



# Recurso de Profundización

## Análisis Avanzado de Datos en Marketing Digital

El análisis avanzado de datos es fundamental para optimizar las estrategias de marketing digital. Este recurso explora técnicas y herramientas específicas para extraer insights valiosos de los datos.

### a) Técnicas de análisis predictivo:

- Regresión logística para predecir conversiones: [Guía de IBM sobre regresión logística](#)
- Árboles de decisión para segmentación de clientes: [¿Cuáles son las mejores formas de utilizar los árboles de decisión para la segmentación de clientes?](#)
- Series temporales en marketing digital: [¿Cómo se utilizan las series temporales en marketing digital: Estrategias y Predicciones?](#)
- Ejemplo: Una empresa de e-commerce utiliza regresión logística para predecir la probabilidad de compra basada en el comportamiento de navegación. Esto permite personalizar ofertas en tiempo real (Saura et al., 2021).

### b) Análisis de Cohortes:

- Seguimiento del comportamiento de grupos de usuarios a lo largo del tiempo
- Identificación de patrones de retención y abandono

#### [Guía de Google Analytics sobre análisis de cohortes](#)

Ejemplo: Una aplicación de fitness analiza cohortes mensuales para entender cómo evoluciona la retención de usuarios, ajustando sus estrategias de engagement en consecuencia (Vollrath & Villegas, 2021).

### c) Atribución Multi-Canal:

- Modelos de atribución basados en datos
- Análisis de la contribución de cada canal al customer journey

#### [Guía de Google sobre modelos de atribución](#)

Ejemplo: Una marca de moda utiliza un modelo de atribución basado en cadenas de Markov para entender la influencia real de sus campañas en redes sociales en las conversiones finales (Li, 2022).

### d) Análisis de sentimiento:

- Procesamiento de lenguaje natural para analizar feedback de clientes: [La IA en el feedback de clientes en las empresas](#)
- Monitoreo de la percepción de marca en tiempo real: [Herramienta de monitoreo de marca Brandwatch](#)

Ejemplo: Un hotel analiza las reseñas de clientes utilizando NLP para identificar áreas de mejora y tendencias en la satisfacción del cliente (Miklošić et al., 2019).



# Recurso de Profundización

Herramientas recomendadas:

- [Google Analytics 4](#)
- [Tableau](#)
- [RapidMiner](#)

Para profundizar:

- [Curso online de Análisis predictivo y pronósticos en marketing con IA](#)
- [Guía de Google sobre Atribución Multi-Canal](#)