Cómo usar Valthor

Guía completa de Campañas: qué anuncio te trae ventas

Aprende a usar Campañas en Valthor: mide qué anuncio, link o formulario te trae clientes y ventas, y conecta Meta y Google para pautar mejor.

EN CORTO

Campañas te muestra de dónde vino cada cliente (un anuncio de Meta o de Google, un link o un formulario) y cuánto te vendió. En esta guía configuras cada origen, conectas tu cuenta de Meta y le pasas tus ventas a Meta y a Google para que tu pauta busque más clientes como esos.

Nivel Intermedio Duración 25 min Fecha 1 de noviembre de 2026 Autor Equipo Valthor

#campañas #anuncios #meta ads #google ads #links de campaña #formularios #atribución

Ficha

NIVEL
Intermedio

REQUISITOS
Plan con Campañas (Pro o superior) y tu WhatsApp conectado a Valthor

COSTO
Incluido en los planes con Campañas

DÓNDE SE USA
Menú Campañas de Valthor, Administrador de anuncios de Meta y Google Ads

QUIÉN LO CONFIGURA
Un administrador o quien tenga permiso para configurar Campañas

Pagar anuncios sin saber cuál vende es adivinar. **Campañas** cruza de dónde vino cada cliente con lo que compró, así decides con datos qué anuncio apagar y en cuál poner más

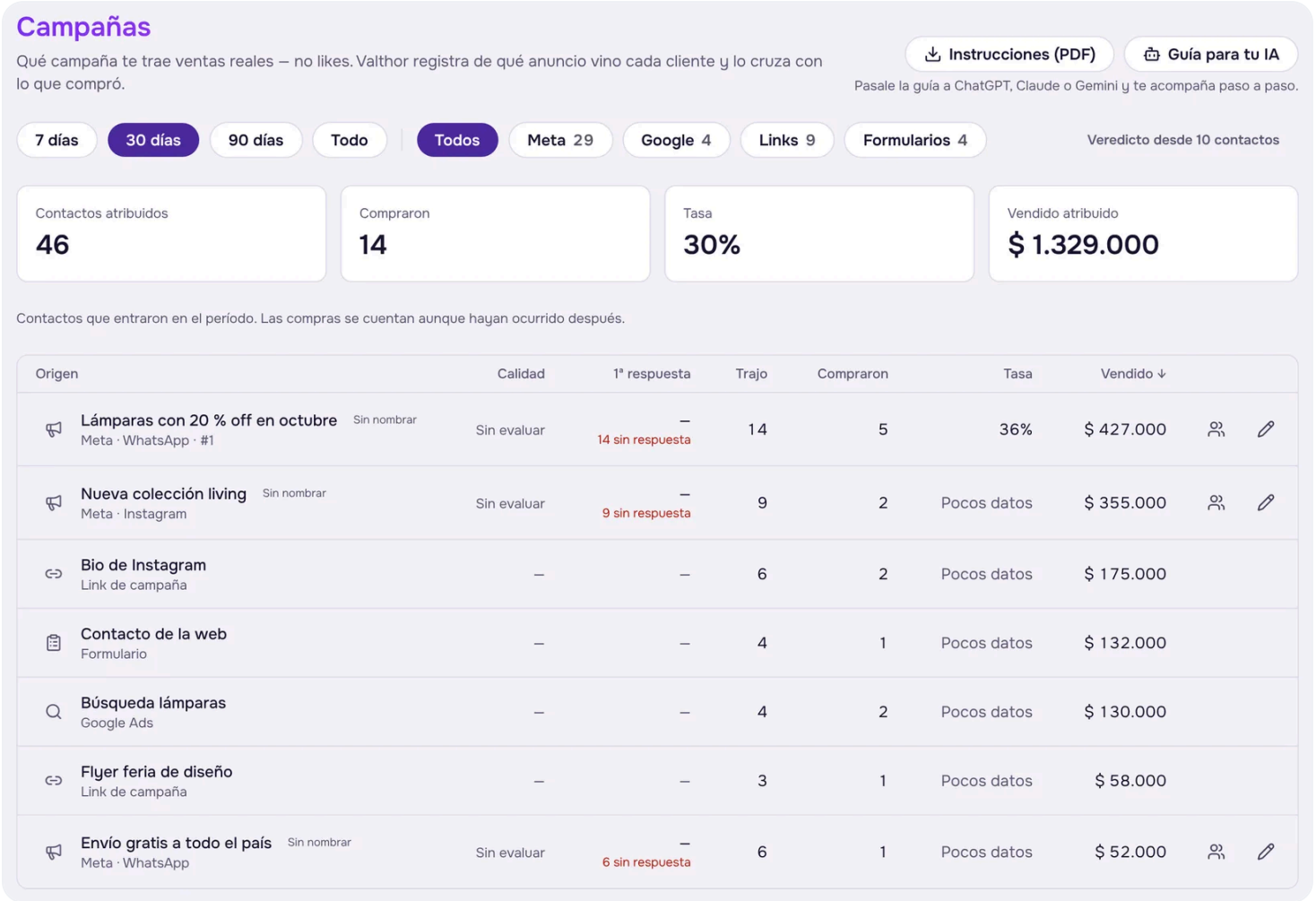
plata.

En esta guía recorres la sección completa con un negocio de ejemplo, Casa Lumen, una tienda de decoración. Los números de las capturas son de prueba.

> **Qué cuenta como venta**
>
> Solo cuentan las ventas registradas: pedidos pagados, cobros por link de pago y oportunidades marcadas como ganadas en **Ventas**. Si cierras por WhatsApp y cobras por transferencia, marca la oportunidad como ganada.

01 Lee el tablero de Campañas

Entra a **Campañas** en el menú. Arriba ves cuatro números del período: contactos que llegaron desde un anuncio, un link o un formulario, cuántos compraron, la tasa y cuánto vendiste. Abajo, una fila por cada origen.



Columna	Qué te dice
Origen	El anuncio, link o formulario por el que llegó la persona
Calidad	Cuántos contactos están calientes, tibios o fríos según la IA
1ª respuesta	Cuánto tardaron en contestarle y cuántos quedaron sin respuesta
Trajo	Contactos que llegaron por ese origen en el período
Compraron	Cuántos de ellos te compraron, aunque haya sido después
Tasa	Compraron dividido por Trajo
Vendido	Lo que te compraron esos contactos

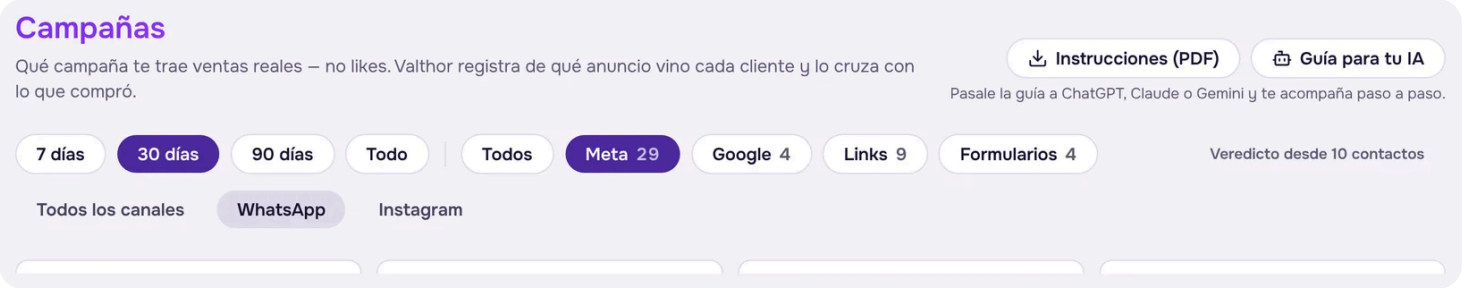
Con pocos contactos, la tasa dice **Pocos datos**: hace falta un mínimo para sacar conclusiones. Ese mínimo lo cambias en **Veredicto desde… contactos**.

Si tienes una red de franquicias

La central compara las campañas de cada franquicia y decide si cada una hace las suyas. Cada franquicia ve solo sus campañas.

02 Filtra por período y por origen

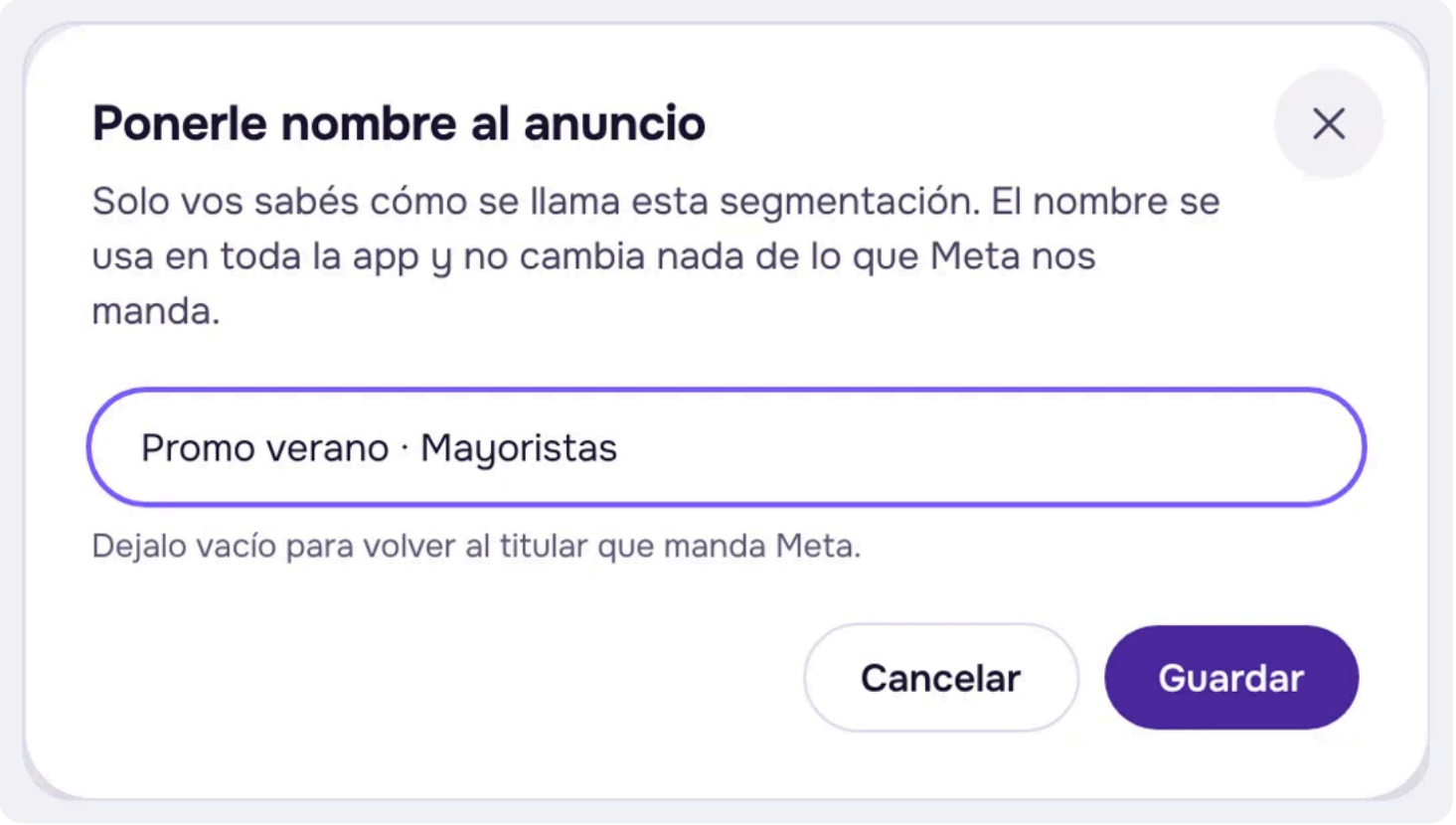
1. Elige el período: **7 días**, **30 días**, **90 días** o **Todo**.
2. Elige de dónde vinieron: **Todos**, **Meta**, **Google**, **Links** o **Formularios**. Cada botón muestra cuántos contactos trajo.
3. En **Meta** puedes separar además **WhatsApp** e **Instagram**.



> **Cada contacto cuenta una sola vez**
>
> Un contacto queda en su **primer** origen. Si vino de un anuncio de Meta y después completó un formulario, queda en **Meta**.

03 Ponle nombre a tus anuncios de Meta

Meta manda el titular del anuncio, que a veces no alcanza para reconocerlo. Toca el lápiz de la fila y escribe el nombre que usas tú, por ejemplo «Promo verano · Mayoristas». El dato original de Meta no se pisa: si dejas el nombre vacío, vuelve el titular.

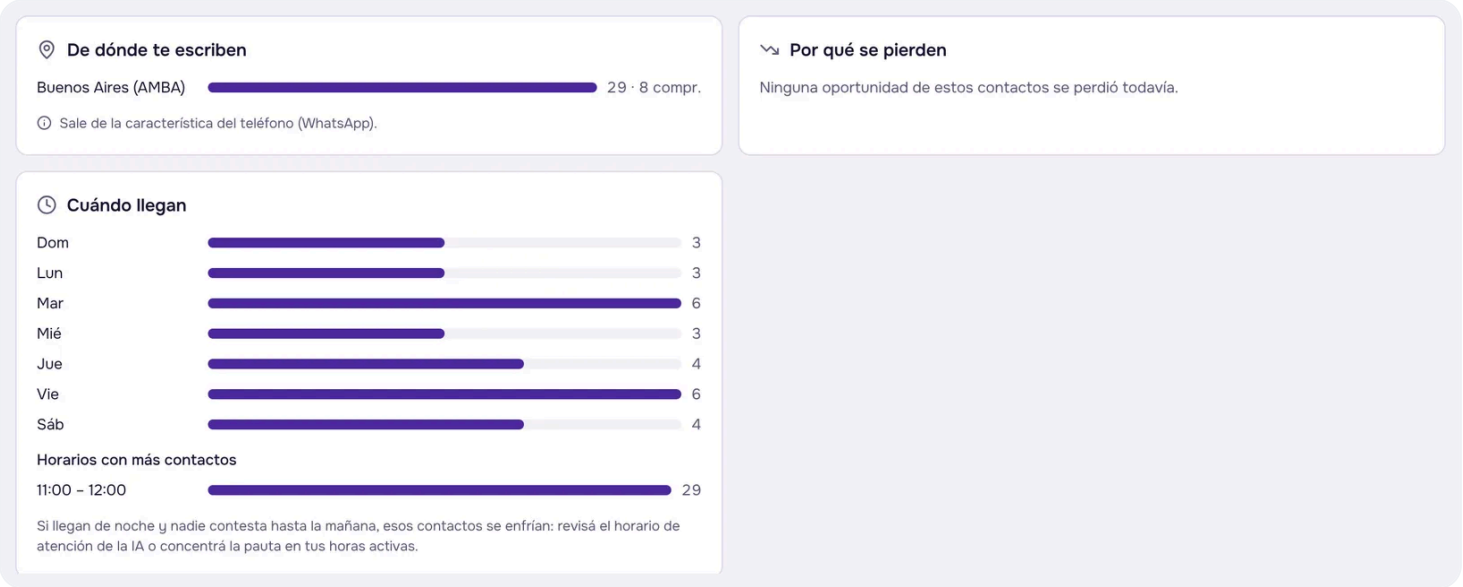


Con el ícono de personas de la misma fila ves la lista de contactos que trajo ese anuncio.

04 Mira de dónde y cuándo te escriben

Debajo de la tabla tienes tres paneles:

- **De dónde te escriben:** la zona de cada contacto, sacada de la característica del teléfono. Instagram no trae teléfono: si quieres la zona de esos contactos, suma un dato clave «Ciudad» y la IA lo anota cuando el cliente lo dice.
- **Por qué se pierden:** los motivos de pérdida que tu equipo elige en **Ventas** al marcar una oportunidad como perdida.
- **Cuándo llegan:** los días y horarios con más contactos. Si llegan de noche y nadie contesta hasta la mañana, revisa el horario de atención de tu IA o concentra la pauta en tus horas activas.



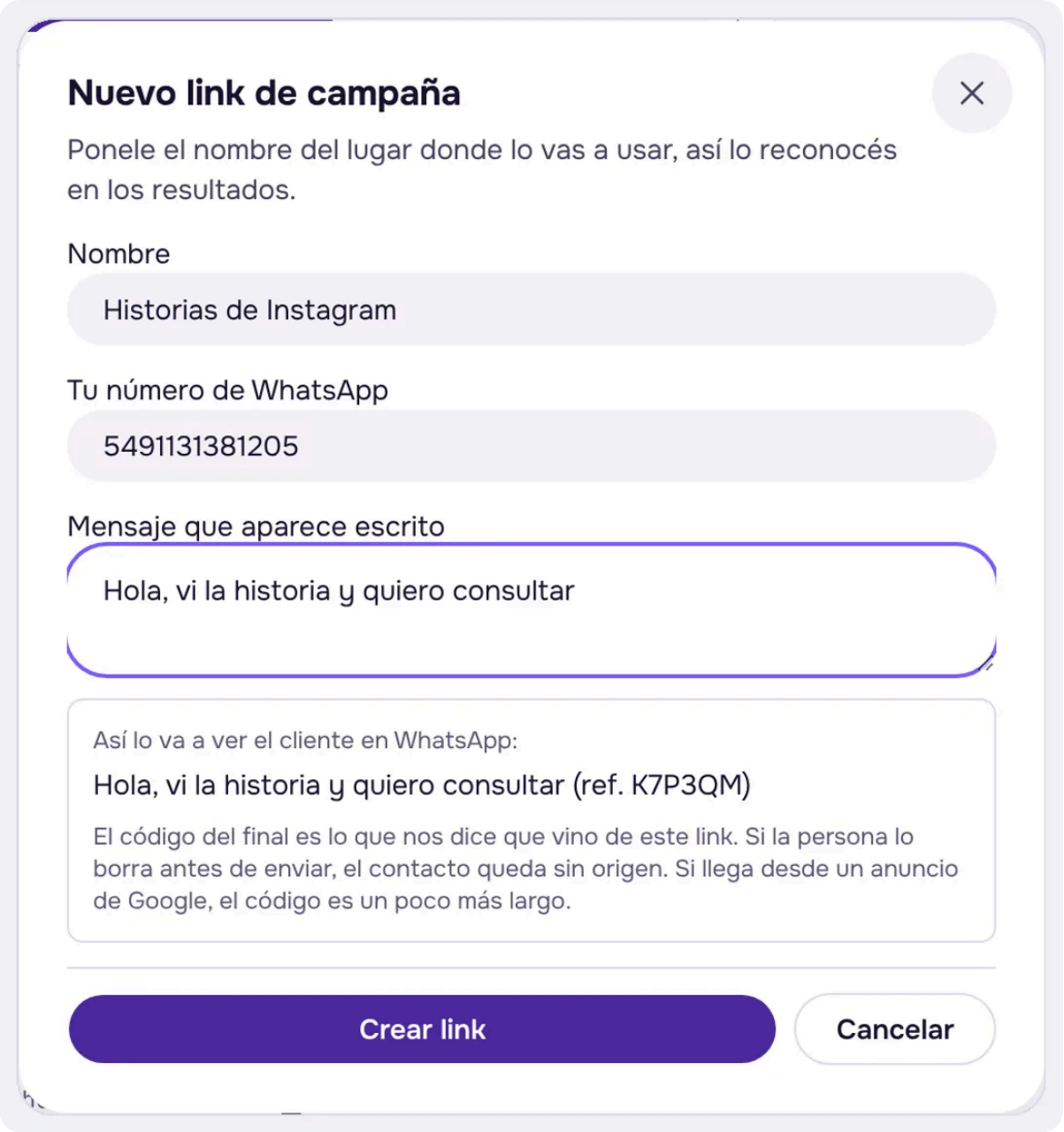
05 Crea links de campaña

Los **links de campaña** sirven para todo lo que no es un anuncio de Meta: la bio de Instagram, un flyer, un influencer o un anuncio de Google. Cada link abre tu WhatsApp con un mensaje ya escrito, y quien te escribe desde ahí queda con ese origen en su ficha.

1. En **Campañas**, baja hasta **Links de campaña** y toca **Nuevo link**.
2. Ponle el nombre del lugar donde lo vas a usar, por ejemplo «Historias de Instagram».

3. Escribe tu número de WhatsApp con código de país y el mensaje que quieres que aparezca escrito.

4. Toca **Crear link**, cópialo con el botón de copiar y pégalo donde lo vayas a usar. También puedes convertirlo en un código QR.



En la tabla ves, por cada link, los clics, los contactos, las oportunidades, las ventas y los ingresos.



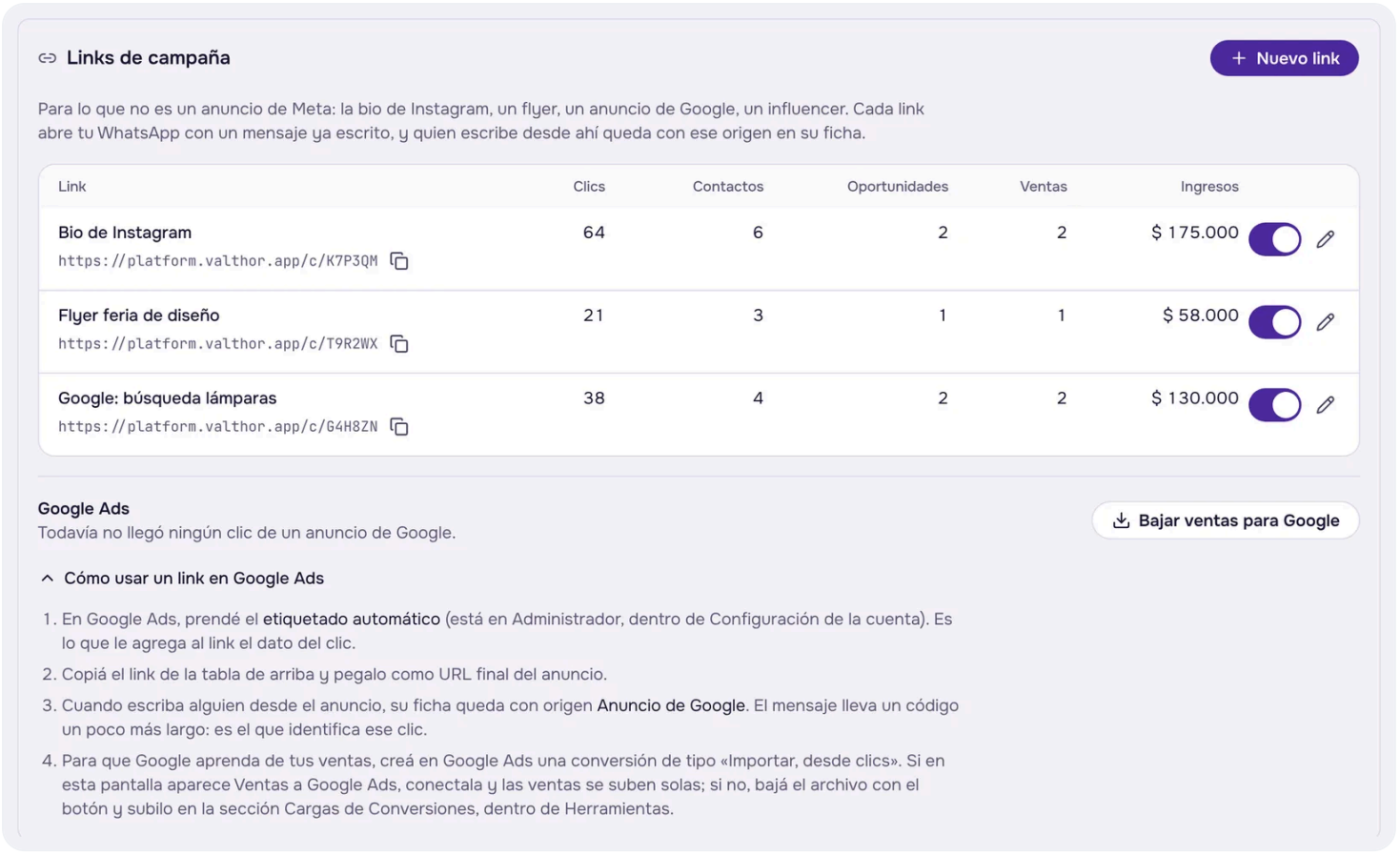
> ⚠ **No borres el código del mensaje**
>
> El mensaje termina con un código, por ejemplo «(ref. K7P3QM)». Es lo que indica que la persona vino de ese link: si lo borra antes de enviar, el contacto queda sin origen.

- El origen se guarda solo la primera vez, y un anuncio de Meta siempre tiene prioridad.
- Si apagas un link, deja de abrir WhatsApp. Lo que ya se registró queda.

06 Mide tus anuncios de Google

Si tus anuncios de Google llevan a WhatsApp, usa un link de campaña como destino del anuncio:

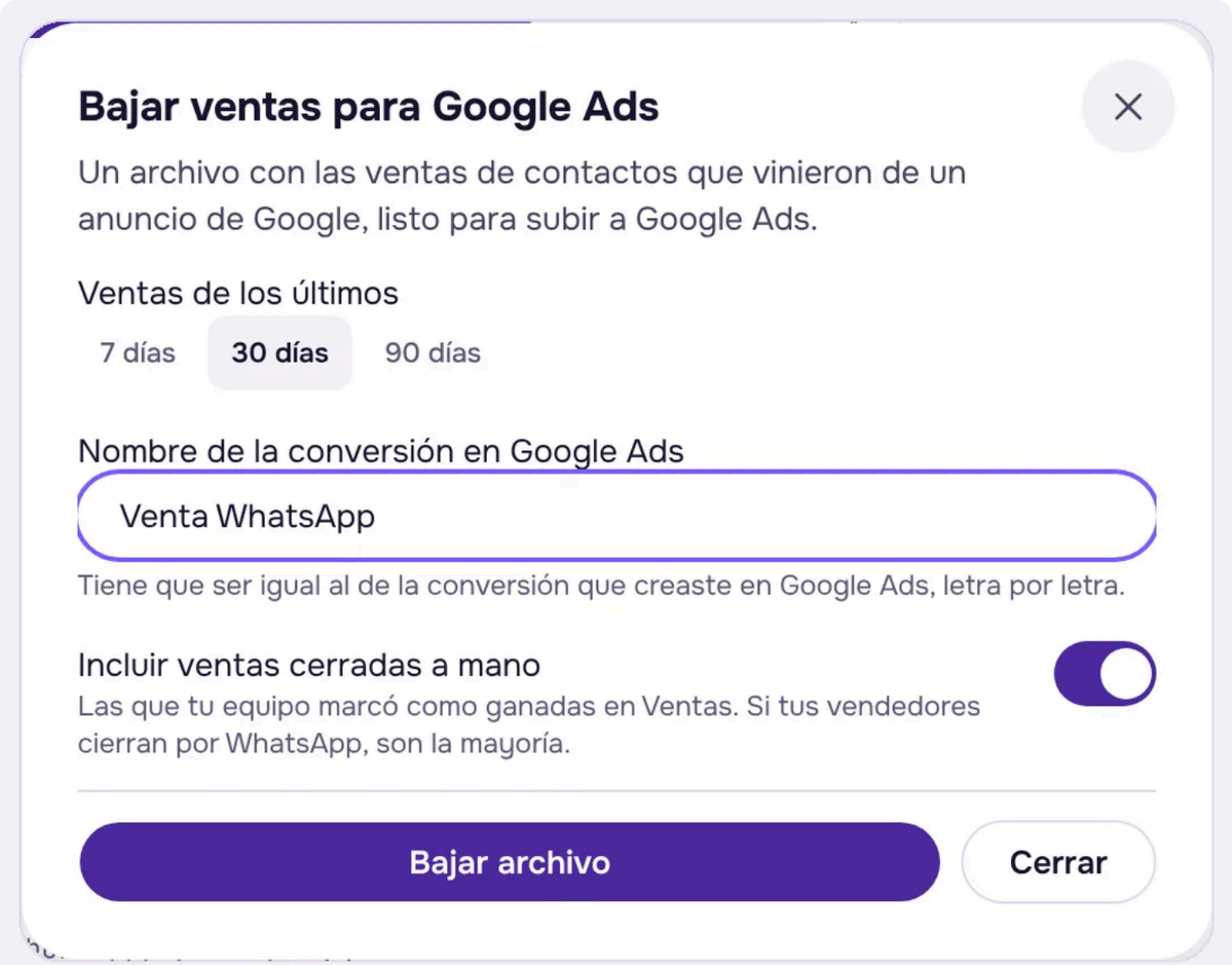
1. En Google Ads, prende el **etiquetado automático** (Administrador → Configuración de la cuenta).
2. En **Campañas → Links de campaña**, crea un link (o usa uno que ya tengas) y cópialo.
3. Pégalo como **URL final** de tu anuncio de Google.
4. Cuando alguien te escriba desde el anuncio, su ficha queda con origen **Anuncio de Google** y el nombre de la campaña.



Pásale tus ventas a Google

Así Google aprende qué clics terminan en venta y busca más personas como esas.

1. En Google Ads, crea una conversión de tipo **Importar → Desde clics**.
2. Si en tu pantalla aparece **Ventas a Google Ads**, toca **Conectar Google Ads**, elige la cuenta y la conversión, y prende **Subir ventas automáticamente**. Desde ese momento cada venta llega sola a Google.
3. Si todavía no aparece, toca **Bajar ventas para Google**, elige el período, escribe el nombre de la conversión **igual que en Google Ads** y baja el archivo.
4. Sube el archivo en Google Ads, en **Herramientas → Conversiones → Cargas**.



Una cosa o la otra

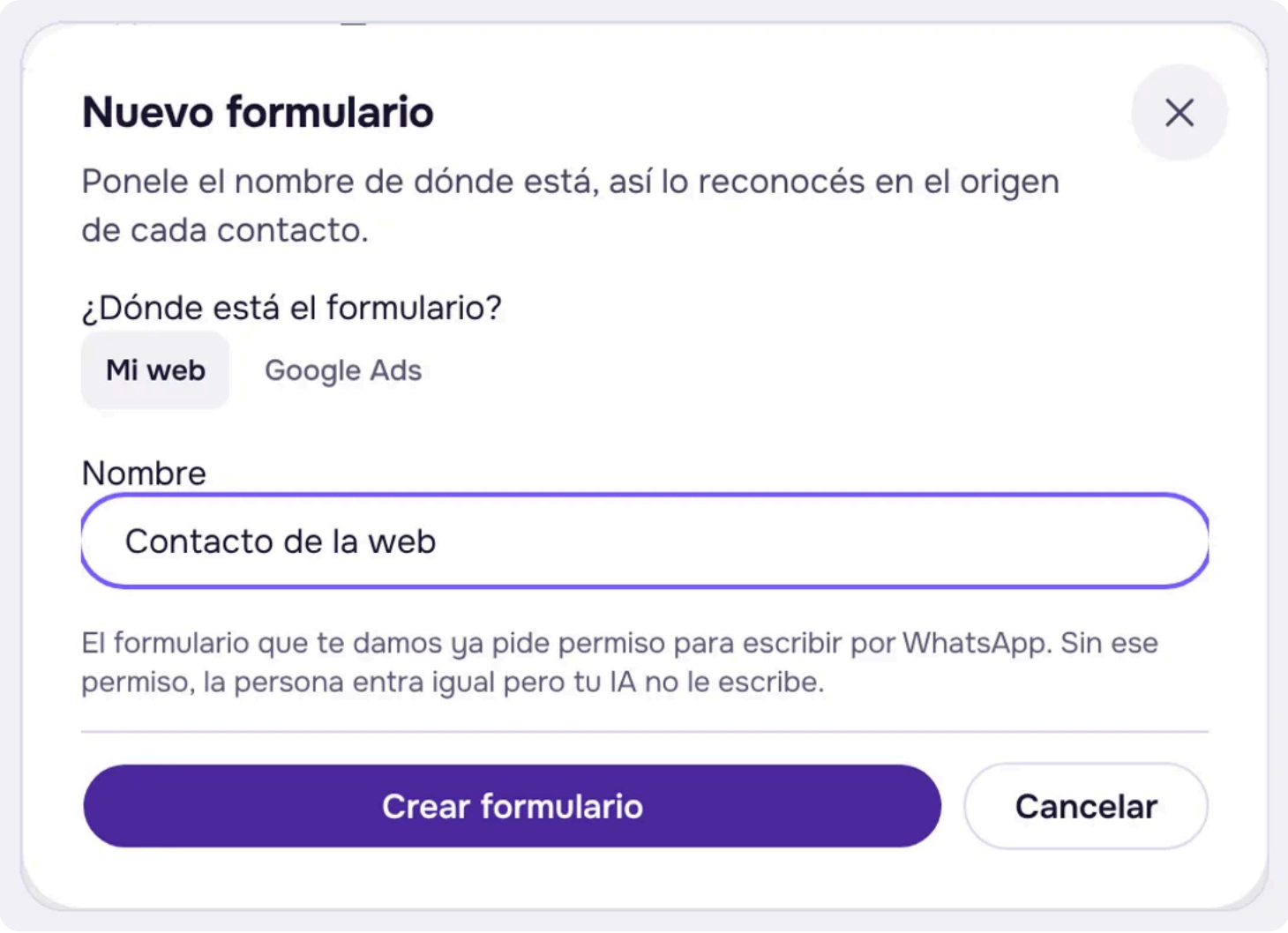
La subida automática manda solo las ventas desde que la prendes. No uses el archivo y la subida automática para las mismas ventas, o Google las cuenta dos veces. Google acepta ventas de hasta 90 días después del clic.

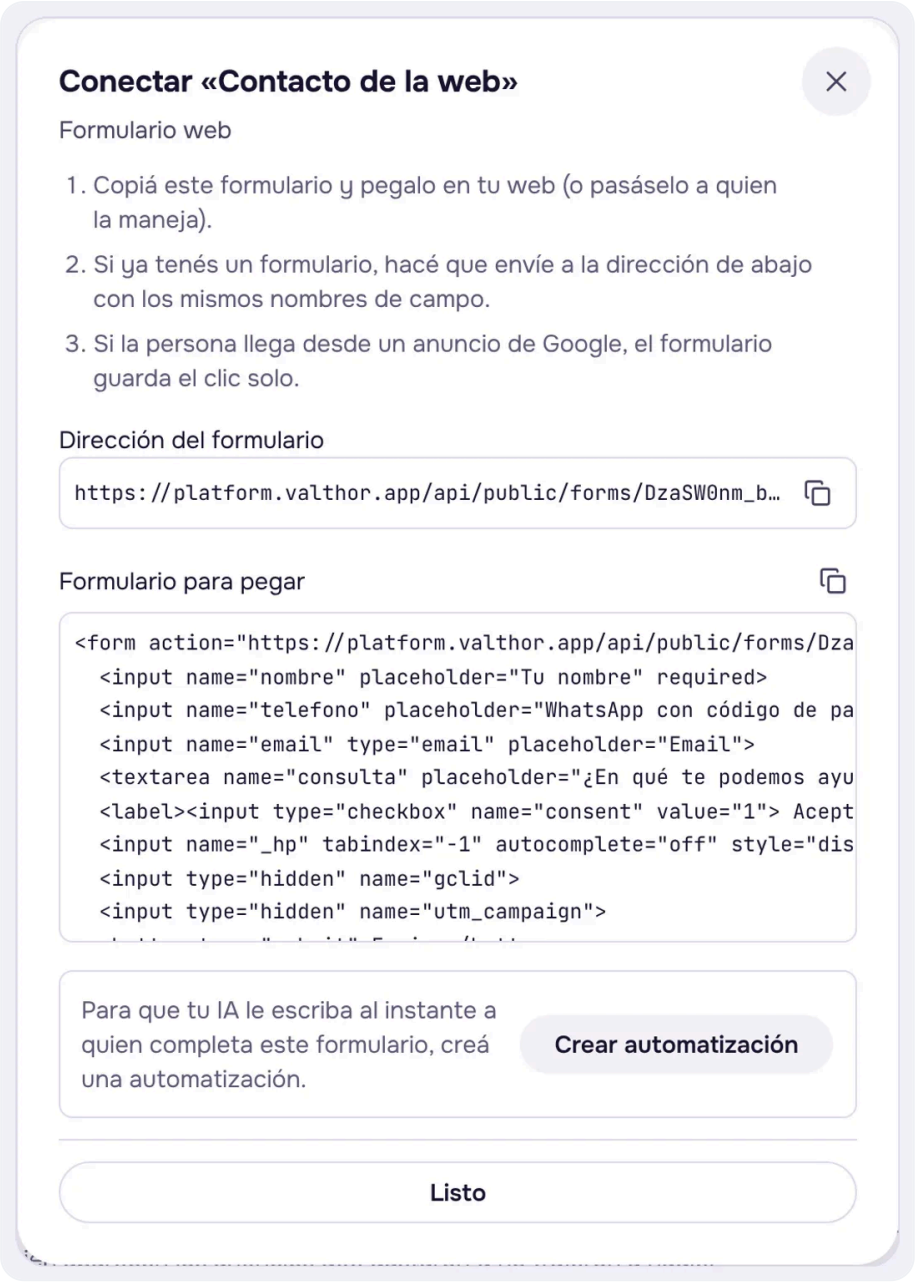
07 Recibe los formularios de tu web y de Google Ads

Cada persona que completa el formulario de tu web o el de un anuncio de Google Ads entra a Valthor como contacto, con su oportunidad en **Ventas** y lo que escribió anotado en su ficha.

Para tu web

1. En **Campañas**, baja hasta **Formularios** y toca **Nuevo formulario**.
2. Elige **Mi web** y ponle un nombre, por ejemplo «Contacto de la web».
3. Copia el formulario que te damos y pégalo en tu web, o pásaselo a quien la maneja. Si ya tienes uno, haz que envíe a la dirección que te mostramos, con los mismos nombres de campo.





El formulario que te damos se ve así. Los nombres de campo son los que Valthor reconoce:

```html
<form action="https://platform.valthor.app/api/public/forms/TU_CODIGO" method="post">
  <input name="nombre" placeholder="Tu nombre" required>
  <input name="telefono" placeholder="WhatsApp con código de país" required>
  <input name="email" type="email" placeholder="Email">
  <textarea name="consulta" placeholder="¿En qué te podemos ayudar?"></textarea>
  <label><input type="checkbox" name="consent" value="1"> Acepto que me contacten por WhatsApp</label>
  <button type="submit">Enviar</button>
</form>
```

Para Google Ads

1. En **Formularios**, toca **Nuevo formulario** y elige **Google Ads**.
2. Copia la **dirección del webhook** y la **clave**. La clave se muestra una sola vez.
3. En Google Ads, abre tu formulario de clientes potenciales, busca la integración por webhook y pega las dos cosas.
4. Toca **Enviar datos de prueba** en Google. En **Últimos envíos** vas a ver «Prueba de Google»: así sabes que quedó conectado.

Para que tu IA le escriba enseguida

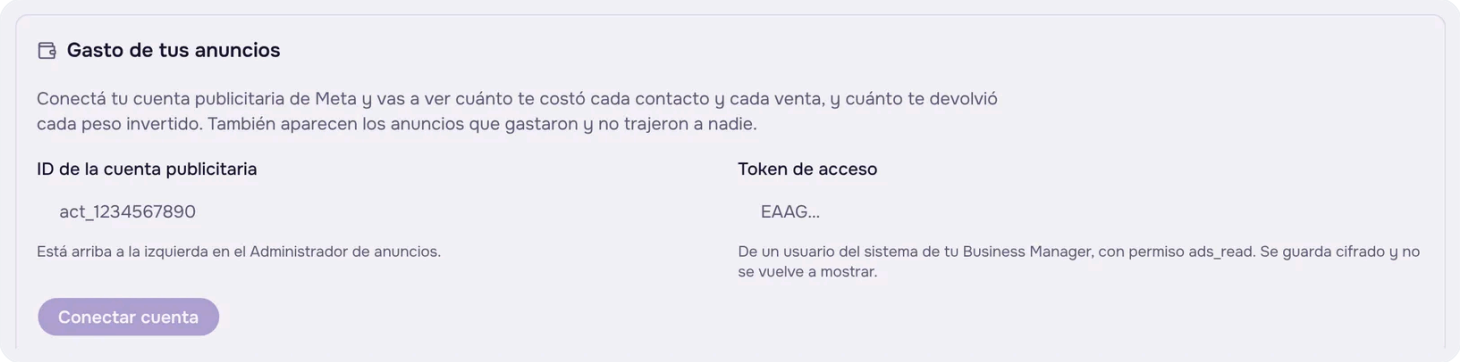
1. En **Formularios**, abre **Cómo conectarlo** y toca **Crear automatización**. Se abre una automatización con el disparador **Completa un formulario** ya elegido.
2. El primer mensaje tiene que ser una **plantilla aprobada por Meta**, porque la persona todavía no te escribió. Puedes usar la variable **Consulta del formulario** para nombrar lo que pidió.
3. Cuando la persona conteste, tu IA sigue la conversación.

> ⚠ **Permiso para escribir por WhatsApp**
>
> Tu IA solo le escribe a quien aceptó que lo contacten por WhatsApp. El formulario de la web ya trae esa casilla. En el de Google, prende **Mi formulario pide permiso para escribir por WhatsApp** solo si tu formulario lo pide de verdad: es lo que exige Meta, y si no se cumple pueden bloquearte el número.

08 Conecta lo que gastas en Meta

Con tu cuenta publicitaria de Meta conectada, ves cuánto te costó cada contacto y cada venta, y cuánto te devolvió cada peso invertido. También aparecen los anuncios que gastaron y no trajeron a nadie.

1. En **Gasto de tus anuncios**, escribe el **ID de la cuenta publicitaria**. Está arriba a la izquierda en el Administrador de anuncios y empieza con «act_».
2. Pega un **token de acceso** de un usuario del sistema de tu Business Manager con permiso de lectura de anuncios.
3. Toca **Conectar cuenta**. El token se guarda cifrado y no se vuelve a mostrar.

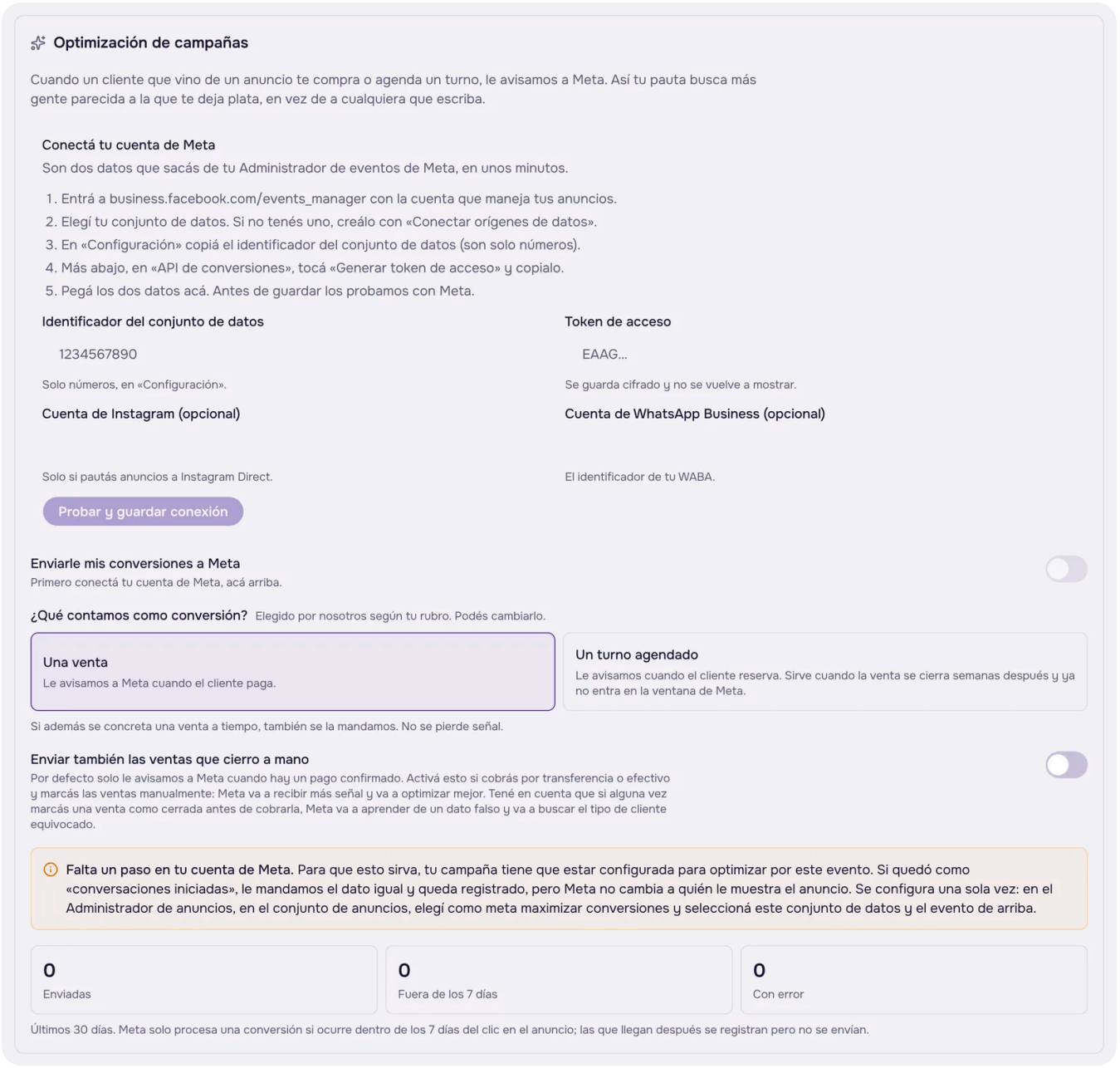


La inversión, el costo por contacto y el retorno se calculan solo con los anuncios de Meta de la cuenta que conectaste. Este paso lo hace un administrador.

09 Envíale tus conversiones a Meta

Cuando un cliente que vino de un anuncio te compra o agenda un turno, Valthor se lo avisa a Meta. Así tu pauta busca más gente parecida a la que te deja plata, en vez de cualquiera que escriba.

1. Conecta tu cuenta de Meta. Si ya conectaste tu WhatsApp, toca **Conectar con mi WhatsApp** (si tienes varios números, elige cuál).
2. Si prefieres cargar los datos a mano, entra a tu Administrador de eventos, elige tu conjunto de datos y copia su identificador desde **Configuración**.
3. Más abajo, en **API de conversiones**, toca **Generar token de acceso** y cópialo.
4. Pega los dos datos en Valthor y toca **Probar y guardar conexión**. Si algo no está bien, ves qué dijo Meta.
5. Prende **Enviarle mis conversiones a Meta** y elige qué cuenta como conversión: **Una venta** o **Un turno agendado**.



> ⚠ **Falta un paso en tu cuenta de Meta**
>
> Para que Meta use tus conversiones, tu campaña tiene que optimizar por ese evento: en el Administrador de anuncios, en el conjunto de anuncios, elige maximizar conversiones con tu conjunto de datos. Se hace una sola vez.

Si cobras por transferencia o en efectivo y marcas las ventas a mano, prende **Enviar también las ventas que cierro a mano**. Meta solo cuenta una conversión si ocurre dentro de los 7 días del clic en el anuncio.

▼ Para curiosos: cómo sabe Valthor de dónde vino cada cliente

Cuando alguien te escribe desde un anuncio de Meta, el primer mensaje trae los datos del anuncio. Ese dato llega **una sola vez** y no se puede pedir después, por eso Valthor lo guarda apenas entra el mensaje, aunque todavía no tengas Campañas en tu plan.

Para todo lo demás, el link de campaña agrega un código al final del mensaje. Valthor lo reconoce y anota el origen en la ficha del contacto. En Google, el código es un poco más largo porque además identifica el clic: es lo que permite avisarle a Google qué clic terminó en venta.

Cada contacto queda con su **primer** origen (primer contacto). Así un cliente que vio tu anuncio, después tu flyer y al final completó el formulario de tu web suma una sola vez, en el anuncio que lo trajo.