



PERFORMANCE SEM & PAID MEDIA · BUENOS AIRES

MARTÍN PEDERNERA · MARTINPEDERNERA.DIGITAL

TUS CAMPAÑAS, GESTIONADAS COMO SI LA GUITA FUERA MÍA.

Estrategia, implementación y optimización de campañas en Google, Meta, LinkedIn, TikTok y X. Y, cuando hace falta, también la página donde cae esa inversión. Para empresas que quieren saber **exactamente qué les devuelve cada peso.**

MEDIOS

GOOGLE ADS · META ADS
LINKEDIN ADS · TIKTOK ADS · X ADS

MEDICIÓN

GA4 · GTM · LOOKER STUDIO

DESARROLLO

LANDINGS · SITIOS · APPS WEB

LO QUE ENCUENTRO CASÍ SIEMPRE QUE AUDITO UNA CUENTA

MARTIN PEDERNERA • MARTINPEDERNERA.DIGITAL

No son errores de gente incapaz. Son los errores de una cuenta que nadie mira con criterio de negocio, porque adentro de la empresa todos están ocupados vendiendo.

MEDICIÓN ROTA

Se optimiza contra un evento que no es una venta: un clic en WhatsApp, una página de gracias que dispara dos veces. El algoritmo aprende del dato equivocado.

PRESUPUESTO DE MARCA

Buena parte de la inversión se va en términos donde ya te iban a encontrar igual. Se ve barato en el reporte y no suma un cliente nuevo.

CERO ATRIBUCIÓN

Sabés qué campaña trajo el formulario. No sabés cuál trajo al que firmó. Sin eso, escalar es tirar plata con más volumen.

PILOTO AUTOMÁTICO

Campañas sin revisión semanal. La plataforma gasta donde le es fácil convertir, no donde a vos te deja margen.

Ninguno de estos cuatro problemas aparece en un reporte de impresiones.
Los cuatro aparecen en tu estado de resultados.

PARA QUIÉN TRABAJO —Y PARA QUIÉN NO

MARTIN PEDERNA · MARTINPEDERNA.DIGITAL

ENCAJAMOS

- ✓ Ya invertís en medios y querés dejar de decidir por intuición.
- ✓ Vendés algo con ticket y margen que banca un costo de adquisición.
- ✓ Tenés a alguien que atiende los leads en el día. La pauta trae la consulta; no la cierra.
- ✓ Podés sostener 3 meses. Antes de eso no hay data, hay ruido.

NO ENCAJAMOS

- ✗ Buscás al más barato. Vas a encontrarlo, y te va a salir caro.
- ✗ Necesitás resultados en dos semanas sobre una cuenta sin historial.
- ✗ No hay forma de saber qué pasa después del lead. Sin ese dato optimizo a ciegas.
- ✗ Esperás que la pauta compense un problema de producto, precio o postventa.

Prefiero decirte que no en la primera llamada, antes que cobrarte tres meses para llegar los dos a la misma conclusión.

QUÉ HAGO, EN CONCRETO

Sin adjetivos. Esto es lo que aparece en tu cuenta, en tu sitio y en tu bandeja de entrada durante los primeros 90 días.

01

PRIMERO, MEDIR

- Auditoría de GA4 y Google Tag Manager.
- Definición de conversiones que representan plata, no clics.
- Captura de origen en cada formulario, para saber de dónde vino cada lead.
- Tablero en Looker Studio con las métricas que te importan a vos.

02

DESPUÉS, LOS MEDIOS

- Reestructura de cuentas por intención de búsqueda y etapa de embudo.
- Negativas, exclusiones y limpieza de desperdicio.
- Testing de creatividades y mensajes con criterio, no a ojo.
- Presupuesto asignado por objetivo, revisado cada semana.

03

SIEMPRE, LA GESTIÓN

- Monitoreo activo y aviso ante desvíos de costo.
- Informe mensual con lectura de negocio: qué pasó, por qué y qué sigue.
- Reunión de revisión para alinear con lo que ves vos del otro lado.
- Documentación viva de todo lo que se decide y se aprende.

CUANDO EL PROBLEMA NO ESTÁ EN LA CAMPAÑA

MARTIN PEDERNERA • MARTINPEDERNERA.DIGITAL

Buena parte de los problemas de performance no se resuelven en el administrador de anuncios: se resuelven en la página donde cae el clic. Como también desarrollo, no hay que esperar a un tercero para arreglarla.

LANDING PAGES

Pensadas para convertir y para medir. Una por campaña si hace falta, con los eventos y la captura de origen ya integrados, no agregados después.

SITIOS WEB

Institucionales y de producto, con la medición puesta desde el día uno y una estructura que no pelee con lo que necesitan las campañas.

MICRO SISTEMAS

Herramientas a medida para destrabar un cuello de botella puntual: seguimiento de leads, cálculos de presupuesto, paneles internos.

APPS WEB

Cuando la solución no viene enlatada. Producto propio o interno, construido y mantenido con el mismo criterio de negocio.

EN PRODUCCIÓN

cerralo.online — vendedor con IA que atiende y califica consultas 24/7. Producto propio, de la idea al deploy.

Podés contratarlo suelto o dentro de la gestión. Lo importante es que no vas a escuchar «eso no me corresponde a mí».

NO OPTIMIZO MÉTRICAS DE PLATAFORMA. OPTIMIZO TU MARGEN.

Antes de vender por internet vendí puerta a puerta y atendí un mostrador. No queda elegante en un currículum, pero cambia cómo leo una cuenta: sé lo que cuesta conseguir un cliente y lo que duele perderlo.

- Leo tu cuenta desde tu negocio, no desde el administrador. Si el costo por lead baja pero el costo por cliente que firma sube, eso no es un logro: es un problema nuevo.
- Un solo interlocutor senior. El que arma la estrategia es el mismo que ejecuta y el mismo que te la explica. Nada delegado a un junior.
- Te aviso cuando no hay que gastar. Pausar una campaña que no rinde también es parte del servicio, aunque me convenga lo contrario.

EL CAMBIO DE PREGUNTA

LA PREGUNTA DE SIEMPRE

«¿Bajó el costo por lead?»

LA PREGUNTA QUE HAGO YO

«¿Cuánto costó el último cliente que firmó?»

La primera se contesta con una captura de pantalla. La segunda, con un sistema de medición armado en serio. Ahí está todo el trabajo.

LOS PRIMEROS 90 DÍAS, FASE POR FASE

MARTIN PEDERNERA • MARTINPEDERNERA.DIGITAL

SEMANA 1

01

DIAGNÓSTICO

Reunión uno a uno. Objetivos de negocio, márgenes, capacidad de atención. Ordenamos accesos y te digo qué encontré, aunque no te guste.

SEMANAS 1-2

02

CIMENTOS

Medición antes que pauta. GA4, GTM, conversiones reales y captura de origen. Sin esto, todo lo que venga después es opinión.

SEMANAS 2-3

03

LANZAMIENTO

Estrategia con KPIs acordados, estructura de campañas y creatividades. Si no tenés piezas, las coordino con mi red de confianza.

MES 1 EN ADELANTE

04

OPTIMIZACIÓN

Revisión activa de pujas, audiencias y presupuesto. Informe mensual con lectura de negocio y reunión para decidir juntos el mes siguiente.

El día 90 no es una fecha de contrato: es el primer momento en que la data alcanza para tomar decisiones serias.

TRES FORMAS DE TRABAJAR JUNTOS

No vendo paquetes cerrados ni cobro por hora. Acordamos un objetivo de negocio, definimos qué hace falta para llegar y de ahí sale el número. Ni antes, ni por catálogo.

01

AUDITORÍA

Para quién: ya tenés equipo interno o agencia y querés una segunda mirada honesta.

Revisión completa de cuentas, medición y atribución. Informe con hallazgos y un plan priorizado por impacto. Te lo llevás y lo ejecuta quien vos quieras.

PROYECTO CERRADO • A CONVENIR

02

IMPLEMENTACIÓN

Para quién: la estrategia ya está definida y necesitás la mano que la ejecute bien.

Armado, carga y puesta en marcha de campañas sobre el plan que ya tenés. Alcance y plazo cerrados de entrada, sin gestión continua.

POR PROYECTO • A CONVENIR

03

GESTIÓN INTEGRAL

Para quién: querés delegar el canal completo y que alguien responda por el número.

Todo el alcance: medición, medios, optimización y reporte. Objetivos y KPIs acordados por escrito al inicio de cada trimestre.

FEE MENSUAL POR OBJETIVOS • A CONVENIR

Por qué no cobro un porcentaje de tu inversión: ese modelo me premia cuando gastás más, no cuando gastás mejor. Prefiero un fee que no se mueva y un objetivo que sí. Contrato mínimo de 3 meses en gestión, por el plazo que necesita la data. **Desarrollo** (landings, sitios, sistemas y apps web) se cotiza por proyecto, dentro o fuera de la gestión.

LO QUE NADIE TE PONE POR ESCRITO

Contratar a una persona en lugar de una agencia genera una duda razonable que casi nadie dice en voz alta: *¿y si mañana desaparece?* Estas son mis respuestas, y las firmo.

LAS CUENTAS SON TUYAS

Todo se crea y se mantiene a nombre de tu empresa. Si mañana dejamos de trabajar juntos, te quedás con el activo entero, el historial y los aprendizajes. Nunca con una cuenta secuestrada.

TODO DOCUMENTADO

Estructura, nomenclatura, conversiones, hipótesis probadas y descartadas, en un documento vivo al que accedés siempre. Que otro pueda continuar mi trabajo es parte de mi trabajo.

TIEMPOS DE RESPUESTA

24 horas hábiles para cualquier consulta. Mismo día ante un desvío crítico de gasto. Un solo interlocutor: yo. Sin rotación y sin curva de aprendizaje cada seis meses.

SALIDA LIMPIA

Cumplidos los 90 días, si los KPIs que acordamos al inicio no se movieron, salís sin penalidad y con todo entregado. El riesgo de probar lo asumo yo.

Y SI EL PROYECTO CRECE

No estoy solo. Soy fundador de alkimistadigital.com, la consultora de performance desde la que opero. Si hace falta más gente, entra la estructura. Tu interlocutor sigue siendo el mismo.

Si algo de esto no te lo pone por escrito quien te esté cotizando hoy, vale la pena preguntar por qué.

DESDE 2017, A LOS DOS LADOS DEL MOSTRADOR

Marcas en cuyas cuentas trabajé, desde agencia o de forma directa. El rol y el alcance de cada una te los detallo en la llamada, sin inflar nada.

CONSUMO MASIVO & RETAIL

McDonald's · AB InBev · Pepsi
Corona · Michelob Ultra · Samsung

SERVICIOS & CORPORATIVO

ManpowerGroup · Medicus · Atento
Western Union · San Cristóbal · Pago
Fácil

PYMES & PROFESIONALES

Plástica Siglo 21 · Vidrear · ICFIDE
McPack · Macadamia Kids · TuLegajo

2017

el año en que empecé a
gestionar inversión
publicitaria

6

plataformas de
medios operadas
en producción

10 países

Argentina · Uruguay · Paraguay · Brasil · Perú · España ·
Inglaterra · República Dominicana · Curazao · Trinidad y
Tobago

De las marcas grandes me llevé el
método. De las pymes, algo que
**las grandes no enseñan: que cada
peso mal invertido se siente en el
bolsillo de alguien.**



EL SIGUIENTE PASO

20 MINUTOS Y TE DIGO LA VERDAD SOBRE TU CUENTA.

Una llamada corta, sin presentación de vendedor. Miramos juntos tus números, te digo qué haría y si conviene o no que trabajemos. Si no conviene, te lo digo ahí mismo y no te cobré nada.

AGENDÁ LA LLAMADA

cal.com/martingpedernera/20min

ESCRIBIME

hola@martingpedernera.digital

CONOCÉ MÁS

martingpedernera.digital