

El sistema de 90 días para escalar con previsibilidad

El plan trimestral para pasar de la improvisación a un crecimiento ordenado y predecible

Escalar no es subir el presupuesto y rezar. La mayoría de cuentas que crecen a las malas terminan con el costo por resultado disparado y el dueño asustado de tocar nada. Este eBook te entrega el sistema de 90 días que usamos en Manu para escalar con previsibilidad: tres meses con un objetivo claro cada uno, donde primero se construye base, luego se valida lo que funciona y al final se escala sobre terreno firme. No es magia ni suerte, es método aplicado al lado de quien pelea cada peso de pauta.

Por qué 90 días y no un mes

Un mes no alcanza para que una cuenta hable con claridad. El trimestre es la unidad mínima donde se distingue una tendencia real de un golpe de suerte.

Escalar en una semana buena es la trampa más común: subes el presupuesto porque dos días salieron bien y al tercero el costo se duplica. El sistema de 90 días obliga a construir antes de correr, a tener suficientes datos antes de tomar decisiones grandes y a separar la señal del ruido. Cada mes tiene un trabajo distinto y saltarse uno es lo que rompe el crecimiento.

- El primer mes es de base: estructura, medición y primeros aprendizajes.
- El segundo mes es de validación: confirmar qué funciona de verdad y descartar lo que no.
- El tercer mes es de escalamiento: subir presupuesto solo sobre lo ya probado.
- Saltarse la base para escalar rapido es la causa numero uno de costos disparados.

Mes 1: construir la base medible

El primer mes no es para vender mucho, es para montar el terreno donde después se construye. Si la base está torcida, todo lo que pongas encima se cae.

Aquí se define la estructura de campañas, se asegura que la medición sea confiable y se lanzan los primeros creativos para empezar a aprender. La tentación de pedir resultados grandes desde el día uno es justo lo que hay que resistir: este mes el éxito es tener datos limpios y una estructura ordenada.

- Verifica que el pixel, las conversiones y la atribucion midan bien antes de gastar fuerte.
- Arma una estructura simple y clara: pocas campanas, objetivos definidos, nada de caos.
- Lanza varios creativos distintos para empezar a ver que angulos enganchan.
- Define las metricas que vas a seguir y deja registrado el punto de partida de cada una.

Mes 2: validar lo que de verdad funciona

Con un mes de datos ya puedes distinguir lo que sirve de lo que solo tuvo suerte. El segundo mes es de poda y enfoque.

Aquí se cortan los creativos y públicos que no rindieron, se concentra el presupuesto en los ganadores y se empiezan a probar variaciones de lo que ya funciona. No es momento de inventar de cero, es momento de exprimir lo que el primer mes te enseñó. La previsibilidad nace aquí: cuando sabes qué funciona y por qué, escalar deja de dar miedo.

- Corta sin culpa los creativos y publicos con peor costo por resultado.
- Concentra el presupuesto en los ganadores claros, no lo repartas parejo por comodidad.
- Prueba variaciones de los creativos que funcionan: mismo angulo, nuevas versiones.
- Confirma que los ganadores se sostienen varios días seguidos, no solo en un pico.

Mes 3: escalar sobre terreno firme

Recién en el tercer mes se sube el presupuesto en serio, y se hace sobre lo que ya está validado. Escalar aquí es multiplicar lo que funciona, no apostar a ciegas.

El escalamiento se hace por pasos, no de un salto, para que la cuenta tenga tiempo de digerir cada aumento sin que el costo se dispare. Se amplían públicos, se suben presupuestos de forma gradual y se vigila la frecuencia para no quemar a la audiencia. La clave es que cada peso extra cae sobre algo que ya demostró rendir.

- Sube el presupuesto por escalones (por ejemplo 20% cada pocos días), no de golpe.
- Después de cada subida, dale tiempo a la cuenta para reestabilizarse antes de la siguiente.
- Amplia publicos para que la frecuencia no se dispare al meter mas plata.
- Vigila el costo por resultado tras cada aumento: si se va de control, baja un escalon y consolida.

Las métricas que miras en todo el trimestre

El sistema funciona porque mides siempre lo mismo y comparas contra tu propio punto de partida. Sin tablero, los 90 días son solo intuición.

- Costo por resultado: el indicador madre, comparado mes contra mes.
- Frecuencia: para no quemar al publico mientras subes la inversion.
- Tasa de conversion de la landing: porque escalar trafico malo solo multiplica el desperdicio.
- Retorno sobre la inversion: la prueba final de que el crecimiento es rentable y no solo grande.

Cómo repetir el ciclo y componer el crecimiento

Los 90 días no son un evento único, son un ciclo que se repite. Cada trimestre arranca más arriba que el anterior porque heredas lo aprendido.

Al cerrar el trimestre tienes una cuenta validada, una estructura ordenada y un banco de aprendizajes que no tenías al empezar. El siguiente ciclo no parte de cero: parte de creativos ganadores conocidos, públicos probados y un costo por resultado de referencia. Así el crecimiento se vuelve compuesto en lugar de empezar de nuevo cada vez.

- Cierra cada trimestre con un repaso escrito de que funciono y que no.
- Arranca el siguiente ciclo desde los ganadores, no desde cero.

- Sube la meta de forma realista: el nuevo punto de partida ya es mas alto.
- Trata cada trimestre como un escalon: la previsibilidad se construye repitiendo el metodo, no improvisando.

¿Quieres que lo implementemos por ti?

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