

Nomenclatura de campañas, conjuntos y anuncios

Nombra tu cuenta para que cualquiera la lea con solo mirar, y puedas filtrar y comparar

Si no puedes saber qué es algo con solo ver su nombre, no vas a poder optimizar a escala ni delegar la cuenta sin caos. Una nomenclatura consistente convierte un Administrador de Anuncios ilegible en algo que filtras, comparas y entiendes en segundos. Esta plantilla te da el patrón exacto para los tres niveles, con ejemplos listos para copiar.

Por qué la nomenclatura no es estética

Un buen sistema de nombres ahorra horas y errores. No es manía de ordenado: es lo que hace una cuenta escalable.

- Filtras por etapa, objetivo o ángulo en segundos para comparar rendimiento.
- Cualquier persona del equipo entiende la cuenta sin que se la expliques.
- Detectas duplicados y campañas viejas encendidas que nadie revisa.
- Los reportes salen ordenados solos porque los nombres ya cuentan la historia.

El patrón para campañas

A nivel campaña nombras por objetivo, etapa y fecha. Usa siempre el mismo separador y mayúsculas para poder filtrar.

- Patrón: OBJETIVO | ETAPA | FECHA.
- Ejemplo: VENTAS | ESCALADO | 06-2026.
- Ejemplo: VENTAS | TESTING | 06-2026.
- Ejemplo: LEADS | REMARKETING | 06-2026.

El patrón para conjuntos de anuncios

A nivel conjunto nombras por público, ubicación y detalle. Aquí vive la información de a quién le hablas.

- Patrón: PUBLICO | UBICACION | DETALLE.
- Ejemplo: LAL3-COMPRADORES | ADVANTAGE | M25-45.
- Ejemplo: INTERESES-FITNESS | MANUAL | F18-35.
- Ejemplo: ABIERTO | ADVANTAGE | NACIONAL.

El patrón para anuncios

A nivel anuncio nombras por formato, ángulo y versión. Así sabes qué pieza carga las ventas sin abrirla.

- Patrón: FORMATO | ANGULO | VERSION.
- Ejemplo: VIDEO | PRUEBA-SOCIAL | V2.

- Ejemplo: IMAGEN | OFERTA | V1.
- Ejemplo: CARRUSEL | ANTES-DESPUES | V3.

Reglas para que el sistema no se rompa

Un sistema de nombres solo funciona si todos lo respetan siempre. Estas reglas evitan que se degrade con el tiempo.

- Usa siempre el mismo separador (la barra vertical) y mayúsculas: el filtrado distingue mayúsculas.
- Nada de tildes ni eñes en los nombres para evitar problemas al exportar o filtrar.
- Mantén una abreviatura fija por concepto (LAL para lookalike, RMK para remarketing) y no la cambies.
- Documenta el sistema en un archivo compartido para que todo nuevo en el equipo lo siga igual.

¿Quieres que lo implementemos por ti?

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