



Falabella.com

e-commerce *day*
SANTIAGO

2 modelos para optimizar la inversión en marketing y conversión.

Julius Odian

Gte Corp. Tecnología y Desarrollo

Falabella.com

Proliferación de medios de publicidad y canales de venta

Marketing
online





Modelos para medir la efectividad de publicidad transaccional

- EBITDA (Resultados antes de impuestos, depreciación y amortización)
= Margen bruto – costo operacional – costo marketing – costo RRHH
- LTV (Lifetime Value)
 - Inversión en marketing como % del valor presente neto de un cliente.
- Híbrido (EBIT- LTV)
 - Ajustar EBIT por % clientes nuevos adq marketing.

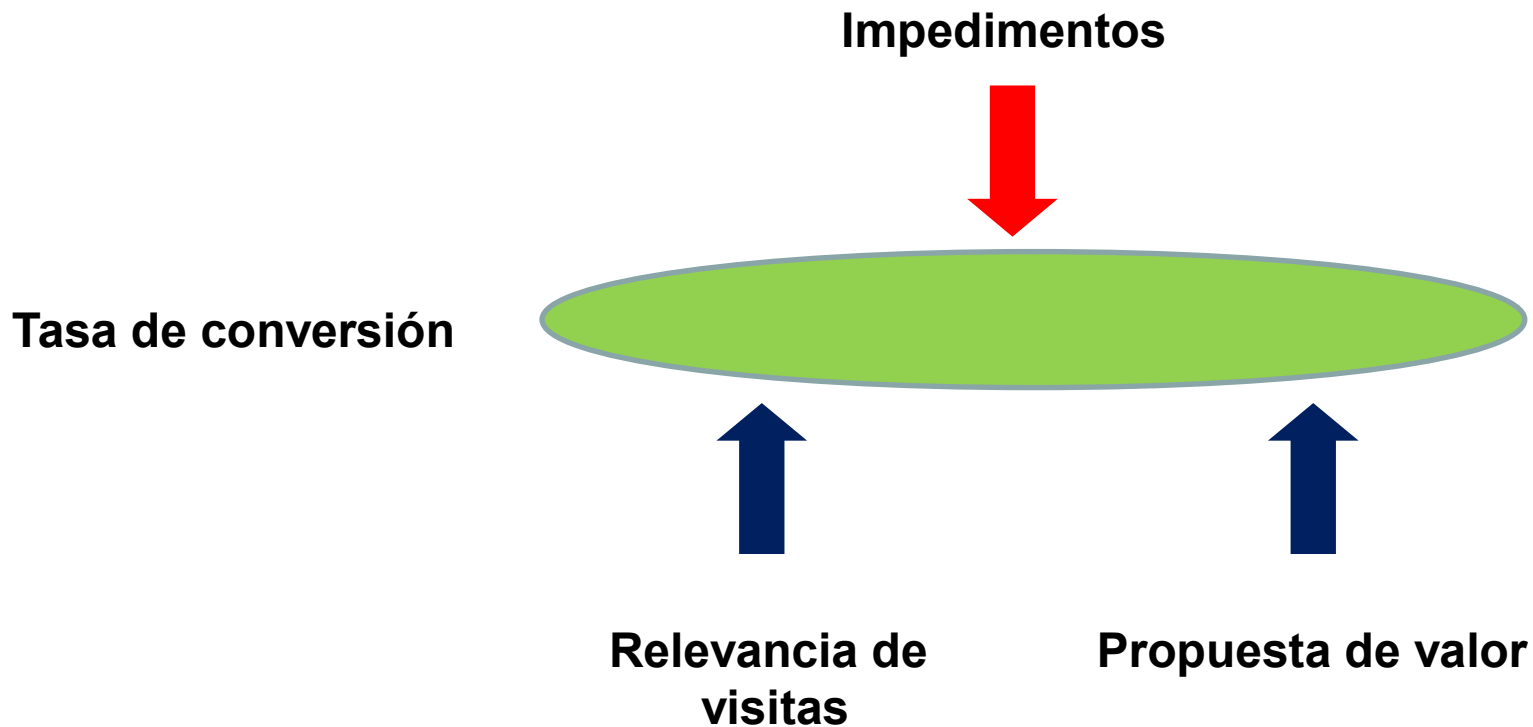


Típicas falencias en la medición de la publicidad

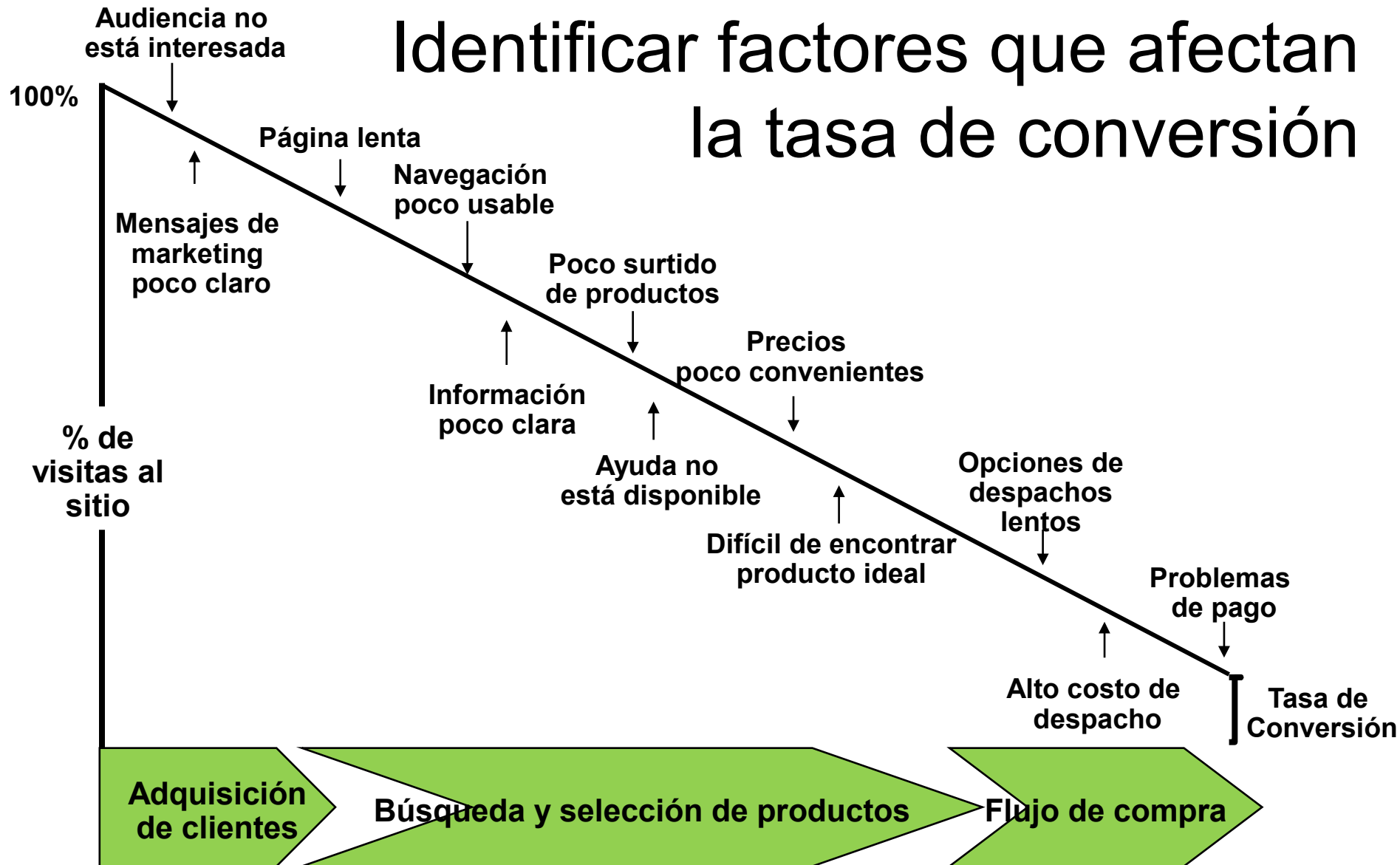
- Eliminación de cookies
- Uso de múltiples computadores
- Medición cross-channel
- Aislamiento de mensajes publicitarios
- Venta incremental



Modelo conceptual de la tasa de conversión



Identificar factores que afectan la tasa de conversión





Proceso de optimización

- Identificar key drivers de tu negocio
- Entender la fuga de los navegantes
- Implementar mejoras
- Medir resultados
- Repetir proceso



Falabella.com



Muchas gracias!