

QA de un creativo antes de publicarlo

La revisión final que separa un creativo que vende de uno que quema presupuesto

Cada semana se queman pesos por errores que un control de cinco minutos habría detectado: el enlace lleva a la página equivocada, el texto se corta en mobile, la oferta no se entiende o la pieza se rechaza por políticas. Esta checklist es la última puerta antes de darle publicar. Recórrela completa cada vez y vas a evitar los fallos más caros y vergonzosos.

Mensaje y oferta

Antes de mirar lo técnico, confirma que un desconocido entiende qué le ofreces y qué debe hacer.

- La oferta se entiende en los primeros tres segundos sin contexto previo.
- Hay un solo llamado a la acción claro, no tres compitiendo.
- El beneficio principal aparece, no solo la lista de características.
- El precio o la condición no genera dudas que frenen la compra.
- El texto principal no promete algo que la landing no cumple.

Calidad técnica de la pieza

Revisa la pieza en el formato y dispositivo donde la va a ver la mayoría: el celular en vertical.

- El texto en pantalla no se corta ni queda detrás de la barra de la interfaz.
- La pieza se entiende sin sonido: tiene subtítulos o texto de apoyo.
- La resolución es nítida, sin pixelado ni compresión visible.
- El formato y la proporción son los correctos para cada ubicación.
- El logo o la marca aparecen, pero no tapan el mensaje.

Enlaces y seguimiento

El error más caro y más común: el enlace funciona, pero no lleva a donde debería o no mide nada.

- El enlace abre y carga rápido, probado desde un celular real.
- Lleva a la página exacta de la oferta, no al inicio del sitio.
- Los parámetros de seguimiento están puestos y bien escritos.
- El pixel o evento de conversión dispara en esa página.
- El número de WhatsApp o formulario recibe el mensaje correcto.

Políticas y cumplimiento

Una pieza rechazada o una cuenta restringida cuestan más que el creativo. Revisa lo que suele activar alarmas.

- No hay afirmaciones absolutas de resultados garantizados.
- No se usan datos personales sensibles en el texto del anuncio.
- Las imágenes cumplen las normas de la plataforma sobre contenido.
- Si hay testimonios, son reales y no prometen lo imposible.

- El sector no exige avisos legales que falten en la pieza.

Última pasada antes de publicar

Detente treinta segundos en esta revisión final. Es la diferencia entre lanzar tranquilo y apagar un incendio.

- Una segunda persona vio la pieza y la entendió sin que le explicaras.
- El presupuesto y la programación están en el valor correcto.
- El nombre del anuncio sigue la nomenclatura para poder analizarlo después.
- Guardaste la versión final por si necesitas duplicarla o editarla.

¿Quieres que lo implementemos por ti?

Auditoría gratis de tu pauta · WhatsApp +57 302 561 6257 · manusmsads.com