

A *pyme*
comercio

La importancia del dato en el proceso de digitalización – **comercializar mejor**



VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO
MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



UNIÓN EUROPEA

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Una manera de hacer Europa"

Índice

› **Introducción**

03.

› **¿Qué es la analítica digital?**

04.

› **¿Cómo utilizar la analítica de datos en el marketing digital?**

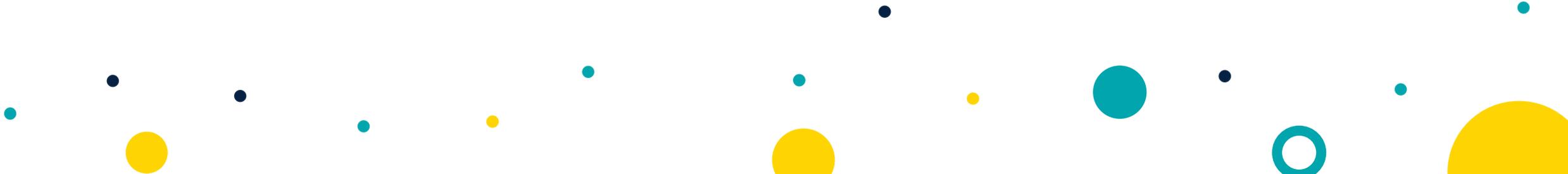
07.

› **Herramientas para la analítica de datos**

08.

› **Conclusiones**

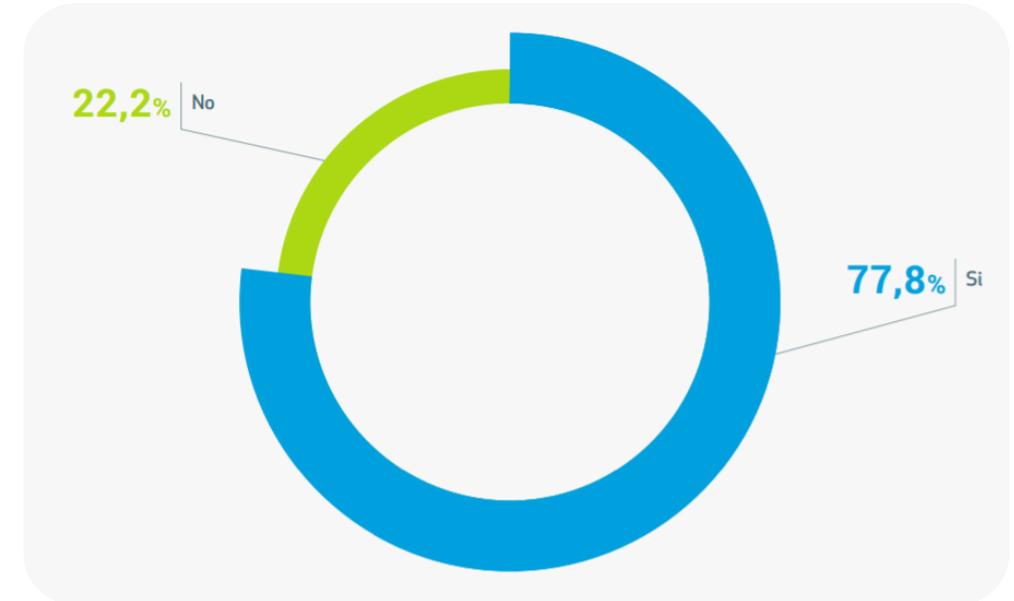
09.



Introducción

En el contexto actual donde los clientes buscan productos o servicios que cumplan a la perfección sus requisitos y satisfagan sus necesidades, los datos son muy valiosos:

- 77,8% de las empresas encuestadas por Incipy afirman haber **aumentado el uso de datos a raíz de la pandemia.**
- Las áreas de **marketing y negocio** son las empresas que más gestionan y usan los datos (34%).



Empresas que han aumentado el uso de datos a raíz de la pandemia.
Fuente: Incipy.

¿Qué es la analítica digital?

› La analítica digital aplicada al marketing digital son todos aquellos **procesos que facilitan a las pymes evaluar**, a partir de los datos extraídos, **cómo de efectiva ha sido la campaña** o iniciativa de marketing que ha desarrollado.

Este proceso está fundamentado en tres aspectos fundamentales:



Los datos



La interpretación de los datos



Las acciones

¿Qué es la analítica digital?

› La Analítica Digital puede dar soporte en la **obtención de información** sobre las siguientes áreas del marketing digital:



Medios



Campañas



Contenidos

¿Qué es la analítica digital?

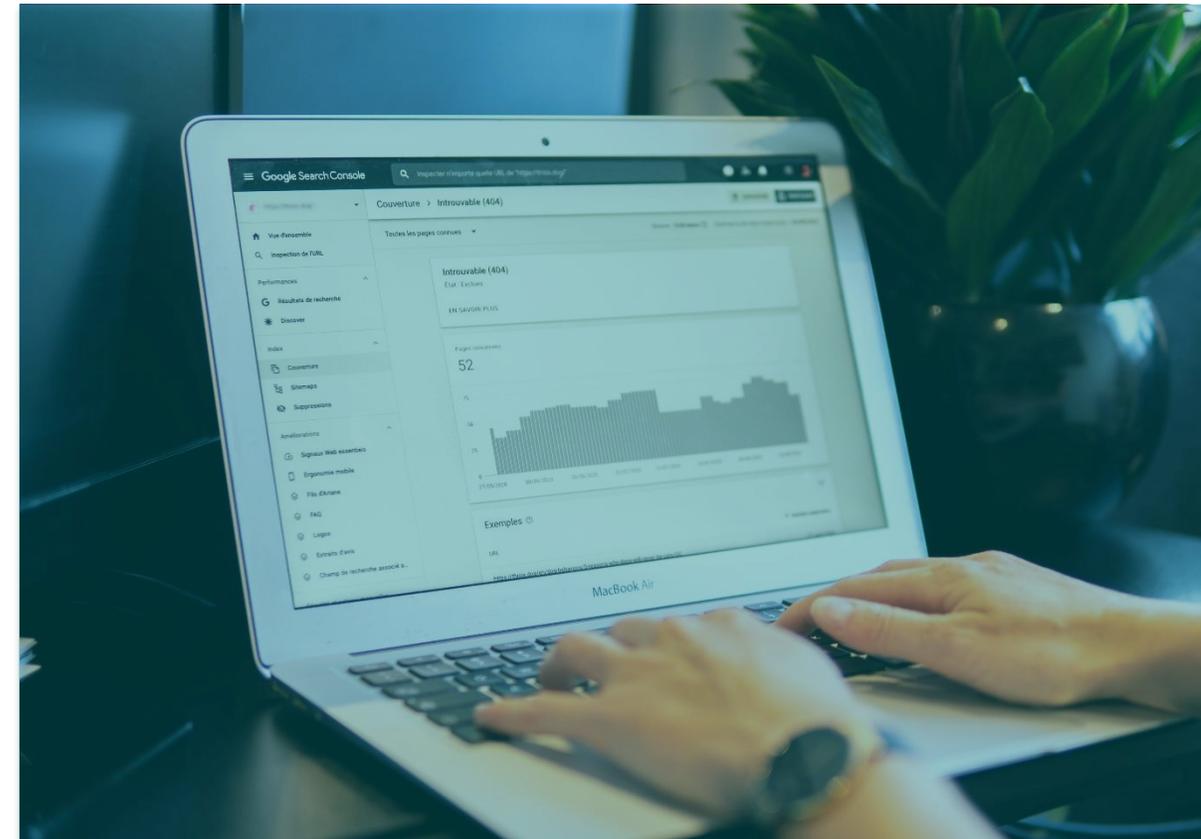
› La analítica digital conlleva una serie de grandes **BENEFICIOS**, que deben ser considerados:

1. Reducción de costes.
2. Adelantarse a las tendencias de consumo.
3. Personalizar el contenido para potenciales clientes.
4. Fidelización de clientes.
5. Mejor segmentación.
6. Mejora de la reputación online.
7. Mejora de la atención al cliente.

¿Cómo utilizar la analítica de datos en el marketing digital?

► Para el correcto desarrollo de una estrategia de análisis de datos aplicada al marketing digital, deben seguirse una **serie de pasos clave**, que permitirán a las pymes obtener resultados medibles en un menor plazo de tiempo:

1. Definición de los objetivos que desean conseguirse.
2. Definición del modelo de analítica digital que llevaremos a cabo.
3. Establecimiento de KPIs.
4. Seleccionar una herramienta de analítica digital y enlazarla con las plataformas de publicidad que se vayan a utilizar.
5. Obtención de informes de análisis de los KPIs y los datos que deseamos conocer en profundidad.



Herramientas para la analítica de datos

► Existen diversos proveedores de herramientas para la analítica de datos, tanto gratuitos como de pago:

Gratuitos

Google Analytics

Matomo

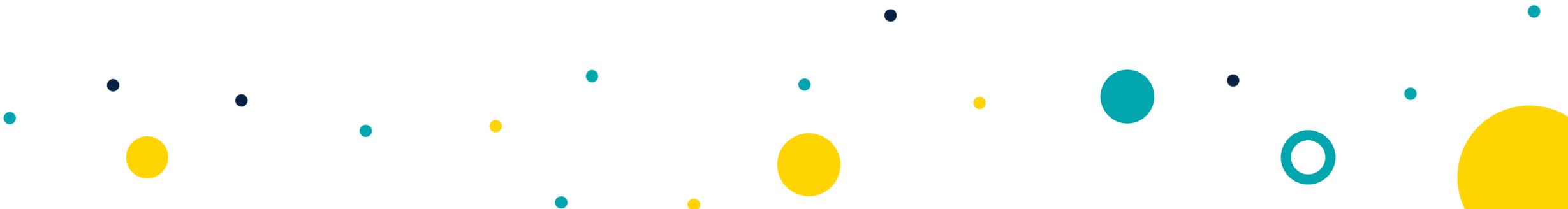
De pago

Adobe Analytics

Tealium

Conclusiones

- Es crucial el **uso y análisis de los datos para desarrollar campañas de marketing que atraigan, conviertan y fidelicen clientes para los negocios.**
- Cada vez es más necesario **apoyar la toma de decisiones a la hora de llegar a un público objetivo, personalizar los mensajes que se les trasladará y lograr un éxito en el número de ventas.**
- Una estrategia adecuada comienza por la **definición de los objetivos** que tu comercio desea lograr a la hora de comenzar a analizar y explotar los datos que genera. Adicionalmente, se debe **establecer los aspectos que se quieren medir, definir unos indicadores de seguimiento y elegir la herramienta adecuada** para lograr estos objetivos.





GOBIERNO
DE ESPAÑA

VICEPRESIDENCIA
PRIMERA DEL GOBIERNO

MINISTERIO
DE ASUNTOS ECONÓMICOS
Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL

SECRETARÍA DE ESTADO
DE DIGITALIZACIÓN
E INTELIGENCIA ARTIFICIAL

red.es



UNIÓN EUROPEA

Fondo Europeo de Desarrollo Regional

"Una manera de hacer Europa"