



# GUÍA PRÁCTICA DE ANALÍTICA DIGITAL

Cómo medir y optimizar tu estrategia digital para potenciar tu negocio

ISBN: 978-84-18952-75-3

COLECCIÓN: LID - Acción empresarial

IBIC: KJS; UDB; UDBS

THEMA: KJS; UDB; UDBS; KJE

BISAC: BUS090010; BUS090030; BUS090050

FORMATO: 15 cm x 22 cm PESO: 246 g PVP: 21,90 €



## SOBRE EL LIBRO

Cualquier profesional o empresa que tenga presencia y actividad en Internet —página web, *e-commerce*, blog y redes sociales— necesita analizar sus acciones para determinar si se están cumpliendo los objetivos marcados en su estrategia digital.

**¿Tu estrategia digital no está funcionando y no entiendes por qué? ¿No logras alcanzar los objetivos de ingresos y conversión?**

Una buena analítica digital consiste en recopilar e interpretar correctamente los datos que obtenemos de las diferentes métricas y herramientas y convertirlos en información de valor para tu negocio. Con la *Guía práctica de analítica digital* aprenderás de una manera sencilla a optimizar y medir tu estrategia de marketing digital paso a paso y con ejemplos reales para que cumpla su misión. Solo así podrás extraer conclusiones válidas para gestionar, mejorar y escalar tu negocio en el corto, medio y largo plazo .

**¿Estas midiendo los datos correctos? ¿ Los estás midiendo bien?**

Este manual recoge los KPI, las métricas y los ratios indispensables para cualquier negocio digital, te ayuda a definir los más adecuados para tu estrategia y te da las claves para entenderlos e interpretarlos. Además, aprenderás a definir los objetivos de tu estrategia, a fijar un precio adecuado para tus productos o servicios digitales, a construir un cuadro de mandos estratégico, a trabajar la estructura de costes o a parametrizar la rentabilidad de tu marca, aunque no seas analista, profesional del marketing o financiero.

## SOBRE LOS AUTORES

José Gómez-Zorrilla es consultor de estrategia digital y negocio. Actualmente es Strategic Business Director en la agencia de marketing digital WindUp, fundador del blog [laculturadelmarketing.com](http://laculturadelmarketing.com) y *speaker* nacional e internacional en los eventos más destacados del sector. Autor de los libros *CRO: convierte las visitas web en ingresos* y *Marketing de crisis*.

Daniel Sánchez Piña es economista y consultor de negocios con más de 10 años de experiencia en Capital Riesgo. Actualmente es Strategic Business Director en la agencia de marketing digital WindUp y formador de nuevos profesionales digitales.