

tabuga®

Estrategia ● Medición ● Conversión

Cómo mido a los usuarios más allá de las redes sociales



Arturo López Valerio

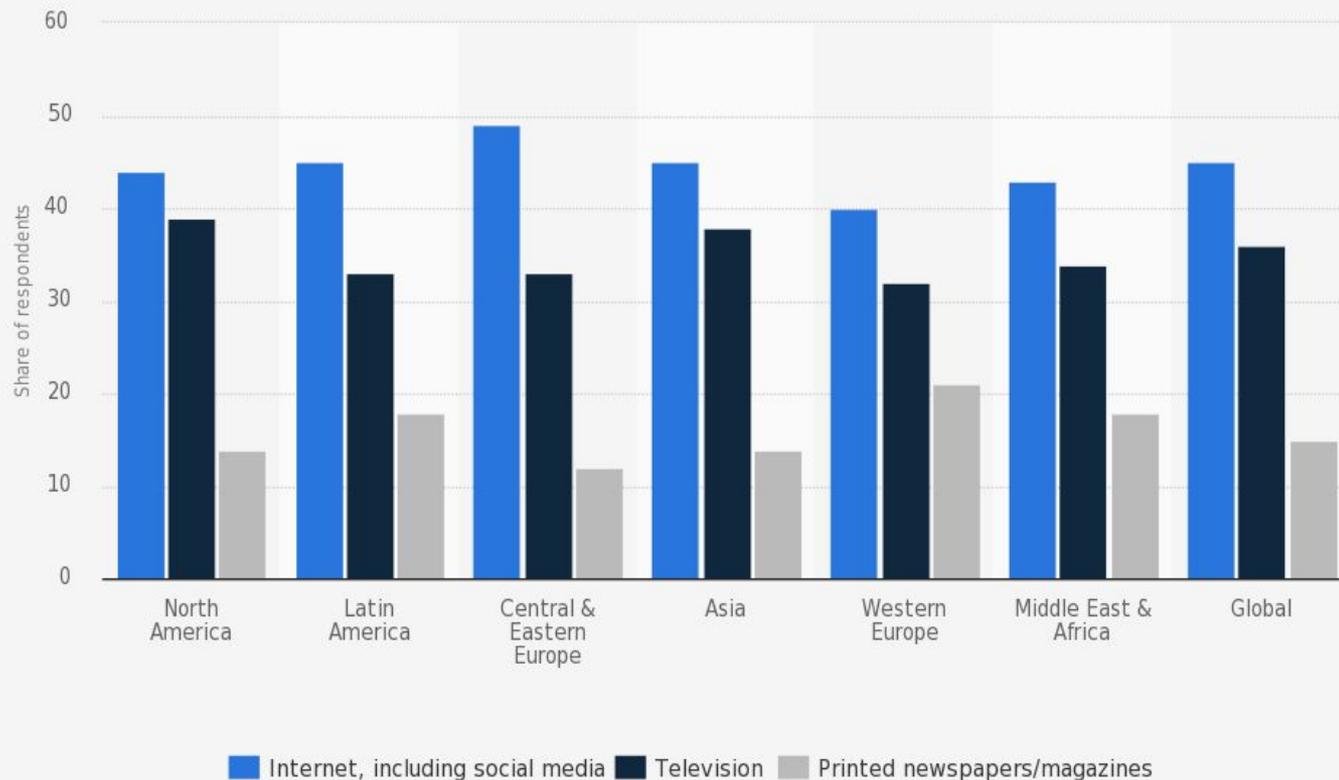
@alopezvalerio

Abril 2016

**“Entender el comportamiento
es la clave”.**



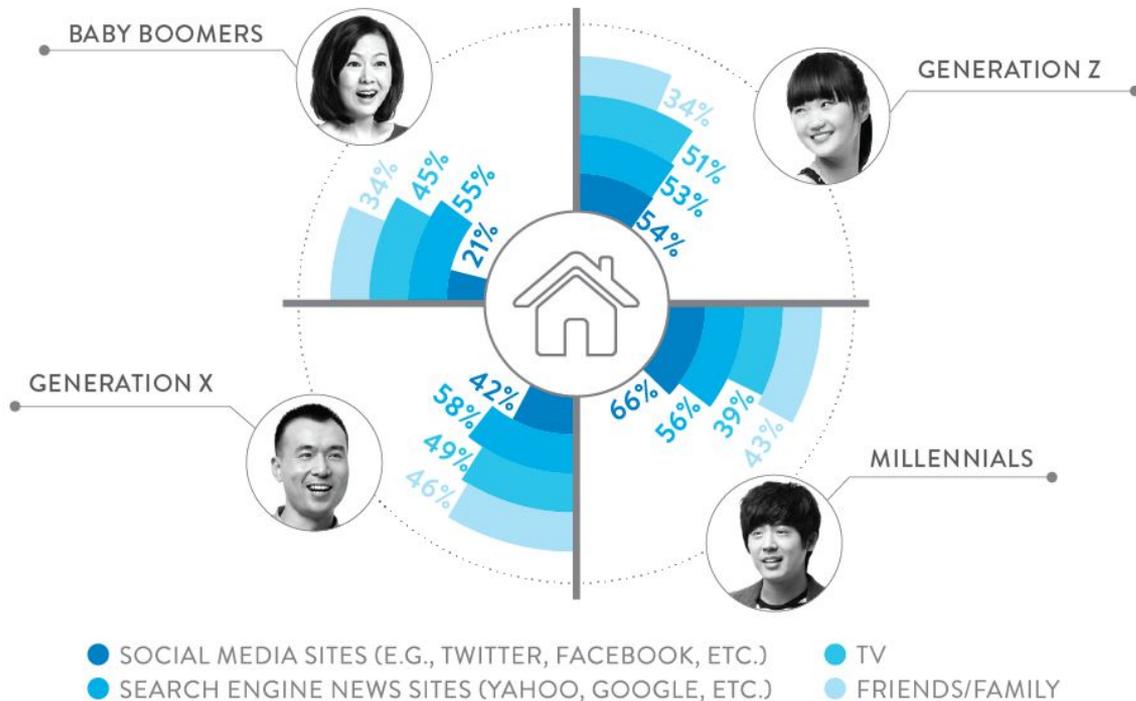
Leading news sources perceived as credible according to Millennials worldwide in 2013, by region



Sources:
FIPP; Financial Times; Telefónica
© Statista 2015

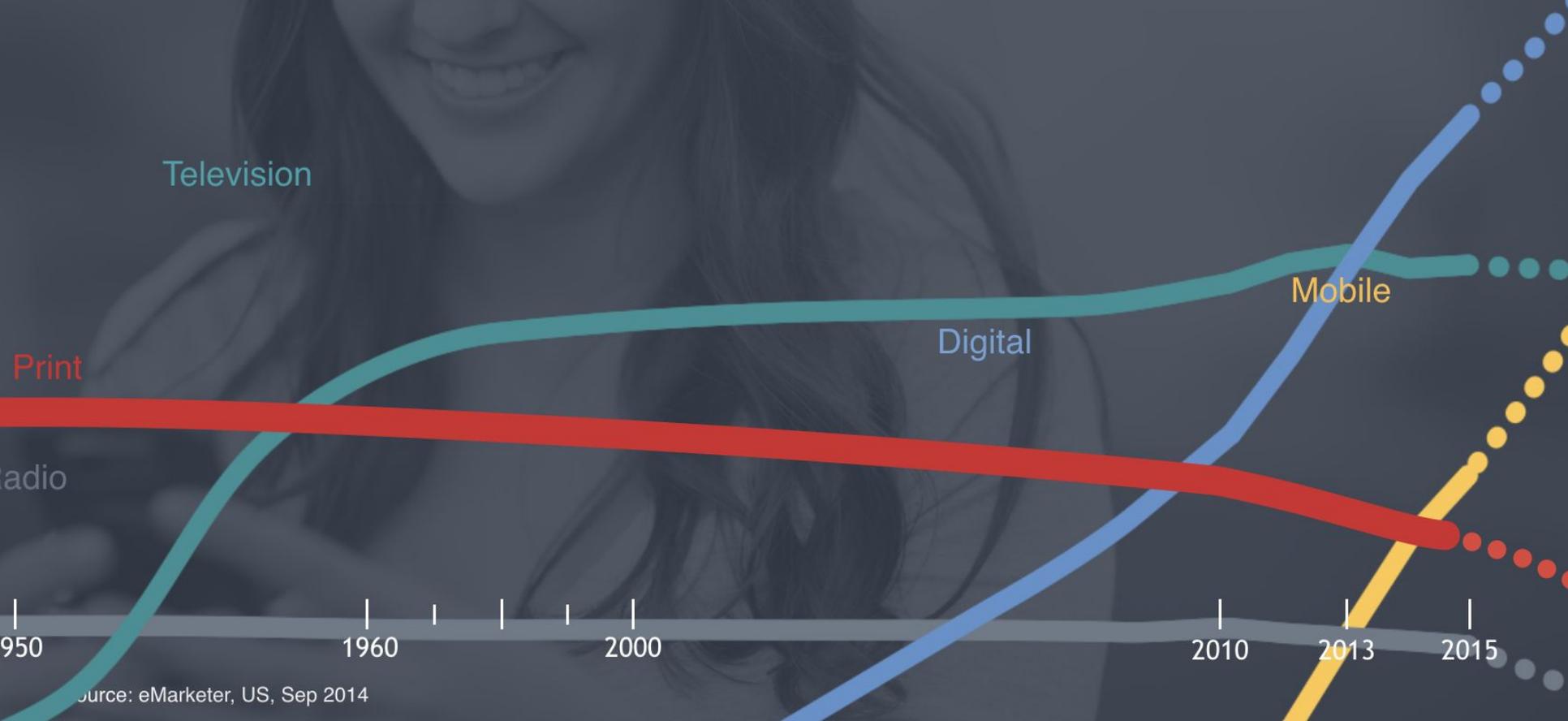
Additional Information:
Worldwide; 2013; 19-35 years

PREFERRED SOURCE FOR GETTING UP-TO-DATE NEWS



Base: All Respondents (n:508)
Source: Nielsen

The world is going mobile



Source: eMarketer, US, Sep 2014



Facebook domina el Internet: no ignoremos su alcance.



1.49 MIL MILLONES

900 MILLONES

700 MILLONES

700 MILLONES

400 MILLONES

Personas en Facebook
cada mes

Personas en WhatsApp
cada mes

Personas en Groups
cada mes

Personas en Messenger
cada mes

Personas en Instagram
cada mes



45 MIL MILLONES

4 MIL MILLONES

800 MILLONES

650 MILLONES

2 MILLONES

Mensajes enviados diario

video views diarios

Personas con acceso a
traves de internet.org

Personas conectadas a una
página de deporte

anunciantes

Q1 '15 community highlights



El crecimiento global del video es una realidad.



3.6x
year over year

Source: Facebook Internal Data on News Feed composition since 2013, accessed on Nov 1, 2014. Average of randomly selected days from 2013 and 2014.



El contenido evoluciona: del texto a la realidad virtual.

“Wow, Italy is so beautiful!”





Mundo
mobile

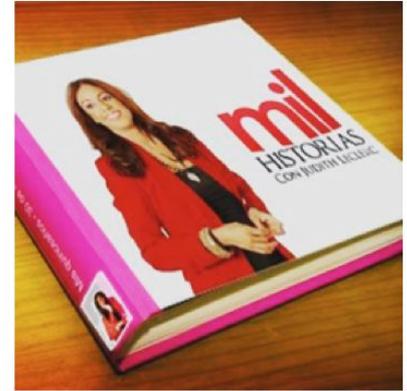
Lenguaje
visual

El
consumidor
toma el
control

INFLUENCERS = MARCA PERSONA



tabuga®

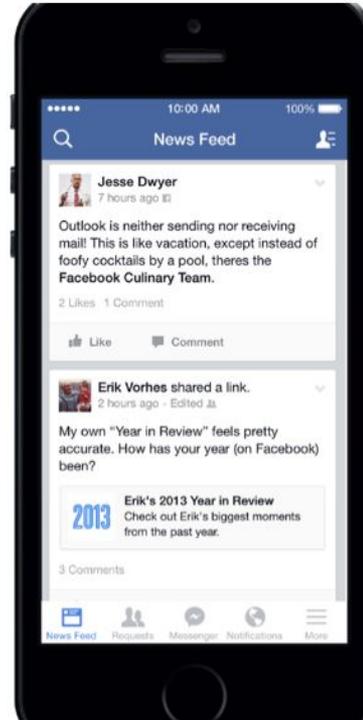




Según Facebook, hay más Watchers que Engagers...

<40%

>60%



“Lo que no debemos discutir
nunca más”.





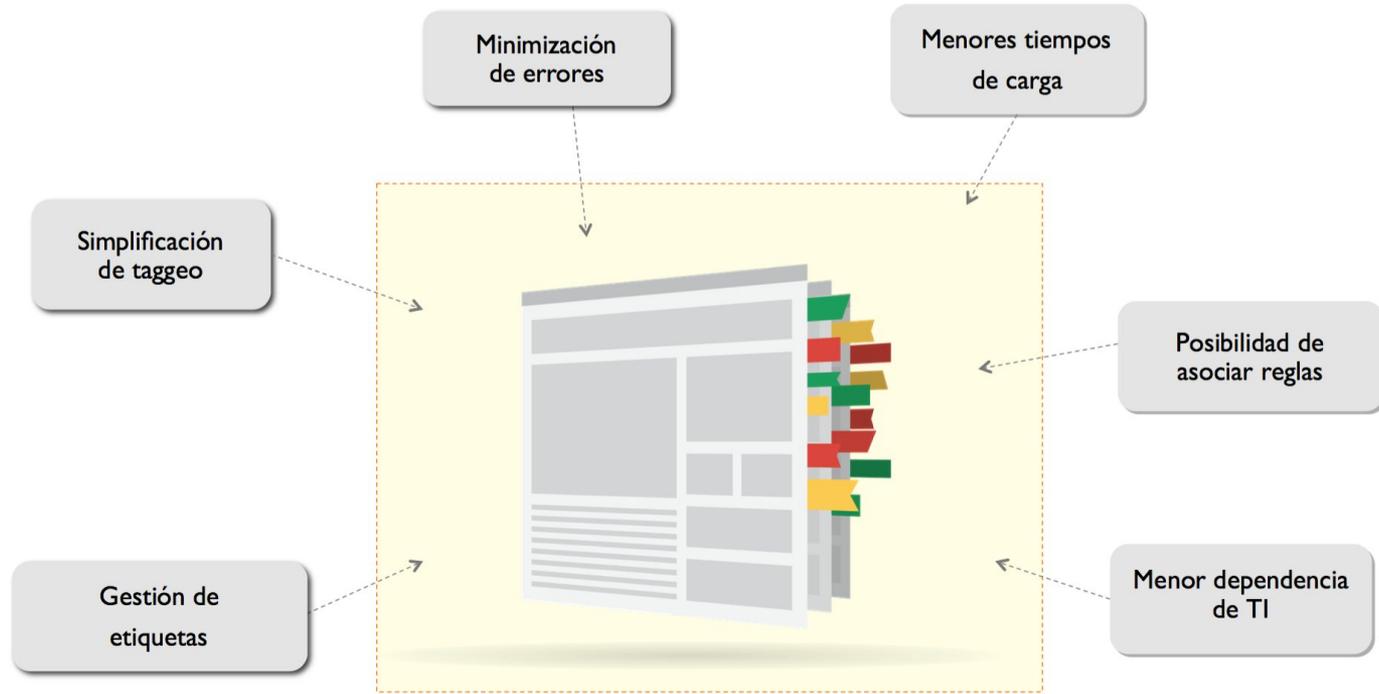
Existen miles de herramientas de analítica digital.

	MARKETING EXPERIENCES Mobile Marketing Display & Native Ads Video Marketing & Ads Search & Social Ads Communities & Reviews Email Marketing Influencer Marketing Social Media Marketing Events & Webinars SEO Customer Experience/VoC Loyalty/Referral/Gamification Personalization & Chat Testing & Optimization Interactive Content Content Marketing Creative & Design Sales Enablement				Audience & Market Data Channel/Local Mktg Asset & Resource Mgmt Call Analytics/Management Team & Project Mgmt Vendor Data/Analysis		MARKETING OPERATIONS Performance & Attribution Dashboards/Visualization Web & Mobile Analytics BI, CI & Data Science	
MIDDLEWARE	Data Management Platforms/Customer Data Platforms Tag Management Identity Cloud Integration/ESBs APIs							
BACKBONE PLATFORMS	Platform/Suite CRM		Marketing Automation/Campaign & Lead Mgmt Web Content/Experience Management		E-commerce			
INFRA-STRUCTURE	Databases & Big Data Cloud/IaaS/PaaS		Mobile App Dev & Marketing Web Dev		Marketing Environment			





Google Tag Manager es la herramienta más fiable para la data.



```
<script>  
<Tag Manager snippet/>  
</script>
```



Actionable Analytics: medir para ejecutar acciones.

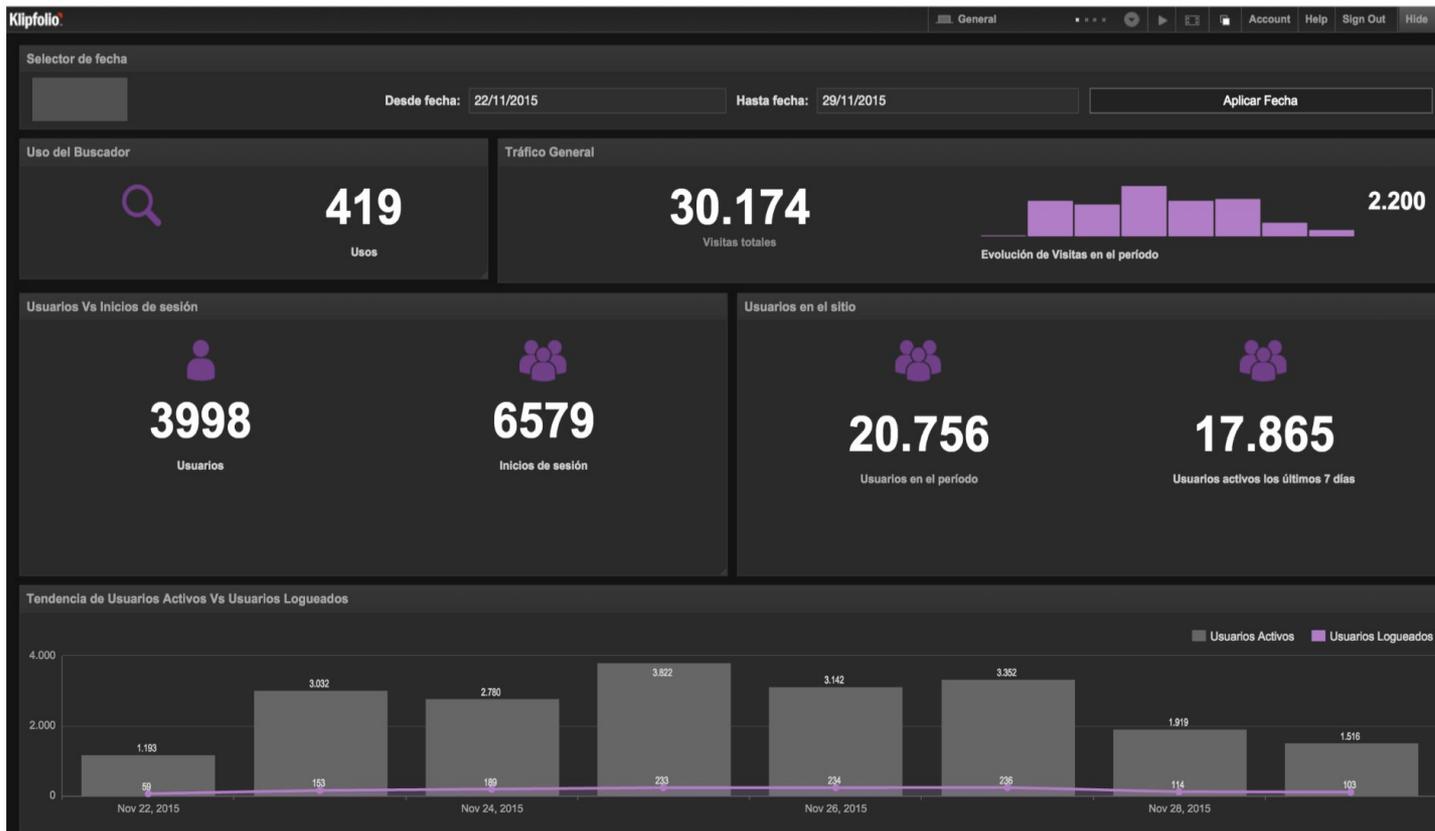


“All data in aggregate is crap”

Avinash Kaushik

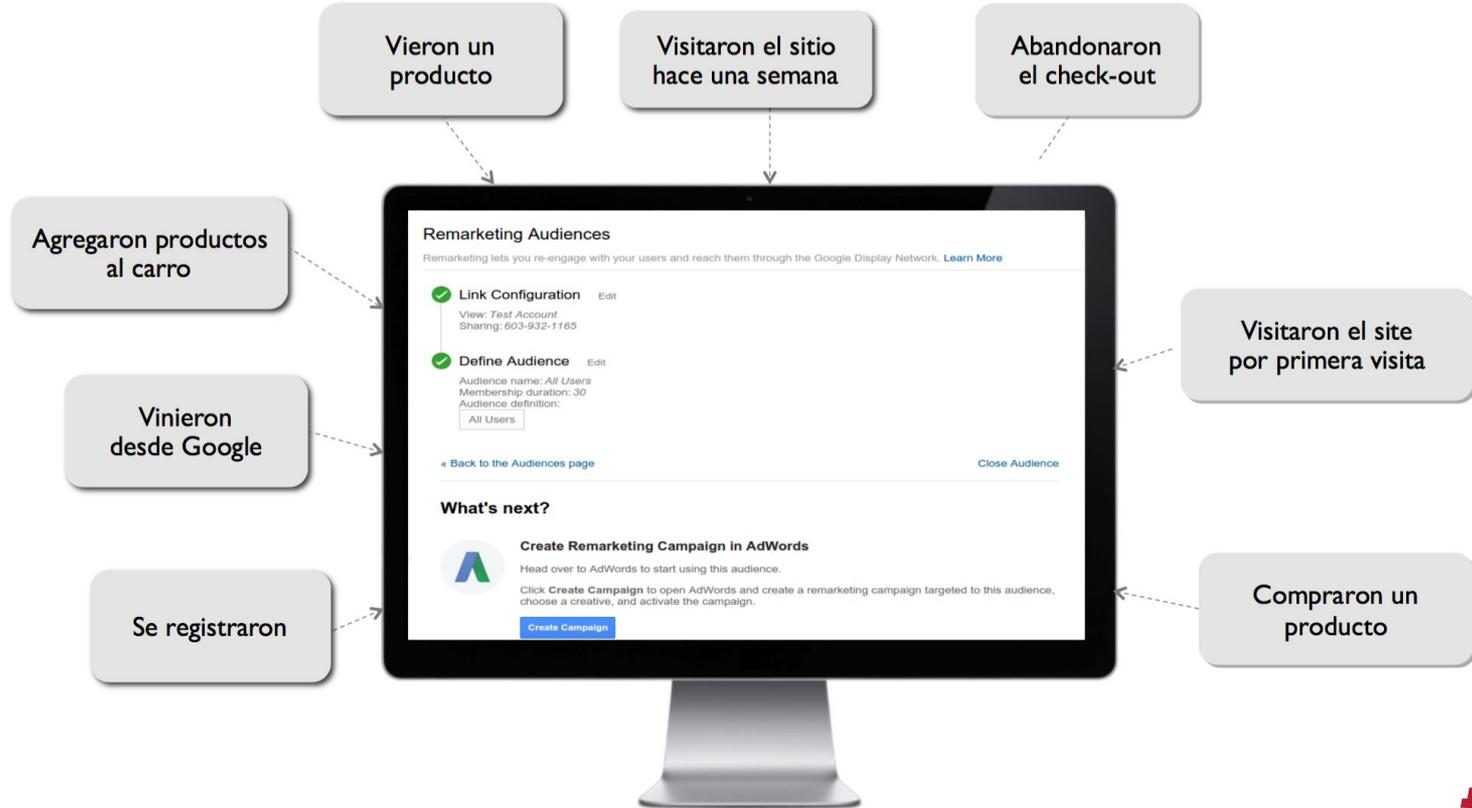


Los dashboards están en la nube.



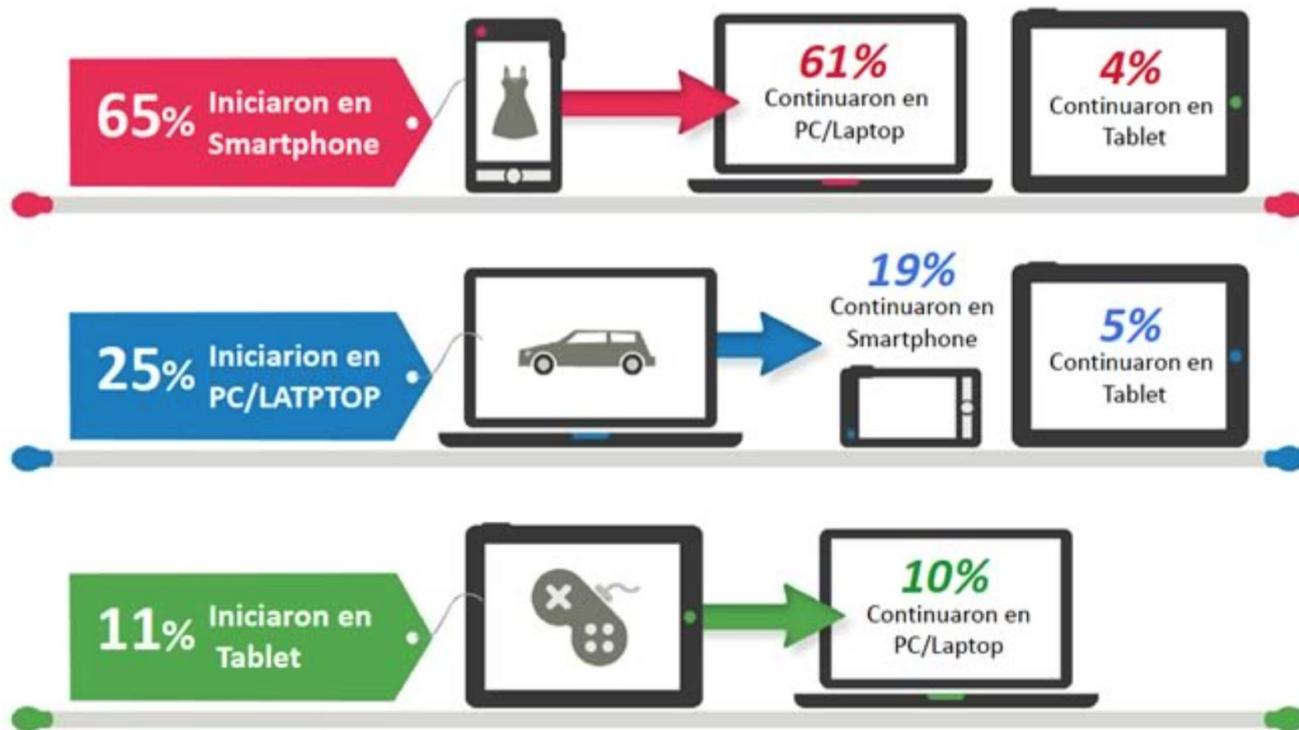


Modelos atribución y remarketing. Hacia una compra de tráfico más inteligente.





Identificación del usuario multidispositivo.





Identificación del usuario dentro de un ciclo de vida.



“Tendencias en analítica que no debemos perder de vista”.





Medir la experiencia de manera integral.

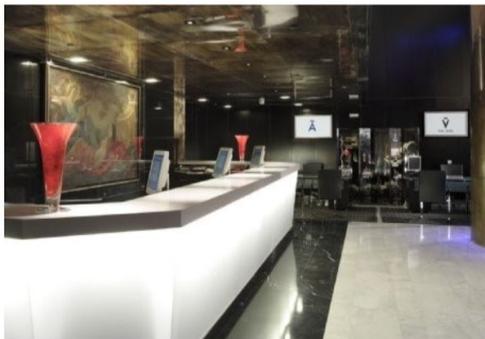
1

Controlar qué sucede en el online



2

Impactar en la experiencia del offline



3

Medir el impacto de ambos mundos



Internet



Mobile



Tablets



Social



Smart TV



Tiendas



Call center



Kioscos

tabuga[®]



Google Analytics 360 se enfoca ahora en información útil.

The screenshot displays the Google Analytics 360 Suite interface. At the top, there's a navigation bar with 'OVERVIEW' and 'ADMIN' tabs. Below this, the main content area is divided into several sections:

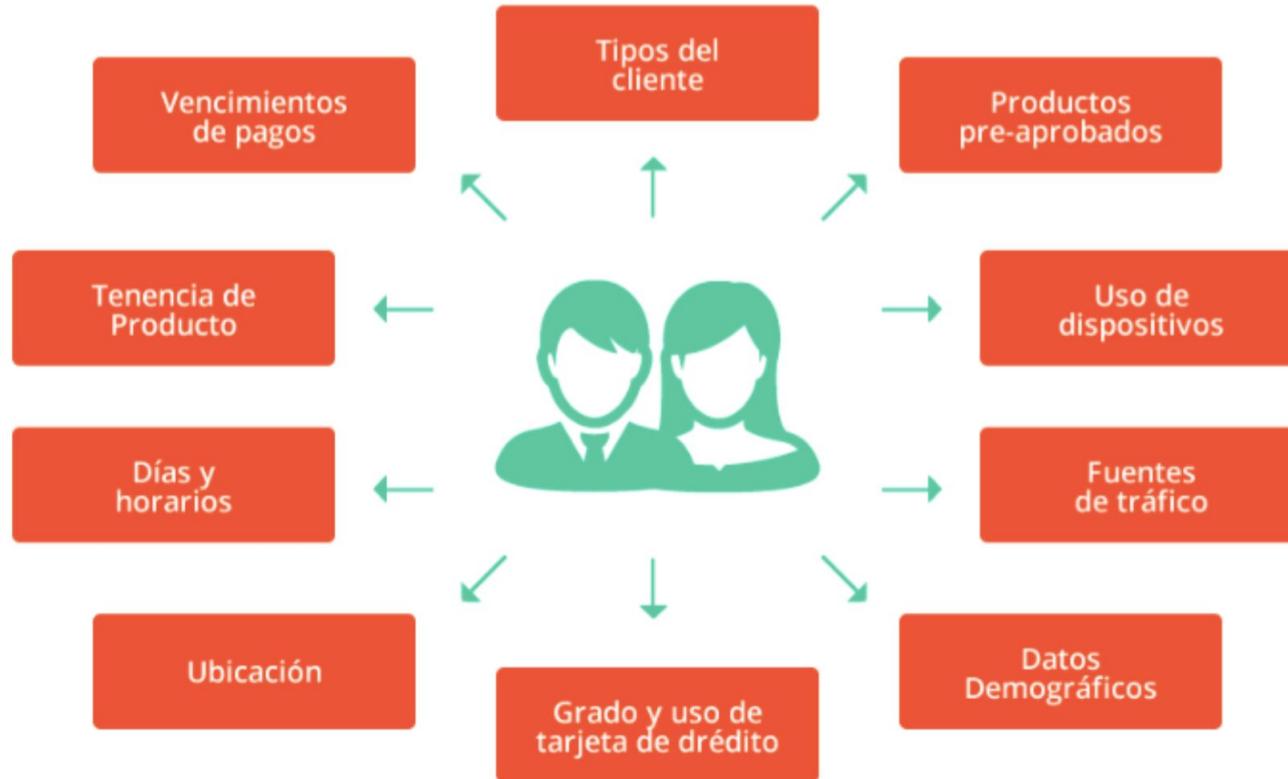
- Analytics:** A table showing user data for various domains. The 'All website data' row shows 12.3M users.
- Tag Manager:** A table showing containers and published tags for different domains like 'Acme.com' and 'Acme.fr'.
- Optimize:** A table showing experiments and running experiments for various tests like 'Container 1' and 'Homepage test'.
- Audience Center:** A card with an illustration of a person and a group of people, with the text 'Know your audiences and match them with the right content.' and a link to 'ACCESS PRODUCT'.
- Attribution:** A card with an illustration of a telescope and a bar chart, with the text 'See the true value of all your marketing channels.' and a link to 'SIGN IN'.
- Data Studio:** A card with an illustration of a person pointing at a pie chart and bar chart, with the text 'Build beautiful and shareable reports, with all your data in one place' and a link to 'SIGN IN'.

On the right side, there's a 'Customer Support' section for 'Gogo Chan' with contact information: '+1-415-555-4822', 'gogochan', and 'gogoy@google.com'. Above this, there's a 'VIEW HELP CENTER' link.

A floating menu titled 'Google Analytics 360 Suite' is overlaid on the right, showing icons for Analytics 360, Tag Manager 360, Optimize 360, Audience Center 360, Attribution 360, and Data Studio 360, along with a 'More' option and a 'VIEW HELP CENTER' link.



Personalización en tiempo real gracias a los Analytics.



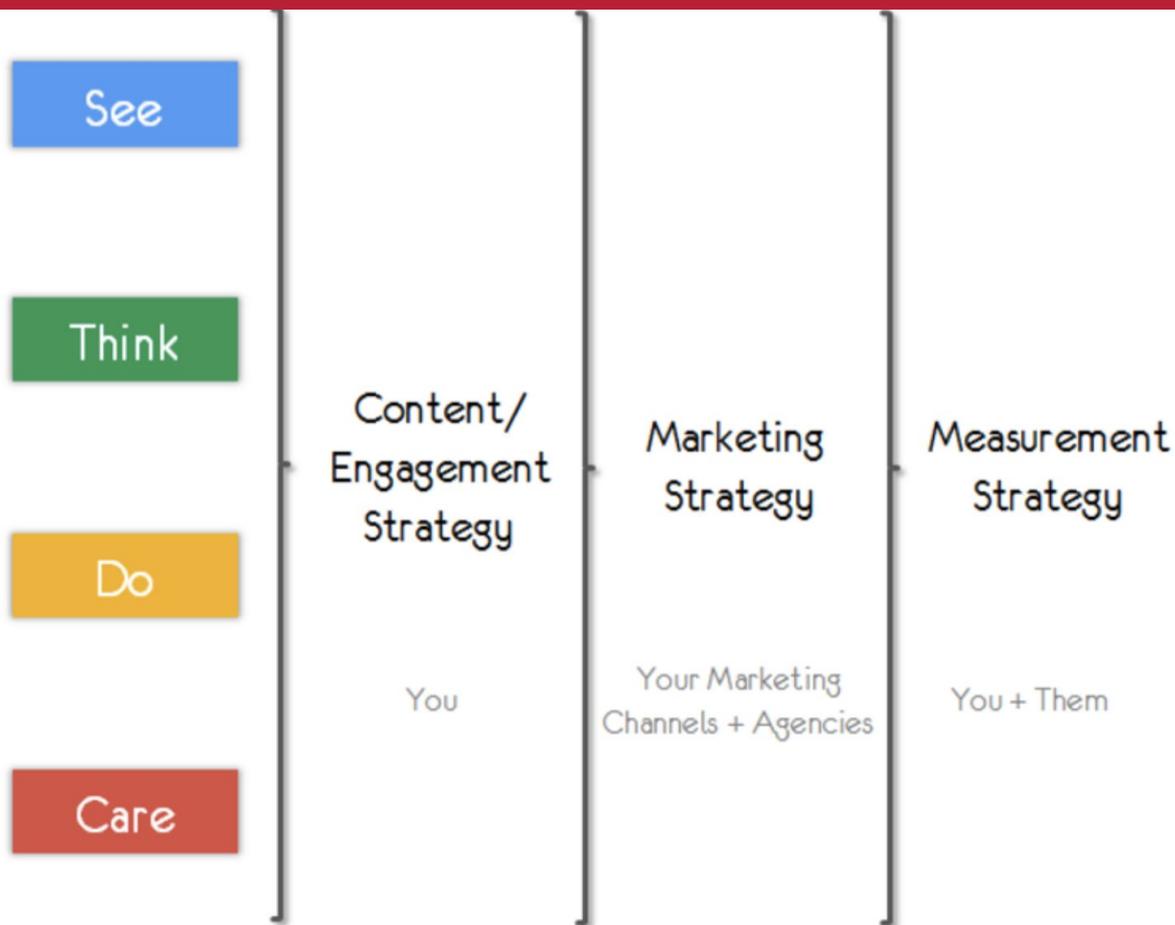


Llegan los DMP y democratizan el Big Data.



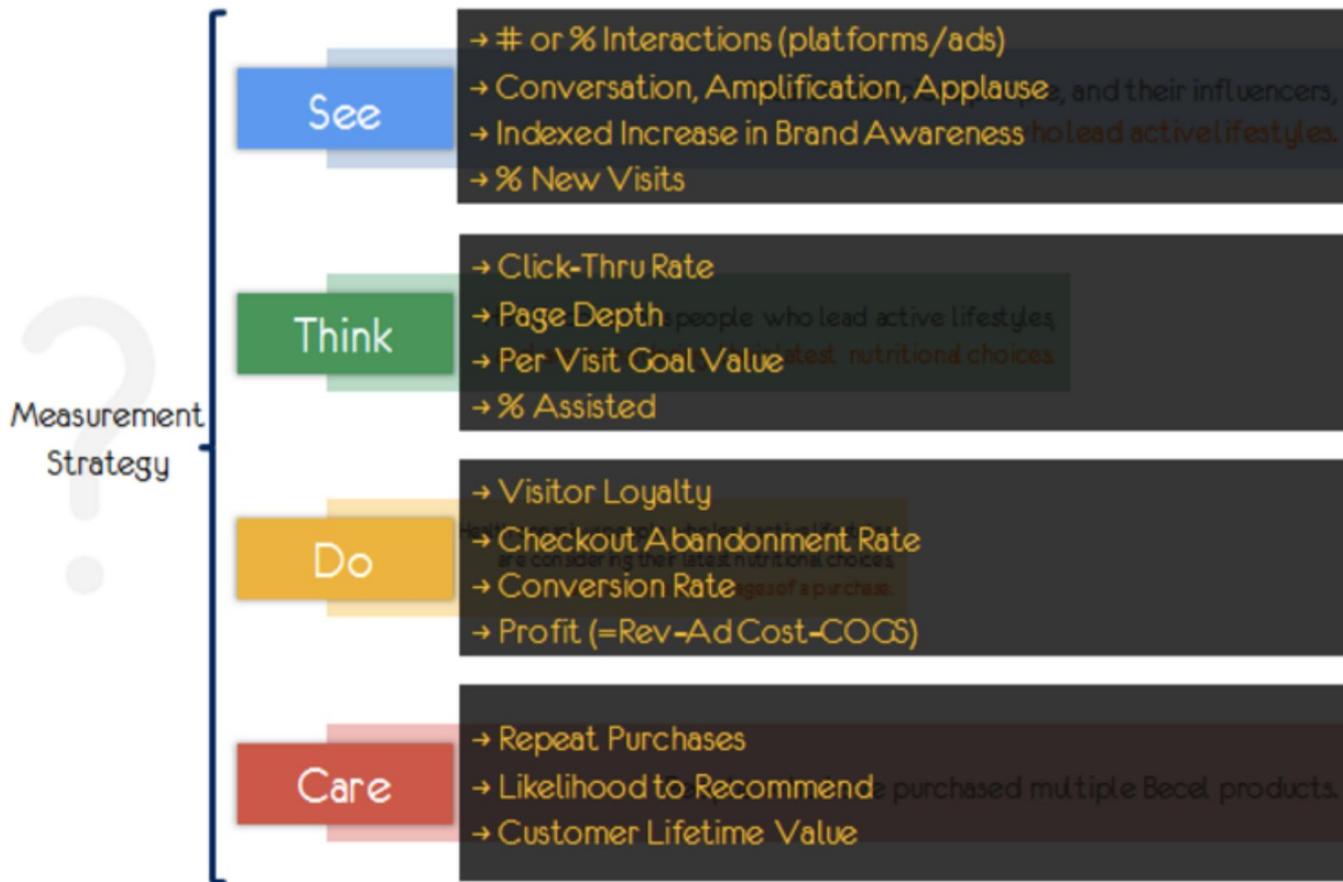


Medición basada en comportamiento y no en demografía.



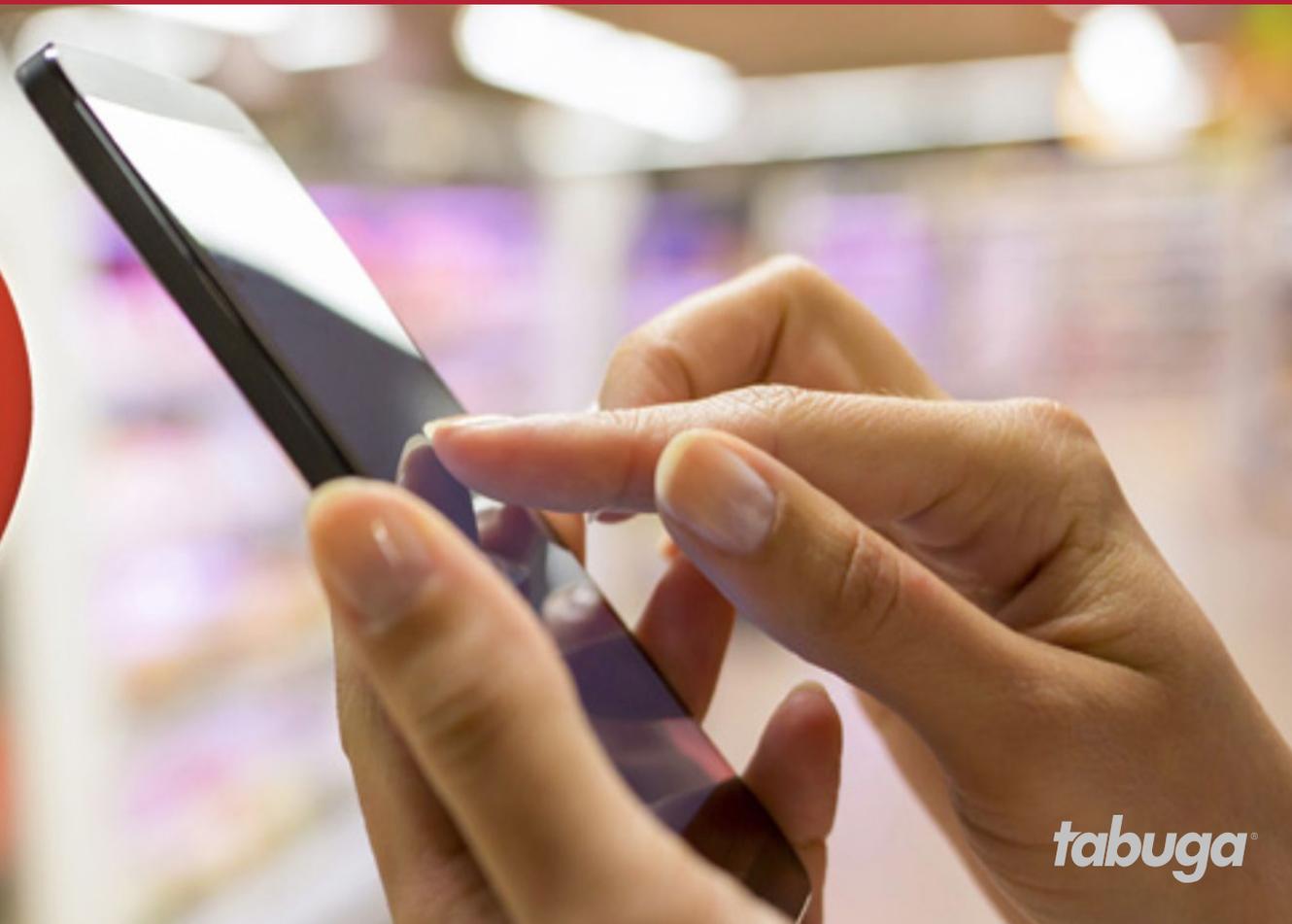


Medición basada en comportamiento y no en demografía.





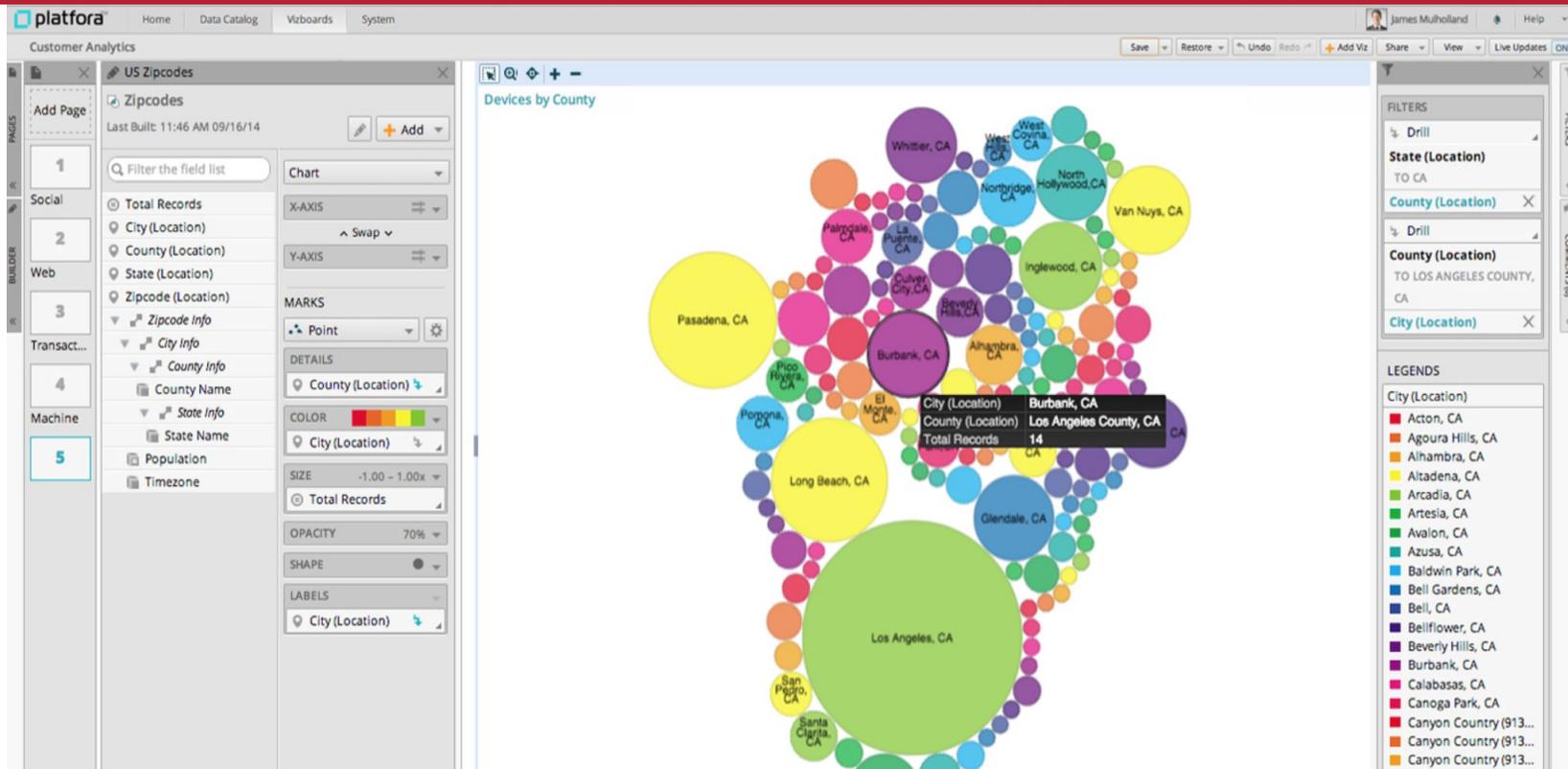
La medición del internet de las cosas entra en escena.



tabuga[®]



La medición del internet de las cosas entra en escena.

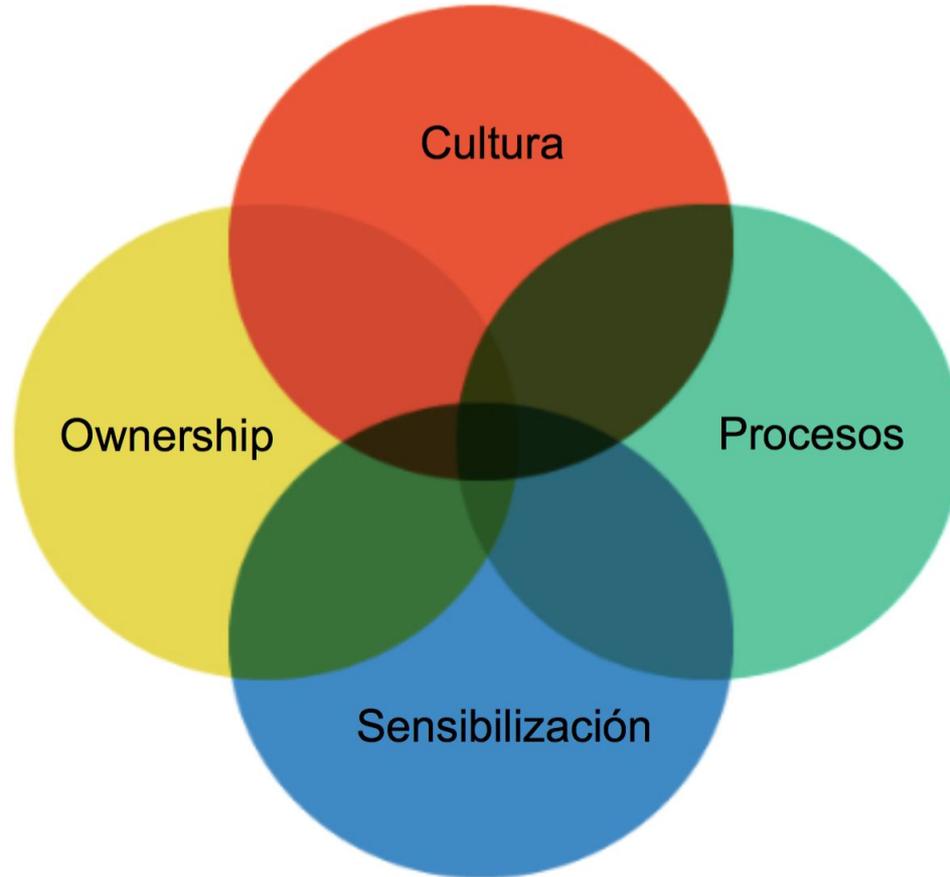


“¿Qué debemos empujar?”



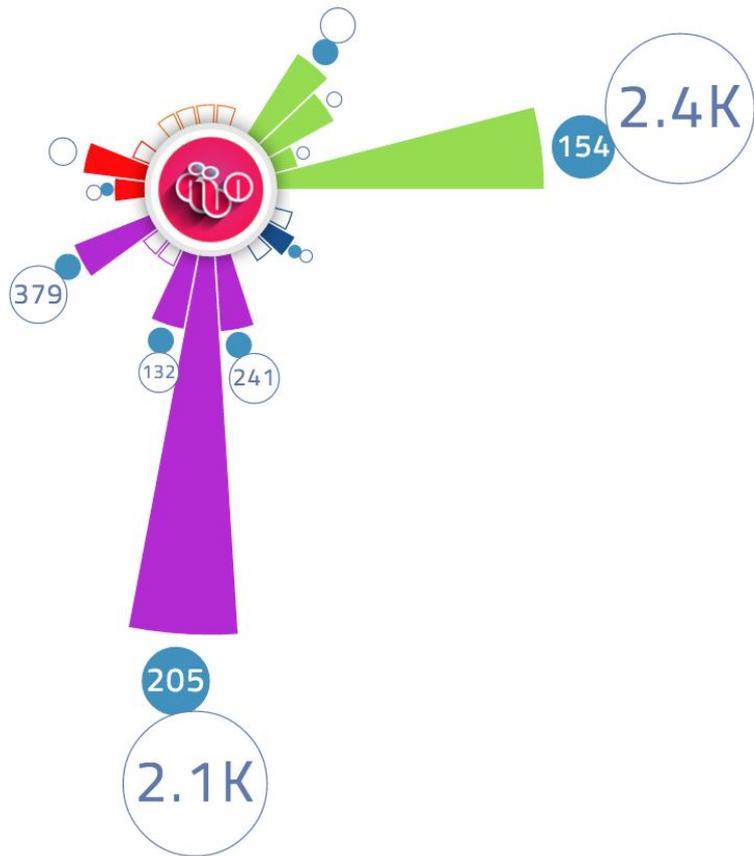


Más cultura y gobernanza de medición.



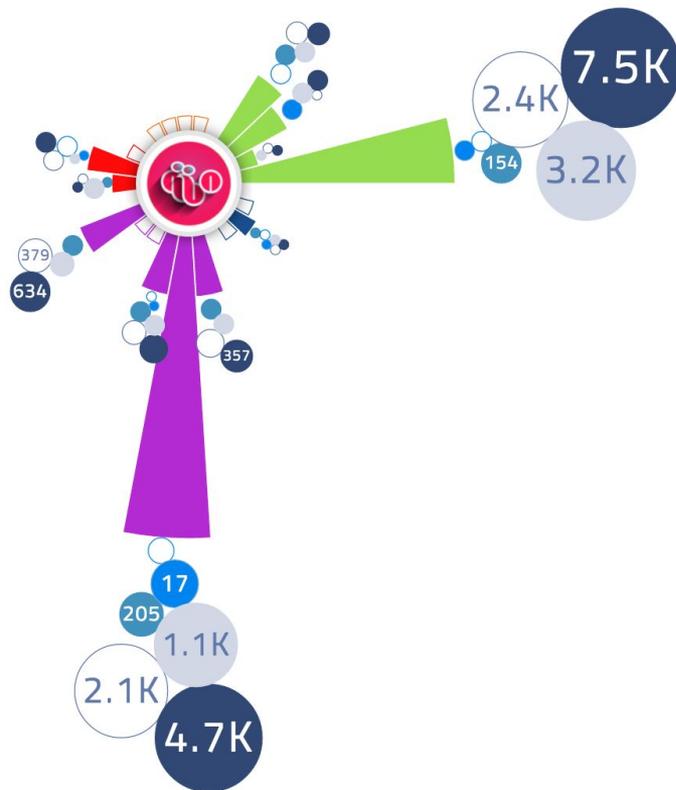


Medición semántica de las reacciones de social media.



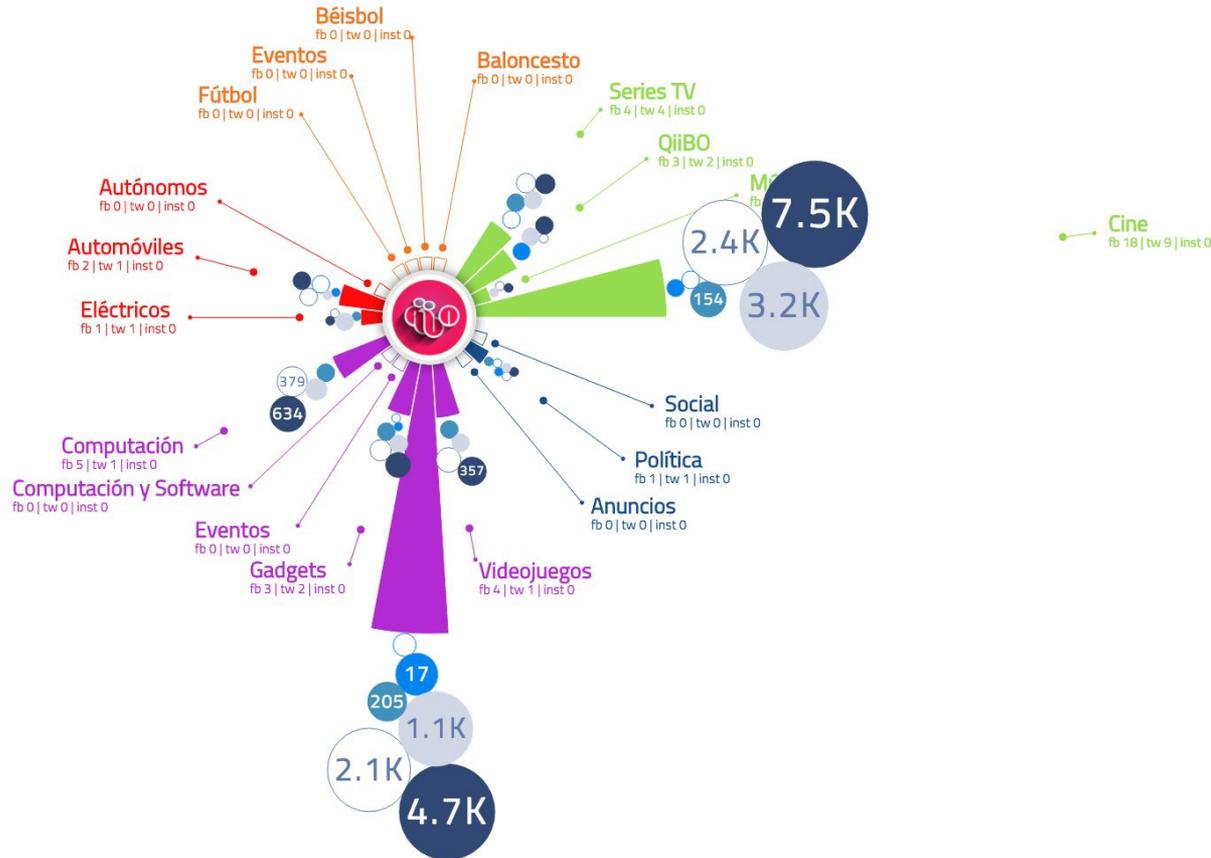


Medición semántica de las reacciones de social media.





Medición semántica de las reacciones de social media.





Medición semántica para entender la inversión en social media.

captain america: civil war ✕

batman v superman: da... ✕

deadpool ✕

Write a tag +

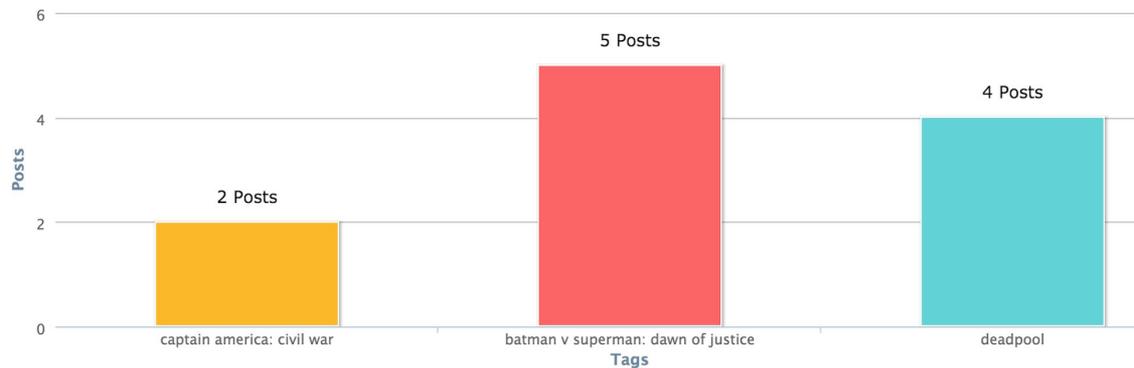
Open tags list

2. Select date

1/1/2016-3/29/2016 ▲

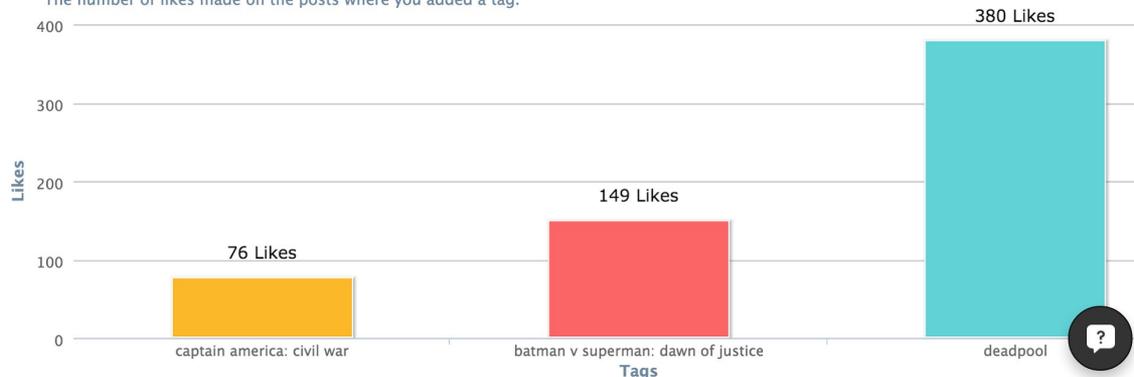
Posts by tag

The number of posts where you added a tag.



Likes by tag

The number of likes made on the posts where you added a tag.



tabuga



Mejor testing para la mejora continua.





Predictive analytics es la tendencia que debemos observar.

Construimos un indicador de “propensión a convertir” para el 100% de los usuarios



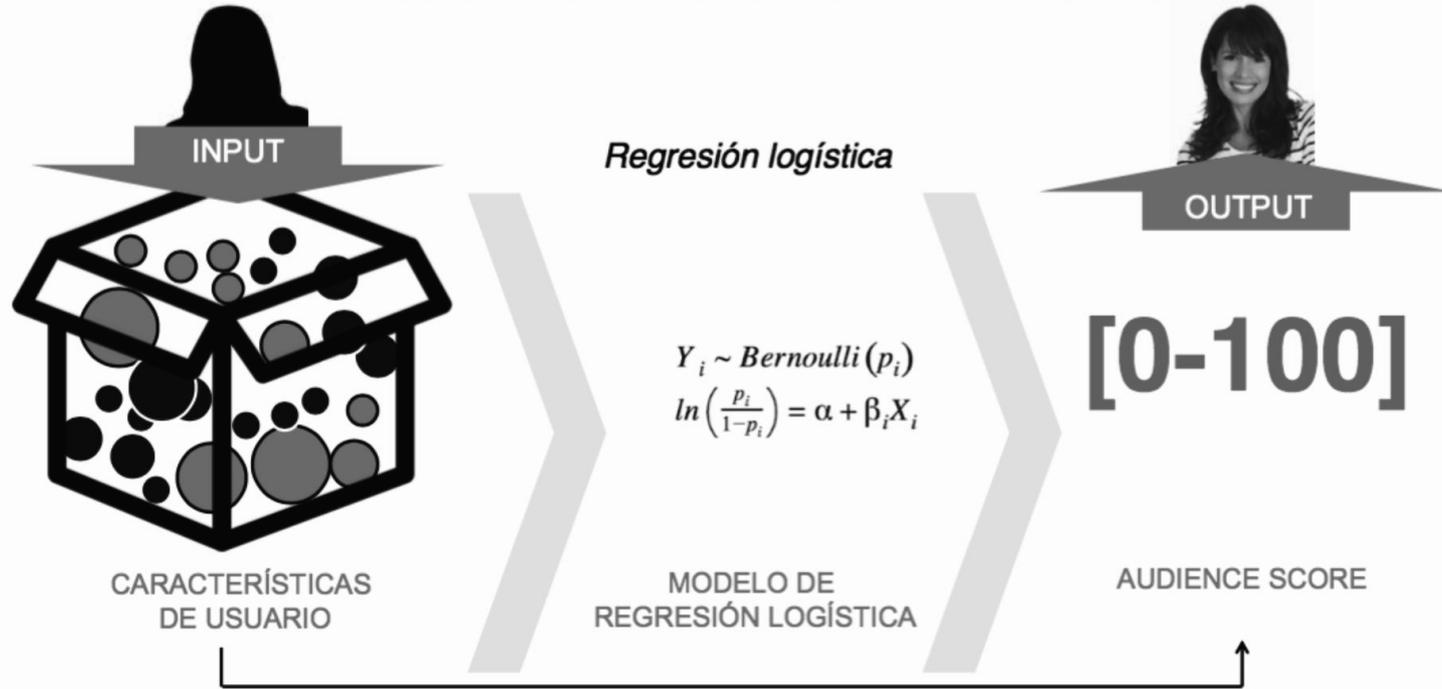
Audience Score

tabuga[®]



Predictive analytics es la tendencia que debemos observar.

Aplicamos una serie de técnicas estadísticas basadas en los datos del cliente





Predictive analytics es la tendencia que debemos observar.

Variables utilizadas en el modelo (ej.)

- Número de sesiones
- Días desde la última sesión
- Tiempo medio de las sesiones
- Tiempo acumulado de las sesiones
- Número medio de hits
- Número acumulado de hits
- Número medio de pageviews
- Número acumulado de pageviews
- Número acumulado de fichas de producto
- Número de clicks en listados de productos
- Número de details
- Número de add to cart
- Número de checkouts
- Número de búsquedas
- Número de búsquedas sin disponibilidad
- Número de productos con los que ha interactuado
- Número de productos distintos buscados
- Número de fechas distintas buscadas
- User Type (New vs Returning)
- Device Category (Desktop vs Tablet vs Mobile)
- Medium (Organic or Direct vs Others)
- Regional
- Agrupación de clientes (Negocio, Pareja, Familia, Grupo)
- Customer Type (estándar, MR-M, MR-S, MR-O, MR-P)
- Anticipación de las búsquedas



Fuentes y Referencias

- **Facebook:** Presentación Facebook Day Puerto Rico, 2015.
- **Statista:** Leading news sources according to Millennials, 2013.
- **Metriplica:** Metrics day: Tendencia en Analytics, David Boronat, 2016.
- **Tabuga:** Influencers in action: Banco Popular, 2015.
- **Topicflower:** Qiibo Flower Report, Qiibo Tag Report, 2016.
- **Nielsen:** Preferred Source for Getting up-to-date news, 2015.
- **Google:** Micro-momentos: Acciones en tiempo real, 2015.

“Construyamos analítica para medir y entender a la próxima audiencia: La generación Z”.



Arturo López Valerio

@alopezvalerio

+1 415 404 9562

alopezvalerio@tabuga.co

tabuga®

Estrategia ● Medición ● Conversión