

[02. ESTADÍSTICAS Y REPORTES PARA UN CLIENTE]



CÓMO PRESENTAR

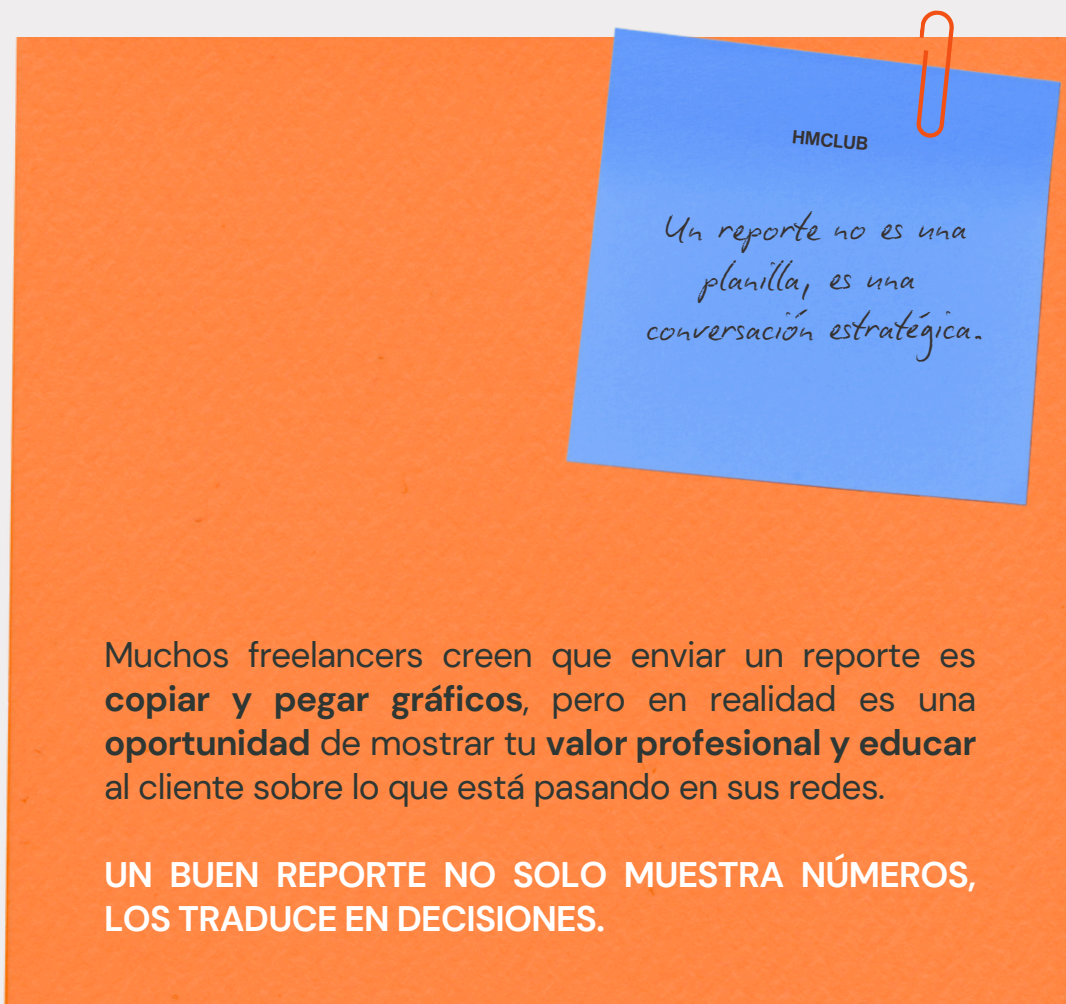
ESTADÍSTICAS Y REPORTES

COMO UN PROFESIONAL.



CÓMO PRESENTAR ESTADÍSTICAS Y REPORTEES

COMO UN PROFESIONAL.



Muchos freelancers creen que enviar un reporte es **copiar y pegar gráficos**, pero en realidad es una **oportunidad** de mostrar tu **valor profesional y educar** al cliente sobre lo que está pasando en sus redes.

**UN BUEN REPORTE NO SOLO MUESTRA NÚMEROS,
LOS TRADUCE EN DECISIONES.**



¿CUÁNDO HACER UN REPORTE?

La frecuencia ideal es **mensual**, pero depende del tipo de cliente y del ritmo de trabajo.

Recomendaciones:



- **Clientes nuevos:** primeros 3 meses, hacer un reporte más explicativo y detallado.
- **Clientes estables:** mantener un formato mensual o bimestral enfocado en evolución y próximos pasos.

[SIEMPRE QUE PUEDAS, EXPLICÁ EL REPORTE EN UNA BREVE REUNIÓN O AUDIO DE RESUMEN. ESO GENERA MÁS CONEXIÓN QUE UN ARCHIVO FRÍO ENVIADO POR MAIL]





¿QUÉ DEBE INCLUIR UN REPORTE BÁSICO DE REDES?

Texto con estructura didáctica:



1. Resumen ejecutivo:

- Qué se hizo durante el mes
- Qué objetivos se trabajaron
- Qué contenidos se publicaron

2. Indicadores clave (KPIs):

- Alcance / impresiones
- Engagement (likes, comentarios, compartidos)
- Crecimiento de seguidores
- Clics / visitas al perfil / enlaces



3. Contenido destacado:

- 1 o 2 publicaciones con mejor rendimiento
- Qué se puede aprender de eso (formato, tema, hora)

4. Oportunidades o propuestas de mejora:

- Qué harías diferente el próximo mes
- Qué podrías sumar (pauta, nuevos contenidos, mejoras visuales)





CÓMO COMUNICAR LOS DATOS SIN SONAR TÉCNICO

El cliente no necesita saber qué es un CTR o un benchmark de impresiones. Necesita que le expliques con claridad qué está funcionando y qué no.

Frases útiles que podés usar:



- “Este mes tus historias aumentaron 35%. Eso nos muestra que tu comunidad responde mejor al contenido diario y espontáneo.”
- “Este posteo tuvo el triple de comentarios porque apeló a lo emocional. Podemos repetir esa fórmula.”
- “El alcance orgánico bajó porque publicamos menos. Si volvemos a 3 posteos por semana, lo normalizamos.”

*EDUCÁ CON EJEMPLOS,
NO CON MÉTRICAS.*





EL REPORTE COMO PUERTA PARA VENDER MÁS.

Cada reporte es una excusa perfecta para:

- Sugerir nuevos servicios (ej: pauta, email marketing, branding)
- Proponer una campaña o acción especial
- Reforzar la importancia de tu trabajo



No tengas miedo de mostrar todo lo que podrías hacer si tuvieras más herramientas.

EL CLIENTE NO SIEMPRE SABE LO QUE NECESITA, PERO SÍ RECONOCE UNA BUENA PROPUESTA CUANDO SE LA EXPLICÁS CON LÓGICA Y EMPATÍA.



BONUS FINAL: USÁ IA PARA REDACTAR TU ANÁLISIS CON IMPACTO

Transformá tus métricas en mensajes estratégicos con ayuda de **ChatGPT**.

Una vez que tengas tu Excel o Google Sheet con las estadísticas del mes, podés usar ChatGPT para redactar el mensaje que vas a enviarle a tu cliente de forma clara, estratégica y profesional.

Te dejamos un **prompt** modelo para que lo adaptes cada mes:



Prompt sugerido para usar en ChatGPT:

[Actuá como un community manager profesional. Te voy a compartir un archivo con las métricas del mes (alcance, engagement, seguidores, clics, etc.) de un cliente. Quiero que me ayudes a redactar un resumen mensual para enviarle. El tono debe ser cercano y profesional, debe destacar lo que funcionó, explicar lo que bajó o no funcionó, y proponer al menos una mejora o idea para el próximo mes. Evitá lenguaje técnico, usá ejemplos para que el cliente entienda con claridad.]

Este tipo de prompts te permite ahorrar tiempo, comunicar mejor y mostrar una visión estratégica real. La IA no reemplaza tu criterio, lo potencia.

