

# La Analitica en la publicidad

Gerardo Quiroz

Maestria en Analitica  
Universidad CENTRAL

06 DE MAYO 2023

# QUE ES ?

- La analítica es el proceso de recopilar, medir y analizar datos para obtener información valiosa. En el contexto de la publicidad, esto significa recopilar datos sobre el comportamiento del consumidor y utilizarlos para mejorar las campañas publicitarias..
- La analítica puede incluir el seguimiento de métricas como el número de clics en un anuncio, la tasa de conversión y el tiempo que los usuarios pasan en un sitio web. Estos datos pueden ayudar a los anunciantes a comprender mejor a su audiencia y adaptar sus campañas en consecuencia



# POR QUE ES TAN IMPORTANTE ?

- La analítica es importante en la publicidad porque permite a los anunciantes medir el éxito de sus campañas y hacer ajustes para mejorarlas.



- Sin analítica, los anunciantes estarían ciegos ante el impacto real de sus anuncios y no podrían tomar decisiones informadas sobre cómo mejorarlos



- la analítica también puede ayudar a los anunciantes a identificar nuevas oportunidades de mercado y a optimizar su presupuesto publicitario para obtener el máximo retorno de inversión

# Ejemplos de uso de la analítica en la publicidad

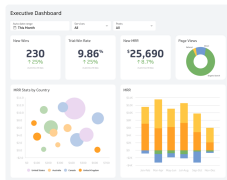
- Los anunciantes pueden utilizar la analítica para realizar pruebas A/B en sus anuncios y determinar cuál funciona mejor
- pueden utilizar la analítica para personalizar los anuncios en función de la ubicación geográfica o el historial de navegación del usuario
- seguimiento del embudo de conversión. Esto implica analizar el comportamiento del usuario desde el momento en que ve un anuncio hasta el momento en que realiza una compra
- Al comprender mejor este proceso, los anunciantes pueden optimizar sus campañas para maximizar las conversiones

# Desafíos en el uso de la analítica en la publicidad”



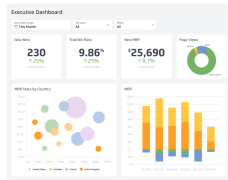
- Aunque la analítica puede ser muy útil en la publicidad, también presenta algunos desafíos. Uno de los mayores desafíos es la privacidad de los datos. Los consumidores son cada vez más conscientes de la cantidad de datos que se están recopilando sobre ellos y pueden sentirse incómodos con la idea de que se utilicen para publicidad.
- Otro desafío es la complejidad de la analítica. La recopilación y análisis de datos puede ser muy complicado, especialmente para las pequeñas empresas que no tienen acceso a herramientas sofisticadas de analítica.
- Además, los resultados de la analítica pueden ser difíciles de interpretar y aplicar sin experiencia y conocimientos especializados

# KPI MAS UTILIZADOS EN LA ANALITICA WEB”



- Visitas a la web: se refiere al número de veces que se ve la página web, ya sea por el mismo o distinto usuario.
- Tasa de conversión o ratio de conversión: porcentaje de conversiones total que ha habido sobre las visitas de la página web
- Origen del tráfico: la fuente que llevó al usuario a la página web. Esta métrica indica por qué canal vienen los usuarios
- Tasas de atribución: este indicador pretende asignar un porcentaje de conversiones finales que vienen de cada canal de tráfico
- Tasa de repetición de tráfico: porcentaje del tráfico que vuelve a la página web

# KPI MAS UTILIZADOS EN LA ANALITICA WEB”



- Ratio de abandono en proceso de compra (Tasa de abandono): esta ratio indica el número de visitas que han añadido algún producto al carrito de la compra, pero finalmente no han terminado el proceso
- Uso del buscador interno: se trata de la métrica de uso que muestra que, de todas las visitas al site, cuántas utilizan el buscador de la propia página web para acceder y cuántas no
- Grado de fidelización: existen distintas métricas que, en su conjunto, describen cómo de fieles son los usuarios recurrentes de la web
- Tasa de rebote: porcentaje de visitantes que han visto una única página de la web y ha salido inmediatamente,

# KPI MAS UTILIZADOS EN LA ANALITICA WEB”



- **Look to book:** indica las veces que se busca información sobre un producto respecto a la compra de ese producto
- **PORCENTAJE Táfico de marca:** se trata del tráfico que viene a la página web de una marca porque busca la marca directamente, ya sea por escribir la URL, por hacer clic en favoritos del navegador
- **Cuota de audiencia:** porcentaje de audiencia que han estado en la página web
- **Usuarios:** número de personas que frente a las visitas me indica cuántos realmente siguen el proceso lógico de compra
- **ROI (Retorno sobre la inversión).**  $ROI \text{ EN PUBLICIDAD ONLINE} = (\text{ventas} / \text{monto invertido en publicidad}) - 1 \times 100$



a continuación presento conclusiones acerca de la publicidad y la Analítica

- La analítica es una herramienta poderosa en la publicidad moderna. Permite a los anunciantes comprender mejor a su audiencia y crear campañas más efectivas. Sin embargo, también presenta desafíos importantes, como la privacidad de los datos y la complejidad del análisis
- A medida que avanza la tecnología y cambian las actitudes de los consumidores, es probable que la analítica siga siendo una parte integral de la publicidad. Los anunciantes que puedan superar los desafíos y aprovechar al máximo la analítica tendrán una ventaja significativa en el mercado.

# REFERENCIAS/BIBLIOGRAFIA

- Fernández, L. L. (1 de 06 de 2019). <https://repositorio.comillas.edu/>.  
Obtenido de <https://repositorio.comillas.edu/rest/bitstreams/295682/retrieve>
- <https://www.sas.com>. (2023). Obtenido de [https://www.sas.com/es\\_co/insights/marketing/marketing-analytics.html](https://www.sas.com/es_co/insights/marketing/marketing-analytics.html)
- <https://www.siniestro.net>. (2016). Obtenido de <https://www.siniestro.net/novedades/93-como-las-analiticas-pueden-ayudarte-a-hacer-mejor-publicidad-para-tu-publico.html>
- <https://zemsaniaglobalgroup.com>. (2023). Obtenido de <https://zemsaniaglobalgroup.com/big-data-marketing-la-analitica-de-datos-al-servicio-de-la-publicidad/>
- País, J. (2018). ¿CÓMO EL ANÁLISIS DE DATOS MEJORA EL MARKETING DE TU EMPRESA? Obtenido de Shower Thinking: <https://www.showerthinking.es/inbound-marketing-blog/analisis-datos-empresa>
- País, J. (2018). ¿CÓMO EL ANÁLISIS DE DATOS MEJORA EL MARKETING DE TU EMPRESA? Obtenido de Shower Thinking: ▶