

• AUTOCHEQUEO GRATUITO

6 señales de que estás quemando plata en Meta.

Un chequeo de 10 minutos sobre tu propia cuenta. Ninguna de las 6 se arregla poniendo un creativo nuevo — y por eso casi nadie las ve.

6

señales verificables

10

minutos con el panel abierto

1

puntaje al final

Por los hermanos detrás de Wayfarer — 15 años pautando, +USD 1M invertidos y una cuenta con +150 anuncios activos.

—

- ANTES DE EMPEZAR

Ninguna de estas se ve como un error.

Ese es el problema. Una cuenta que está quemando plata no muestra ningún cartel rojo: muestra números que, mirados de a uno, parecen razonables. La plata se va en el espacio entre una métrica y otra.

El panel te muestra lo que le conviene mostrar

Meta reporta lo que Meta se atribuye. Es su versión de la historia, y es la única que la mayoría mira.

Los síntomas aparecen semanas después

Cuando el ROAS finalmente cae, el problema arrancó hace un mes y medio. Reaccionás tarde por definición.

Todo se parece a un problema de creativos

Y como cambiar el creativo es lo más fácil de hacer, es lo que se hace. Casi nunca es eso.

CÓMO USAR ESTE PDF

Abrí tu Administrador de Anuncios y ponelo en los últimos 30 días. Leé una señal, chequeala en tu cuenta, marca si te pasa. Al final sumás. No hace falta que sepas nada técnico.

- MEDICIÓN

01

SEÑAL 01

Tu pixel reporta menos ventas de las que tuviste.

La comparación más incómoda del ecommerce y la que casi nadie hace: cuántas compras dice Meta que hubo, contra cuántas hubo de verdad en tu tienda. Casi siempre hay un hueco, y casi siempre es más grande de lo que se imagina.

DÓNDE SE VE

- 1 Administrador de Eventos, tu pixel, últimos 28 días. Anotá el número de "Compras".
- 2 Abrí tu tienda y contá las ventas del mismo período, sin filtrar por canal.
- 3 Calculá qué porcentaje de tus ventas reales llegó a registrarse en el pixel.

QUÉ TE ESTÁ COSTANDO

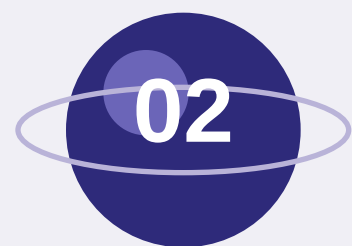
Meta no puede buscar gente parecida a compradores que nunca vio. Cada venta que no se registra es una pista que el algoritmo pierde — y vos la pagás en forma de un costo por resultado más caro.



MARCALA SI

El hueco entre las dos cifras supera el 15%.

• RENTABILIDAD



SEÑAL 02

El ROAS del panel no coincide con tu caja.

Meta te muestra el retorno de lo que ella se atribuye, con su ventana y su modelo. Tu negocio tiene un solo número, y no sale de ningún panel: lo que facturaste sobre todo lo que gastaste en pauta.

DÓNDE SE VE

- 1 Sumá TODA tu facturación del último mes, venga del canal que venga.
- 2 Sumá TODO lo que gastaste en pauta ese mismo mes, en todas las plataformas.
- 3 Dividí lo primero por lo segundo. Compará ese número con el ROAS que suma el Administrador.

QUÉ TE ESTÁ COSTANDO

Cada decisión de escalar, pausar o mover presupuesto la estás tomando con un número que tu contador no reconoce. El día que los dos números se separan mucho, el que manda es el de la caja.

MARCALA SI



El ROAS del panel es más del doble que el de tu caja.

• AUDIENCIA

03

SEÑAL 03

Tu frecuencia sube y tu alcance baja.

Es la firma de la saturación y se lee en dos columnas. Cuando el alcance deja de crecer pero la frecuencia sigue subiendo, ya no estás comprando gente nueva: estás comprando repeticiones sobre los mismos.

DÓNDE SE VE

- 1 Agregá las columnas "Alcance" y "Frecuencia" a tu vista de campañas.
- 2 Mirá los últimos 30 días y anotá las dos.
- 3 Cambiá el rango a los 30 días anteriores y compará ambas cifras.

NUESTRO CASO, CON NÚMEROS

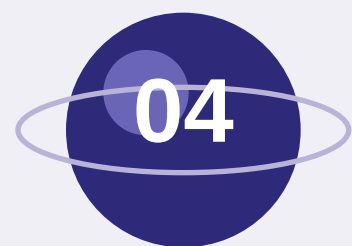
Nos pasó: subimos 27% el presupuesto y el alcance cayó 36%, con la frecuencia pasando de 4,16 a 5,42. Nuestro CPM está en USD 2,22 contra un benchmark de mercado de USD 3 a 8 — o sea que el problema no era la subasta. Era que le hablábamos a la misma gente cada vez más veces.

MARCALA SI

☐

La frecuencia subió y el alcance bajó en el mismo período.

• CRECIMIENTO



SEÑAL 04

Casi todo lo que vendés es a gente que ya te conocía.

El costo por compra que muestra el panel cuenta todas las compras, incluidas las de clientes que ya te compraron seis veces. Se ve barato. Lo que cuesta de verdad traer a alguien nuevo es otro número, y vive en tu tienda, no en Meta.

DÓNDE SE VE

- 1 En tu tienda, sacá cuántos clientes compraron por PRIMERA vez el último mes.
- 2 Dividí toda tu inversión en pauta del mes por esa cantidad.
- 3 Compará ese resultado con el costo por compra que muestra el Administrador.

QUÉ TE ESTÁ COSTANDO

Si los dos números están lejos, tu crecimiento es más caro de lo que creés y tu pauta se está sosteniendo sobre clientes que probablemente te iban a comprar igual. Escalar con el número de Meta es escalar a ciegas.

MARCALA SI

☐

El costo real de un cliente nuevo duplica al que muestra Meta.

• ESTRUCTURA

05

SEÑAL 05

Tus conjuntos viven en "aprendizaje".

La fase de aprendizaje es la más cara de la vida de un conjunto: Meta todavía no sabe a quién mostrarle tu anuncio y lo averigua con tu presupuesto. Salir de ahí es el objetivo. Muchas cuentas nunca salen.

DÓNDE SE VE

- 1 Agregá la columna "Entrega" a la vista de conjuntos de anuncios.
- 2 Fijate cuántos dicen "En fase de aprendizaje" o "Aprendizaje limitado".
- 3 De esos, contá cuántos llevan más de dos semanas al aire.

QUÉ TE ESTÁ COSTANDO

Estás pagando la tarifa de entrada de forma permanente y nunca llegás al precio real. Es como pagar todos los meses la matrícula de un curso al que nunca entrás.

MARCALA SI

☐

Hay conjuntos con más de 2 semanas que siguen en aprendizaje.

• CREATIVOS

06

SEÑAL 06

Tenés muchos anuncios y un solo mensaje.

Desde que la segmentación detallada perdió peso, el que decide a quién le llega tu anuncio es el anuncio mismo. Veinte piezas que dicen lo mismo le hablan siempre al mismo tipo de persona, por más distintas que se vean.

DÓNDE SE VE

- 1 Abrí tus anuncios activos y listalos.
- 2 No cuentes piezas: contá ARGUMENTOS distintos. Precio, calidad, urgencia, prueba social, uso.
- 3 Si dos anuncios dicen lo mismo con otra foto, cuentan como uno.

QUÉ TE ESTÁ COSTANDO

Estás compitiendo por un solo pedazo de tu mercado y dejando el resto sin tocar. No es un problema de producción ni de presupuesto: es que todos tus anuncios buscan a la misma persona.

MARCALA SI

☐

Tenés más de 10 anuncios activos y menos de 3 argumentos.

- EL RESULTADO

Contá cuántas marcaste.

El número importa menos que lo que significa. Estas seis no son seis problemas distintos: son seis formas en las que se manifiesta el mismo, y por eso se acumulan.

0 — 1

Tu cuenta está mejor que la mayoría de las que miramos.

Lo que te queda no es arreglar: es escalar sin romperla. Que es otro problema, y también tiene método.

2 — 3

No es la subasta: es cómo está armada tu cuenta.

Estás pagando de más todos los meses y probablemente lo estés atribuyendo a que "Meta está más caro".

4 +

No tenés un problema de creativos. Tenés uno de estructura.

Ningún anuncio nuevo va a mover esto. Cambiar la pieza cuando el problema es la estructura es la forma más cara de no resolver nada.

- HONESTIDAD

Lo que este PDF no hace.

No lo arregla. Y no es una estrategia de venta: es que no se puede. Cada una de estas señales tiene una corrección concreta, y las correcciones tienen un orden — arreglar la de creativos antes que la de medición es tirar el trabajo a la basura.

Eso, el qué y el en qué orden, es lo que estamos armando en el programa completo de Meta. Con nuestra cuenta abierta, no con teoría.

LO QUE YA TENÉS

- Las 6 señales, verificables sobre tu cuenta
- Dónde se ve cada una en el panel
- Qué te está costando cada una
- Un diagnóstico honesto de dónde estás parado

LO QUE VIENE DESPUÉS

- La corrección de cada señal
- El orden en que se aplican
- Estructura de campañas y presupuesto
- Nuestra cuenta real, por dentro

MIENTRAS TANTO

Tenemos una comunidad privada de dueños de ecommerce donde se habla de esto todos los días, y es gratis: edhecommerce.com/comunidad

- EL SIGUIENTE PASO

Y si querés ver la cuenta por dentro.

Antes del programa completo grabamos esto, y ya está disponible:

WEBINAR GRABADO · 2 HORAS

Nuestra cuenta de Meta, abierta

Tour por el Administrador real con +150 anuncios activos, la estructura de campañas completa, el tablero de métricas que miramos a diario y las 4 cosas que banean cuentas.

edhecommerce.com/webinar-meta-ads

La comunidad privada, gratis

edhecommerce.com/comunidad

Nomenclatura + UTMs de nuestros anuncios

edhecommerce.com/herramientas/naming-meta-ads/

Auditar Meta Ads con IA

edhecommerce.com/recursos/auditar-meta-ads/

Y si querés que miremos TUS números con vos, la Asesoría 1:1 es con nosotros dos, no con un equipo tercerizado: edhecommerce.com/asesoria

• POR QUÉ ESCUCHARNOS

No vivimos de venderte manuales.

Casi todos los que enseñan pauta viven de eso: de venderte cursos. Nosotros vivimos de nuestra marca. Wayfarer tiene casi 2.000 SKUs activos, 2 locales físicos en Córdoba y 10 años de operación construida desde el living de casa.

Las 6 señales de este PDF las marcamos nosotros primero, en nuestra propia cuenta. Todas. Por eso sabemos exactamente cómo se ven.

+USD 1M

invertidos en pauta

+150

anuncios activos

10

años operando

15+

años en ecommerce

Prensa: Forbes Argentina · Infobae · Tiendanube

- PARA TENER A MANO

Las 6, en una hoja.

Guardala y volvé a correr el chequeo dentro de 30 días. Lo que importa no es el puntaje de hoy: es si baja.

☐

01 El pixel reporta menos ventas de las que tuviste

☐

02 El ROAS del panel no coincide con tu caja

☐

03 La frecuencia sube y el alcance baja

☐

04 Casi todo lo que vendés es a gente que ya te conocía

☐

05 Tus conjuntos viven en aprendizaje

☐

06 Tenés muchos anuncios y un solo mensaje

Nos vemos en la próxima.



Tuti

@tutipaneiva

Co-fundador de Wayfarer y EDH



Juani

@juanipaneiva

Co-fundador de Wayfarer y EDH

15+ años en ecommerce, 10 construyendo Wayfarer desde cero.

@ecommercehermanos · edhecommerce.com