

Checklist de fin de mes para optimizar tus campañas

La rutina de cierre mensual para limpiar, reforzar y arrancar el mes siguiente con orden

Las cuentas que rinden no se optimizan en el día a día a punta de pánico, se ordenan con un ritual de cierre cada fin de mes. Esta lista te da ese ritual: un repaso punto por punto para limpiar lo que desperdició plata, reforzar lo que funcionó y dejar todo listo para que el mes siguiente arranque con criterio y no con improvisación. Es la rutina que usamos en Manu para que ninguna cuenta entre a un mes nuevo cargando los errores del anterior.

Revisa los números del mes que cierra

Antes de tocar nada, mira el mes completo con frialdad. El cierre empieza por entender qué pasó, no por reaccionar.

- Compara el costo por resultado de este mes contra el anterior.
- Revisa si la inversion total dio el retorno esperado o se quedó corta.
- Identifica el mejor y el peor día del mes y pregunta que los explique.
- Anota el costo por resultado de cierre: es la referencia con la que abrirás el mes siguiente.

Limpia lo que no rindió

Todo mes deja basura acumulada que sigue gastando en silencio. El cierre es el momento de cortarla sin culpa.

- Apaga las campañas y conjuntos con costo por resultado muy por encima del promedio.
- Pausa los creativos con mucha inversión y pocos resultados.
- Elimina o pausa públicos que se solapan y compiten entre sí por el mismo costo.
- Cierra cualquier prueba que ya dio su respuesta y sigue corriendo por inercia.

Refuerza lo que funcionó

Optimizar no es solo cortar, también es darle más a lo que ya gana. No dejes ahogados a tus ganadores.

- Identifica los creativos y públicos con mejor costo por resultado del mes.
- Revisa si tus ganadores tienen presupuesto suficiente o están limitados.
- Prepara variaciones de los creativos ganadores para no depender de uno solo.
- Documenta por qué crees que funcionaron: ese aprendizaje alimenta el mes siguiente.

Chequea la salud de la cuenta

Hay señales de desgaste que no se ven en el costo del día, pero que avisan problemas para el mes que viene.

- Mira la frecuencia de los anuncios activos: si está alta, toca rotar creativos pronto.

- Revisa que la medición (pixel, conversiones, atribución) siga funcionando bien.
- Confirma que no haya errores de aprobación o anuncios rechazados sin que te enteraras.
- Verifica que el saldo o el método de pago no vaya a frenar las campañas a inicio de mes.

Sigue al visitante más allá del clic

El cierre no termina en la plataforma de pauta. Revisa qué pasó con la gente que sí hizo clic.

- Revisa la tasa de conversión de la landing: si bajo, la fuga puede no estar en la pauta.
- Confirma que los leads del mes llegaron completos a tu CRM o correo.
- Pregunta al equipo comercial por la calidad de los leads, no solo por la cantidad.
- Detecta si hubo días con leads que nunca se contactaron o se enfriaron por demora.

Deja listo el mes siguiente

Un buen cierre es también una buena apertura. Termina dejando el terreno preparado para arrancar con ventaja.

- Define el presupuesto del mes que entra con base en lo que aprendiste, no por costumbre.
- Deja una o dos hipótesis claras de que vas a probar el mes siguiente.
- Ten listos los creativos nuevos antes del día uno para no arrancar improvisando.
- Agenda la fecha del próximo cierre: el ritual solo funciona si se repite cada mes.

¿Quieres que lo implementemos por ti?

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