

EMPRESAS SURA



sura 

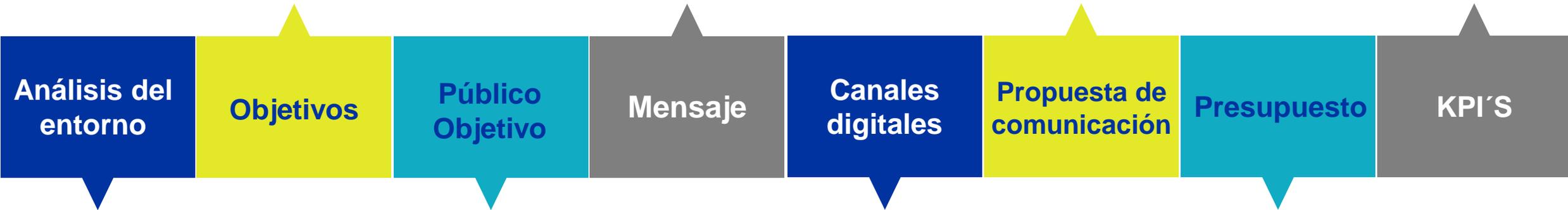
C
eICOLOMBIANO

TALLER PAUTA DIGITAL

Realiza la pauta digital con un plan de comunicación para que sea estratégico

- Alinear con los objetivos estratégicos de la empresa y los objetivos de la estrategia digital.
- Los esfuerzos en comunicación son más eficientes, efectivos y duraderos.
- Una estructura clara para determinar a quién necesitas llegar y cómo.
- Puedes gestionar de manera ordenada los recursos de la organización, reduciendo costos y alcanzando mejores resultados.
- Es una herramienta para tomar decisiones más rápidas y acertadas.
- Te ayuda a gestionar la reputación de la compañía de manera proactiva.

Pasos para crear un plan de comunicaciones



El plan de comunicaciones tiene un foco centrado en la definición de cómo, cuándo y de qué manera se van a entregar mensajes estratégicos a los públicos de interés.



Hago parte del grupo el Colombiano como líder comercial digital, he trabajado en compañías como: Publicar, Publimetro y Grupo Pera digital. Tengo más de 10 años de experiencia en planeación estratégica de medios, optimización y comportamiento de campañas digitales, estrategias de content marketing y performance. He generado capacitación y formación a equipos de ventas en productos digitales y he trabajado con marcas como: Samsung, Despegar, Colanta, Nike, BdB, Bancolombia, Porveir y Claro entre otros.

**Preparémonos
para tener una
conversación
sobre pauta
digital.**

Catapulta de negocios NOV 2023



¿Qué veremos?

1. Contexto del impacto de la tecnología digital en nuestra vida

- El impacto de lo digital en nuestra vida
- Cuánto tiempo destinamos a estar conectados

2. Ecosistema digital

- Qué es un ecosistema digital
- Como definir mi objetivo con ayuda del Funnel o embudo de conversión
- Frentes comunes en marketing
- La importancia del mensaje
- Ejemplos de pauta

3. Tipología de la pauta digital

- SEM
- Social Ads, Publishers Youtube Ads.
- Formatos más conocidos

4. Concordancia en el flujo de navegación

- Anuncio – Landing page o sitio web
- Como optimizar el path de conversión
- La importancia de las UTM's y Analytics

5. KPI's

- KPI's principales
- ROI

BIENVENIDOS

1. Contexto: el impacto de la tecnología digital



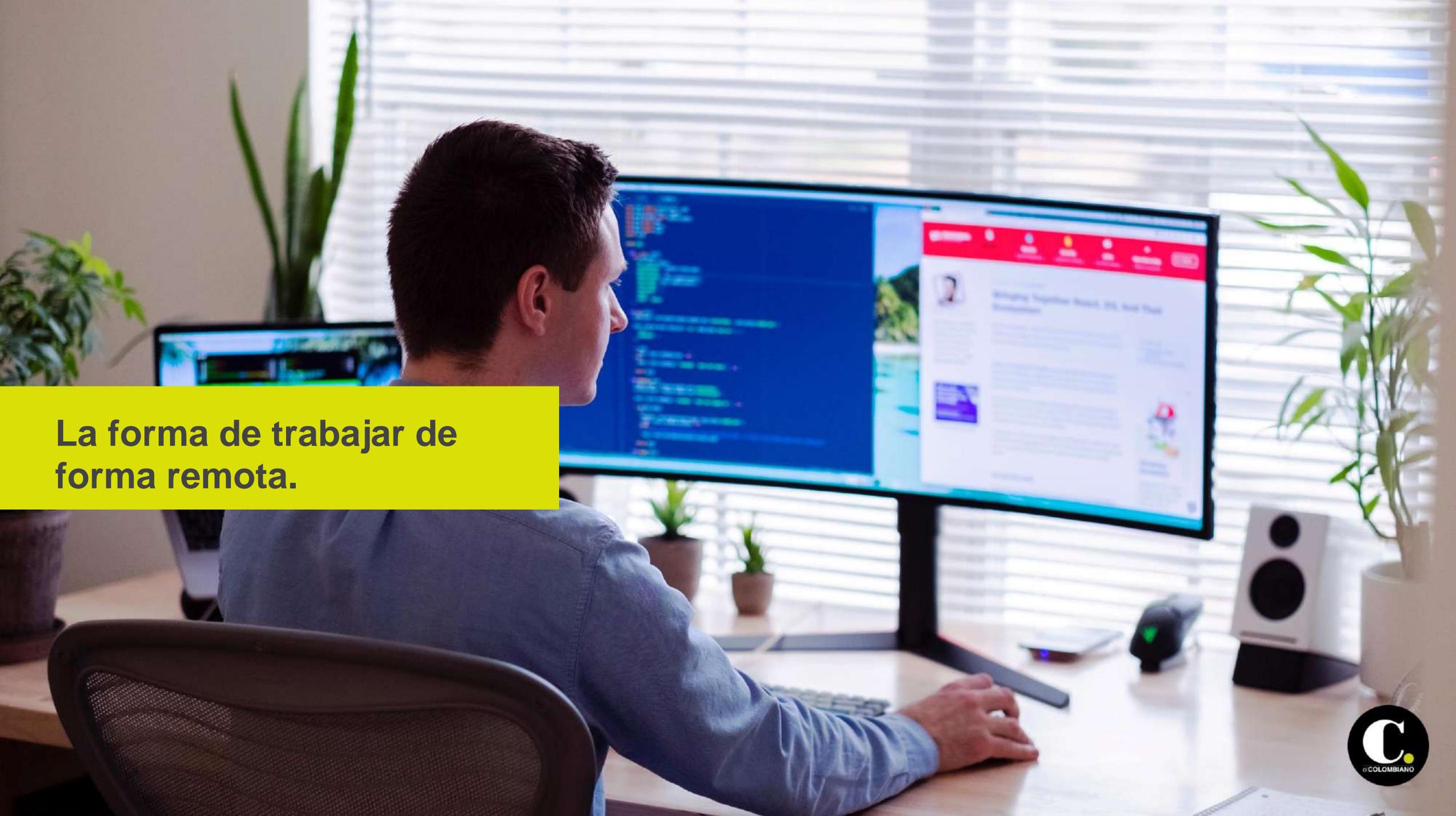
La **tecnología digital** ha impactado la forma en la que vivimos en todos los aspectos.



**La forma de
comunicarnos.**

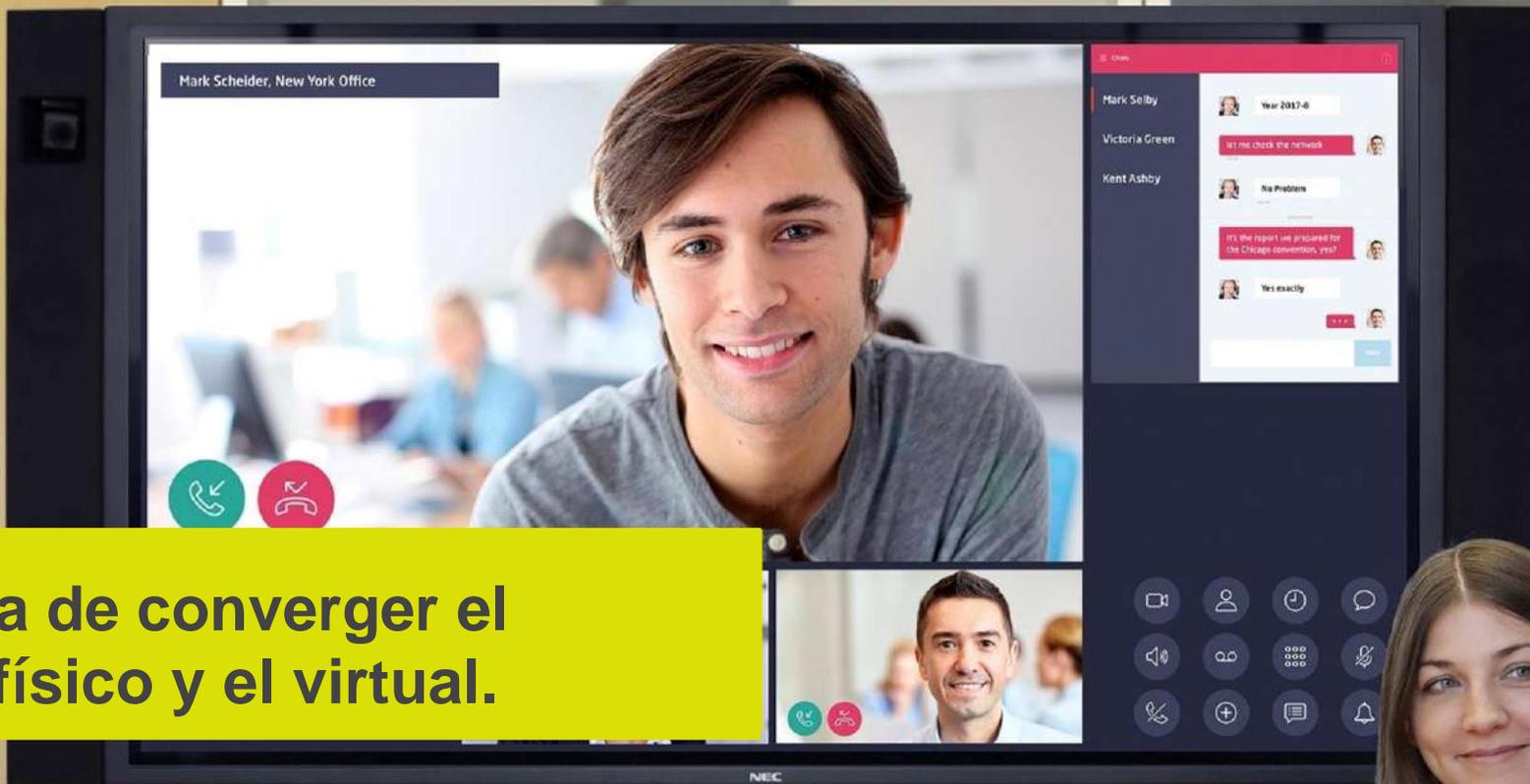


La forma de acceder a información.

A man in a light blue shirt is sitting at a desk, looking at a large curved monitor. The monitor displays a code editor on the left and a news article on the right. The desk is cluttered with a keyboard, mouse, and several potted plants. A window with blinds is in the background. A yellow text box is overlaid on the left side of the image.

La forma de trabajar de forma remota.

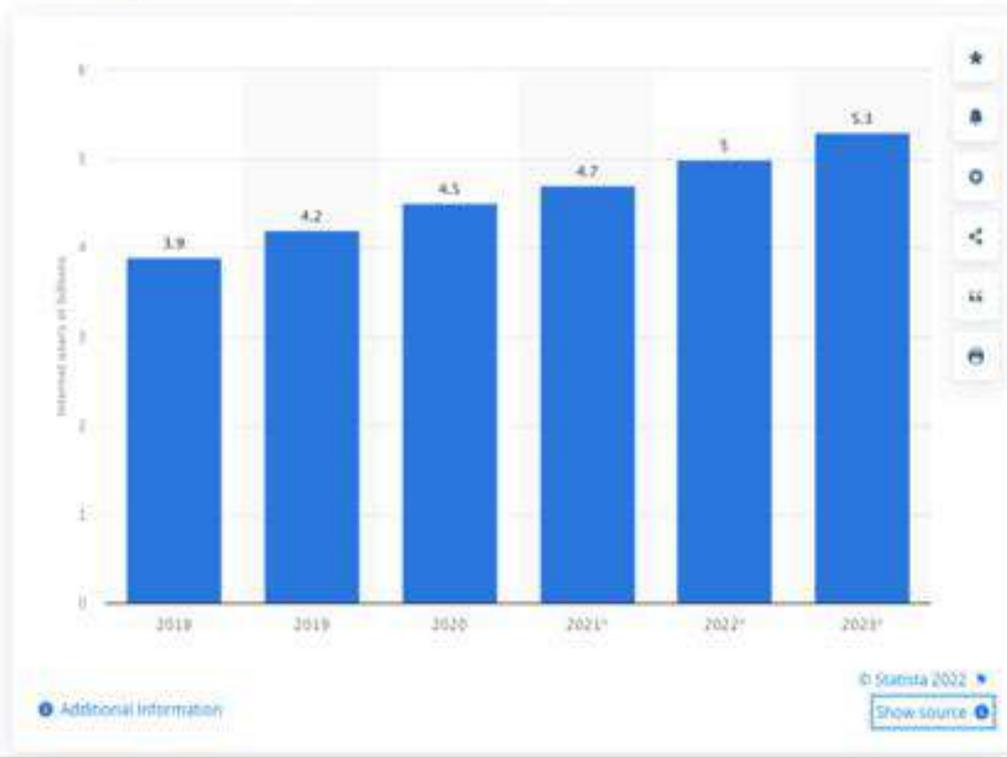
La forma de converger el mundo físico y el virtual.



**Ya no concebimos nuestra
vida sin dispositivos móviles
ni acceso a internet, sin estar
CONECTADOS.**

Internet user growth worldwide from 2018 to 2023

(in billions)



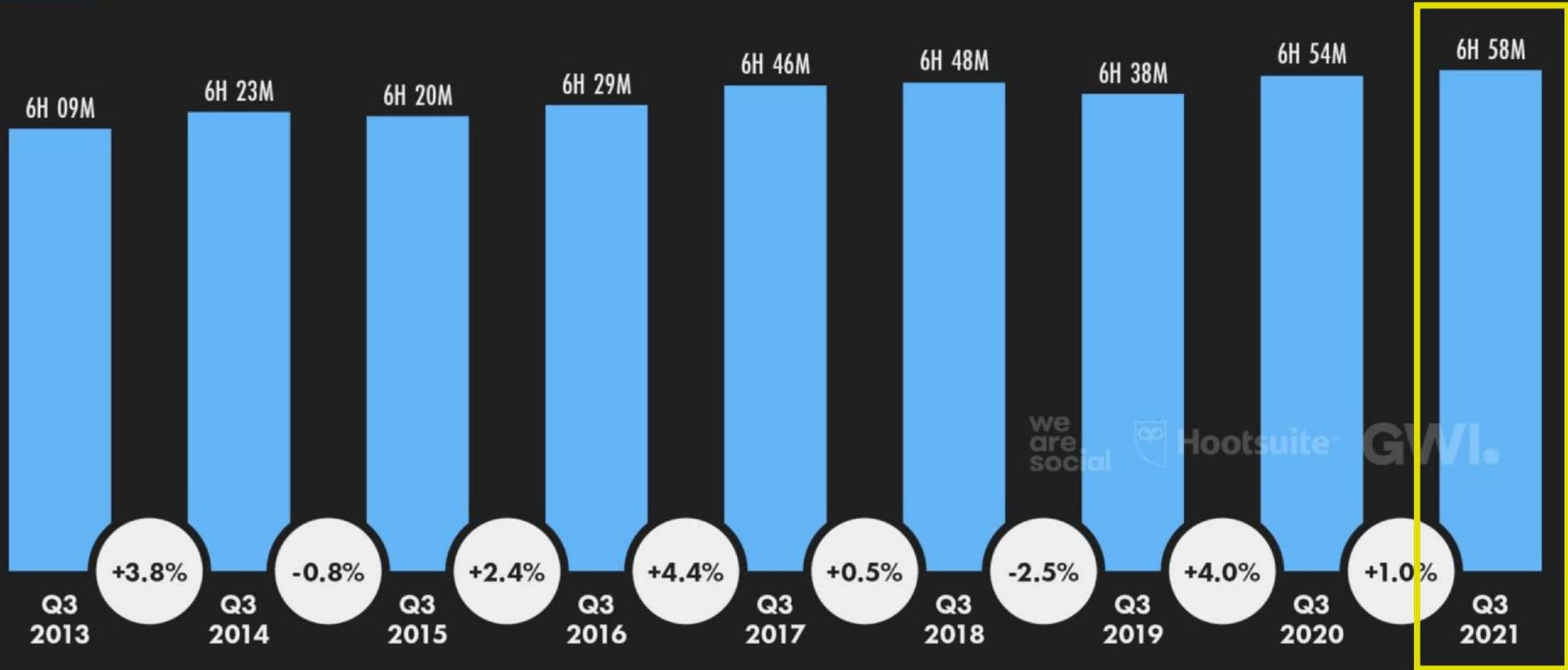
Actualmente, hay alrededor de 5 miles de millones de usuarios de internet en el mundo y se provee que en el 2023 se llegue a los **5.3 miles de millones**.
Más conectividad, dispositivos y acceso

Veamos cómo esto es relevante para nosotros y cuánto tiempo destinamos a estar conectados a las tecnologías digitales.

JAN
2022

DAILY TIME SPENT USING THE INTERNET

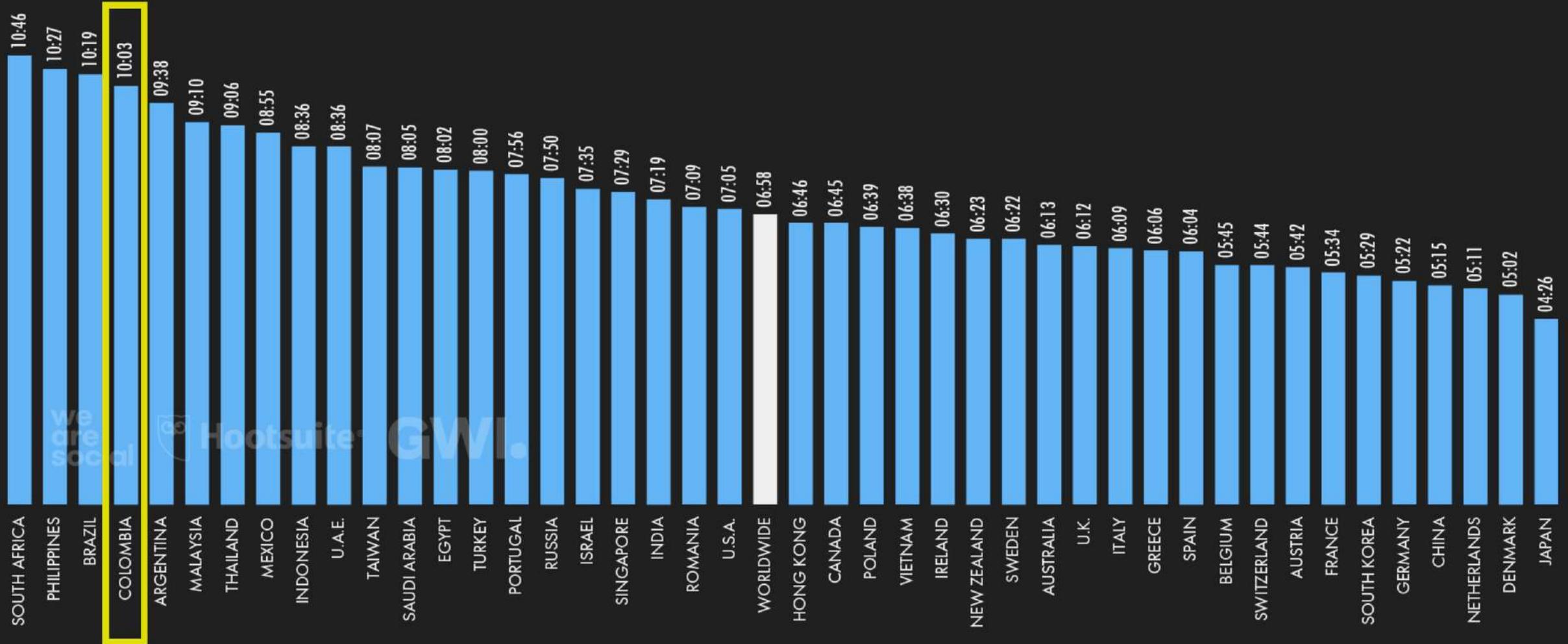
THE AVERAGE AMOUNT OF TIME (IN HOURS AND MINUTES) THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND USING THE INTERNET EACH DAY



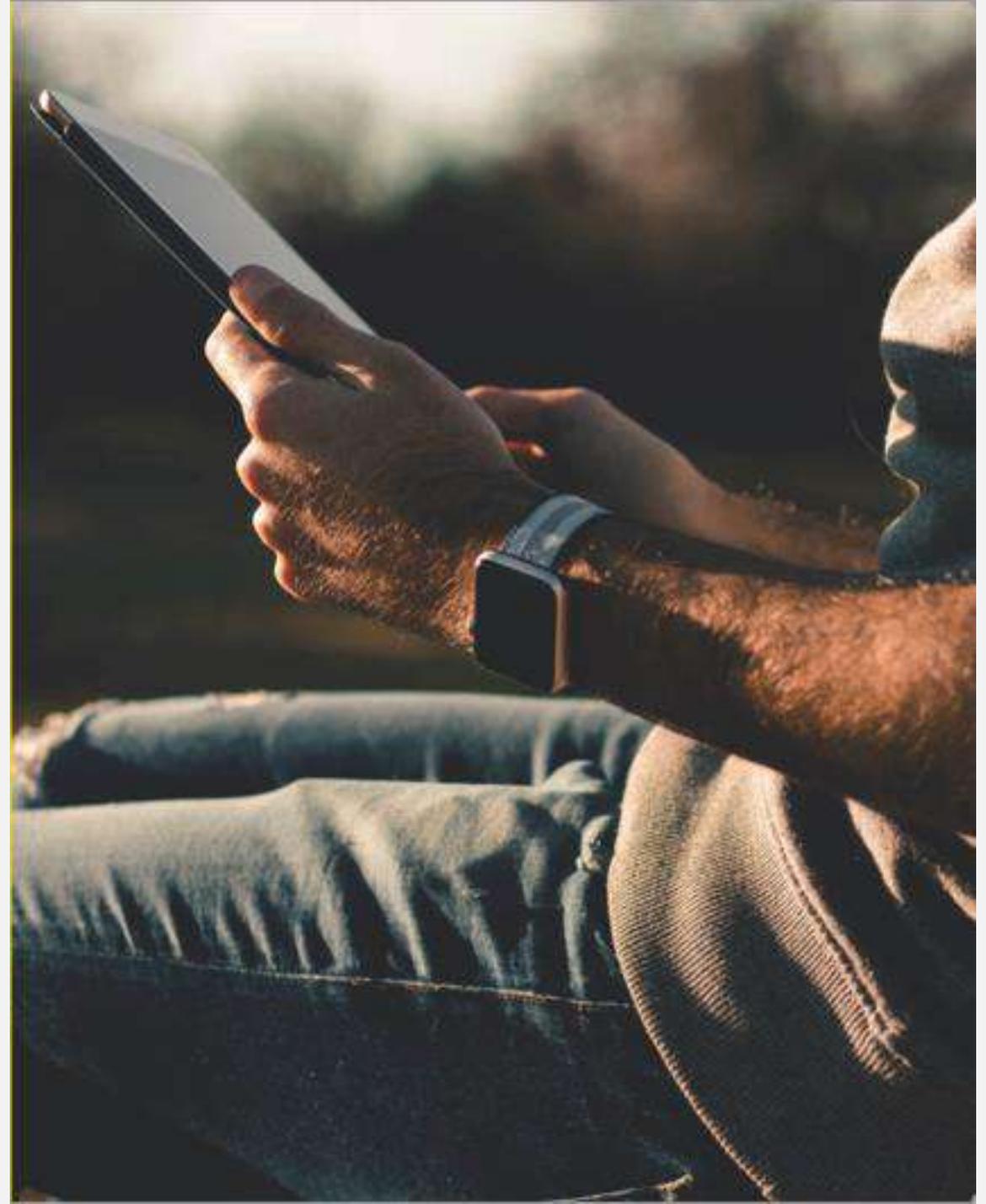
JAN
2022

DAILY TIME SPENT USING THE INTERNET

AVERAGE AMOUNT OF TIME (IN HOURS AND MINUTES) THAT INTERNET USERS AGED 16 TO 64 SPEND USING THE INTERNET EACH DAY ON ANY DEVICE



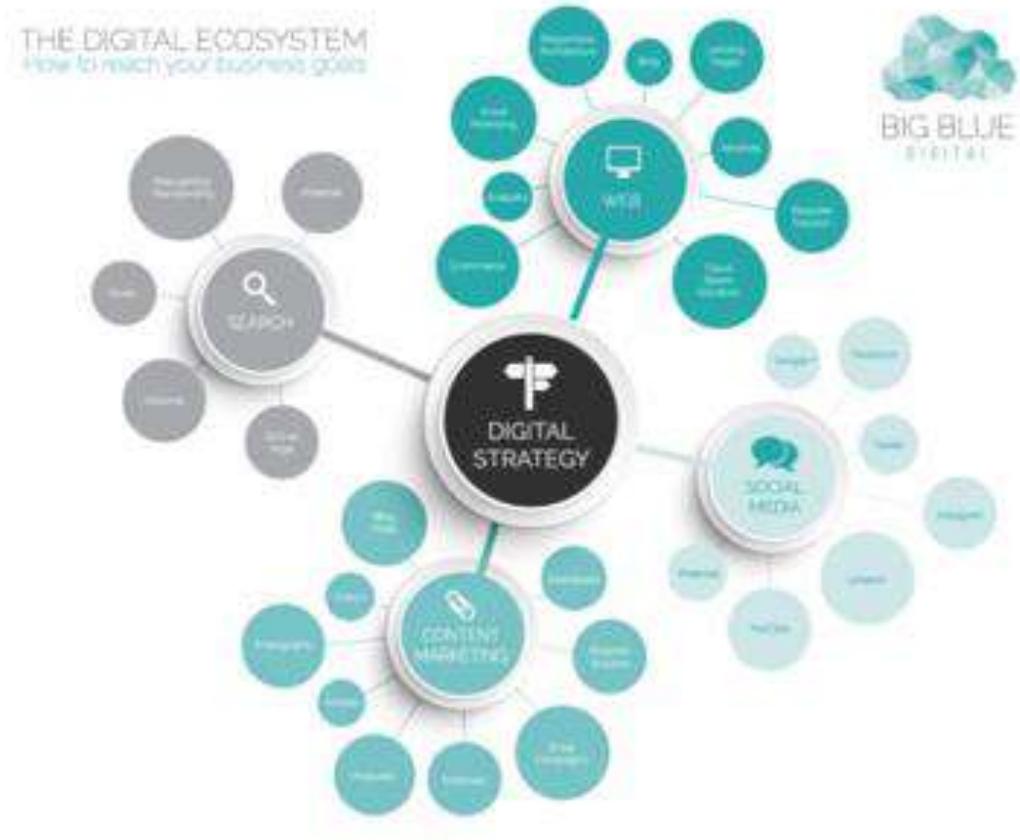
Y en esta nueva dinámica ha nacido un nuevo tipo de consumidor, que desea:



INMEDIATEZ
CONECTIVIDAD
TRANSPARENCIA
ACCESIBILIDAD
OMNIPRESENCIA
CALIDAD
VERACIDAD
RELEVANCIA

**Para ustedes ¿qué es un
ecosistema digital?
¡No hay respuestas malas!**

2. Ecosistema digital

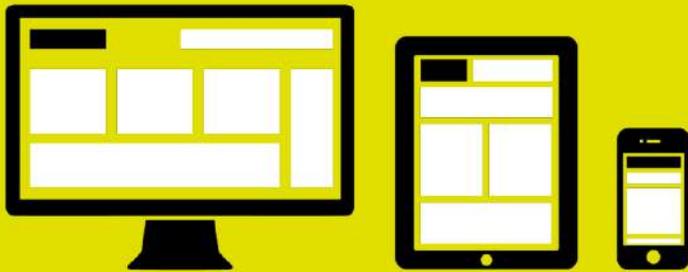


Un ecosistema digital es la agrupación de **activos y canales** que están interconectados entre si, tienen presencia de la marca/empresa y permiten a los usuarios interactuar con ella dentro de su flujo de navegación

● Activos (owned)

Definición

Cualquier propiedad digital (**propia**) que incrementa su valor a partir del **tráfico**, el uso o las ventas.



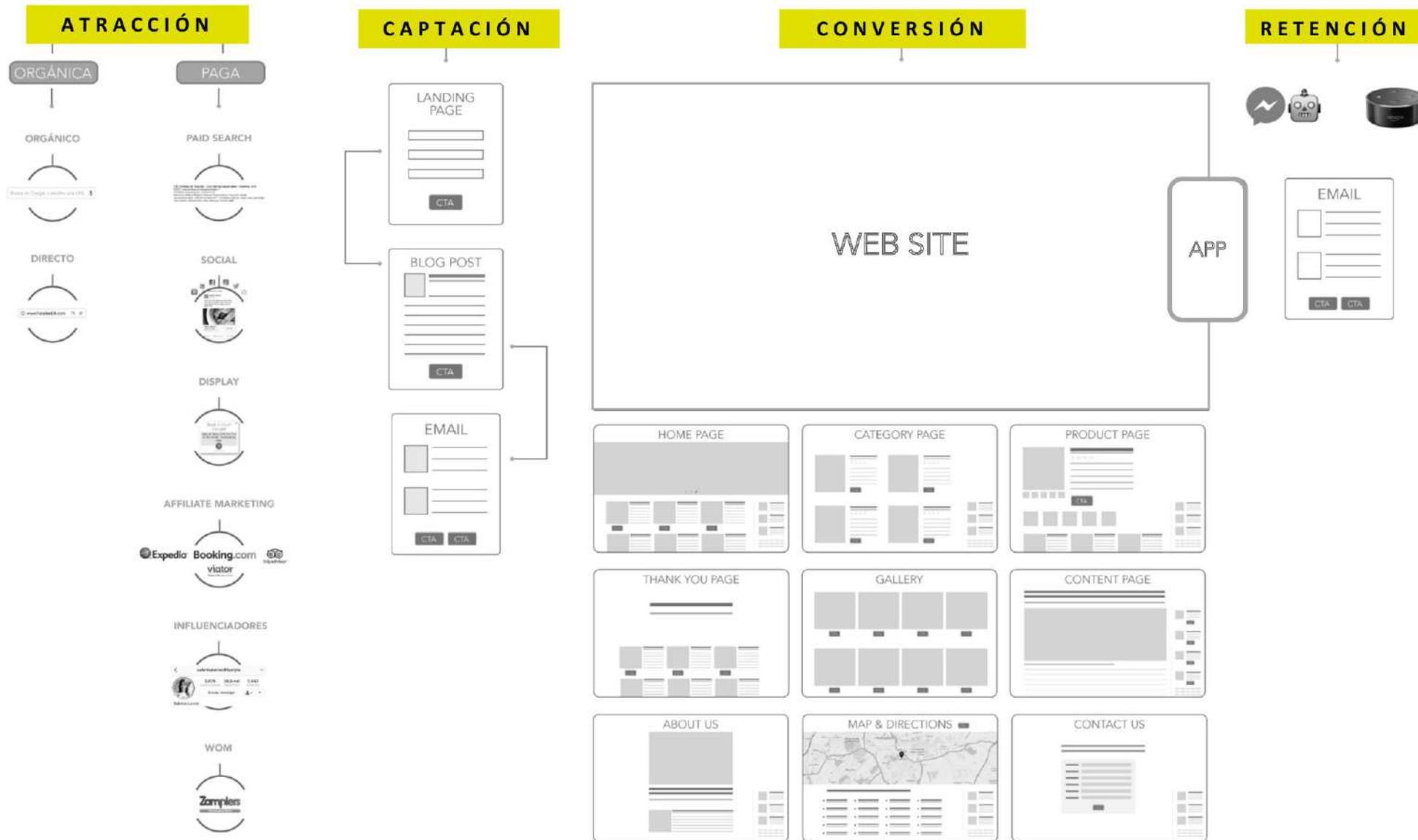
● Canales (paid, earned)

Definición

A diferencia de los activos digitales, los canales no pertenecen a la marca. Suelen ser **pagos** o **ganados**.



En el ecosistema digital nos vamos a encontrar con diferentes etapas:



En el ecosistema digital nos vamos a encontrar con diferentes etapas:

ATRACCIÓN

ORGÁNICA

PAGA

Buscamos llevar a los usuarios a nuestros activos digitales con contenido de calidad publicado en los canales de la marca.

CAPTACIÓN

LANDING

Buscamos que el visitante deje sus datos de contacto, demográficos, psicográficos, entre otros.

CONVERSIÓN / EXPERIENCIA

CONVERSIÓN:

El objetivo es que el usuario haga una "transacción" (no necesariamente monetaria).

EXPERIENCIA:

Buscamos que el usuario navegue el sitio y consuma el contenido, que lleven a una suscripción a Newsletter por ejemplo.

RETENCIÓN

Buscamos que los clientes actuales renueven la suscripción, nos compren otra vez, amplíen su portafolio, entre otros.

Una vez logrado comprender el ecosistema es fundamental entender mi **objetivo**.

Esto está ligado directamente al **embudo o funnel de marketing**

Funnel o embudo

(Hay muchas definiciones y estilos distintos de interpretar el funnel de marketing)

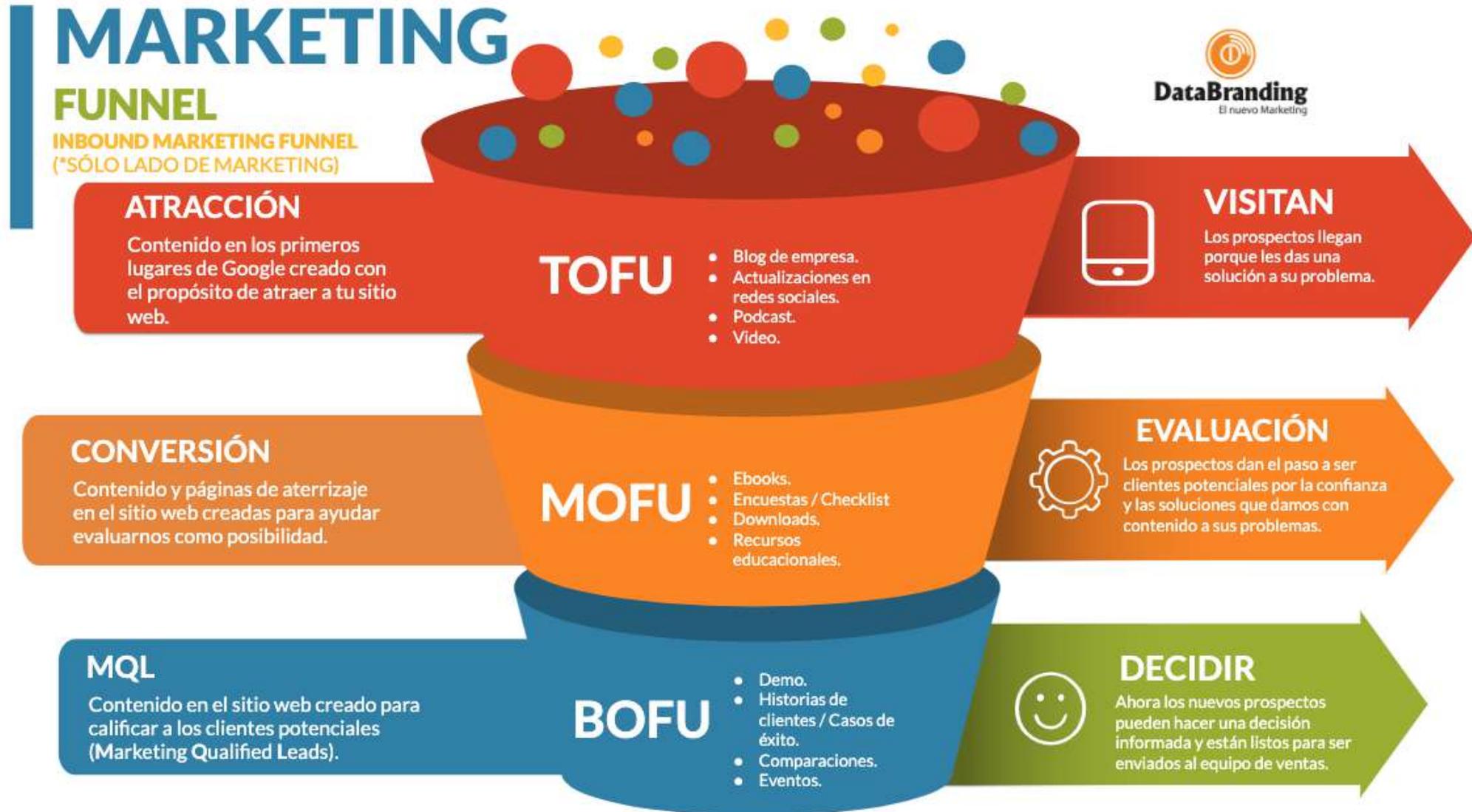
Es un modelo que muestra las etapas por las que pasa un prospecto hasta convertirse en un cliente e incluso en evangelizador. Este es usado por las empresas para analizar que necesitan hacer en cada una de ellas para influenciar el comportamiento de los usuarios, optimizar los esfuerzos y generar más ventas

El numero de etapas depende del comportamiento, del cliente, de la industria, del modelo de negocio, entre otros.



Hay muchos tipos:

El más tradicional





AWARENESS

Tipo de compra:
CPM

Costo por mil impresiones

- Se utiliza en campañas de branding, donde el objetivo es por ejemplo aumentar la conciencia de marca.
- Ideal que el sitio web tenga mucho tráfico para garantizar las impresiones.
- Se mide alcance, pero no garantiza que el usuario realice una acción.
- Lo más relevante es el posicionamiento.

Dos frentes comunes en marketing



ADQUISICIÓN

(Performance o conversión)

Tipo de compra:
CPC

Costo por clic

- El presupuesto se gasta basado en el número de clics que el anuncio recibe.
- Es indicado para quienes quieren que el usuario realice alguna acción (descarga, envío de formulario, visita a sitio web).
- Es un tipo de compra más granular y preciso.
- Lo más relevante es la conversión.

AWARENESS

FARMATODO CYBER DÍAS
Del 4 al 6 de abril de 2022
EXCLUSIVO APP Y WEB

HASTA **30% DCTO**
En referencias seleccionadas

DESCUENTOS NO DISPONIBLES EN OTRAS APLICACIONES

Más productos aquí

SALUD - BELLEZA - BEBÉ - CUIDADO PERSONAL - ALIMENTACIÓN SALUDABLE

COLOMBIA ESPAÑA Nuestro Grupo > QHubo Propiedades Gente Pico y Placa Medellín Lunes 6 y 9 6 y 9

el**COLOMBIANO**

SUSCRIBIRME INICIAR SESIÓN

FARMATODO

Válido el 1 y 2 de abril de 2022

DÍAS DE MEGA DESCUENTOS

HASTA **30% DCTO**
En referencias seleccionadas

DESCUENTOS NO DISPONIBLES EN OTRAS APLICACIONES

Más productos aquí

SALUD - BELLEZA - BEBÉ - CUIDADO PERSONAL

Según el objetivo de la marca y el tipo de compra va a depender el mensaje (copy) o contenido que se dé.

Aquí nos podemos hacer preguntas claves para generar una comunicación efectiva

Caso adquisición

El cliente Hotel Sol de Verano quiere pautar con un banner 300x600 y envía este arte al equipo. Quiere promocionar su plan romántico, aumentar el número de reservas en línea y exaltar que tienen la playa más exclusiva de Cartagena.

¿Qué preguntas harían al anunciante? ¿Qué recomendaciones darían?

Hotel Sol de Verano

Cartagena.

Más información



*Cuántas reservas tienes hoy y a cuántas quieres incrementar?
Sabes qué edad, gustos y demás de sus clientes?
El hotel tiene un plus solo para adultos?
Toda la compra es en línea o necesita de un asesor?
Fechas de la promoción?
Cuál es el engagement?
Aplica en qué métodos de pago?
Que tenga más imágenes.
Mejor texto.

Caso adquisición

El cliente Hotel Sol de Verano quiere pautar con un banner 300x600 y envía este arte al equipo. Quiere promocionar su plan romántico, aumentar el número de reservas en línea y exaltar que tienen la playa más exclusiva de Cartagena.

¿Qué preguntas harían al anunciante? ¿Qué recomendaciones darían?

Hotel Sol de Verano

Quédate dos noches con tu
pareja en el hotel con la
playa más exclusiva de
Cartagena.

Reserva sin pagar por
anticipado.

Reserva ahora

→ Indica a quién va dirigido

→ Resalta beneficio

→ Ataca un pain point

→ Call-to-action más claro

Anuncio optimizado

Si el mensaje (copy) es más acertado y específico, se generan mayores clics.

Si se generan mayores clics, el presupuesto del anunciante se multiplica, es decir, se gasta mejor (rinde).

Presupuesto:
\$10.000.000 COP



MÁSMÓV.L
800 007 855

ACCEDE A MÁS GB
EN TU PLAN

MÁS INFO

En tarifas solo móvil y convergencia
5GB, 8GB y 12GB.

Clics: 4000
CPC: 2500

$$\text{CPC} = \frac{\text{Inv. Total}}{\# \text{ de Clics}}$$

MÁSMÓV.L
800 007 855

DOBLE DE GB
GRATIS DURANTE
3 MESES

LO QUIERO ♥

En tarifas solo móvil y convergencia
5GB, 8GB y 12GB.



Clics: 7000
CPC: 1428

Versión 1

Versión 2

¿Cómo vamos?



Veamos algunos ejemplos de pauta
(Y discutamos cual es su objetivo y hagamos algunas recomendaciones)



aprobación de la UE a su plan

RAFAEL RAMOS | LONDRES

La primera ministra británica carece ahora de los apoyos necesarios para sacar adelante el acuerdo, que se votará el 12 de diciembre

326

Muere a los 77 años Bernardo Bertolucci, director de 'El último tango en París'

ASTRID MESEGUER

Autor de otros clásicos del cine como 'Novecento' o 'El último emperador'

"Los contactos entre el Gobierno y Carles Puigdemont para buscar una vía de diálogo no han fructificado al gusto de los independentistas"



JORDI JUAN

"Basura y heces son los perfumes más solicitados: ya no se puede hacer política sin agredir, difamar o injuriar"



ANTONI PUIGVERD



El futuro de la legislatura Sánchez confía en resistir hasta otoño del 2019, pero admite que no será fácil

JUAN CARLOS MERINO

20

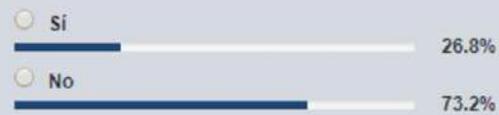


Estudio del Real Instituto Elcano El 'procés' empeora la imagen de España en Europa como país más conflictivo y autoritario

287

Encuesta

¿Te parece bien que Dani Mateo declare ante un juez por sonarse con la bandera española?



Han votado 3053 personas

Votar



Este Cyber Monday recoge tus compras online cuando mejor te venga en CityPaq.

¿Qué busca este anuncio?
¿Qué recomendaciones harían?

CAFETERA
PICCOLO

29€ 79,00€

COMPRANDO 4 CAJAS
DE VARIEDADES



¡APROVECHAR
BLACK FRIDAY!

NESCAFÉ
Dolce
Gusto

¡OFERTA EN
VARIEDADES!

10 CAJAS POR
40€ 49,9€



¡APROVECHAR
BLACK FRIDAY!

NESCAFÉ
Dolce
Gusto

ESP | AME | BRA | CAT | ENG

NEWSLETTER

SUSCRÍBETE



≡ **EL PAÍS**

MADRID

POLÍTICA | SUCESOS | MEDIO AMBIENTE | MOVILIDAD | OCIO | PATIO DE VECINOS

GRAN VÍA DE MADRID >

Madrid estrena la remodelación de la Gran Vía con más espacio peatonal tras nueve meses de obras

Los trabajos para cambiar la calle más emblemática arrancaron en marzo y han costado alrededor de seis millones y medio de euros



MIGUEL ÁNGEL MEDINA





NEW
SMOKED BURGER
INTENSO SABOR AHUMADO

DESCÚBRELA



21 NOV 2017 | ACTUALIZADO 13:24 CET

[ESP](#) | [AME](#) | [BRA](#) | [CAT](#) | [ENG](#)

NEWSLETTER 

SUSCRÍBETE



EL PAÍS
EL PERIÓDICO GLOBAL

[INTERNACIONAL](#) [OPINIÓN](#) [ESPAÑA](#) [ECONOMÍA](#) [CIENCIA](#) [TECNOLOGÍA](#) [CULTURA](#) [GENTE](#) [ESTILO](#) [DEPORTES](#) [TELEVISIÓN](#) [VÍDEO](#)

Ejemplos:

¿Qué los hace llamativos y efectivos?

The New York Times
This is when journalism matters most.
Subscribe to The Times.
[SEE MY OPTIONS](#)

semrush
7 Competitor Insights You Can Get in 30 Minutes

Drink it down.

Don't drink and drive.
FIAT

Casper

100 nights risk free.
That's a lot of yawns.

[Shop now](#)

Disney
PIXAR
MARVEL
STAR WARS
NATIONAL GEOGRAPHIC

Disney+

Stream the best stories in the world.

[Start Your Free Trial](#)

3. Tipología de la pauta digital (formatos)





SEM (Search Engine Marketing)

Es la publicidad que aparece en los **motores de búsqueda** cuando un usuario busca un producto, servicio o una inquietud. Es muy efectiva porque está basada en la necesidades de las personas. El principal proveedor de este tipo de publicidad es **Google**.



puertas corta fuego



Todo

Imágenes

Videos

Shopping

Maps

Más

Herramientas

Cerca de 7.070.000 resultados (0,53 segundos)

Anuncio · <https://www.grupointerindustrialsanabria.com/>

Puertas cortafuegos - Certificadas UL sobre medidas

¡Tecnología avanzada para todos sus proyectos! **puertas cortafuego** de excelente calidad. Fabricación e instalación, certificadas, sobre medidas, RF 180 Cotice ahora. [Contacta Con Nosotros](#) · [Nuestros Productos](#) · [Sobre Nosotros](#)

Anuncio · <https://www.tiendadelarquitecto.com/puertas/cortafuego>

Puertas Cortafuego Certificada - Envío Nacional

Fabricación De **Puertas Cortafuego** Certificadas a la Medida. La **Puerta** Batiente... [Stock Puertas Cortafuego](#) · [Puertas Cortafuego UL](#) · [Contacta Con Nosotros](#) [Barra de Seguridad Baño](#) - desde \$106 K - [Envío Nacional](#) - [Más](#)



Anuncio · <https://www.fireproof.com.co/puertas/anti-incendios>

Puertas cortafuegos - Cotice con nosotros

Nuestras **puertas** resistentes al **fuego** ofrecen protección para su negocio ¡Cotice ahora! En...

<https://doortec.com.co> > ... > Puertas Cortafuego

Puertas Cortafuego Certificadas 60 MIN - Doortec SAS

PUERTAS CORTA FUEGO CERTIFICADAS 60Min. Puerta Corta Fuego Metalica Certificada hasta 60min de resistencia al fuego, importada de españa, cumple con todas ...

Desde \$ 1.454.000,00 hasta \$ 2.009.000,00 - Disponible



+69mil

búsquedas recibe
Google cada segundo.

Actualmente,
Google tiene el

78%

del share del mercado de los
motores de búsqueda.
Seguido por Baidu (9,1%),
Bing (7,16%) y Yahoo (3,63%)

93%

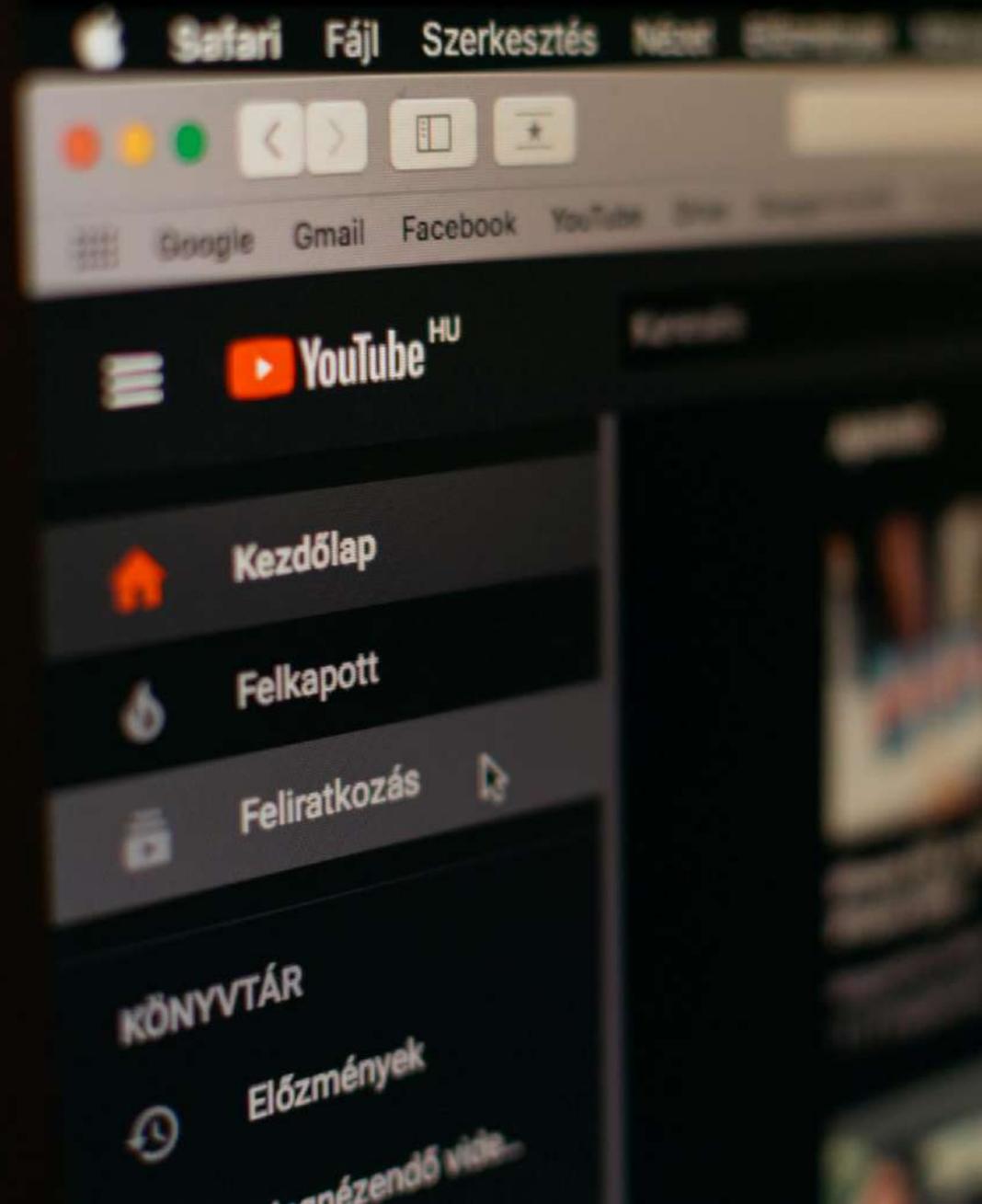
de las experiencias
online comienzan en
un motor de
búsqueda.

Google



Social Ads

Son anuncios implementados en canales sociales como Facebook, YouTube, LinkedIn, entre otros, los cuales pueden ser videos, audios, stories, entre otros.



Formatos de FB más conocidos

Foto o imagen

Ideal para llevar tráfico a un activo digital



Video

Empleado para generar exposición de la marca



Secuencia

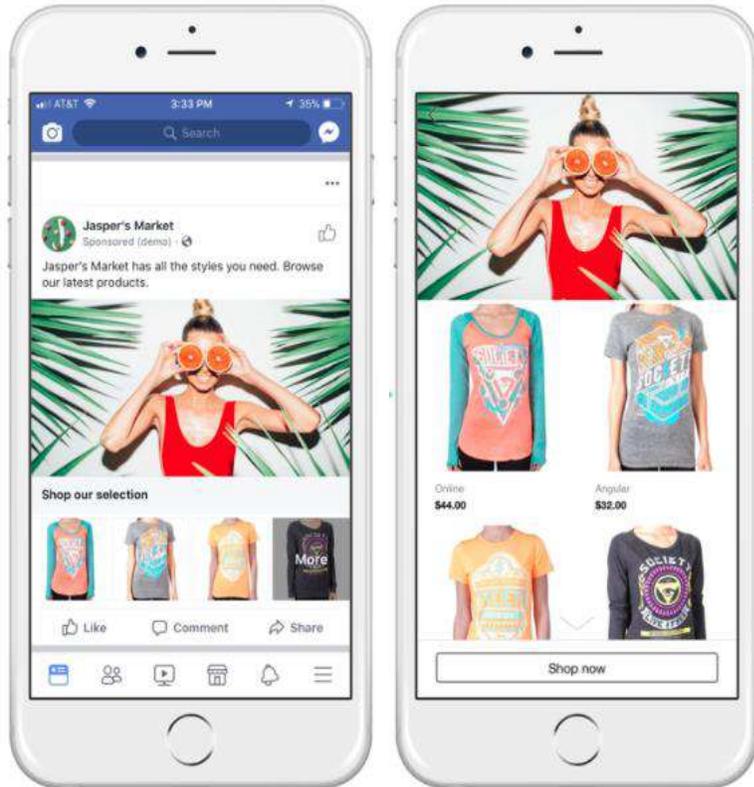
Ideal para E-commerce



Formatos de FB más conocidos

Colección

También usado en E-commerce, ideal para generar una experiencia inmersa al usuario



Story

Muy popular e ideal que sea dinamico

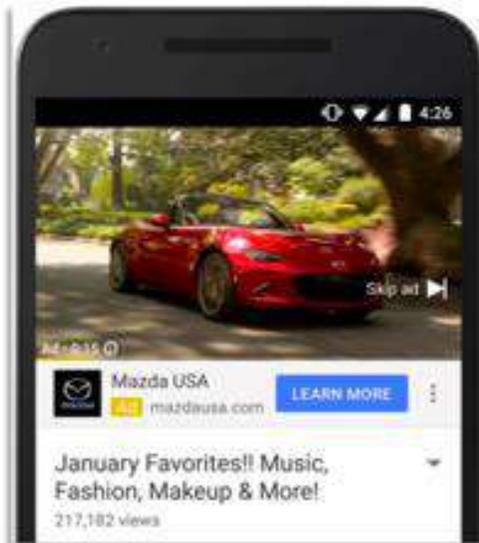


Formatos de YT más conocidos

True view for action

Formato de Ad que permite que el video cuente con un banner permanente y un CTA. Ideal para llevar tráfico al activo.

Pueden omitirse después de 5 segundos.
Pueden no omitirse pero deben durar 15 o 20 segundos.



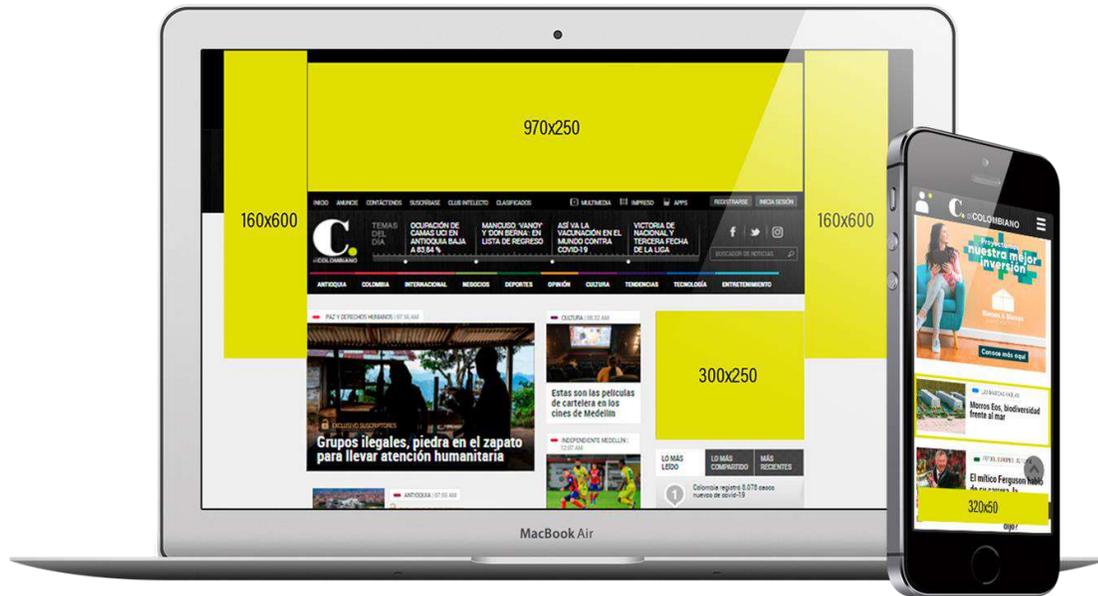
Bumper Ad

Duración de video de 6 segundos que no puede ser saltado, ideal para generar awareness. Se cobra por CPM.



Formatos de medios

Tradicionales



Ideales para generar tráfico al sitio web

Alto impacto



Ideales para generar Exposición de la marca



Análisis de pauta display

Encuentren en su computador o celular una pauta (social ad, search ad, display) y analicen para quién va dirigida y cuál es el objetivo.

5 MIN

4. Concordancia en el flujo de navegación



En este proceso, como un plus estratégico, es recomendable entender el path de conversión y el flujo de navegación que el anunciante quiere que el usuario realice. La clave es que siempre haya

CONCORDANCIA

Pipedrive
Publicidad · 🌐

¿Estas iniciando con Pipedrive? ¡Asiste a nuestro próximo webinar y descubre cómo. Participa en nuestro webinar y descubre cómo sacar el máximo de tu nueva herramienta para crecer tus ventas por 28%



PIPEDRIVE WEBINARS:
Vende más con Pipedrive

Jueves
10 AM CST

Bernardo Castañeda
Business Development • Latin America

PIPEDRIVE.COM

¿Estas dando tus primeros pasos con Pipedrive? [Registrarte](#)

1



pipedrive Productos Preios ¿Por qué Pipedrive? Recursos Empresa 🔍 🌐 Inicia sesión [Próvalo gratis](#)

Elige el plan que mejor se adapte a tus necesidades

[Pago mensual](#) [Pago anual](#)

RECOMENDADO

- Básico
- Avanzado
- Profesional
- Corporativo

By clicking "Accept All Cookies", you agree to the storing of cookies on your device to enhance site navigation, analyze site usage, and assist in our marketing efforts. [Accept All Cookies](#)

Pipedrive te invita a su webinar

p

Mejora tus ventas con Pipedrive

Jueves, 19 de mayo 2022 - 10:00 (-05) ▼

6 DÍAS 0 HORAS 35 MINUTOS 58 SEGUNDOS

[Regístrate con Google](#)

[Regístrate ahora](#)

¿Ya estás registrado? ¿Has perdido tu clave de acceso?

Si las marcas quieren que sus anuncios
conviertan, es importante **optimizar** la
experiencia después del clic.



Antes del anuncio
(antes del click)



Después del anuncio
(después del click)



Casaideas. 

\$ 45.900 \$ 32.900 \$ 29.400 \$ 24.900

COLOMBIA ESPAÑA [Reserva Online](#) [G.N.M. Propiedades Caribe](#) [Piso y Plaza Medellín](#) [Motos](#) [2y3](#) [2y3](#) [EXCLUSIVO INMOBILIARIA](#)

☰ elCOLOMBIANO  @CAORTEDAH@GMAIL.COM

ANTIOQUIA COLOMBIA MUNDO ECONOMÍA DEPORTES OPINIÓN CULTURA TENDENCIAS TECNOLOGÍA ENTRETENIMIENTO GENERACIÓN

Fiscal asesinado en Barú ayudó a destapar el escándalo de narcopolítica más grande en Paraguay

PODCAST

EL ARRANQUE | 12:04 AM



Casaideas. 



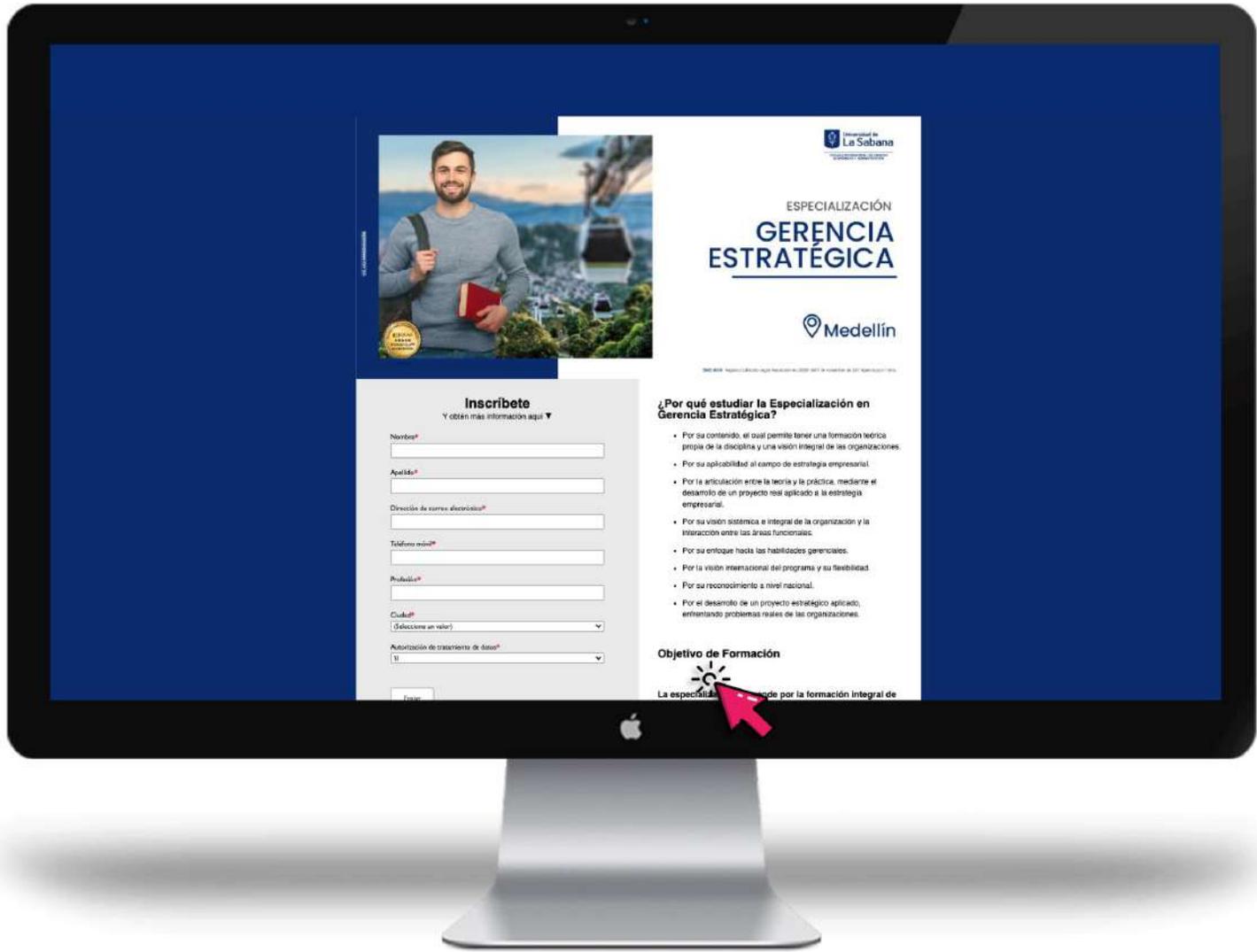
ESPECIALIZACIÓN
GERENCIA ESTRATÉGICA

Universidad de La Sabana
FACULTAD NACIONAL DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Medellín

Más información

© 2023. Todos los derechos reservados. Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.



ESPECIALIZACIÓN GERENCIA ESTRATÉGICA

Medellín

Inscríbete

Y obtén más información aquí ▼

Nombre*

Apellido*

Dirección de correo electrónico*

Teléfono móvil*

Profesión*

Ciudad*
(Selecciona en valor)

Autorización de tratamiento de datos*

Enviar

¿Por qué estudiar la Especialización en Gerencia Estratégica?

- Por su contenido, el cual permite tener una formación teórica propia de la disciplina y una visión integral de las organizaciones.
- Por su aplicabilidad al campo de estrategia empresarial.
- Por la articulación entre la teoría y la práctica, mediante el desarrollo de un proyecto real aplicado a la estrategia empresarial.
- Por su visión sistémica e integral de la organización y la interacción entre las áreas funcionales.
- Por su enfoque hacia las habilidades gerenciales.
- Por la visión internacional del programa y su flexibilidad.
- Por su reconocimiento a nivel nacional.
- Por el desarrollo de un proyecto estratégico aplicado, enfrentando problemas reales de las organizaciones.

Objetivo de Formación

La especialización responde por la formación integral de



Conviértete en el director de una empresa de talla internacional con la especialización de

GERENCIA ESTRATÉGICA

 **Medellín**

Más información

Universidad de La Sabana
INSTITUCIÓN EDUCATIVA DE ALTA CALIDAD

Si bien hay concordancia, ¿Cómo podríamos optimizar este path de conversión?



Rendimiento

Los valores son estimaciones y pueden variar. La [puntuación del rendimiento se calcula](#) directamente a partir de estas métricas. [Ver calculadora.](#)

▲ 0-49

■ 50-89

● 90-100



Rendimiento

Los valores son estimaciones y pueden variar. La [puntuación del rendimiento se calcula](#) directamente a partir de estas métricas. [Ver calculadora.](#)

▲ 0-49

■ 50-89

● 90-100



type: Web

Date: Last 6 months

+ M

Total clicks

223

?

Total impressions

17.6K



2/24/19

3/10/19

3/24/19

En el flujo es indispensable que haya **trazabilidad** y que se sepa a quién se le **atribuye el tráfico**.

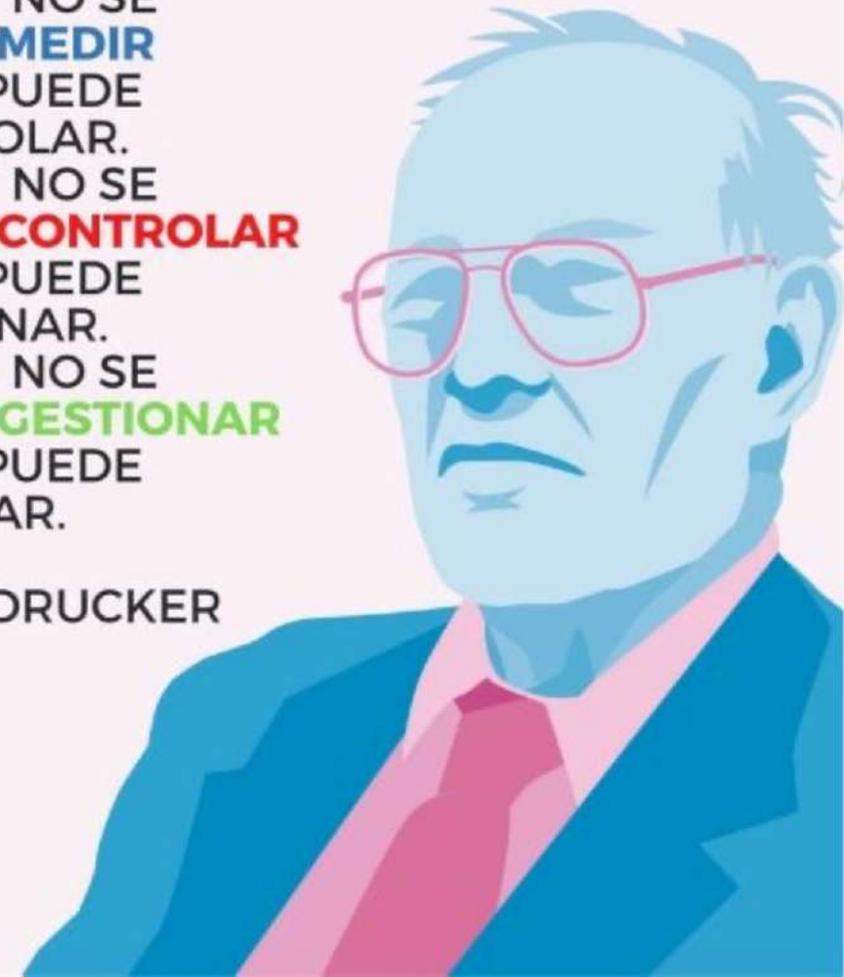
Tenemos que garantizar que los anuncios estén correctamente marcados para que se sepa realmente el impacto de las acciones de marketing.

Uno de los grandes retos del mercadeo es medir los esfuerzos digitales. Si se logra una óptima medición, se logra optimizar y por ende, cumplir el **objetivo**.

Juan Cisneros

LO QUE NO SE
PUEDE **MEDIR**
NO SE PUEDE
CONTROLAR.
LO QUE NO SE
PUEDE **CONTROLAR**
NO SE PUEDE
GESTIONAR.
LO QUE NO SE
PUEDE **GESTIONAR**
NO SE PUEDE
MEJORAR.

PETER DRUCKER



Parámetros UTM

(Urchin Tracking Module)

Una serie de parámetros que son agregados a una URL para permitir a herramientas de análisis como Google Analytics identificar y clasificar el tráfico que está llegando de una determinada campaña.

5 parámetros:

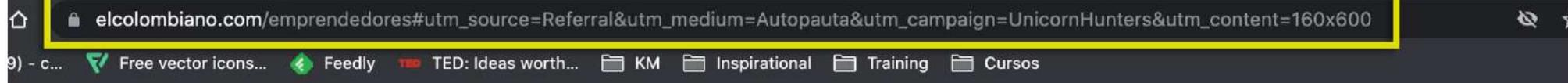
*source

medium

campaña

contenido

termino



The advertisement features a gold coin on the left with the text "UNICOIN" and "DIGITAL COIN". The main text reads: "TODO LO QUE NECESITÁS SABER PARA COMENZAR A INVERTIR EN CRIPTOMONEDAS". To the right, a speech bubble contains the text: "INVERTIR EN CRIPTOMONEDAS: ¿QUÉ, CUÁNDO Y CUÁLES?". At the bottom right, there is a call to action: "¡DESCARGA YA EL INFORME!" with a download icon.

1 Master View



Search reports and help

reports

REAL-TIME

AUDIENCE

ACQUISITION

BEHAVIOR

Overview

Behavior Flow

Site Content

All Pages

Content Drilldown

Landing Pages

Exit Pages

Site Speed

Site Search

DISCOVER

ADMIN

Primary Dimension: **Landing Page** Content Grouping: none Other

Plot Rows

Secondary dimension

Sort Type: Default

advanced

Landing Page	Acquisition			Behavior			Conversions		
	Sessions	% New Sessions	New Users	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration	Goal Conversion Rate	Goal Completions	Goal Value
	92,945 % of Total: 100.00% (92,945)	74.40% Avg for View: 74.33% (0.09%)	69,150 % of Total: 100.09% (69,086)	46.24% Avg for View: 46.24% (0.00%)	3.80 Avg for View: 3.80 (0.00%)	00:02:03 Avg for View: 00:02:03 (0.00%)	17.50% Avg for View: 17.50% (0.00%)	16,269 % of Total: 100.00% (16,269)	\$0.00 % of Total: 0.00% (\$0.00)
1. /home Home	41,870 (45.05%)	71.67%	30,010 (43.40%)	41.10%	4.57	00:02:34	23.74%	9,941 (61.10%)	\$0.00 (0.00%)
2. /google+red... d/youtube Moda mujer	29,108 (31.32%)	91.32%	26,582 (38.44%)	54.30%	2.35	00:00:53	4.35%	1,267 (7.79%)	\$0.00 (0.00%)
3. /google+red... mens+t+shi Tennis adidas	2,343 (2.52%)	87.20%	2,043 (2.95%)	38.63%	4.89	00:02:48	21.30%	499 (3.07%)	\$0.00 (0.00%)
4. /google+red... Blog	2,032 (2.19%)	36.42%	740 (1.07%)	32.68%	5.41	00:03:31	44.39%	902 (5.54%)	\$0.00 (0.00%)
5. /signin.html	1,835 (1.97%)	27.47%	504 (0.73%)	31.66%	4.16	00:02:12	22.89%	420 (2.58%)	\$0.00 (0.00%)
6. /google+redesign/accessories	1,732 (1.86%)	57.51%	996 (1.44%)	70.84%	2.48	00:01:25	7.68%	133 (0.82%)	\$0.00 (0.00%)
7. /google+redesign/apparel/mens	1,158 (1.25%)	43.26%	501 (0.72%)	46.63%	4.24	00:03:02	21.24%	246 (1.51%)	\$0.00 (0.00%)
8. /google+redesign/bags	1,134 (1.22%)	67.11%	761 (1.10%)	36.42%	4.73	00:02:32	17.64%	200 (1.23%)	\$0.00 (0.00%)
9. /google+redesign/accessories/stickers/home	1,133 (1.22%)	91.26%	1,034 (1.50%)	52.69%	3.64	00:01:41	16.95%	192 (1.18%)	\$0.00 (0.00%)
10. /google+redesign/apparel	1,112 (1.20%)	68.97%	767 (1.11%)	32.55%	5.22	00:02:55	21.13%	235 (1.44%)	\$0.00 (0.00%)



5. KPI's a tener en cuenta (Key Performance Indicator)



KPI's

CPC **(Costo por clic)**

Inversión total sobre número de clics.

CPA **(Costo por adquisición/acción)**

El costo invertido por cada persona adquirida o que realizó la acción deseada.

CTR **(Click-through Rate)**

Porcentaje de personas que dieron clic a un anuncio al que estuvieron expuestos.

ROI **(Retorno de la inversión)**

La relación entre el dinero ganado e invertido. Una de las métricas más complejas de medir en digital.

Porcentaje de rebote

Porcentaje de personas que visitaron una sola página y que abandonaron el sitio sin realizar ninguna acción.

Visitas

Número de usuario que visitaron una página web. Está directamente relacionada con el tráfico.

Tiempo de permanencia

Tiempo promedio en que un usuario pasa en una página del sitio web.

El CTR en promedio es de un **0,5%** en diferentes industrias según Google. No es un número malo, debemos mirar el contexto y hacer los cálculos para saber exactamente el impacto de la campaña.

Para tener un buen CTR es clave que el sitio web cuente con muy buen tráfico.

Cómo calcular el CTR





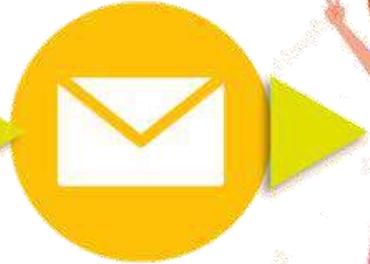
En un flujo podemos medir distintos indicadores para tener un buen entendimiento de la efectividad de la campaña.



- CPC
- CTR
- IMPRESIONES



- Registros
- CTR
- Porcentaje de rebote
- Tiempo de permanencia

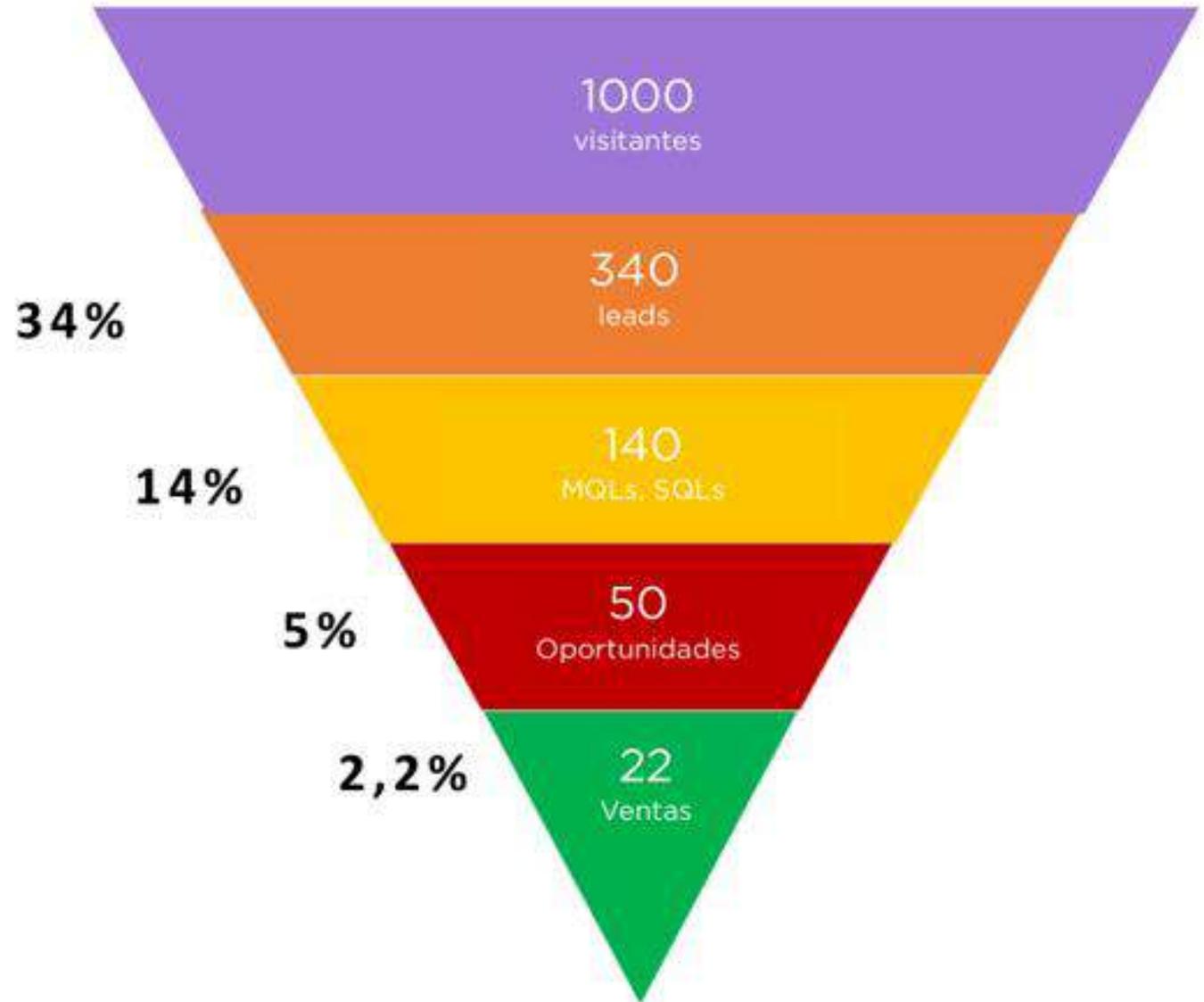


- Open Rate
- Click to open
- CTR

ROI

¿Qué debo analizar?

1. Costo del CPC
2. Costo x usuario
3. Cantidad de registros generados
4. Ventas generadas en la campaña
5. Inversión de la campaña Vrs. Ventas generadas (\$)



Líneas de Atención



Empresas SURA

<https://www.segurossura.com.co/empresasura/>



Línea SURA #888
opción 2



WhatsApp: 315
275 78 88
opción 2

Bogotá

Correo: empresasura@sura.com.co

Cali

Correo: empresasuracali@suramericana.com.co

Medellín

Correo: EmpresaSuraMed@suramericana.com.co

GRACIAS
