

Matriz de testeo de creativos para Meta

Organiza tus pruebas de creativos para saber qué funciona y por qué, no a ojo

Probar creativos sin un sistema es lanzar piezas al aire y esperar que alguna pegue. La matriz de testeo convierte ese caos en un método: cada prueba tiene un ángulo, un formato, un gancho y un criterio de victoria definido antes de empezar. Copia esta estructura, llénala con tus piezas y deja de adivinar cuál creativo carga las ventas.

La estructura de la matriz

La matriz cruza variables para que cada prueba sea comparable. Copia estas columnas tal cual a una hoja de cálculo.

- Columna 1, ID del creativo: un código corto para identificarlo (ej. V-PS-01).
- Columna 2, Ángulo: dolor, prueba social, oferta, demostración, antes y después.
- Columna 3, Formato: video corto, imagen estática, carrusel, UGC.
- Columna 4, Gancho: la primera línea o el primer segundo de la pieza.
- Columna 5 en adelante: gasto, CTR, costo por resultado y estado (ganador, perdedor, en prueba).

Ejemplo de matriz llena

Así se ve una fila completa para que copies el formato exacto sin inventarte nada.

- V-PS-01 | Prueba social | Video | Gancho: Así pasamos de X a Y en 30 días | Gasto 45.000 COP | CTR 2,1% | CPA 18.000 | Ganador.
- I-OF-02 | Oferta | Imagen | Gancho: Solo esta semana, envío gratis | Gasto 40.000 COP | CTR 0,9% | CPA 52.000 | Perdedor.
- V-DL-03 | Dolor | Video | Gancho: Si esto te suena, no es culpa tuya | Gasto 30.000 COP | CTR 1,8% | CPA 22.000 | En prueba.
- C-AD-04 | Antes y después | Carrusel | Gancho: Mira la diferencia en dos semanas | Gasto 38.000 COP | CTR 1,5% | CPA 25.000 | En prueba.

Cómo definir el criterio de victoria

El ganador se define antes de lanzar, no después con el sesgo de querer que algo funcione. Fija el umbral por escrito.

- Define el costo por resultado máximo aceptable (ej. CPA por debajo de \$25.000 COP).
- Define el gasto mínimo antes de juzgar (al menos 1,5 veces el CPA objetivo).
- Marca como ganador solo al que cumple ambos: bajo CPA con gasto suficiente.
- Un CTR alto sin conversiones no es victoria: es un creativo bonito que no vende.

Reglas de testeo limpio

La matriz solo sirve si las pruebas son justas. Respeta estas reglas para que los datos signifiquen algo.

- Cambia una sola variable por prueba: o ángulo, o formato, o gancho, nunca todo junto.
- Mismo público y misma ubicación entre creativos para comparar de igual a igual.
- No apagues piezas antes del umbral de gasto definido, por más feas que se vean al inicio.
- Corre varias piezas a la vez, pero suficientes como para que cada una reciba entrega.

Qué hacer con los resultados

La matriz no es un archivo muerto: es la memoria de lo que funciona. Úsala para decidir el siguiente lote.

- Lleva al ganador a la campaña de escalado y multiplica variaciones de ese ángulo.
- Del perdedor, anota por qué crees que falló: gancho débil, oferta floja, formato equivocado.
- Tu próximo lote de creativos parte de lo aprendido, no de cero cada vez.
- Guarda la matriz por mes: con el tiempo verás patrones de qué ángulos ganan en tu nicho.

¿Quieres que lo implementemos por tí?

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