

Vida del cliente

Habilidad: Estimar la duración del vínculo comercial con el cliente para calcular el valor de largo plazo.

¿Por qué importa esta habilidad?

El valor de un cliente no es solo lo que paga en el primer contrato. Es el flujo de ingresos que genera durante toda su relación con el startup. Subestimar la vida del cliente lleva a infrainvertir en retención y a sobrevalorar la adquisición.

Qué se ve como un buen resultado

El equipo tiene una estimación de cuánto tiempo permanece un cliente típico, y puede calcular el Customer Lifetime Value (CLV) básico para compararlo con el CAC.

Errores comunes

- Usar benchmarks genéricos sin basarse en evidencia del segmento.
- No considerar la churn rate al calcular la vida del cliente.
- Calcular el CLV sin descontar los costos de servicio durante la vida del cliente.
- No segmentar la vida del cliente por tipo de comprador.

Preguntas que el startup debe responder

- ¿Cuánto tiempo está un cliente típico con la empresa?
- ¿Por qué los clientes dejan de comprar o de renovar?
- ¿Qué podría extender significativamente la vida del cliente?
- ¿Cuál es el CLV básico comparado con el CAC?

Artifact requerido

? Hoja de lifetime del cliente

Propósito: Estimar la vida del cliente y el CLV para evaluar la ecuación de valor de largo plazo.

Card vinculada: Vida del cliente

Instrucciones de desarrollo

1. Estima la duración media del cliente con base en conversaciones o benchmarks del sector.
2. Calcula el ingreso total por cliente durante su vida: ingreso anual \times años estimados.
3. Resta los costos de servicio durante la vida del cliente para obtener el CLV neto.
4. Compara el CLV con el CAC: la ratio CLV/CAC debe ser mayor que 3 para ser sostenible.

Estado esperado: Hoja con vida del cliente estimada, CLV calculado y ratio CLV/CAC documentado.

Criterios de revisión del Artifact

- La vida del cliente tiene una base de estimación documentada.
- El CLV está calculado con ingresos y costos de servicio.
- El ratio CLV/CAC está calculado.
- El equipo puede explicar qué palancas mejorarían el CLV.

Estado: ? No iniciado | ? En progreso | ? Completo | ? Revisado | ? Cumple estándar | ? Fuerte/Sobresaliente

Criterios de completitud

- La vida del cliente tiene una estimación justificada.
- El CLV está calculado y comparado con el CAC.
- El equipo conoce el ratio CLV/CAC.

Rúbrica de revisión

Nivel	Descripción
No iniciado	No hay ninguna estimación de vida del cliente.
En progreso	La vida del cliente es una intuición sin cálculo.
Completo	La hoja tiene CLV básico calculado.
Revisado	El ratio CLV/CAC está calculado y evaluado.

Cumple estándar	El CLV guía las decisiones de retención e inversión en el cliente.
Fuerte/Sobresaliente	Se actualiza con datos reales de retención y churn.

Cards relacionadas / siguiente paso

- Costo de venta por cliente
- Vida del producto
- Key Drivers

Revisión #2

Creado 2026-04-12 17:07:28 UTC por Gideon Blaauw

Actualizado 2026-04-13 15:47:14 UTC por Gideon Blaauw