

Profundización Clase 3.

Título del recurso relacionado: Tabla modelo de plan de medición digital (formato institucional)

Descripción del recurso: Se desarrolla una tabla de medición lista para adaptar a proyectos reales. Incluye objetivos estratégicos, KPI, métricas, eventos GA4, herramienta de medición y periodicidad de reporte. Es un formato útil para proyectos de investigación aplicada en comunicación digital.

Tabla modelo de plan de medición digital (formato institucional)

1. Descripción del recurso

Este recurso presenta un **formato estandarizado de plan de medición digital**, diseñado para ser aplicado en proyectos de comunicación, marketing digital e investigación aplicada.

Permite **alinear objetivos estratégicos con indicadores medibles**, facilitando:

- La implementación en herramientas como GA4
- La toma de decisiones basada en datos
- La evaluación sistemática de resultados

2. Estructura del modelo de medición

El modelo integra los siguientes componentes clave:

- Objetivo estratégico
- KPI (indicador clave)
- Métrica operativa
- Evento de medición (GA4)
- Herramienta
- Periodicidad
- Responsable

3. Tabla modelo (plantilla base)

Objetivo estratégico	KPI	Métrica	Evento GA4	Herramienta	Periodicidad	Responsable
Incrementar conversiones	Tasa de conversión	% conversiones / usuarios	purchase	GA4	Semanal	Marketing
Generar leads	Formularios completados	Nº registros	generate_lead	GA4 / CRM	Semanal	Admisiones
Aumentar engagement	Tiempo en sitio	Duración promedio	user_engagement	GA4	Mensual	Contenido
Mejorar interacción	CTR	Clicks / impresiones	click	GA4 / Ads	Semanal	Paid Media
Incrementar tráfico	Usuarios	Nº visitas	page_view	GA4	Diario	Analítica
Reducir abandono	Tasa rebote	% salidas sin interacción	session_start / exit	GA4	Semanal	UX

4. Versión ampliada (nivel institucional)

Para proyectos de mayor complejidad (ej. investigación o planificación estratégica), se recomienda esta versión:

Objetivo	KPI	Fórmula	Meta	Métrica	Evento GA4	Fuente de datos	Herramienta	Periodicidad	Responsable	Acción asociada
Captar leads	Tasa conversión	Leads / visitas	5%	Formularios	generate_lead	Web	GA4 / CRM	Semanal	Marketing	Optimizar landing
Mejorar engagement	Scroll profundo	>70% usuarios	50%	Scroll	scroll	Web	GA4	Mensual	UX	Rediseño contenido
Optimizar campañas	CTR	Clicks / impresiones	3%	Clicks	ad_click	Ads	Meta/Google Ads	Semanal	Paid Media	Ajuste segmentación
Aumentar retención	Usuarios recurrentes	Returning users	+20%	Sesiones	session_start	Web	GA4	Mensual	CRM	Email marketing

5. Guía de uso del modelo

Paso 1: Definir objetivo estratégico

Debe ser claro y alineado a resultados (ej. conversiones, engagement, tráfico)

Paso 2: Establecer KPI

Indicador clave directamente vinculado al objetivo

Paso 3: Seleccionar métricas

Variables específicas que permiten medir el KPI

Paso 4: Configurar eventos (GA4)

Traducir acciones del usuario en eventos medibles

Paso 5: Definir herramientas

Ejemplo:

- GA4 (analítica web)
- Meta Ads / Google Ads (campanas)
- CRM (leads)

Paso 6: Establecer periodicidad

- Diario (operativo)
- Semanal (seguimiento)
- Mensual (estratégico)