

1. Record Nr.	UNINA9910817392803321
Autore	Gomez-Zorrilla Jose
Titolo	Guia Practica de Analitica Digital : ROI, KPI y Metricas. Como Medir y Optimizar Tu Estrategia Digital para Potenciar Tu Negocio / / Jose Gomez-Zorrilla and Daniel Sanchez Pina
Pubbl/distr/stampa	Madrid : , : LID, , [2022] ©2022
ISBN	84-18648-39-2
Edizione	[First edition.]
Descrizione fisica	1 online resource (111 pages)
Disciplina	658.872
Soggetti	Internet marketing Strategic planning
Lingua di pubblicazione	Spagnolo
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Note generali	Includes index.
Sommario/riassunto	Cualquier profesional o empresa que tenga presencia y actividad en Internet (pagina web, e-commerce, blog o redes sociales) necesita analizar sus acciones para determinar si se estan cumpliendo los objetivos marcados en su estrategia digital. ¿Tu estrategia digital no esta funcionando y no entiendes por que? ¿No logras alcanzar los objetivos de ingresos y conversion? Una buena analitica digital consiste en recopilar e interpretar correctamente los datos que se obtienen de las diferentes metricas y herramientas y convertirlos en informacion de valor para tu negocio. Con Guia practica de analitica digital aprenderas de una manera sencilla a optimizar y medir tu estrategia de marketing digital paso a paso y con ejemplos reales para que cumpla su mision. Solo as podras extraer conclusiones validas para gestionar, mejorar y escalar tu negocio en el corto, medio y largo plazo. ¿Estas midiendo los datos correctos? ¿Los estas midiendo bien? Este manual recoge los KPI, las metricas y los ratios indispensables para analizar la optimizacion, conversion y rentabilidad de cualquier negocio digital. Te ayudara a definir los ms adecuados para tu estrategia y te dara las claves para entenderlos e interpretarlos. Adems, aprenderas a definir tus objetivos, a fijar un precio adecuado para tus productos o servicios digitales, a

construir un cuadro de mandos estratégico, a trabajar la estructura de costes y a parametrizar la rentabilidad de tu marca, aunque no seas analista, profesional del marketing o financiero.
