



30 PROMPTS NECESARIOS PARA HACER CAMPAÑAS PROFESIONALES EN META ADS



SECCIÓN 1 — Comprender al Cliente Ideal (Psicología + Datos)

Esta sección te permite entender al cliente con precisión quirúrgica. Sin esto, ninguna campaña funciona. Aquí obtienes prompts diseñados para definir el mapa mental, emocional y comportamental del comprador. Son esenciales para mejorar segmentación, mensajes y creatividades.

1. Perfil psicográfico de alta precisión

"Actúa como un analista de investigación de mercado. A partir del producto / servicio ___, el país ___ y el rango de edad ___, construye un perfil psicográfico completo dividido en: motivaciones conscientes, motivaciones inconscientes, detonantes emocionales, micro-momentos de intención, arquetipos jungianos aplicables, segmentación por etapa de vida, narrativa interna del comprador y señales de intención en redes sociales. Termina con un cuadro de insights accionables para usar en Meta Ads."

2. Mapa de empatía avanzado

"Crea un mapa de empatía avanzado para mi cliente ideal de ___. Incluye: 'qué piensa pero no dice', 'qué teme perder', 'qué desea ganar', 'qué le causa fricción', 'qué lo detiene', 'qué lo acelera', 'qué historias se cuenta a sí mismo', y 'qué tipo de estímulo visual le impacta más'. Usa esto para generar 5 líneas creativas para anuncios."

3. Mapa de objeciones multinivel

"Elabora un análisis profundo de objeciones para mi producto ___ con un modelo de 3 niveles (objeciones de percepción, de experiencia y de creencias). Para cada objeción, crea un contraargumento persuasivo y una idea de anuncio centrada en evidencia, emocionalidad o demostración."



SECCIÓN 2 — Estrategias Profesionales de Campañas

Estos prompts están pensados para diseñar campañas efectivas desde cero y optimizarlas. Aquí construyes estructuras reales de agencias, planes de validación, funnels rentables y protocolos de diagnóstico avanzados.



4. Arquitectura avanzada de campañas

"Diseña una arquitectura profesional de campañas para Meta Ads para vender ____, separada por: expansión, eficiencia, harvesting, retargeting directo, retargeting emocional y retención. Explica qué tipo de anuncios, presupuestos, algoritmos, optimizaciones y métricas utilizar en cada etapa."

5. Playbook de validación de producto

"Elabora un playbook de validación de producto basado en Meta Ads. Incluye hipótesis de demanda, señales previas a la venta, KPIs mínimos aceptables, diseño de tests escalonados (creatividades, ofertas, precios), criterios para matar/duplicar anuncios y pasos para detectar patrones ganadores."

6. Funnel de fidelidad completa (full-fidelity)

"Crea un funnel full-fidelity para mi producto ____ que incluya: narrativa por cada etapa, motivos de abandono, mensajes de reactivación, retargeting por comportamiento (Video View %, Add to Cart, View Content), presión de frecuencia óptima, ángulos creativos y estimación de conversión por fase."

7. Protocolo de diagnóstico profesional

"Construye un protocolo de diagnóstico cuando una campaña gasta sin convertir. Analiza: atribución, learning phase, calidad del pixel, distribución del presupuesto, desajuste entre mensaje y audiencia, problemas de velocidad de landing, coherencia entre anuncio y página, saturación creativa y señales débiles de intento de compra."

8. Sistema de testeo estructurado de 14 días

"Diseña un sistema de testeo estructurado a 14 días para anuncios, diferenciando: pruebas exploratorias, pruebas de explotación, pruebas de desempeño, pruebas de fatiga y pruebas de escalabilidad. Explica qué variable se testea cada día y cómo interpretar resultados sin sesgos."



SECCIÓN 3 — Segmentación Experta (Audiencias + Data + Psicología)

La segmentación es clave para reducir costos y mostrar anuncios solo a quienes tienen intención real. Estos prompts construyen mapas de audiencias, públicos ocultos, lookalikes estratégicos y ecosistemas de segmentación completos.



9. Prompt para segmentar

"Requiero que identifiques y propongas intereses específicos para una segmentación detallada en Meta Ads, considerando que utilizaré Advantage+ Audience.

Enfócate exclusivamente en la definición de intereses: categorízalos en amplios, intermedios y específicos, y prioriza aquellos con mayor afinidad hacia mi tipo de cliente.

Mi Producto/Servicio es:

[Producto / Servicio].

Mi cliente ideal es: [Edad, Sexo, Lugar, actividad, nivel de Ingresos].

Entrega la respuesta en una lista estructurada y depurada, optimizada para rendimiento en campañas de conversión."

10. Audiencias ocultas de alto rendimiento

"Identifica audiencias ocultas de alto rendimiento para vender ____ basadas en patrones indirectos: apps que utilizan, marcas aspiracionales, microculturas digitales, comunidades de nicho, hábitos de consumo no obvios y señales conductuales. Sustenta la lógica detrás de cada una."

11. Estrategia profesional de lookalikes

"Diseña una estrategia profesional de lookalike para escalar ____ con la siguiente estructura: LAL de adquisición, LAL de consideración, LAL de alta calidad, LAL de retención. Indica las mejores fuentes, porcentajes recomendados y orden de implementación."

12. Ecosistema completo de audiencias

"Estructura un ecosistema completo de audiencias frías, tibias y calientes para ____ e indica qué tipo de anuncio (emocional, educativo, demostrativo, testimonial, comparativo) funciona mejor en cada etapa, incluyendo ejemplos de hooks y CTA."



SECCIÓN 4 — Creatividades Profesionales (UGC, Copy y Conceptos)

Las creatividades representan el 70% del rendimiento en Meta Ads. Estos prompts producen anuncios profesionales, guiones UGC, textos psicológicos y creatividades anti-fatiga.

**13. Conceptos basados en neuroventas**

"Crea 10 conceptos de anuncios basados en neuroventas para vender ____, incluyendo: estímulo visual, detonante emocional, conflicto central, promesa transformadora, frase gancho, prueba social y close final."

14. Guiones UGC de alto impacto

"Genera 10 guiones UGC con narrativa completa: gancho disruptivo, situación actual, tensión, demostración, alivio cognitivo, resultado y CTA. El tono debe ser totalmente orgánico, como si fuera un video real grabado por un cliente."

15. Videos estilo 'anti-ad'

"Proporciona 10 ideas de videos 'anti-ad' (que no parezcan anuncios), usando POV, grabaciones caseras, sonidos virales, cámara en mano, ASMR, transiciones rápidas y microrelatos de 3 segundos. El producto es ____."

16. Copywriting avanzado con sesgos cognitivos

"Escribe 10 textos principales de anuncio con copywriting avanzado usando: sesgos cognitivos, pérdida vs ganancia, inversión simbólica, autoridad implícita, narrativa aspiracional y micro-historias. Producto: ____."

17. Titulares de alto impacto psicológico

"Genera 10 titulares profesionales basados en: categoría, dolor, beneficio, urgencia, autoridad, curiosidad y novedad. Incluye una breve explicación del propósito psicológico de cada título. Producto: ____."

18. Reconstrucción profesional de copy

"Toma este texto y reconstruye 3 versiones: una versión emocional, una racional y una híbrida. Luego crea una versión optimizada para clics y otra para conversiones. Texto: [pega tu copy]."

**SECCIÓN 5 — Optimización y Escalado Profesional**

Aquí están los prompts que usan los media buyers senior para optimizar campañas, detectar problemas, reducir costos y escalar campañas sin romper el algoritmo.

19. Diagnóstico profesional de KPIs

"Analiza esta campaña con KPIs: [pega datos]. Interpretalos como un Media Buyer Senior. Genera un diagnóstico del cuello de botella, hipótesis probables, pruebas



recomendadas, acciones inmediatas, checklist de optimización y criterios de 'seguir, pausar o escalar'."

20. Protocolo para reducir costos

"Construye un protocolo de reducción de costos publicitarios para ____ revisando: saturación, relevancia, CTR real vs CTR esperado, coherencia creativa, ajuste entre interés y buyer persona, optimización de landing page, velocidad móvil, persuasión del copy y elementos de disuasión."

21. Plan de escalado profesional

"Diseña un plan de escalado profesional basado en: escalado vertical progresivo, escalado horizontal por duplicación, nesting, campañas broad, lookalikes en cascada y segmentación por intención. Indica pausas, ritmos, porcentajes y qué señales observar."

22. Sistema para mejorar calidad de tráfico

"Elabora un sistema para mejorar la calidad del tráfico hacia mi página de venta de ____ que contemple: filtros psicológicos en el copy, mejoras en la claridad del mensaje, selección de públicos más cualificados, limpiezas de audiencias calientes, reducción de clics de curiosos y optimización técnica de la landing."



SECCIÓN 6 — Embudos y Conversiones

Estos prompts construyen embudos completos con secuencias de retargeting, optimización de páginas, ofertas irresistibles y lead magnets profesionales.

23. Embudo de ventas completo (TOFU–MOFU–BOFU)

"Diseña un embudo de venta completo para vender ____ desde Meta Ads, incluyendo campañas, ofertas escalonadas, retargeting conductual, secuencia de calentamiento, contenido de apoyo, mental triggers por etapa, frecuencia por audiencia y scripts de remarketing."

24. Optimización profunda de landing page

"Optimiza mi landing page: [pega texto]. Reescribela para máxima conversión creando estructura, encabezados, pruebas sociales, bullets, tratamiento del dolor, promesa de valor, garantía, cierre final y CTA. Incluye 3 versiones alternativas."

25. Creación de ofertas irresistibles



"Crea 10 ofertas irresistibles tipo 'high-conversion' para mi producto ____, integrando bonos, escasez real, valor percibido, anclaje de precios, urgencia ética y elementos de retención."

26. Lead magnet premium

"Diseña un lead magnet premium alineado al producto ____, con: título de alto impacto, promesa concreta, contenido de valor, entregables, formato sugerido, embudo de seguimiento y posicionamiento estratégico."

SECCIÓN 7 — Diagnóstico de Problemas Complejos

Cuando algo falla en Meta Ads, estos prompts te permiten descubrir la causa y corregirla con precisión profesional.

27. CTR alto pero sin ventas

"Mi campaña tiene un CTR alto pero no vende. Haz un diagnóstico técnico considerando: desalineación entre promesa y landing, baja intención de los clics, saturación creativa, falta de autoridad, pricing incorrecto, segmento equivocado, UX débil o falta de demostración. Dame soluciones concretas."

28. Leads caros

"Mis leads son muy caros. Haz un análisis de causas posibles desde la perspectiva del algoritmo, Creatives-to-Landing Match, segmentación, relevancia, optimización del evento, copywriting, ángulo de oferta y calidad del formulario. Propón acciones inmediatas."

29. Fatiga creativa

"Mis creatividades entran en fatiga rápidamente. Diseña un sistema anti-fatiga: variaciones de ángulos, diversificación creativa, cambios en el ritmo visual, rotación por emoción, refuerzo con testimonios, hooks alternativos y segmentación dinámica."

SECCIÓN 8 — Análisis Avanzado de Competencia

Estos prompts te permiten entender cómo piensa tu competencia, qué les funciona y cómo superarlos con creatividad y diferenciación estratégica.

30. Análisis competitivo profundo



"Haz un análisis competitivo profundo de estas marcas: [incluye enlaces]. Evalúa: posicionamiento, estructura de campañas, tipo de oferta, creatividad dominante, sesgos psicológicos, pruebas sociales, storytelling, saturación visual y debilidades estratégicas. Luego crea un plan para diferenciar mi marca desde el mensaje, creatividad y propuesta de valor."