

CHECKLIST DE DIAGNÓSTICO

¿TU EMPRESA ESTÁ LISTA PARA INVERTIR MÁS EN PUBLICIDAD?

12 preguntas para evaluar estrategia, ventas, datos y publicidad antes de aumentar tu inversión.

PABLO BRENES

Asesor Marketero

ANTES DE INVERTIR MÁS

Invertir más no siempre significa vender más.

Antes de aumentar el presupuesto publicitario, conviene revisar si la empresa tiene claridad estratégica, entiende su proceso comercial, utiliza los datos y sabe qué espera conseguir con sus campañas.

¿CÓMO USAR ESTE CHECKLIST?

- 01 Respondé las 12 afirmaciones con SÍ o NO.
- 02 Sumá un punto por cada respuesta SÍ.
- 03 Compará tu puntuación con el diagnóstico final.
- 04 Prestá especial atención a las preguntas que marcaste NO.

Importante: este checklist es una herramienta orientativa. Una puntuación alta no significa automáticamente que debás aumentar tu presupuesto.

TU CHECKLIST

Marcá una opción en cada afirmación.

Cada Sí suma 1 punto.

ESTRATEGIA

Tenemos claro qué queremos lograr con nuestra inversión en marketing.

☐ SÍ☐ NO

Sabemos quién es nuestro cliente ideal y qué problema le resolvemos.

☐ SÍ☐ NO

Nuestra publicidad responde a una estrategia, no solo a publicaciones o promociones aisladas.

☐ SÍ☐ NO

VENTAS

Sabemos de dónde provienen nuestros clientes.

☐ SÍ☐ NO

Tenemos claro qué sucede desde que llega un lead hasta que compra.

☐ SÍ☐ NO

Conocemos los principales puntos que están frenando nuestras ventas.

☐ SÍ☐ NO

DATOS

Medimos los resultados de nuestras acciones de marketing.

☐ SÍ☐ NO

Sabemos cuáles canales generan mejores resultados.

☐ SÍ☐ NO

Utilizamos esos datos para decidir qué mantener, cambiar o eliminar.

☐ SÍ☐ NO

PUBLICIDAD

Tenemos un objetivo claro antes de crear una campaña.

☐ SÍ☐ NO

Sabemos qué métricas determinan si una campaña está funcionando.

☐ SÍ☐ NO

Optimizamos nuestras campañas según resultados y no únicamente por intuición.

☐ SÍ☐ NO

¿CUÁL FUE TU RESULTADO?

Tu puntuación máxima es 12.

Sumá un punto por cada respuesta SÍ.

0-4

ANTES DE INVERTIR MÁS

Hay fundamentos que conviene fortalecer antes de escalar. Aumentar el presupuesto podría amplificar problemas que todavía no están claramente identificados.

5-8

HAY POTENCIAL, PERO TAMBIÉN OPORTUNIDADES

Ya existen bases importantes, pero todavía hay áreas que deberían ordenarse para que una mayor inversión tenga mejores posibilidades de generar resultados.

9-12

BUENAS BASES PARA ESCALAR

La empresa muestra una estructura más sólida para tomar decisiones. El siguiente paso es identificar qué campañas, canales y oportunidades justifican aumentar el presupuesto.

Más importante que la puntuación total: revisá en qué áreas acumulaste más respuestas NO. Ahí suele estar la prioridad antes de invertir más.

TU SIGUIENTE DECISIÓN

¿QUÉ DESCUBRISTE SOBRE TU EMPRESA?

El resultado es solo el punto de partida. Lo importante es identificar cuáles respuestas están frenando el crecimiento y qué decisiones tomar a partir de ellas.

Respondeme con tu resultado:

0-4

Fortalecer bases

5-8

Ordenar oportunidades

9-12

Evaluar cómo escalar

PABLO BRENES

Asesor Marketero