

Guía de remarketing que recupera ventas

Cómo recuperar al 97 % que se fue sin comprar la primera vez

Casi nadie compra en la primera visita. El remarketing es donde se recupera el dinero que ya invertiste atrayendo tráfico, y suele ser el segmento más rentable de toda la cuenta. En Manu lo tratamos como un sistema por etapas, no como un solo anuncio repetido. Esta guía te muestra cómo armarlo.

Por qué el remarketing es la inversión más rentable

El tráfico frío es caro porque tienes que convencer desde cero. El remarketing le habla a quien ya te conoce, ya mostró interés y solo necesita un empujón.

- El costo por resultado suele ser mucho más bajo que en tráfico frío.
- Aprovechas la inversión que ya hiciste atrayendo a esa persona.
- Puedes responder objeciones específicas según lo que la persona ya vio.

Construye tus audiencias por temperatura

No todos los que te visitaron son iguales. Sepáralos por qué tan cerca están de comprar y háblales distinto.

- Tibios: vieron tu video o visitaron tu perfil pero no tu página.
- Calientes: entraron a la página de producto pero no agregaron al carrito.
- Muy calientes: agregaron al carrito o iniciaron el pago y no terminaron.
- Clientes: ya compraron (para venta cruzada o recompra, no para insistir con lo mismo).

El mensaje correcto para cada etapa

El error clásico es mostrarle a todos el mismo anuncio. Cada temperatura necesita un mensaje distinto.

- A los tibios: recuérdales el problema y el beneficio principal.
- A los calientes: muestra testimonios y resuelve objeciones de confianza.
- A los del carrito: dale un empujón con garantía, urgencia honesta o facilidad de pago.
- A los clientes: ofrece el siguiente producto o un beneficio por volver.

Frecuencia, exclusiones y fatiga

El remarketing mal calibrado persigue a la gente hasta cansarla y dañar tu marca. Controla la presión.

- Excluye siempre a quienes ya compraron de las campañas de cierre de venta.
- Vigila la frecuencia: si una persona ve el mismo anuncio demasiadas veces, renueva el creativo.
- Define una ventana de tiempo razonable (por ejemplo 7, 14 o 30 días) según tu ciclo de compra.

- Ten al menos dos o tres variantes de creativo para no aburrir.

Requisitos técnicos para que funcione

Sin medición no hay remarketing. Asegura primero la base técnica.

- Pixel de Meta y etiqueta de Google instalados y disparando eventos.
- Eventos clave configurados: ver contenido, agregar al carrito, iniciar pago, comprar.
- Audiencias personalizadas creadas y con tiempo suficiente para llenarse.
- Catálogo conectado si quieres mostrar el producto exacto que la persona vio.

Si tu pixel está mal montado, el remarketing falla en silencio. En Manu revisamos tu medición y dejamos el sistema de recuperación funcionando por etapas.

¿Quieres que lo implementemos por ti?

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