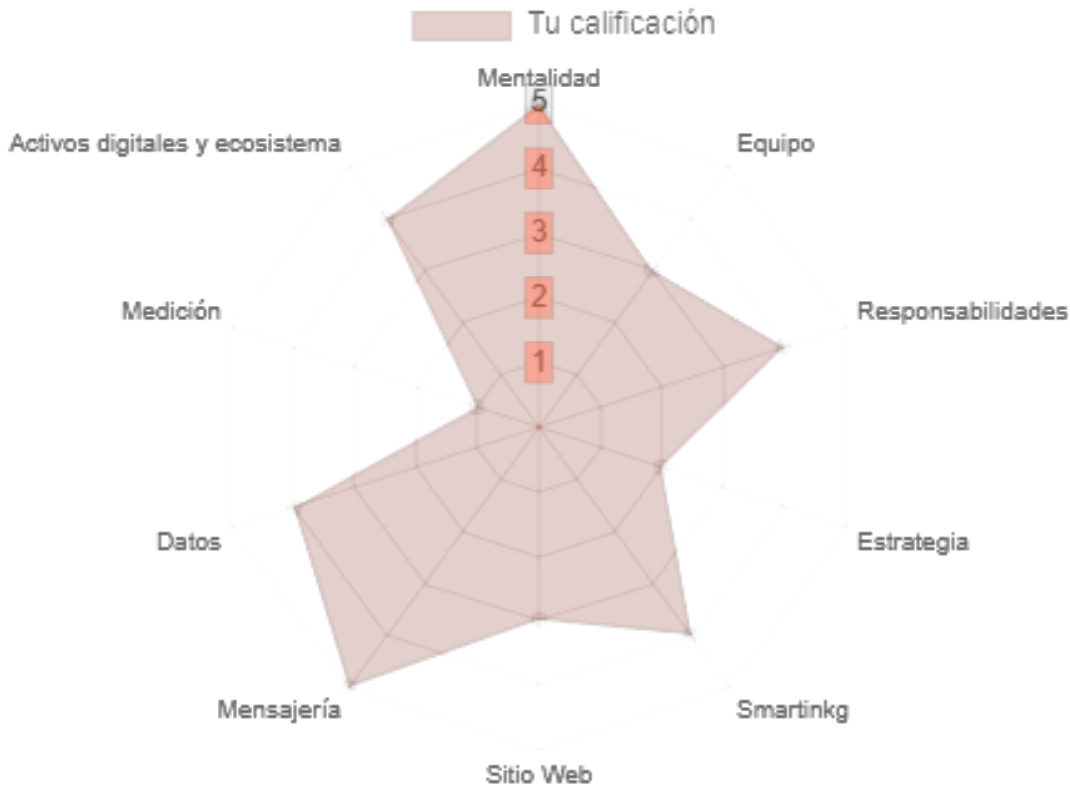


## Resultado

Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industrys standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining essentially unchanged.



### 1.Cuál de estas afirmaciones representa mejor tu sensación como miembro del área de mercadeo de tu empresa

R/. Tengo a la mano la tecnología adecuada que nos ayuda a demostrar con muy poca controversia las ventas y la rentabilidad que generamos al negocio con nuestras actividades de marketing digital

#### Fuerte

Wow! Felicitaciones. Están en un nivel de mentalidad que pocas organizaciones han alcanzado. Tu empresa, cree y tiene integrado el marketing a su modelo de crecimiento, invierte, experimenta y es conciente del impacto que el marketing digital tiene en sus resultados. Ahora el juego es mantener claros los objetivos, estar abiertos a la experimentación y ser referente de tu industria.

### 2. Quién o quiénes en tu empresa responden por las labores de mercadeo digital

R/. Una persona o líder con poder de decisión especializado en el tema

#### Regular

Que exista un líder del tema ya lo hace relevante. Tener alguien cuyas prioridades giren al rededor de cómo usar los medios digitales para impulsar el crecimiento de la empresa es clave para obtener buenos resultados. Según cómo se haya diseñado el apoyo a su trabajo, es importante determnar si en el futuro deberá tener equipo, o se apoyará en una agencia o será una combinación de ambos.

### 3. Según las prioridades de tu compañía, la responsabilidad/actividad más importante del área de Mercadeo es

R/. Responde por la entrega de prospectos o leads al área de ventas, producto de tácticas offline y online.

Fuerte

### 4. Cómo definiras tu modelo de planeación y estrategia

R/. Fijamos objetivos por canal y de forma independiente: visitas, seguidores, interacciones, pero no necesariamente obedecen a una estrategia superior e integrada. Miramos los números, y fijamos metas para que cada canal mejore. Le aporta valor a la marca, pero no somos capaces de determinar el valor directo al negocio.

Débil

### 5. Cómo definirías la relación de mercadeo y ventas desde los siguientes aspectos.

R/. Mercadeo y ventas están construyendo un proceso de relación en el que aclaran la responsabilidad de cada área en el crecimiento del negocio y acuerdan espacios de seguimiento.

Fuerte

### 6. En qué punto ubicarías tu gestión web

R/. Tenemos un blog, lo actualizamos con frecuencia pero no estamos seguros de para qué nos es útil.

Regular

### 7. A la hora de comunicarte con tus clientes y tus prospectos, cuál de estas actividades representa mejor el estilo de tu compañía

R/. Nos comunicamos personalmente con los usuarios basados en datos y comportamiento como: consumo del sitio web, interacción con redes sociales, videos y pauta. Empleamos técnicas de aprendizaje de máquinas, deep learning e inteligencia artificial para individualizar los mensajes.

Fuerte

### 8. En cuanto a los datos de los contactos y clientes de mi empresa, estas son las situaciones que vivimos día a día

R/. Existe un área de analítica y BI (inteligencia de negocios) que provee bases de datos para estrategias de mercadeo, pero la contactabilidad no es confiable y los datos de mercadeo no enriquecen a BI

Fuerte

9. Cómo defines las métricas de tu negocio

R/. Usamos datos web de agregados para comprender las tendencias (por ejemplo, Google Analytics gratuito)



Débil

10. Con cuál de las siguientes premisas identificas la realidad de tu ecosistema digital

R/. Sus ecosistemas conecta al comportamiento del cliente y/o u factores factores externos (por ejemplo, el clima)



Fuerte