

ESPIONAJE EN META ADS LIBRARY

KIT DE PROMPTS

Dos prompts para usar con la extensión de Claude dentro de la Biblioteca de Anuncios de Meta: uno saca las palabras clave para seguir buscando, el otro saca las frases y ángulos más validados del nicho.

CÓMO USARLOS · PASO A PASO

- 1 Instala la **extensión de Claude para Chrome** y deja una pestaña con Claude lista.
- 2 Abre la **Biblioteca de Anuncios de Meta** (busca "Meta Ads Library" en Google) y entra a tu nicho con una palabra clave.
- 3 Filtra: país (ej. Brasil o EE.UU.), categoría "Todos los anuncios", **anuncios activos** y el rango de antigüedad (ej. 15+ días).
- 4 Deja en pantalla los anuncios a analizar. Activa la extensión, **pega el prompt** y acepta los permisos para que lea lo visible.
- 5 Copia las keywords o frases del resultado y **vuelve a pegarlas** en el buscador de la Ads Library para destapar más ofertas.

ANTES DE PEGAR

- > Busca en portugués o inglés para cazar ofertas que aún no llegan al español: ahí está el mecanismo único.
- > Más tiempo activo + más duplicados = ángulo más validado.
- > Combina dos palabras clave para afinar la búsqueda.
- > La IA detecta patrones; qué modelar lo decides tú.

PALABRAS CLAVE PARA SEGUIR BUSCANDO

Lee los anuncios visibles y te devuelve términos cortos (producto, dolor, beneficio, ángulo) listos para volver a escribir en el buscador de Meta Ads Library y destapar más ofertas del nicho.

COPIA TODO EL BLOQUE

Eres un experto en análisis de publicidad digital y en investigación de mercado dentro de Meta Ads Library.

REGLAS DE OPERACIÓN (LÉELAS PRIMERO)

- NO hagas scroll. NADA de scroll. Trabaja ÚNICAMENTE con los anuncios que ya están visibles en la pantalla en este momento.
- Lee la página UNA sola vez y pasa directo al análisis.
- Si ves un spinner, un "Cargando..", o un espacio vacío al final: IGNÓRALO. No esperes a que cargue, no intentes cargar más. Eso NO es un anuncio.
- Si solo hay 5, 10 o 15 ads visibles, esos son todos. Trabaja con esos y ya.
- No ejecutes scripts ni accedas al código de la página.
- Trabaja solo con el texto visible tal como aparece. Cero invención, cero traducción.
- En cuanto termines de leer lo visible, produce el análisis y CIERRA. No vuelvas a mirar la página por ningún motivo.

OBJETIVO

Identificar PALABRAS CLAVE Y TÉRMINOS DE BÚSQUEDA (una palabra o frase corta) que yo pueda volver a escribir en el buscador de Meta Ads Library para descubrir MÁS anuncios del mismo nicho, producto, dolor o ángulo. No es para SEO, es para seguir buscando dentro de Meta.

QUÉ HACE BUENA A UNA KEYWORD DE BÚSQUEDA

- Corta: idealmente 1 a 3 palabras (máximo 4).
- Genérica para devolver MUCHOS anuncios, pero específica del nicho.
- Captura una de estas categorías:
 - PRODUCTO / CATEGORÍA
 - DOLOR / PROBLEMA
 - DESEO / BENEFICIO
 - ÁNGULO / GANCHO
- NO sirve: headline larga, marca, URL ni @usuario.

LAS 3 SEÑALES DE VALIDACIÓN

- TIEMPO ACTIVO – Lee "En circulación desde [fecha]" si está visible.
 - Más antiguo = el ángulo funciona = sus términos valen más.
- DUPLICADOS – Lee "[número] anuncios usan este contenido y texto" si aparece.
 - Más alto = ad más exitoso. Si no aparece, no está duplicado.
- REPETICIÓN – Nota si un término aparece en varios anuncios distintos.
 - Más repeticiones = término validado por el mercado.

REGLAS DE EXTRACCIÓN

- Recorta frases largas a su núcleo buscable (ej: "Elimina el dolor de espalda en 7 días" → "dolor de espalda").
- Usa las mismas palabras que ves; no inventes ni traduzcas.
- Incluye términos de producto, nicho, dolor, beneficio y ganchos repetidos.
- Ignora marcas, URLs, @handles y headlines demasiado específicas.
- Prioriza términos de 1 a 3 palabras.

SISTEMA DE PuntuACIÓN

- +3 → ad con más de 6 meses activo
 - +2 → ad entre 1 y 6 meses activo
 - +3 → ad con 10+ duplicados
 - +2 → ad con 2 a 9 duplicados
 - +2 → término en 3+ ads distintos
 - +1 → término en 2 ads distintos
 - +1 BONUS → término de 1 a 3 palabras
 - 1 → término de 5+ palabras
- Ordena de mayor a menor score.

FORMATO DE SALIDA

KEYWORDS MÁS VALIDADAS PARA SEGUIR BUSCANDO

Score [9] → "[keyword exacta]"
Activo desde: [fecha] · Duplicados: [número] · En [n] ads
Tipo: [Producto/Dolor/Beneficio/Ángulo]

Score [7] → "[keyword exacta]"
Activo desde: [fecha] · Sin duplicados · En [n] ads
Tipo: [Producto/Dolor/Beneficio/Ángulo]

LISTA LISTA PARA PEGAR EN EL BUSCADOR DE META ADS LIBRARY

[keyword 1]
[keyword 2]
[keyword 3]

VARIACIONES SUGERIDAS (sinónimos del nicho, marcadas como sugerencia)

- [variación 1]
- [variación 2]

RESUMEN

- Ads leídos: [número real que viste] · Ad más antiguo: [fecha]
- Ad con más duplicados: [número] · Keyword top: "[keyword]" (Score [n])

Recuerda: CERO scroll, ignora spinners de carga, analiza solo lo visible y cierra.

FRASES Y ÁNGULOS MÁS VALIDADOS

Puntúa cada frase visible por tiempo activo, duplicados y repetición, y te entrega las más validadas ordenadas por score — más una lista limpia de keywords lista para pegar.

COPIA TODO EL BLOQUE

Eres un experto en análisis de publicidad digital. Lee el contenido de texto que ves actualmente en esta página de Ads Library de Meta. No ejecutes ningún script ni accedas al código de la página. Trabaja únicamente con el texto visible tal como aparece en pantalla. Analiza cada anuncio que puedas leer y aplica la siguiente lógica:

LAS 3 SEÑALES QUE DEBES LEER

SEÑAL 1 – TIEMPO ACTIVO

Lee el texto "En circulación desde [fecha]" si está visible en el anuncio.
→ Fecha más antigua = frase más valiosa.

SEÑAL 2 – DUPLICADOS

Lee el texto "[número] anuncios usan este contenido y texto" si está visible.
→ Número más alto = ad más exitoso = frase más valiosa.
→ Si no aparece ese texto, el ad no está duplicado.

SEÑAL 3 – REPETICIÓN ENTRE ADS

Nota si una misma frase o expresión aparece en varios anuncios distintos.
→ Más repeticiones = frase validada por el mercado.

REGLAS DE EXTRACCIÓN

- Copia el texto EXACTAMENTE como aparece visible. Cero invención, cero paráfrasis.
- Incluye: headlines, descripciones, CTAs, frases cortas visibles.
- Ignora: nombres de marcas, URLs, handles de redes sociales.
- El idioma del output debe ser el mismo idioma que ves en los anuncios. No traduzcas.
- Prioriza frases de 1 a 6 palabras.

SISTEMA DE PUNTUACIÓN

Asigna un Score de Validación a cada frase:
+3 puntos → el ad lleva más de 6 meses activo
+2 puntos → el ad lleva entre 1 y 6 meses activo
+3 puntos → el ad tiene 10 o más duplicados
+2 puntos → el ad tiene entre 2 y 9 duplicados
+2 puntos → la frase aparece en 3 o más ads distintos
+1 punto → la frase aparece en 2 ads distintos
Ordena de mayor a menor score.

FORMATO DE SALIDA

FRASES MÁS VALIDADAS

Score [8] → "[frase exacta]"
Activo desde: [fecha] · Duplicados: [número] · Repetida en [n] ads

Score [6] → "[frase exacta]"
Activo desde: [fecha] · Sin duplicados · Repetida en [n] ads

Score [4] → "[frase exacta]"
Activo desde: [fecha] · Duplicados: [número] · No repetida

LISTA LIMPIA PARA KEYWORDS

(Lista para pegar en Ahrefs / SEMrush / Google Keyword Planner)
[frase 1]
[frase 2]
[frase 3]
...

RESUMEN

- Ads leídos: [número]
- Ad más antiguo visible: [fecha]
- Ad con más duplicados: [número] copias
- Frase con mayor Score: "[frase]" (Score [n])