

Plantilla de reporte de pauta para clientes

El informe que convierte números en decisiones que el cliente entiende y aprueba

Un buen reporte no es una captura del Administrador de Anuncios pegada en un documento. Es una historia con dirección: dónde estábamos, qué hicimos, qué pasó y qué sigue. Esta plantilla te da la estructura exacta para presentar resultados que el cliente entiende sin ser experto y que terminan en una decisión, no en confusión.

Resumen ejecutivo (la primera página manda)

El cliente lee esta sección y decide si confía. Tres líneas, sin tecnicismos, con el titular del período.

- Una frase con el resultado principal del período (ventas, leads o el KPI acordado).
- Comparación contra el período anterior y contra la meta.
- Un titular honesto: qué funcionó y qué hay que ajustar.
- Evita la jerga: aquí hablas de plata y de resultados, no de CPM.

Métricas clave del período

Pocos números, bien elegidos, siempre comparados. Un número sin contexto no informa.

- Inversión total y su variación frente al período anterior.
- Resultados (ventas o leads) y costo por resultado (CPA).
- ROAS y su lectura contra el punto de equilibrio del negocio.
- Cada métrica con una flecha de tendencia: sube, baja o estable.

Desempeño por campaña

Aquí muestras dónde se está ganando y dónde no, sin esconder lo que no funcionó.

- Tabla por campaña: inversión, resultados, CPA y ROAS.
- Marca la campaña estrella y la que requiere atención.
- Una línea por campaña explicando el porqué del resultado.
- Separa prospección de remarketing: rinden distinto y no se comparan igual.

Aprendizajes y creativos

Esta sección demuestra que hay método detrás, no suerte. Cuenta qué probaste y qué aprendiste.

- Qué ángulos o creativos ganaron y por qué crees que funcionaron.
- Qué se probó y no funcionó (mostrarlo genera confianza, no la quita).
- Señales de fatiga detectadas y cómo se atendieron.
- Una conclusión accionable por cada aprendizaje.

Conclusiones y próximos pasos

Todo reporte cierra con dirección. Si el cliente no sale sabiendo qué sigue, el informe falló.

- Tres conclusiones máximo, en lenguaje de negocio.
- Plan de acción concreto para el próximo período (qué escalar, qué pausar, qué probar).
- Recomendación de presupuesto y la meta esperada.
- Una pregunta o decisión que necesitas del cliente para avanzar.

¿Quieres que lo implementemos por ti?

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