

Métricas del marketing

Presentación

Las correcciones al rumbo de una compañía deben darse contando con la información adecuada para poder hacerlo de la manera más efectiva y eficiente posible. En ese sentido, los indicadores de marketing juegan un papel fundamental por cuanto muestran elementos importantes y relevantes centrados en el comportamiento de los clientes y del mercado. Esto permitirá modificar la estrategia o darle continuidad a la misma haciendo que sea más sencillo elegir qué hacer y qué no hacer respecto de las acciones que deben llevarse adelante para alcanzar los objetivos buscados si se piensa en el mercado y en los clientes. El curso está pensado para identificar cuáles son los indicadores/métricas más importantes que se deben tener en cuenta, cuál su utilidad y cómo tratarlos en una organización orientada a las ventas.

Objetivos

Al finalizar el curso se espera que los participantes puedan responder a los siguientes interrogantes:

- ¿Por qué es importante definir adecuadamente métricas?
- ¿Cómo deben definirse los indicadores cuando se piensa en los clientes?
- ¿Cuáles son las métricas que más impactan en las ventas?
- ¿Cómo es posible maximizar la utilidad de la información para obtener mejores resultados?
- ¿Cuáles son los principales indicadores pensando en el marketing digital?

Dirigido a

Personal relacionado con la toma de decisiones. Gerentes generales, gerentes de unidades de negocio, jefes de área, encargados de planeamiento y control de gestión, asesores y consultores, y todos aquellos que estén involucrados en la formulación e implementación de la estrategia de la empresa, de ventas y de marketing o de las unidades de negocio que tienen contacto con los clientes.

Duración

8 semanas

Requisitos para cursar

No son necesarios conocimientos específicos previos.

Metodología de trabajo

- Desarrollo de conceptos teóricos
- Análisis/estudio de casos y videos como actividades de soporte al estudio teórico
- Actividades prácticas para la fijación de conceptos
- Reflexión y debate basados en la temática del curso

Certificado

Se entregará certificado de participación.

Plan de estudios

Módulo I: Introducción a la temática.

Un poco de historia
Definiciones
Tipos de métricas
Procesos de selección de métricas

Módulo II: Métricas.

Métricas generales de marketing
Métricas de calidad
Métricas de cumplimiento

Módulo III: Indicadores.

Indicadores de mercado
Indicadores de cliente
Indicadores de valor de marca

Módulo IV: Otras métricas.

Métricas de distribución

Métricas de ventas

Métricas de producto

Métricas de precio

Métricas de publicidad y promoción

Métricas de marketing digital