

ECOSISTEMA DE MÉTRICAS Y ESTADÍSTICAS DE CONSUMO

Se trata de un espacio que pone a disposición información de nuestros distintos grupos de interés (agentes, clientes y no clientes), a través de su interacción con nuestras plataformas, de las tendencias del mercado o del país en que se desenvuelven. Respondiendo a lo anterior, esta iniciativa se divide en **tres líneas de trabajo**.

1 Medición y seguimiento de activos digitales Conocer el desempeño de nuestros activos, iniciativas y campañas frente a los distintos objetivos y tipos de consumidores de la Compañía.	2 Rastreo de experiencia y conducta Identificar el uso, tipo de interacción y preferencias que nuestros distintos stakeholders muestran frente a los servicios digitales o remotos.	3 Trabajo de campo y research ad-hoc Revisar y estudiar de forma periódica los indicadores económicos, sociales y de consumo de cada país, para dar soporte a las acciones propuestas.
---	---	--

Ventajas de nuestro ecosistema de datos.

 100% en línea Puedes ver la información cuando quieras y donde quieras.	 Diversidad de indicadores Accede a datos generales, personalizados y enfocados en la Compañía.
 Procesos digitales Actualización diaria o frecuente, sin manualidad ni intervención.	 Información confiable Data basada en nuestras plataformas y en fuentes internacionales.

DESCRIPCIÓN POR CATEGORÍA

<h3>1 MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DE ACTIVOS DIGITALES</h3> <p>Conocer el desempeño cuantitativo (performance) de nuestros activos, proyectos y campañas frente a los distintos objetivos y tipos de consumidores de la Compañía.</p>	<p>Metodología</p> <p>Medición 100% online, a través de herramientas que registran las acciones y responden a los objetivos definidos en el funnel.</p>	<p>Herramientas</p> <p>Google Analytics 4, Looker Studio, Google Marketing, Platform, Supermetrics, Hubspot, Salesforce o CRM similar.</p>
<p>Actualización</p> <p>Diaria, semanal o periódica dependiendo de los procesos y del nivel de automatización ofrecido por el software.</p>	<p>Entregables</p> <p>Cita periódica de seguimiento y mejoras con las operaciones, además de dashboard en línea para gestión real time y auto-consulta.</p>	
<h3>2 RASTREO DE EXPERIENCIA Y CONDUCTA</h3> <p>Entender el movimiento de la audiencia digital, permitiéndonos complementar la información cuantitativa con aspectos relacionados a la usabilidad y actitud de navegación.</p>	<p>Metodología</p> <p>Registro de la navegación con mapas de calor, grabaciones real time y cuotas de interacción.</p>	<p>Herramientas</p> <p>Microsoft Clarity o Hotjar integrado por Google Analytics 4 y Google Tag Manager.</p>
<p>Actualización</p> <p>Diaria o periódica por cada página en un plazo no mayor a 90 días corridos.</p>	<p>Entregables</p> <p>Reunión de asesoría más enlace de la plataforma con los resultados del mes o de la quincena recién pasada.</p>	
<h3>3 TRABAJO DE CAMPO Y RESEARCH AD-HOC</h3> <p>Investigar la situación país y el contexto del target, para desarrollar proyectos, productos o servicios que se alineen con las reales necesidades de los consumidores.</p>	<p>Metodología</p> <p>Análisis predictivo con búsqueda manual y gratuita por palabras claves o estudio ad-hoc con apoyo de consultora asociada.</p>	<p>Herramientas</p> <p>Buscador de Google, hojas de cálculo y -en caso de research con externo- sistema de encuestas online.</p>
<p>Actualización</p> <p>Semestral o dependiendo de la necesidad del negocio. Se entrega un análisis predictivo que responda a la necesidad.</p>	<p>Entregables</p> <p>Presentación a áreas claves o interesadas con acompañamiento posterior e infografía con indicadores como respaldo.</p>	

ESTADÍSTICAS DISPONIBLES POR PLATAFORMA

	AdWords	Facebook	Instagram	LinkedIn
Portal Público - Métricas disponibles <ul style="list-style-type: none"> Usuarios/Usuarios ID. Sesiones. Formularios/Leads. Rebotes/Abandonos. Tipos de interacción Canal de origen Detalle por página Intereses. Geografía. Género y edad. Tipo de dispositivo. Plataforma. 				

AdWords

	AdWords	Facebook	Instagram	LinkedIn
Publicidad buscador Google <ul style="list-style-type: none"> Campañas realizadas Tipo de campaña Conversiones/Leads Calidad de las keywords. Calidad del anuncio. Clics e impresiones Costo conversiones. Costos por clic. Costo por impresiones. Género y edad. Dispositivo. Publicaciones hist. 				