

Módulos formativos de Comunicación y Marketing en digital

Métricas en digital y cuadros de mando: objetivos y KPIs

Día 28 de septiembre de 2021

Hora de 09:30 a 13:30 horas

Online a través de Zoom

Descripción

- Nuestra actividad digital se hace cada vez más compleja. Usamos más espacios y realizamos distintas acciones con diferentes objetivos.
- Esta complejidad no se puede convertir en dispersión. Tenemos que mantener el foco en las acciones que emprendemos, sus resultados e interacción entre ellas. De ahí la necesidad de diseñar y mantener cuadros de mando digitales que nos faciliten conocer nuestra evolución de un vistazo rápido facilitando la toma de decisiones.

¿Por qué es relevante?

- Aprenderemos a medir el impacto de nuestras acciones en digital y cómo distinguir entre los indicadores para evaluar cuáles son los que nos sirven a cada uno de nosotros, cómo integrarlos y sacar conclusiones.
- Pero no nos quedaremos sólo en las acciones que nosotros realicemos: cada vez son más los espacios donde las personas pueden expresar sus opiniones en Internet de forma inducida o espontánea. Estas opiniones a veces amplifican los contenidos de los medios de comunicación, se ven influenciadas por líderes de opinión o reflejan las experiencias de los usuarios. Sea cual sea la fuente o la motivación, se genera una amalgama de voces que proyecta una imagen de las empresas o instituciones a veces certera, a veces distorsionada.
- Aprenderemos una metodología para monitorizar estas opiniones y obtener aprendizajes que se integren con el resto de indicadores clave del cuadro de mando digital.

¿A quién se dirige?

- Profesionales de la comunicación o del marketing de cualquier nivel, especialmente si no han trabajado hasta ahora en el entorno digital.
- Directivos de cualquier disciplina con inquietud por conocer los principales conceptos relacionados con la comunicación o promoción de un proyecto digital.



Temario:

- Aprender a definir los KPIs clave de nuestras acciones digitales: qué medimos con cada indicador y qué información nos aportan.
- Configuración esencial de Google Analytics para evaluar las métricas clave de un pequeño negocio.
- Obtener aprendizajes a partir de la evaluación de los cuadros de mando.
- Ejemplos en cuadros de mando.
- Gestionar las acciones de monitorización y obtener aprendizajes para tu empresa en áreas de marketing, comunicación, reputación, publicidad, etc.
- Conocer qué herramientas de monitorización se pueden ajustar mejor a tu empresa, en función de tus recursos y objetivos.

Herramientas necesarias para los participantes:

Ordenador o tableta con tamaño de pantalla que permita videoconferencia (audio y vídeo).

Programa de videoconferencia Zoom (www.zoom.com) instalado en el ordenador o tableta. De no ser posible, Zoom permite también un acceso a través de navegador web, aunque con menores funcionalidades. En ese caso, no ideal, hará falta utilizar el navegador Chrome y tener ya creada una cuenta de usuario en Zoom.