



— GUÍA PARA AGENCIAS

Cómo saber que un cliente se enfría antes de que se vaya

Cuatro señales que se pueden medir a mano, una ficha mensual por cliente y qué hacer con cada señal. Con lista para marcar y plantillas para copiar. Vale con cualquier herramienta, también con email y una hoja de cálculo. No hace falta PortaliaFlow para aplicarla.

LAS CUATRO SEÑALES Y LA FICHA

- 01 Tarda más en responder
- 02 Entra menos
- 03 Su nota baja, o nunca se la pediste
- 04 Se acumulan atrasos, también los tuyos
- 05 La ficha mensual y qué hacer con ella

01

Tarda más en responder

Un cliente que se va casi nunca lo dice. Primero deja de contestar a tiempo. Lo malo es que un retraso suelto no se nota y tres seguidos ya son un mes perdido. Mídelo:

- ☐ Apunta, por cada pieza, cuándo la enviaste a aprobar y cuándo respondió. Dos fechas; con eso basta.
- ☐ Compara con el plazo que acordasteis. Si no hay plazo acordado, esa es la primera señal: empieza por ahí.
- ☐ Mira la tendencia, no el dato: un retraso es un retraso; tres seguidos, o cada mes un poco más, es una señal.
- ☐ Separa «tarda» de «no decide»: si responde rápido pero siempre «lo consulto», ha cambiado quién manda al otro lado y nadie te lo ha dicho.
- ☐ Antes de insistir, pregunta. «¿Os viene mal este ritmo?» abre más puertas que el tercer recordatorio.

PLANTILLA · REGISTRO DE RESPUESTA (COLUMNAS)

Cliente · Pieza · Enviada el · Plazo acordado · Respondida el · Días de más · Quién respondió ·
Respuesta (aprobada / cambios / «lo consulto»)

Al final del mes: días de media por cliente, comparados con el mes anterior. Si suben dos meses seguidos, es una señal.

02

Entra menos

Cuando un cliente está contento, mira. Abre lo que le mandas, entra en la carpeta, comenta, pregunta por la próxima pieza. Cuando se enfría, lo primero que desaparece es el interés, mucho antes que el contrato.

- ☐ Cuenta las veces que el cliente entra en lo compartido (la carpeta, el calendario, el tablero) y cuántas comenta algo. Sin precisión: «cada semana», «alguna vez al mes», «nunca».
- ☐ Mira quién entra. Si antes entraban dos personas y ahora una, o la que entra es nueva, pregunta qué ha cambiado en su equipo.
- ☐ Apunta las piezas que aprobó sin dejar ni un comentario. Aprobar todo sin mirar no es confianza: es desinterés.
- ☐ Fíjate en las reuniones: ¿las acorta, las mueve, manda a otra persona? Cada cancelación cuenta.
- ☐ Compara con cómo era al empezar. Los primeros meses de cualquier cliente son la medida; lo que haya bajado desde entonces es la señal.

PLANTILLA · SEÑALES DE ACTIVIDAD (UNA LÍNEA AL MES)

[Cliente] · Entra: [cada semana / alguna vez / nunca] · Comenta: [sí / poco / no] · Quién: [nombres] ·
Reuniones: [las mantiene / las mueve / manda a otra persona] · Respecto al mes pasado: [igual /
menos / más]

03

Su nota baja, o nunca se la pediste

Lo que un cliente dice en una reunión y lo que pondría en una nota del 0 al 10 no es lo mismo. La nota es incómoda de pedir y por eso casi nadie la pide. Es la señal más barata de todas.

- ☐ Una sola pregunta: «Del 0 al 10, ¿recomendarías nuestra agencia a alguien como tú?». Y una segunda: «¿Qué cambiarías?».

- ☐ La misma pregunta a todos los clientes, con la misma cadencia (cada pocos meses, no cada semana), por escrito y no de pasada.
- ☐ Que responda quien decide, no quien te cae mejor.
- ☐ No discutas la nota. Agradece, apunta el comentario y vuelve en una semana con lo que vas a cambiar.
- ☐ Lo que importa no es la cifra, es su cambio: un cliente que pasa de alto a regular es la señal más clara de esta guía.

PLANTILLA · MENSAJE PARA PEDIR LA NOTA

Hola, [nombre]. Una pregunta rápida para hacerlo mejor: del 0 al 10, ¿recomendarías [agencia] a alguien como tú? Y si quieres, en una línea: ¿qué cambiarías? Es un momento y lo leo yo. Gracias.

04

Se acumulan atrasos, también los tuyos

Los atrasos del cliente (materiales que no llegan, aprobaciones que se eternizan) y los de la agencia (piezas que salen tarde) se parecen en una cosa: cuando dejan de molestar a alguien, ese cliente ya está medio fuera.

- ☐ Lista, por cliente, las piezas fuera de plazo este mes y de quién fue el atraso: material del cliente, aprobación del cliente o producción de la agencia.
- ☐ Cuenta las fechas que se movieron. Una pieza que cambia de fecha dos veces es una pieza que ya no le importa a nadie.
- ☐ Un cliente que deja de quejarse de tus atrasos no está más contento: ha dejado de contar contigo.
- ☐ Si los atrasos son tuyos, dilo tú antes de que lo diga él, con fecha nueva y por escrito.
- ☐ Si son suyos, pregunta qué ha cambiado: presupuesto, prioridades o personas. Casi siempre es una de las tres.

PLANTILLA · REVISIÓN DE ATRASOS (FIN DE MES)

[Cliente] · Piezas fuera de plazo: [n] · Por material del cliente: [n] · Por aprobación del cliente: [n] · Por la agencia: [n] · Fechas movidas: [n] · ¿Se ha quejado alguien? [sí/no]

La ficha mensual y qué hacer con ella

Cada señal por separado tiene una explicación inocente. Las cuatro juntas, mes a mes, no. La ficha no es para tener datos: es para decidir a quién llamas esta semana.

- ☐ Unavez al mes, por cliente, marca cada señal en verde, ámbar o rojo. Sin fórmula: tu criterio, por escrito.
- ☐ Guarda la ficha de cada mes. La tendencia de tres meses dice más que cualquier mes suelto.
- ☐ Un cliente en ámbar: una acción concreta con fecha y responsable (una llamada, una propuesta, una pieza extra, un cambio de interlocutor).
- ☐ Un cliente en rojo: una conversación sin agenda comercial. Pregunta qué está pasando y escucha; no vendas.
- ☐ Apunta qué hiciste y qué pasó después. Lo que funciona con un cliente te sirve con el siguiente.

PLANTILLA · FICHA MENSUAL DEL CLIENTE

[Cliente] · Mes: [mes] · Respuesta: [verde / ámbar / rojo] · Actividad: [verde / ámbar / rojo] · Nota: [n de 10, o «sin pedir»] · Atrasos: [verde / ámbar / rojo]

Tendencia (tres meses): [mejora / igual / empeora] · Acción: [qué] · Responsable: [nombre] · Antes del: [fecha]

Qué pasó: [una línea, al mes siguiente].

Lo que puedes hacer esta semana, sin cambiar de herramienta

- ☐ Rellenar la ficha mensual de tus tres clientes que más facturan con lo que sabes hoy, sin buscar datos.
- ☐ Apuntar la fecha de envío y la de respuesta de todas las piezas que mandes a aprobar esta semana.
- ☐ Enviar el mensaje de la nota a un cliente al que no se la has pedido nunca.
- ☐ Llamar al cliente que lleva más tiempo sin aparecer, sin nada que vender.

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 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.

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: qué contar, dejar que lo vea, lo pendiente de su lado, un ritmo fijo y la reunión de veinte minutos.

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-freelancers · portaliaflow.com/es/guia-cliente-al-dia

Si quieres que las cuatro señales se midan solas

Todo lo de arriba se puede llevar en una hoja de cálculo. PortaliaFlow lo calcula cada día a partir de lo que ya pasa en el portal, con tu marca:

- ✓ Cada cliente tiene una salud de 0 a 100 que sale de las cuatro señales de esta guía: cómo responde a las aprobaciones, su actividad, su nota de 0 a 10 y los atrasos de sus piezas.
- ✓ La tendencia se calcula con una foto diaria de cada cliente; si no hay historial, no se inventa.
- ✓ La nota no hay que pedirla por mensaje: tu cliente puntúa de 0 a 10 y comenta desde su propio portal, y tú ves cada respuesta y la media por cliente en la página de feedback.
- ✓ El panel enseña la salud de todos tus clientes y su tendencia, con filtro de los últimos 7, 30 o 90 días; el informe operativo da el tiempo medio de aprobación por cliente y los atrasados, y cada cifra abre sus tareas.
- ✓ Cuando un cliente no responde, los recordatorios salen solos y la escalada avisa al responsable de cuenta y a ti; y el cumpleaños y los aniversarios de un mes, seis meses y un año de cada cliente se felicitan solos por email, con el remitente de tu agencia.

Y para ver lo que tienes en el panel cada mañana: **Lo que verás tú, desde el panel hasta el pago de cada freelance (portaliaflow.com/es/lo-que-ves-tu)**

Y en esa misma página, para dejar pasar el tiempo con un cliente ficticio que no contesta y ver qué sale, a quién y cuándo: **Pruébalo: así avisa el portal cuando tu cliente no contesta (portaliaflow.com/es/lo-que-ves-tu#prueba)**

Y lo que no hace: los cuatro pesos de la salud son fijos (no se cambian por agencia), no envía encuestas automáticas (tu cliente puntúa cuando quiere desde su portal), no mide las redes ni las ventas de tu cliente y no sustituye la llamada.