



Propuesta estratégica - Master en Finanzas

Universidad de San Andrés



AGENDA

Agencia Vinca - Universidad de San Andrés

- Propuesta Google
- Propuesta Facebook
- Conceptos principales LinkedIn

GOOGLE ADS



Competencia y Mercado

Cuando buscamos Maestría de finanzas aparecemos en la segunda página de de google.

Primero aparece USADE, luego UADE y tercero UCEMA. Son nuestros principales competidores ya que cuando la persona busca lo que nosotros ofrecemos aparecen primero ellos.

Mi sugerencia para mejorar es elegir las keywords que realmente sean relevantes y ofrecen una mayor puja en las keywords donde estamos perdiendo en la subasta y donde está ganando nuestra competencia.

De esa forma nos aseguramos salir en las primeras opciones que ofrece google.



Competencia y Mercado

Anuncio · <https://www.uade.edu.ar> ▾

Finanzas en UADE - Viví UADE

 676  3,400  0

Conocé más sobre el plan de estudios. Ingresá a nuestro Sitio Web para más información.

Primera Universidad en Argentina en dictar Licenciatura en **Finanzas** hace 50 años.


 [Registrarse - Hacé clic para más información](#)

Anuncio · <https://get.ucema.edu.ar> > maestrías > finanzas ▾

Maestría en Finanzas en UCEMA - Master en Finanzas

 0  N/A  N/A

Concretá tu **Máster en Finanzas** con un equipo docente reconocido globalmente. UCEMA...

 [Más información - Obtené información detallada](#)



Estructura campaña

Campaña - Search

Conjunto de anuncios -
Intereses - Bs. As.

Anuncio de búsqueda

Conjunto de anuncios -
Interior Bs. As *

Anuncio de búsqueda

Conjunto de anuncios -
Interior País

Anuncio de búsqueda

*Interior de Bs. As. se puede considerar como: Tandil, Bahía Blanca, Zárate, Campana, Mar del Plata. Ya que son ciudades próximas y pueden acercarse al campus o capital a cursar.



Estructura campaña

Campaña - Discovery

Conjunto de anuncios -
Intereses - Bs. As.

Anuncio de búsqueda

Conjunto de anuncios -
Interior Bs. As

Anuncio de búsqueda

Conjunto de anuncios -
Interior País

Anuncio de búsqueda



¿Cómo avanzamos?

1. Información cargada en el [drive](#).
2. Creatividades para Discovery.
3. Listado de KW, títulos y descripciones a utilizar.
4. Listado de ex alumnos.



FACEBOOK ADS



Competencia y Mercado

En Facebook ADS tenemos más competencia general que en Google. Pero que tengan anuncios corriendo de finanzas solo encontramos a [UADE](#) y [UCEMA](#).

Aspectos a tener en cuenta para las creatividades. La publicidad con fotos de personas en vez de objetos tiene un CTR mucho más alto. Podríamos probar cambiar algunas gráficas y en vez de poner solo texto con fondo agregar algunos anuncios con fotos a ver si performan mejor.

Competencia y Mercado

UCEMA Universidad del CEMA Publicidad

La Maestría en Finanzas de la #UCEMA está especialmente diseñada para quienes desean perfeccionarse técnicamente a fin de potenciar el futuro desarrollo de sus carreras.

La Maestría ofrece cuatro orientaciones



GET.UCEMA.EDU.AR
Reuniones Informativas Online
Comenzó en 2022

Learn More

UADE Publicidad

Avanzá en tu carrera hacia convertirte en gerente financiero o CFO. Aprendé a invertir en portafolios de acciones, bonos, derivados y criptomonedas.
Maestría en Finanzas ¡Es tu tiempo de crecer!



UADE.EDU.AR
Eligi UADE - Inicia en Agosto 2022
Completá el formulario

Sign Up

Universidad Torcuato Di Tella Publicidad

Una combinación de elementos académicos y de mejores prácticas de mercado para el armado de diferentes carteras financieras. ¡Conocé más!



UTDT.EDU
Duración: 1 mes
Encuentros virtuales

Watch More

IAE Business School | Escuela de Negocios | Universidad Austral Publicidad

¿Estás Preparado para Llevar las Finanzas de tu Empresa? Superá el desafío de entender sobre finanzas y tomar mejores decisiones.

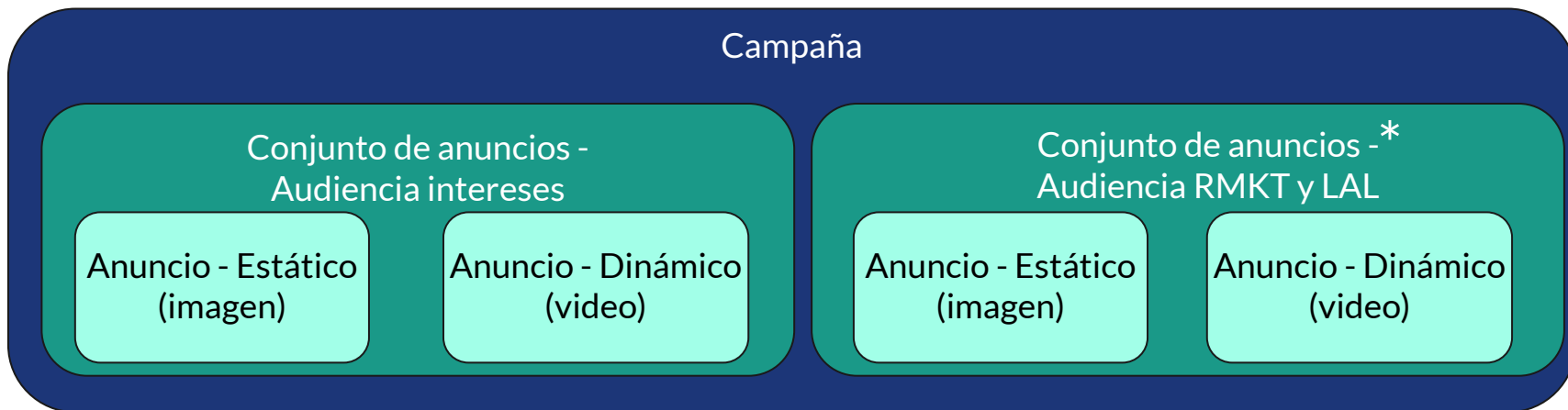
¡Inscríbete a Nuestro Programa Live Online!



IAE.EDU.AR
Modalidad Live Online
Programa Certificado

Learn More

Estructura campaña



*el conjunto de remarketing y look a like no se llevará a cabo si no contamos con un mínimo considerable de usuarios, de caso contrario el conjunto no saldrá de fase de aprendizaje y se verá afectada la entrega.



¿Cómo avanzamos?

1. Información cargada en el [drive](#).
2. Listado de bases de datos para generar las audiencias de Look a like y a su vez excluirlos para no re-impactarlos.
3. Creatividades: 1 imagen + 1 video (recomendado) - 1 imagen + 1 imagen
1 imagen → en todas las dimensiones necesarias (4:5 , 1:1 , 9:16, 1200x628)
1 video → en todas las dimensiones necesarias (4:5 , 1:1 , 9:16, 1200x628)
4. Creatividades para remarketing, misma cantidad que lo mencionado anteriormente, pero con distinto mensaje ya que la audiencia tiene otra necesidad.

LinkedIn - Conceptos principales





Objetivos disponibles



CONOCIMIENTO

Conocimiento de la marca

"Quiero que la gente aprenda acerca de mi negocio."



CONSIDERACIÓN

Visitas al sitio web

"Quiero que más personas visiten una página de destino."

Interacción

"Quiero que más personas interactúen con mis publicaciones."

Visualizaciones de video

"Quiero que más personas vean mis videos"



CONVERSIONES

Conversiones en el sitio web

"Quiero generar conversiones para mi sitio."

Generación de contactos

"Quiero obtener más posibles clientes de calidad en LinkedIn."



¿Cómo segmentar?

Empresa	Características demográficas	Educación	Experiencia laboral	Intereses
<ul style="list-style-type: none">✓ Nombres de empresas✓ Contactos de la empresa✓ Seguidor de empresa✓ Sectores de la empresa✓ Tamaño de empresa	<ul style="list-style-type: none">✓ Edad✓ Sexo	<ul style="list-style-type: none">✓ Disciplinas académicas✓ Títulos✓ Universidades	<ul style="list-style-type: none">✓ Aptitudes✓ Años de experiencia✓ Cargos✓ Funciones laborales✓ Niveles de experiencia	<ul style="list-style-type: none">✓ Grupos✓ Intereses de los usuarios





Recomendaciones y datos a tener en cuenta.

- Utilizar objetivo de **visitas al sitio**, ya que los costos son menores y más efectivos que los de conversión en sí mismos.
- **Formato de Carrusel** está siendo tendencia dentro de la plataforma y el más clásico es la imagen estática.
- Hay más de **650MM** de miembros en LinkedIn pero solo **1MM** es tomador de decisiones y **180M** son estudiantes.
- Tenemos posibilidad de segmentar por nivel de estudios y profesión así como por rango que la persona haya colocado en su perfil.



GRACIAS!

Agencia Vinca - UdeSA

