

**PRODUCTO****SOCIAL ADS****Aumenta tu alcance social con Facebook Custom Audience y Google Customer Match**

Vender a tu actual base de clientes es mucho más fácil que buscar nuevos, así que ¿por qué no reforzar aún más las conexiones con tus clientes actuales? La audiencia personalizada de Facebook y Google Customer Match te permiten lanzar campañas de retargeting de alta precisión coordinadas con tus estrategias de marketing.

**Beneficios Claves**

- Componentes simples de arrastrar y soltar que pueden ser añadidos a los journeys de tus clientes y usarlos para integrar efectivamente las redes sociales en tu estrategia omnicanal.
- Re-targeting a los usuarios que han abandonado el proceso de compra o consumidores que hace tiempo no son activos.
- Dirígete a un público muy parecido a tus segmentos de clientes con mejor rendimiento, para aumentar tus tasas de adquisición y generar nuevas ventas.
- Aumenta la retención de clientes mediante la creación de campañas de publicidad social centradas en la retención y dirigidas a los clientes inactivos.
- Haz que tus anuncios existentes sean más eficientes, excluyendo a las audiencias de las personas que ya se han convertido en tus consumidores.
- Agrega o quita clientes de tus audiencias usando simples procesos de flujo de trabajo, para mantener el status quo.



# Principales características técnicas

- **Fácil de activar:** Configuración única para crear un punto final del canal utilizando una cuenta / ID de cliente y un token de acceso para las audiencias personalizadas de Facebook y Google Customer Match. Este plug-in está disponible como un componente de canal dentro de tus journeys. Los usuarios pueden añadir y eliminar registros de estas audiencias sociales y de búsqueda.
- **Mejora las tasas de rendimiento:** Los usuarios no siempre utilizan la misma dirección de email para sus cuentas sociales o cuando se dan de alta en algún portal, lo que significa que el simple uso de la dirección de email no siempre resultará en un acierto. Selligent admite un matching de campos adicionales como el nombre, la fecha de nacimiento, el sexo, la ubicación y otros, para aumentar las posibilidades de coincidir con las audiencias de tus clientes.
- **Targeting & Retargeting:** Hacer un retargeting a los compradores que han abandonado su cesta o a los clientes que han dejado de serlo con ofertas relevantes, como parte de un journey de ciclo de vida programado y omnicanal. Utiliza audiencias similares para encontrar promotores de tu marca, y apunta a audiencias con características similares para hacer crecer tu base de datos y aumentar los ingresos.
- **Combate la fatiga:** Si observas una reducción en el engagement o una inactividad en el email o en otros canales, aprovecha las redes sociales para despertar el interés en tu marca con ofertas coordinadas y atractivas.

