

LOS 5 ERRORES QUE **DESTRUYEN TU** INVERSIÓN EN ADS

Evita perder dinero en publicidad paga y empieza
a hacerlo como un **PRO**



Fabricioriverom

— ANTES DE EMPEZAR

Cada dólar mal invertido es un cliente que no llega.

Si ya pusiste plata en Facebook, Instagram, Google o TikTok Ads y sentiste que se **evaporó sin resultados**, no estás solo. El problema casi nunca es la plataforma: son cinco errores que se repiten una y otra vez.

En las próximas páginas te muestro **los 5 errores más caros** y, sobre todo, cómo corregir cada uno para que tu inversión empiece a traerte ventas reales.



Mandar las campañas directo a tu WhatsApp

! El error

Llevas todo el tráfico pagado directo a un chat de WhatsApp. Suena cómodo, pero pierdes el control: no mides conversiones, no construyes públicos para remarketing y tu chat se llena de curiosos que preguntan precio y desaparecen.

✓ Cómo lo corriges

- ✓ Lleva el anuncio primero a una landing que califique y mida, y de ahí al WhatsApp.
- ✓ Instala el píxel para registrar cada lead y crear públicos similares.
- ✓ Usa una pregunta o requisito que filtre curiosos de compradores reales.

"El WhatsApp cierra ventas. Pero sin un filtro antes, solo multiplica los curiosos."

Mandar el tráfico a una página que no convierte

! El error

El anuncio funciona y la gente hace clic... pero llega a una web lenta, confusa o sin una acción clara. Pagaste por la visita y la perdiste en 3 segundos.

✓ Cómo lo corriges

- ✓ Una landing por oferta, con una sola acción y un CTA evidente.
- ✓ Que cargue rápido en móvil — ahí está el 80% de tu tráfico.
- ✓ Que el mensaje de la página coincida con el del anuncio.

“El mejor anuncio del mundo no salva a una landing que no vende.”

No dejar que el algoritmo aprenda

! El error

Públicos diminutos, mil cambios al día y campañas que apagas a los dos días. Nunca sales de la fase de aprendizaje, así que nunca rinde.

✓ Cómo lo corriges

- ✓ Dale públicos amplios y buenas señales de conversión.
- ✓ Respeta de 3 a 5 días (o ~50 conversiones) sin tocar nada.
- ✓ Cambios de a uno por vez, para saber qué movió la aguja.

“La paciencia los primeros días es lo que hace rentable el resto del mes.”

Un solo creativo (y aburrido)

04

! El error

Una imagen, un texto, y a rezar. El creativo es el 80% del resultado de una campaña, y un solo anuncio se gasta (fatiga) en pocos días.

✓ Cómo lo corriges

- ✓ Prueba 3 a 5 variaciones: video corto nativo gana casi siempre.
- ✓ Engancha en los primeros 3 segundos o pierdes al usuario.
- ✓ Renueva creativos apenas baje el rendimiento.

“No tienes un problema de presupuesto. Tienes un problema de creativos.”

No medir (y mirar las métricas equivocadas)

! El error

Lanzas sin el píxel o la etiqueta y sin un evento de conversión, así que optimizas a ciegas. Y cuando miras números, te fijas en likes y CPC en vez de en lo único que paga las cuentas: el costo por cliente y el retorno.

✓ Cómo lo corriges

- ✓ Instala el píxel/etiqueta y define tu evento de conversión real antes de gastar.
- ✓ Optimiza hacia ese evento (compra o lead), nunca hacia likes o clics.
- ✓ Mide por CPA y ROAS: corta lo que no rinde y escala lo que sí.

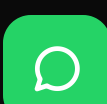
“Los likes no pagan facturas. El costo por cliente y el ROAS, sí.”

¿Prefieres que lo hagamos por ti?

Ya conoces los errores. En Impulzzo los corregimos por ti: diseñamos tu web de alta conversión y gestionamos tus anuncios en Meta, Google y TikTok.

- ✓ Diagnóstico honesto de tu web y tus anuncios
- ✓ Un plan de acción concreto y sin compromiso
- ✓ Respuesta en menos de 24 horas

Agenda tu llamada estratégica gratuita

 WhatsApp · +591 73640039

 @Fabricioriverom