



Plan de  
marketing digital

# 0 ¿QUIENES SOMOS? ¿DE DÓNDE VENIMOS?...

- **TOLETVM CATERING, S.L.:** 25 años de **experiencia en el sector** de la hostelería y restauración social y colectiva.
- Ubicada en provincia **Toledo y alrededores.**
- Nueva línea de negocio aprovechando el **“now how”** de la compañía y las **nuevas tecnologías.**
  - **Servicio integral de catering temático** destinado a particulares que quieran celebrar cualquier tipo de acto social en sus domicilios.
  - Con identidad propia **YUMMY! Catering temático**





# 1. Resumen Ejecutivo

**Contenidos** | Servicio | Eventos | Mucho más que comida |

# **SERVICIOS YUMMY!**

## **SERVICIO INTEGRAL DE CATERING TEMÁTICO DESTINADO A PARTICULARES**

**Diseño y recreación de diferentes escenarios cuidando los detalles.**

**Ofrecemos una experiencia de usuario original y diferente**

**Invitamos a nuestros clientes a disfrutar**

**amigos/familia + tiempo libre +  = éxito del evento**

# 3 EVENTOS Y TEMÁTICA YUMMY!

## Eventos YUMMY!

- Bodas
- Bautizos
- Comuniones
- Despedidas solteros
- Fiestas Infantiles
- Otras celebraciones:
  - Halloween
  - Navidad/Nochevieja
  - Carnaval
  - Día padre/madre
  - otras reuniones



“SABORES DEL MUNDO”



“MANJARES DE ESPAÑA”



“GUSTOS ATREVIDOS”



“PEQUEÑAS FIESTAS”

## 4 COMIDA y MUCHO MÁS...

### + YUMMY!

- Mantelería y vajilla desechable especial.
- Decoración y ambientación especial.
- Corners especiales.
- Animación niños.
- Karaoke y música.







## 3. Competencia

**Contenidos** | Mapa Digital de la Competencia |

1

# MAPA DE COMPETENCIA DIGITAL I

| POR ÁMBITO DE NEGOCIO | Layra Hostelería                                       | Celedonio Morales  | Catering Toledo                  | Beltrán Catering                 | I Congresos                                   | Mallorca Catering  |
|-----------------------|--|--------------------|----------------------------------|----------------------------------|---|--|
| WEB                   |  |                    |                                  |                                  |   |  |
| Alexa                 | No hay datos disponibles por falta de tráfico a la web |                    |                                  |                                  |   |  |
| Page Rank             | 0  | 0                  | 1                                | 1                                | 3   | 4  |
| Forma de contacto     | E-mail<br>teléfono<br>formulario                       | E-mail<br>teléfono | E-mail<br>teléfono<br>formulario | E-mail<br>teléfono<br>formulario | E-mail<br>teléfono<br>formulario              | teléfono<br>formulario                                   |
| FACEBOOK              |  |                    |                                  |                                  |   |  |
| Fans                  | x  | x                  | x                                | 35                               | 114   | 168  |
| Muro                  | x  | x                  | x                                | x                                | Ideas sobre decoración<br>eventos organizados | Posts de eventos, ideas para catering,<br>diseño demesas |
| Fotos                 | x  | x                  | x                                | x                                | Eventos y catering                            | eventos, instalaciones, mesas, catering                  |
| Promos y eventos      | x  | x                  | x                                | x                                | x   | Sí   |
| TWITTER               |  |                    |                                  |                                  |   |  |
| Tweets                | x  | x                  | x                                | x                                | 78  | 2  |
| Siguiendo             | x  | x                  | x                                | x                                | 10  | 50   |
| Seguidores            | x  | x                  | x                                | x                                | 16  | 57   |



## 2 MAPA DE COMPETENCIA DIGITAL II

| POR CATERING TEMÁTICO | Toledo Mágico                                 | Eventos en Familia                              | Grupo en Vivo   | Grupo Gokana           | Laurel Catering                | Mira qué fiestas                    | Caramelo de limón                 | Eventos Mágicos Madrid         | Bodas temáticas | Antociano                                     |
|-----------------------|---|---|---|------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------|-----------------|---|
| WEB                   |   |   |   |                        |                                |                                     |                                   |                                |                 |   |
| Alexa                 | No hay datos disponibles por falta de tráfico |   |   |                        |                                |                                     |                                   |                                |                 |   |
| Page Rank             | 3   | 0   | 1   | 0                      | 2                              | 0                                   | 0                                 | 1                              | 0               | 3   |
| Forma de contacto     | E-mail tel. formulario                        | E-mail tel. formulario                          | E-mail tel. formulario                                  | E-mail tel. formulario | E-mail tel. formulario         | E-mail tel. formulario              | E-mail tel. formulario            | E-mail tel. formulario         | E-mail tel.     | E-mail tel.                                   |
| FACEBOOK              |   |   |   |                        |                                |                                     |                                   |                                |                 |   |
| Fans                  | 1063  | 110   | 800   | 44                     | 1596                           | 5023                                | 177                               | 5                              | x               | 409   |
| Muro                  | Rutas, ofertas agradecimientos                | Ideas para catering, localizaciones con encanto | Posts sobre actividades, ideas para catering originales | Eventos realizados     | Eventos realizados             | Eventos realizados                  | Eventos realizados                | Info sobre eventos organizados | x               | eventos realizados, reportajes emitidos en TV |
| Fotos                 | Rutas, eventos realizados                     | Eventos, ideas para la mesa                     | Cenas temáticas, despedidas originales                  | Stand, celebraciones   | Instalaciones, mesas, catering | Gymkanas, bautizos, stand y corners | Decoración mesas, globos catering | x                              | x               | Stand, catering, eventos realizados           |
| Promos y eventos      | Sí  | x   | x   | x                      | Sí                             | x                                   | x                                 | x                              | x               | x   |
| TWITTER               |   |   |   |                        |                                |                                     |                                   |                                |                 |   |
| Tweets                | 25  | x   | 58  | 20                     | 1150                           | 1150                                | x                                 | 11                             | 344             | 471   |
| Seguendo              | 63  | x   | 205   | 4                      | 202                            | 61                                  | x                                 | 0                              | 257             | 304   |
| Seguidores            | 22  | x   | 103   | 6                      | 397                            | 40                                  | x                                 | 3                              | 162             | 89  |
| Google +              | x   | x   | x   | x                      | x                              | x                                   | Sí                                | Sí                             | x               | x   |
| Blog                  | Sí  | Sí  | Sí  | x                      | Sí                             | Sí                                  | x                                 | x                              | Sí              | x   |
| YouTube               | x   | x   | Sí  | x                      | Sí                             | x                                   | x                                 | Sí                             | x               | x   |
| Pinterest             | x   | x   | x   | x                      | x                              | x                                   | x                                 | x                              | x               | x   |



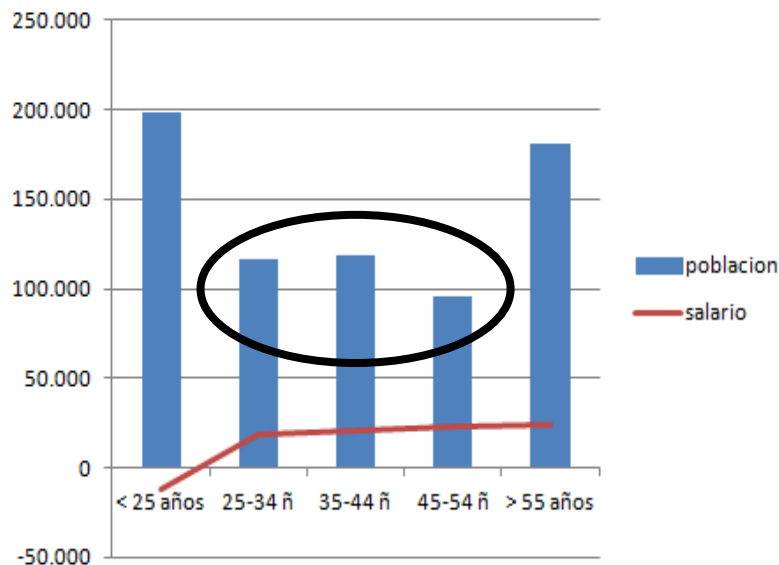
## 4. Público Objetivo

**Contenidos** | Público Objetivo | Perfiles de Público Objetivo |

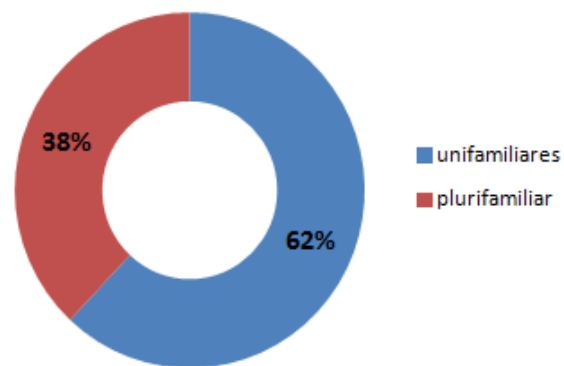
# 1 PÚBLICO OBJETIVO

- **Mujeres y hombres** de edad entre **25 - 55 años** con **poder adquisitivo medio** y ámbito geográfico **Toledo provincia y alrededores**.
- Con interés de celebrar alguno de los **eventos** que ofertamos.
- Con disponibilidad de **sitio físico** para celebrarlos.

Población por grupos de edad y poder adquisitivo



Porcentaje de viviendas unifamiliares y plurifamiliares de la Provincia de Toledo

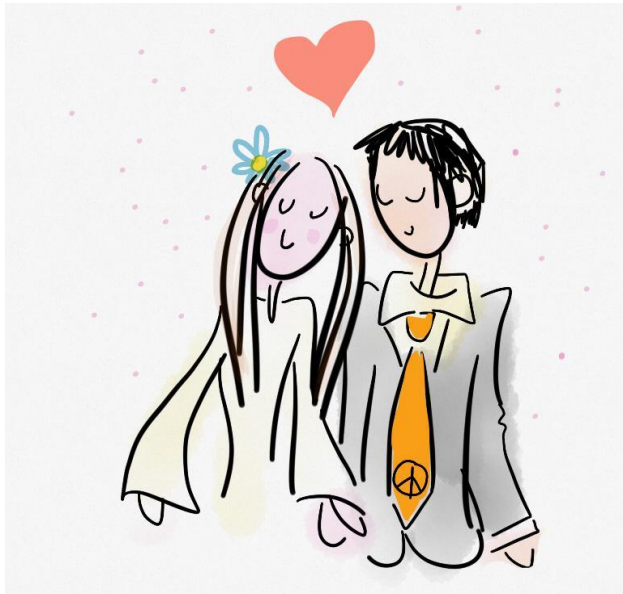


FUENTE: Instituto Nacional de Estadística (INE) 2011.

## 2. PERFILES PÚBLICO OBJETIVO

### Javi, 25 años

Javi acaba de volver de Londres, después de un año estudiando un máster. Sus amigos, aprovechando que se acerca Halloween, van a organizarle una fiesta sorpresa de lo más terrorífica por su 25 cumpleaños.



### Álex y María, 32 años

María y Álex quieren una boda diferente. Por eso se han puesto en contacto con Yummy!, para organizar una boda sesentera, con mucha paz, amor y, por supuesto, Rock n'Roll.

### 3 PERFILES PÚBLICO OBJETIVO



#### Lucía, 37 años

Paula va a cumplir 7 añitos y quiere la mejor fiesta de cumpleaños de las Monster High. Su madre Lucía, se ha puesto en contacto con Yummy! para organizar la fiesta más monstruosa de la historia.

#### Carlos, 55 años

Carlos quiere sorprender a su mujer Anabel con una cena de Navidad diferente: Ponche, romerito y pavo en el mejor ambiente, y sin salir de casa.





## 5. DAFO

**Contenidos** | **Análisis DAFO** |

# DAFO

## FACTORES NEGATIVOS

| SITUACIÓN INTERNA | DEBILIDADES  | AMENAZAS  | SITUACIÓN EXTERNA |
|-------------------|--|---|-------------------|
|                   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Marca y servicio poco conocida.</li><li>• Fuerte estacionalidad en serv. de mayor demanda (meses buen tiempo, Navidad,,...)</li><li>• Limitación geográfica (prod. perecedero + ctes. logística)</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Competencia desleal bares y restaurantes.</li><li>• Comida preparada/ a domicilio (producto sustitutivo)</li><li>• Aumento precio materias primas.</li><li>• Dependencia servicios Outsourcing.</li></ul> |                   |
|                   | FORTALEZAS   | OPORTUNIDADES   |                   |
|                   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Experiencia.</li><li>• Servicio integral.</li><li>• Servicio original y personalizado.</li><li>• Más asequible que restaurantes.</li></ul>   | <ul style="list-style-type: none"><li>• Servicio nicho.</li><li>• Competencia poco digital.</li><li>• Target digital.</li><li>• Crisis actual: descenso de celebraciones en restaurantes.</li></ul>   |                   |

## FACTORES POSITIVOS



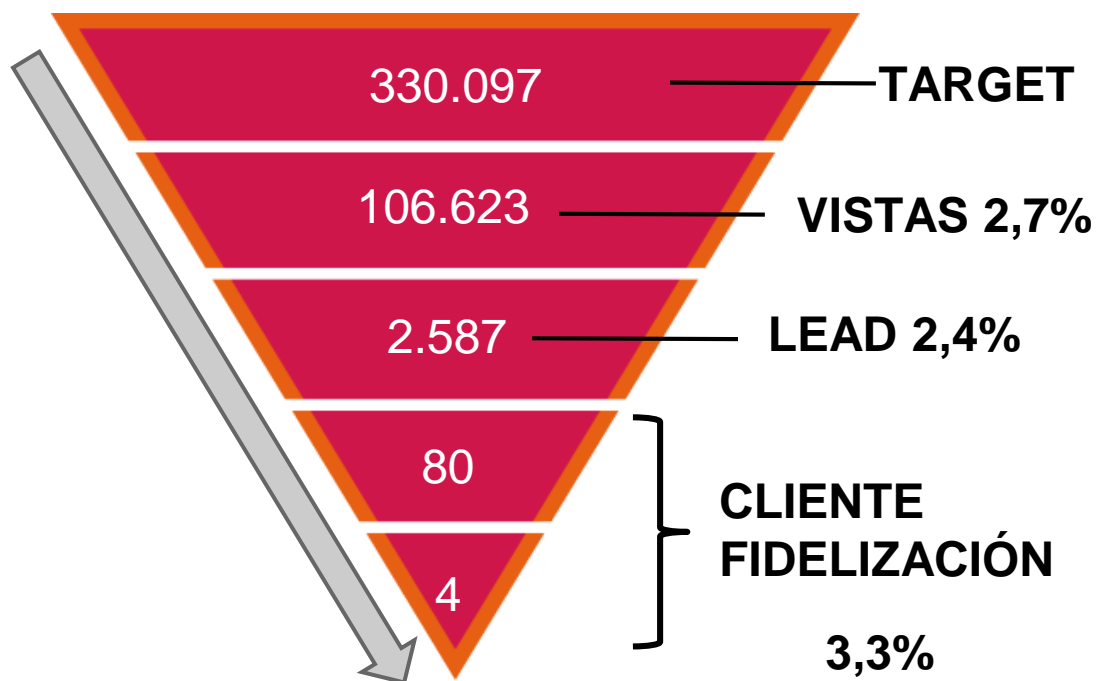


## 6. Objetivos

**Contenidos** | **Objetivos** |

## 4 OBJETIVOS

### Cuantitativos



### Cualitativos

#### BRANDING

Posicionarnos en la mente del consumidor como **referente de empresa de catering.**

Diferenciarnos de la competencia como empresa **original y divertida** (temática).



# 7. Estrategia

**Contenidos** | Estrategia | Estrategia por objetivos |

# 1 ESTRATEGIA

- **Precio Competitivo:**

**Precio medio** entre el precio de un restaurante y establecimientos de comida preparada.

- **Originalidad del servicio:**

Servicio integral de **catering temático** con diferentes y divertidas propuestas para salir de la rutina.

- **Tono de la campaña:**

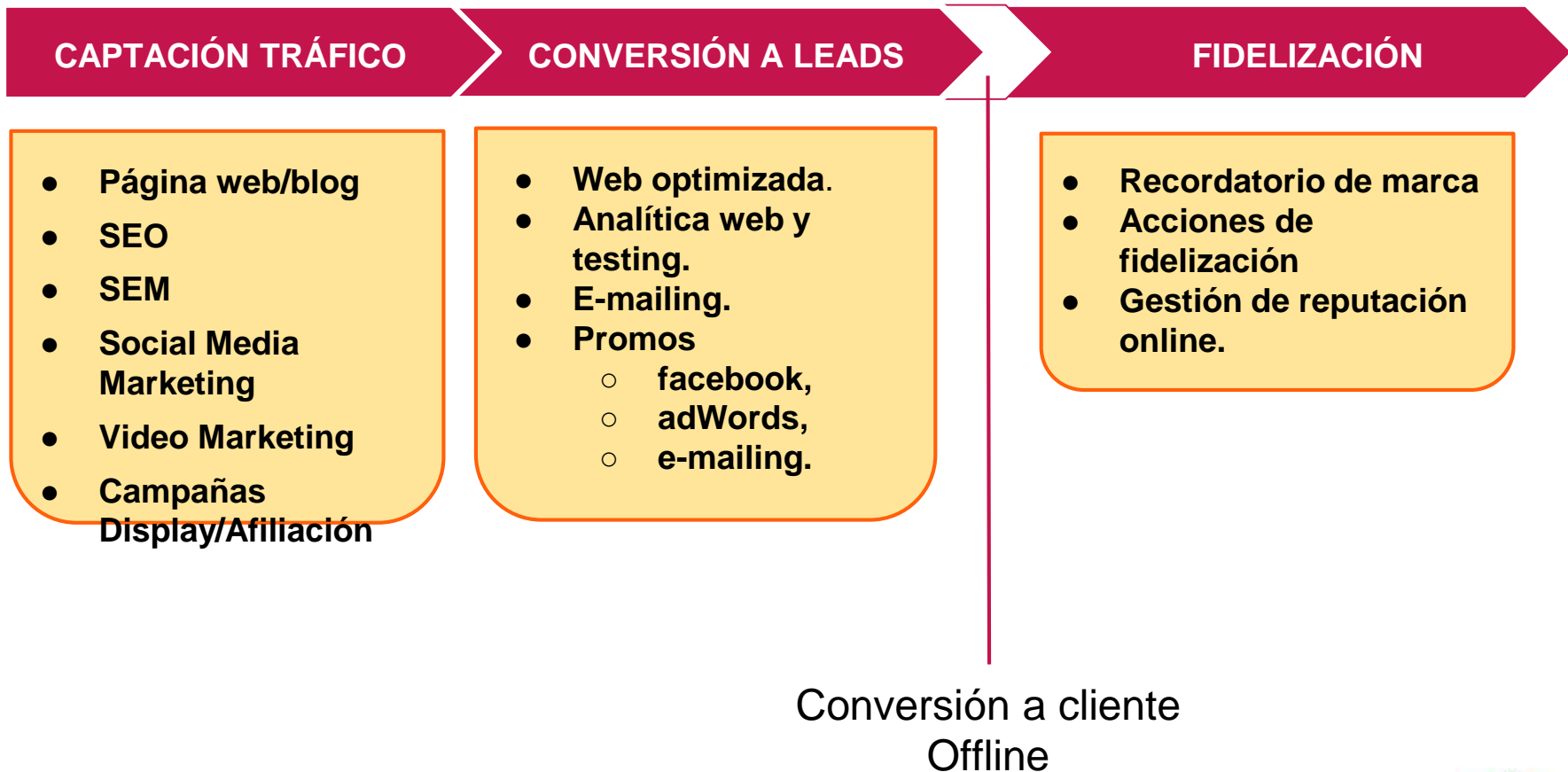
**“Con YUMMY! Catering, tu tiempo es para disfrutar”.**

- **Entorno digital como canal de promoción:**

**Competencia** con **escasa presencia digital**.



## 2 ESTRATEGIA POR OBJETIVOS





## 8. Plan de acción

**Contenidos** | Web y blog | SEO | Analítica Web | SEM | Social Media | Display |  
Email Marketing | Mobile |

# 1 WEB Y BLOG



**www.yummy.com**

**Eje principal** del plan de marketing digital.

Web diseñada en base a los conceptos de **accesibilidad, usabilidad, credibilidad** y **persuasión**. Enlazada a nuestros perfiles en redes sociales.



seo

Contenidos de Calidad

Generar interés

Tantear tendencias





## 2 SEO



Nuestro plan incluye **la contratación de un experto SEO** que elaborará un estudio para identificar las palabras clave relevantes según su calidad y su cercanía a la conversión (transaccionales, informacionales y navegacionales) para mejorar el posicionamiento orgánico de [www.yummy.com](http://www.yummy.com) en Google.

Se realizará una **revisión en profundidad cada 3 meses**.



| Objetivo: ✓ <i>captación</i> ✓ <i>conversión</i> ✓ <i>fidelización</i> |                        |             |
|--|------------------------|-------------|
| Nº visitas   | PVP CPL                |             |
| 1.663  | 149                    |             |
| Obj. Captación   | % total cap.           | Leads       |
| 1  | 1%                     | 33          |
| Presupuesto  | % total pto. Inversión |             |
| 4.960 €/año  | 12,30%                 |             |
| Duración   | Periodo Inv.           | Seguimiento |
| anual  | mensual                | trimestral  |

Herramienta de control en Anexos.

### 3 ANALÍTICA WEB



Contrataremos el de un servicio **analista web** que seleccionará las KPIs más apropiadas para nuestro modelo de negocio y nos proporcionará un dashboard.

Realizará una **revisión trimestral** del mismo y nos recomendará cambios para mejorar la usabilidad y conversión de la página.

#### Dashboard

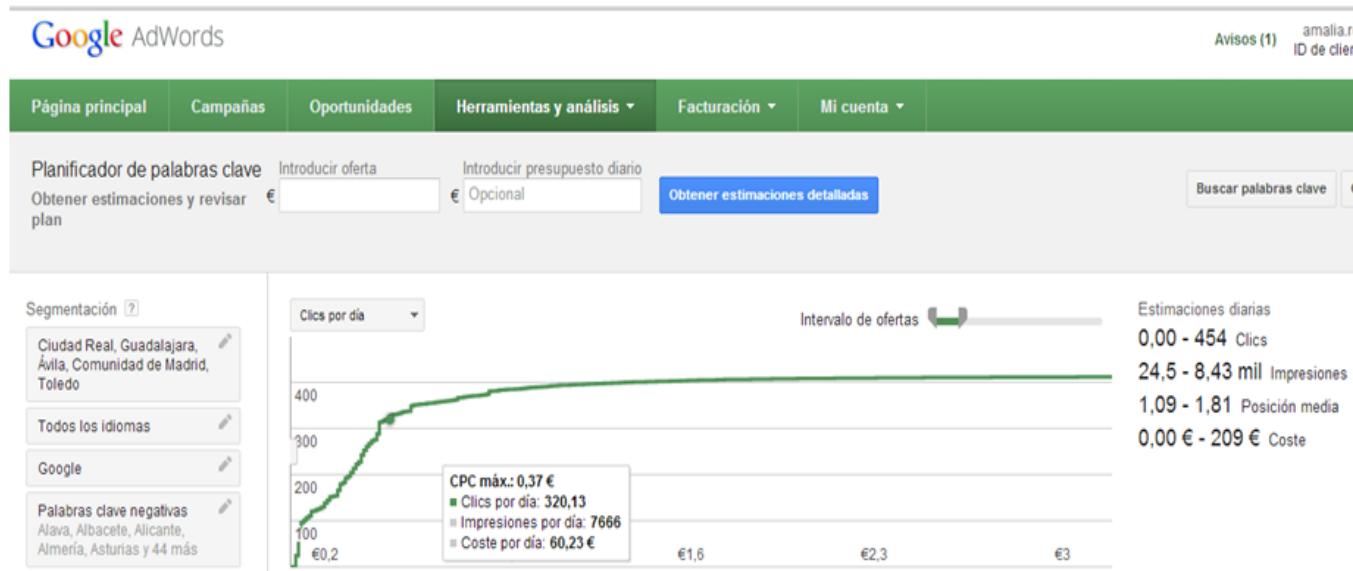


| Fuente de tráfico | Nº Conversiones |
|-------------------|-----------------|
| www.google.es     |                 |
|                   |                 |
|                   |                 |
|                   |                 |
|                   |                 |
|                   |                 |
|                   |                 |
|                   |                 |

| URL          | % visitas |
|--------------|-----------|
| www.yummy.es |           |
|              |           |
|              |           |
|              |           |
|              |           |
|              |           |
|              |           |
|              |           |

| Páginas más vistas previas a la conversión |
|--|
| www.yummy.es/fiestas infantiles            |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |
|  |

# 4 SEM (Adwords)



Gestionaremos campañas en la **red de búsqueda de Adwords** durante todo el año, que convivirán con campañas estacionales (Navidad, Día de la Madre...).

| Objetivo: ✓ <i>captación</i> ✓ <i>conversión</i> ✓ <i>fidelización</i> |                        |             |
|--|------------------------|-------------|
| Nº Impresiones   | CPC máximo             | PVP CPL     |
| 2.759.760  | 0,37                   | 11,72       |
| Obj. Captación   | % total cap.           | Leads       |
| 58   | 69%                    | 2.120       |
| Presupuesto  | % total pto. Inversión |             |
| 21.600 €/año   | 53,70%                 |             |
| Duración   | Periodo Inv.           | Seguimiento |
| anual  | mensual                | semanal     |

## 5 SOCIAL MEDIA

### Perfiles en RRSS



Crearemos **perfiles en distintas RRSS** con el fin de dinamizar las comunidades con contenidos de valor y generar **branding**:

- **Facebook:** informaremos sobre concursos, nuevos posts del blog, compartiremos enlaces al canal de Youtube, etc.
- **Google+:** contribuirá a **mejorar el posicionamiento orgánico** de nuestra web.
- **Pinterest:** los tableros nos servirán para dar a conocer nuestros servicios de forma **más visual**.
- **Youtube:** editaremos **vídeos de corta duración** en tono humorístico y original buscando la viralidad. Utilizaremos las **palabras clave que generen mejores resultados en buscadores** para mejorar así, el posicionamiento orgánico en los mismos.

## 6 SOCIAL MEDIA II



### Facebook

#### Easy Promos

Concurso para nuestros fans:

Qué prefieres: ¿Desayunar con diamantes o comerte una hamburguesa al estilo Tarantino? Premiamos la propuesta más original.

#### Facebook Ads

Creación de anuncios en Facebook Ads con alto nivel de segmentación.

#### Gana la fiesta de tu vida

Yummy



Yummy! te regala una fiesta que no olvidarás jamás. ¿A qué estás esperando? ¡Participa!

👍 Me gusta · A 0 personas les gusta Yummy.

| Objetivo: ✓ <i>captación</i> ✓ <i>conversión</i> ✓ <i>fidelización</i> |                        |              |
|--|------------------------|--------------|
| Nº Visitas   | Obj. Captación         | % total cap. |
| 7800,00  | 5                      | 6%           |
| Presupuesto  | % total pto. Inversión | CPA          |
| 1.872 €/año  | 4,70%                  | 400 €        |
| Duración   | Periodo Inv.           | Seguimiento  |
| promocional  | por promoción          | por promo    |

# 7 DISPLAY

En la prensa local de Toledo insertaremos dos tipos de formatos display: robapáginas y megabanners, cuyas impresiones se mostrarán como apoyo a campañas estacionales.

“No hay dos fiestas iguales”: Objetivo: crear imagen de marca y redireccionar a la web.



| Objetivo: ✓ <i>captación</i> ✓ <i>conversión</i> ✓ <i>fidelización</i> |                        |                           |
|--|------------------------|---------------------------|
| Nº Impresiones   | CPM                    | PVP CPL                   |
| 500.000  | 12                     | 40                        |
| Obj. Captación   | % total cap.           | Leads                     |
| 12   | 14%                    | 150                       |
| Presupuesto  | % total pto. Inversión |                           |
| 6.000 €/año  | 14,90%                 |                           |
| Duración promocional   | Periodo Inv. por promo | Seguimiento por promoción |



## 8 EMAIL MARKETING

Alquilaremos base de datos segmentada por edad, nivel socioeconómico y zona geográfica.

Nuestras **campañas promocionales** coincidirán con la estacionalidad de alguno de nuestros servicios y redirirán a una landing page.

**Newsletters** informativas enlazadas a los post del blog.

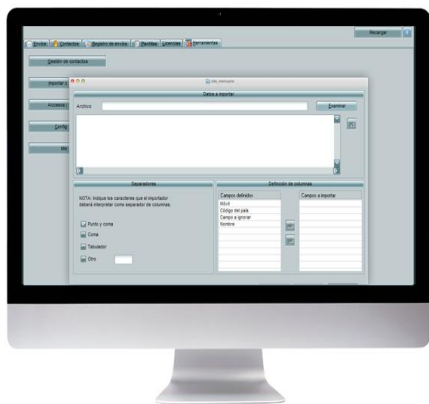


| Objetivo: ✓ <i>captación</i> ✓ <i>conversión</i> ✓ <i>fidelización</i> |                        |                |
|--|------------------------|----------------|
| Nº enviados  | Tasa apertura          | CPL            |
| 25.000   | 10%                    | 2,24           |
| Obj. Captación   | % total cap.           | Leads          |
| 4  | 5%                     | 50             |
| Presupuesto  | % total pto. Inversión |                |
| 112 €  | 0,30%                  |                |
| Duración   | Periodo Inv.           | Seguimiento    |
| anual  | mensual                | 2 semanas s.s. |



## 9 MOBILE

Cada 6 meses haremos una acción de SMS a través de Mensario con un **código promocional** asociado a un descuento en una futura contratación. La promoción no es nominativa, por lo que podrá utilizarla el cliente o mandárselo a otra persona.



| Objetivo: ✓ <i>captación</i> ✓ <i>conversión</i> ✓ <i>fidelización</i> |              |                        |
|--|--------------|------------------------|
| SMS enviados   | % total cap. | Obj. Captación         |
| 2.500  | 5%           | 4 €                    |
| Presupuesto  | CPA          | % total pto. Inversión |
| 429 €/año  | 102 €        | 1,10%                  |
| Duración   | Periodo Inv. | Seguimiento            |
| 6 meses  | semestral    | al siguiente mes       |

A horizontal watercolor splash in shades of pink and orange, with the text '9. Calendario' overlaid in white.

## 9. Calendario

# 1 CALENDARIO

|   | ENE | FE | MA | AB | MA | JUN | JUL | AGO | SEP | OCT | NOV | DIC |
|---|-----|----|----|----|----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| <b>WEB/BLOG</b>                                   |     |    |    |    |    |     |     |     |     |     |     |     |
| <b>SEO</b>  |     |    |    |    |    |     |     |     |     |     |     |     |
| <b>ANALÍTICA</b>                                  |     |    |    |    |    |     |     |     |     |     |     |     |
| <b>ADWORDS SEM</b>                                |     |    |    |    |    |     |     |     |     |     |     |     |
| Apoyo a campañas estacionales                     |     |    |    |    |    |     |     |     |     |     |     |     |
| <b>Mtto Perfiles Redes Sociales</b>               |     |    |    |    |    |     |     |     |     |     |     |     |
| Facebook Adds                                     |     |    |    |    |    |     |     |     |     |     |     |     |
| Promociones Easy Promos Facebook                  |     |    |    |    |    |     |     |     |     |     |     |     |
| <b>Email Marketing</b>                            |     |    |    |    |    |     |     |     |     |     |     |     |
| Newsletter  |     |    |    |    |    |     |     |     |     |     |     |     |
| Mailings promocionales                            |     |    |    |    |    |     |     |     |     |     |     |     |
| (*las campañas van dirigidas a diferentes target) |     |    |    |    |    |     |     |     |     |     |     |     |
| <b>DISPLAY EN PERIÓDICOS LOCALES</b>              |     |    |    |    |    |     |     |     |     |     |     |     |
| <b>MOBILE SMS</b>                                 |     |    |    |    |    |     |     |     |     |     |     |     |



## 10. Seguimiento y control

**Contenidos** | ROI | Presupuesto | KPI'S |

# ROI

|                              |         |
|------------------------------|---------|
| Ventas mensual               | 14.768  |
| Ventas anual                 | 177.213 |
|                              |         |
| Inversión mensual mkting     | 3.349   |
| Inversión anual mkting       | 40.193  |
|                              |         |
| Coste (mmpp + ctes ) mensual | 9.599   |
| Coste (mmpp + ctes) anual    | 115.188 |
|                              |         |
| Bº neto mensual              | 1.819   |
| Bº neto anual                | 21.832  |
|                              |         |
|                              |         |
| ROI                          | -0,0029 |

## 2 PRECIOS

| TARGET             |                   |           | VISITAS          | LEADS            | CLIENTES         |     |
|--------------------|-------------------|-----------|------------------|------------------|------------------|-----|
| Población por edad | Salarios en euros | Población | 2,7% penetración | 2,4% penetración | 3,3% penetración |     |
| De 25 a 34 años    | 18.684            | 116.496   | 3.145            | 76               | 2                |     |
| De 35 a 44 años    | 21.104            | 118.198   | 3.191            | 77               | 3                |     |
| De 45 a 54 años    | 23.128            | 95.403    | 2.549            | 62               | 2                |     |
|                    |                   | 330.097   | 8.885            | 216              | 7                | mes |
|                    |                   |           | 106.623          | 2.587            | 84               | año |

Para los siguientes años apostaremos por estrategia de fidelización diferencia que permitirá reducir los costes de CPA.

|                         | pvp comensal | nº medio comensales | número eventos | servicios extras | add comer bebida/cocina | valor cesta | nº total comensales | número ventas |     |
|-------------------------|--------------|---------------------|----------------|------------------|-------------------------|-------------|---------------------|---------------|-----|
| Buffet 1                | 47           | 80                  | 1              | 188              | 140                     | 4.088 €     | 80                  | 4.088 €       |     |
| Buffet 2                | 60           | 60                  | 1              | 180              | 140                     | 3.920 €     | 60                  | 3.920 €       |     |
| Cocktail 1              | 37,5         | 50                  | 1              | 93,75            | 70                      | 2.039 €     | 50                  | 2.039 €       |     |
| Cocktail 2              | 43           | 40                  | 1              | 86               | 70                      | 1.876 €     | 40                  | 1.876 €       |     |
| Cocktail 3              | 50           | 30                  | 1              | 0                | 70                      | 1.570 €     | 30                  | 1.570 €       |     |
| Pequeñas fiestas tipo 1 | 30           | 25                  | 1              | 0                | 0                       | 750 €       | 25                  | 750 €         |     |
| Pequeñas fiestas tipo 2 | 35           | 15                  | 1              | 0                | 0                       | 525 €       | 15                  | 525 €         |     |
|                         |              | 300                 | 7              |                  |                         | 2.110 €     | 300                 | 14.768 €      | mes |
|                         |              |                     |                |                  |                         |             |                     | 177.213 €     | año |

PVP medio por comensal dependiendo del servicio contratado: 46 - 49 €

Valor medio de la cesta 2.110€

### 3 PRESUPUESTO

| ACCIÓN  | INVERSIÓN ANUAL | % SOBRE PTTO TOTAL | TRÁFICO (visitas) | LEADS | CPL  | CLIENTES | % CAPTACIÓN | CPA (COSTE/CLIENTE) |
|---|-----------------|--------------------|-------------------|-------|------|----------|-------------|---------------------|
| WEB/BLOG  | 2.300           | 5,7%               |                   |       |      |          |             |                     |
| SEO   | 4.960           | 12,3%              | 1.663             | 33    |      | 1        | 1%          | 4.960               |
| ANALÍTICA                                       | 2.800           | 7,0%               |                   |       |      |          |             |                     |
| ADWORDS SEM                                     | 21.600          | 53,7%              | 92.160            | 2.120 | 10,2 | 58       | 69%         | 374                 |
| Apoyo a campañas estacionales                   | 21.600          |                    | 92.160            | 1843  | 11,7 | 55       |             | 393                 |
| Retargeting de clientes que han llegado por SEM |                 |                    |                   | 276   |      | 3        |             |                     |
| RRSS  | 1.992           | 5,0%               | 7.800             | 234   |      | 5        | 6%          | 400                 |
| Facebook Ads (CPC=0,24€)                        | 1.872           |                    | 7.800             | 234   | 0,2  | 5        | 6%          | 400                 |
| Facebook Concursos Easypromos                   | 120             |                    |                   |       |      |          |             |                     |
| EMAIL MARKETING                                 | 112             | 0,3%               |                   | 50    |      | 4        | 5%          | 28                  |
| DISPLAY EN PERIÓDICOS LOCALES                   | 6.000           | 14,9%              | 5.000             | 150   | 40,0 | 12       | 14%         | 500                 |
| MOBILE SMS                                      | 429             | 1,1%               |                   |       |      | 4        | 5%          | 102                 |
| (envío de los sms a través de mensario)         |                 |                    |                   |       |      |          |             |                     |
|   | 40.193          |                    | 106.623           | 2.587 |      | 84       |             | 481                 |



## 4 KPIs

| ACCIÓN | KPI's                                 |
|--------|---------------------------------------|
| SEM    | Click-through ratio de campaña (CTR)  |
|        | Click-through ratio de anuncio (CTR)  |
|        | Coste medio del clic (CPC)            |
|        | Coste por millar de impresiones (CPM) |
|        | Conversiones por anuncio              |
|        | Coste por adquisición (CPA)           |
|        | Coste por lead (CPL)                  |
|        | Coste de conversión por Key Word      |

| ACCIÓN | KPI's   |
|--------|---|
| SEO    | Tráfico natural por keyword [kw]                  |
|        | Posición en buscadores por keyword [kw]           |
|        | Page Rank   |
|        | Ratio de visibilidad en buscadores (PageRank)     |
|        | Número de páginas indexadas                       |
|        | Número de enlaces entrantes                       |
|        | % de visitas desde buscadores por nombre de marca |

| ACCIÓN    | KPI's  |
|-----------|--|
| ANALITICA | Número de visitas                            |
|           | Páginas/visita                               |
|           | Número usuarios únicos                       |
|           | Porcentaje de usuarios recurrentes           |
|           | % de usuarios recurrentes                    |
|           | Tiempo en el site                            |
|           | % de accesos directos por URL                |
|           | Número de conversiones por fuente de tráfico |
|           | Páginas más vistas previas a la conversión   |
|           | % de conversión a lead                       |
|           | Ratio de rebote                              |

## 5 KPIs II

| ACCIÓN   | KPI's                 |
|----------|-----------------------|
| Facebook | Número de fans        |
|          | Nuevos fans           |
|          | Número de comentarios |
|          | Número de "Me Gusta"  |
|          | CPC                   |
|          | CPL                   |
|          | Impresiones           |

| ACCIÓN  | KPI's                   |
|---------|-------------------------|
| YouTube | Suscripciones           |
|         | Me gusta y No me gusta  |
|         | Reproducciones totales  |
|         | Favoritos               |
|         | Comentarios             |
|         | Minutos de reproducción |

| ACCIÓN   | KPI's                                    |
|----------|--|
| Google + | Número de seguidores                     |
|          | Nuevos seguidores                        |
|          | Content Shares, Content +1s, Link Shares |
|          | Tráfico                                  |

| ACCIÓN    | KPI's              |
|-----------|--------------------|
| Pinterest | Seguidores         |
|           | Pines              |
|           | Repines            |
|           | Likes              |
|           | Número de tableros |
|           | Comentarios        |

| ACCIÓN          | KPI's                                  |
|-----------------|--|
| Email Marketing | Tasa de apertura (abiertos/entregados) |
|                 | Click Trough                           |
|                 | Tasa de rebote                         |
|                 | Tasa de conversión                     |
|                 | Porcentaje de bajas                    |
|                 | Tasa de reactividad (clicks/aperturas) |
|                 | % de direcciones que no existen        |
|                 | Re-envíos de email a amigos            |

| ACCIÓN     | KPI's                                 |
|------------|---------------------------------------|
| Mobile SMS | Número de SMS enviados                |
|            | Número de bajas en bbdd               |
|            | Número de leas: código de promoción   |
|            | Número de ventas: código de promoción |

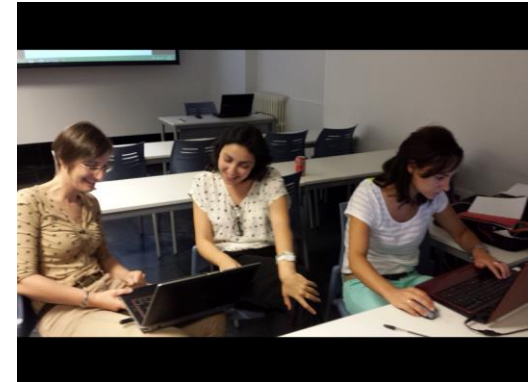
y ahora....

El momento de la verdad:  
Turno de Preguntas.



# ¡MUCHAS GRACIAS!

Una mención especial a Ana y Álex por su paciencia y por dejarnos el campus para trabajar fuera de horario.



## ¡TOCA DISFRUTAR!