

LISTADO DE ELEMENTOS CLAVE SOBRE CONTENIDO PATROCINADO DE TABOOLA

La guía definitiva para el éxito de los anunciantes

Tanto si has comenzado recientemente a utilizar contenido patrocinado por primera vez, como si eres un profesional experimentado, mantenerte al día con las mejores prácticas es la clave para fomentar el éxito continuo.

Para ayudar a nuestros anunciantes a aprovechar al máximo sus campañas de Taboola, hemos creado un listado completo de consejos, trucos y recomendaciones para:

CREATIVIDADES

Titulares e imágenes que llaman la atención y generan clics

ORIENTACIÓN AL PÚBLICO

Estrategias para presentar tu contenido al público objetivo adecuado

CONTENIDO

Dominar la experiencia post clic

MEDIR EL ÉXITO

Buscar los KPI correctos de la manera adecuada

TEST A/B

Como y cuándo descubrir qué es lo que realmente funciona en tu caso

Y MUCHO MÁS.

Estas mejores prácticas se unen para formar una guía completa que puedes tener a mano la próxima vez que comiences con una campaña de contenido patrocinado.

MEJORES PRÁCTICAS CREATIVAS

Las creatividades publicitarias son la ventana de tu campaña. Cuando se hacen correctamente, tienen el poder de captar la atención y generar clics.

Imágenes

- Mis imágenes no parecen fotos de archivo
- Mis imágenes tienen un punto de enfoque singular y podrían recortarse a varios tamaños sin perder ese enfoque
- El fondo de mi imagen no distrae
- Si hay personas en mis fotos, puedo ver sus ojos
- Mi producto está claramente en la imagen
- Mi texto es fácil de leer o he incluido toda la información que necesito en mi título
- He marcado trends.taboola.com en mis favoritos para estar al día de las tendencias de imágenes
- Mi archivo de imagen es 2.5 MB Máx. Es un archivo JPEG (preferido), JMP, PNG, WEBP o GIF.
- Mi archivo de imagen tiene un tamaño mínimo de 1000 x 600 px para ajustarse a todos los tamaños de formatos nativos.

Titulares

- Me he dirigido a mi audiencia específica o he implementado la orientación dinámica de inserción de palabras clave (DKI) para hacerlo.
- He mencionado tipos específicos de productos o servicios (por ejemplo, tarjetas de crédito, zapatos, seguros, etc)
- He mantenido mis caracteres por debajo de 50 para desktop y 75 para tablets y dispositivos móviles
- El nombre de mi marca tiene un máximo de 30 caracteres
- He puesto la información más importante en mi titular
- He probado mi titular en el analizador de palabras clave de Taboola en trends.taboola.com y sé que tiene el CTR potencial más alto

Creatividades general

- Mis creatividades no incluyen falsas promesas. Cuando un usuario hace clic en mi anuncio, no está sorprendido por el contenido de la landing page.
- Estoy probando un mínimo de 5 creatividades a la vez en cada campaña para obtener los mejores resultados: éstos pueden ser por ejemplo tres titulares y tres imágenes, combinados de todas las formas posibles.

ORIENTACIÓN HACIA LAS MEJORES PRÁCTICAS

Muestra tu contenido al público correcto, en los lugares indicados, en el momento adecuado.

- Estoy comenzando con parámetros de orientación amplios para aprovechar al máximo la escala incomparable de Taboola y optimizar en base a las métricas obtenidas
- He revisado los segmentos de Taboola y opciones de datos de terceros
- Estoy probando técnicas de orientación como el retargeting, la segmentación geográfica, audiencias similares y más
- Estoy probando varias posibilidades en cuanto al tiempo (día, hora, semana, etc.) o dispositivo (desktop, móvil, tablet) para ajustar mi rendimiento

PRÁCTICAS RECOMENDADAS PARA EL CONTENIDO DE UNA LANDING PAGE

Conseguiste su clic, ahora haz que valga la pena su experiencia de usuario posterior.

- Estoy probando al menos dos landing pages diferentes
- Me aseguro de que el contenido de mis landing pages se correlacione directamente con las creatividades de los anuncios.
- He explicado a los usuarios claramente por qué querrían mi producto y quiénes somos
- No he incluido información irrelevante
- No he incluido un CTA que lleve directamente a la compra en la parte superior de una landing page
- Me he asegurado de que los encabezados de las landing pages contengan toda la información pertinente: los usuarios se desplazan hacia la parte inferior de la página y luego vuelven a la parte superior antes de decidir si permanecer o no
- He incluido un CTA en el último tercio o parte inferior de la página
- Mis CTA incluyen la propuesta de valor directamente en el texto

MEJORES PRÁCTICAS DE MEDICIÓN

Presta atención al rendimiento de tu contenido patrocinado.

- He implementado Taboola Pixel para simplificar el seguimiento y la medición.
- Estoy mirando todo el embudo, no solo el final o el principio y recuerdo a menudo que hay múltiples puntos de contacto antes de que un consumidor realice una compra
- He identificado los KPI's primarios y secundarios que representan mis objetivos finales, por lo que tengo una visión completa del éxito de mis campañas



MEJORES PRÁCTICAS MEDIANTE TESTS A/B

Es importante que siempre realices pruebas, pero asegúrate de hacerlo de la manera correcta.

- Estoy haciendo tests A/B comparando las mínimas métricas posibles en cada test, para poder sacar conclusiones
- Puede haber grandes diferencias entre un titular “bueno” y un titular “malo”: prueba diferentes estrategias de titulares (titulares que plantean una pregunta, titulares dirigidos al público objetivo) para ver qué funciona mejor
- Estoy teniendo en cuenta que los tests A/B deben realizarse continuamente y siempre debería estar probando

MEJORES PRÁCTICAS DE BIDDING

Obtén el máximo rendimiento de tu campaña en base a tu inversión

- He pausado creatividades con bajas conversiones después de que cada anuncio haya publicado entre 300 y 500 clics.
- Cuando los CPAs son altos, he considerado modificar las pujas de los editores antes de bloquearlos
- Solo bajo la puja en determinados soportes después de generar más de 300 clics con un CPA 3X superior a mi objetivo
- Solo bloqueo un soporte por completo después de generar 500 clics sin conversiones
- He aumentado las pujas entre un 25%- 50% para que los sitios con mejor rendimiento aumenten su competitividad
- He optado por las campañas always-on si los parámetros de presupuesto y oferta me lo permitían
- Estoy usando Taboola Smart Bid: los anunciantes tienden a tener más éxito con Smart Bid que con CPCs fijos y optimizaciones manuales

CÓMO EVITAR QUE LA CAMPAÑA NO CUMPLA LOS REQUERIMIENTOS

Pon en marcha tu campaña lo antes posible.

- Mis imágenes/creatividades de video, titulares y páginas de destino están alineados con las pautas de calidad de campaña de Taboola
- Mis imágenes tienen dimensiones originales mínimas de 1000 x 600 px.
- Mis imágenes/creatividades de video y titulares coinciden con el contenido de mis páginas de destino
- Tengo permiso para usar mis imágenes/creatividades de video y todo el contenido en mis páginas de destino
- Mis titulares y el contenido de la página de destino son gramaticalmente correctos y no hacen afirmaciones exageradas o sin fundamento
- Mi producto o servicio se adecúa al país en el que quiero lanzar mi campaña y no está restringido por las pautas de contenido, productos y servicios prohibidos de Taboola
- Ninguna de mis URL están inactivas

RECOMENDACIONES PRINCIPALES

Recursos de Taboola actualizados con frecuencia para garantizar mi éxito.

- ❑ [Taboola's Help Center](#), repleto de artículos sobre mejores prácticas, consejos y trucos para una campaña optimizada de contenido patrocinado
- ❑ [Taboola Trends](#) analiza millones de campañas en la plataforma Taboola semanalmente, para mostrar tendencias en imágenes, títulos y mucho más
- ❑ [Taboola's Title and Thumbnail Best Practices](#), para encontrar fácilmente las especificaciones creativas
- ❑ [El blog de Taboola](#), que publica actualizaciones frecuentemente que incluyen consejos basados en datos sobre estrategias creativas, mejores prácticas y mucho más
- ❑ Puede llevar tiempo obtener resultados pero utilizar las mejores prácticas anteriores es un buen punto de partida

La definición de creatividades así como todo el proceso hasta la realización de tests A/B, son ingredientes a tener en cuenta para la ejecución óptima de una campaña en Taboola.

Tanto si has empezado por primera vez como si eres un veterano del contenido patrocinado, pon en práctica estas recomendaciones para garantizar el éxito de tu campaña de contenido patrocinado.

¿NUEVO EN TABOOLA?

[Comienza tu
campaña »](#)

