

PROYECTO DE ANÁLISIS DE DATOS MARKETING DIGITAL EN LA ESCUELA INFANTIL DE NATACIÓN CHAPOTEOS

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto tiene como finalidad desarrollar una solución integral de análisis de datos para la optimización de estrategias de marketing digital, mediante la creación de una herramienta centralizada que permitirá la consolidación y análisis de datos provenientes de múltiples plataformas digitales.

Objetivos Principales:

1. Desarrollar una herramienta de integración de datos multiplataforma
2. Incrementar la tasa de conversión del embudo de ventas
3. Optimizar el proceso de captación de usuarios para el servicio gratuito introductorio
4. Analizar y contrarrestar el impacto de la competencia desleal
5. Mejorar el alcance y engagement del público objetivo

Alcance del Análisis:

El proyecto abarcará la integración de datos de las siguientes plataformas:

- Meta Business Suite (Facebook e Instagram)
- Google Analytics
- TikTok Business Center
- YouTube Analytics
- Plataformas adicionales de marketing digital
- Página Web

INTRODUCCIÓN

1.1 Contexto del Proyecto

- Situación Actual del Mercado: El sector de Chapoteos experimenta actualmente una alta competitividad digital, donde la presencia multiplataforma es crucial para el éxito empresarial. La dispersión de datos entre diferentes plataformas dificulta la toma de decisiones ágil y efectiva, mientras que la presencia de competencia desleal afecta significativamente al mercado.

Problemática Identificada:

- Fragmentación de datos entre múltiples plataformas
- Dificultad en el seguimiento integral del customer journey
- Baja tasa de conversión en el servicio introductorio gratuito
- Competencia desleal con precios artificialmente bajos
- Complejidad en la medición del ROI de campañas multiplataforma

Resultados Esperados:

- Incremento del 30% en la tasa de conversión del servicio gratuito
- Reducción del 25% en el coste por adquisición de cliente
- Mejora del 40% en la eficiencia del análisis de datos
- Sistema automatizado de detección de competencia desleal
- Dashboard centralizado con actualizaciones en tiempo real

Estado Actual de los Datos:

Se cuenta con las siguientes tablas de datos:

1. Visitas: Métricas de tráfico y comportamiento
2. Usuarios activos: Patrones de uso y engagement
3. Usuarios dados de baja: Análisis de churn
4. Usuarios inactivos: Oportunidades de reactivación
5. Usuarios invitados: Seguimiento de conversión inicial

1.2 Objetivos

Objetivo Principal:

Incrementar el alcance público y la efectividad de las estrategias de marketing digital mediante la implementación de un sistema integrado de análisis de datos.

Objetivos Específicos:

Centralización de Métricas:

- Crear una base de datos unificada
- Implementar ETL automatizado
- Desarrollar dashboard integral
- Establecer sistema de alertas automáticas

Análisis de Competencia:

- Monitorizar precios del mercado
- Identificar patrones de competencia desleal
- Analizar estrategias competitivas
- Desarrollar sistema de alerta temprana

Optimización del Embudo de Conversión:

- Identificar puntos de fricción
- Mejorar tasas de conversión por etapa
- Reducir tiempo de conversión
- Optimizar costes de adquisición

Mejora del Servicio Gratuito:

- Aumentar tasa de aceptación
- Reducir tiempo entre invitación y uso

- Optimizar experiencia de usuario
- Incrementar conversión a servicio pagado

Impacto Esperado:

- Mejora en la toma de decisiones estratégicas
- Optimización de presupuesto de marketing
- Incremento en ROI de campañas
- Mayor eficiencia operativa
- Ventaja competitiva sostenible

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1. Resumen de hallazgos
2. Recomendaciones estratégicas
3. Próximos pasos

ANEXOS

Acuerdo de Confidencialidad

Este proyecto representa una iniciativa estratégica para la transformación digital de los procesos de marketing y análisis de datos, con un enfoque especial en la optimización de recursos y la mejora de resultados comerciales.

Cesar Chaparro, Analista de Datos.

