

Tablero simple de cohortes y LTV

Mide el valor real de tus clientes en el tiempo con una tabla de cohortes simple

El verdadero retorno de la pauta no se ve el primer día: se ve cuando un cliente compra de nuevo. Para verlo necesitas agrupar a tus clientes por el mes en que llegaron y seguir cuanto te dejan con el tiempo. Eso es una cohorte. Esta plantilla te da la estructura exacta para montarla en una hoja de calculo sin pagar herramientas caras. Es como en Manu separamos los negocios que escalan de los que solo gastan.

Que es una cohorte y por que te sirve

Una cohorte es un grupo de clientes que llegaron en el mismo periodo, por ejemplo todos los que compraron por primera vez en enero. Seguir a ese grupo en el tiempo te muestra si tus clientes vuelven o solo compran una vez.

- Te dice si la calidad de los clientes mejora o empeora mes a mes.
- Revela cuanto puedes gastar de verdad en adquirir un cliente.
- Separa el ruido de un buen mes suelto de una tendencia real.

Estructura de la tabla de cohortes

La tabla se arma con los meses de llegada en las filas y los meses de seguimiento en las columnas. Asi se lee de izquierda a derecha como avanza cada grupo.

- Filas: mes en que el cliente compro por primera vez (enero, febrero, marzo).
- Columna 0: ingreso en el mes en que llegaron.
- Columna 1: ingreso de ese mismo grupo el mes siguiente.
- Columna 2 y mas: lo que sigue dejando ese grupo cada mes posterior.
- Una columna final con el numero de clientes de cada cohorte.

Como calcular el LTV paso a paso

El LTV (valor de vida del cliente) es cuanto te deja un cliente en total mientras te compra. Con la tabla de cohortes lo calculas asi:

- Suma todo el ingreso de una cohorte a lo largo de los meses que llevas midiendola.
- Divide ese total entre el numero de clientes de esa cohorte.
- El resultado es el LTV acumulado de esa cohorte hasta hoy.
- Compara el LTV entre cohortes para ver si tus clientes nuevos valen mas o menos.

Bloque de retencion

Junto al ingreso, agrega una segunda tabla con el mismo formato pero midiendo cuantos clientes siguen comprando cada mes. Eso es la retencion.

- Columna 0: el 100 por ciento de la cohorte que llevo.
- Columnas siguientes: que porcentaje de ese grupo volvio a comprar cada mes.

- Una caída fuerte en el mes 1 indica un problema de producto o experiencia.
- Una retención estable es la mejor señal de que puedes invertir más en pauta.

Como leer el tablero para tomar decisiones

El tablero solo sirve si te lleva a decidir. Estas son las lecturas que de verdad importan.

- Si el LTV crece mes a mes, puedes pagar más caro por cada cliente nuevo.
- Si la retención cae rápido, arregla el producto antes de subir la pauta.
- Si una cohorte rinde mucho mejor, revisa que campaña la trajo y replicala.
- Actualiza la tabla cada mes para que siempre tengas la foto fresca.

¿Quieres que lo implementemos por ti?

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