



Bienvenidos a EN VIVO





Juliana Fernández

CSM LatAm | HubSpot



José Luis Ortiz

CSM LatAm | HubSpot



¡Desde Bogotá!



TEMA DE HOY

Informes y Analíticas Inbound



AGENDA

1. Metodología de informes Inbound
2. Proceso para crear informes personalizados
3. Creación de informes personalizados con la herramienta



QUÉ APRENDERÁS HOY

1. Cómo crear informes personalizados en HubSpot para analizar métricas



Ingresa tus preguntas
en la herramienta de

Q&A

de Zoom.





#1

Metodología de Informes Inbound



¿Por qué es importante tener una estrategia de informes Inbound?



Una única estrategia de informes ayuda a capacitar y empoderar a tus equipos a usar datos para tomar decisión inteligentes y así mismo desarrollar comportamientos más productivos.



¿Cómo se desarrolla una estrategia de informes Inbound?



Estrategia de Informes Inbound

1. El Ciclo Inbound
2. Definición de Metas
3. Administración de Datos
4. Informes



Estrategia de Informes Inbound

1. El Ciclo Inbound
2. Definición de Metas
3. Administración de Datos
4. Informes



El Ciclo Inbound

- Concepto central de la estrategia de información.
- Mecanismo para conceptualizar lo que funciona y lo que no en tu organización.
- Pieza fundamental porque ayuda a que los objetivos de negocio estén basados en datos y sean significativos.



El Ciclo Inbound

The screenshot shows the HubSpot Academy interface for a webinar titled "El Ciclo Inbound (Flywheel)". At the top, there is a navigation menu with "Documentos", "Formación", "Certificaciones", "Comunidad", and "Academy". The main heading is "El Ciclo Inbound (Flywheel)" with "Episodio 46" below it. Two buttons are visible: "Regístrate Ahora" (orange) and "Descargar Diapositivas" (white with orange border). The central content area is titled "Del embudo al ciclo" and features two diagrams. The left diagram, "Antes, con el embudo...", shows a funnel with "Marketing" at the top, "Ventas" in the middle, and "Clientes" at the bottom. The right diagram, "Ahora, con el ciclo...", shows a circular flywheel with "Marketing" at the top, "Ventas" at the bottom, and "Servicio al cliente" on the left. The center of the flywheel is labeled "Clientes". A small video thumbnail of a presenter is in the top right corner. At the bottom, there are links for "Navega El Video", "Recursos Adicionales", and a section titled "¿Qué aprenderás en este webinar?".

HubSpot | Academy

Documentos ▾ Formación ▾ Certificaciones ▾ Comunidad ▾ Academy ▾

El Ciclo Inbound (Flywheel)

Episodio 46

[Regístrate Ahora](#)

[Descargar Diapositivas](#)

Del embudo al ciclo

Antes, con el embudo...
los clientes eran la última prioridad

Marketing

Ventas

Clientes

Ahora, con el ciclo...
los clientes están en el centro del proceso

Servicio al cliente

Marketing

Clientes

Ventas

[Navega El Video](#)

[Recursos Adicionales](#)

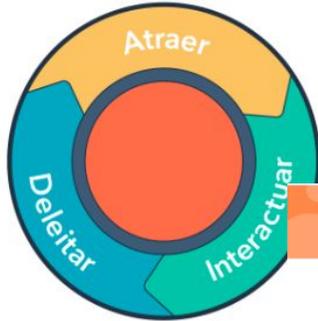
¿Qué aprenderás en este webinar?



El Ciclo Inbound nos permite determinar claramente los objetivos de los equipos

Tarea #1 Mide el Ciclo

Brinda valor antes de
exprimir valor

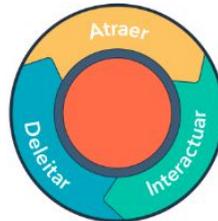


Maximiza el éxito de
tus clientes, es tu éxito

Tarea #1 Mide el Ciclo

Nota: "Added" and "Lost" are
monthly/quarterly metrics (depending on
how your company tracks results. "Total"
refers to your grand total.

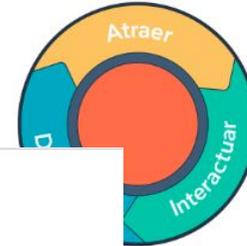
<KPI>	
Added:	Lost:
Total:	



<KPI>	
Added:	Lost:
Total:	

Tarea #1 Mide el Ciclo

Proveemos valor a nuestros prospectos cuando ...
<actividad principal>



Facilitamos la compra a los prospectos c
<actividad principal>



Herramientas de HubSpot Para El Ciclo Inbound

1. Analíticas de Tráfico
2. Analíticas de Sitio Web
3. Analíticas del desempeño de ventas



Estrategia de Informes Inbound

1. El Ciclo Inbound
2. Definición de Metas
3. Administración de Datos
4. Informes



Definición de Metas

- Los objetivos comerciales bien establecidos son la brújula de tu empresa.
- El cumplimiento o no de los objetivos actúa como el estándar según el cual se juzga el desempeño de una empresa, equipos o individuos.
- Debes asegurarte que se establezcan los objetivos correctos.



Métricas de Marketing y Ventas - SMART

Métricas de Marketing y Ventas en HubSpot

Episodio 5

Regístrate Ahora

Descargar Diapositivas

Medible



Tu objetivo debe tener criterios concretos para medir el progreso y cumplir el objetivo.

Navega El Video

Recursos Adicionales



¿Cómo se establecen los objetivos correctos?



Objetivos Smart

Los objetivos determinan las prioridades para cada equipo, ayudan a que los resultados de la empresa sean medibles, y sirven como guía para el crecimiento de la empresa.

Specific
Measurable
Attainable
Relevant
Time Based



Ejemplos

Objetivo 1

- **Objetivo SMART: Aumentar las visitas de nuestro sitio web en un 50% (de 1,000 a 1,500) en los siguientes 30 días, duplicando la distribución de contenido y para prepararnos para el lanzamiento de nuestro nuevo producto.**
 - **S:** Aumentar las visitas de nuestro sitio web en un 50%
 - **M:** 50% (de 1,000 a 1,500)
 - **A:** duplicando la distribución de contenido
 - **R:** para prepararnos para el lanzamiento de nuestro nuevo producto.
 - **T:** en los siguientes 30 días

Objetivo 2

- **Objetivo SMART: Aumentar las ventas en un 20% (de \$200,000 a \$240,000) en los próximos 12 meses, ofreciendo nuestros nuevos productos a los clientes existentes.**
 - **S:** Aumentar las ventas en un 20%
 - **M:** 20% (de \$200,000 a \$240,000)
 - **A:** ofreciendo nuestros nuevos productos a los clientes existentes
 - **R:** (retención de clientes y aumentar ventas)
 - **T:** 12 meses



Herramientas de HubSpot Para Metas

1. Metas (Sales y Services)
2. Definición de Metas (Campañas de Marketing)
3. Desempeño del marketing



Estrategia de Informes Inbound

1. El Ciclo Inbound
2. Definición de Metas
3. Administración de Datos
4. Informes



Administración de Datos

Una vez que hayas definido claramente tus objetivos de negocio y métricas, debes migrar, integrar y administrar tus datos dentro de HubSpot.



Estrategia de Informes Inbound

1. El Ciclo Inbound
2. Definición de Metas
3. Administración de Datos
4. Informes



Informes

Dependiendo de tu objetivo comercial y de cómo quieras mostrar tus resultados, la visualización de datos implica presentarlos de una manera que estimule acciones adicionales, conversaciones entre equipos e individuos, y motivar a que se realicen ciclos de retroalimentación.



Herramientas de Informes

1. Analíticas de cada herramienta
2. Informes predeterminados
3. Informes personalizados





#2

Proceso para crear informes personalizados



Informes personalizados en 5 pasos

1. Definir el objetivo del informe
2. Identificar el conjunto(s) de datos que tiene la información
3. Identificar las propiedades y filtros adecuados para obtener la información
4. Identificar o crear el panel que albergará el informe
5. Crear el informe con la herramienta



1

Objetivo

¿Qué métricas, números o analíticas queremos obtener de HubSpot?

Ejemplo:

Monto total de nuevos negocios creados en mes actual por país



2

Conjunto(s) de datos

¿Qué conjuntos de datos en HubSpot tienen los datos necesarios para calcular las métricas que deseo ver?

Ejemplo:

Negocios y Contactos



3

Propiedades y filtros

¿Qué propiedades albergan los datos necesarios? ¿Necesito todos los datos o solamente un segmento?

Ejemplo:

Negocios: Monto (sin filtro)

Contactos: País (excluir contactos que no tengan país)



4

Panel

¿Dónde guardaré el reporte, en la biblioteca general o algún panel especial?

Ejemplo:

Panel de Métricas Regionales de Negocios



5

¡Manos a la obra!





#3

Cómo usar la herramienta de Informes



5 ejemplos de Informes

1. Contactos por país por propietario de contacto (un conjunto de datos)
2. Nuevos negocios (unidades y \$\$) por país este mes (dos conjuntos de datos)
3. Nuevos tickets creados por país este mes (dos conjuntos de datos)
4. Productos vendidos este año por fuente de negocio (dos conjuntos de datos)
5. Informe de Embudo de Contactos este mes (tipo embudo)



1

Contactos por país
por propietario de
contacto

Objetivo:

Cantidad de contactos existentes por país por propietario

Conjunto de datos:

Contactos

Propiedades y Filtros:

País y Propietario de Contacto
excluyendo contactos sin
país/propietario



2

Nuevos negocios
(unidades y \$\$) por
país este mes

Objetivo:

Cantidad y monto de nuevos negocios este mes por el país de cada contacto asociado

Conjunto de datos:

Negocios y Contactos

Propiedades y Filtros:

Negocios: Monto y Fecha de Creación (este mes)

Contactos: País (excluyendo sin país)



3

Nuevos tickets
creados por país este
mes

Objetivo:

Cantidad de tickets creados este mes por el país de cada contacto asociado

Conjunto de datos:

Tickets y Contactos

Propiedades y Filtros:

Tickets: Fecha de Creación (este mes)

Contactos: País (excluyendo sin país)



4

Productos vendidos
este año por fuente
de negocio

Objetivo:

Cantidad de productos vendidos este año por fuente de los negocios asociados

Conjunto de datos:

Negocios y Productos

Propiedades y Filtros:

Negocios: Etapa de Negocio (Cerrada Ganada), Fecha de Cierre (este año) y Fuente de Negocio
Productos: Nombre



5

Informe de Embudo de Contactos este mes

Objetivo:

Porcentaje de conversión de contactos de una etapa a otra de ciclo de vida

Conjunto de datos:

Contactos

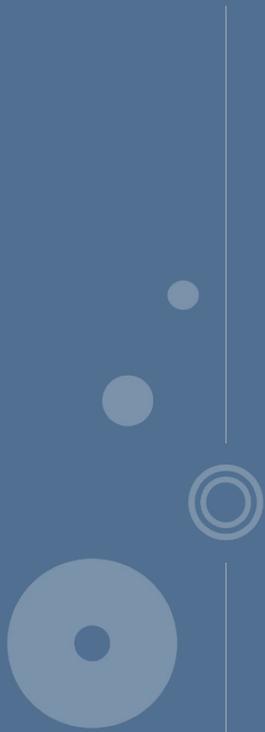
Propiedades y Filtros:

Etapas de Ciclo de Vida

Fecha de Creación (este mes)



Empecemos con las
preguntas
de Zoom.



The background is a solid orange color with a subtle gradient. There are several decorative elements: a large, semi-transparent orange circle in the top-left corner; a smaller, semi-transparent orange circle with a smaller solid orange circle inside it, located in the top-left quadrant; and a large, semi-transparent orange arc in the bottom-right corner.

¡Gracias!

Este fue el último webinar de Meli



GRACIAS Meli
por todo lo que hiciste por EN VIVO!!!

