

Analítica Web para E-mail Marketing

OMEXPO BARCELONA 2011

- Introducción a la Analítica Web
- Objetivos del e-Mail Marketing
- Métricas y KPIs para el e-Mail Marketing
- Indicadores para la Optimización
- Ejemplos
- Preguntas

1. Introducción a la Analítica Web

□ Qué es la Analítica Web?

Recogida, medición y análisis de datos provenientes de internet con el objetivo de entender y optimizar el negocio online.

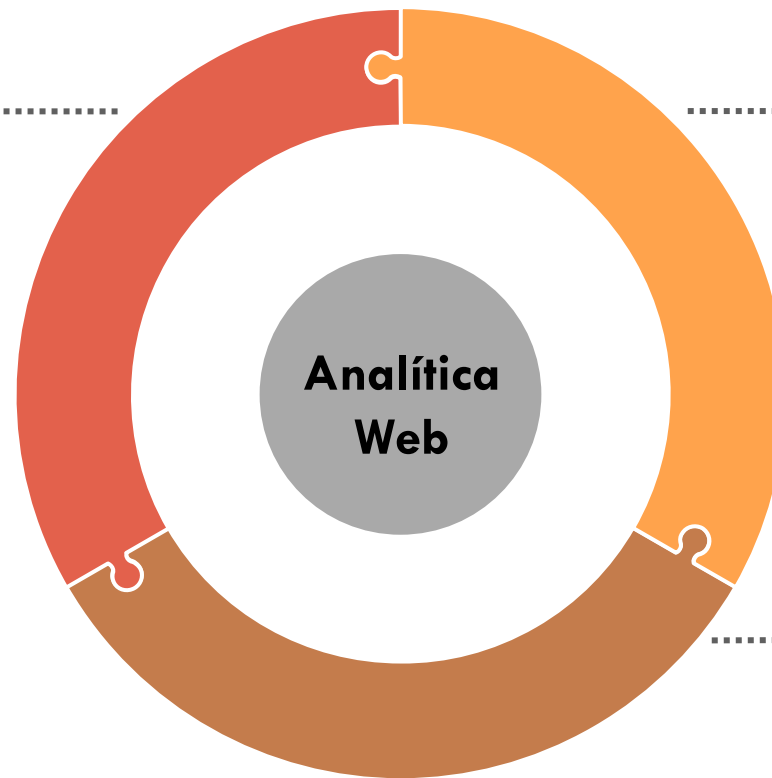
□ Para qué sirve la Analítica Web?

Para conocer, entender y mejorar todos los aspectos que rodean un negocio online:

- En nuestra página web
- Alrededor de nuestra página web.

Marketing Online y Relaciones Públicas

Racionalización de inversiones en MKT y RRPP online



Inteligencia de Clientes

Investigación de mercados e inteligencia de negocio

Optimización del Canal Web

Rentabilización de la audiencia en medios interactivos

Objetivos en el e-Mail Marketing

TALLER ANALÍTICA WEB PARA E-MAIL MARKETING

□ Newsletter:

Mantener el contacto con el cliente con información actualizada acerca de la empresa y su actividad.

□ Prospección:

Exclusivamente para clientes potenciales, los objetivos pueden ser generar una primera compra, clasificar su perfil para futuras acciones, etc

□ Fidelización:

Cross selling o up selling, programa de fidelidad, ciclo de vida de los productos o servicios

- Encuesta:

Conocer mejor al contacto para futuras acciones, evaluar satisfacción del cliente, sistemas de apadrinamiento

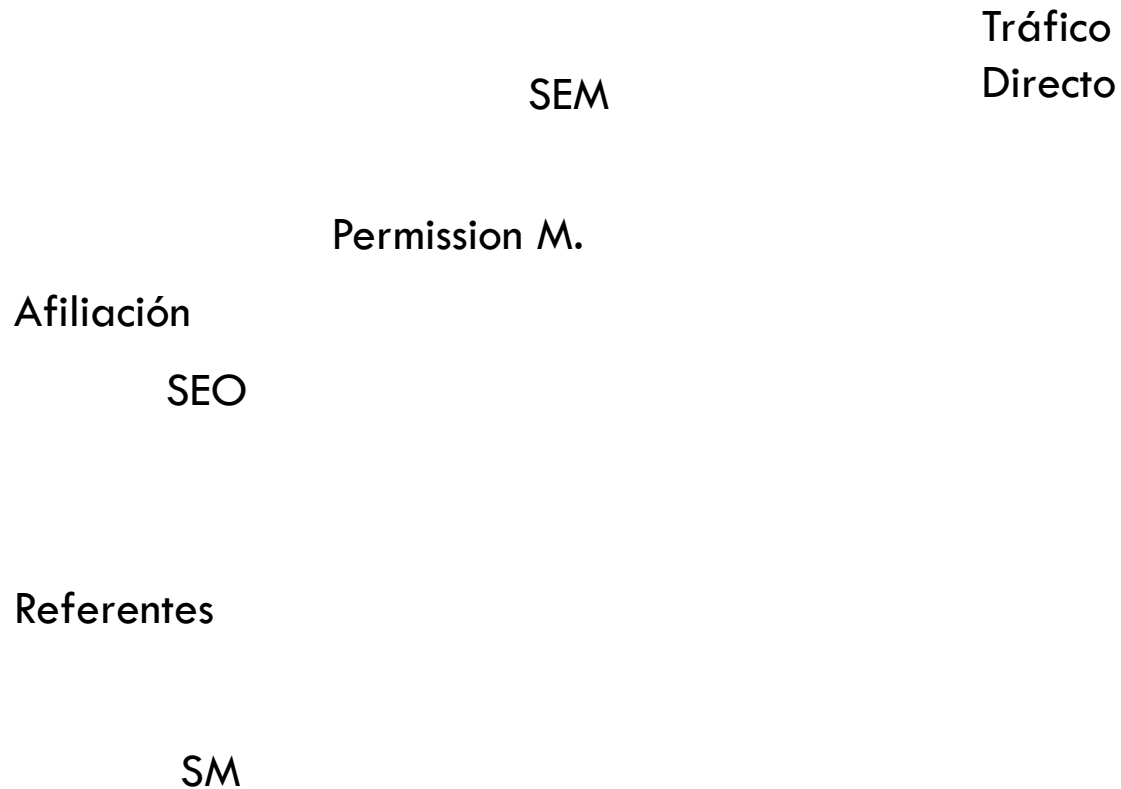
- Promoción de eventos:

Dar a conocer y/o gestionar un evento.

- Servicio:

Establecer una relación de confianza con el contacto.

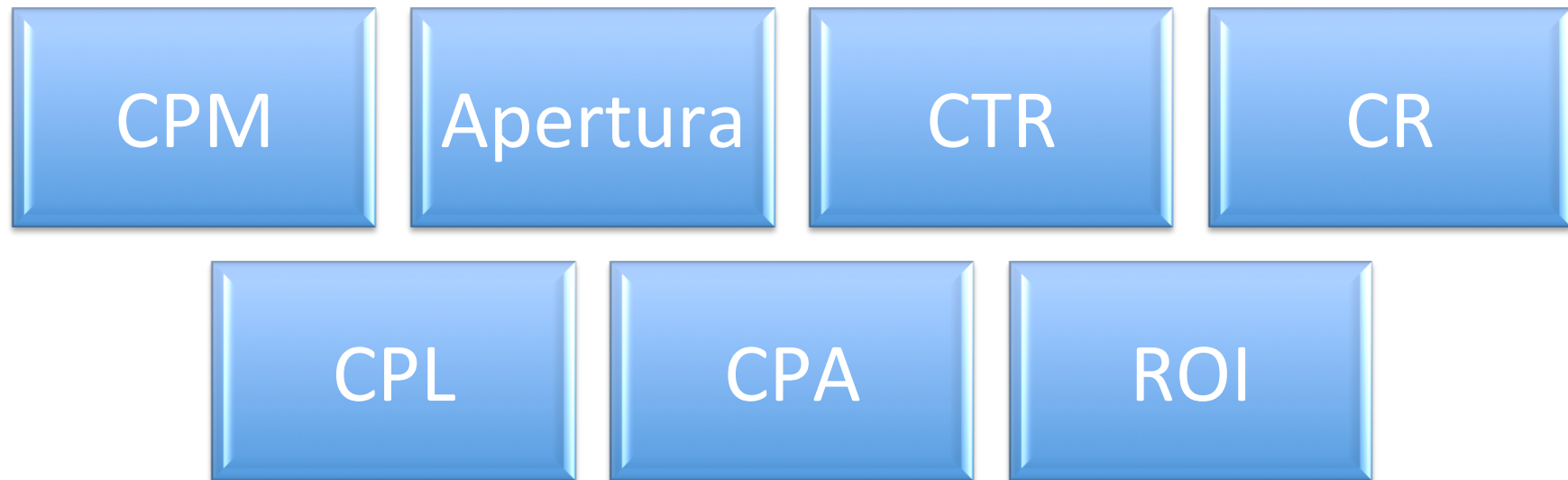
Ingresos



Costes

Métricas y KPIs para e-Mail Marketing

TALLER ANALÍTICA WEB PARA E-MAIL MARKETING



- Ratio de apertura:

Porcentaje de e-mails abiertos sobre el número de e-mails enviados
(restándole el número de e-mails rebotados)

- CTR (Click Through Rate):

Porcentaje de usuarios que han seguido un enlace sobre el total de e-mails enviados

- CR (Ratio de conversión):

Porcentaje de objetivos cumplidos sobre el total de e-mails enviados

- Ratio de bajas (Unsubscribe Rate):

Porcentaje de usuarios que se dan de baja de la lista sobre el total de e-mails enviados.

- Ratio de viralidad (Viral Rate):

Porcentaje de e-mails reenviados sobre el total de e-mails enviados.

- E-mails rebotados (Bounced e-mails):

Porcentaje de e-mails devueltos sobre el total de e-mails enviados

- Hard Bounce: Devuelto porque la dirección no existe
- Soft Bounce: Devuelto porque el buzón está lleno

□ Visitas:

Número de usuarios que acceden al sitio y visitan una o más páginas

□ Rebote:

Número de visitas que acceden al sitio y no interactúan durante los siguientes 30 minutos al acceso

□ Recurrencia:

% de visitantes que han accedido al sitio anteriormente respecto al total de visitantes

□ Profundidad:

Número de páginas vistas en cada visita

- CPM:

Coste en Euros para cada mil impresiones

- CR:

% Objetivos logrados respecto al total de visitas

- Ingresos:

Total en Euros ingresado durante el período

- CPL:

Coste unitario del contacto cualificado para el objetivo

- CPA:

Coste unitario de una venta o objetivo

- ROI:

Porcentaje de beneficio respecto al total de inversión

Indicadores para la Optimización

TALLER ANALÍTICA WEB PARA E-MAIL MARKETING

	CPM	Apertura	CTR	Rebote	Profundidad	CR	CPL	CPA	ROI
Newsletter									

	Vistas	Rebote	CR	Profundidad	Recurrencia	Tiempo
Página de entrada						

	Visitas	Ventas/ Leads	Ingresos	CR	CPM	CPL	CPA	ROI
Campaña								

Ejemplos

TALLER ANALÍTICA WEB PARA E-MAIL MARKETING

OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

Conseguir leads de calidad para su transformación a socios de ARAG Familia

RESULTADOS

Se consiguieron más de 1.000 leads con una conversión del aproximada del 15%, es decir 150 nuevos asegurados entre julio y agosto 2009. La tasa de apertura fue del 55% y € el CPL promedio de 9,5

ARAG Familia TU MUNDO LEGAL

- ¿NO PUEDES DARTE DE BAJA DE TU COMPAÑÍA TELEFÓNICA?
- ¿HAS DE RECLAMAR EL IMPORTE ERRÓNEO DE UNA FACTURA DE LUZ?
- ¿TU COMPRA POR INTERNET NO SE AJUSTA A LO QUE TE PROMETIERON?
- ¿LA COMPAÑÍA AÉREA HA PERDIDO TU EQUIPAJE?

Te presentamos el Seguro Legal más completo, con Asistencia Jurídica Telefónica durante todo el año



Defendemos tus derechos con las más amplias coberturas:

- Te defendemos si tienes problemas con tu vivienda, tus vecinos, tu comunidad...
- Te defendemos en caso de conflictos laborales: con tu trabajo, con la seguridad social o con tus empleados si eres empresario.
- Reclamamos tus daños personales y materiales.
- Defendemos tus derechos como consumidor: fraudes, engaños...

Y si te interesa, también puedes incluir las mejores coberturas de Auto, al mejor precio



Además, sólo por contratar un seguro, disfruta GRATIS de las ventajas de la tarjeta ARAG Solred Máxima. Solicítala y obtendrás:

- 1% de dto. En carburantes**
- 5% de dto. En estaciones de servicios**

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Contratar BBDO con segmentación familia y realizar un envío con una creatividad nada agresiva para conseguir calidad de lead, conversión y rentabilidad a CPA.

FICHA DE LA CAMPAÑA

Anunciante: ARAG
 Producto: SEGURO FAMILIA
 Agencia: DEC Grupo
 Tiempo BBDO

OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

Conseguir volumen de leads en época de alta estacionalidad (septiembre), también búsqueda de notoriedad.

RESULTADOS

Se realizaron más de 3.200 leads con una conversión del aproximada del 8%. La tasa de apertura fue del € . 40% y el CPL de 24

Si no puedes ver correctamente este mensaje, haz [click aquí](#)

¿Estás pez con el inglés?

Ponte al día con el Inglés y **mejora profesionalmente**. Con el curso de Home English es muy fácil y notarás los progresos día a día. Olvida lo que es estar pez con el inglés para siempre.

Habla Inglés sin necesidad de asistir a clase y con el apoyo de un tutor personal online. **¡No esperes más!**

[Infórmate Aquí >](#)

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Contratar BBDD masivas, pagar un CPL agresivo para conseguir el máximo el máximo volumen de cupones.

FICHA DE LA CAMPAÑA

Anunciante: HOME ENGLISH
Producto: Curso de Inglés
Agencia: Ideas Agitadas

OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

Conseguir registros para enviar e-mails con ofertas de productos VIP.

RESULTADOS

La campaña está en marcha, hasta la fecha se han realizado más de 1M de envíos. Campaña y promoción válida hasta 30 de septiembre de 2009.

The advertisement features the Privalia logo at the top left. The main headline reads '¡LA MODA SE APUNTA A TUS VACACIONES!'. Below this, a question asks '¿Quieres llenar tus maletas con lo último en moda?' followed by details about a contest where users can win two 500€ gift certificates. A hand is shown holding a black card with a yellow crown icon and the text '500€ CHEQUE REGALO'. A red 'Regístrate' button is positioned at the bottom left. A small asterisked note at the bottom states '*Promoción válida hasta el 30/09/2009. Bases del sorteo'.

privalia

¡LA MODA SE APUNTA A TUS VACACIONES!

¿Quieres llenar tus maletas con lo último en moda? Regístrate en Privalia y entra en el sorteo de 2 cheques regalo de 500€ para comprar lo último en moda y complementos.

Privalia es un Club privado online que organiza, en exclusiva para sus socios, ventas de **productos de primeras marcas con un descuento de hasta un 70%**.

Únete ahora a Privalia y consigue 500€ para hacer shopping a lo grande.

iNo dejes pasar la oportunidad!

Regístrate

*Promoción válida hasta el 30/09/2009. [Bases del sorteo](#)

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Negociación de un producto complicado a través de una promoción/sorteo. Reactivar anunciante.

FICHA DE LA CAMPAÑA

Anunciante: Privalia
Producto: Alta con Cheque regalo
Agencia: Nivoría

¡Gracias!

- Anna Solans
Online Analyst
anna.solans@mvconsultoria.com

web www.mvconsultoria.com

blog www.analiticaweb.es

twitter @mvconsultoria

@AnnaSolans

