

Cuánto ganas si subes tu tasa de conversión

El dinero exacto que ganas por cada punto que sube tu tasa de conversión

Subir la conversión suena abstracto hasta que lo pones en plata. Esta calculadora te da las fórmulas para traducir una mejora en tu tasa de conversión a pesos concretos, usando el mismo tráfico que ya tienes. Es la forma más clara de justificar invertir en optimizar la página en lugar de solo meterle más presupuesto a la pauta: muchas veces el dinero está en convertir mejor lo que ya llega.

Los datos que necesitas a la mano

Reúne estos cuatro números antes de calcular. Salen de tu plataforma de pauta y de tu analítica.

- Visitas: cuántos visitantes recibe la landing en el periodo.
- Tasa de conversión actual (%): qué porcentaje de visitas se convierte.
- Valor por conversión: cuánto vale en promedio cada lead o venta.
- Tasa de conversión objetivo (%): la que crees que puedes alcanzar optimizando.

Las fórmulas

Con estos cálculos pasas de porcentajes a pesos. Son simples y se hacen en una hoja de cálculo.

- Conversiones actuales = Visitas $\times$ (Tasa actual $\div$ 100).
- Conversiones objetivo = Visitas $\times$ (Tasa objetivo $\div$ 100).
- Conversiones extra = Conversiones objetivo - Conversiones actuales.
- Ingreso extra = Conversiones extra $\times$ Valor por conversión.

Ejemplo resuelto paso a paso

Una marca recibe 10.000 visitas al mes, convierte al 2% y cada conversión vale \$80.000 COP. Cree que puede llegar al 3%.

- Conversiones actuales = $10.000 \times 0,02 = 200$ conversiones.
- Conversiones objetivo = $10.000 \times 0,03 = 300$ conversiones.
- Conversiones extra = $300 - 200 = 100$ conversiones más al mes.
- Ingreso extra = $100 \times 80.000 = 8.000.000$ COP al mes, sin gastar un peso más en pauta.

Proyéctalo en el año

El impacto real se ve cuando lo multiplicas por doce meses. Ahí queda claro por qué optimizar paga.

- Ingreso extra anual = Ingreso extra mensual $\times$ 12.
- Con el ejemplo: $8.000.000 \times 12 = 96.000.000$ COP al año.
- Compara ese número con lo que cuesta optimizar la página: casi siempre el retorno es enorme.

- Recuerda que ese ingreso extra sale del mismo tráfico que ya estás pagando.

Cómo usar el resultado para decidir

El número no es la decisión, es el argumento. Úsalo para priorizar dónde poner tu energía.

- Si el ingreso extra es grande, optimizar la página rinde más que subir el presupuesto de pauta.
- Usa la cifra para justificar invertir en velocidad, formulario o estructura de la landing.
- Sé realista con la tasa objetivo: una mejora del 2 al 3% es creíble, del 2 al 8% no.
- Recalcula después de cada mejora para ver si tu nueva tasa real coincide con lo proyectado.

¿Quieres que lo implementemos por ti?

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