



ASEGURA TU NEGOCIO EN META Y CREA MEJORES CAMPAÑAS



Dile adiós a los leads basura
y convierte más
interesados en clientes



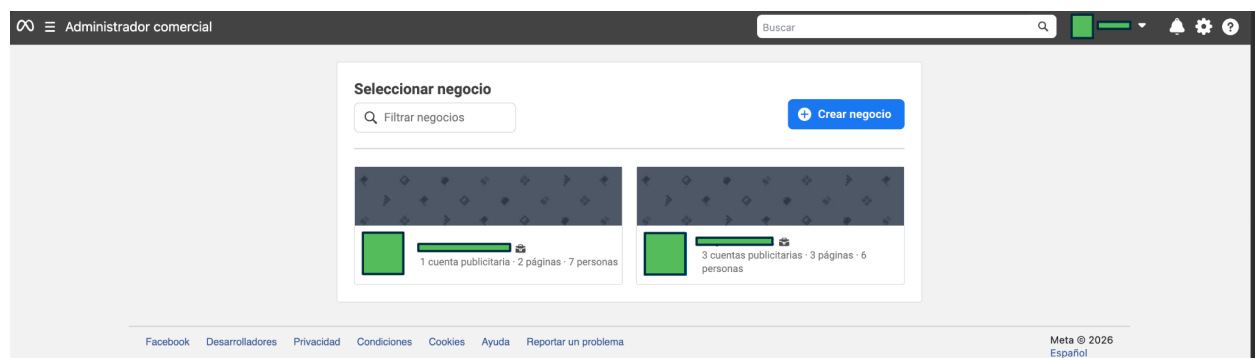
Johnny Echeverria

PASO 1: Blindaje de Activos Digitales (5 minutos)

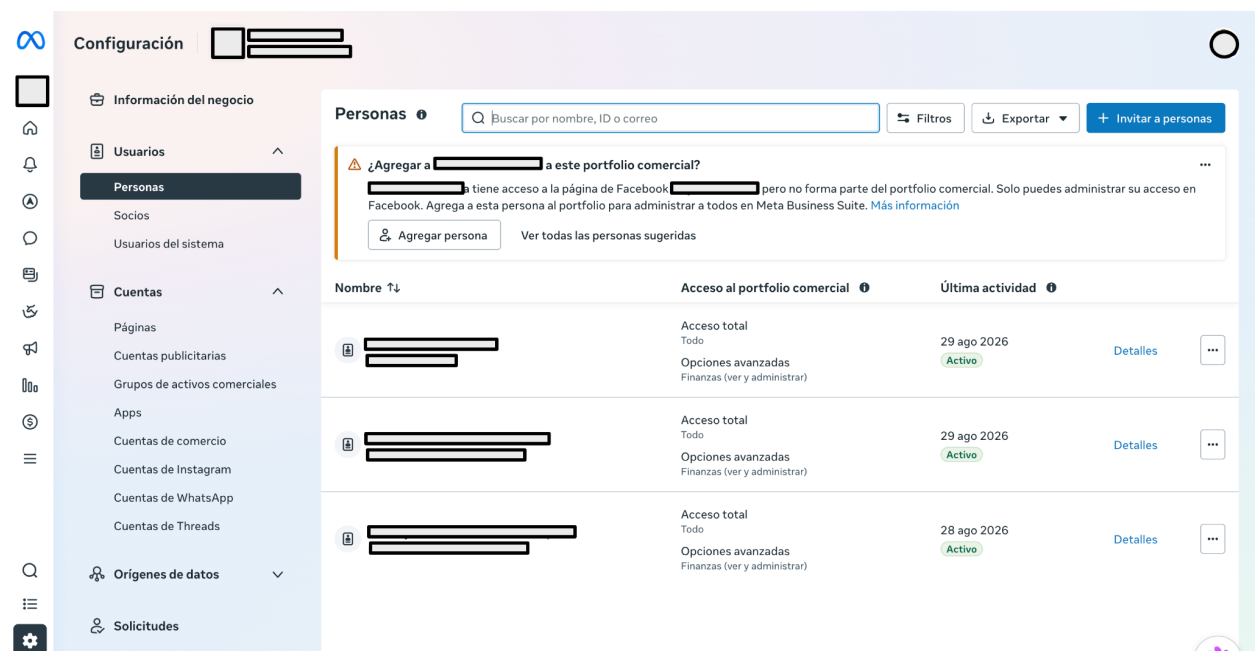
Lo primero que haremos es asegurar el control total de tus activos digitales, evitar bloqueos y confirmar que tienes control total de tu negocio en Meta.

Esta configuración **debes hacerla SÍ o SÍ en una computadora**, si lo haces desde un celular o tableta no tendrás acceso a todas las funciones profesionales de Meta.

Primero ingresa a <https://business.facebook.com/settings> donde verás los portafolios que tienes acceso. Posiblemente te pida que inicies sesión en Facebook. Una vez que ingreses deberías ver algo así:



Elige el portafolio donde estás creando tus anuncios. Si solo tienes acceso a un negocio es muy probable que te abra directo ese portafolio comercial. En cualquiera de los casos, deberías ver lo siguiente:



A continuación iniciamos con el checklist de aseguramiento de activos digitales. Marca con una **[X]** los puntos que ya tienes configurados correctamente. Si alguno falta, ejecuta la acción correctiva de inmediato.

- **[] Control del Portafolio Comercial (Administrador/Cuenta Comercial)**
 - *Verificación:* Ve a Configuración del Negocio > Usuarios > Personas.
 - *INDISPENSABLE:* Tu correo corporativo o personal principal DEBE tener el rol de **Administrador con Control Total**. Nunca dejes a una agencia o alguien de tu equipo interno como el único Administrador.

- **[] Propiedad de la Página de Facebook y Cuenta de Instagram**
 - *Verificación:* En Configuración del Negocio > Cuentas > Páginas.
 - *Acción:* Comprueba que tu Business Manager sea el **dueño** del activo y no solo un usuario asignado.

- **[] Propiedad de la Cuenta Publicitaria y Píxel / CAPI**
 - *Verificación:* En Configuración del Negocio > Cuentas > Cuentas Publicitarias y Orígenes de datos > Conjuntos de datos.
 - *Acción:* La cuenta publicitaria donde se cobra tu tarjeta DEBE estar creada dentro de TU Business Manager.

- **[] Verificación del Dominio**
 - *Verificación:* En Seguridad de la marca > Dominios.
 - *Acción:* Agrega tu dominio web y verifícalo mediante registro TXT DNS o etiqueta Meta en tu sitio web.

- **[] Autenticación de Dos Factores (2FA) Obligatoria**
 - *Verificación:* En Centro de seguridad.
 - *Acción:* Activa la 2FA para "Todos los miembros". Esto reduce en un 90% el riesgo de hackeos y baneos automáticos de Meta.

PASO 2: Switch Anti “Leads Basura” (10 min)

Muchos de los problemas de las campañas se deben a la elección incorrecta del objetivo (Mensajes de WhatsApp, Formularios, Tráfico a un sitio web, Interacción, etc).

Si vendes productos de alto valor (como bienes raíces, autos, servicios, etc) los anuncios de WhatsApp son una mala decisión (porque no permiten filtrar adecuadamente al prospecto).

Por lo contrario, los formularios de Meta (esos donde el usuario no tiene que salir de Facebook o Instagram para llenarlo) son un buen filtro y es importante que mantengamos un equilibrio entre funcionalidad y precalificación.

Irónicamente, más preguntas no necesariamente filtran mejor a un lead. El filtro debe ir de la mano con el proceso comercial, los formularios deben ser el “pretexto” para que el vendedor pueda iniciar la conversación con el prospecto.

El Problema: El 80% de los leads de Meta Ads no responden o dicen “*yo no me registré*” porque el formulario de Meta auto-rellena los datos con información desactualizada de Facebook en 1 solo clic.

La Solución: Romper el auto-relleno e introducir 3 fricciones estratégicas de calificación sin disparar tu costo por lead (CPL).

Configuración Recomendada del Formulario:

Al crear tu Formulario Instantáneo en Meta Ads Manager, selecciona la opción **"Mayor grado de intención"** (agrega una pantalla de revisión antes de enviar).

Las 3 Preguntas Filtro Obligatorias:

Tipo de Pregunta	Pregunta Sugerida	Objetivo
1. Pregunta Abierta Condicionada (opción múltiple)	"¿Por qué deseas comprar/adquirir [Tu Producto/Servicio]?" a) Problema 1 b) Problema 2 c) Problema 3	Desactiva el piloto automático del cerebro. Quien no tiene interés real abandona el formulario. <i>(Usa frases cortas para evitar que se corten al momento de mostrarlas)</i>
2. Pregunta de Intención / Plazo (opción múltiple)	"¿En cuánto tiempo necesitas resolver el problema?" a) Menos de 30 días b) De 1 a 3 meses c) Solo estoy cotizando	Te permite priorizar el seguimiento comercial únicamente con los prospectos listos para comprar.
3. Validación Manual de WhatsApp	"¿A qué celular te enviaremos la información?"	Exige teclear el número manualmente, eliminando teléfonos viejos o falsos guardados. <i>(No uses la palabra “teléfono” o “WhatsApp” porque Meta no te dejará crear la pregunta).</i>

PASO 3: Plantilla “flash” de Seguimiento (5 min)

IMPORTANTE: Un lead contactado en los primeros **5 minutos** tiene 9 veces más probabilidades de convertir que uno contactado 1 hora después.

Utiliza esta estructura de columnas para controlar tu prospección diaria si aún no utilizas un CRM que vincule directamente tus campañas de Meta en tiempo real:

Fecha	Nombre	WhatsApp	Necesidad Principal	Intención	Estado del Lead	Notas / Seguimiento
2026-08-29	Ejemplo Cliente	+52 999 000 0000	Problema 1	Esta semana	🟡 Nuevo (Sin contactar)	Enviar mensaje de bienvenida por WhatsApp
2026-08-29	Ejemplo Cliente 2	+52 999 111 2222	Problema 2	15-30 días	🟢 Contactado	Cita agendada para el lunes

Script de Primer Contacto por WhatsApp (Enviar en < 5 min):

Hola [Nombre], soy [Tu Nombre] de [Tu Empresa].

Te escribo porque solicitaste información de [Producto/Servicio] y mencionaste que tu principal reto es [Respuesta a la Pregunta 1].

¿Tienes 5 minutos para una llamada rápida? Quiero conocer tus necesidades para confirmar que mi [Producto/Servicio] resuelve tu problema.

RECOMENDACIONES

1. Asegura tus activos hoy mismo, de ser posible agenda una reunión con el responsable de tus campañas y valida que tengas el control de todo tu negocio en Meta. Si tú gestionas tus campañas y quieres una asesoría de 30 minutos para que revisemos el tema. [Presiona aquí para agendar la videollamada.](#)
2. Si aún no manejas un CRM de uso comercial (Marketing/Ventas) te recomiendo Hubspot. Tienen un plan gratuito que funciona perfectamente para empezar a gestionar tus campañas en Meta y administrar tus leads en tiempo real tanto en la computadora como en el celular. [Presiona aquí para conocer más de Hubspot.](#)