

¿Cómo evaluar una campaña de marketing digital?

utpl
20/04/2018

Categorías:
Futuros alumnos

Si estás inmerso en ámbito laboral, seguramente te ha preguntado cómo crear una campaña de marketing digital que cumpla y supere los objetivos planteados.

El marketing digital tiene la gran ventaja de que puede ser medido en todas las fases de la campaña establecida, desde el primer día hasta el final, permitiendo ajustes y correcciones en todo momento para garantizar que el mensaje llegue, persuada y convierta la fidelidad de nuestro público objetivo en una compra real.

Obviamente existen varios parámetros, pero la medición, evaluación y replanteamiento de acciones siempre serán primordiales y dependen de los objetivos planteados previamente para la marca o institución. Tu campaña también será exitosa combinando acciones *online* y *offline*, a través de eventos y de tu relacionamiento directo con las personas.

Hoy te compartimos algunos **términos que se relacionan con las metas en marketing digital** y que te pueden ayudar en las mediciones para la evaluación de tu campaña:

Inbound Marketing

Engloba un tipo de estrategias de forma amigable, no intrusivas, buscando dar un contenido de valor para el potencial cliente y acompañarlo en todo el proceso de conocimiento y realización de la compra.

Click Through Rate (CTR)

Es el número de clics que obtiene un enlace respecto a su número de impresiones. Se trata de un porcentaje que ayuda a medir el impacto de una campaña.

Anuncios de Compra Programática

Son anuncios pagados en Internet con un público objetivo geolocalizado, potencialmente interesado

en el anunciante.

Estrategias SEM (Search Engine Marketing)

Son estrategias de marketing pagadas para conseguir mejor posicionamiento en los buscadores.

Estrategias SEO (Search Engine Optimization)

Son estrategias de marketing para conseguir leads de forma orgánica a través de un contenido de interés para el público objetivo.

Es importante entonces hacer seguimiento de los clientes potenciales y acompañarlos en todo el proceso de acercamiento a la marca, para que se conviertan en *Sales Qualified Leads* o clientes potenciales de tu marca -investigados, definidos y listos para la siguiente etapa de ventas- de tu campaña de marketing.

Todos estos conceptos, aplicados de forma correcta en la práctica, te permiten evaluar el éxito o fracaso de tu campaña de marketing a través de los índices de conversión para cambiar estrategias o mejorarlas.

¿Quieres aprender más acerca de una buena campaña de marketing digital? ¡Nuestro [Curso de Educación Continua de \[1\]Marketing Digital \[1\]](#) es para ti!

Inscríbete en nuestro curso

[1]

[Consulta la oferta completa](#)

[2]

Source URL: <https://noticias.utpl.edu.ec/como-evaluar-una-campana-de-marketing-digital>

Links

[1] <https://educacioncontinua.utpl.edu.ec/marketing-digital>

[2] <https://educacioncontinua.utpl.edu.ec/>