



UNIVERSIDAD  
DE  
CÓRDOBA

Instituto de Estudios de Posgrado

Universidad de Córdoba

MÁSTER UNIVERSITARIO EN INTELIGENCIA COMPUTACIONAL E  
INTERNET DE LAS COSAS

# KPIs PARA UN COMERCIO ELECTRÓNICO B2C

## Analítica Web

**Autora:**

Alba Márquez-Rodríguez

**Profesora:**

María Luque Rodríguez

Córdoba, Marzo 2024

# Índice

<b>1. Enunciado</b>	<b>2</b>
<b>2. KPIs para Medir la Evolución de los Objetivos del Sitio Web</b>	<b>3</b>
2.1. Realizar Ventas . . . . .	3
2.2. Fidelizar Clientes [1] . . . . .	3
2.3. Prestar Servicio de Atención al Cliente . . . . .	3
2.4. Publicidad Online Efectiva [2] . . . . .	3
2.5. Landing Page que Atraigan al Visitante [3] . . . . .	3

# 1. Enunciado

Para un negocio de comercio electrónico empresa-consumidor (B2C), la típica tienda online, se tienen los siguientes objetivos de negocio:

- Realizar ventas
- Reducir gastos
- Fidelizar clientes

Alineado con estos objetivos, los objetivos del sitio web son:

1. Realizar ventas
2. Fidelizar clientes
3. Prestar servicio de atención al cliente
4. Publicidad online efectiva
5. Landing page que atraigan al visitante

Define los KPI para este negocio

## 2. KPIs para Medir la Evolución de los Objetivos del Sitio Web

### 2.1. Realizar Ventas

1. **Tasa de Conversión:** Porcentaje de visitantes del sitio web que completan una compra.
2. **Valor Medio deL Pedido:** Promedio del valor monetario de cada pedido realizado en el sitio.
3. **Ingresos Totales:** Total de ingresos generados a través de las ventas en el sitio.

### 2.2. Fidelizar Clientes [1]

1. **Tasa de Retención de Clientes:** Porcentaje de clientes que realizan compras repetidas en el sitio web.
2. **Customer Profitability Score (CPS):** Mide la rentabilidad de un cliente en un periodo concreto, es decir, cuánto dinero genera a la compañía, y cuánto cuesta satisfacer sus necesidades. Permite analizar los clientes más rentables.
3. **Puntuación de satisfacción y lealtad:** Medida de la satisfacción y lealtad del cliente, obtenida a través de encuestas que preguntan si los clientes recomendarían el sitio a otros.

### 2.3. Prestar Servicio de Atención al Cliente

1. **Tiempo de Respuesta al Cliente:** Tiempo promedio que tarda el equipo de atención al cliente en responder a consultas o quejas de los clientes.
2. **Índice de Resolución en el Primer Contacto:** Porcentaje de consultas o problemas de los clientes que se resuelven satisfactoriamente en el primer contacto.
3. **Índice de Abandono sin Cerrar la Consulta:** Porcentaje de consultas o problemas de los clientes que ellos mismos cierran sin haber resuelto su consulta.

### 2.4. Publicidad Online Efectiva [2]

1. **Costo por Mil (CPM):** Coste de un anuncio por cada 1000 impresiones. El CPM se mide con la Tasa de Clic (CTR), el cual consiste en el número de clics recibidos en relación con la cantidad total de impresiones.

### 2.5. Landing Page que Atraigan al Visitante [3]

1. **Tasa de Rebote de la Página de Inicio:** Porcentaje de usuarios que abandonan el sitio después de visitar la página de inicio sin realizar ninguna acción.
2. **Tiempo Promedio en la Página de Inicio:** Tiempo promedio que los usuarios pasan en la página de inicio, lo que indica el nivel de compromiso e interés inicial del visitante.

## Referencias

- [1] Carlos Llopi, “Kpis para la fidelización de clientes: mide tu éxito empresarial..” <https://increnta.com/insights/kpis-fidelizacion-de-clientes/>. Accedido el 7 de marzo de 2024.
- [2] Xeerpa, “Los principales kpis para medir el éxito de una campaña publicitaria..” [https://xeerpa.com/blog/kpi-publi/#:~:text=Los%20KPIs%20\(Indicadores%20Claves%20de,de%20nuestras%20estrategias%20y%20acciones](https://xeerpa.com/blog/kpi-publi/#:~:text=Los%20KPIs%20(Indicadores%20Claves%20de,de%20nuestras%20estrategias%20y%20acciones). Accedido el 7 de marzo de 2024.
- [3] NewsMDirector, “Los 9 kpis más importantes a la hora de analizar los resultados de tu landing page..” <https://www.mdirector.com/blog/kpis-para-analizar-los-resultados-de-tu-landing-page/>. Accedido el 7 de marzo de 2024.