

# Determine sus objetivos de medición

## Siete pasos para mejorar los resultados de marketing

Para garantizar que su estrategia de marketing sea integral, debe desarrollar objetivos claros y medibles para cada segmento del recorrido de sus clientes. Después de crear un objetivo comercial claro y medible, deberá planificar, implementar y medir las campañas de marketing que lo respalden. Revise los siete pasos que se indican a continuación a fin de asegurarse de que su enfoque sea coherente.

1. Determine un **objetivo** de marketing para cada segmento del recorrido de sus clientes.
2. Planifique su estrategia de **combinación de medios** para cada segmento de clientes.
3. Determine las **herramientas** de medición más apropiadas para validar su retorno de la inversión.
4. Desarrolle un cambio de **objetivo** que espera revelar con sus herramientas de medición.
5. Registre los **resultados** de los hallazgos de sus mediciones.
6. Compare los **cambios en las métricas** de cada uno de los canales de medios en función de sus mediciones anteriores (o de las comparativas de sectores).
7. Determine la **acción** que realizará para cada resultado.

## Ejemplo completado

A continuación, encontrará un ejemplo completado del marco de trabajo. Aunque el suyo será distinto, este modelo podría darle una idea de la dirección que debe tomar.

Recorrido del cliente	Objetivo	Herramientas	Combinación de medios	Objetivo	Resultados	Cambios en las métricas	Acción
Generar conocimiento	Conocimiento de la marca	Brand Lift	Video Redes sociales	+10%	+12%	Aumento de las vistas de video Disminución de la participación	Usar más videos Probar la creatividad
Influir en la consideración	Preferencia de marca	Brand Lift	Video Display Búsqueda	+5%	+4%	Disminución del porcentaje de respuesta Aumento de las microconversiones Aumento de las microconversiones	Videos más breves Sin cambios Expandir las palabras clave de la Búsqueda
Generar compras	ROAS (retorno de la inversión publicitaria)	Atribución MMM	Video Display Búsqueda	USD 1.12 de ROAS	USD 1 de ROAS	Disminución del porcentaje de conversiones Aumento del porcentaje de conversiones Disminución del porcentaje de conversiones	CTA más atractivos Usar la Orientación por público Ajustar las ofertas Prueba A/B
Aumentar la lealtad	LTV	Análisis del LTV	Correo electrónico Remarketing	USD 1,100	USD 450	Porcentaje de mensajes abiertos Disminución del porcentaje de conversiones	Prueba A/B