

Antes de subir el presupuesto de una campaña

Los puntos que debes confirmar antes de meterle más plata a una campaña

Subir el presupuesto de una campaña que va bien es tentador, pero hacerlo en el momento equivocado o de la forma equivocada puede romper lo que estaba funcionando. Esta checklist te ayuda a confirmar que la campaña está madura, rentable y estable antes de aumentar la inversión. Recórrela punto por punto antes de tocar el presupuesto.

Verifica que la campaña salió de aprendizaje

Una campaña en fase de aprendizaje todavía está buscando a quién mostrarse. Subir el presupuesto ahí la reinicia y desperdicias lo aprendido. Confirma estos puntos primero.

- La campaña lleva al menos siete días corriendo
- Acumuló suficientes resultados para salir de aprendizaje
- El costo por resultado se estabilizó y no salta cada día
- No hiciste cambios grandes en las últimas 48 horas

Confirma que la campaña es rentable de verdad

No subas plata a algo que no deja ganancia. Antes de aumentar, revisa los números de rentabilidad con tus cifras reales de caja, no solo lo que muestra la plataforma.

- El costo por venta es menor que tu margen por venta
- Las ventas reportadas coinciden con las ventas en tu caja
- El retorno cubre la pauta y deja utilidad
- Ya descontaste honorarios y costos de producción

Revisa que la oferta y la operación aguantan más volumen

Más presupuesto significa más clientes. Si tu operación no aguanta el volumen, vas a pagar por leads que no puedes atender. Verifica que el negocio está listo para crecer.

- Tienes inventario o capacidad para más ventas
- El equipo puede responder más mensajes o atender más citas
- Los tiempos de respuesta no se van a disparar
- La oferta sigue vigente y no se vence pronto

Prepara el aumento de forma escalonada

No dupliques el presupuesto de un día para otro. Los aumentos bruscos suelen disparar el costo por resultado. Sube en escalones para que la campaña se adapte.

- Sube máximo entre 20 y 30 por ciento por vez
- Espera dos o tres días antes del siguiente aumento
- Anota el costo por resultado antes y después de subir

- Ten un plan para volver atrás si el costo se dispara

Define cómo vas a medir si el aumento funcionó

Subir presupuesto es un experimento. Define antes qué resultado esperas y en cuánto tiempo lo vas a evaluar para no quedarte mirando números sin decidir.

- Define la meta de ventas o leads con el nuevo presupuesto
- Fija una fecha para evaluar el resultado
- Establece el costo máximo por resultado que estás dispuesto a aceptar
- Decide de antemano qué harás si no se cumple

¿Quieres que lo implementemos por ti?

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