

DIBRAIN

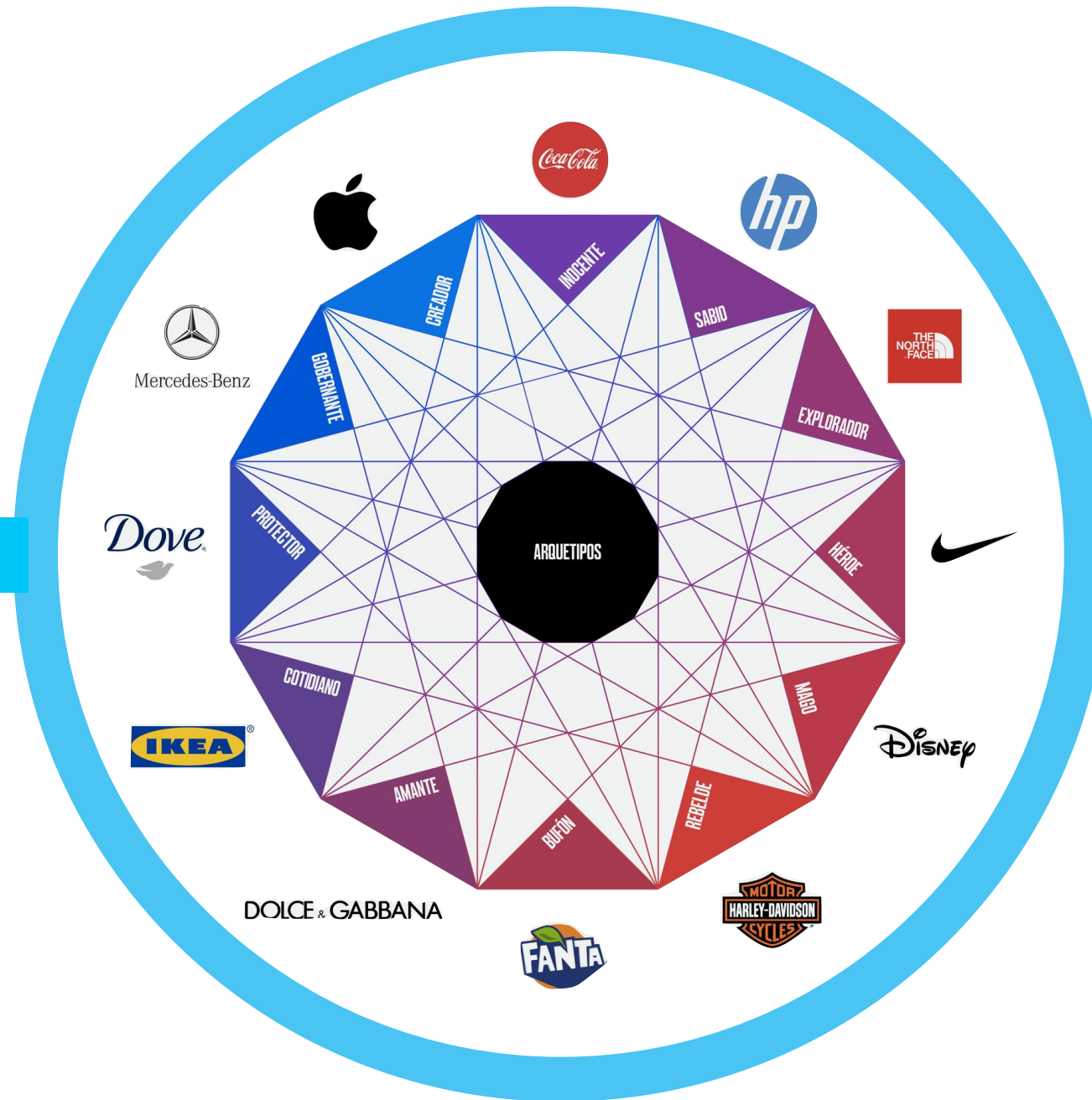
Together is Better

Estilos KPI's Formatos



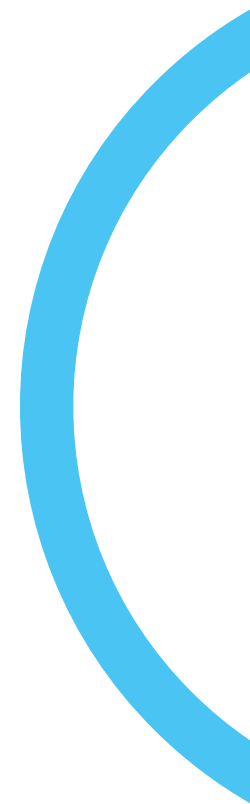
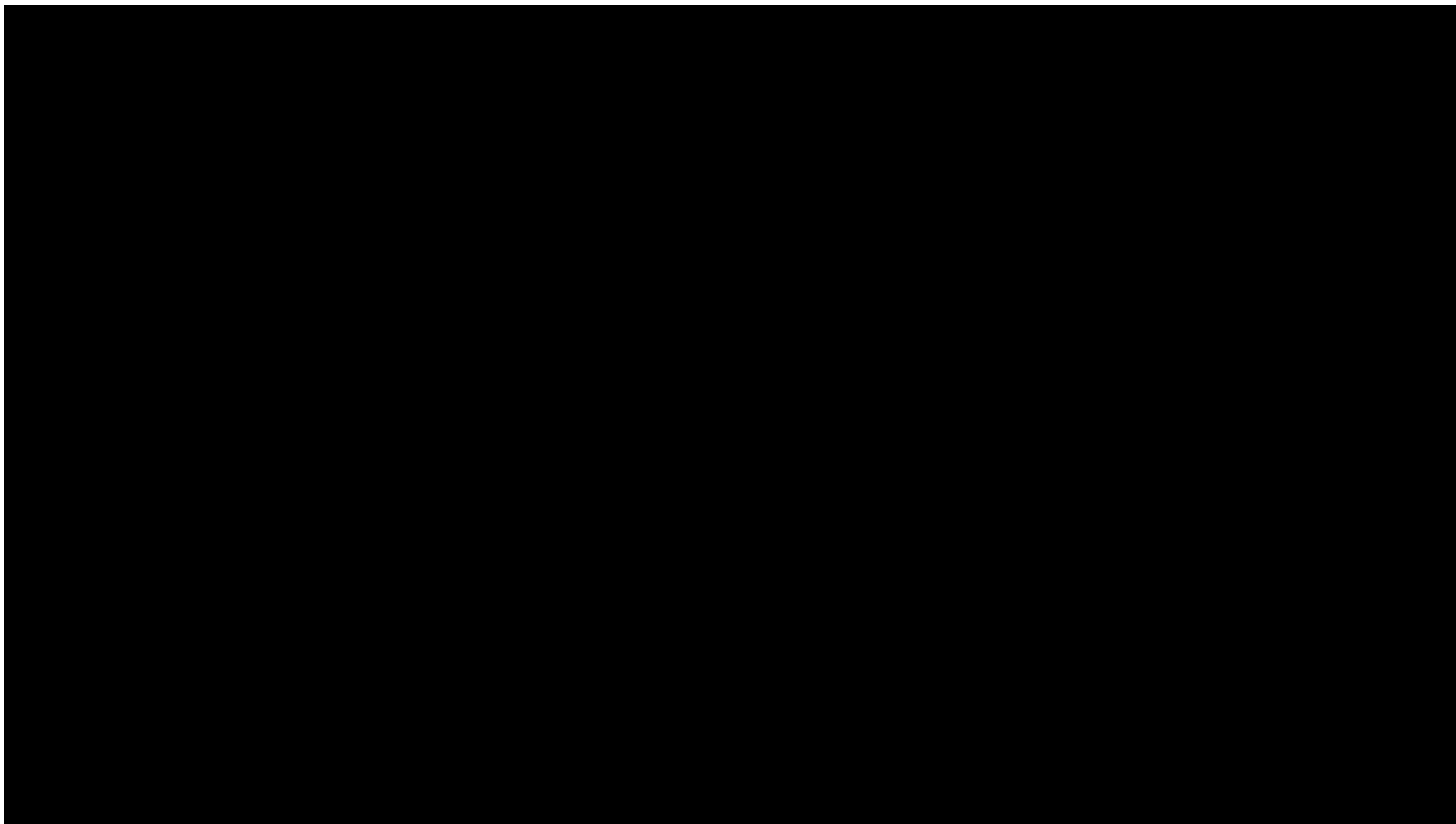
/01

12 ARQUETIPOS



NEUROMARKETING

¿Comparamos con nuestras emociones?



/02

TONO Y ESTILO

// ¿DO & DON'T? //

¿Cómo hablará nuestra marca?

Cercana
Amigable
Irreverente
Lúdica
Formal



TONO Y ESTILO

// ¿DO & DON'T? //

➤ PROPÓSITO

ENGAGEMENT

EDUCAR

ENTRETENER

VENDER

COMUNICAR

➤ TONO

FORMAL

INFORMAL

CERCANO

CHISTOSO

TESTIMONIO

INFORMATIVO

➤ ESTILO

EDUCATIVO

PERSONAL

EMOCIONAL

HONESTO

DIRECTO

EXPLICATIVO



TONO Y ESTILO

// ¿DO & DON'T? //

DO & DONT

DO	DON'T
Hablamos de una forma casual, que todo el mundo entienda.	Pero no vamos a ser excesivamente coloquiales.
Hablaremos de tú a tú.	<i>Pero no faltaremos el respeto.</i>
Explicaremos y enseñaremos sobre las temáticas que manejamos.	<i>Pero nunca desde una posición superior</i>





KPI'S

¿Cuales son los principales?



Alcance (Reach)

Definición: Número de usuarios únicos que han visto tu contenido

Ejemplo: Una campaña en Instagram llega a 25.000 personas distintas.



Impresiones:

Definición: Número total de veces que se mostró tu contenido, aunque sea al mismo usuario varias veces.

Ejemplo: Un post en Facebook se muestra 100.000 veces, aunque solo 40.000 sean usuarios únicos.



CTR
(Clic Through rate)

Definición: Porcentaje de clics sobre el total de impresiones.

Ejemplo: Un anuncio con 5.000 impresiones y 250 clics tiene un CTR de 5%.



CPM (Costo x mil impresiones)

Definición: Costo de mostrar tu anuncio 1.000 veces.

Ejemplo: Gastas \$100 y obtienes 50.000 impresiones
→ $\text{CPM} = \$2$.



Engagement rate:

Definición: Interacciones (likes, comentarios, compartidos) sobre el total de seguidores o alcance.

Ejemplo: Un post con 1.000 interacciones y 20.000 seguidores → $\text{Engagement} = 5\%$.



Conversion rate

Definición: Porcentaje de usuarios que completan una acción deseada (compra, registro).

Ejemplo: 500 clics generan 50 compras → $\text{Conversion Rate} = 10\%$.



CPC
(Costo x Clic)

Definición: Costo promedio que pagas por cada clic en tu anuncio.

Ejemplo: Inviertes \$200 y recibes 400 clics → $\text{CPC} = \$0,50$.



CAC (Costo
adquisición cliente)

Definición: Inversión total en marketing dividida por el número de clientes nuevos.

Ejemplo: Gastas \$5.000 y obtienes 100 clientes → $CAC = \$50$.



LTV (Lifetime value)

Definición: Valor económico que un cliente aporta durante toda su relación con la marca.

Ejemplo: Un cliente que compra \$200 al año y permanece 5 años → $LTV = \$1.000$.



ROI
(Retorno sobre la
inversion)

Definición: Rentabilidad de la campaña en relación al gasto.

Ejemplo: Inviertes \$2.000 y generas \$10.000 en ventas → $ROI = 400\%$.



ROAS
(Retorno sobre
gasto publicitario)

Definición: Es el indicador que mide los ingresos generados por una campaña en relación al gasto en publicidad. Se calcula dividiendo las ventas atribuidas a la campaña por el costo invertido en anuncios.

Ejemplo: Si una empresa invierte \$1.000 en Facebook Ads y obtiene \$5.000 ventas atribuibles a esa campaña, el ROAS es 5. Esto significa que por cada peso invertido se generaron cinco pesos en ingresos.

TABLA COMPARATIVA

KPI	Definición	Ejemplo concreto
ROI (Return on Investment)	Mide la rentabilidad total de una inversión considerando todos los costos (marketing, operación, logística).	Inviertes \$10.000 en una campaña y generas \$30.000 en ventas. $ROI = (30.000 - 10.000) / 10.000 = \mathbf{200\%}$
ROAS (Return on Advertising Spend)	Evalúa la eficiencia del gasto publicitario: ingresos generados por cada peso invertido en anuncios.	Gastas \$1.000 en Facebook Ads y generas \$5.000 en ventas atribuibles. $ROAS = 5$ (por cada \$1 invertido, ingresan \$5).
CAC (Costo de Adquisición de Cliente)	Indica cuánto cuesta adquirir un nuevo cliente, considerando inversión en marketing y ventas.	Inviertes \$5.000 en campañas y obtienes 100 clientes nuevos. CAC = \$50 por cliente.

Diferencias **Clave** de KPIs

ROI

Return on Investment



Rentabilidad total
de la inversión

Ej: Inviertes \$10.000 y
generas \$30.000.
ROI = 200%

ROAS

Return on Advertising Spend



Ingresos por cada
\$\$ en anuncios

Ej: Gastas \$1.000
generas \$5.000.
ROAS = 5x.

CAC

Costo de Adquisición de Cliente



Costo por cliente nuevo

Ej: Inviertes \$5.000 y
obtenes 100 clientes.
CAC = \$50 por cliente.

Eficiencia Publicitaria

+

Costo de Adquisición

+

Rentabilidad Total

ROAS mide anuncios + CAC mide adquisición + ROI mide rentabilidad global.