

ChatGPT al rescate :

Desbloquea superpoderes para crear campañas de marketing con ChatGPT paso a paso.

Víctor Puiggròs – Consultor Sénior en RocaSalvatella

01 de Octubre de 2024



ÍNDICE

1

Introducción

2

Guía paso a paso

3

Conclusiones

1

Introducción

¿ChatGPT puede ayudarme o es un bulo?



1 Introducción

Estudio



JUNE 26, 2023 | FACULTY & STAFF INSIGHTS

The productivity effects of generative AI (ChatGPT)

In an experiment with 444 college-educated professionals, results show that the use of ChatGPT increased productivity by 37%, and the time spent on specific tasks decreased by 80%.

ChatGPT aumentó la productividad en un 37% y redujo el tiempo en un 80% sobre tareas específicas.

Fuente: [Estudio MIT 2023](#)

Sí, ¡Tú también puedes!

¿Cómo?

1 Introducción

Introducción

Desbloqueando tus superpoderes



2

Paso a paso

Te lanzo un reto...

**¿Eres capaz de montar una
campaña de Marketing en
50 minutos?**

Reto aceptado

¿Por dónde empiezo?

2 Paso a paso

Campaña de Marketing

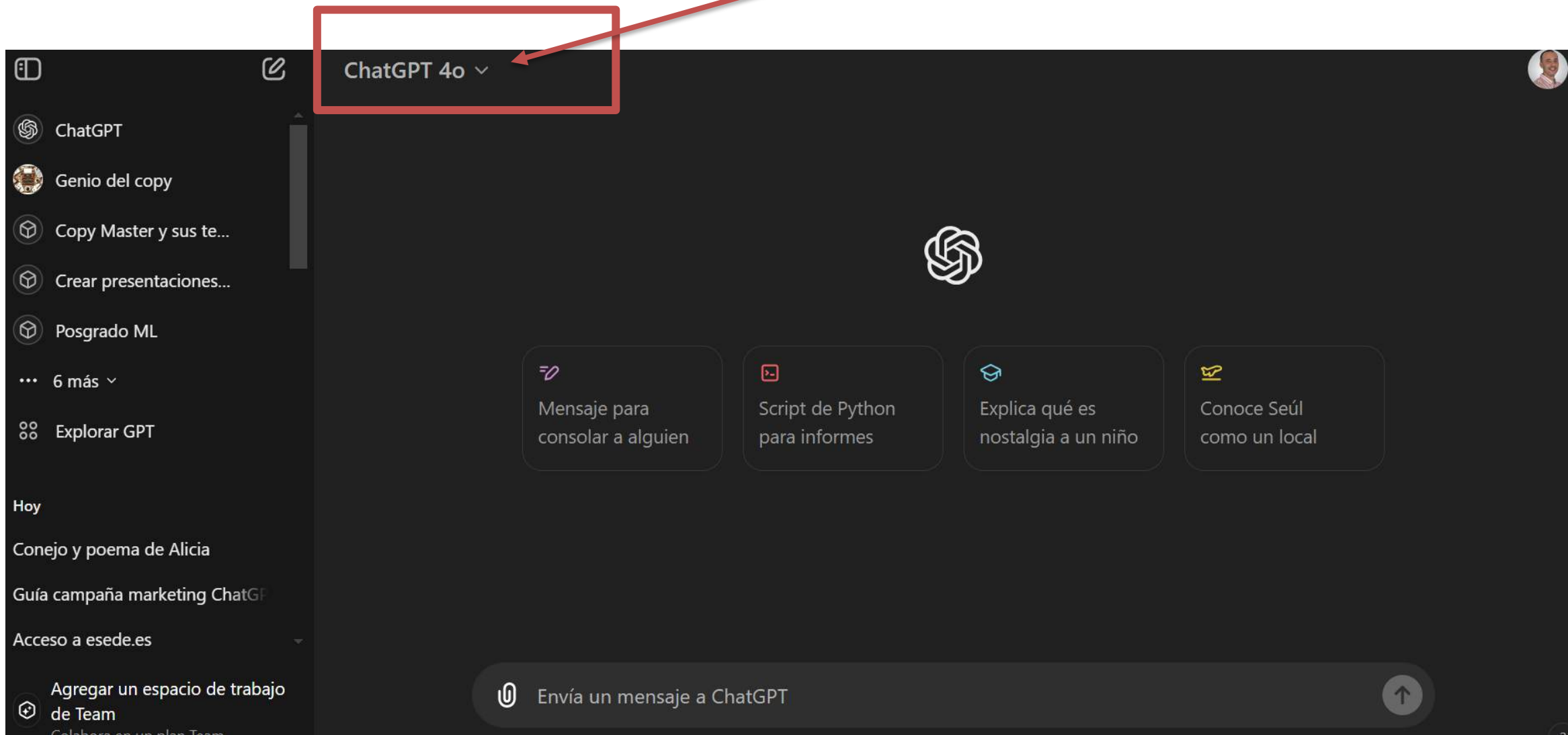
“Empieza por el principio —dijo el Rey gravemente —, y sigue hasta llegar al final; allí te paras.”

Alicia en el País de las Maravillas”



2 Paso a paso

Campaña de Marketing



¿Qué hay que tener en cuenta para crear una campaña de marketing?

2 Paso a paso

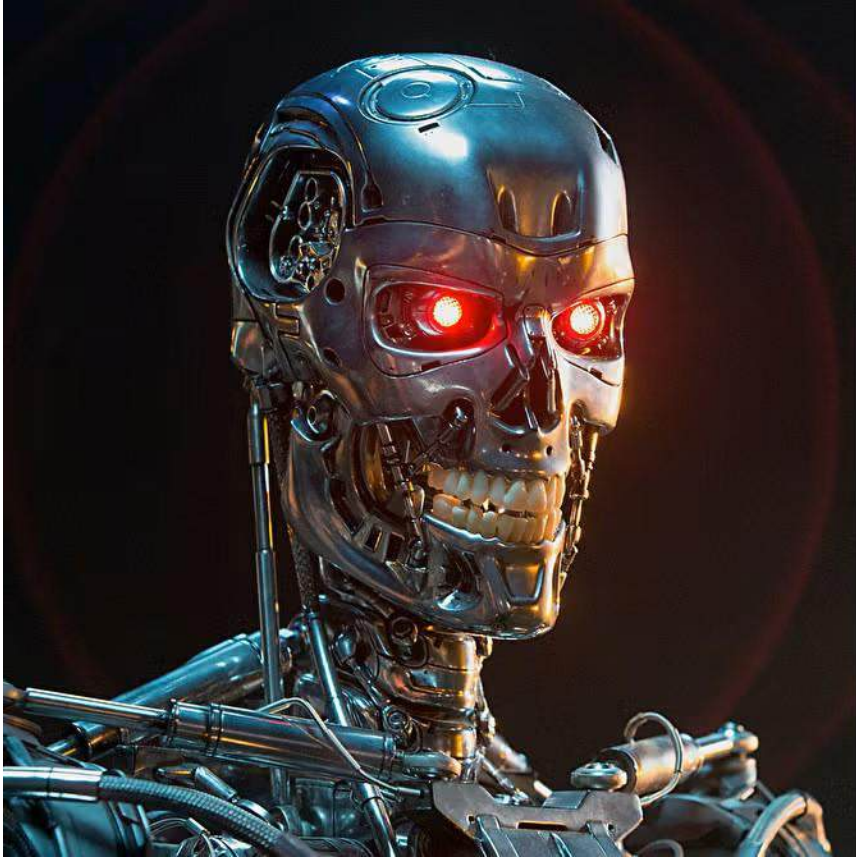
Pasos a seguir

Pasos para crear una campaña de Marketing

1. **Definir objetivos SMART** (*¿Qué quiero conseguir?*)
2. **Audiencia** (*¿A quién va dirigido?*)
3. **Propuesta de valor** (*¿Qué promesa le entrego a mis clientes?*)
4. **Canales** (*¿Por dónde llego a mi audiencia?*)
5. **Operativa** (*¿Qué tareas tengo que llevar a cabo?*)
6. **Medición de resultados** (*¿Cómo ha ido la campaña?*)
7. **Optimización** (*¿Cómo puedo mejorar mis resultados?*)

2 Paso a paso

Caso real



Fuente: [Web Miriam Erre](#)

Terapias espirituales



Fuente: Web Miriam Erre

Voy a explicarle a ChatGPT qué necesito

2 Paso a paso

Campaña de Marketing



Encuentro con tu Alma

Para que cada persona pueda hacerse cargo de su propio camino, de forma genuina y única, comprendiendo que no hay dos seres iguales en todo el planeta y a la vez, todos somos hijos del mismo cielo.

Este viaje es una oportunidad única, ya que nace de **años de experiencia de comunicación con los Guías de miles de personas**, así como de los espacios de acompañamiento individual que he podido disfrutar, observando **los secretos mejor guardados del Universo**, que en realidad fueron silenciados por los seres humanos y que **ahora es momento de revelar**.

Mi propuesta, entonces, es **encontrar tu hoja de ruta** en este momento de tu vida, esas pistas, ese recorrido que te lleva a **tomar las mejores decisiones en este momento presente** para acercarte una realidad alineada con tu Ser.

Este espacio de **acompañamiento individual**, es un viaje que vas a hacer **guiada por tu alma**, la que conoce todas las preguntas y todas las respuestas. La que conoce **tu Plan de Alma**, el plan que ella misma eligió para **guiarte hasta una vida plena**, una vida completa, una vida donde **tu identidad, tu amor, tu felicidad y tu abundancia sean una realidad**.


Durante la **comunicación con tus Guías** y la **Constelación Álmica**, vas a poder conocer tu **Plan de Alma** y poder observar y descubrir, **dónde es necesario poner energía** en este momento de tu vida y **qué es importante soltar** porque ya caducó en tu vida.

INFORMACIÓN DEL SERVICIO

 Precio
~~520€~~ 420€

 Modalidad
Online, directo y diferido

 Duración
5 días

 Incluye
- 48h con tus maestros
- sesión de 2h en directo para constelar tu alma
- acompañamiento durante 5 días

 Seguimiento
Seguimiento individual de cada proceso durante 5 días

 Plazas
3 espacios disponibles semanales

[¡Reserva ya tu plaza!](#)

Fuente: [Servicio "Encuentro con tu Alma"](#)

2 Paso a paso

Caso real



Actúa como especialista en Marketing para ayudarme a crear una campaña de Marketing para mi servicio "Encuentro con tu alma".
¿Qué preguntas necesitas que te responda para ir paso a paso? Aquí te dejo la información de mi servicio.
<https://miriamerre.com/servicios/encuentro-con-tu-alma/>

Fuente: [Web Miriam Erre](#)

2 Paso a paso

Objetivo SMART



Memoria actualizada

Para ayudarte a crear una campaña de marketing efectiva para tu servicio "Encuentro con tu alma", necesitaría la siguiente información:

1. Objetivos de la campaña:

- ¿Cuál es el objetivo principal de la campaña? (Por ejemplo: generar leads, ventas directas, incrementar visibilidad, fidelizar a clientes, etc.)

2. Público objetivo:

- ¿Quiénes son las personas ideales a las que va dirigido el servicio? (Edad, género, ubicación, intereses, nivel socioeconómico, etc.)
- ¿Tienes datos sobre tus clientes actuales o potenciales que podamos utilizar para segmentar mejor?

Fuente: [Web Miriam Erre](#)

Definir objetivos SMART



2 Paso a paso

Caso real



No tengo claro que objetivo SMART escoger. Me puedes ayudar? Hasta el momento tengo 10 clientes al mes. Tengo espacio para atender a 5 clientes más al mes. Mi tasa de conversión entre llamada y cliente es que de cada 7 llamadas consigo 2 clientes y la mayoría de veces los clientes me contactan porque me han visto en instagram. Qué objetivo me podría plantear para una campaña de marketing?

< 2/2 >

Fuente: [Web Miriam Erre](#)

2 Paso a paso

Caso real



Memoria actualizada

Con la información que me has proporcionado, podemos diseñar un objetivo SMART que sea realista y alineado con tu capacidad actual. Dado que tienes espacio para 5 clientes más al mes y que tu tasa de conversión de llamadas a clientes es de 2 de cada 7 llamadas, un objetivo adecuado podría centrarse en aumentar tanto el número de llamadas como la calidad de los leads que te contactan.

Objetivo SMART sugerido:

Objetivo específico: Aumentar el número de clientes mensuales de 10 a 15 en los próximos 3 meses.

- **Medible:** Conseguir un incremento de 5 clientes al mes.
- **Alcanzable:** Basándonos en tu tasa de conversión, necesitarías generar aproximadamente 18 llamadas mensuales para alcanzar esos 5 clientes adicionales.
- **Relevante:** Este objetivo se ajusta a tu capacidad actual de atender a 15 clientes al mes.
- **Temporal:** Lograrlo en un periodo de 3 meses, incrementando paulatinamente las llamadas y optimizando las campañas en Instagram para generar más leads cualificados.

Estrategia para alcanzar el objetivo:

1. **Campaña en Instagram:** Aumentar la visibilidad mediante anuncios bien segmentados para captar más leads. Dado que la mayoría de tus clientes vienen de esta plataforma, puedes optimizarla aún más.
2. **Optimización del funnel de conversión:** Mejorar el seguimiento y la cualificación de los leads que te contactan, de forma que las llamadas sean más efectivas.
3. **Diversificación de canales:** Explorar otras plataformas o estrategias, como colaboraciones con influencers o campañas de email marketing, para aumentar el número de leads.

¿Qué te parece esta propuesta? ¿Te gustaría ajustarla de alguna forma?



Fuente: [Web Miriam Erre](#)

2 Paso a paso

Caso real



Perfecto, muchas gracias, vamos a definir los objetivos smart. Mi objetivo smart es que quiero conseguir 20 clientes para mi servicio "mi plan de alma" en los próximos 3 meses.



Memoria actualizada

¡Genial! Definir un objetivo SMART es clave para una campaña de marketing exitosa. Tu objetivo de "conseguir 20 clientes para tu servicio 'mi plan de alma' en los próximos 3 meses" es específico, medible, alcanzable, relevante y tiene un plazo definido.

Fuente: [Web Miriam Erre](#)

2 Paso a paso

Audiencia

Audiencia



2 Paso a paso

Audiencia



Perfecto. Ahora vamos necesito que me ayudes a definir mi audiencia.
¿Qué preguntas necesitas que te responda para que me ayudes?



Para definir tu audiencia de manera efectiva, necesitaría que me respondas a las siguientes preguntas clave:

1. Datos demográficos:

- **Edad:** ¿Qué rango de edad tienen normalmente tus clientes?
- **Género:** ¿Tu servicio está dirigido principalmente a hombres, mujeres, o ambos?
- **Ubicación:** ¿Dónde se encuentran geográficamente tus clientes? (Regiones, ciudades, países, etc.)

3. Comportamiento de compra:

- **Motivaciones:** ¿Qué impulsa a tus clientes a contratar tu servicio? (¿Buscan claridad, propósito, transformación personal?)
- **Puntos de dolor:** ¿Qué problemas o retos están intentando resolver al contratar "mi plan de alma"?
- **Objeciones comunes:** ¿Qué objeciones suelen tener antes de decidir contratar tu servicio? (Precio, tiempo, etc.)



4. Relación

- **Conocimiento:** ¿Cómo es un cliente?
- **Fidelización:** ¿Solo una vez?

5. Comportamiento en redes sociales:

- **Plataformas preferidas:** ¿Qué redes sociales utilizan más tus clientes? (Instagram, Facebook, LinkedIn, etc.)
- **Hábitos digitales:** ¿A qué horas suelen estar más activos o interactuar en redes sociales?

6. Segmentación adicional (si aplica):

- ¿Tienes diferentes tipos de clientes o segmentos a los que te diriges? Por ejemplo, algunos pueden estar más interesados en la espiritualidad mientras que otros pueden estar buscando un cambio de vida específico.

Con esta información, podré ayudarte a definir tu audiencia con mayor precisión y crear una segmentación para tu campaña de marketing. ↓

2 Paso a paso

Audiencia



Me cuesta mucho responderte a estas preguntas, voy a pedirte que me ayudes por favor. Entra por favor a la sección web de mi servicio y define por favor a mi público objetivo:
<https://miriamerre.com/servicios/encuentro-con-tu-alma/>

2 Paso a paso

Audiencia



Con base en la información del servicio "Encuentro con tu alma", aquí está un análisis inicial de tu público objetivo:

Datos demográficos:

- **Edad:** Adultos entre 30 y 50 años, quienes suelen estar en un proceso de búsqueda personal, desarrollo espiritual y autoconocimiento.
- **Género:** Principalmente mujeres, aunque el servicio puede atraer a hombres también. La mayoría de los testimonios en la página son de mujeres.
- **Ubicación:** Clientes de habla hispana, principalmente en España, aunque la modalidad online permite atraer a personas de diferentes países.



2 Paso a paso



Datos psicográficos:

Comportamiento de compra:

Comportamiento en redes sociales:

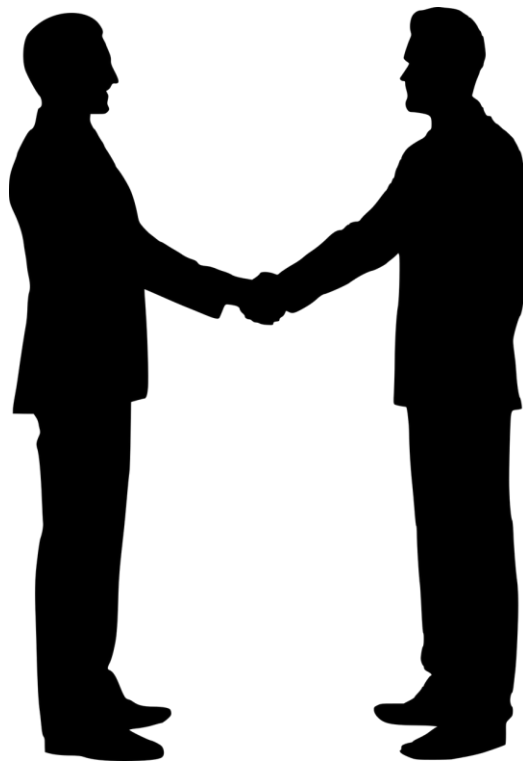
Segmentación adicional:

Podrías dividir a tu público en dos segmentos:

1. **Personas nuevas en la espiritualidad:** Están comenzando a explorar la espiritualidad y buscan orientación para dar sus primeros pasos.
2. **Personas con experiencia en espiritualidad:** Han tenido contacto previo con estos temas y buscan una experiencia más profunda y personalizada.

Con esta definición, podemos avanzar en ajustar tu campaña a este perfil de audiencia. ¿Qué te parece? ¿Te gustaría afinar algún aspecto?

Propuesta de valor



2 Paso a paso

Propuesta de valor



Muchas gracias. Ahora ya tengo el objetivo y la audiencia. Ayúdame por favor a crear mi propuesta de valor.

2 Paso a paso

Propuesta de valor



¡Perfecto! Ahora que tienes tu objetivo y audiencia definidos, pasemos a la propuesta de valor. La **propuesta de valor** es clave para comunicar de manera clara y persuasiva por qué tu servicio "Encuentro con tu alma" es único y por qué los clientes deberían elegirlo. Para ayudarte a crearla, te haré algunas preguntas que nos guiarán en su construcción:

1. Problema que resuelves:

- ¿Cuál es el principal problema o necesidad que tiene tu audiencia y que tu servicio resuelve?
- ¿Por qué tu audiencia no ha podido resolver este problema por sí misma o con otros servicios?

2. Beneficios que ofreces:



2 Paso a paso

Propuesta de valor



Accede a la sección y dime qué propuesta puedo ofrecer

2 Paso a paso

Propuesta de valor

Propuesta de valor:

"Encuentro con tu alma" es un viaje espiritual único y profundamente transformador, diseñado para guiarte hacia el descubrimiento de tu propósito de vida y alinearte con tu verdadero ser. A través de un proceso personalizado que incluye **canalización directa con tus guías espirituales**, una **Constelación Álmica** hecha a medida y un seguimiento cercano durante 5 días, te ayudaré a desbloquear energías estancadas, soltar lo que ya no te sirve y encontrar respuestas claras a tus preguntas más profundas.

Este espacio está diseñado para que cada persona encuentre su hoja de ruta personal, revelando los secretos de su Plan de Alma, la guía más confiable para una vida plena, abundante y feliz. Con la

2 Paso a paso

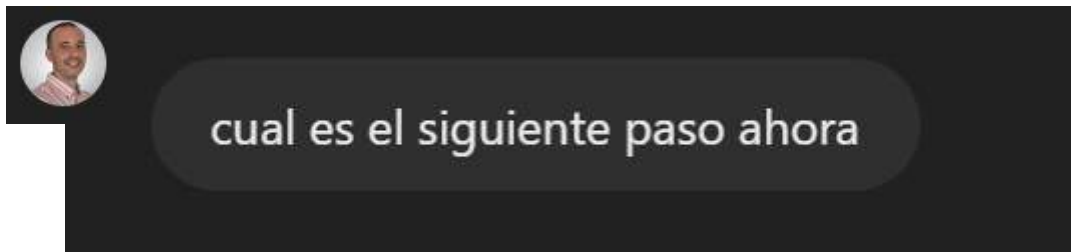
Propuesta de valor



"Descubre tu propósito y transforma tu vida con la guía de tu alma y una Constelación Álmica única."

2 Paso a paso

Propuesta de valor



2 Paso a paso

Canales



Canales de promoción

2 Paso a paso

Canales



cual es el siguiente paso ahora



El siguiente paso es **diseñar la estrategia de tu campaña de marketing**. Ahora que tenemos el objetivo SMART, la audiencia y la propuesta de valor clara, es hora de definir cómo vas a comunicar tu mensaje y a captar clientes. Aquí te sugiero los siguientes pasos:

1. Definir los canales de promoción:

- **Instagram:** Ya que la mayoría de tus clientes te encuentran aquí, te recomendaría seguir optimizando este canal con anuncios y contenido atractivo.
- **Email Marketing:** Si ya tienes una base de datos, enviar emails personalizados puede ser una excelente forma de nutrir leads.
- **Página web:** Asegúrate de que tu landing ↓ je esté optimizada para conversiones, con llamadas a la acción claras.

2 Paso a paso

Canales



2. Crear contenido para atraer y nutrir a tu audiencia:

- **Posts y anuncios en Instagram:** Publica contenido enfocado en tu propuesta de valor, incluyendo testimonios de clientes, explicaciones del proceso, y publicaciones educativas sobre lo que significa una "Constelación Álmica" y su impacto en la vida de las personas.
- **Vídeos en stories/reels:** Muestra detrás de escena o testimonios reales de personas que hayan transformado su vida gracias a tu servicio.
- **Landing page optimizada:** Asegúrate de que la página de destino tenga un mensaje claro, visual atractivo y CTA (Call to Action) sencillo, como "Reserva tu sesión".

3. Establecer el funnel de conversión:

- **Generar Leads:** Usa formularios en Instagram o en tu web para que las personas se inscriban con sus datos para más información o una sesión gratuita.
- **Seguimiento:** Envía emails personalizados con información adicional para mantener el interés de los leads que aún no han convertido.
- **Conversión:** Ofrece una consulta inicial gratuita o con descuento para eliminar barreras iniciales.

4. Medir los resultados y ajustar:

- **Monitorea métricas:** Número de leads, tasa de conversión de leads a clientes, interacciones en redes sociales, y visitas a la web.
- **Ajusta la campaña:** Si no estás alcanzando el rendimiento esperado, puedes ajustar los mensajes, los anuncios o los públicos objetivos para mejorar los resultados.

¿Te gustaría que empecemos a planificar una parte específica, como los anuncios de Instagram o el contenido para la página web?



Operativa



2 Paso a paso

Operativa



Perfecto. Vamos a ir por pasos. Primero ayúdame a crear 3 posts para Instagram.

2 Paso a paso

Operativa



Post 1: Introducción a la Constelación Álmica

Imagen: Una imagen inspiradora que muestre un entorno espiritual, con elementos como velas, cristales, o símbolos místicos.

Texto: *"¿Sabías que dentro de ti tienes todas las respuestas que necesitas para vivir una vida plena y alineada con tu propósito? A través de una Constelación Álmica, puedes descubrir tu Plan de Alma y soltar todo aquello que ya no te sirve.*

Este proceso te permitirá liberar bloqueos y recibir la guía de tus maestros espirituales, llevándote hacia una transformación profunda en tu vida.

Prepárate para conectar con la sabiduría de tu alma y transformar tu realidad."

Call to Action (CTA): "¿Te gustaría saber más? Reserva tu sesión de Constelación Álmica y empieza este viaje transformador. Enlace en la bio."

Sin emojis lo veo soso

2 Paso a paso

Operativa



Post 1: Introducción a la Constelación Álmica

Texto:

💎 ¿Sabías que dentro de ti tienes todas las respuestas que necesitas para vivir una vida plena y alineada con tu propósito? 💎

A través de una Constelación Álmica, puedes descubrir tu Plan de Alma y soltar todo aquello que ya no te sirve. 🌿

Este proceso te permitirá liberar bloqueos y recibir la guía de tus maestros espirituales, llevándote hacia una transformación profunda en tu vida. 🌀

Prepárate para conectar con la sabiduría de tu alma y transformar tu realidad. ✨

Call to Action (CTA):

👉 ¿Te gustaría saber más?

Reserva tu sesión de Constelación Álmica y empieza este viaje transformador. Enlace en la bio. 🦋

Hashtags:

#ConstelaciónÁlmica #PlanDeAlma #TransformaciónEspiritual #SabiduríaInterior #GuíasEspirituales
#DesarrolloPersonal #Autoconocimiento #CrecimientoEspiritual #SanaciónEmocional
#PropósitoDeVida #ConexiónEspiritual #Alma #EnergíaPositiva #BienestarEspiritual
#TransformaciónPersonal



Post 2: Testimonio de una Transformación


Imagen: Foto de una cliente (con su permiso) o una imagen de una mujer en paz, con una expresión de gratitud o serenidad.

Texto: *"La semana pasada, [Nombre del cliente] tuvo su sesión de Constelación Álmica y esto es lo que nos compartió:*

'Después de mi sesión, sentí una claridad que nunca había tenido antes. Los bloqueos emocionales que llevaba cargando por años desaparecieron, y ahora tengo una visión clara sobre los próximos pasos en mi vida. Ha sido una experiencia reveladora, ¡totalmente transformadora!'

Cada sesión es un viaje único y personal hacia tu Plan de Alma, guiado por la sabiduría de tus Guías."

CTA:

"¿Quieres vivir esta experiencia? Contáctame |  más información o reserva tu sesión. Enlace en la bio."

2 Paso a paso

Operativa



Puedes hacerme una imagen para el post 1



Aquí tienes la imagen para el post 1, diseñada para evocar un ambiente sereno y espiritual. Puedes usarla como base visual para tu publicación en Instagram. ¿Te gustaría que ajustemos algún otro detalle o crear otra imagen?



2 Paso a paso

Operativa



perfecto, ahora vamos a preparar correos a la base de datos. Cómo lo hacemos?



¡Genial! Para preparar una estrategia de email marketing efectiva, te recomiendo que estructuramos la campaña de correos en varias fases, con un enfoque claro y atractivo para tu base de datos. Aquí te dejo un plan paso a paso:

2 Paso a paso

Operativa



Fase 1: Introducción al servicio "Encuentro con tu alma"

- **Objetivo:** Presentar el servicio y generar curiosidad.
- **Contenido:** Breve explicación del servicio, beneficios y un testimonio inicial.
- **Call to Action (CTA):** "Descubre más y reserva tu sesión ahora".

Fase 2: Educativa – Explica el proceso

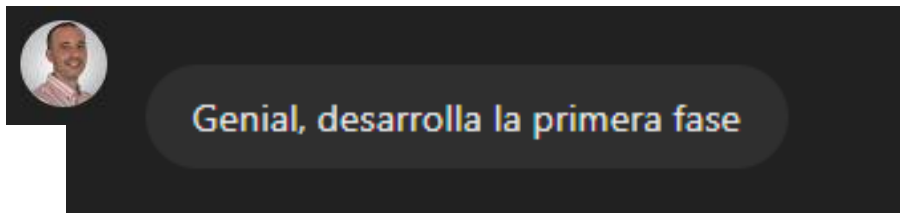
- **Objetivo:** Explicar detalladamente cómo funciona el "Encuentro con tu alma".
- **Contenido:** Desglose paso a paso del proceso de canalización, constelación y acompañamiento.
- **Call to Action (CTA):** "Reserva tu sesión ahora y empieza tu transformación".

Fase 3: Testimonio e invitación final

- **Objetivo:** Reforzar el interés y crear urgencia para que tomen acción.
- **Contenido:** Testimonios de éxito y recordatorio de los beneficios clave.
- **Call to Action (CTA):** "No esperes más, reserva tu sesión ahora y comienza tu viaje".

2 Paso a paso

Operativa





Saludo personal:

Hola [Nombre],

Introducción:

A lo largo de nuestras vidas, muchas veces sentimos que estamos buscando respuestas, claridad o simplemente una dirección que nos guíe hacia una vida más plena. Tal vez te has preguntado: "*¿Cuál es mi verdadero propósito?*" o "*¿Qué debo cambiar para sentirme realmente alineado/a con mi ser?*"

Explicación breve del servicio:

El "**Encuentro con tu alma**" es un proceso espiritual único que te permite conectar con las respuestas que tu alma ya conoce. A través de una **Constelación Álmica** personalizada y la guía de tus **Guías espirituales**, descubrirás cómo liberar bloqueos emocionales, soltar lo que ya no te sirve y tomar decisiones alineadas con tu propósito.

Beneficios clave:

- Conectarás con tu **Plan de Alma**, esa hoja de ruta que tu alma eligió para que vivas una vida plena y abundante.
- Descubrirás **qué aspectos de tu vida necesitan energía** y en qué debes trabajar para alcanzar tu

Medimos resultados



2 Paso a paso

Resultados

Resumen de adquisiciones

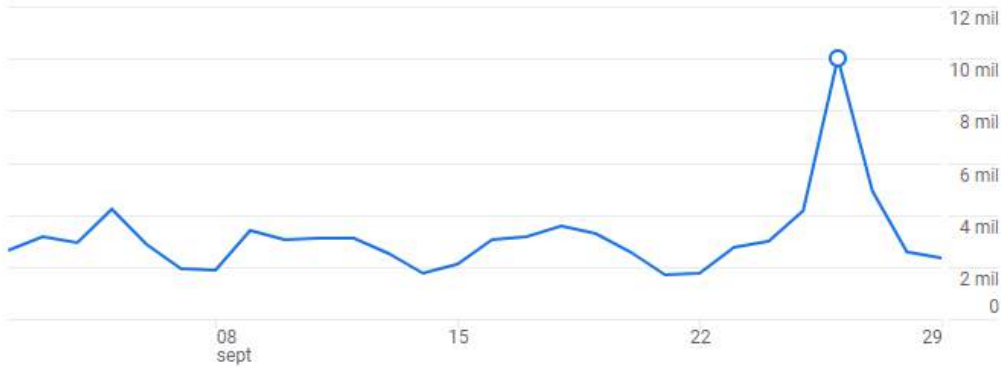


Usuarios activos ?

76 mil

Usuarios nuevos ?

67 mil



USUARIOS ACTIVOS DURANTE LOS ÚLTIMOS 30 MINUTOS

59

USUARIOS ACTIVOS POR MINUTO



PAÍSES PRINCIPALES

País	Usuarios activos
United States	47
Canada	3
Mexico	2
Argentina	1
Chile	1
-	-

[Ver en tiempo real](#) →

Usuarios nuevos por

Primer grupo de canales princi...

PRIMER GRUPO DE CANAL...

USUARIOS NUEVOS

Direct	45 mil
Organic Search	13 mil
Referral	4,2 mil
Cross-network	2,3 mil
Paid Search	1,2 mil
Unassigned	355
Organic Social	319

[Ver adquisición de usuarios](#) →

2 Paso a paso

Resultados

Resumen de adquisiciones

Usuarios activos: 76 mil | Usuarios nuevos: 67 mil

Usuarios activos durante los últimos 30 días: 59

Usuarios activos por país:

País	Usuarios activos
Brasil	45 mil
Argentina	11 mil
Colombia	42 mil
Chile	2,7 mil
Perú	12 mil
México	305
Digital total	314

me a yudas a interpretar los resultados?

2 Paso a paso

Resultados



Vamos a introducir los datos que nos muestran:

1. Usuarios

- Usuarios: Este es el número de usuarios que han visitado tu web.
- Usuarios nuevos: Este es el número de usuarios que han visitado tu web por primera vez.

2. Usuarios Activos Durante los Últimos 30 Minutos

- Actualmente hay **59 usuarios activos**, con una gran parte de ellos provenientes de **Estados Unidos (47)**. Esto sugiere que tu tráfico reciente está mayormente concentrado en Estados Unidos, seguido por Canadá, México, Argentina y Chile. Si este es un mercado objetivo clave, es un buen indicador; de lo contrario, podrías necesitar ajustar la segmentación.

3. Adquisición por Canales (Usuarios Nuevos)

- **Directo (45 mil)**: Una gran mayoría de tus usuarios nuevos están llegando de forma directa, es decir, probablemente escriben tu URL directamente en el navegador o tienen la web guardada en sus favoritos.
- **Búsqueda Orgánica (13 mil)**: Este número es significativo, indicando que muchas personas están encontrando tu web a través de motores de búsqueda como Google de forma orgánica. Esto es positivo para tu SEO.
- **Referencias (4,2 mil)**: Estos usuarios llegaron a tu web a través de enlaces en otros sitios web.



**Yo soy más de analizar
datos en un Excel...**

2 Paso a paso

Resultados



Datos_demo_de_tr_fico_web_y_m_trica...

Hoja de cálculo



Te adjunto los resultados exportados de mi herramienta de análisis y monitorización. Puedes ayudarme a interpretar los datos? |



2 Paso a paso

Resultados

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
1	Fecha	Usuarios_Activos	Usuarios_Nuevos	Visitas_Directas	Visitas_Organic_Sea	Visitas_Social	Visitas_Referencia	Visitas_Pagadas	Tasa_Apertura_Email	Tasa_Clics_Email	Conversiones	Ingresos_Generados
2	01/09/2023	12270	4775	1502	2722	665	201	474	21.78	1.47	105	4990.76
3	02/09/2023	5860	12226	3454	2819	324	503	121	25.4	5.78	10	1834.34
4	03/09/2023	10390	7152	4645	3625	484	453	337	44.05	5.87	78	9039.65
5	04/09/2023	10191	5585	2751	3729	502	851	257	22.68	6.74	13	2216.47
6	05/09/2023	10734	7943	1804	3604	737	652	137	16.78	7.53	25	2110.21
7	06/09/2023	11265	11555	3146	2597	229	236	329	32.27	9.78	33	6013.89
8	07/09/2023	5466	7073	3731	3693	152	359	464	47.45	5.65	89	8558.62
9	08/09/2023	9426	5021	2895	1795	783	208	150	37.84	3.91	11	350.27
0	09/09/2023	10578	7843	3773	2051	771	432	537	32.8	8.16	137	25196.35
1	10/09/2023	13322	11989	2570	2643	515	298	363	13.89	3.44	93	4233.24
2	11/09/2023	6685	10873	1960	2363	346	858	382	34.6	4.95	149	12558.21
3	12/09/2023	5769	9675	4810	2981	538	407	126	49.6	1.71	133	25470.9
4	13/09/2023	11949	4161	3660	2354	302	330	325	15.6	1.23	42	8047.34
5	14/09/2023	7433	8297	2485	2663	283	603	376	30.73	9.66	110	14023.29
6	15/09/2023	10311	4995	3690	2529	222	351	385	45.09	8.52	21	2885.66
7	16/09/2023	10051	11629	4840	3038	500	253	196	39.63	7.26	76	8073.92
8	17/09/2023	11420	5016	2028	2496	393	319	383	37.88	4.68	74	5908.59
9	18/09/2023	6184	11869	4289	3237	379	872	466	38.1	2.56	83	7127.46
0	19/09/2023	9555	10439	1502	2408	709	827	547	24.38	2.41	52	7505.06
1	20/09/2023	8385	11892	3814	2400	297	786	580	21.74	3.25	53	8368.89
2	21/09/2023	11396	10863	1397	2306	610	824	552	42.37	5.94	38	6253.6
3	22/09/2023	13666	11916	1870	3680	243	619	416	42.4	7.43	21	3448.94
4	23/09/2023	14274	12529	3842	3675	708	621	403	44.68	6.94	104	4732.52
5	24/09/2023	7558	4878	1392	1972	300	303	246	46.53	3.52	55	6272.83
6	25/09/2023	12849	8887	1206	2768	223	453	103	30.45	9.59	139	5530.11
7	26/09/2023	7047	8859	2038	2282	286	426	134	30.06	7.64	44	5430.48



Principales métricas:

1. Usuarios Activos y Nuevos:

- **Usuarios Activos:** Varían de 5,860 a 12,270. Estos son los usuarios que han interactuado con tu sitio en la fecha correspondiente.
- **Usuarios Nuevos:** Tienes una buena cantidad de usuarios nuevos, lo que significa que tu sitio está atrayendo a nuevos visitantes consistentemente (entre 4,775 y 12,226).

2. Fuentes de tráfico:

- **Visitas Directas:** El tráfico directo varía de 1,502 a 4,645 visitas. Esto indica que muchas personas llegan directamente a tu sitio, tal vez porque ya conocen tu marca.
- **Organic Search (Búsqueda Orgánica):** Los valores oscilan entre 2,722 y 3,729. Este es un buen indicador de tu posicionamiento en motores de búsqueda (SEO).

2 Paso a paso

Resultados



Posibles áreas de mejora:

- **Tráfico Social:** Tienes espacio para mejorar el tráfico desde redes sociales, lo que podría incrementar las conversiones si refuerzas este canal.
- **Tasa de Clics de Emails:** Aunque tienes una buena tasa de apertura, las tasas de clics pueden ser optimizadas con mejores incentivos, llamadas a la acción más claras o contenido más visual y atractivo.

Si deseas un análisis más detallado sobre alguna métrica en específico, no dudes en indicarlo. [>-]

**¿Cómo le explico esto
a mi jefe / Cliente?**

2 Paso a paso

Resultados

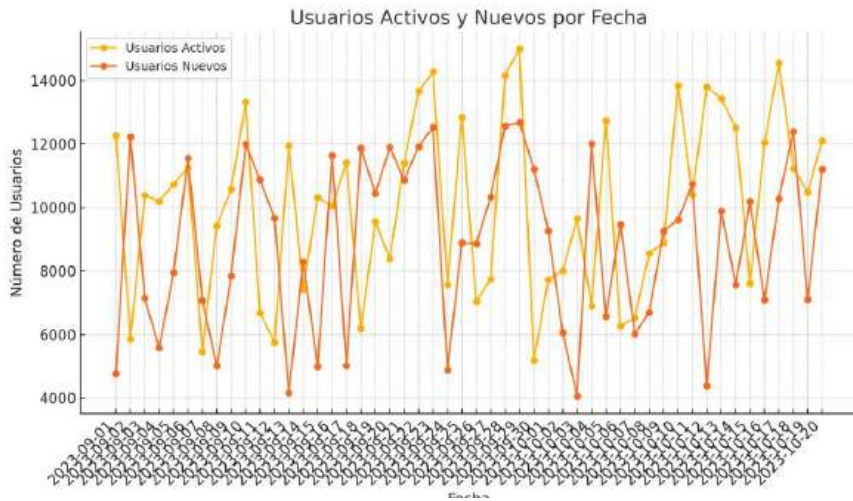


crea gráficas para visualizar los resultados y hazme un archivo PDF para descargar

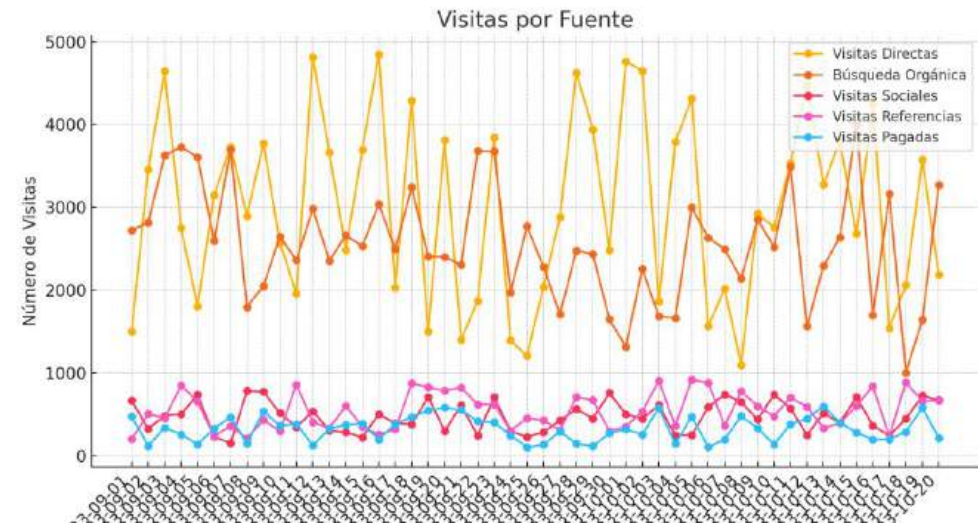
2 Paso a paso

Resultados

Informe de Resultados de Tráfico Web y Campaña de Marketing



Visitas por Fuente



2 Paso a paso

Resultados



He generado un archivo PDF que contiene las gráficas con los resultados de tráfico web y métricas de tu campaña de marketing. Puedes descargarlo desde el siguiente enlace:

[Descargar informe PDF](#)

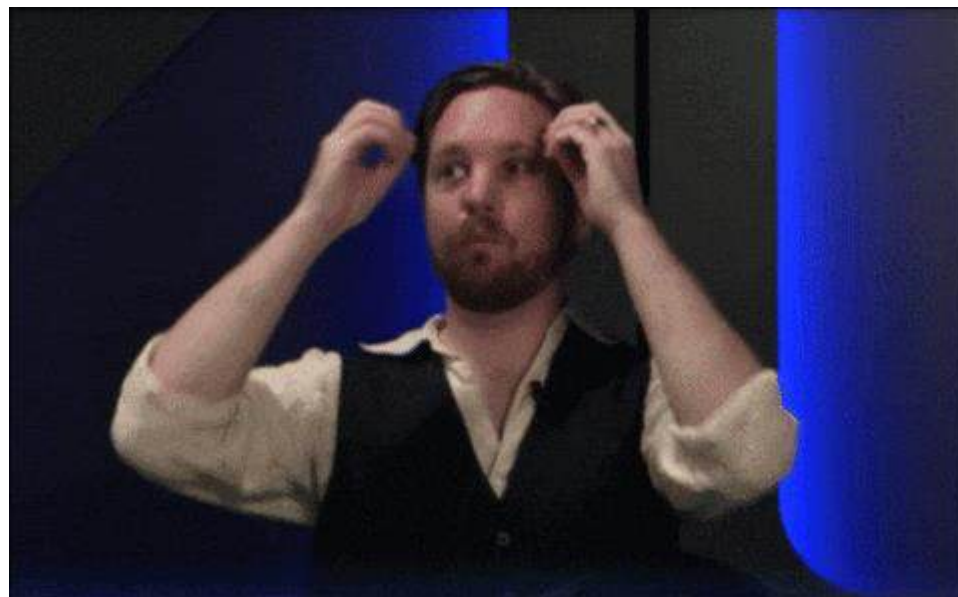
Si necesitas más detalles o ajustes, no dudes en decírmelo. [\[>-\]](#)



2 Paso a paso

Optimizamos

Optimizamos



2 Paso a paso

Optimizamos



En base a las áreas de mejora, puedes prepararme un plan de acción para mejorar en la próxima campaña.

2 Paso a paso

Optimizamos



Plan de Acción para la Próxima Campaña:

1. Aumentar tráfico desde redes sociales:

- Crear contenido visual interactivo (reels, stories).
- Colaborar con influencers relevantes.
- Invertir en anuncios pagados (Instagram/Facebook).
- Realizar campañas interactivas (concursos/giveaways).

2. Mejorar la tasa de clics en emails:

- Optimizar contenido con imágenes y botones llamativos.
- Ofrecer promociones exclusivas y limitadas.
- Segmentar la lista de correos para mayor relevancia.
- Implementar pruebas A/B en correos.
- Crear un sentido de urgencia en los mensajes.

3. Monitorear y ajustar:

- Revisar métricas de tráfico social y email semanalmente.
- Ajustar estrategias según resultados y rendimiento.

3

Conclusiones

Conclusiones

1. **La IA nos ha ayudado a reflexionar qué queremos conseguir**
2. **Nos ha propuesto el público objetivo solo visitando la web**
3. **Ha extraído la propuesta de valor directamente**
4. **Me ha sugerido los canales de comunicación**
5. **Ha creado los post y los emails siguiendo la estrategia**
6. **Ha analizado resultados y creado informes**
7. **Ha creado un plan de acción para mejorar los resultados.**

Toma 1 minuto para reflexionar

**¿Cuánto tiempo hubiera
necesitado para hacer todo este
trabajo por mi mismo?**

¿Hubiera sido capaz de hacer por mi cuenta todo el trabajo de cada fase de la campaña?

¿Quieres más?

Asistente GPT



<https://rebrand.ly/asistenteGPT>

Desbloquear poderes



<https://rebrand.ly/superpoder>

3 Concluiones

Conclusiones



B Sabadell

Hub Empresa

Gracias ;)

#SabadellHubEmpresa

Víctor Puiggròs – Consultor Senior en RocaSalvatella

¿Conectamos?

