

# El embudo de métricas de arriba a abajo

## De la impresión a la venta: qué medir en cada escalón del embudo

La mayoría de anunciantes en Colombia miran una sola métrica y toman decisiones a ciegas. El embudo de métricas te obliga a leer la pauta por capas, de arriba hacia abajo, para encontrar exactamente dónde se cae el resultado. En Manu usamos este método para diagnosticar cuentas en minutos y no en semanas. Esta guía te lleva nivel por nivel con ejemplos prácticos.

## Por qué pensar en embudo y no en una sola métrica

Cuando solo miras el costo por venta, no sabes si el problema es que nadie ve el anuncio, que lo ven pero no hacen clic, o que entran a la pagina y se van. El embudo separa el problema en capas para que arregles la correcta.

La regla de oro: un numero malo abajo casi siempre tiene su causa mas arriba. Si el costo por venta esta caro, sube por el embudo hasta encontrar el escalon que falla.

- Nivel 1 Alcance: impresiones, frecuencia y CPM.
- Nivel 2 Interes: CTR, clics y costo por clic.
- Nivel 3 Consideracion: tasa de carga, tiempo en pagina y rebote.
- Nivel 4 Conversion: tasa de conversion, costo por lead y costo por venta.

### Nivel 1: el techo del alcance

Aqui mides si tu anuncio llega a suficientes personas y a que precio. Las metricas clave son CPM (costo por mil impresiones) y frecuencia (cuantas veces ve cada persona el anuncio).

- Si el CPM se dispara, tu publico es muy chico o estas compitiendo en una subasta cara.
- Si la frecuencia pasa de 3 o 4 en frio, estas quemando el publico y vas a ver fatiga.
- Revisa el CPM contra tu propio historico, no contra el de otra industria.

Accion: si el alcance esta sano sigue bajando. Si esta caro, amplia publico, renueva creativos o revisa la calidad del anuncio antes de tocar nada mas abajo.

### Nivel 2: el interes y el clic

El CTR (porcentaje de clics sobre impresiones) te dice si el creativo y el mensaje conectan. Un CTR bajo significa que el anuncio pasa desapercibido aunque llegue a mucha gente.

- CTR sano en frio para Meta suele estar entre 1 y 2 por ciento, depende del nicho.
- Si el CTR es bueno pero el costo por clic es alto, el problema esta en la subasta o el publico.
- Compara CTR por creativo para saber cual pieza vale la pena escalar.

Accion: si el CTR es bajo, el trabajo es creativo y copy, no presupuesto. Cambiar el gancho de los primeros 3 segundos suele mover mas que subir la inversion.

### Nivel 3: la consideracion en la pagina

Aqui es donde muchas cuentas pierden plata sin darse cuenta. La gente hace clic, llega a la pagina y se va antes de convertir. Este nivel rara vez se mide y casi siempre es el culpable.

- Tasa de carga: si la pagina demora mas de 3 segundos, pierdes la mitad del trafico que pagaste.
- Tasa de rebote: cuanta gente entra y se va sin hacer nada.
- Coherencia mensaje-pagina: lo que prometio el anuncio debe estar de primero en la pagina.

Accion: si el clic es barato pero la conversion es cara, el problema esta casi siempre aqui.

Optimiza velocidad, encabezado y el primer pantallazo antes de culpar a la pauta.

### Nivel 4: la conversion y el cierre

El ultimo nivel mide el resultado de negocio: tasa de conversion, costo por lead y costo por venta. Pero recuerda que un mal numero aqui casi nunca se arregla aqui.

- Tasa de conversion: ventas o leads sobre visitas a la pagina.
- Costo por lead y costo por venta contra tu margen real.
- Calidad del lead: no todos los leads valen igual, mide cuantos cierran.

Accion: lee siempre este nivel junto al de arriba. Si la conversion cae, no subas presupuesto: sube por el embudo hasta encontrar la verdadera fuga.

### Como usar el embudo en tu revision semanal

Cada lunes recorre los cuatro niveles de arriba hacia abajo y marca en cual se rompe la cadena. Ese es el nivel que trabajas esa semana, no todos a la vez.

- Empieza siempre por arriba: alcance, luego interes, luego pagina, luego conversion.
- Detente en el primer nivel que este por debajo de tu referencia historica.
- Trabaja una sola hipotesis a la vez para saber que movio el resultado.

**¿Quieres que lo implementemos por ti?**

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