

Advantage+ Shopping paso a paso

Cómo montar y leer una campaña Advantage+ Shopping sin sabotear al algoritmo

Advantage+ Shopping (ASC) es la apuesta de Meta por la automatización: tú le das presupuesto, creativos y la cuenta de conversiones, y el sistema decide a quién, dónde y cuándo mostrar. Funciona bien cuando lo configuras con criterio y lo dejas aprender. Esta guía te lleva paso a paso por el montaje y, sobre todo, por cómo no arruinarlo con cambios impulsivos en los primeros días.

Cuándo usar Advantage+ Shopping y cuándo no

ASC no es para todo el mundo ni para toda etapa. Antes de montarla, valida que tu cuenta cumple las condiciones para que la automatización tenga con qué trabajar.

- Tienes volumen de conversiones estable (idealmente 30 o más compras por semana en la cuenta).
- El pixel y la API de Conversiones reportan limpio: ASC depende por completo de buena señal.
- Vendes un producto o catálogo claro con intención de compra, no un servicio de venta consultiva larga.
- Si recién arrancas y casi no tienes datos, empieza con campañas manuales y migra a ASC cuando haya señal.

Configuración inicial paso a paso

El montaje es corto a propósito: Meta quiere que toques poco. Sigue este orden para no dejar nada suelto.

- Crea una campaña nueva con objetivo Ventas y elige el tipo Advantage+ Shopping.
- Define la cuenta de conversiones y el evento que importa (normalmente Compra).
- Asigna el presupuesto a nivel de campaña (CBO): empieza con un monto que permita salir de aprendizaje en pocos días.
- Configura el control de audiencia existente solo si necesitas separar clientes nuevos de recurrentes.
- Carga entre 6 y 10 creativos variados (video e imagen, distintos ángulos) en un mismo grupo.

Creativos: la única palanca que de verdad mueves

En ASC casi todo está automatizado menos lo que más importa: la pieza. Tu trabajo es alimentar al sistema con variedad real.

- Sube formatos distintos: video corto, imagen estática y carrusel, para que el algoritmo elija.
- Mezcla ángulos: prueba social, demostración de producto, oferta y dolor del cliente.
- Etiqueta tus creativos para identificar después cuál carga las ventas.
- Renueva piezas cuando la frecuencia suba y el costo por compra empiece a subir.

La fase de aprendizaje: el error de tocar de más

El 90% de las campañas ASC que fracasan no fallan por configuración, fallan porque las apagan o las editan antes de que aprendan.

- Dale a la campaña al menos 50 conversiones para salir de aprendizaje antes de juzgarla.
- No edites presupuesto, creativos ni configuración los primeros 3 a 5 días: cada cambio reinicia el aprendizaje.
- No la apagues en fin de semana porque un día rindió mal: ASC necesita la ventana completa.
- Mira el costo por compra del período acumulado, nunca el del día suelto.

Cómo escalar sin romper lo que funciona

Una vez la campaña estabiliza, escalar es la parte fácil si lo haces despacio. Subir de golpe la devuelve a aprender.

- Sube el presupuesto de la campaña un 20% cada 2 o 3 días mientras el costo por compra aguante.
- Si vas a subir fuerte, considera duplicar la campaña en vez de inflar la existente.
- Refresca creativos antes de que la fatiga pegue, no después.
- Documenta cada cambio con fecha para saber qué movió la aguja.

¿Quieres que lo implementemos por tí?

Auditoría gratis de tu pauta · WhatsApp +57 302 561 6257 · manusmsads.com