



Módulo 1: Introducción a herramientas y estrategia de anuncios

En este primer módulo, conocerás las principales plataformas de publicidad digital que puedes usar para promocionar tu hotel.

Metas

- Te explicaremos cómo funciona el marketing digital en el mundo hotelero.
- Verás qué es y cómo se usa Google Ads, Meta Business y TikTok Ads.
- Aprenderás para qué sirven Google Analytics y Search Console, y cómo acceder a ellas.
- Te mostraremos cómo se integran estas herramientas en sitios creados en Wix o WordPress.
- Al final, reflexionaremos sobre cuáles herramientas ya conoces o has usado.

Notas:



Módulo 2: Perfiles de negocio en Meta y Google Ads

Aquí aprenderás a crear y gestionar correctamente tus cuentas de anuncios. ¡Es clave para mantener todo organizado y seguro!

Metas

- Cómo crear una cuenta en Meta Business Manager.
- Cómo asignar roles correctamente para que cada quien tenga acceso solo a lo necesario.
- Cómo crear una cuenta de Google Ads con correo profesional.
- Cómo conectar tu página de Facebook, Instagram y tu dominio web.
- Gestionar en plataformas: Anuncios, públicos, píxel y personas.
- Simularemos una estructura de cuenta para un hotel, asignando roles a un dueño, una agencia y el staff de recepción.

Notas:



Módulo 3: Configuración de etiquetas, píxel y conversiones

Este módulo es vital para medir resultados. Aprenderás a rastrear las acciones de tus usuarios en tu web.

Metas

- Aprenderás cómo generar tu propio píxel en meta y TikTok.
- Insertarás el código en una web de prueba (WordPress o Wix).
- Configurarás la conexión de tu sitio en Google Analytics.
- Verificaremos juntos que el píxel está funcionando.

Notas:



Módulo 4: Segmentaciones de público

Aquí aprenderás a encontrar y hablarle al público correcto, desde nuevos usuarios hasta quienes ya te conocen.

Metas

- Qué es un público frío, tibio y caliente.
- Cómo crear públicos por intereses, por ejemplo: personas interesadas en viajes a CDMX.
- Cómo elegir palabras clave efectivas para tus campañas.
- Harás un ejercicio práctico con tu hotel.

Notas:



Módulo 5: Campañas, grupos de anuncios y anuncios

En este módulo vas a construir tu primera campaña de principio a fin. Es donde aplicas todo lo aprendido.

Metas

- Elegir el objetivo ideal para tu campaña: tráfico, interacción, alcance...
- Crear una campaña desde cero en Meta y Google.
- Configurar un grupo de anuncios con su público y presupuesto.
- Asignar fechas y horarios estratégicos.
- Diseñar tus anuncios con imágenes, texto y llamadas a la acción.
- Probar cómo se ven en celular y computadora.

Notas:



Módulo 6: Métricas y análisis de resultados

Saber qué está funcionando y qué no es lo que hace rentable tu inversión. Aquí leerás los resultados como un experto.

Metas

- Cómo ver tus métricas en el panel de Meta o Google Ads.
- Qué significan términos como CTR, CPC, CPA y ROAS.
- Cómo adaptar tu panel para ver solo lo importante (KPIs).
- Cómo identificar qué anuncio o campaña te está funcionando mejor.
- Aprenderás a tomar decisiones con base en datos, no en corazonadas.

Notas:

Módulo 7: Seguimiento avanzado



En el cierre del curso, aprenderás técnicas avanzadas para sacarle todo el jugo a tus campañas.

Metas

- Conocerás las URLs personalizadas con etiquetas UTM para saber de dónde vienen tus visitas.
- Aprenderás a ver esta información en Google Analytics.
- Plantilla y base de datos de clientes para hacer remarketing.
- Generarás públicos similares basados en huéspedes anteriores.
- Diseñarás tu propio embudo de ventas hotelero: tráfico > remarketing > retención.

Módulo 7: Seguimiento avanzado



En el cierre del curso, aprenderás técnicas avanzadas para sacarle todo el jugo a tus campañas.

Metas

- Conocerás las URLs personalizadas con etiquetas UTM para saber de dónde vienen tus visitas.
- Aprenderás a ver esta información en Google Analytics.
- Plantilla y base de datos de clientes para hacer remarketing.
- Generarás públicos similares basados en huéspedes anteriores.
- Diseñarás tu propio embudo de ventas hotelero: tráfico > remarketing > retención.



Glosario básico de términos publicitarios para hoteleros

CPC (Costo por clic): Cuánto pagas cada vez que alguien hace clic en tu anuncio.

CTR (Click Through Rate): Porcentaje de personas que vieron tu anuncio y dieron clic. Se calcula como clics ÷ impresiones.

CPA (Costo por adquisición): Cuánto te cuesta lograr una conversión, como una reserva o un mensaje.

ROAS (Return on Ad Spend): Retorno sobre tu inversión en publicidad. Se calcula como ingresos ÷ gasto en ads.

Público frío: Personas que nunca han interactuado con tu hotel o contenido.

Público tibio: Usuarios que han visitado tu web o interactuado con tus publicaciones.

Público caliente: Personas que ya estuvieron cerca de concretar una acción (ej. iniciar reserva).

Píxel: Fragmento de código que colocas en tu web para medir el comportamiento de los usuarios.

Campaña: Conjunto de anuncios con un objetivo común, como obtener reservas o visitas al sitio.

Grupo de anuncios: Nivel intermedio dentro de una campaña donde defines público, presupuesto y ubicaciones.

Anuncio: Lo que ve el usuario. Contiene imagen/video, texto, llamado a la acción y enlace.

UTM: Etiquetas que se añaden a los enlaces para rastrear de dónde vienen los clics.

Remarketing: Técnica para volver a mostrar anuncios a personas que ya interactuaron contigo pero no convirtieron.

Públicos similares: Audiencias que se parecen a tus clientes anteriores, creadas automáticamente por las plataformas.