



Plan de Marketing Digital: Control y Métricas

Cómo medir una campaña de marketing digital

Para evaluar el desempeño de una campaña de marketing digital, se utilizan tres tipos de métricas clave:

1. Generación de tráfico: Mide cuántas personas visitan el sitio web.
2. Métricas de conversión: Evalúa qué porcentaje de visitantes realizan una acción deseada.
3. Métricas de ingresos (Revenue): Analiza los ingresos generados por la campaña.

Además, se deben considerar herramientas como el SEO (Search Engine Optimization) y la publicidad de pago (PPC - Pay-Per-Click) para mejorar el tráfico y la conversión.



Métricas clave de tráfico

1. Tráfico general

Mide la cantidad de visitantes únicos que llegan al sitio web semanal o mensualmente.

2. Fuente del tráfico

Ayuda a identificar de dónde provienen los visitantes:

- Directo: Usuarios que ingresan escribiendo la URL.
- Referido: Personas que llegan desde enlaces en otros sitios.
- Orgánico: Usuarios que acceden tras una búsqueda en Google u otros motores.
- Redes Sociales: Visitantes que provienen de plataformas como Facebook o Instagram.

3. Tráfico móvil

- Determina la cantidad de visitantes que ingresan desde teléfonos móviles o tablets.



3. Cost Per Lead (CPL)

Determina el costo de generar un cliente potencial a través de una campaña.

4. Ratio de Rebote

Porcentaje de usuarios que abandonan el sitio sin interactuar.

5. Tasa de Retención de Clientes

Mide cuántos clientes regresan a comprar nuevamente.

6. Promedio de Páginas por Visita

Cuantifica cuántas páginas ve en promedio un usuario en cada sesión.



Métricas de ingresos

1. Retorno de la Inversión (ROI)

Indica la rentabilidad de la campaña.

Fórmula: $\text{Beneficio neto} / \text{Costo total de inversión}$.

2. Costo de Adquisición de Cliente (CAC)

Determina cuánto cuesta convertir a un usuario en cliente.

Para optimizar el ROI se deben:

- Definir objetivos claros y KPI's.
- Asignar valor a cada acción dentro de la campaña.
- Medir e interpretar resultados periódicamente.
- Identificar las rutas de conversión más efectivas.



Herramientas de medición

Para analizar los resultados de una campaña digital se pueden utilizar herramientas como:

- Google Analytics
- Kissmetrics
- Piwik
- Clicky
- Alexa
- Woopra
- MDirector
- Simply Measured

