

8 buenas razones para comenzar con la atribución.

Los equipos de marketing están multiplicando los partners de medios de comunicación para llevar a cabo acciones de adquisición o fidelización. Tienen muchas herramientas a su disposición para lanzar sus campañas de marketing y controlar sus resultados.

La optimización de los presupuestos de marketing es un gran reto para los equipos de marketing digital, pero a menudo se encuentran perdidos bajo una multitud de datos que analizar. Esto dificulta especialmente la toma de decisiones.

Para superar este problema, la atribución se ha convertido en una herramienta fundamental para los profesionales del marketing.

Entonces, ¿cómo facilitan las herramientas de atribución la vida diaria de los equipos de marketing?

Ahorrar dinero rápidamente.

¿Tienes la impresión de estar pagando a varios partners por los mismos objetivos?

¿Te preocupa pagar por las ventas según el rendimiento más de una vez?

Gracias a las herramientas de atribución, puedes optimizar rápidamente entre el 20 y el 30% de tus presupuestos de marketing.

Olvídate de las ventas duplicadas y paga sólo una vez por la conversión al partner adecuado.

Identifica los presupuestos malgastados y mal dirigidos gracias a los quick wins. Reasigna estos presupuestos ahorrados a canales estratégicos para ganar rentabilidad.



2 ¡Ganar autonomía!



¿Sientes no tener el control total sobre las inversiones en marketing digital?

¿Utilizas a tus partners tanto para lanzar las campañas como para analizarlas?

¡No se puede ser juez y parte! Juzga tú mismo el rendimiento de tus acciones de marketing gracias a **una herramienta independiente de confianza, ajena al entorno Ad-Tech**. Así podrás ganar autonomía en la toma de decisiones y en la auditoría presupuestaria de tus campañas de marketing digital.

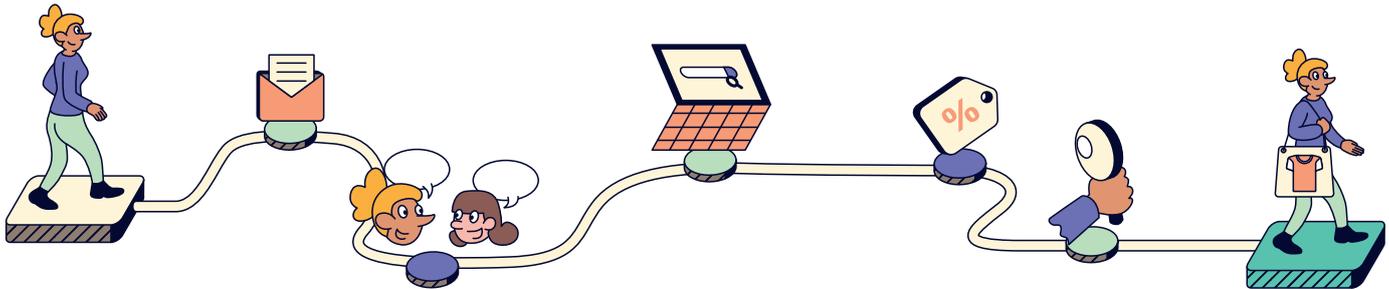
Ganar en visibilidad sobre el rendimiento de tus partners.

¿Tu estrategia digital va más allá de los enlaces patrocinados de Google?

¿Necesitas una visibilidad total de sus canales de adquisición, incluidas las redes sociales, la afiliación o la programática?

Ganar en visibilidad con una herramienta de atribución de marketing que reconcilia todas las interacciones de un usuario con su marca y analiza cada paso de los customer journeys que conduce a una conversión:

- Analiza detalladamente los journeys de tus clientes.
- Obtén una visión clara del papel de cada canal de marketing en las rutas de conversión.
- Integra los clics, las impresiones y las impresiones visibles en tu toma de decisiones.
- Gestiona los objetivos múltiples (suscripciones/cestas/ventas) y los cambios de perfil.



4 Ahorrar tiempo en tus análisis.



¿Pierdes tiempo analizando el rendimiento de tus campañas de marketing en las distintas herramientas?

¿Pasas horas construyendo hojas Excel para analizar el ROI de las campañas?

Centraliza todo el rendimiento del marketing en una única herramienta. Automatiza el análisis del ROI con alertas y la sincronización de tus presupuestos gastados en todas las plataformas.

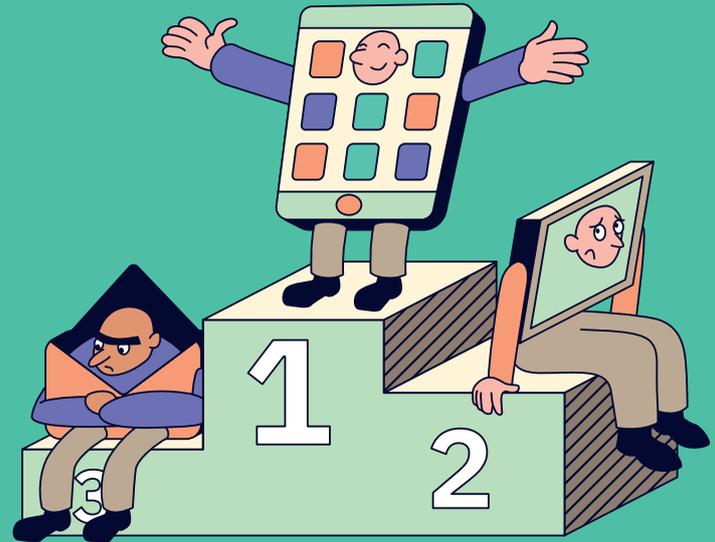
Obtén respuestas rápidas a las preguntas sin tener que pasar horas explorando manualmente archivos y cuadros de mando.

5 Justificar fácilmente las inversiones en medios.

¿Te resulta difícil defender tus decisiones y el presupuesto ante la dirección?

¿Consideras que estás asignando tus presupuestos de forma aproximada?

Demuestra la relevancia de tus inversiones destacando el impacto de tus partners en el recorrido del cliente. Identifica claramente el papel de cada uno de tus partners para tomar las mejores decisiones de inversión con tranquilidad.



6 Ser más receptivo.

¿Buscas tener una visión instantánea del rendimiento de las campañas?

Benefícate del seguimiento en tiempo real de las campañas en medios y compara su rendimiento a diario o durante los periodos de mayor venta (rebajas/Black Friday/días festivos, etc.).

Supervisa el rendimiento de las campañas en tiempo real para actuar rápidamente en caso de problemas y evitar así que se desperdicie el presupuesto innecesariamente.



Ganar en comprensión del marketing mix de medios.

¿Te cuesta interpretar los resultados de las campañas?

¿No tienes tiempo para realizar un análisis profundo de la contribución para comprender el recorrido de tus clientes?

Con una herramienta de atribución aumentada, puedes descubrir las principales tendencias de tu marketing mix de medios e información sobre los canales que no sabías que existía.



8 ¡Ser proactivo!



¿Crees que las mejores decisiones las toman los equipos de business intelligence?

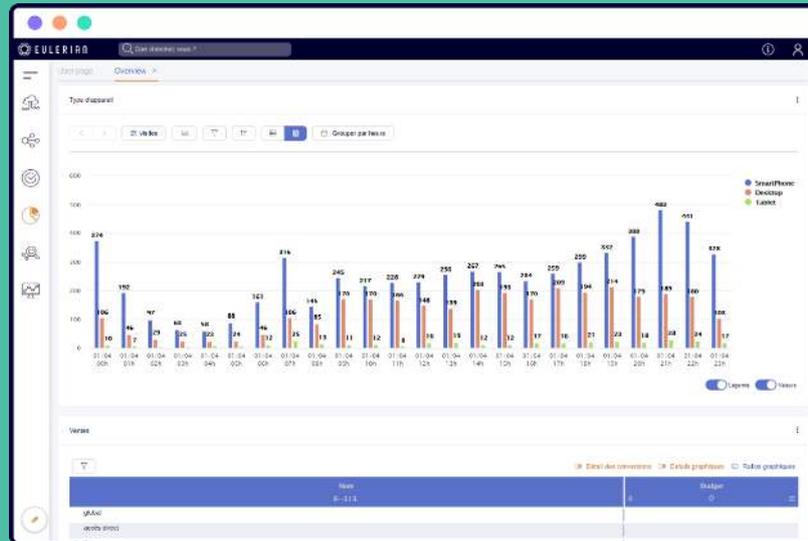
Deja que los datos que te proporciona la herramienta de atribución te guíen para tomar las acciones más relevantes para optimizar tu marketing mix.

Aprovecha las recomendaciones a medida, basadas en tus datos, para dirigir la estrategia digital en la dirección correcta.

Descubre las medidas que debes tomar para sacar el máximo partido a tus inversiones, ¡Sin necesidad de tener un experto en datos!

¿Estás convencido de los beneficios de una herramienta de atribución?

Ha llegado el momento de que también aceleres en las decisiones de marketing comenzando con la atribución.



Saber más



Las decisiones de marketing correctas, **simplemente.**

C/Augusto Figueroa, 17, 28004 Madrid
+34 662 10 10 41
sales@eulerian.com