

Cómo empezar a anunciarse en ebay

Antes de utilizar cualquier servicio publicitario, trata de identificar tus metas comerciales y definir los resultados que esperas obtener del uso de la tecnología publicitaria. Aquí te daremos consejos acerca de cómo configurar tus parámetros iniciales y qué métricas clave deberías seguir de cerca para reconocer y ser consciente del éxito de tus anuncios.

DICCIONARIO

Impresiones: es cuando un usuario ve un anuncio. En la práctica, una impresión se produce cada vez que un usuario abre una aplicación o un sitio web y un anuncio es visible.

ACoS: el coste publicitario de las ventas (Advertising Cost of Sales) es una métrica clave utilizada para medir el rendimiento de tus campañas de coste por clic. Permite comparar la cantidad gastada en campañas de coste por clic con la cantidad ganada.

CTR: la tasa de clics (Click-Through Rate) es la relación entre el número de clics que recibe un enlace específico y el número de veces que la página, el correo electrónico o el anuncio al que corresponde dicho enlace es visualizado.

ROAS: el retorno de la inversión publicitaria (Return On Advertising Spend) es una métrica de marketing que mide la eficacia de una campaña publicitaria digital.

Meta comercial	Objetivo	Métricas clave a tener en cuenta	Modelo publicitario y consejos útiles
Propagación Descubrimiento y conocimiento de la marca 	Cultiva la confianza entre un nuevo público de compradores potenciales para ampliar tu base de clientes.	Impresiones	Anuncios patrocinados: Estándar Mantén bajos tus gastos publicitarios. Este enfoque funciona mejor con productos de escaso margen o artículos de nicho que tienen poca competencia. Tarifa publicitaria media < 4 %
Crecimiento Aumento del tráfico y de la visibilidad 	Crea anuncios llamativos diseñados para captar clientes dispuestos a comprar.	Impresiones Clics CTR ROAS ACoS	Anuncios patrocinados: Estándar Anuncios patrocinados: Avanzado No te quedes atrás en las tendencias del mercado y mantén tus gastos publicitarios al nivel de los competidores para aumentar tus ventas. Tarifa publicitaria media < 8 % Presupuesto diario medio > 10 € ACoS objetivo = 10 %
Propulsión Conversión de las ventas 	Interactúa con los clientes que muestren una fuerte intención de compra y hazles pasar finalmente de la fase de deliberación a la conclusión de la transacción.	ROAS ACoS Aumento global Ventas totales	Anuncios patrocinados: Estándar Anuncios patrocinados: Avanzado Destaca entre la multitud y supera las ofertas de tus competidores para sacarle el máximo partido a la publicidad. Enfoque aconsejado para quienes tienen un margen elevado. Tarifa publicitaria media < 15 % Presupuesto diario medio > 20 € ACoS objetivo = 20 %