

[ GUÍA DE REPORTES PARA EQUIPOS ]



## *kit de freelancer a equipo*

**Cómo transformar  
datos en decisiones.**

Enseñales a tus colaboradores a reportar  
con estrategia, no solo con números.







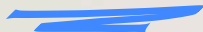
## UN REPORTE NO ES UNA PLANILLA, ES UNA CONVERSACIÓN ESTRATÉGICA.

[ Una cosa que entendí con el tiempo es que mandar un Excel lleno de gráficos no te posiciona como profesional ]

## LO QUE REALMENTE HACE LA DIFERENCIA ES EXPLICAR LO QUE ESOS DATOS SIGNIFICAN.

Un buen reporte es una oportunidad para que tu equipo muestre su **valor**, **argumente** su trabajo remoto y proponga **ideas** desde los **resultados**.

Por eso, como líder, tu rol es **enseñarles a reportar** para construir **confianza**, no solo para rendir cuentas.





# ¿CUÁNDO DEBERÍAN HACER REPORTES?



**La frecuencia no es rígida, pero sí estratégica.**



Acá van mis recomendaciones para que puedas guiar a tu equipo, *no te puedo explicar lo que hubiera amado que me lo cuenten así:*

- **Clientes nuevos:** los primeros 3 meses, el reporte debe ser más explicativo y con contexto.
- **Clientes estables:** mantener una cadencia mensual o bimestral, con foco en evolución y próximos pasos.
- **Siempre que se pueda:** que acompañen el archivo con un resumen en audio o una mini reunión. Nada reemplaza la conversación. Y pedirles una reunión para esto, seamos sinceros, a veces es aburrido para ellos que apenas la facultad o los cursos les enseñan a entender que son impresiones jaja! **Por lo que, los reportes deben ser tus aliados para validar o pedir mejoras en tu equipo.**

**[REPORTAR BIEN ES MOSTRAR QUE ESTÁN TRABAJANDO CON FOCO, NO SOLO QUE ESTÁN OCUPADOS]**







# ¿QUÉ DEBE TENER UN REPORTE PROFESIONAL?




## 1. Resumen ejecutivo:

- Qué se hizo
- Qué objetivos se trabajaron
- Qué se publicó

## 2. Métricas clave (KPIs):


- Alcance / impresiones
- Engagement
- Seguidores
- Clics o visitas

## 3. Contenido destacado:

- Lo que mejor funcionó y por qué
  - Qué podemos aprender de eso
- 

## 4. Propuestas de mejora o ideas nuevas:

- Qué podríamos hacer distinto
- Qué se podría escalar, mejorar o probar nuevo



ESTE ORDEN LES DA CLARIDAD A  
LOS EQUIPOS Y AL CLIENTE.



# CÓMO ENSEÑARLES A HABLAR DE DATOS... SIN SONAR TÉCNICOS.



NO NECESITAMOS QUE NADIE SEA  
UN GURÚ DE LAS MÉTRICAS,  
NECESITAMOS QUE SE  
COMUNIQUEN CON SENTIDO.



## Frases simples

que deberían usar (**enséñales con ejemplos**):



- “Las historias aumentaron un 35%. Eso nos muestra que el contenido diario está funcionando.”
- “Este posteo tuvo 3 veces más comentarios. Podemos repetir esa fórmula emocional.”
- “Bajó el alcance porque tuvimos menos publicaciones. Podemos regular eso retomando la frecuencia.”



[ EL CLIENTE NO NECESITA JERGA,  
NECESITA ENTENDER EL IMPACTO DE LO  
QUE HACEMOS. ]







# ENSEÑALES A VER EL REPORTE COMO UNA OPORTUNIDAD DE VENTA.

**Sí, de venta. Cada reporte es una puerta para:**

- Proponer campañas nuevas
- Sugerir servicios adicionales
- Pedir más recursos con argumentos
- Mostrar potencial de mejora



[ SI TU EQUIPO REPORTA BIEN, NO SOLO RETIENEN AL CLIENTE: PUEDEN HACERLO CRECER Y CRECER CON ÉL. **DEMANDA HAY MUCHAS Y POSIBILIDADES** DE QUE EL CLIENTE SE VAYA CON OTRO EQUIPO, MUCHAS TAMBIÉN. POR ESO CUANTO MÁS MUESTRES LA **CALIDAD** DE TU EQUIPO, MÁS RETENDRAS. ]

## BONUS: USAR IA PARA COMUNICAR MEJOR

Formalos también para que usen herramientas como **ChatGPT** de forma estratégica.



Una vez que tengan los datos listos, pueden usar este prompt para redactar un buen mensaje de presentación:

[ **"ACTUÁ COMO UN CM PROFESIONAL. TE VOY A PASAR MÉTRICAS DE UN CLIENTE. AYUDAME A ARMAR UN RESUMEN MENSUAL QUE DESTAQUE LO QUE FUNCIONÓ, EXPLIQUE LO QUE BAJÓ Y PROPONGA UNA MEJORA. USÁ UN TONO CERCANO, NADA TÉCNICO Y QUE INCLUYA EJEMPLOS SIMPLES."** ]



La IA no reemplaza a tu equipo. **Pero potencia su claridad y su comunicación estratégica.** Y como líderes, nuestro trabajo es mostrarles que ser profesionales también es saber contar lo que hacemos.