

# GUÍA PARA LEER TUS MÉTRICAS SI VENDES POR WHATSAPP, WEB O TELEGRAM



Hola! Soy Thomas Chavez. Te comento que ser trafficker digital no es solo lanzar campañas, sino saber interpretarlas.

Con más de **3 años de experiencia gestionando campañas en Meta Ads** para mí y para mis clientes, he logrado afinar un método de análisis que me permite **identificar rápidamente qué está funcionando, qué no y cómo escalar resultados reales**.

He trabajado estrategias para vender a través de **Facebook, Instagram y WhatsApp**, y esta guía es el resumen de lo que me ha permitido **obtener resultados constantes** y, muchas veces, superarlos.

Espero que estas métricas te sirvan tanto como a mí. Si tienes dudas, puedes escribirme por **Instagram (@tommy.ads)** y con gusto te responderé todo.

---



## SI VENDES POR WHATSAPP

1. **CPC (Costo por clic)**
    - Lo ideal: entre **S/0.30 y S/1.00** (0.10 a 0.30 USD).
    - Solución si está alto: cambia el **título** del copy del anuncio.
  2. **Tasa de conversión a WhatsApp**
    - Métrica personalizada: **Conversaciones iniciadas / Clics únicos**
    - Lo mínimo: **50%**
    - Si está bajo: cambia el **cuerpo del copy** o el **llamado a la acción**. Usa algo como: "Escríbeme por WhatsApp para más información".
    - Formato: Porcentaje
  3. **Resultados**
    - Depende de tus creativos y segmentación.
  4. **Costo por resultado**
    - Evalúa según tu CPA.
  5. **Efectividad de venta**
    - Métrica personalizada: **Pedidos creados / Conversaciones iniciadas**
    - Mínimo sugerido: **2%**, mejora progresiva con optimización del embudo.
    - Formato: Porcentaje
  6. **CPA (Costo por Adquisición)**
    - Métrica personalizada: **Importe gastado / Pedidos creados**
    - El CPA **no debe superar la utilidad** del producto. Idealmente, máximo 50% de tu ganancia.
    - Si está alto: revisa tu embudo, usa nuevas técnicas de venta.
    - Formato: Porcentaje
- 



## SI VENDES POR PÁGINA WEB

1. **CPC**
    - Ideal: máximo **S/2 o \$0.50 USD**.
    - Si está alto: cambia el título del anuncio.
  2. **% Visitas a la landing**
    - Métrica personalizada: **Visitas a la página / Clics únicos**
    - Mínimo: **50%**
    - Si está bajo: optimiza cuerpo del copy o CTA.
    - Formato: Porcentaje
  3. **% Conversión en la web**
    - Métrica: **Compras / Visitas a la página**
    - Estándar: buena desde **2%**, excelente **> 5%**
    - Si está bajo: revisa formulario, landing y CTA.
-



## SI USAS TELEGRAM COMO CANAL

1. **CPC**
    - Máximo: **S/1.5 o \$0.40 USD**
    - Si está alto: optimiza título.
  2. **% Visitas a la landing**
    - Mínimo: **50%** (Visitas a la página de destino / Clics únicos)
    - Mismo principio que WhatsApp.
    - Formato: Porcentaje
  3. **% Conversión landing**
    - Métrica personalizada: **Pruebas iniciadas / Visitas a la página de destino**
    - Mínimo: **50%**
    - Requiere configurar evento “iniciar prueba” en Pixel.
    - Formato: Porcentaje
  4. **Tasa conversión del anuncio**
    - Métrica personalizada: **Pruebas iniciadas / Clics únicos en el enlace**
    - Mínimo: **50%**
    - Formato: Porcentaje
- 



## MÉTRICAS BÁSICAS PARA TODO TIPO DE CAMPAÑAS

- **CPC**
    - E-commerce o productos: máximo **S/1**
    - Servicios: máximo **S/2**
  - **CPM**
    - No debe superar **\$4 USD**
    - Si está alto: cambia el **creativo**.
  - **CTR (Click Through Rate)**
    - Ideal: entre **1% y 2%** o más.
- 



## RECOMENDACIONES FINALES

- Analiza **después de un gasto mínimo** por conjunto: **S/30**
- Si a las 2 PM no tienes mensajes ni visitas y llevas **S/15 gastados**, comienza a hacer ajustes.

## ORDEN DE ANÁLISIS (de macro a micro):

1. **Empieza por nivel conjunto de anuncios:** identifica cuál está rindiendo mal.
2. Luego ve a **nivel anuncio:** identifica los creativos o copies que están fallando.
3. **Deja correr los conjuntos hasta que dupliquen el CPA esperado** antes de pausar o ajustar.

---

Esta guía es tu mapa para optimizar cada parte de tu embudo. No todo es cambiar el anuncio: a veces el problema está en la venta, la landing o el mensaje. Usa los datos para ajustar con precisión.

Thomas | @tommy.ads

🔔 ¿Quieres seguir aprendiendo cómo mejorar tus campañas en Meta Ads? Sígueme en Instagram y TikTok como **@tommy.ads** para más tips, guías y análisis reales.

---