



# ¿QUÉ #%&! HACER EN DIGITAL?

VOL.2

.....

EDICIÓN CORONAVIRUS

7 DE  
ABRIL  
2020



Martin Pinto



Luis García



Martha Susana Vivero



Cristina Mosquera

# MIDE Y ADAPTA

## VOL.2

1. Digital Hacks: 5 años en 5 frases
2. Performance en el Funnel
  - Awareness
  - Consideración
  - Conversión
  - Fidelización
3. Casos prácticos
4. Invitada: Gerente MKT Pronobis
5. Preguntas





# Digital Hacks

5 años en 5 frases



# Primero lo primero

CONCEPTOS

ROAS – ROI – COA – UTM





# Los 4 fantásticos



inversión



medios



kpis



ventas



# Las herramientas miden, TÚ analizas

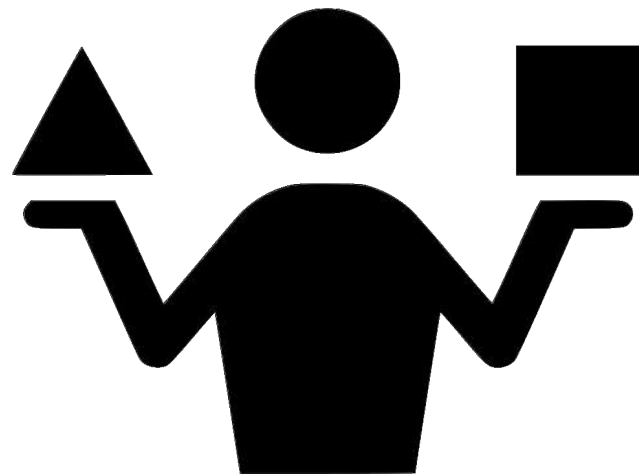
DASHBOARD - HERRAMIENTAS





# ¿Comparado con qué?

HISTÓRICO-BENCHMARKS-COMPETENCIA







# La importancia del aprendizaje

A/B TESTING – OPTIMIZACIÓN





# Performance en el Funnel





# AWARENESS

(DESCUBRIMIENTO)



# AWARENESS

## IMPRESIONES

1.545.523

## ALCANCE

324.167

## INTERACCIÓN

9.865

FRECUENCIA: 4.7

ENGAGEMENT: 3%

20.9%

3%

## HERRAMIENTAS

- Business Facebook
- Data Studio
- Hootsuite / Social Bakers
- Google Ads

## MEDIOS

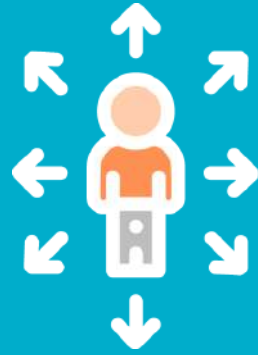
- Social Media
- Google Display
- Google Search
- Youtube



# AWARENESS

	Facebook Instagram	Google Display	Google Search	Youtube	Twitter
CPM	\$1.50	\$3.00	-	\$3.00	\$0.04
CPC	\$0.14	\$0.20	\$0.25	-	\$0.20
CPI	\$0.05	-	-	-	\$0.17
CPF	\$0.05	-	-	-	\$2.00
CPV	\$0.03	-	-	\$0.02	\$0.03



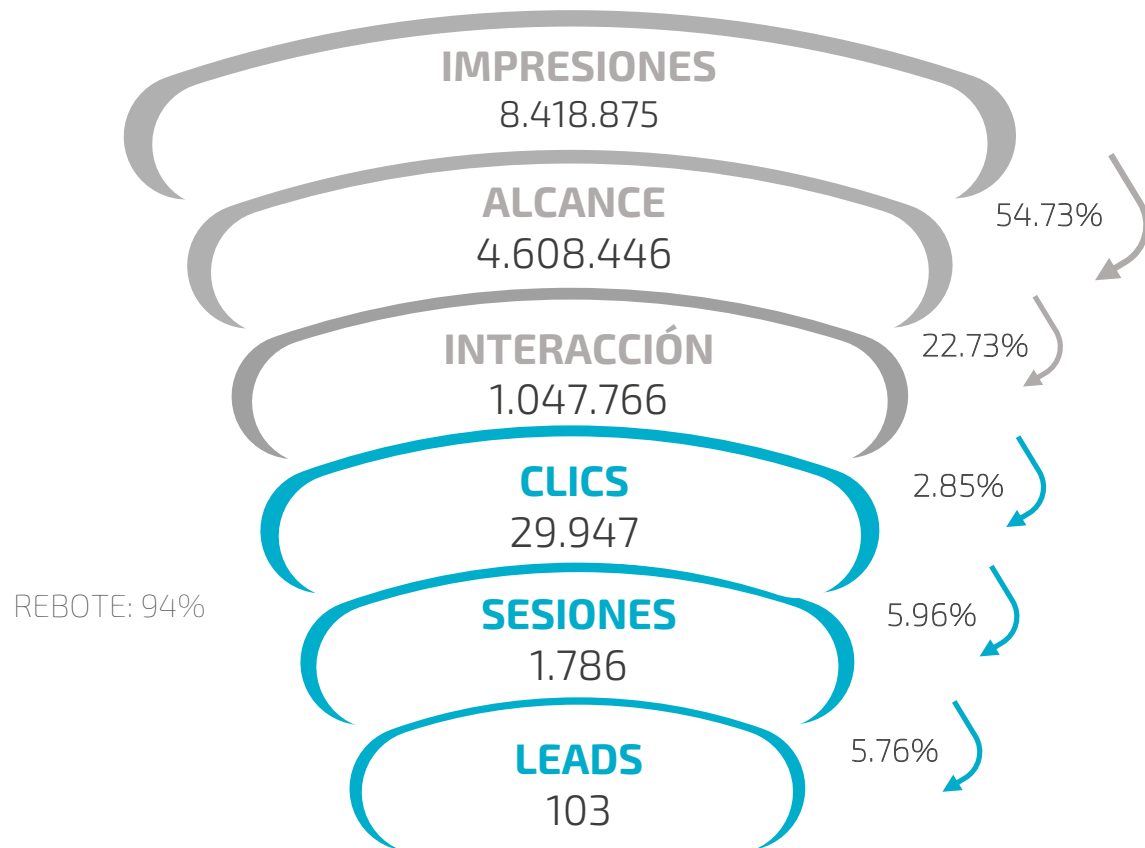


# CONSIDERATION

(CONSIDERACIÓN)



## CONSIDERATION



## HERRAMIENTAS

- Business Facebook
- Data Studio
- Google Analytics
- Google Ads

## MEDIOS

- Social Media
- Google Display / Programática
- Google Search
- E-mail Marketing
- Waze
- Whatsapp





## CONSIDERATION

	Facebook Instagram	Google Display	Google Search	Youtube	Twitter
CPM	\$1.50	\$3.00	-	\$3.00	\$0.04
CPC	\$0.14	\$0.20	\$0.25	-	\$0.20
CPI	\$0.05	-	-	-	\$0.17
CPF	\$0.05	-	-	-	\$2.00
CPV	\$0.03	-	-	\$0.02	\$0.03
CPL	\$2.50	-	-	-	-



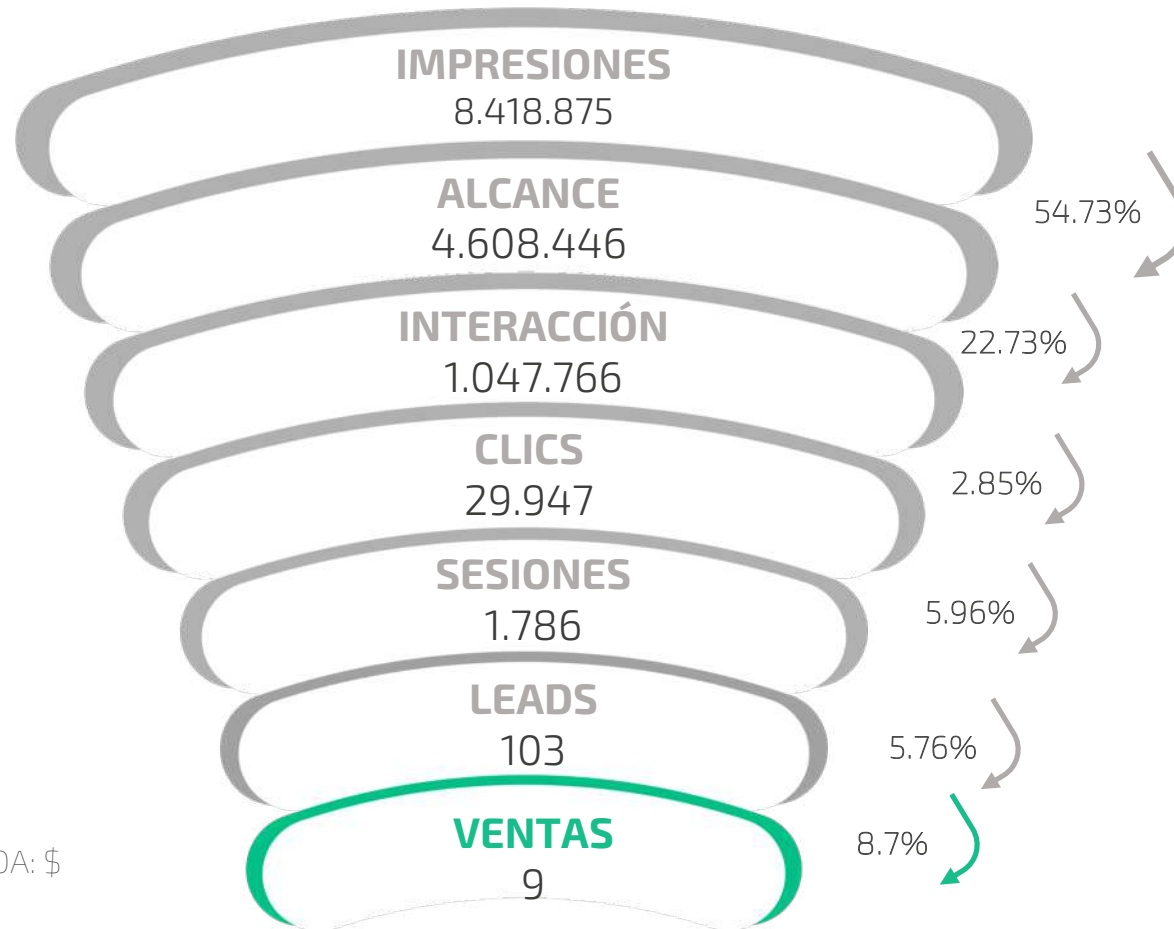


# CONVERSION

(CONVERSIÓN)



## CONVERSION



COA: \$

## HERRAMIENTAS

- Data Studio
- HUBSPOT - CRM
- Google Analytics
- Google Ads
- Sitio Web
- Agregadores

## MEDIOS

- Social Media (Shop + Market Place)
  - Retargeting
  - Remarketing
- Sitio Web
- Google Search
- e-mail MKT
- Whatsapp Business (Catálogo)



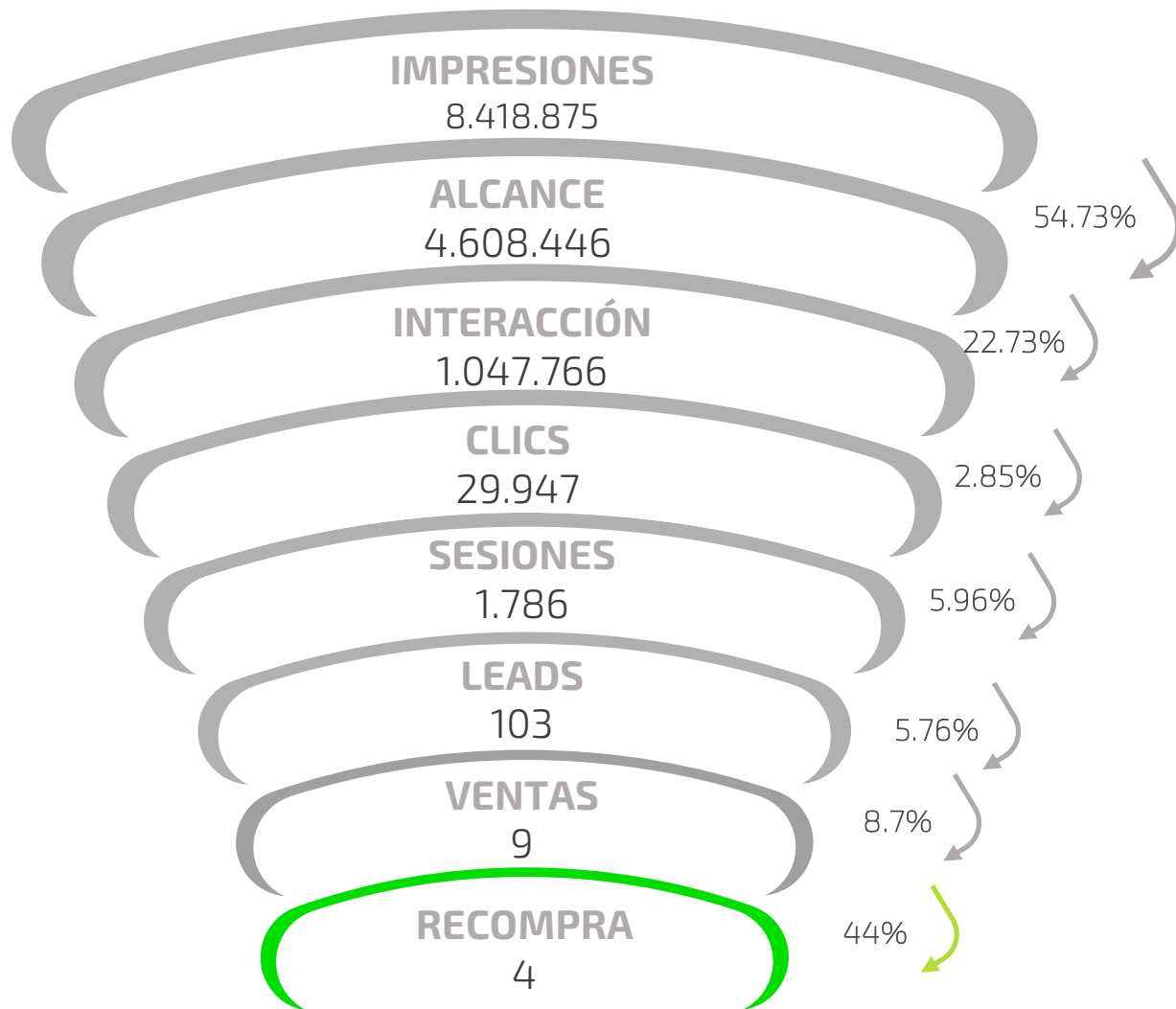


# LOYALTY

(FIDELIZACIÓN)



## LOYALTY



## HERRAMIENTAS

- HUBSPOT - CRM
- Google Analytics
  - Usuarios recurrentes
- Google Ads
- Sitio Web

## MEDIOS

- Social Media
  - Remarketing
  - Retargeting
- e-mail marketing
- Mailing físico





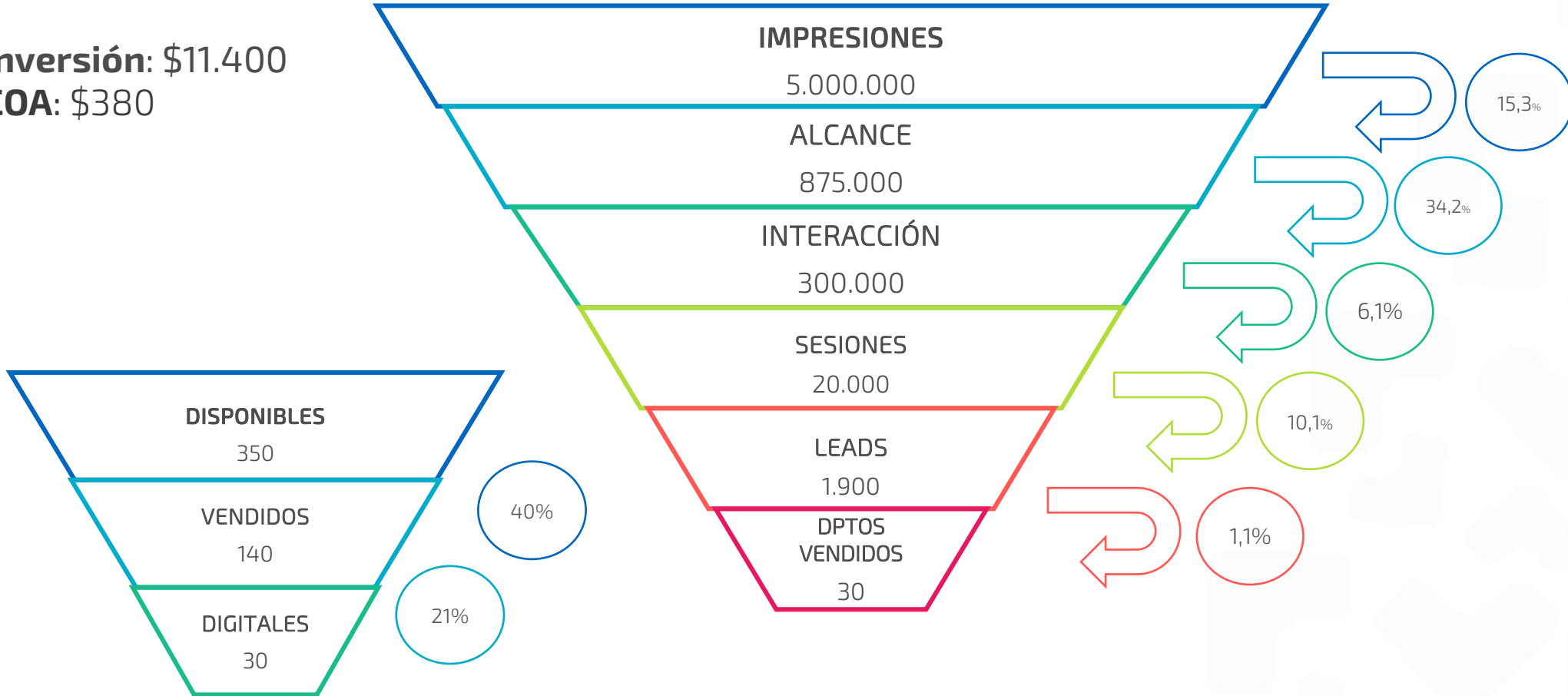
# Casos Prácticos

### Objetivos:

- Sesiones: +25%
- Leads: +30%

**Inversión:** \$11.400

**COA:** \$380



\*Resultados obtenidos en campaña de 2 meses



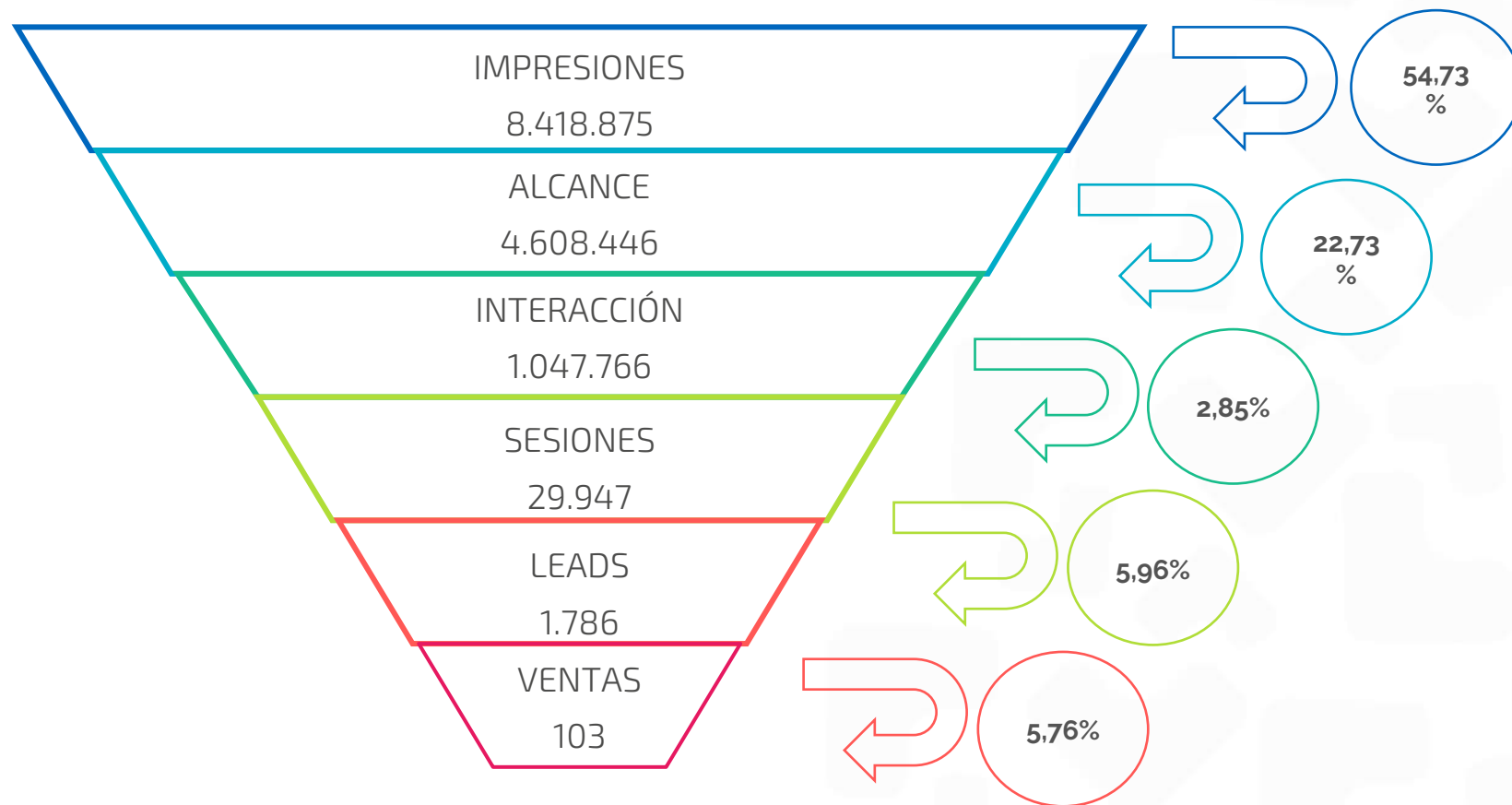
### Objetivos:

- Incrementar en un 2% las ventas Q1-19 vs. Q1-18
- Generar de 400 a 800 los leads en Q1.
- Alcanzar al menos el 50% del universo potencial (4.7 millones).

### Resultados:

- Ventas: +5% en el Q1.
- Leads: +123%
- Alcance: +48%

Inversión: \$7.600  
COA: \$73,78







¿PREGUNTAS?

START YOUR

# DIGITAL JOURNEY

NOW!





# e-channel

#QuédateEnCasa