



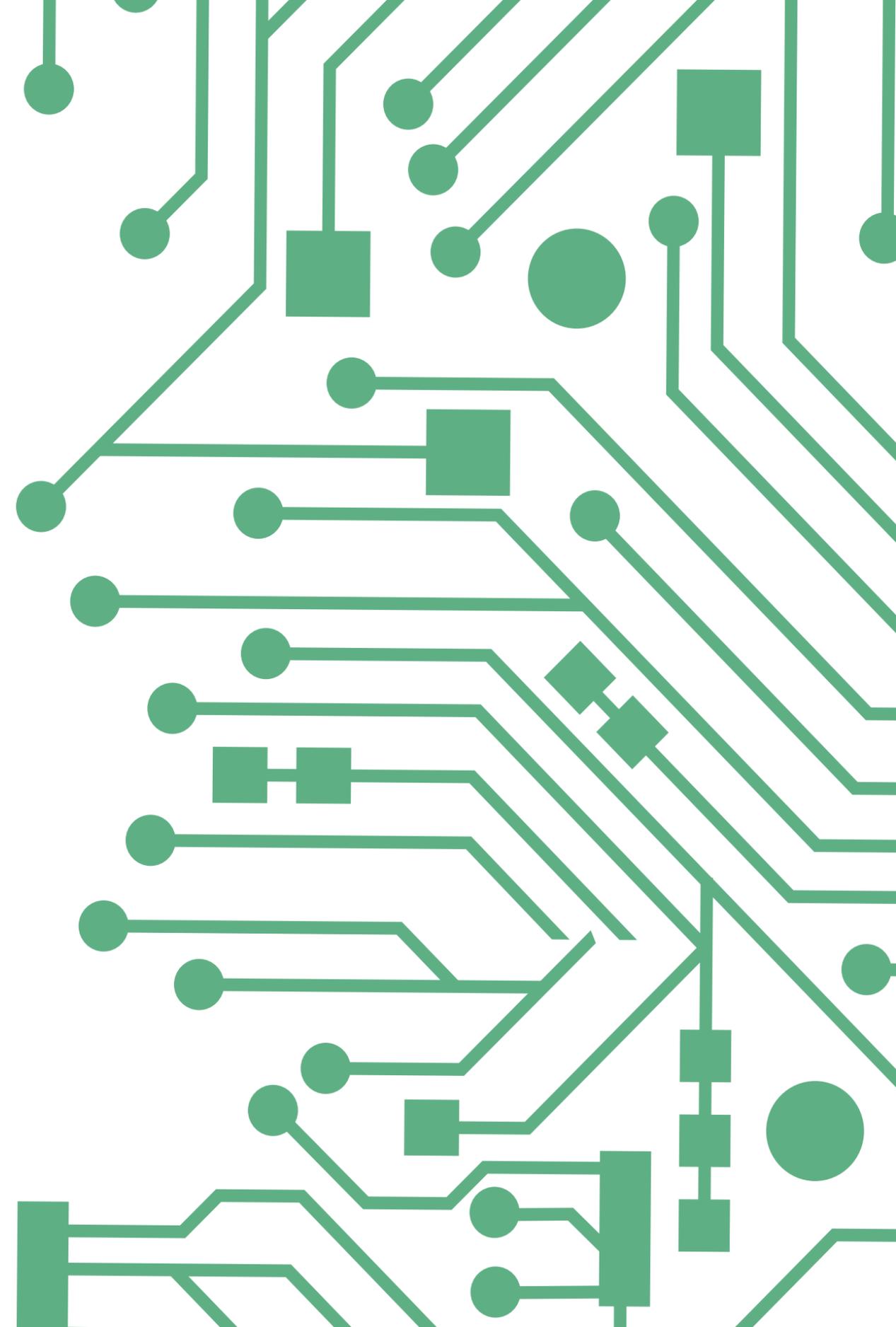
# TURNING DIGITAL SKILLS INTO START-UP SKILLS

FOR YOUNG ENTREPRENEURS

## **MODULE** TECHNICAL SKILLS

3.5

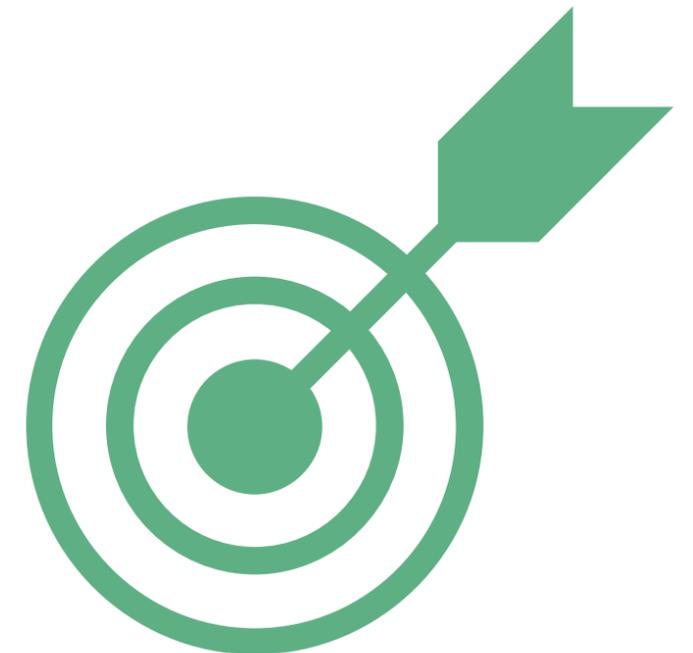
## **MÉTRICAS**



# OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

Este módulo te permitirá:

- 1 Definir métricas basadas en tus estrategias.**
- 2 Establecer metas y objetivos para tu negocio.**
- 3 Analizar tráfico y campañas.**





MODULE **TECHNICAL SKILLS**

**Contenido del módulo**

INTRODUCCIÓN A LA MÉTRICA.

INTRODUCCIÓN A LOS INDICADORES CLAVE DE RENDIMIENTO.

DEFINIR OBJETIVOS.

MÉTRICAS PARA DIFERENTES MODELOS DE NEGOCIO.

UNA HERRAMIENTA INTERESANTES: GOOGLE ANALYTICS.

## EVALUANDO EL PROGRESO

Por definición, una métrica es un tipo de medida cuantificable del rendimiento de una organización, un proyecto o un sitio web.

Una métrica puede resultar de la observación directa de un parámetro objetivo (por ejemplo, número de llamadas respondidas en el call center, número de días de retraso de una orden, cantidad de horas dedicadas a una tarea, el número de defectos de software detectados, el número de visitas en una web...).

Los sistemas de control destinados a evaluar el rendimiento de un proyecto o programa utilizan tipos de medidas denominadas indicadores o, más específicamente, el "Key Performance Indicator" (KPI).

# MÉTRICAS & KPI'S

## **Métricas**

Una métrica es una medida cuantificable que se utiliza para rastrear y evaluar el estado de un proceso específico.

## **KPI's**

Un Indicador Clave de Rendimiento (KPI) es un valor medible que demuestra la eficacia con la que una empresa está logrando los objetivos clave de negocio.

**Sin establecer y rastrear las métricas y los KPIs adecuados, las empresas quedarían en la oscuridad sobre su desempeño. Podrían sentir que están teniendo éxito, pero ... ¿Eso es real?**

## OBJETIVOS SMART

### DEFINE TUS OBJETIVOS PARA CADA MÉTRICA Y KPI

**Specific** – dirígete a un área específica de mejora.

**Measurable** – cuantifica o, al menos, sugiere un indicador de progreso.

**Assignable** – especifica quién hará cada tarea.

**Realistic** – indica qué resultados pueden lograrse de manera realista, dado los recursos disponibles.

**Time-related** – especifica cuándo se pueden lograr los resultados.

# ¿QUÉ MEDIR? ASIGNA MÉTRICAS BASADAS EN TU MODELO

## **MEDIA-CONTENT MODEL**

### **Ingresos basados en publicidad**

Profundidad de visitas

Visitas / Visitantes

Porcentaje de nuevos visitantes

Profundidad de contenido



¿QUÉ MEDIR? ASIGNA MÉTRICAS  
BASADAS EN TU MODELO

## MODELO DE GENERACIÓN DE LEADS

### Crear listas de contactos de calidad

Coste por Lead

Tasa de conversión de contactos

Ratio de accesos únicos

Concentración de tráfico

Tasa de conversión de la newsletter

**(855)4GET-PAIN**  
Toll Free (855)443-8724

Live Life Pain-Free  
Stop Medicating!

FOX abc 9

Your HEADACHES/MIGRAINES could be caused by your TEETH/BITE

**If you suffer from:**

- Headaches or Migraines
- Neck, Upper back or Shoulder pain
- Ringing in the ears or Ear Pain, Ear Congestion
- Vertigo or Loss of Balance
- Facial pain or Jaw pain
- Difficulty or pain with Chewing
- Grinding or Clenching of the Teeth
- Jaw Popping or Clicking or Grating Noises
- Sensitive, worn out or Cracked Teeth
- Numbness in Fingertips
- Nervousness

**Sid Solomon DDS**  
Exceptional Cosmetic and  
Neuromuscular Dentistry

**Schedule Your  
Consultation**

Please Complete the Form Below:

First Name:

Last Name:

Phone:

Email:

Your Concerns:

**Submit**

Mention this Website to  
receive \$100 off of Treatment

*In the News*

BETTER BONES  
6:24 437  
0:00 / 0:00

## MODELO DE E-COMMERCE

### Ingresos basados en venta online

Valor de visita

Tasa de conversión de pedidos

Tasa de conversión de compradores

Precio de venta promedio

Tasa de conversión de carritos



¿QUÉ MEDIR? ASIGNA MÉTRICAS  
BASADAS EN TU MODELO

## MODELO DE SERVICIO AL CLIENTE

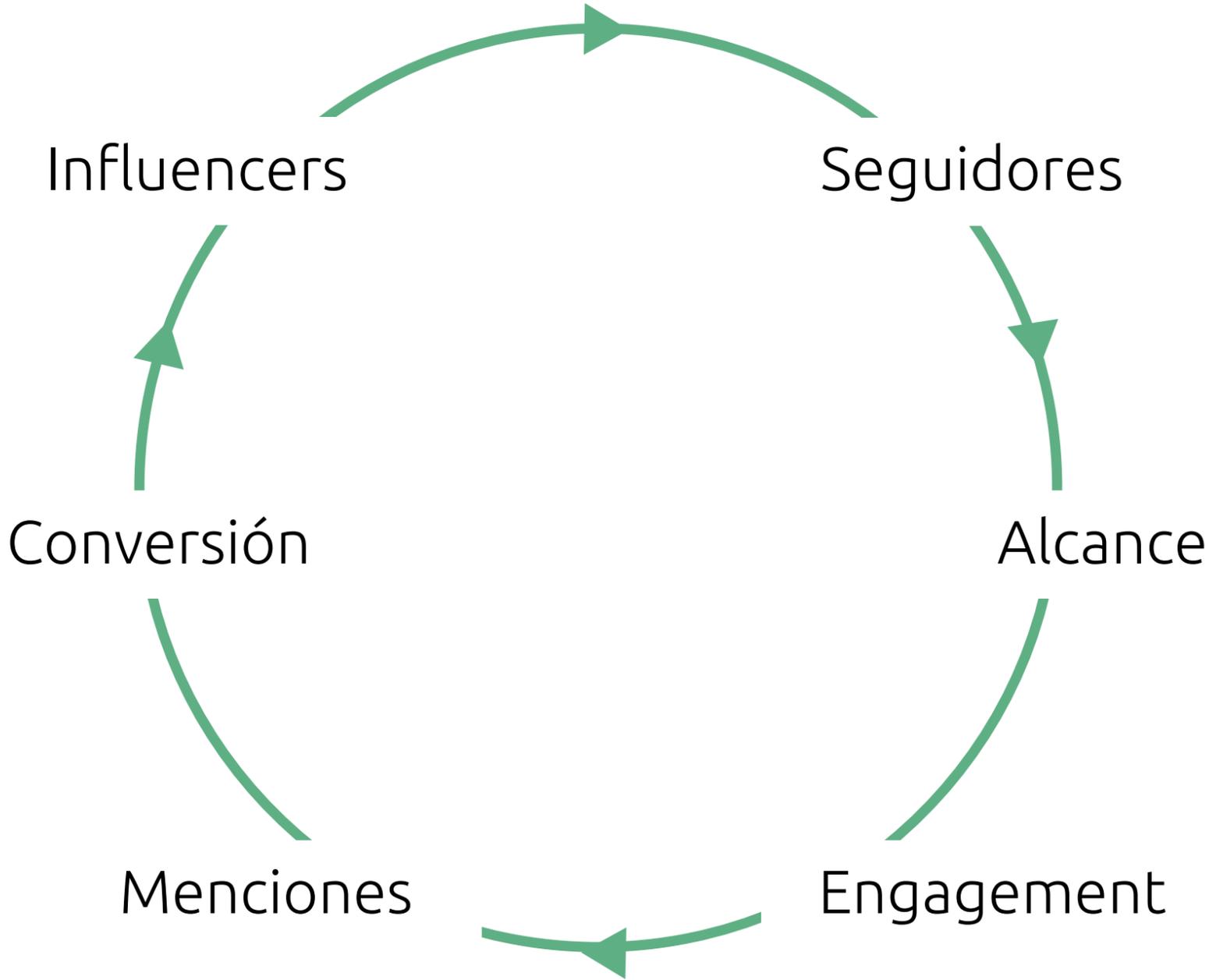
### Satisfacción del cliente

Repetición porcentaje de visitas

Profundidad de contenido



# MÉTRICAS EN REDES SOCIALES



## Me gusta

Número de usuarios únicos a los que le gusta tu página

## Impresiones

Número de veces que se muestra una publicación de tu página, se haga clic o no en ella

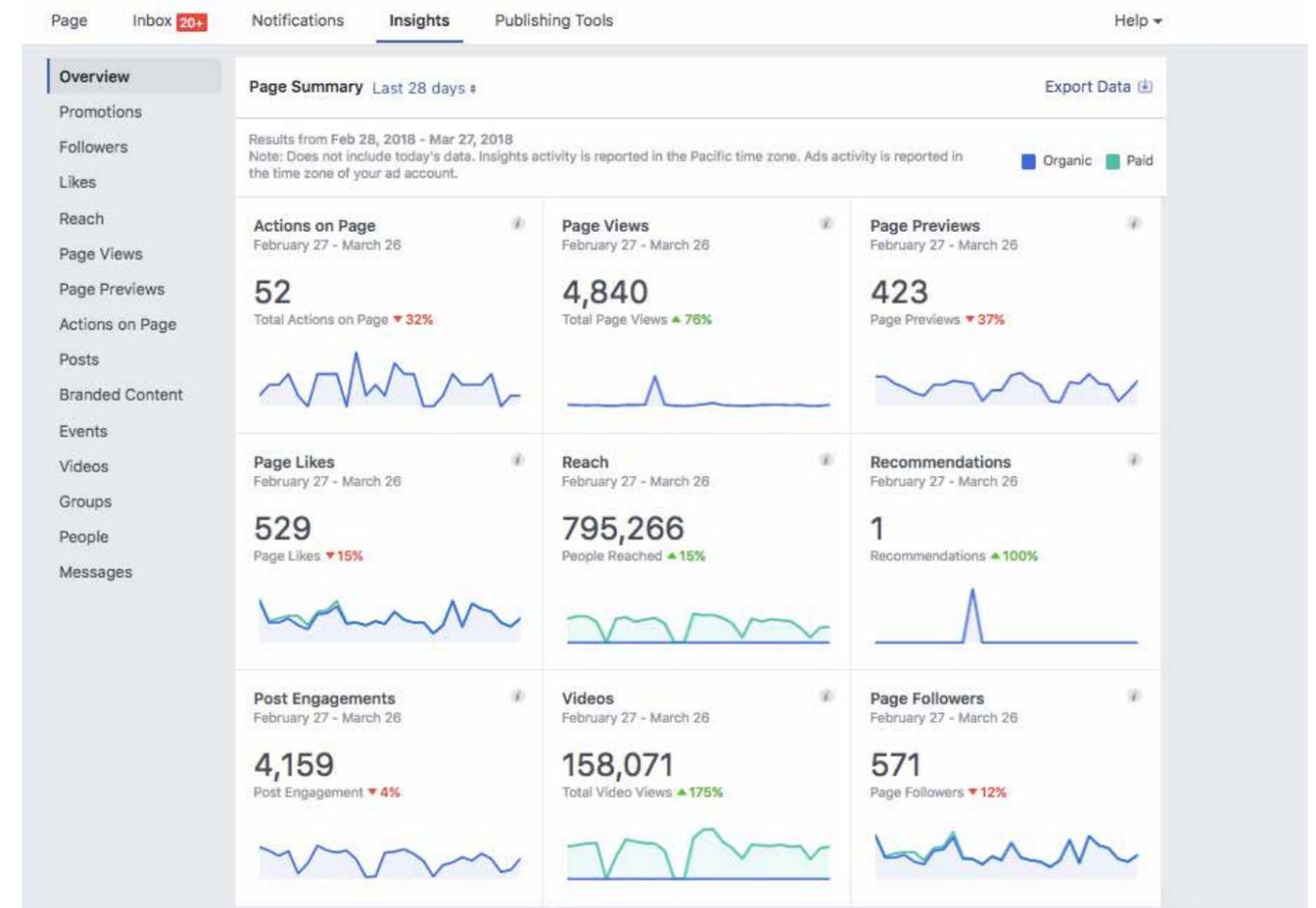
## Alcance

Número de usuarios únicos que han visto algún contenido asociado con tu página

## Engagement

Número de usuarios únicos que han hecho clic, Me gusta, comentado o compartido una publicación, foto, video...

## Facebook Analytics



### **Tweets**

Número de tweets que has publicado en tu cuenta

### **Impresiones**

Número de usuarios que han visto tus tweets

### **Visitas al perfil**

Número de usuarios que han visitado tu perfil

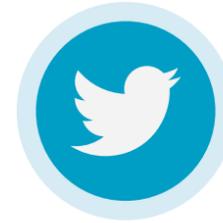
### **Menciones**

Número de veces que tu usuario ha sido mencionado por otros

### **Seguidores**

Número de seguidores en tu cuenta de Twitter

Twitter  
Analytics



### **Tasa de engagement**

Número total de clics, retweets, favoritos y respuestas recibidos, divididos por el número de impresiones

### **Clics en enlace**

Número de veces que se hizo clic en los enlaces de los tweets

### **Retweets**

Número de veces que tus tweets fueron retweeteados por otros

### **Favoritos**

Número de veces que tus tweets fueron marcados como favoritos

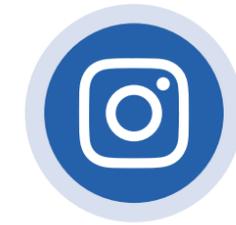
### **Respuestas**

Número de veces que usuarios han respondido a tus tweets.

## **¿Quieres saber cómo están funcionando tus Instagram Stories?**

Usa la herramienta SproutSocial para obtener información sobre cómo los usuarios se involucran con tus Instagram Stories.

Instagram Analytics



# CHECK OUT SOME OF THE MOST POPULAR ANALYTICS TOOLS

## [Google Analytics](#)

[Bitly](#), servicio de acortamiento de URL y plataforma de gestión de enlaces.

[Matomo \(Piwik\)](#), aplicación de analítica web gratuita y de código abierto desarrollada por un equipo internacional.

## [Open Web Analytics](#)

## [Clicky](#)

[Similarweb](#), el software proporciona datos que incluyen información sobre el tráfico de las páginas web, palabras claves utilizadas en campañas de pago, auditoría, generación de leads y otros datos relacionados con SEO.

## **SEMrush**

# INTRODUCCIÓN A GOOGLE ANALYTICS

**Google Analytics** es la plataforma de acceso para la mayoría de los anunciantes, en gran parte porque es **totalmente gratuita** y viene con la influencia de la marca Google.

Para comenzar a utilizar la herramienta, primero debes insertar un **código HTML** en tu página web. Después de eso el servicio medirá ciertos **objetivos**, incluidas las páginas en las que un visitante hace clic, el tiempo que permanecen y las acciones que realizan.

Google también te informará sobre las **palabras clave** que los usuarios buscan en tu sitio, así como qué navegadores y dispositivos están usando.



## Google Analytics

Si estás pensando en iniciar una campaña, la herramienta te ayudará a rastrear los anuncios que están dirigiendo el tráfico a tu web, creará informes con métricas cuidadosamente seleccionadas y configurará alertas personalizadas.



Google Analytics

## INTERESTING ARTICLES

<https://www.impactbnd.com/the-10-marketing-kpis-you-should-be-tracking>

<https://www.articulatemarketing.com/blog/5-essential-marketing-metrics>

<https://sproutsocial.com/insights/social-media-metrics-that-matter/>

<https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/34054/the-6-marketing-metrics-your-ceo-actually-cares-about-cheat-sheet.aspx>

<https://www.marketingtechnews.net/news/2019/apr/03/six-killer-marketing-metrics-really-matter-segmentation-and-engagement/>