

Data marketing: kpis, métricas y analytics

Descripción

La generación de datos que se da como producto de diferentes procesos que involucran al consumidor permite que estos sean usados para el análisis, categorización y perfilamiento del cliente. Para ello, es importante que la administración y el análisis de la data estén relacionados con el estudio y establecimiento de métricas y KPIs.

El conocimiento y dominio de la data, hoy en día, son una herramienta que potencia las acciones de marketing, ya que se puede obtener una visión del cliente que genera valor y se enfoca en su perfil y necesidades. La apropiada segmentación de la información permite un aprovechamiento y optimización de los recursos disponibles, generando un impacto en la estrategia del negocio.