



— GUÍA PARA AGENCIAS

Cómo contarle a tu cliente lo que haces por él cada mes

Cinco pasos para que tu cliente sepa lo que haces por él sin un informe de veinte páginas. Con lista para marcar y plantillas para copiar. Vale con cualquier herramienta, también con email y una carpeta compartida. No hace falta PortaliaFlow para aplicarla.

LOS CINCO PASOS

- 01 **Decide qué cuentas, y cuéntalo siempre igual**
- 02 **Deja que lo vea, no que te crea**
- 03 **Lo que falta de su lado, por escrito**
- 04 **Un ritmo fijo: una línea a la semana, una hoja al mes**
- 05 **La reunión mensual de veinte minutos**

01

Decide qué cuentas, y cuéntalo siempre igual

«Mi cliente no sabe lo que hacemos por él» casi nunca es por falta de trabajo: es porque el trabajo le llega en trozos, por tres canales, y nunca en el mismo orden. Antes de contar nada, decide qué cuentas:

- ☐ Cuatro apartados fijos y en este orden: lo publicado, lo que está en marcha, lo que falta de su lado y lo que viene el mes que viene. Siempre los cuatro, aunque uno esté vacío.
- ☐ Una línea por pieza: qué es, para qué canal, en qué estado está y cuándo sale. Sin adjetivos.
- ☐ Cuenta estados, no esfuerzo. «Tres reels publicados, dos en revisión» se entiende; «hemos estado muy encima» no.
- ☐ Lo que el cliente aprobó se cuenta como suyo: «aprobaste el carrusel el día 4». Lo recuerdas y le das la medida de su parte.
- ☐ Si tienes datos de alcance o resultados, van en un apartado aparte y con su fuente. No los mezcles con el trabajo hecho: son dos preguntas distintas.

PLANTILLA · GUION DEL RESUMEN (LOS CUATRO APARTADOS)

Publicado este mes: [pieza · canal · fecha] · En marcha: [pieza · estado · sale el] · Pendiente de tu lado: [qué · desde cuándo · para cuándo] · El mes que viene: [pieza · canal · fecha prevista].

02

Deja que lo vea, no que te crea

Un resumen que escribes tú es tu versión. Lo que convence a un cliente es poder mirar por su cuenta, cuando quiera, y ver lo mismo que tú: el calendario del mes con cada pieza y su estado.

- ☐ Un calendario del mes por cliente, en un sitio que esté siempre actualizado, no en un adjunto que caduca el día que lo envías.
- ☐ Cada pieza con fecha de publicación, canal y estado real: borrador, en revisión, aprobada, programada o publicada. El estado lo cambia quien hace el trabajo, el mismo día.
- ☐ Una carpeta por cliente con las versiones finales, con nombre y fecha. Lo que se publicó tiene que poder encontrarse en marzo del año que viene.
- ☐ El cliente ve solo lo suyo. Si compartes el calendario de la agencia entera, dejará de mirarlo.
- ☐ Antes de cada reunión, abre el calendario como lo ve él. Si tú no lo entiendes en un minuto, él tampoco.

PLANTILLA · CALENDARIO DEL MES (COLUMNAS)

Fecha · Pieza · Canal · Estado (borrador / en revisión / aprobada / programada / publicada) · Quién la aprobó · Fecha de aprobación · Versión final (enlace)

03

Lo que falta de su lado, por escrito

La mitad de las veces que un cliente dice «no sé qué hacéis», lo que pasa es que la pieza lleva dos semanas esperando sus materiales o su aprobación. Si no está escrito, el retraso es tuyo.

- ☐ Una lista con lo pendiente del cliente: materiales, accesos, aprobaciones y respuestas. Con la fecha desde la que esperas y la fecha para la que lo necesitas.
- ☐ Va en cada resumen, con el mismo tono que lo demás. Sin reproches y sin disculpas.
- ☐ Cada punto dice qué pasa si no llega: «sin la foto el jueves, el post pasa al lunes siguiente».
- ☐ Cuando llega, se tachay se dice: «recibido el día 8, gracias». Lo que se agradece se repite.

- ☐ Si la lista no se acorta en dos meses, no es un problema de recordatorios: hay que hablar con quien contrató el servicio.

PLANTILLA · MENSAJE DE PENDIENTES

Hola, [nombre]. Para seguir con [pieza] nos falta [qué]. Lo pedimos el [fecha] y lo necesitamos antes del [fecha límite]; si no llega, [qué pasa]. En cuanto lo tengamos, [siguiente paso]. Gracias.

04

Un ritmo fijo: una línea a la semana, una hoja al mes

Lo que se cuenta cuando hay tiempo no se cuenta. Decide un día y un formato para cada ritmo y no los cambies, tampoco cuando no haya novedades.

- ☐ Cada semana, el mismo día: cinco líneas. Publicado, en marcha, pendiente de su lado, la semana que viene y una pregunta si la hay.
- ☐ Cada mes, el mismo día: una hoja con los cuatro apartados del paso 1. Si cabe en una hoja, la lee; si son veinte páginas, la guarda.
- ☐ Si no hay novedades, se manda igual: «esta semana no ha salido nada; el jueves entran dos piezas en revisión». El silencio se lee como abandono.
- ☐ El mismo remitente siempre, el responsable de cuenta. No el que esté libre ese viernes.
- ☐ Guarda cada resumen enviado. Cuando alguien pregunte «¿y en abril qué hicisteis?», la respuesta está en un correo con fecha.

PLANTILLA · RESUMEN SEMANAL (CINCO LÍNEAS)

Semana del [fecha] · Publicado: [piezas] · En marcha: [piezas y estado] · Pendiente de tu lado: [qué, para cuándo] · La semana que viene: [qué sale] · ¿Alguna pregunta? [sí/no, y cuál]

05

La reunión mensual de veinte minutos

Si el cliente ya ha podido ver el trabajo y ha recibido la hoja, la reunión no es para repasar lo hecho: es para decidir lo que viene y para escuchar. Veinte minutos, con orden del día, siempre el mismo.

- ☐ Antes: envía la hoja del mes dos días antes de la reunión. En la reunión no se lee; se comenta.
- ☐ Orden del día en cuatro puntos: lo que ha pasado (cinco minutos), lo que falta de su lado (cinco), lo que viene y qué hay que decidir (cinco) y una pregunta: «¿qué cambiarías?» (cinco).

- ☐ Lo que se decide se escribe en el momento y se envía el mismo día, con responsable y fecha. Sin acta, la reunión no existió.
- ☐ Si el cliente la mueve dos veces seguidas, no insistas con una tercera fecha: pregunta por escrito qué ha cambiado.
- ☐ Una vez al trimestre, invita a quien contrató el servicio, aunque no sea quien aprueba cada pieza. Es quien decide si sigues.

PLANTILLA · ORDEN DEL DÍA Y ACTA (EL MISMO MENSAJE)

Reunión [mes] · 1. Lo que ha pasado: [resumen en una línea] · 2. Pendiente de tu lado: [lista] · 3. Lo que viene y qué decidimos: [decisiones, responsable, fecha] · 4. Qué cambiarías: [lo que dijo, tal cual].

Enviado el [fecha] a [nombres]. Si algo no es así, dímelo y lo corrijo.

Lo que puedes hacer esta semana, sin cambiar de herramienta

- ☐ Escribir el guion de los cuatro apartados y mandar el primer resumen semanal a tu cliente que más factura.
- ☐ Montar el calendario del mes de ese cliente en un sitio compartido, con el estado real de cada pieza.
- ☐ Enviar la lista de pendientes de su lado, con fechas, a los clientes que tienen algo parado.
- ☐ Fijar en la agenda el día del resumen semanal y la reunión mensual de veinte minutos.

TAMBIÉN TE PUEDEN SERVIR

Cómo ordenar las aprobaciones con tus clientes Qué acordar, cómo pedir una aprobación que se pueda dar y qué hacer con los cambios y con quien no contesta.

Qué poner en un brief para que la pieza salga a la primera Las cinco preguntas que todo brief tiene que responder antes de producir, con plantillas para copiar.

Cómo saber que un cliente se enfría antes de que se vaya Las cuatro señales de que un cliente se está enfriando, cómo medirlas a mano cada mes y qué hacer con cada una.

Cómo saber qué le debes a cada freelancer a fin de mes Cinco pasos para que el pago a freelancers no dependa de una hoja de cálculo: tarifa por escrito, coste que nace con la pieza, qué cuenta como completada, gastos y cierre de mes.

Y las veinticinco plantillas de las cinco guías, juntas: [**Todas las plantillas en una página \(portaliaflow.com/es/plantillas\)**](https://portaliaflow.com/es/plantillas)

portaliaflow.com/es/guia-aprobaciones · portaliaflow.com/es/guia-brief ·

portaliaflow.com/es/guia-salud-cliente · portaliaflow.com/es/guia-freelancers

Si quieres que tu cliente lo vea sin que nadie se lo mande

Todo lo de arriba se puede hacer con email, una carpeta y una hoja de cálculo. PortaliaFlow lo enseña solo, en un portal con tu dominio y tu logo, a partir de lo que tu equipo ya hace:

- ✓ Tu cliente entra en su portal y ve su inicio: las piezas que esperan su aprobación, el calendario del mes con el estado de cada una, lo planificado para los próximos 30 días y los ficheros que le compartes. Solo lo suyo, nunca otros clientes ni las notas internas de tu equipo.
- ✓ Cada lunes le llega un resumen de su espacio por email, con el remitente de tu agencia; a tu equipo le llega el de la agencia. Sin que nadie lo escriba.
- ✓ Lo que tiene pendiente de aprobar se lo recuerda el portal: tres recordatorios con plazo y, si se agotan, el escalado os avisa al responsable de cuenta y a ti.
- ✓ Cada aprobación queda con nombre, fecha y versión, y el historial de correcciones se para sus rondas de las internas. Lo que aprobó hace tres meses se puede abrir.
- ✓ Antes de la reunión abres su portal tal como lo ve él; y en el informe operativo tienes el contenido publicado, cuánto tarda en aprobar y los atrasos de cada cliente, con cada cifra abriendo sus piezas y exportación a CSV.

Y para ver su silla de principio a fin: **Lo que verá tu cliente, desde el primer email hasta la pieza aprobada (portaliaflow.com/es/lo-que-ve-tu-cliente)**

Y en esa misma página, para hacer tú de cliente con una pieza de ejemplo y datos ficticios: **Pruébalo: así aprueba tu cliente (portaliaflow.com/es/lo-que-ve-tu-cliente#prueba)**

Y lo que no hace: no genera informes en PDF ni con tu marca, no mide alcance, leads ni ventas (no se conecta con Meta, Google Ads ni Analytics), no publica en redes (el estado «Publicado» lo marca tu equipo) y no sustituye la reunión de veinte minutos.