

Guía de performance



Prácticas recomendadas para maximizar la eficiencia y los resultados

Refuerza tus señales



Optimiza la configuración de las campañas



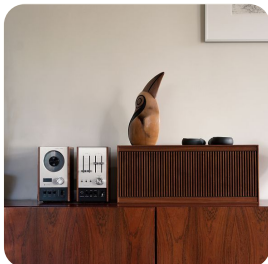
Mejora tu contenido creativo



Haz pruebas e iteraciones



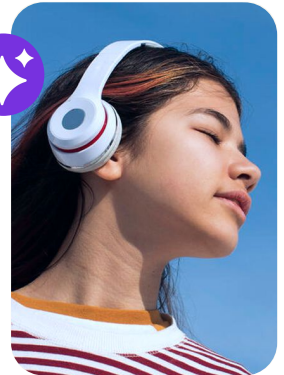
API



Rehns
Patrocinado



Rehns
Patrocinado



Rehns
Patrocinado



Resumen ejecutivo

Refuerza tus señales

Para crear una campaña exitosa en Pinterest, primero debes contar con una base sólida. Si aprovechas las herramientas y las señales adecuadas, podrás seguir eficazmente el rendimiento, optimizar tus campañas y lograr resultados que se puedan medir.

Optimiza la configuración de las campañas

Pinterest ofrece a los anunciantes herramientas y soluciones que pueden hacer que la ejecución de campañas sea tan simple o tan detallada como sea necesario.

Mejora tu contenido creativo

Ejecutar contenido creativo optimizado puede marcar la diferencia en Pinterest. Aprovecha estos recursos para mejorar tus contenido y destacar tus ofertas para maximizar el rendimiento.

Haz pruebas e iteraciones

Optimiza de forma más inteligente, no más complicada. Refina tus campañas, mejora el performance y aprovecha al máximo las campañas de Pinterest.

Recomendaciones

→ **API de conversiones:**

Integración directa o a través de un socio

→ **Puntuación de calidad del evento:**

Esfúrzate por lograr un puntaje “bueno” en las señales web, de la aplicación y offline para obtener el rendimiento más óptimo en la plataforma.

Prioriza los siguientes componentes enviando la mayor cantidad posible de señales de prioridad alta, media y baja en cada evento:

- Información del cliente
- Datos de eventos
- Eventos duplicados

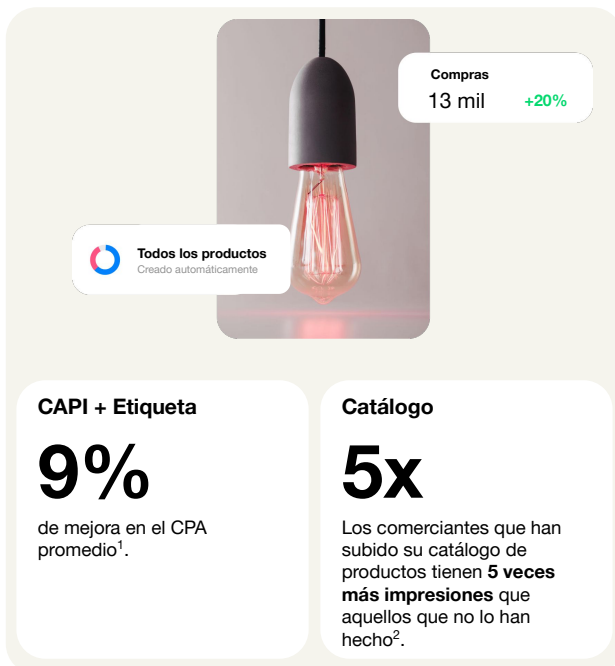
Puedes ver la lista completa de parámetros en nuestra [documentación](#).

→ **Estado del catálogo:**

Cuanto más productos e información tengas en tu feed, más optimizados podrán ser tus anuncios y más relevante será tu contenido para los compradores. Mejora la calidad de tu feed incluyendo categorías de productos, así como títulos y descripciones relevantes y detallados.

Refuerza tus señales

Para crear una campaña exitosa en Pinterest, primero debes contar con una base sólida. Si aprovechas las herramientas y las señales adecuadas, podrás monitorear eficazmente el rendimiento, optimizar tus campañas y lograr resultados que se puedan medir.



Historia de éxito

Stradivarius implementó la API de conversiones para medir acciones clave como compras, registros y descargas de la aplicación y logró un **aumento del 82% en las compras** desde Pinterest, además de una reducción en su CPA del **28%**³.

Las imágenes se muestran solo con fines ilustrativos.

Fuentes: 1. Análisis interno de Pinterest, API de conversiones entre anunciantes a nivel global, comparación de Etiqueta como único recurso, del 26/5/2024 al 1/6/2024, n = 5,638;

2. Datos internos de Pinterest, diciembre de 2021 | Comerciantes verificados que cargaron un catálogo en comparación con comerciantes permitidos.

3. Datos internos de Stradivarius, España, 2023.

Recomendaciones

→ **Pinterest Performance+**

Paquete: activa Pinterest Performance+ a nivel de la campaña para ayudar a maximizar las mejoras del performance.

O

Funciones individuales:

Usa las funciones de Pinterest Performance+ de manera individual en las campañas tradicionales para darte más transparencia y control. Si lo haces, recuerda buscar oportunidades de consolidación y simplificación (por ejemplo, eliminar las restricciones de segmentación).

→ **MDL**

Dirige a los compradores directamente desde tu anuncio a páginas dentro de tu app nativa para fomentar más acciones y compras dentro de la aplicación.

→ **Oportunidad completa**

Alinea tus objetivos comerciales con los de campaña y ayuda a mejorar los resultados optimizando tanto en los clics como en las conversiones.

Optimiza la configuración de las campañas

Pinterest ofrece a los anunciantes herramientas y soluciones que pueden hacer que la ejecución de campañas sea tan simple o tan detallada como sea necesario.

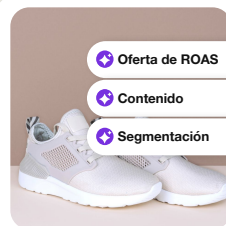


Tenis para correr

MILE45



Pinterest Performance+



Tenis para correr

MILE45

 Oferta de ROAS 

 Contenido 

 Segmentación 

 \$ 2.50

Pinterest Performance+

+20%

Mejora del CPA promedio para los anunciantes que usaron campañas de ventas de catálogo Pinterest Performance+ en relación con la configuración de campaña habitual¹.

Historia de éxito

Prada se asoció con Pinterest a fin de probar Pinterest Performance+ para el lanzamiento de una nueva colección. Gracias a eso, logró un **ROAS 2.9 veces mayor** para las acciones de compra y un **aumento del 88% en la tasa de engagements**, en comparación con las campañas tradicionales. Al adoptar una segmentación amplia e impulsada por IA, y una configuración de campañas optimizada, Prada experimentó mejoras sustanciales en el engagement y la eficiencia².

La imagen se muestra solo con fines ilustrativos.

Fuente: 1. Datos internos de Pinterest a partir de 200 anunciantes a nivel global en la versión beta, de junio a septiembre de 2024. Las mejoras en el CPA en las campañas de Pinterest Performance+ no están garantizadas.

2. Análisis interno de Pinterest, versión alfa de Conversión Pinterest Performance+ de EE. UU., ventana de atribución del 7/7/1, de abril a mayo de 2023.

Mejora tu contenido creativo

Recomendaciones

→ Diversificación de formatos

Aprovecha el contenido Pinterest Performance+ para crear contenido a escala y mejorar los Pines de productos mediante optimizaciones.

→ Promociones

Aplica promociones a tus anuncios para ayudar a los usuarios a encontrar las ofertas adecuadas y agilizar su proceso de compra. En el caso de las campañas de catálogo, ahora puedes aplicar promociones directamente a través de tu feed para facilitar la configuración.

→ Las 4 C de la efectividad creativa

Contexto

Ten en cuenta el entorno

Piensa en el contexto del feed en el que aparece tu anuncio.

Diseña para teléfonos móviles

Enfócate en diseñar para la experiencia en dispositivos móviles.

Contenido

Sé real

Crea anuncios auténticos con una narración natural.

Muestra rostros

Incluye personas reales con expresiones genuinas.

Creatividad

Descentra el texto

Coloca las imágenes en el centro y usa texto en la parte superior e inferior.

Mantén el ritmo

El uso intencional del movimiento y las animaciones marcan la diferencia.

Color

Crea contraste

Encuentra un equilibrio natural entre el brillo, el contraste y la nitidez.

Conéctate con el color

Ten en cuenta tu paleta desde el primer momento.

Ejecutar contenido creativo optimizado puede marcar la diferencia en Pinterest. Aprovecha estos recursos para mejorar tus contenidos y destacar tus ofertas para maximizar el rendimiento.



Contenido Pinterest Performance+

+14%

Aumento promedio de la tasa de conversión al usar contenido Pinterest Performance+¹.

Promociones

+18%

Aumento en iCVR para los anuncios que incluían una promoción en comparación con los mismos anuncios sin promoción².

Historia de éxito

Ruggable usó contenido Pinterest Performance+ para diversificar las imágenes de su catálogo de forma práctica y logró un aumento del 37% en la tasa de clics con formatos creados automáticamente, en comparación con el solo uso de anuncios Shopping³.

Fuente: 1. Datos internos de Pinterest de >200 anunciantes globales en la prueba beta para anuncios con fondos generados y/u optimizaciones creativas, de junio a agosto de 2024. No se garantizan mejoras de rendimiento.

2. Análisis interno de Pinterest, EE. UU., de octubre a noviembre de 2024. Promedio basado en los resultados de iCVR beta para conversiones web que comparan a más de 250 anunciantes que ejecutaron anuncios idénticos con y sin insignia de promociones en la esquina.

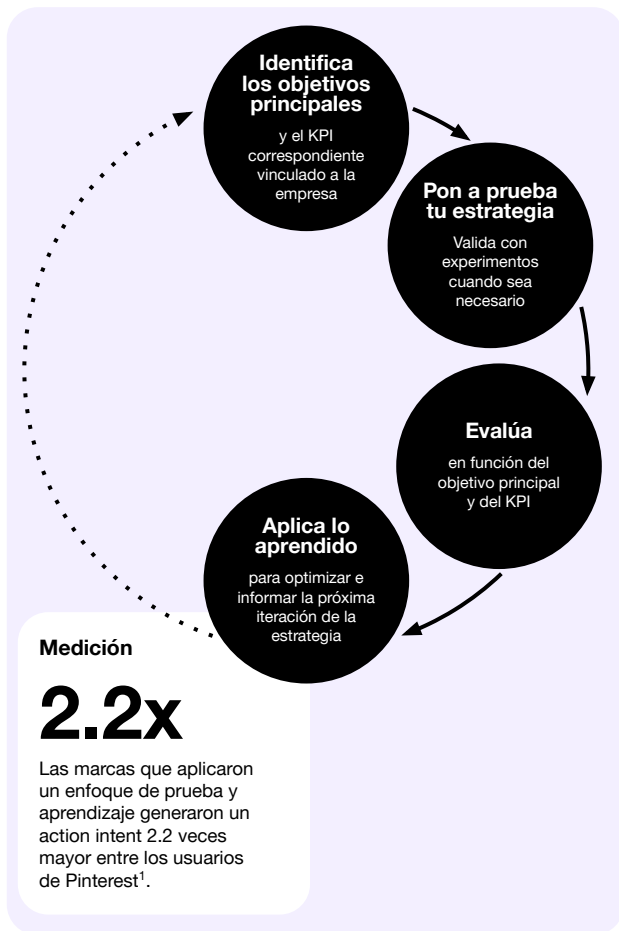
3. Ruggable, datos internos, Estados Unidos, 2023-2024.

Haz pruebas e iteraciones

Recomendaciones

- No existe una única fuente de referencia en el entorno de medición actual. Valida los resultados con diferentes métodos de medición.
- Usa el lift para comprender el rendimiento de una campaña específica, como las conversiones incrementales, las ventas o los ingresos de un momento concreto de una campaña.
- Aprovecha el MMM (marketing mix modeling) para validar el valor de marketing.
- Usa pruebas A/B para identificar estrategias exitosas y optimizar campañas.

Optimiza de forma más inteligente, no más complicada. Refina tus campañas, mejora el performance y aprovecha al máximo las campañas de Pinterest.



Fuente: 1. Metaanálisis de Pinterest Brand Lift, global, de julio de 2021 a junio de 2022 (N = 709). Diferencia medida en el action intent registrado por los anunciantes que realizaron 2 estudios de brand lift frente a los que realizaron 1 estudio de brand lift con una pregunta de action intent en el mismo año. Las estadísticas reflejan a los anunciantes que utilizaron un enfoque de prueba y aprendizaje en comparación con los anunciantes que no lo hicieron.

Resumen

Pilar	Área principal	Táctica	Referencias
Refuerza tus señales	Estado de la señal	Señal web	Puntuación de calidad del evento: por lo menos Aceptable*
		Señal de la aplicación	Puntuación de calidad del evento: por lo menos Aceptable*
		Señal offline	Puntuación de calidad del evento: por lo menos Aceptable*
	Estado del feed del catálogo	Carga del catálogo	Procesamiento del feed > 85%**
		Estado del feed del catálogo	Puntaje del estado del feed >= 80%
Optimiza la configuración de las campañas	Automatización	Pinterest Performance+ (campañas o funciones)	Al menos el 80% de los ingresos de la parte inferior del funnel usan Pinterest Performance+.
	Experiencia después del clic	Mobile deep link	MDL habilitado para cualquier anunciante con una aplicación.
	Oportunidad completa	Objetivos múltiples	Medios disponibles para ventas de catálogo, optimización de las conversiones y los objetivos de CPC.
Mejora tu contenido creativo	Contenido	Diversificación de formatos	Implementar al menos 3 formatos en los últimos 90 días
		Promociones	Publicó anuncios promocionales en los últimos 90 días.
Haz pruebas e iteraciones	Validación de resultados	Integraciones de medición de terceros	Aprovechar una API de MMM/informes exportados de MMM y/o una integración de MTA de terceros.
		Medición de la incrementalidad	Ejecutó un experimento de lift a través de PCL, un estudio MMT de terceros o Clean Room en los últimos 6 meses
	Optimización	Pruebas A/B	Prueba A/B en los últimos 90 días

* La fuente del evento es la API de conversiones

** A partir de la fecha de extracción de los datos