

Métricas y conceptos clave para

COBRAR POR TUS SERVICIOS DE MARKETING DIGITAL



APRENDAMOS
MARKETING

A la hora de establecer un precio adecuado para tus servicios de marketing digital, **hay ciertos conceptos clave que debes considerar**. Estas consideraciones te ayudarán a establecer la tarifa óptima para tus servicios y no cobrar por debajo de la tarifa correcta.

¡Recuerda que tus resultados VALEN, y tienes que hacerlos valer!

Sin más, en esta guía complementaria te compartiremos **información importante que debes conocer y métricas que necesitas dominar** para cobrar por tus servicios de marketing digital.

¿Quieres seguir aprendiendo?



¡Trabaja de Manera Inteligente! **Descubre el Servicio de Marketing que te Permitirá COBRAR MÁS, TRABAJANDO MENOS.** 💰

Y si lo estás pensando... ¡NO!, no se trata de "humo" (ve el video completo para comprobarlo).



[Ver más](#)

MÉTRICAS CLAVE PARA COBRAR CORRECTAMENTE

Las métricas clave o KPI's, son la mejor forma de medir los resultados de las estrategias de marketing en un negocio. Conocerlas te permitirá poder demostrar eficientemente el valor de tus servicios y ver tangiblemente los resultados de cada esfuerzo de marketing.

Las principales métricas clave que debes tener en cuenta son:

CPL (COSTE POR LEAD):

Esta es una métrica importante que hay que entender a la hora de cobrar por los servicios de marketing digital, ya que mide el coste individual de generar clientes potenciales o leads.

Se calcula dividiendo la cantidad total de dinero gastada en una determinada actividad de marketing, entre el número de clientes potenciales generados a partir de ella.

$$\text{CPL} = \frac{\text{Presupuesto total}}{\text{Número total de leads}}$$

CPA (COSTE POR ADQUISICIÓN):

Esta métrica se refiere al costo total en de adquirir cada nuevo usuario o cliente. Se calcula dividiendo el presupuesto total utilizado en un determinado periodo, entre el número de clientes adquiridos durante ese mismo periodo.

$$\text{CPA} = \frac{\text{Inversión}}{\text{Cantidad de nuevos clientes}}$$

CTR (TASA DE CLICS):

Esta métrica mide el número de clics que los usuarios realizan en un elemento de marketing en comparación con el número total de impresiones. Ayuda a entender si tu campaña es interesante para tu cliente final.

$$\text{CTR} = \frac{\text{Número de clics}}{\text{Número de impresiones}}$$

CPC (COSTE POR CLIC):

Esta métrica mide el coste total de cada clic en una campaña publicitaria, y se calcula dividiendo el presupuesto invertido entre el número total de clics.

$$\text{CPC} = \frac{\text{Presupuesto total}}{\text{Número de clics}}$$

TASA DE CONVERSIÓN:

Este es el porcentaje de usuarios que completan una acción deseada tras visitar tu sitio web o landing page. Esta métrica se utiliza para entender el éxito de tus campañas y medir los resultados.

$$\text{Tasa de conversión} = \frac{\text{Número de conversiones totales}}{\text{Número de visitas totales}}$$

TICKET PROMEDIO:

Esta métrica es una de las más importantes para determinar el valor de tus servicios. Es el **promedio de cuánto ganarás por cada cliente adquirido** a través de tu estrategia de marketing digital.

$$\text{Ticket promedio} = \frac{\text{Valor total de las ventas}}{\text{Número de pedidos o transacciones}}$$

CONSIDERACIONES AL COBRAR POR TUS SERVICIOS

Es turno de pasar a las principales consideraciones que debes tomar en cuenta al cobrar por tus servicios de marketing. Considera estos como consejos para profesionalizar cada vez más tu trabajo y cobrar de forma más justa.

ESTABLECE TARIFAS DE ACUERDO A TU EXPERIENCIA Y HABILIDADES

Recuerda que es importante saber caminar, antes de querer correr. Esta analogía se refiere a que debemos ir un paso a la vez.

Por lo que si aún no cuentas con tanta experiencia o resultados que puedas comprobar, podría ser buena idea adaptar tus precios con los primeros clientes que decidan confiar en ti para que te des la oportunidad de demostrar tus aptitudes.

Al mismo tiempo, si ya cuentas con experiencia y resultados probados, entonces no debes venderte tan barato, pues estarías devaluando el servicio que estás ofreciendo.

Establecer una tarifa media de mercado que refleje tu experiencia y habilidades te ayudará a entender mejor el precio óptimo para tus servicios en comparación con otros profesionales.

CONSIDERA TUS COSTOS FIJOS

Además de la tarifa por servicio, es importante considerar también los costes fijos relacionados con tu trabajo. Esto puede incluir herramientas de software y hardware, conexiones a Internet, membresías a suscripciones y otros gastos adicionales.

Esto ayudará a establecer un precio más acorde con los costes que tendrías en caso de llevar a cabo el trabajo; así como también te dará mayor seguridad al cobrar.

En pocas palabras, mientras más producción e inversión le inyectes a tus servicios, más valiosos serán y deberás cobrar de acuerdo a su valor.

TEN EN CUENTA EL TIEMPO INVERTIDO

Añadiendo a lo anterior, debes considerar también los costes por tu tiempo invertido en el trabajo. Esto se refiere a **todas las horas de investigación, planificación y ejecución necesarias para llevar a cabo una tarea con éxito.**

Por eso es fundamental que tengas en cuenta el tiempo invertido para establecer la tarifa correcta. Después de todo, este tiempo no se recuperará y deberás tomar en cuenta para poder cobrar de manera justa por tus servicios.

Ahora que conoces esta información, podrás empezar a establecer un precio correcto para tus servicios de marketing digital. Estos conceptos te ayudarán a cobrar justo por tu trabajo y a centrarte en entregar resultados a tus clientes. ¡No esperes más para empezar a cobrar lo que mereces! 🚀

¿Te fue útil esta guía? Recuerda que dentro de nuestra Comunidad Master Marketer tienes acceso a herramientas, cursos, asesorías, clases en vivo, mentorías y más, que te ayudarán a impulsar tus resultados como freelance de marketing y a especializarte en incrementar las ventas de otros negocios.

[QUIERO SABER MÁS](#)