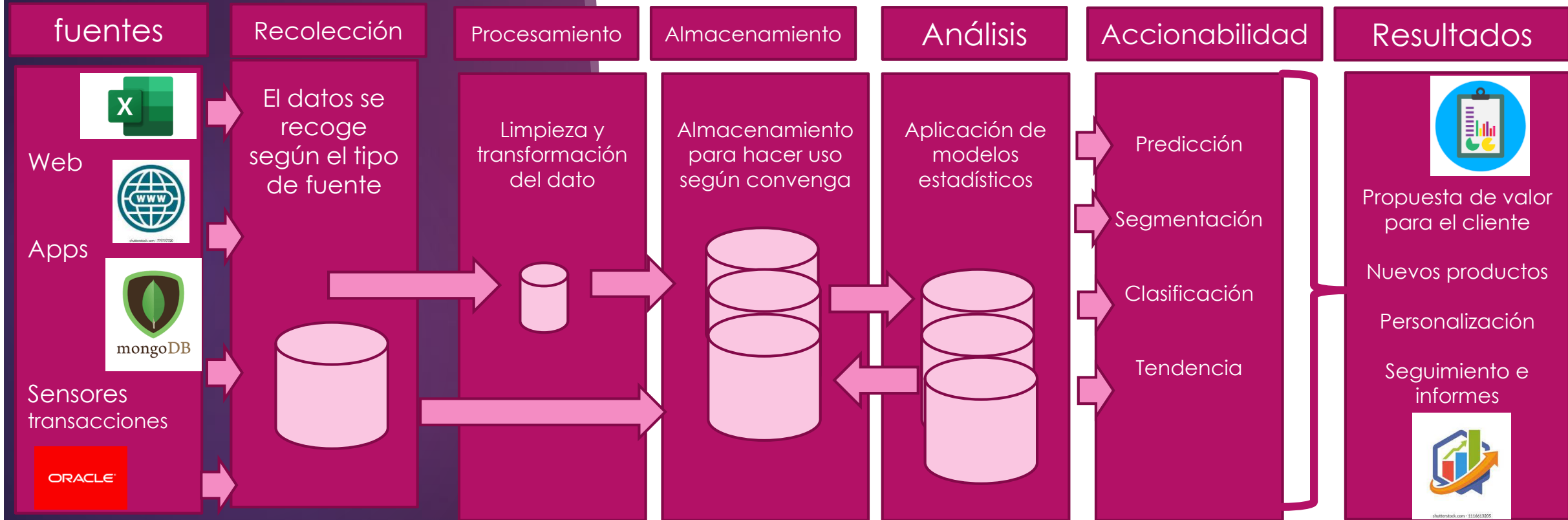


# ***Analítica Digital***

## Infraestructura de Big data



ETL

## ***2. Conceptos fundamentales de Analítica digital***

# Conceptos fundamentales de Analítica Digital

- ▶ **Medir el uso y comportamiento de los usuarios en nuestra web .**
- ▶ **Medir s/objetivos**



- ▶ **Intención concreta**
- ▶ **Objetivo específico**
- ▶ **Estrategia.**

# Conceptos fundamentales de Analítica Digital

- ▶ **Disciplina del marketing online encargada de la extracción y estudio de información relevante sobre el estado y evolución de un proyecto online para tomar decisiones oportunas y poder evaluar su éxito.**
- ▶ **Disciplina aplicable a cualquier tipo de página web, ya sea un e-commerce, una página para una empresa de servicios, un blog o revista online, un foro, entre otras.**
- ▶ **Es una de las claves para el éxito de una página web**

# Conceptos básicos de analítica web

Medida

Dimensión

Métrica

Indicadores o KPI

KPI claves

Análisis cuantitativo

Análisis Cualitativo

# Decidir la estrategia digital correcta

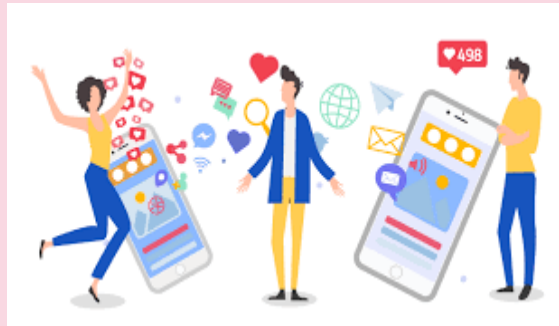


## Definir el objetivo

¿Qué se busca?

¿Cuáles son las fortalezas?

¿Qué nivel de análisis desea desarrollar?



## Definición de la estrategia on line

SMART

specific, measurable, attainable, realistic y timely (específico, medible, alcanzable, realista y temporal)

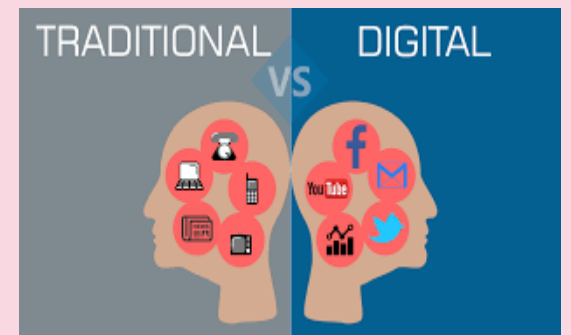


## Elegir los tipos de medios digitales

Pagos, ganados, propios

## Alinear medios digitales y tradicionales

On line  
Off line



# Métricas, KPI, Dimensiones



# Métrica

## Ventajas

Aportan información numérica o porcentual de las distintas actividades que realiza una empresa..

Facilita el trabajo de los empleados de una empresa, pues disponen de información en tiempo real de las distintas facetas o procesos que realizan.

## Desventaja

Muestra un valor sencillo que mide una actividad o proceso, pero no permite evaluar las acciones de la empresa sobre ella.

- **Es un número.**
- **Técnicamente este número puede ser el resultado de una cuenta o una tasa.**
- **Sirven para analizar el rendimiento de una determinada acción o proceso dentro de una empresa. Cualquier cosa que se realice dentro del ámbito empresarial y sea medible, es una métrica.**
- **Se expresan en unidades o porcentajes**
- **Su interpretación requiere conocer el proceso o la herramienta de medición.**

Ejemplos:

Total de ventas por localización geográfica

Ventas del día

Cantidad de productos vendidos

Precio de un producto o servicio.

**Métricas:**  
Son los “hechos” o números, son datos cuantitativos. Son los valores registrados o indicadores del negocio y se basan en las dimensiones definidas

Dimensión	Métrica	Métrica
Ciudad	Sesiones	Páginas/sesión
Barcelona	5.000	3.74
Berlín	4.000	4.55



# KPI

Key  
Performance  
indicator



- Es una métrica.
- Es una selección de métricas que ayudan a la organización a entender mejor como está funcionando en términos del alcance de sus objetivos.
- Todos los KPI son métricas, pero no todas las métricas son KPI. Lo que las separa es el análisis y diferenciación entre todo lo que es posible y conveniente medir de lo que realmente es necesario medir para entender el avance de la organización respecto de los objetivos planteados.

Ejemplo: se puede evaluar si una estrategia para conseguir nuevos clientes online está dando sus frutos, atendiendo al KPI Objetivos Cumplidos, que muestra el número de conversiones para un anuncio concreto

**Indicadores o KPI:**  
(Key Performance Indicators) son los que ayudan a evaluar el desempeño de una acción, proyecto o estrategia de marketing.  
Son métricas claves



De  
entrada



De  
proceso



De Salida

**Los KPIs más utilizados en marketing digital pueden ser:**

- Número de potenciales clientes generados
- Número de leads calificados.
- Tasa de conversión.
- Ticket promedio.
- Número de negocios concretados.
- Ciclo de venta.



KPI target: Es el  
objetivo específico  
que queremos  
alcanzar

**SMART**

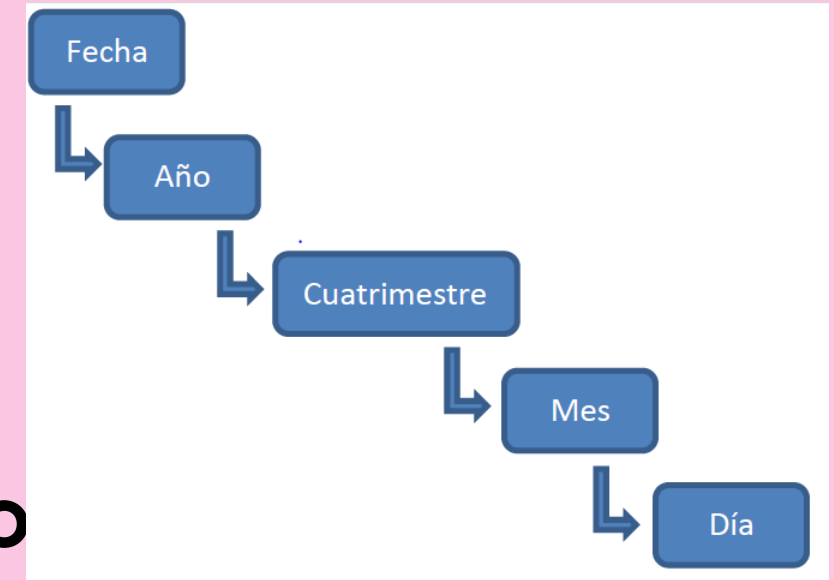
**e**Specífico  
**M**edible  
**A**lcanzable  
**R**elevante  
**a** Tiempo



# Dimensiones

describen siempre  
características de lo que  
estamos analizando

- **Geográfica**
- **Temporal**
- **Edad, estado**



# Cómo obtener métricas excelentes

## Simplicidad

- Fácilmente comprensible

## Relevancia

- Relacionada con los problemas centrales de la organización

## Oportunidad

- Ni pasado ni futuro, ahora en la situación actual

## Utilidad instantánea

- No necesita de otras métricas para interpretarse

# Desafíos de la medición Digital

Múltiples  
canales

Métricas  
diferentes

Volumen de  
datos

Frecuencia de  
medición

Falta de  
competencias



# Métricas accionables

Visitas y  
visitantes únicos

Tiempo en la  
página y en el  
website

Bounce rate  
O tasa de  
rebote

Exit rate o tasa  
de abandono

Conversión rate

Engagement o  
relacionamiento

# Ciclo de vida de una métrica

Como todo proceso, el que se refiere a la medición tiene un ciclo. No importa cuán informada sea la decisión respecto de las métricas elegidas, la metodología de recolección o las técnicas de análisis, siempre existirá espacio para la mejora (o para mejor adecuación a las necesidades de la organización), y no existe otra forma de lograrlo que no sea mediante el uso, la evaluación y la implementación de mejoras detectadas.



# Métricas importantes en marketing Digital

## SEO: Posicionamiento en buscadores

- **Ranking de posiciones por palabras clave.**
- **CTR:** tasa de clics.
- **Backlinks:** el número de enlaces que apuntan a nuestra web.

## Campañas de PPC o publicidad digital

**CTR:** el porcentaje de clics sobre las impresiones.  
**CPC:** el coste por clic  
**ROI:** retorno de la inversión

## Social Media

**Número de seguidores:** para tener alcance.  
**Interacciones:** like, compartir, retweet, etc. Una interacción a tener en cuenta, son las visitas que derivamos desde las Redes Sociales a nuestra web.  
**Engagement:** Hace referencia al número de interacciones en una publicación, frente al número total de seguidores.

## Email marketing

- **Tasa de apertura:** número de usuarios que abren el email.
- **Porcentaje de clics:** el número de veces que se hace clic en algún enlace de nuestro email.