

## GUÍA PARA PLANTEAR CORRECTAMENTE LOS OBJETIVOS

Verifique que el tipo de objetivo que plantea en el formulario esté alineado con los objetivo de SU CASO.

PLANTEA CORRECTAMENTE TUS OBJETIVOS				
Tipo de Objetivo	Definición para el producto o servicio de marketing	Definición para marketing con propósito, sin fines de lucro	Terminología relacionada con el marketing digital	Tendencia creativa
AWARENESS	Conocimiento y familiaridad de marca, producto o servicio.	Conocimiento y familiaridad de la misión o causa institucional o sin fines de lucro.	Funnel Superior.	Tiende a centrarse en narraciones emocionales o aspiracionales.
CONSIDERACIÓN	Investigar, recibir u obtener detalles adicionales y evaluar un producto o servicio.	Investigar, recibir u obtener información educativa adicional sobre la causa.	Funnel Medio.	Tiende a centrarse en los beneficios funcionales: diseño del producto, características o experiencia del usuario.
COMPRA / COMPROMISO	Compra. Comprar un producto o servicio suscripción.	Compromiso. Donar o tomar medidas significativas en apoyo de una causa.	Funnel Bajo / Conversión.	Tiende a centrarse en tácticas comerciales.
FIDELIZACIÓN	Volver a comprar un producto, servicio o suscripción o compra otro producto dentro del ecosistema de la marca.	Repetición de una donación u otra acción significativa para apoyar la causa.	Recompra o renovación.	Tiende a centrarse en tácticas comerciales.
USO / EXPERIENCIA	Los clientes transmiten sus propias historias y experiencias.	Los simpatizantes transmiten su apoyo a la causa y/o sus propias historias y experiencias relacionadas con la causa.	Recomendaciones generadas por el usuario, revisiones, testimonios y/o comentarios.	Tiende a inspirar, celebrar y reconocer a los clientes.

## EJEMPLOS DE TIPOS DE OBJETIVOS

PLANTEA CORRECTAMENTE TUS OBJETIVOS					
Tipo de Objetivo	Ejemplos de objetivos generales	Generación de tráfico a sitio web o a página para descargar app	Email o anuncios digitales	Redes sociales	Optimización de la experiencia del sitio web o la app
AWARENESS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Puntuaciones de notoriedad de marca.</li> <li>Lograr el punto de referencia de impresiones de relaciones públicas.</li> <li>Lograr el punto de referencia de visualización en la tienda.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aumentar nuevos visitantes al sitio.</li> <li>Aumentar el tráfico de búsqueda orgánica.</li> <li>Aumentar las posiciones de las palabras clave de SEO.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Atribuir por interés anuncios o display basados en el comportamiento o en el comportamiento.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Redes sociales gratuitas</li> <li>Impresiones o visualizaciones</li> <li>Crecer en seguidores no pagados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lograr una clasificación más alta dentro mercados.</li> </ul>
CONSIDERACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>Puntuaciones de intención de compra.</li> <li>Lograr una tasa de participación en el programa de marketing.</li> <li>Aumentar la generación de leads.</li> <li>Aumentar el rendimiento del marketing de compradores a medida que parte del análisis de la mezcla de marketing.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incrementar el tráfico directo del sitio.</li> <li>Aumentar el tráfico del sitio de referencia.</li> <li>Aumentar el tiempo de permanencia en el sitio.</li> <li>Aumentar las visitas a la página.</li> <li>Disminuir la tasa de rebote.</li> <li>Aumentar la tasa de finalización de visualización de videos.</li> <li>Lograr una referencia de tiempo de visualización de video.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nuevos registros de correo electrónico.</li> <li>Aumentar la tasa de apertura de correo Electrónico.</li> <li>Aumentar la tasa de clics (CTR) de correos electrónicos o anuncios.</li> <li>Aumentar el tráfico de correo electrónico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>% reproducción video.</li> <li>Aumentar el CTR de publicaciones en redes sociales no pagadas.</li> <li>Aumentar la base de seguidores en las redes sociales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aumentar los clics a las páginas de detalles del producto.</li> <li>Aumentar las pruebas gratuitas o con descuento.</li> <li>Aumentar las descargas de contenido de muestra.</li> <li>Aumentar registro de seminario web logrado o punto de referencia de asistencia.</li> </ul>
COMPRA / COMPROMISO	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incrementar el monto de la compra unitaria.</li> <li>Aumentar el valor medio de los pedidos.</li> <li>Disminuir el costo por adquisición (CPA).</li> <li>Cuota de market share.</li> <li>Aumentar los nuevos clientes o miembros/simpatizantes.</li> <li>Aumentar el ROI o ROA.</li> <li>Aumentar la vida útil o 1 año. Valor del cliente.</li> </ul>	<p>Cualquiera de los siguientes atribuidos a los esfuerzos de generación de tráfico:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Compra.</li> <li>Registro de membresía.</li> <li>Regístrate como voluntario.</li> <li>Donación.</li> </ul>	<p>Cualquiera de los siguientes atribuidos a un correo electrónico o un anuncio digital:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Compra.</li> <li>Registro de membresía.</li> <li>Registro como voluntario.</li> <li>Donación.</li> </ul>	<p>Cualquiera de los siguientes atribuidos a un anuncio de redes sociales, patrocinado publicación o publicación orgánica en:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Compra.</li> <li>Registro de membresía.</li> <li>Registro como voluntario.</li> <li>Donación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incrementar las transacciones online.</li> <li>Aumentar la participación de las transacciones en línea como % de todas las transacciones.</li> <li>Aumentar el valor del carrito.</li> <li>Lograr un punto de referencia de venta cruzada.</li> <li>Lograr un punto de referencia de ventas ascendentes.</li> <li>Disminuir el abandono del carrito de compras.</li> <li>Descargar aplicación.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incrementar el precio de venta promedio.</li> <li>Aumentar el valor de la cartera.</li> <li>Cambiar el comportamiento.</li> </ul>				
FIDELIZACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aumentar la tasa de recompra.</li> <li>Aumentar las suscripciones de 1 año (frente a las suscripciones mensuales).</li> <li>Aumentar la retención de clientes o miembros.</li> <li>Incrementar la renovación de clientes o miembros.</li> <li>Reducir la tasa de abandono de clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inscripción en reposición automática.</li> <li>Lograr una referencia de valor de por vida del cliente.</li> </ul>	<p>Atribución de última hora a correo electrónico o anuncio digital hacia</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Recompra.</li> <li>Renovación de membresía.</li> <li>Repetir donación.</li> </ul>	<p>Atribución de última hora a las redes sociales medios hacia:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Recompra.</li> <li>Renovación de membresía.</li> <li>Repetir donación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aumentar las suscripciones a programas de fidelización.</li> <li>Aumentar registros de reabastecimiento automático.</li> </ul>
USO / EXPERIENCIA	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incrementar los clientes/compra vía referidos.</li> <li>Aumentar las referencias positivas de clientes.</li> <li>Aumentar el boca a boca.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aumentar el porcentaje de páginas compartidas.</li> <li>Aumentar el número de páginas de destino compartidas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aumentar las revisiones en línea a través del mensaje de correo electrónico CRM.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aumentar las redes sociales en acciones no pagadas o tasa de virilidad.</li> <li>Incrementar en social positivo comentarios/me gusta de los medios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lograr el punto de referencia de opiniones de clientes.</li> <li>Lograr el punto de referencia de calificación de los clientes.</li> <li>Número de acciones de producto.</li> </ul>