

## Qué es KPI 40/51

---

**KPI (Key Performance Indicator en inglés) o indicadores de rendimiento** son factores que miden el desempeño y la efectividad de una estrategia o conjunto de estrategias que buscan alcanzar los objetivos del negocio. Así que puedes utilizar KPIs para medir el rendimiento de **áreas como Marketing Digital**, ventas, recursos humanos o de tu empresa en general.

El impacto de los KPIs es grande cuando tienes control para entender cómo están funcionando tus acciones y si están llevándote a alcanzar tus objetivos. Ten en cuenta que debes establecer indicadores que sean claves para tu negocio y no caer en la práctica de querer medirlo todo.



## Para qué sirven los KPI o indicadores clave de rendimiento

---

Esencialmente, un KPI puede ayudarte a:

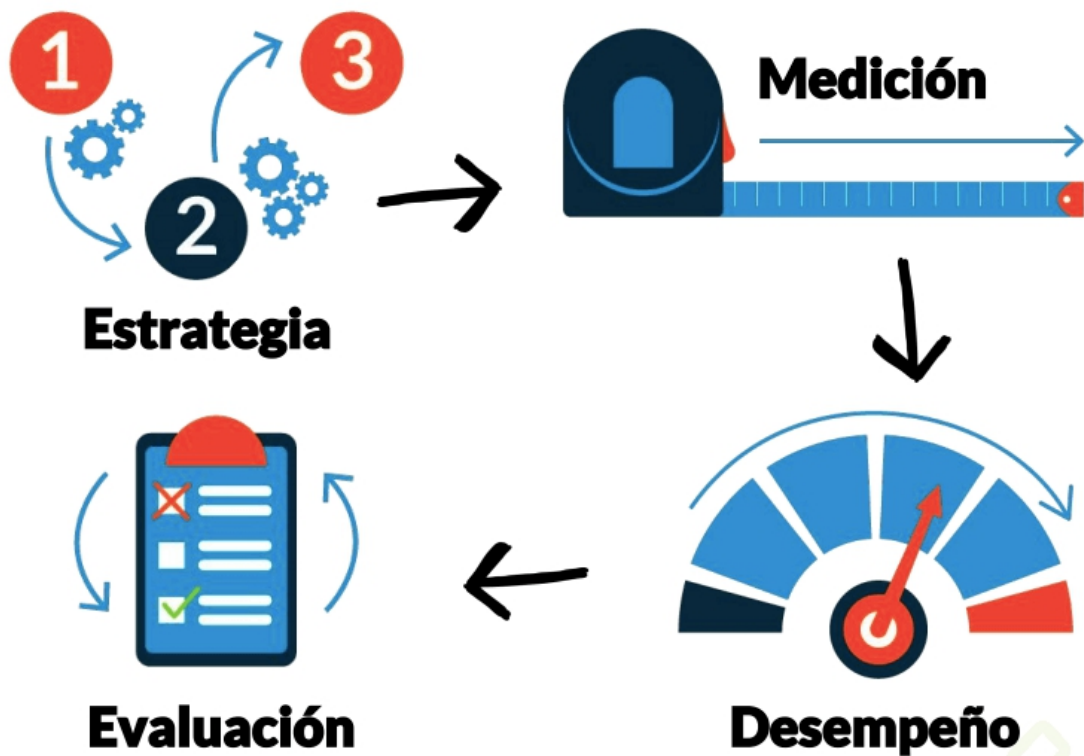
- **Comprender** la efectividad de cada plan estratégico
- **Analizar** información que te lleve a tomar mejores decisiones
- **Conocer** que tan alineadas están las diferentes áreas con los objetivos de negocio

- **Optimizar** puntos específicos para mejorar tus estrategias

Recuerda que si tienes un negocio digital necesitas mostrar tanto a tus socios como a tu equipo de trabajo el rendimiento de las acciones propuestas. Así que los indicadores clave de rendimiento serán fundamentales para entender qué debes medir y por qué lo necesitas.

## KPI ¿Para qué medir?

(Indicadores Claves de Rendimiento)



Y para que profundices tus conocimientos, inicia con el [Curso de Introducción al Marketing Digital](#) e identifica los KPI necesarios para tu empresa.

## Cómo definir un KPI para tu negocio y sus características

La definición de KPIs es una tarea importante que necesitas hacer, así que te presentamos 5 pasos que te ayudarán a lograrlo:

### 1. Ten en cuenta tus objetivos y estrategias

Analiza cuáles son las problemáticas relacionadas con tu negocio o qué necesitas medir. Por ejemplo, Netflix utiliza los KPIs número de suscriptores y número de videos vistos porque están alineados con su estrategia y objetivos.

## 2. Utiliza el método SMART

Para definir un KPI puedes utilizar el método S.M.A.R.T. que te ayudará con los criterios que deben cumplir los KPIs que elijas:

- Específico
- Medible
- Alcanzable
- Relevante
- Ubicado temporalmente

# Método SMART

**S**

**Specific = Específico.** “Quiero incrementar el tráfico a mi sitio”

**M**

**Measurable = Medible.** “Un 15% más de visitantes únicos”

**A**

**Attainable = Alcanzable.** “Un 15% más de tráfico es una meta realizable según los estándares de la industria”

**R**

**Relevant = Relevante.** “El objetivo final de mi negocio es vender muebles y mi sitio es mi marketplace o sitio de e-commerce”

**T**

**Timely = Ubicado temporalmente.** “En los próximos dos meses”



## 3. Haz preguntas abiertas

Guíate con las siguientes preguntas para establecer mejor tus KPIs:

- ¿Qué quieres medir?
- ¿Por qué necesitas medir esos datos?
- ¿Están alineados con las metas de negocio?
- ¿Cómo puedes corroborar su progreso?

#### 4. Define la frecuencia de medición

Establece el tiempo que necesitas para medir la efectividad de tus KPIs, que puede ser:

- Bimestral
- Trimestral
- Semestral
- Anual

#### 5. Comparte los KPI con tu equipo

Comunicar a todos los miembros de tu organización, en especial a los líderes, puede ayudarte a que todos trabajen para alcanzar los KPIs propuestos. La comunicación de las estrategias y el progreso serán fundamentales si quieres que todo tu equipo esté al tanto de las metas a alcanzar.

Y si deseas mejorar la visibilidad de tu empresa toma el **Curso de Posicionamiento de Marca en Medios Digitales** y continua con el **Curso de Especialización en Marketing Digital**.

### Ejemplos de KPI que utilizan las empresas

---

Puede que el concepto de KPI aun te genere cierta confusión, por ello te presentamos algunos indicadores clave para los equipos de Marketing Digital y ventas.

#### KPI en una estrategia de Marketing Digital

Si necesitas medir tus estrategias en Email Marketing utiliza:

- **Tasa de rebote:** utilizado para conocer que correos no pudieron llegar a los destinatarios
- **Tasa de apertura:** métrica para entender el número de correos abiertos del total de enviados.

Si necesitas medir tus estrategias en **redes sociales** utiliza:

- **Menciones:** el número de veces que te mencionan en cualquier red social.
- **Comentarios:** utilizado para entender la interacción de los usuarios.
- **Alcance:** para entender el número de personas que ven tus posts o anuncios.
- **CTR:** utilizado para entender el porcentaje de clicks obtenidos.
- **Impresiones:** se refiere a la cantidad de veces que se muestran los post o anuncios.
- **Reproducciones:** número de veces que se vio un video.

## Ejemplos de KPI's



Menciones  
RT's  
Quotes  
CTR  
Respuestas y comentarios



Impresiones  
Me gusta  
Alcance (Reach)  
Comentarios  
Reacciones  
Shares  
Otros muros



Visitas al perfil  
Impresiones  
Clicks al sitio web  
Contacto: SMS, email, llamadas  
Alcance  
**Stories:**  
Replays  
Impresiones  
Swipe up's  
Sticker taps



Reproducciones  
Suscriptores  
Comentarios o "shares"  
Video Integrado (embebido)  
Me gusta/  
No me gusta  
Favoritos  
Retención (tiempo de retención)



Conexiones  
Vistas al perfil  
Nuevas conexiones  
Comentarios  
Me gusta



Si necesitas medir tus estrategias de contenidos utiliza:

- **Número de visitantes únicos:** el número de personas únicas que visitan tu sitio web.
- **Tiempo de permanencia:** el tiempo que permanecen los usuarios navegando en una página web.

También, puedes establecer KPI para tus acciones en SEO o Influencer Marketing.

## KPI en una estrategia de ventas

En el caso de ventas, encuentras algunos KPIs como:

- **ROI (retorno de inversión):** usado para conocer las ganancias en una inversión.
- **CPC (costo por clic):** se refiere al costo por click de cada anuncio.

## KPI en un e-commerce

Los e-commerce son un tipo de negocio que necesita medirse para entender qué oportunidades de mejora hay y potenciar las ventas. ¿Qué indicadores de rendimiento pueden ayudarte a medir tu negocio? Tienes los siguientes:

- **Tráfico:** indica la cantidad de usuarios que están llegando al sitio web.
- **Visitas a las fichas de productos:** permite ver qué categoría, dentro de las que tenemos establecidas, está recibiendo más visitas.
- **Media de páginas vistas y tiempo en el sitio:** mide el tiempo de permanencia en el sitio y permite determinar por qué los usuarios se van del sitio o qué es lo que les hace quedarse.
- **Tasa de abandono de carritos:** Te permite ver el porcentaje de usuarios que no completan sus compras.
- **Tasa de devolución:** da la posibilidad de evaluar y analizar a los nuevos clientes con respecto a los que regresan a la tienda, para aplicar una estrategia de fidelización a la marca.

## Herramientas para medir los KPIs

---

Pueden usar diferentes herramientas para analizar los KPI como:

- [Google Analytics](#)
- [Google Search Console](#)
- [Google Trends](#)
- [Hootsuite](#)
- [Social Mention](#)

Estos son algunos indicadores que podemos medir, pero hay que recordar que no son los únicos, ya que cuáles usar dependerá mucho de los objetivos o **target** que se ha trazado la campaña o plan de marketing.

Las métricas por sí mismas solo nos dan indicaciones, nos muestran comportamientos, pero son los análisis los que en últimas ayudan a que los datos sean a nuestro beneficio.

## RETO:

¿Has utilizado alguno de estos KPIs? Escribe en los comentarios 2 indicadores clave que te ayudarían a conseguir tu objetivo de negocio.

## Conclusión

---

Para determinar el impacto de lo que haces necesitas usar KPI o indicadores clave de rendimiento, ya que te mostrarán el progreso de tus acciones y qué decisiones debes tomar para mejorar.

Recuerda utilizar KPIs que sean relevantes para tu negocio y que realmente contribuyan a alcanzar los objetivos propuestos.