para remarketing a personas que vieron productos, servicios o páginas importantes, pero aún no agregaron al carrito, reservaron, llenaron formulario o compraron.

AddToCart

Evento Meta

AddToCart

Descripción

Personas que agregaron productos al carrito.

Este público tiene alta intención porque la persona ya mostró interés directo en comprar o avanzar hacia una conversión.

Configuración

Evento:

AddToCart

Públicos

Marca_ATC_7D
Marca_ATC_14D
Marca_ATC_30D
Marca_ATC_60D
Marca_ATC_90D
Marca_ATC_180D
Marca_ATC_365D

Prioridad

Audiencia caliente.

Uso recomendado

Usarlo para recuperar carritos abandonados, ofrecer recordatorios, objeciones, beneficios, garantía, prueba social o incentivos para finalizar compra.

InitiateCheckout

Evento Meta

InitiateCheckout

Descripción

Personas que iniciaron el proceso de compra.

Este público es más caliente que AddToCart porque la persona avanzó más cerca de la compra.

Configuración

Evento:

InitiateCheckout

Públicos

Marca_Checkout_7D
Marca_Checkout_14D
Marca_Checkout_30D
Marca_Checkout_60D
Marca_Checkout_90D
Marca_Checkout_180D
Marca_Checkout_365D

Prioridad

Audiencia caliente.

Uso recomendado

Usarlo para campañas de recuperación de compra, recordatorios, urgencia, beneficios finales, testimonios o atención personalizada.

AddPaymentInfo

Evento Meta

AddPaymentInfo

Descripción

Personas que ingresaron información de pago.

Este es uno de los públicos más calientes antes de la compra, porque la persona llegó muy cerca de completar la transacción.

Configuración

Evento:

AddPaymentInfo

Públicos

Marca_AddPaymentInfo_7D
Marca_AddPaymentInfo_14D
Marca_AddPaymentInfo_30D
Marca_AddPaymentInfo_60D
Marca_AddPaymentInfo_90D
Marca_AddPaymentInfo_180D
Marca_AddPaymentInfo_365D

Prioridad

Audiencia de muy alta intención.

Uso recomendado

Usarlo para recuperar personas que estuvieron a punto de comprar. Ideal para mensajes fuertes de confianza, soporte, garantía, facilidad de pago o incentivo final.

Purchase

Evento Meta

Purchase

Descripción

Personas que completaron una compra.

Este público sirve para compradores históricos, exclusiones, recompra, venta cruzada y creación de públicos similares.

Configuración

Evento:

Purchase

Públicos

Marca_Purchase_7D
Marca_Purchase_14D
Marca_Purchase_30D
Marca_Purchase_60D
Marca_Purchase_90D
Marca_Purchase_180D
Marca_Purchase_365D
Marca_Purchase_730D

Prioridad

Audiencia de compradores.

Uso recomendado

Usarlo para excluir compradores recientes, hacer campañas de recompra, fidelización, upsell, cross-sell y crear públicos similares de compradores.

Search Users

Evento Meta

Search

Descripción

Personas que utilizaron el buscador interno del sitio web.

Este público puede mostrar intención porque la persona buscó activamente un producto, servicio o información específica.

Configuración

Evento:

Search

Públicos

Marca_Search_7D
Marca_Search_14D
Marca_Search_30D
Marca_Search_60D
Marca_Search_90D
Marca_Search_180D
Marca_Search_365D

Prioridad

Audiencia tibia a caliente.

Uso recomendado

Usarlo para remarketing a personas que buscaron algo dentro del sitio, especialmente si el negocio tiene catálogo, blog, servicios o productos variados.

Service Page Visitors

Evento Meta

Personas que visitaron páginas web específicas

Descripción

Personas que visitaron páginas de servicios.

Sirve para separar a usuarios según el servicio que les interesó.

Configuración

URL contiene:

`/servicio`

También se puede adaptar según la URL real:

`/implantes`

`/ortodoncia`

`/diseno-sonrisa`

`/consulta`

`/propiedades`

`/productos`

Públicos

Marca_URL_Service_7D

Marca_URL_Service_14D

Marca_URL_Service_30D

Marca_URL_Service_60D
Marca_URL_Service_90D
Marca_URL_Service_180D
Marca_URL_Service_365D

Prioridad

Audiencia tibia a caliente.

Uso recomendado

Usarlo para remarketing con anuncios específicos del servicio que la persona visitó.

Pricing Page Visitors

Evento Meta

Personas que visitaron páginas web específicas

Descripción

Personas que visitaron una página de precios, planes, cotización o tarifas.

Este público suele ser de mayor intención porque la persona ya está evaluando costo o inversión.

Configuración

URL contiene:

`/precios`

También puede ser:

`/planes`

`/cotizar`

`/tarifas`

`/pricing`

Públicos

Marca_URL_Pricing_7D
Marca_URL_Pricing_14D
Marca_URL_Pricing_30D
Marca_URL_Pricing_60D
Marca_URL_Pricing_90D
Marca_URL_Pricing_180D
Marca_URL_Pricing_365D

Prioridad

Audiencia caliente.

Uso recomendado

Usarlo para remarketing con ofertas, beneficios, comparaciones, garantía, financiamiento o asesoría.

Contact Page Visitors

Evento Meta

Personas que visitaron páginas web específicas

Descripción

Personas que visitaron la página de contacto.

Este público suele tener intención alta porque la persona buscó una forma de comunicarse con el negocio.

Configuración

URL contiene:

[/contacto](#)

También puede ser:

/contact

/agenda

/asesoria

/consulta

Públicos

Marca_URL_Contact_7D

Marca_URL_Contact_14D

Marca_URL_Contact_30D

Marca_URL_Contact_60D

Marca_URL_Contact_90D

Marca_URL_Contact_180D

Marca_URL_Contact_365D

Prioridad

Audiencia caliente.

Uso recomendado

Usarlo para campañas de mensajes, llamadas, recordatorios o cierre.

Booking Page Visitors

Evento Meta

Personas que visitaron páginas web específicas

Descripción

Personas que visitaron una página de reserva, agendamiento o cita.

Este público es de alta intención porque la persona estuvo cerca de reservar.

Configuración

URL contiene:

`/reservar`

También puede ser:

`/booking`

`/book`

`/agenda`

`/cita`

`/appointment`

Públicos

Marca_URL_Booking_7D

Marca_URL_Booking_14D

Marca_URL_Booking_30D

Marca_URL_Booking_60D

Marca_URL_Booking_90D

Marca_URL_Booking_180D

Marca_URL_Booking_365D

Prioridad

Audiencia caliente.

Uso recomendado

Usarlo para recuperar personas que llegaron a la página de reserva, pero no completaron la acción.

Thank You Page Visitors

Evento Meta

Personas que visitaron páginas web específicas

Descripción

Personas que llegaron a una página de gracias.

Este público normalmente representa conversiones, registros, formularios enviados, reservas o compras completadas.

Configuración

URL contiene:

`/gracias`

También puede ser:

`/thank-you`

`/thanks`

`/confirmacion`

`/success`

Públicos

Marca_URL_ThankYou_7D
Marca_URL_ThankYou_14D
Marca_URL_ThankYou_30D
Marca_URL_ThankYou_60D
Marca_URL_ThankYou_90D
Marca_URL_ThankYou_180D
Marca_URL_ThankYou_365D

Prioridad

Audiencia convertida.

Uso recomendado

Usarlo para excluir personas que ya completaron una acción o para crear campañas de seguimiento, recompra o públicos similares.

Lead

Evento Meta

Lead

Descripción

Personas que enviaron un formulario, dejaron sus datos o se convirtieron en cliente potencial.

Configuración

Evento:

Lead

Públicos

Marca_Lead_7D
Marca_Lead_14D
Marca_Lead_30D
Marca_Lead_60D
Marca_Lead_90D
Marca_Lead_180D

Prioridad

Audiencia caliente.

Uso recomendado

Usarlo para seguimiento, exclusiones de campañas de captación y públicos similares.

Contact

Evento Meta

Contact

Descripción

Personas que realizaron una acción de contacto, como tocar botón de llamada, WhatsApp, correo o formulario de contacto.

Configuración

Evento:

Contact

Públicos

Marca_Contact_7D
Marca_Contact_14D
Marca_Contact_30D
Marca_Contact_60D
Marca_Contact_90D
Marca_Contact_180D
Marca_Contact_365D

Prioridad

Audiencia caliente.

Uso recomendado

Usarlo para seguimiento comercial o para excluir personas que ya contactaron.

CompleteRegistration

Evento Meta

CompleteRegistration

Descripción

Personas que completaron un registro.

Puede aplicar para webinars, formularios, cuentas, pruebas gratis, reservas o eventos.

Configuración

Evento:

CompleteRegistration

Públicos

Marca_CompleteRegistration_7D
Marca_CompleteRegistration_14D
Marca_CompleteRegistration_30D
Marca_CompleteRegistration_60D
Marca_CompleteRegistration_90D
Marca_CompleteRegistration_180D
Marca_CompleteRegistration_365D

Prioridad

Audiencia caliente.

Uso recomendado

Usarlo para seguimiento, asistencia, recordatorios, upsell o exclusión de campañas de registro.

Combinaciones estratégicas

Interés

Público

Marca_INT_ViewContent_ATC_30D

Eventos

ViewContent
AddToCart

Descripción

Personas que vieron contenido y agregaron al carrito.

Uso recomendado

Remarketing de interés medio-alto.

Consideración

Público

Marca_CON_ATC_Checkout_30D

Eventos

AddToCart
InitiateCheckout

Descripción

Personas con clara intención de compra.

Uso recomendado

Remarketing de recuperación y cierre.

Alta intención

Público

Marca_HI_Checkout_AddPaymentInfo_30D

Eventos

InitiateCheckout
AddPaymentInfo

Descripción

Personas muy cerca de comprar.

Uso recomendado

Remarketing fuerte de cierre.

Compradores

Público

Marca_BUYERS_Purchase_365D

Evento

Purchase

Descripción

Compradores históricos.

Uso recomendado

Exclusiones, recompra, upsell, cross-sell y lookalikes.

Combinaciones para negocios de servicios

Visitó landing + no reservó

Público base

Marca_URL_Landing_30D

Excluir

Marca_Booked_180D

Marca_Lead_180D

Marca_Contact_180D

Uso recomendado

Campañas de recuperación con mensaje directo, testimonios, beneficios y llamado a agendar.

Visitó contacto + no se convirtió

Público base

Marca_URL_Contact_30D

Excluir

Marca_Lead_180D

Marca_Booked_180D

Uso recomendado

Campañas de cierre para personas que ya buscaron comunicarse.

Visitó página de servicio + no contactó

Público base

Marca_URL_Service_30D

Excluir

Marca_Contact_180D
Marca_Lead_180D
Marca_Booked_180D

Uso recomendado

Campañas con oferta específica del servicio visitado.

Prioridad de valor

Audiencias frías/tibias amplias

Marca_WebVisitors_365D
Marca_PageView_365D
Marca_Top25_WebVisitors_365D

Audiencias tibias

Marca_ViewContent_180D
Marca_URL_Service_180D
Marca_URL_Landing_180D
Marca_URL_Pricing_180D

Audiencias calientes

Marca_ATC_90D
Marca_Checkout_90D
Marca_AddPaymentInfo_90D
Marca_URL_Contact_90D
Marca_URL_Booking_90D
Marca_Lead_90D
Marca_Contact_90D
Marca_Booked_90D

Audiencias convertidas

Marca_Purchase_365D
Marca_Lead_365D

Marca_Booked_365D
Marca_URL_ThankYou_365D

Mejores públicos para lookalikes

Los mejores públicos para crear similares suelen ser los que representan mayor intención o valor.

Para e-commerce

Marca_Purchase_365D
Marca_AddPaymentInfo_365D
Marca_Checkout_365D
Marca_ATC_365D
Marca_Top10_WebVisitors_365D
Marca_ViewContent_365D

Para servicios

Marca_Booked_365D
Marca_Lead_365D
Marca_Contact_365D
Marca_URL_ThankYou_365D
Marca_URL_Booking_365D
Marca_Top10_WebVisitors_365D
Marca_URL_Service_365D

Reglas de uso

Si el pixel tiene poco tráfico

Crear primero:

Marca_WebVisitors_180D
Marca_WebVisitors_365D

Marca_URL_Landing_180D
Marca_Top25_WebVisitors_180D

Si el pixel tiene tráfico medio

Crear:

Marca_WebVisitors_30D
Marca_WebVisitors_90D
Marca_ViewContent_90D
Marca_URL_Service_90D
Marca_Top25_WebVisitors_90D
Marca_Lead_180D

Si el pixel tiene bastante tráfico

Crear públicos más segmentados:

Marca_ATC_30D
Marca_Checkout_30D
Marca_AddPaymentInfo_30D
Marca_Booked_30D
Marca_Top10_WebVisitors_90D
Marca_URL_Contact_90D
Marca_URL_Booking_90D

Regla de oro para excluir públicos

Mientras más cerca esté la persona de convertir, más cuidado hay que tener con las exclusiones.

Ejemplo para remarketing de landing:

Incluir:

Marca_URL_Landing_30D

Excluir:

Marca_Lead_180D
Marca_Booked_180D
Marca_Purchase_180D

Ejemplo para recuperación de carrito:

Incluir:

Marca_ATC_30D

Excluir:

Marca_Purchase_180D

Ejemplo para visitantes generales:

Incluir:

Marca_WebVisitors_180D

Excluir:

Marca_Lead_180D
Marca_Booked_180D
Marca_Purchase_180D

Diferencia entre los públicos principales

Todos los visitantes del sitio web

Incluye a cualquier persona que visitó cualquier página del sitio.

Ejemplo:

Marca_WebVisitors_30D

Personas que visitaron páginas web específicas

Incluye solo a personas que visitaron una URL concreta.

Ejemplo:

Marca_URL_Landing_30D
Marca_URL_Contact_30D
Marca_URL_Booking_30D

Visitantes por tiempo dedicado

Incluye a personas que pasaron más tiempo dentro del sitio.

Ejemplo:

Marca_Top25_WebVisitors_180D

Eventos estándar

Incluye personas que activaron acciones específicas del pixel.

Ejemplo:

Marca_ViewContent_30D
Marca_ATC_30D
Marca_Checkout_30D
Marca_Purchase_365D

Eventos personalizados

Incluye acciones creadas específicamente para ese negocio.

Ejemplo:

Marca_Booked_180D
Marca_FollowUp_180D

Plantilla rápida de nomenclatura

Usar siempre esta estructura:

Marca_Tipo_Detalle_Tiempo

Ejemplos:

Marca_WebVisitors_30D
Marca_URL_Landing_30D
Marca_URL_Contact_180D
Marca_Top25_WebVisitors_90D
Marca_ATC_30D
Marca_Purchase_365D
Marca_Booked_180D

Públicos mínimos recomendados para cualquier cuenta

Crear estos públicos como base:

Marca_WebVisitors_30D
Marca_WebVisitors_180D
Marca_URL_Landing_30D
Marca_URL_Landing_180D
Marca_URL_Contact_180D
Marca_URL_Booking_180D
Marca_Top25_WebVisitors_180D
Marca_Lead_180D
Marca_Booked_180D
Marca_Purchase_365D, si aplica

Nota final

No todos los portafolios muestran los mismos eventos.

Si el negocio es e-commerce, normalmente aparecerán eventos como:

ViewContent
AddToCart
InitiateCheckout
AddPaymentInfo
Purchase

Si el negocio es de servicios, normalmente aparecerán eventos como:

Lead
Contact
Booked
CompleteRegistration
Schedule
Follow-up

Si un evento no aparece en Meta, no se debe crear el público con ese evento todavía. Primero hay que revisar si el Pixel o la Conversion API están enviando ese evento correctamente.