

WEBINAR

KPI'S, MÉTRICAS Y LA AMBIGÜEDAD DE LOS INTERESES



Carlos Ojeda

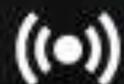
Mentor en La Farola
Marketing digital

6
MAYO
2020

13:00h - 13:45h

**ANDALUCÍA
OPEN FUTURE**

Telefonica



La emisión comenzar...
6 de mayo 13:00



Añadir recordatorio



Carlos Ojeda

#MentorAOF

LO QUE HAGO PARA €€€: LINKEDIN

SOBRE LO QUE PIENSO Y APRENDO: TWITTER

PARA TODO LO DEMÁS: FACEBOOK

Webinar 'Show me the metrics. Métricas y tracción en una startup'.

3. Métricas

"Lo que no se define no se puede medir. Lo que no se mide, no se puede mejorar. Lo que no se mejora, se degrada siempre"

William Thomson, Lord Kelvin (1824 - 1907)

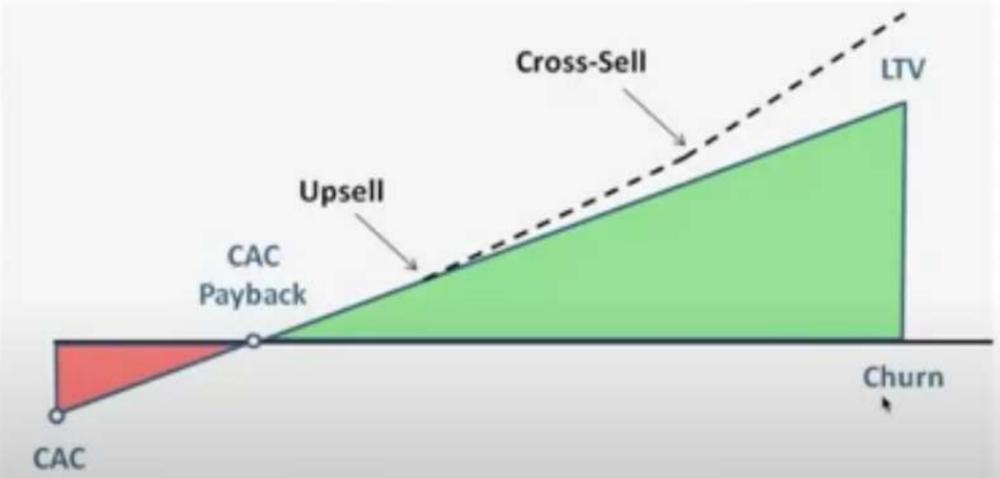


ANDALUCÍA OPEN FUTURE El Cubo

12:09 / 57:10

Webinar 'Show me the metrics. Métricas y tracción en una startup'.

4. Definiendo métricas



ANDALUCÍA OPEN FUTURE El Cubo

35:25 / 57:10

Webinar: Cayetano Torres, 'De 0 a 100 en Inbound en 20 minutos'

Automatismo e inteligencia Inbound

E incluso, en función del comportamiento que ese usuario tenga puede generar un proceso de **Lead**

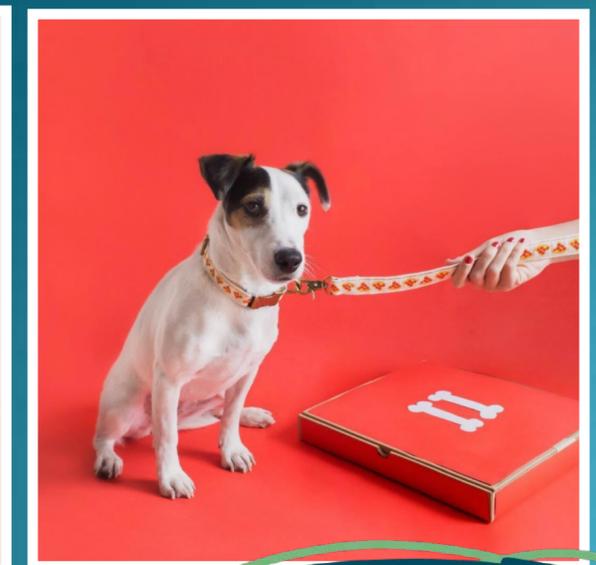
Qualifying calificar el lead en función de su comportamiento en nuestra web y en todo el proceso del Buyer Journey: (ejemplos)

- en función de las veces que haya regresado
- que haya visto un contenido de una categoría u otra,
- en función de los correos abiertos y su uso...

y todo de manera **AUTOMÁTICA**

ANDALUCÍA OPEN FUTURE El Cable

18:25 / 24:24



CTVL ↗

FUNNEL
SEGMENTAC.

CRM - MAIL - MK

TRAZABILIDAD



AUTOMATIZACIÓN
INTELIGENTE

CTVL ←

FUNNEL
SEGMENTAC.
CRM - MAIL - MK
TRAZABILIDAD

AUTOMATIZACIÓN
INTELIGENTE

KPI's

KPI's

KPI's

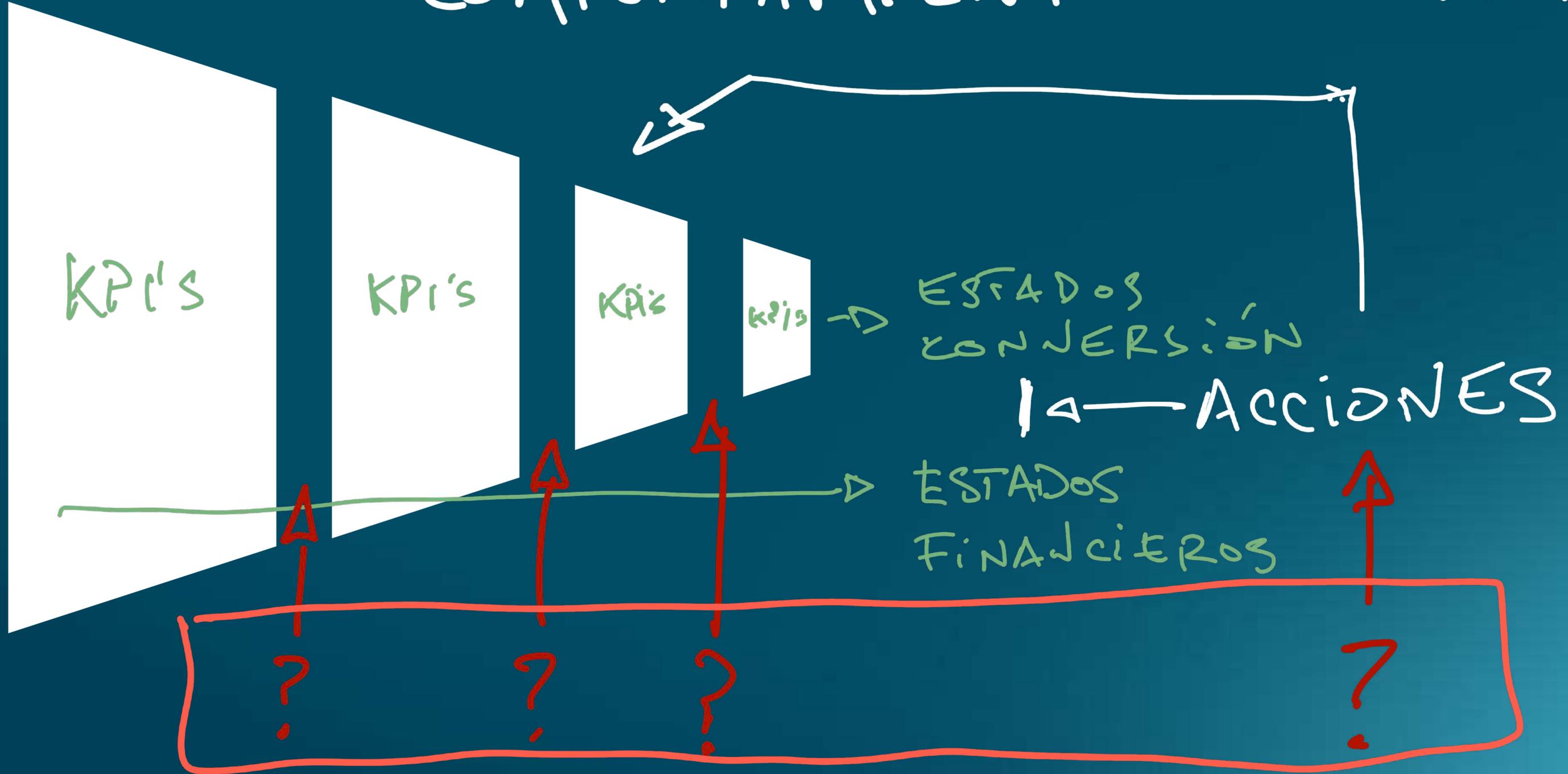
KPI's

ESTADOS
CONVERSIÓN

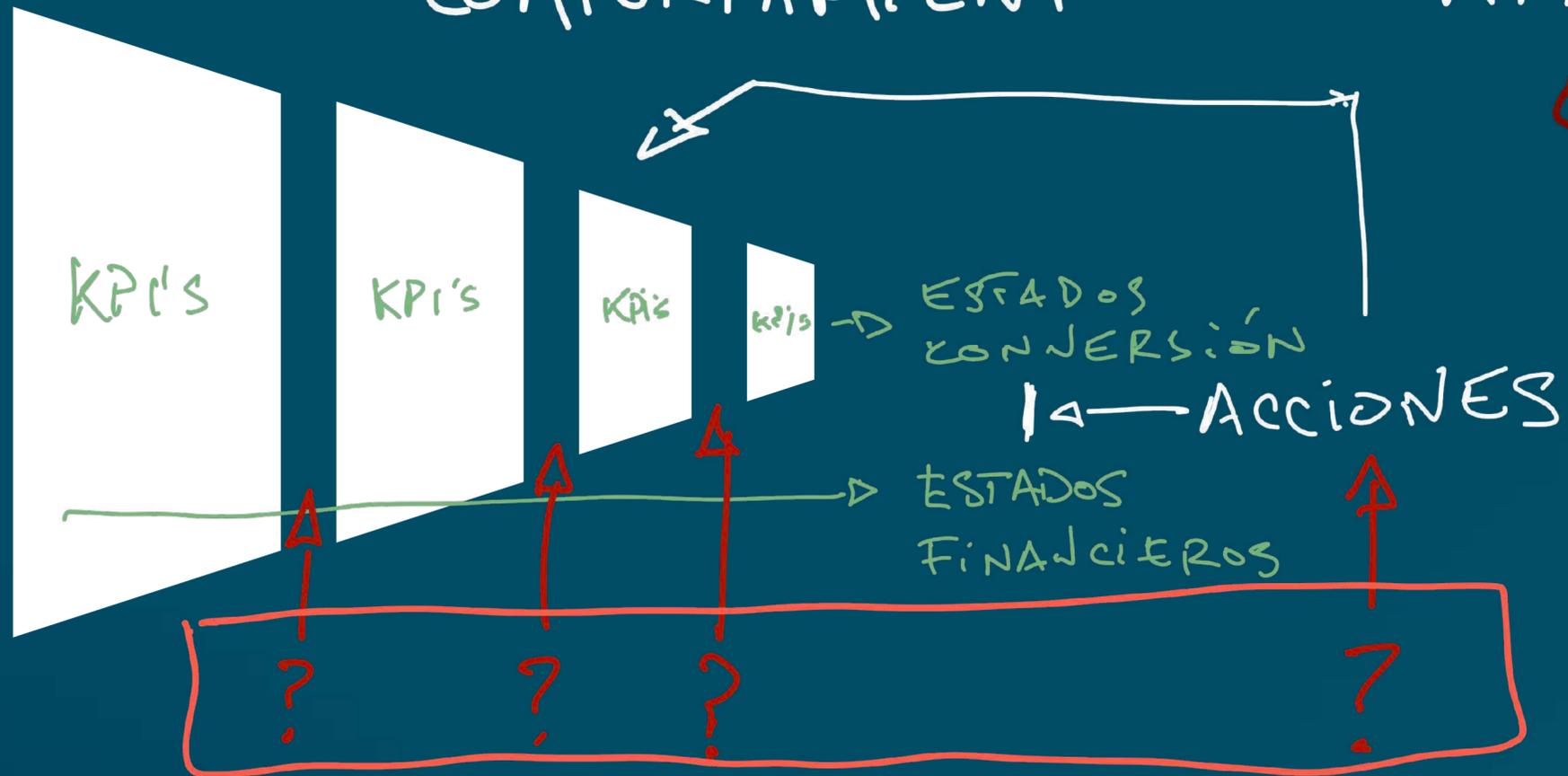
ESTADOS
FINANCIEROS



COMPORTAMIENTO DE COMPRA



COMPORTAMIENTO DE COMPRA



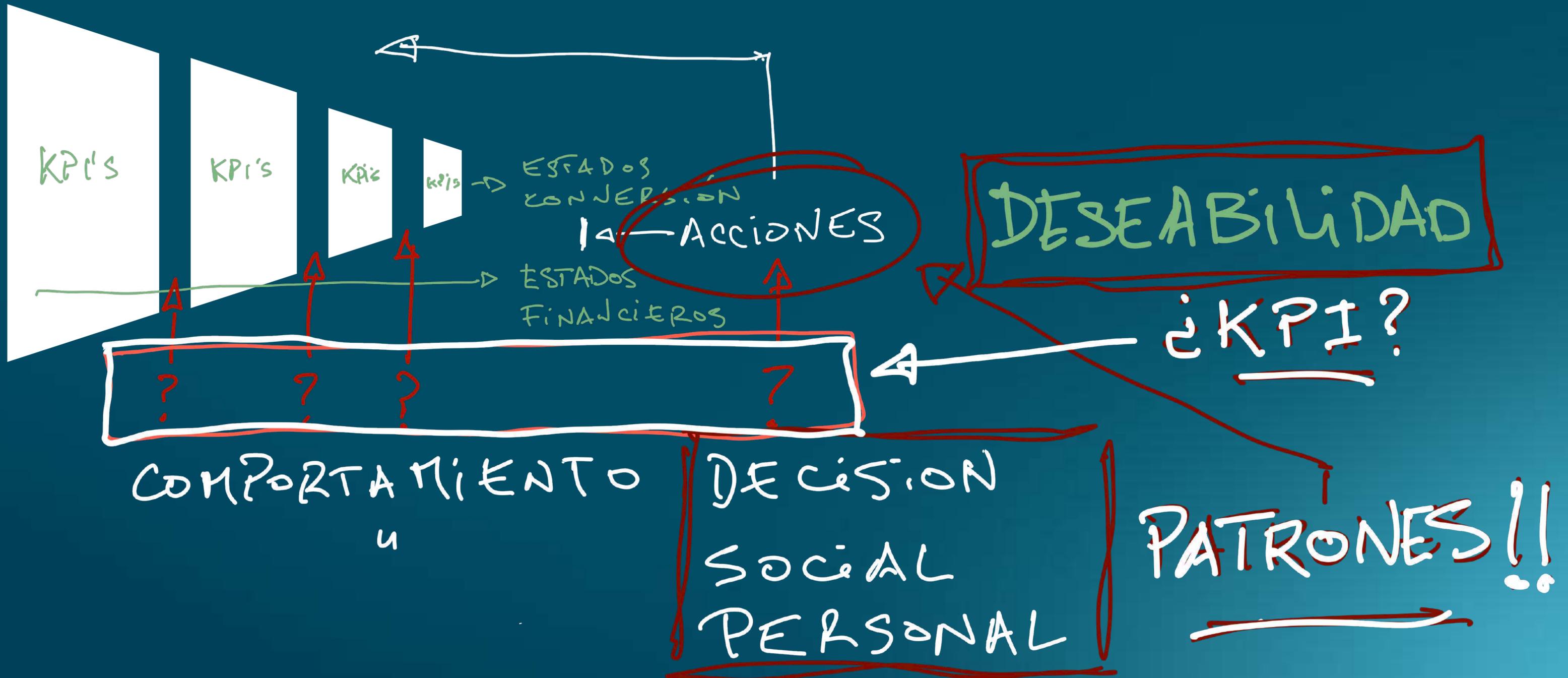
¿KPI'S?

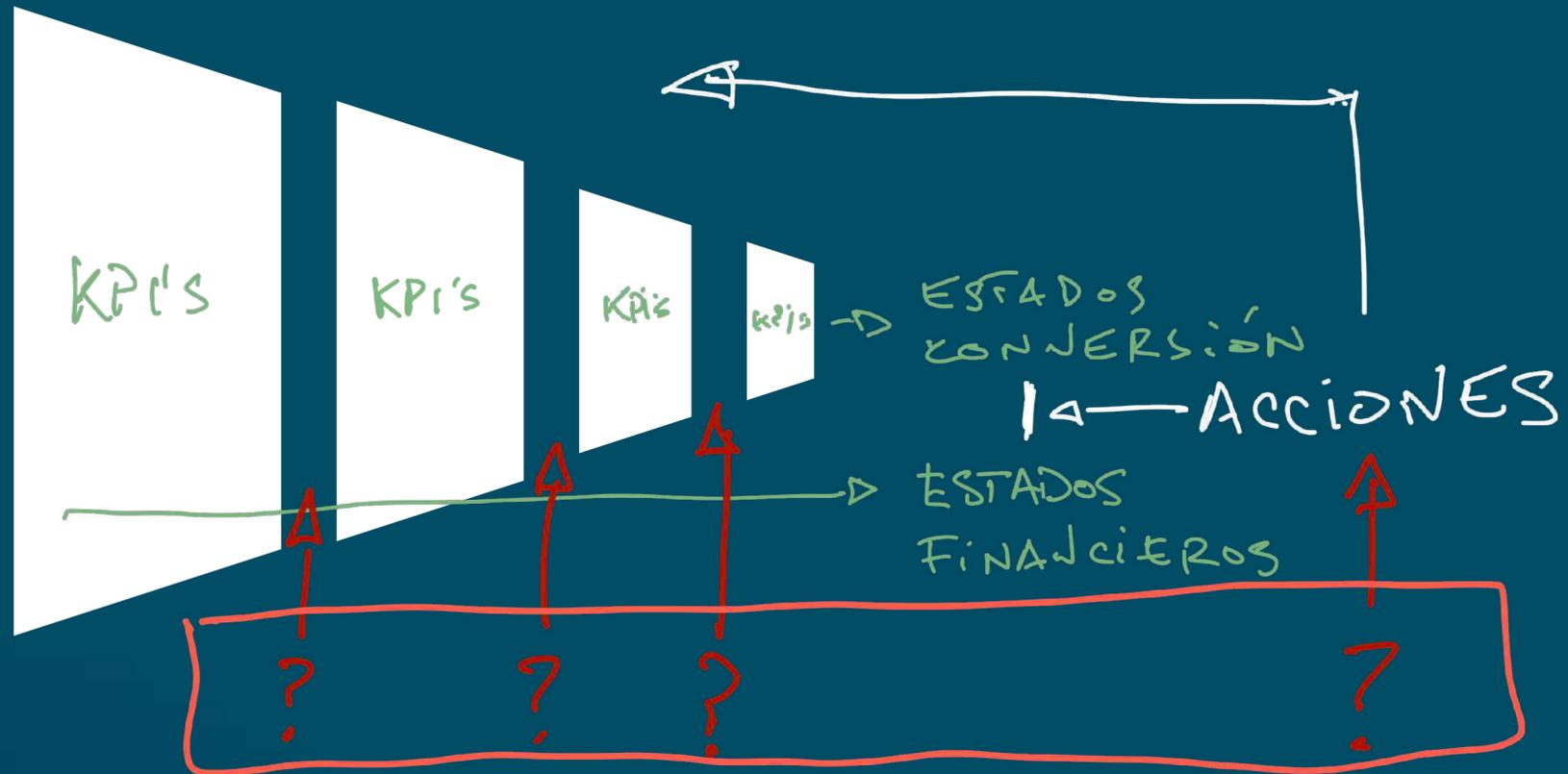
COMPORTAMIENTO...

DECISION
SOCIAL
PERSONAL

PATRONES

COMPORTAMIENTO DE COMPRA





DESEABILIDAD

- CONSCIENCIA
- COMPRA
- PROYEC. SOCIAL

↓ RESPUESTA PERSONAL

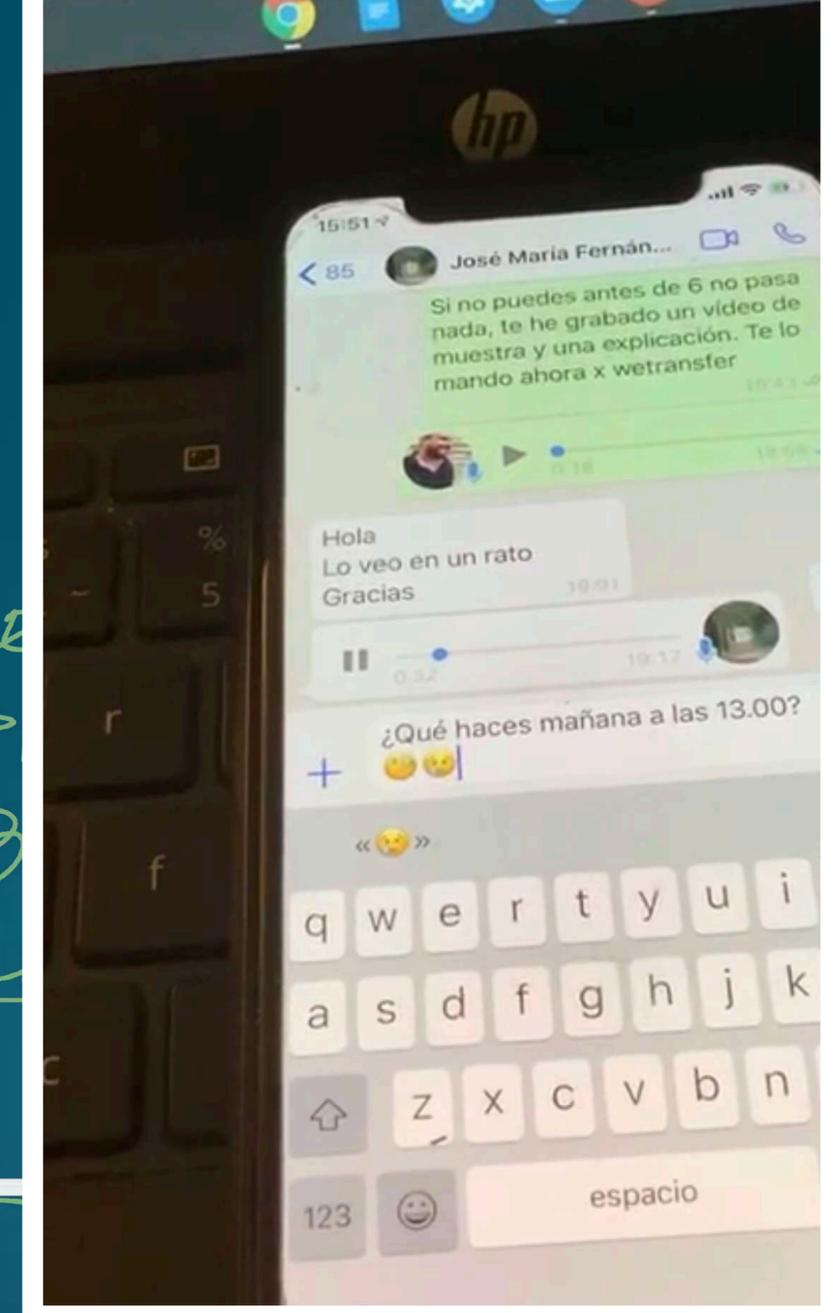
- PERCEPCIÓN INFO
- PROCESAMIENTO INFO
- BALANCEO DE DECISIÓN
- COMPORTAM. SOCIAL
- IMPULSORES

DES... ID

FRECUENCIA
VOLUMEN COMPRA
RNO VALIDACION = CONTE



K
7



AL

STO
Sión
AL