KUNMAP

MÉTRICAS Y TÉCNICAS DE CONVERSIÓN

PREPARADO PARA **ABBOTT**

KUNMAP

MARGARITA CALDERÓN
DIRECTORA, KUNMAP

margaritac@kunmap.com

EDGAR LÓPEZ
CUSTOMER SUCCESS MANAGER, KUNMAP

edgarl@kunmap.com

KUNMAP

Descarga aquí los materiales de esta sesión.

https://kunmap.com/workshops/abbott/

KUNMAP

CÁLCULOS DE CONVERSIÓN

PREPARADO PARA **ABBOTT**

KUNMAP

KUNMAP

Google AdWords Página principal Campañas Oportunidades Herramientas

ID de cliente: 979-656-9412
info@goigni.com

Planificador de palabras clave

Añada ideas a su plan

Su producto o servicio

mesothelioma settlement | Obtener ideas | Modificar búsqueda

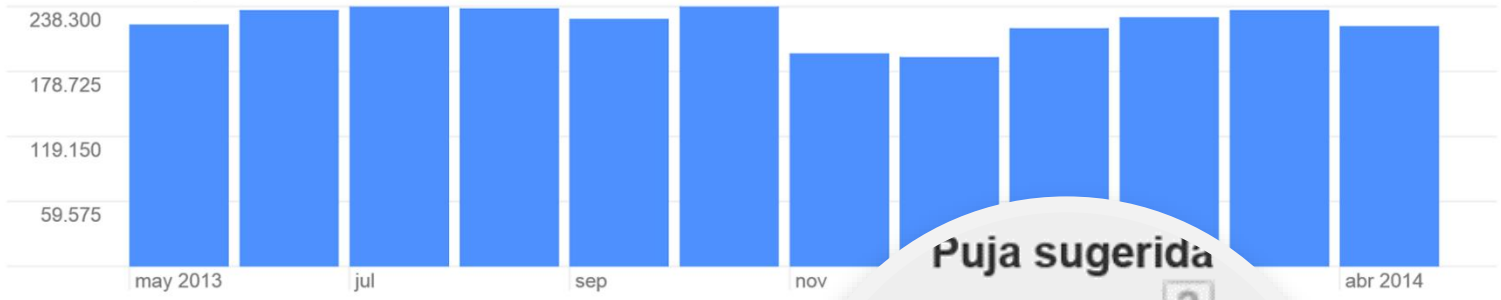
Segmentación
- Estados Unidos
- Todos los idiomas
- Google
- Palabras clave negativas

Periodo
- Mostrar la media de búsquedas mensuales para: Últimos 12 meses

Personalizar la búsqueda
- **Filtros de palabras clave**
- **Opciones de palabra clave**
  - Mostrar ideas ampliamente relacionadas
  - Ocultar palabras clave en mi cuenta
  - Ocultar palabras clave en mi

Tendencia del volumen de búsqueda

Promedio de búsquedas mensuales



Ideas para el grupo de anuncios | Ideas para palabras clave | Añadirlas todas (38)

Grupo de anuncios (por relevancia)	Palabras clave	Promed búsq mensual	Puja sugerida	de del	Añadir al plan
Mesothelioma Settlement (10)	mesothelioma settlements,…		$319.44	0%	»
Palabras clave como: Asbest…	mesothelioma, mesotheliom…	169.150	$53.56	0%	»

Su plan

Guardado hasta 31/05/2014

Su plan está vacío. Seleccione una idea para el grupo de anuncios o haga clic en + para empezar a crear un grupo de anuncios nuevo.

Grupos de anuncios: **0**

Denos su opinión

KUNMAP

ANUNCIO	CLIC	SOLICITA CONTACTO	ESCOGE AL ESTUDIO	CASO PRESENTADO	CASO GANADO
$0	$320				

HONORARIOS @30%	$450,000
ACUERDO PROMEDIO	$1,500,000

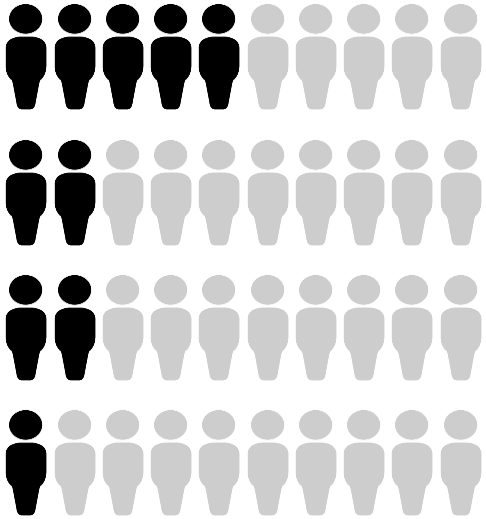
KUNMAP

		10%	20%	20%	50%
ANUNCIO	CLIC	SOLICITA CONTACTO	ESCOGE AL ESTUDIO	CASO PRESENTADO	CASO GANADO
$0	$320	$3,200	$16,000	$80,000	$160,000

HONORARIOS @30%	$450,000
ACUERDO PROMEDIO	$1,500,000

KUNMAP

100%	ACUERDO PROMEDIO	$1,500,000
30%	HONORARIOS	$450,000



50%	CASOS PRESENTADOS SE GANAN	$160,000
20%	CASOS EXPUESTOS SE PRESENTAN	$80,000
20%	CLIENTES ESCOGEN AL ESTUDIO	$16,000
10%	CLICS SOLICITAN SER CONTACTADOS	$3,200

100%	COSTO POR CLIC	$320

KUNMAP

ROAS **2.81x**

CLV CUSTOMER LIFETIME VALUE **$450,000**

CPA COST PER ACQUISITION **$160,000**

KUNMAP

CPA

COST PER ACQUISITION
Cuánto dinero me gasto en convertir a un cliente.

CLV

CUSTOMER LIFETIME VALUE
Cuánto dinero me deja un cliente a lo largo de su relación con la marca.

ROAS

RETURN ON ADVERTISEMENT SPEND
Cuántos pesos me deja un cliente por cada peso invertido en adquirirlo.

KUNMAP

ROAS 2.81x

CLV CUSTOMER LIFETIME VALUE $450,000

CPA COST PER ACQUISITION $160,000

Abbott_Calculos.xlsx

WORKSHOP / CÁLCULOS DE CONVERSIÓN

KUNMAP

Completa **las celdas grises** en la carpeta **“Mesothelioma”**

Verifica que tus resultados de ROI **sean correctos.**

¿Qué conclusiones obtienes del caso?

Abbott_Calculos.xlsx / MESOTHELIOMA

WORKSHOP / CÁLCULOS DE CONVERSIÓN

KUNMAP

¿Cuánto es **lo mínimo que deberías invertir** para lograr un caso ganado?

¿Cuánto deberías **invertir** para tener al menos **tres casos ganados**?

¿Cuánto es **lo máximo que estarías dispuesto a pagar** por un clic de “Mesothelioma Settlement”?

Prueba un escenario de comprar **keywords más baratas.** Por ejemplo “Mesothelioma” ($59) en lugar de “Mesothelioma Settlement” ($320)

Abbott _Calculos.xlsx / MESOTHELIOMA

KUNMAP

OPTIMIZACIÓN DE CONVERSIONES

PREPARADO PARA **ABBOTT**

TOMA UNA IMPRESIÓN DE PANTALLA DEL CASO

KUNMAP

ANUNCIO	CLIC	SOLICITA CONTACTO	ESCOGE AL ESTUDIO	CASO PRESENTADO	CASO GANADO
		10%	20%	20%	50%
$0	$320	$3,200	$16,000	$80,000	$160,000

HONORARIOS @30%	$450,000
ACUERDO PROMEDIO	$1,500,000

KUNMAP

10%

ANUNCIO

$0

CLIC

$320

SOLICITA CONTACTO

$3,200

ESCOGE AL ESTUDIO

CASO PRESENTADO

CASO GANADO

KUNMAP

20%

ANUNCIO

$0

CLIC

$320

SOLICITA CONTACTO

ESCOGE AL ESTUDIO

CASO PRESENTADO

CASO GANADO

KUNMAP

20%

ANUNCIO

CLIC

SOLICITA CONTACTO

ESCOGE AL ESTUDIO

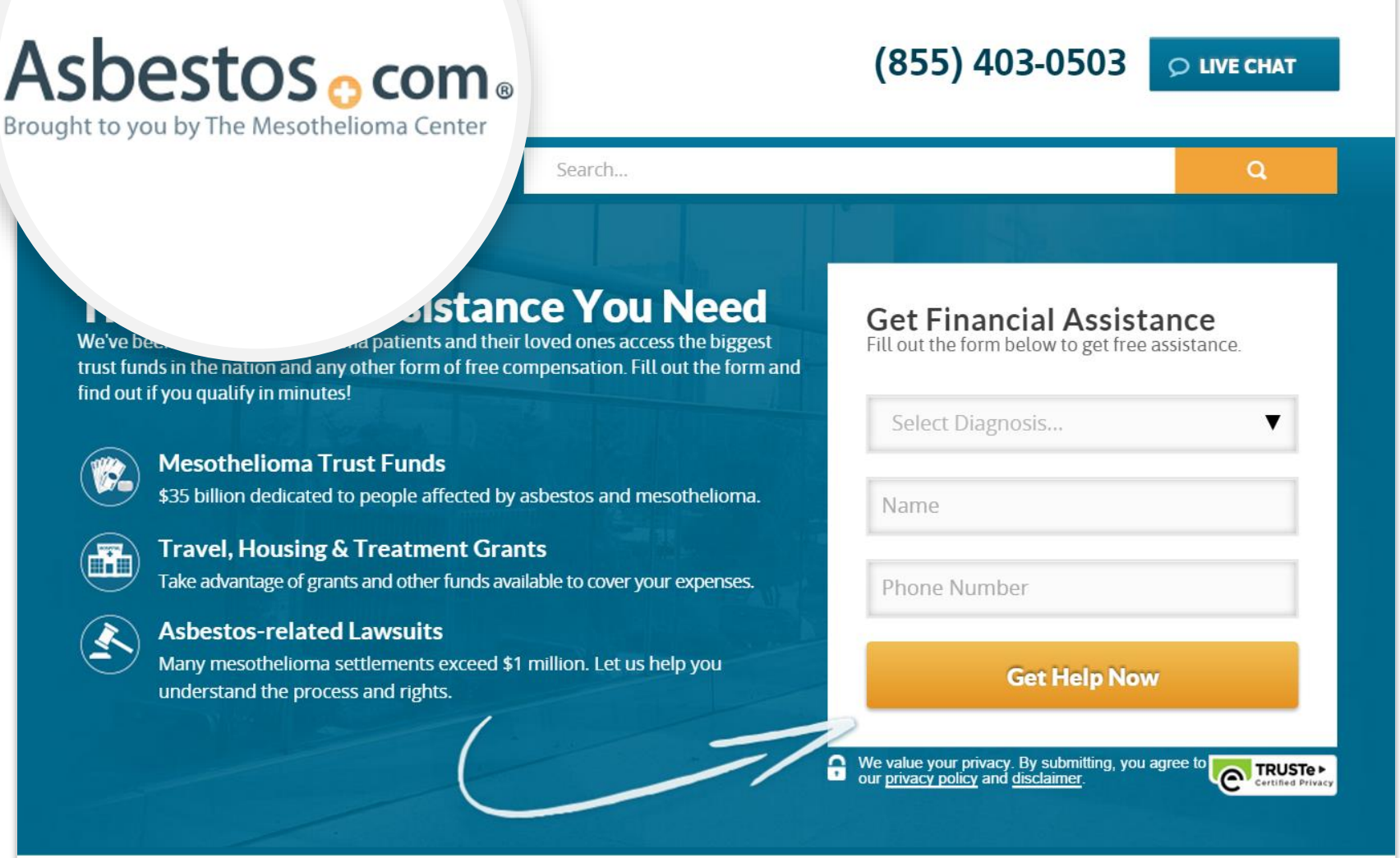
CASO PRESENTADO

CASO GANADO

$0

$320

$1,600



KUNMAP

DISCLAIMER

Asbestos.com is part of the mesothelioma community, which has a blend of for-profit and not-for-profit websites and companies occupying it. We are a for-profit company.

The site is owned by Asbestos.com, LLC, based in Orlando and sponsored by Weitz & Luxenberg, P.C., a New York law firm. We think we do good work, much like other for-profit companies: Walt Disney World, Starbucks, UPS and Whole Foods. We like the fact that we're a business because we feel it gives us more opportunities to help people.

Abre la carpeta **“Mesothelioma Optimización”**

En la columna “Optimización” (E) toma nota de **qué podrías hacer para incrementar la tasa de conversión** en ese paso.

El la columna “Costo de Optimización” ingresa **el costo de esa optimización.**

Juega con el **budget invertido** hasta lograr un **ROI positivo.**

¿Qué conclusiones obtienes del caso?

Abbott _Calculos.xlsx / MESOTHELIOMA OPTIMIZACIÓN

KUNMAP

20%

ANUNCIO	CLIC	SOLICITA CONTACTO	**ESCOGE AL ESTUDIO**	CASO PRESENTADO	CASO GANADO
$0	$320	$1,600	**$8,000**		

KUNMAP

WORKSHOP / OPTIMIZACIÓN DE CONVERSIONES

KUNMAP

Imagina comprar un **anuncio en televisión que cuesta $10,000.** Imagina que 12 personas llegan a la página de registro a partir de ese anuncio. ¿Es eso más efectivo que comprar keywords?

¿Qué ocurre si tu anuncio en la televisión sólo muestra **un número telefónico** al que llamar? Desarrolla ese escenario.

¿Qué ocurre si tus anuncios de keywords muestran **un número telefónico**?

¿Cómo interactúa **el budget en medios** con los costos de optimización?

Abbott _Calculos.xlsx / MESOTHELIOMA OPTIMIZACIÓN

KUNMAP

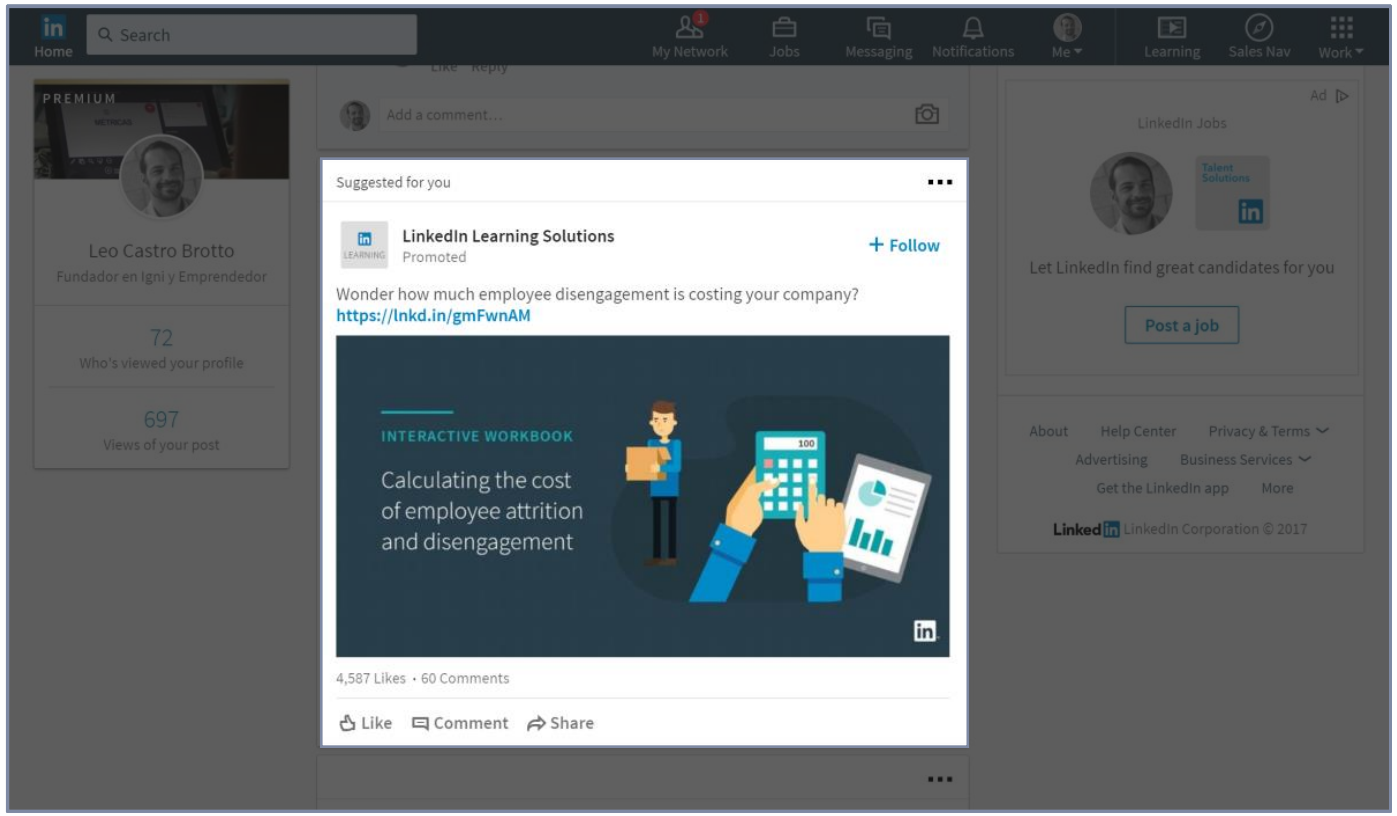
WEBINAR CON PAID MEDIA

PREPARADO PARA **ABBOTT**

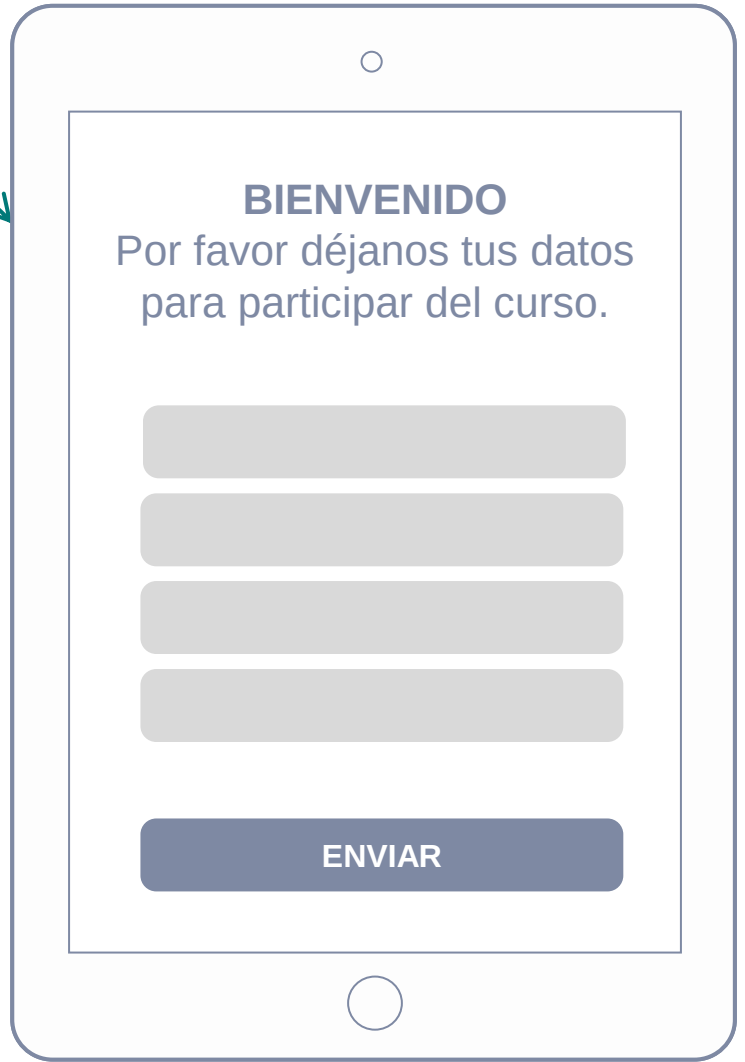
CASO / CÁLCULOS DE CONVERSIÓN

KUNMAP

ANUNCIOS



LANDING PAGE

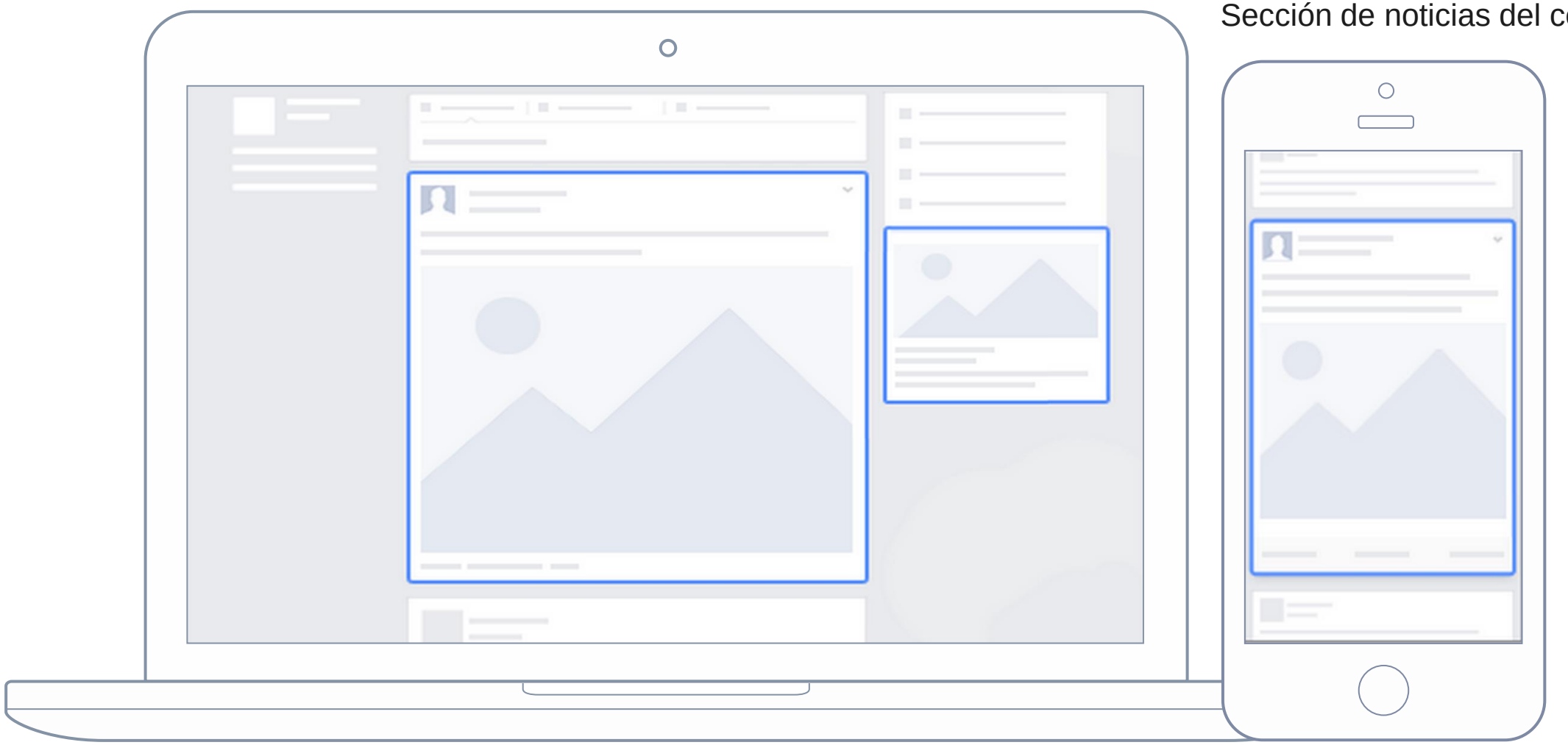


FORMATOS DE ANUNCIO / FACEBOOK

KUNMAP

facebook Sección de noticias de la computadora y columna derecha

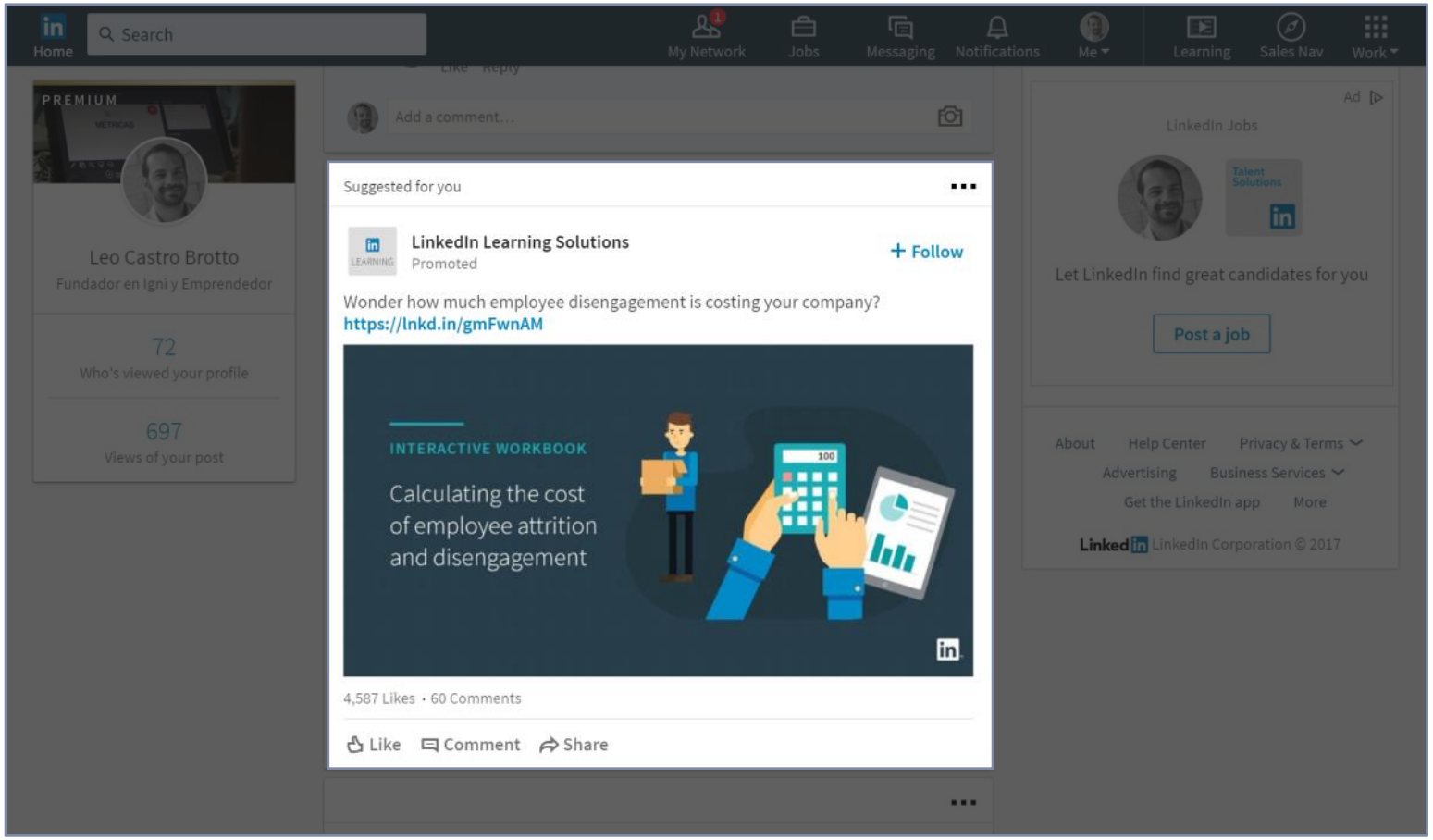
Sección de noticias del celular



FORMATOS DE ANUNCIO / LINKEDIN SPONSORED UPDATE

KUNMAP

Linkedin Sponsored Update



Abbott_Casos.xlsx

WORKSHOP / MEJOR PERFORMANCE

KUNMAP

Completa la planilla de “Registros” con **la información faltante en gris (budget, impresiones y clics).** Puedes encontrar esa información en las carpetas de “Facebook” y “Linkedin.”

Calcula **CPA, CPC, CPM, CTR y Form Fills.**

¿Qué anuncios tuvieron la mejor y la peor performance?

Abbott_Casos.xlsx / REGISTROS

KUNMAP

KUNMAP WORKSHOPS
CASO / REGISTROS

CAMPAIGN		BUDGET	IMPRESIONES	CLICKS	REG	CPA Cost per Acquisition		CPC Cost per Click		CTR Clickthrough Rate	FORM FILLS % Page to Form Fill Ratio
LinkedIn Sponsored Update	$	2,518.78	78,980	1,241		$	5.28	$	2.03	1.57%	38.44%
LINKEDIN TOTAL	$	2,518.78	78,980	1,241		$	5.28	$	2.03	1.57%	38.44%
Facebook Desktop Newsfeed	$	1,748.60	752,400	4,695		$	2.51	$	0.37	0.62%	14.82%
Facebook Mobile Newsfeed	$	1,771.53	834,878	13,808		$	3.99	$	0.13	1.65%	3.22%
Facebook Right Rail	$	1,759.90	6,008,016	15,034		$	27.08	$	0.12	0.25%	0.43%
FACEBOOK TOTAL	$	5,280.03	7,595,294	33,537		$	4.38	$	0.16	0.44%	3.59%
GRAND TOTAL	**$**	**7,798.81**	**7,674,274**	**34,778**		**$**	**4.64**	**$**	**0.22**	**0.45%**	**4.84%**

KUNMAP

ECOMMERCE

PREPARADO PARA **ABBOTT**

CASO DE MÉTRICAS PRIMARIAS

KUNMAP

Asume que un Retailer paga **$10** por cada clic (CPC) en su anuncio de promoción en Facebook. El ticket promedio por venta es **$500** y la rentabilidad promedio de Superama es **10%.** ¿Están haciendo buen negocio?

(*) Los números son hipotéticos.

KUNMAP

COSTO POR VENTA

¿Cuál es el costo de la primera venta a un nuevo cliente en eCommerce?

(*) Los cálculos ignoran costos fijos

CLIC EN ANUNCIO
CONVERSIÓN 100%
COSTO $10

KUNMAP

COSTO POR VENTA

¿Cuál es el costo de la primera venta a un nuevo cliente en eCommerce?

(*) Los cálculos ignoran costos fijos

CLIC EN ANUNCIO
CONVERSIÓN 100%
COSTO $10

VISITA AL HOME
CONVERSIÓN 100%
COSTO $10

KUNMAP

COSTO POR VENTA

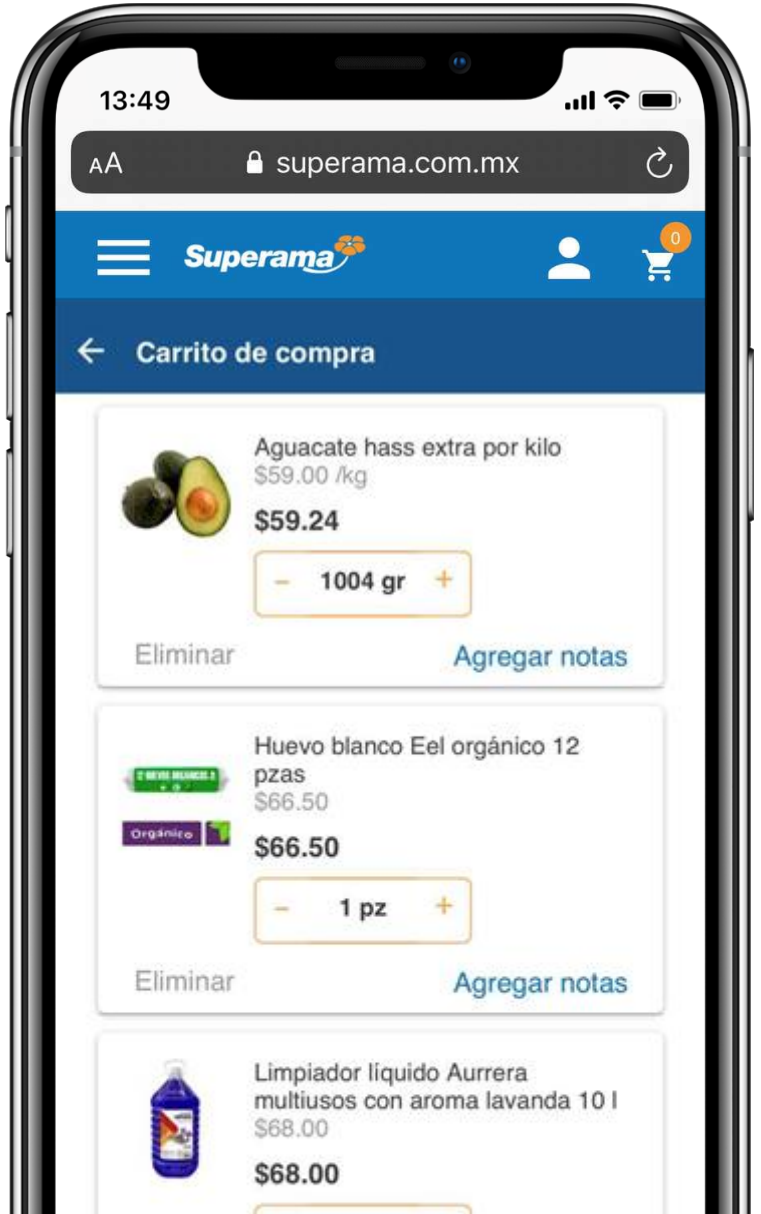
¿Cuál es el costo de la primera venta a un nuevo cliente en eCommerce?

(*) Los cálculos ignoran costos fijos

CLIC EN ANUNCIO
CONVERSIÓN 100%
COSTO $10

VISITA AL HOME
CONVERSIÓN 100%
COSTO $10

ARMADO DE PEDIDO
CONVERSIÓN 20%
COSTO $50



KUNMAP

COSTO POR VENTA

¿Cuál es el costo de la primera venta a un nuevo cliente en eCommerce?

(*) Los cálculos ignoran costos fijos

CLIC EN ANUNCIO
CONVERSIÓN 100%
COSTO $10

VISITA AL HOME
CONVERSIÓN 100%
COSTO $10

ARMADO DE PEDIDO
CONVERSIÓN 20%
COSTO $50

CHECKOUT
CONVERSIÓN 20%
COSTO $250

KUNMAP

COSTO POR VENTA

¿Cuál es el costo de la primera venta a un nuevo cliente en eCommerce?

CLIC EN ANUNCIO
CONVERSIÓN 100%
COSTO $10

VISITA AL HOME
CONVERSIÓN 100%
COSTO $10

ARMADO DE PEDIDO
CONVERSIÓN 20%
COSTO $50

CHECKOUT
CONVERSIÓN 20%
COSTO $250

TICKET MEDIO
TICKET 100%
VALOR $500

(*) Los cálculos ignoran costos fijos

KUNMAP

COSTO POR VENTA

¿Cuál es el costo de la primera venta a un nuevo cliente en eCommerce?

Toma un screenshot de este problema.

Usa Excel y justifica tu respuesta con números.

Tienes 5’ para resolver el problema.

(*) Los cálculos ignoran costos fijos

CLIC EN ANUNCIO
CONVERSIÓN 100%
COSTO $10

VISITA AL HOME
CONVERSIÓN 100%

ARMADO DE PEDIDO
CONVERSIÓN 20%

CHECKOUT
CONVERSIÓN 20%

TICKET MEDIO
TICKET 100%
VALOR $500

Abbott_Calculos.xlsx

KUNMAP

COSTO POR VENTA

¿Cuál es el costo de la primera venta a un nuevo cliente en eCommerce?

(*) Los cálculos ignoran costos fijos

CLIC EN ANUNCIO
CONVERSIÓN 100%
COSTO $10

VISITA AL HOME
CONVERSIÓN 100%
COSTO $10

ARMADO DE PEDIDO
CONVERSIÓN 20%
COSTO $50

CHECKOUT
CONVERSIÓN 20%
COSTO $250

TICKET MEDIO
TICKET 100%
VALOR $500

RENTABILIDAD
UTILIDAD 10%
VALOR $50

KUNMAP

COSTO POR VENTA

¿Cuál es el costo de la primera venta a un nuevo cliente en eCommerce?

Por lo general, **esa primera venta es a pérdida** (en el ejemplo, la inversión es $250 y el valor obtenido es $50)

(*) Los cálculos ignoran costos fijos

CHECKOUT
CONVERSIÓN 20%
COSTO $250

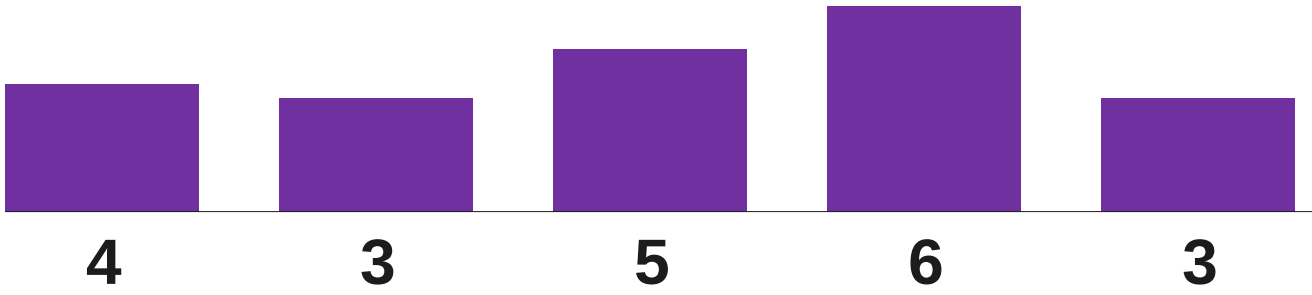
$200
PÉRDIDA

RENTABILIDAD
UTILIDAD 10%
VALOR $50

(*) DATOS HIPOTÉTICOS

KUNMAP

$460 CONSUMO PROMEDIO POR CLIENTE



4.20 COMPRAS MENSUALES POR CLIENTE

$2,120 VALOR MENSUAL POR CLIENTE

(*) DATOS HIPOTÉTICOS

KUNMAP

T

TIEMPO DE VIDA EN AÑOS
Cuánto tiempo una persona permanece como cliente.
En Retail 3 años

R

TASA DE RETENCIÓN
Cuántos clientes vuelven a comprar en el período siguiente, comparado con el período anterior.
En Retail 75% interanual

P

RENTABILIDAD DEL NEGOCIO
Margen de rentabilidad del negocio por usuario.
En Retail 10%

D

TASA DE DESCUENTO
Tasa de interés para determinar el valor presente del dinero
En Retail 5-15% anual

L

CUSTOMER LIFETIME VALUE
Tomando las variables anteriores, es la rentabilidad media que deja un cliente al negocio.

En nuestro modelo $5,883

- $2,120 consumo mensual
- 3 años de vida
- 75% de retención interanual
- 10% de rentabilidad

Abbott_Calculos.xlsx

KUNMAP

COSTO POR VENTA

¿Cuál es el costo de la primera venta a un nuevo cliente en eCommerce?

Por lo general, **esa primera venta es a pérdida** (en el ejemplo, la inversión es $250 y el valor obtenido es $50)

Pero la ecuación **se vuelve rentable** al tomar como referencia el Lifetime Value del cliente.

(*) Los cálculos ignoran costos fijos

CHECKOUT
CONVERSIÓN 20%
COSTO $250

$5,883
GANANCIA

LIFETIME VALUE
UTILIDAD 10%
VALOR $5,883

KUNMAP

ROAS **23.53x**

CLV CUSTOMER LIFETIME VALUE **$5,883**

CPA COST PER ACQUISITION **$250**

(*) Aunque usamos la abreviación **ROI** la designación correcta es **ROAS** (Return on Ad Spend)

KUNMAP

ROAS 23.53x

CLV CUSTOMER LIFETIME VALUE $ 5,883

CPA COST PER ACQUISITION $250

KUNMAP

CPA

COST PER ACQUISITION
Cuánto dinero me gasto en convertir a un cliente.

CLV

CUSTOMER LIFETIME VALUE
Cuánto dinero me deja un cliente a lo largo de su relación con la marca.

ROAS

RETURN ON ADVERTISEMENT SPEND
Cuántos pesos me deja un cliente por cada peso invertido en adquirirlo.

100% ACUERDO PROMEDIO $1,500,000

30% HONORARIOS $450,000

50% CASOS PRESENTADOS SE GANAN $160,000

20% CASOS EXPUESTOS SE PRESENTAN $80,000

20% CLIENTES ESCOGEN AL ESTUDIO $16,000

KUNMAP

“Seguros” es la industria con los keywords más caros en el mundo

WordStream

KUNMAP

$388.58

“AUSTIN TX AUTO INSURANCE”

$329.30

“DALLAS TX AUTO INSURANCE”

$309.32

“HOW TO GET CHEAPER AUTO INSURANCE”

SEMrush

KUNMAP

PÓLIZA PROMEDIO

$250

10% RENTABILIDAD

$25

ROI 0.10x

$250

CPA COSTO POR ADQUISICIÓN

KUNMAP

AUTO	AÑO #1	AÑO #2	AÑO #3
$75	$25	$25	$25

KUNMAP

CLV CUSTOMER LIFETIME VALUE

$975

AUTO	**AÑO #1**	**AÑO #2**	**AÑO #3**
$75	**$25**	**$25**	**$25**
VIDA		**AÑO #1**	**AÑO #2**
$500		**$250**	**$250**
SALUD		**AÑO #1**	**AÑO #2**
$400		**$200**	**$200**

KUNMAP

CLV CUSTOMER LIFETIME VALUE

$975

ROAS **3.90x**

$250

CPA COSTO POR ADQUISICIÓN

KUNMAP

MÉTRICAS SECUNDARIAS

PREPARADO PARA **ABBOTT**

MÉTRICAS PRIMARIAS

Son métricas de negocio relacionadas a ventas, rentabilidad e inversiones.

KUNMAP

CPA
Costo por Adquisición

Refleja el **dinero invertido** para lograr un nuevo cliente (o para que el usuario realice una acción como registrarse, reservar un hotel o comprar un boleto).

CLV
Customer Lifetime Value

Refleja la **rentabilidad en dinero** que deja un cliente a lo largo de su permanencia con la empresa.

ROAS
Return on Ad Spend

Refleja cuántos **pesos de rentabilidad deja un cliente por cada peso invertido** en adquirirlo.

TASA DE CONVERSIÓN

Refleja **cuántos clientes avanzan de un paso al otro** (“convierten”). Por ejemplo, de visitantes al website a compradores o de carritos a checkout.

MÉTRICAS PRIMARIAS

Son métricas de negocio relacionadas a ventas, rentabilidad e inversiones.

CPA
Costo por Adquisición

CLV
Customer Lifetime Value

ROAS
Return on Ad Spend

TASA DE CONVERSIÓN

MÉTRICAS SECUNDARIAS

Son métricas de marketing que tienen un impacto en las métricas primarias.

IMPRESIONES
Views de un anuncio o contenido

CPM
Costo por Millar (de impresiones)

CPC
Costo por Clic

CTR
Clickthrough Rate

FORM FILL %
% de visitantes que completan un form

KUNMAP

KUNMAP

TIPOS DE DATA

PREPARADO PARA **ABBOTT**

KUNMAP

2016

GDPR

Se establece la **GDPR General Data Protection Regulation,** regulando el uso de datos personales.

2018

CALIFORNIA CONSUMER PRIVACY ACT

Entra en vigor la legislación de **California CCPA** para negocios que recolectan datos de consumidores.

2020 - 2021

APPLE PRIVACY UPDATES

Novedades como **“Ask App not to Track”, Mail Privacy Protection y Private Relay.**

2021

GOOGLE Y THIRD PARTY COOKIES

Google posterga hacia fines de 2023 el **bloqueo de third-party cookies** en Chrome.

2021

AMAZON ES MULTADO CON €746M

Amazon sufre **la multa más grande en la historia de GDPR** por uso inadecuado de datos personales.

KUNMAP

0 / ZERO PARTY

Datos explícitos de preferencias de marketing aportados por el usuario en formularios y centros de preferencia.

1 / FIRST PARTY

Datos obtenidos del comportamiento de la persona en propiedades de la marca como web, apps, email, tiendas físicas.

2 / SECOND PARTY

Datos que la marca comparte con una “segunda parte” en un acuerdo privado de beneficio mutuo.

3 / THIRD PARTY

Datos que la marca obtiene de mercados de datos (habitualmente anonimizados) como Ad Networks o DSPs.

0 / ZERO PARTY

KUNMAP

Datos explícitos de preferencias de marketing aportados por el usuario en formularios y centros de preferencia.

Lucía se registra en **Airbnb.com** y declara:

- ➔ Email
- ➔ Nombre y Apellido
- ➔ Viajero o propietario
- ➔ Destinos de viaje favoritos
- ➔ Viajero solo o en familia
- ➔ Viajes mayormente de negocios o personales
- ➔ Datos de Facebook (en caso de registro con Facebook)

airbnb

Bienvenido a **Airbnb.** Por favor déjanos tus datos para crear tu cuenta.

Email

Nombre

Apellido

Viajero o propietario

Tus destinos favoritos

Viajas solo o en familia

Enviar

Regístrate con Facebook

1 / FIRST PARTY

KUNMAP

Datos obtenidos del comportamiento de la persona en propiedades de la marca como web, apps, email, tiendas físicas.

Lucía busca su primer viaje:

- ➔ Destino
- ➔ Fechas
- ➔ Tipo de propiedad
- ➔ Cantidad de dormitorios y baños
- ➔ Agregar a favoritos

Los datos de primera parte habitualmente se obtienen de Cookies de primera parte.

airbnb

Aquí están tus opciones de alojamiento en **Cancún** del **7 al 10 de enero de 2022.**

Casa completa / 2 dormitorios / 2 baños
$120 diarios
♡ Agregar a favoritos

Casa completa / 4 dormitorios / 3 baños
$230 diarios
♥ Agregar a favoritos

Departamento completo / 1 dormitorios / 2 baños
$80 diarios
♡ Agregar a favoritos

Departamento completo / 1 dormitorios / 2 baños
$80 diarios
♡ Agregar a favoritos

2 / SECOND PARTY

KUNMAP

Datos que la marca comparte con una “segunda parte” en un acuerdo privado de beneficio mutuo.

DELTA

Escoge tu próximo destino y conoce nuestras opciones para volar.

Destino	
Salida	
Reegreso	
Pasajeros	

Enviar

airbnb

Preparárate para tu viaje. Selecciona destino, fechas y acompañantes.

Destino	
Entrada	
Salida	
Pasajeros	

Enviar

3 / THIRD PARTY

KUNMAP

Datos que la marca obtiene de mercados de datos (habitualmente anonimizados) como Ad Networks o DSPs.

Marriott
Expedia
DELTA

Cualquier anunciante puede hacer uso para targeting de datos generados por Airbnb.

FACEBOOK PIXELS

airbnb

Preparárate para tu viaje. Selecciona destino, fechas y acompañantes.

Destino

Entrada

Salida

Pasajeros

Enviar

KUNMAP

0 / ZERO PARTY

Datos explícitos de preferencias de marketing aportados por el usuario en formularios y centros de preferencia.

1 / FIRST PARTY

Datos obtenidos del comportamiento de la persona en propiedades de la marca como web, apps, email, tiendas físicas.

2 / SECOND PARTY

Datos que la marca comparte con una “segunda parte” en un acuerdo privado de beneficio mutuo.

3 / THIRD PARTY

Datos que la marca obtiene de mercados de datos (habitualmente anonimizados) como Ad Networks o DSPs.

3 / THIRD PARTY

KUNMAP

Datos que la marca obtiene de mercados de datos (habitualmente anonimizados) como Ad Networks o DSPs.

Iniciativas del tipo **“Do Not Track” de Apps en Apple** o **el bloqueo de Chrome a Third Party Cookies** a partir de 2023 dificulta el acceso de Ad Networks a datos de terceros.

FACEBOOK PIXELS

airbnb

Preparárate para tu viaje. Selecciona destino, fechas y acompañantes.

Allow “Facebook” to track your activity across other companies’ apps and websites?

[Here, in addition to other screens, Facebook can explain why users should allow tracking.]

Ask App not to Track

Allow

KUNMAP

Eres dueño de tus datos Zero y First Party.
No eres dueño de los datos Third Party.
Solo rentas su uso para targeting.

KUNMAP

Los datos Third Party están disponibles para quien los quiera usar.

Solo los datos Zero y First Party son una ventaja sobre tus competidores.

KUNMAP

0.

ZERO PARTY

Datos explícitos de preferencias de marketing aportados por el usuario en formularios y centros de preferencia.

KUNMAP

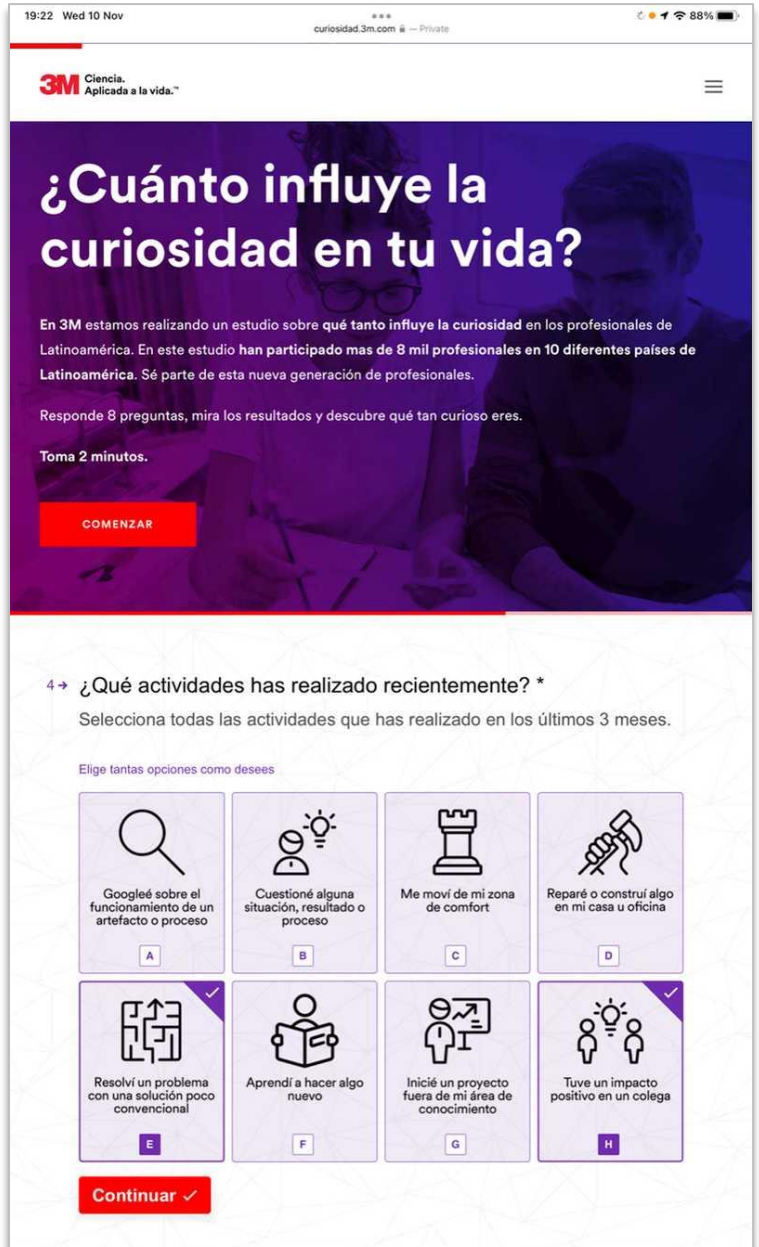
0.

ZERO PARTY

Datos explícitos de preferencias de marketing aportados por el usuario en formularios y centros de preferencia.

PLATAFORMAS DE ZERO Y FIRST PARTY DATA

- ➔ Marketing Automation
- ➔ CDP
- ➔ Web Analytics
- ➔ CRM



KUNMAP

0.

ZERO PARTY

Datos explícitos de preferencias de marketing aportados por el usuario en formularios y centros de preferencia.

PLATAFORMAS DE ZERO Y FIRST PARTY DATA

- ➔ Marketing Automation
- ➔ CDP
- ➔ Web Analytics
- ➔ CRM

0.

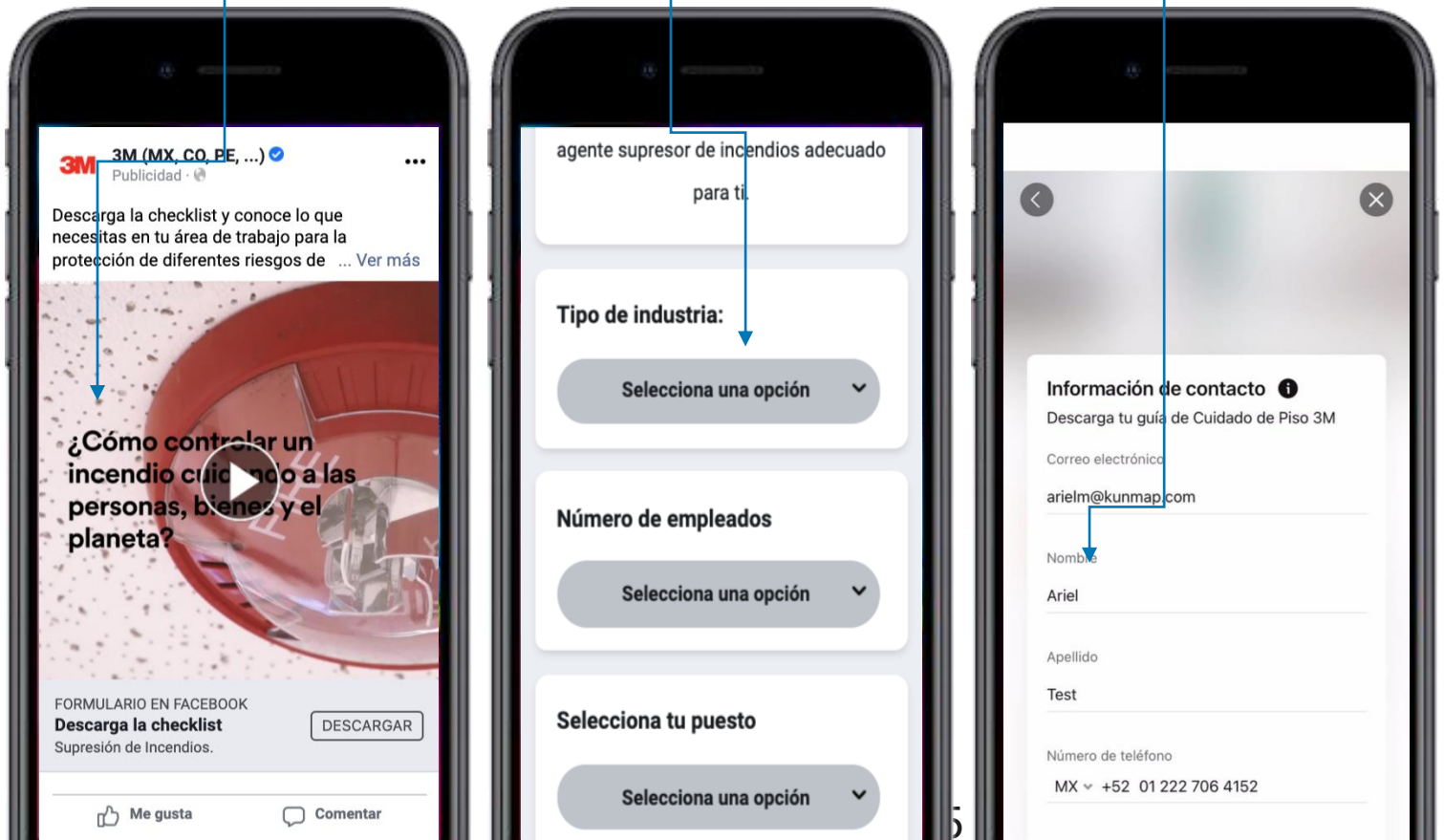
ZERO PARTY

Datos explícitos de preferencias de marketing aportados por el usuario en formularios y centros de preferencia.

ANUNCIO Video para targeting
AUDIENCIA Custom Audience

ANUNCIO Lead Ad Form
AUDIENCIA Perfil deseado

ANUNCIO Lead Ad Form
AUDIENCIA Data precargada



1.

FIRST PARTY

Datos obtenidos del comportamiento de la persona en propiedades de la marca como web, apps, email, tiendas físicas.

1.

FIRST PARTY

Datos obtenidos del comportamiento de la persona en propiedades de la marca como web, apps, email, tiendas físicas.

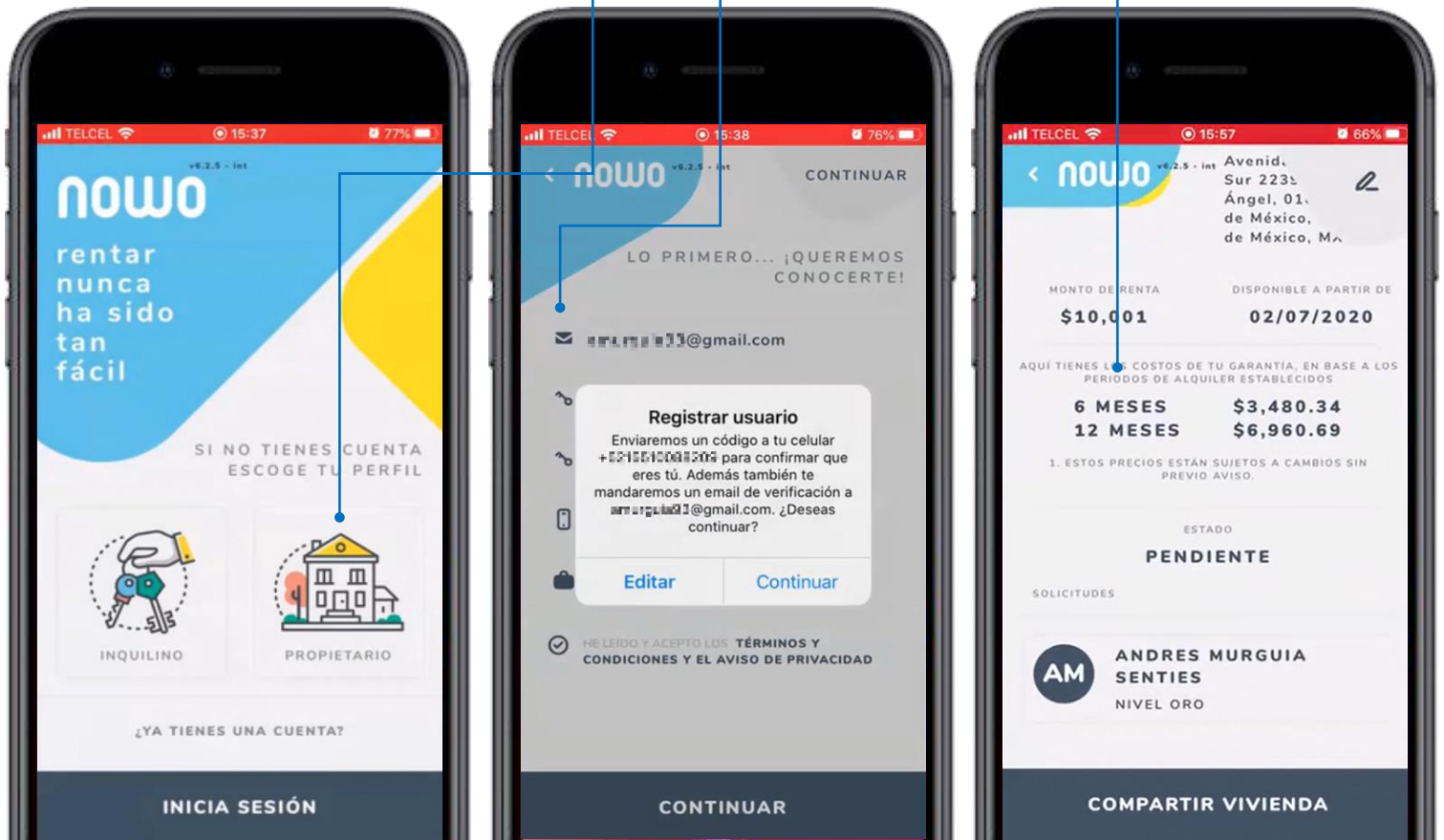
KUNMAP

DENTRO DE LA APP

Plataforma de marketing

EVENTO Selección de tipo de usuario
DATA Tipo de usuario

EVENTO Solicitud de renta
DATA Precio de renta, disponibilidad, precio de fianza, status



KUNMAP

reinventando / los seguros

01 (800) 911-8471 | Contacta a un especialista

Carlos Gutierrez, gracias por cotizar en AXA

SEXO MASCULINO, 29 AÑOS

Seguro Médico Flex Plus

$4,600 Pesos mensuales *

Hemos recibido tu información y pronto nos pondremos en contacto contigo para verificar la cotización y ayudarte a hacer tu compra.

Coberturas básicas

Acceso a una amplia gama de médicos y hospitales, honorarios médicos, hospitalización, ambulancia, asistencia médica telefónica las 24 horas, entre otros.

El costo de tu seguro está basado en:

Gama Hospitalaria (lista completa de prestadores)	ZAFIRO
Suma asegurada	$5,000,000
Deducible	$7,000

Coberturas adicionales

Maternidad extendida	✔
Deducible 0 por accidente	✔
Emergencias en el extranjero	✔
Protección dental integral	✔

reinventando / los seguros

01 (800) 911-8471 | Contacta a un especialista

Talía Cazorla, gracias por cotizar en AXA

SEXO FEMENINO, 32 AÑOS

Seguro Médico Flex Plus

$5,800 Pesos mensuales *

Porque cada persona es diferente, AXA te cuida con Flex Plus, el nuevo seguro médico donde tú eliges tus coberturas y pagas solo por las que necesitas.

Contacta a un especialista

Coberturas básicas

Acceso a una amplia gama de médicos y hospitales, honorarios médicos, hospitalización, ambulancia, asistencia médica telefónica las 24 horas, entre otros.

El costo de tu seguro está basado en:

Gama Hospitalaria (lista completa de prestadores)	ESMERALDA
Suma asegurada	$1,000,000
Deducible	$9,000

Coberturas adicionales

Maternidad extendida	✔
Deducible 0 por accidente	✔
Emergencias en el extranjero	✔
Protección dental integral	✔

PLATAFORMAS DE ZERO Y FIRST PARTY DATA

KUNMAP

50 **DATOS** POR COTIZACIÓN

100,000 **COTIZACIONES**

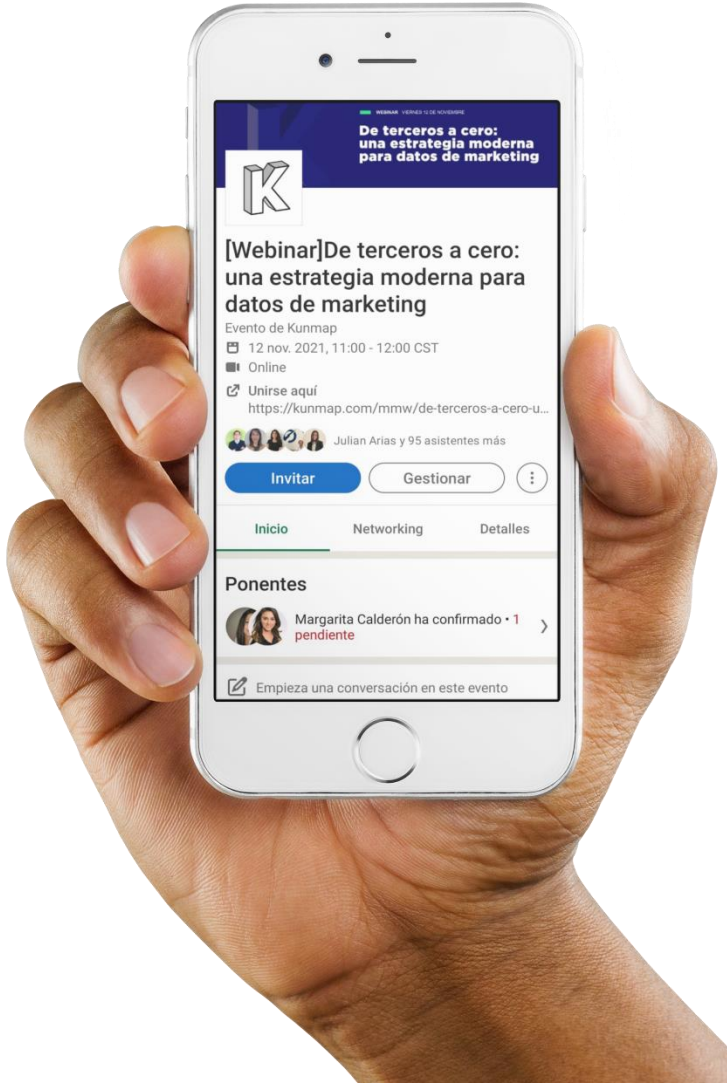
5M **DATOS** DE USUARIOS

KUNMAP

3.

THIRD PARTY

Datos que la marca obtiene de mercados de datos (habitualmente anonimizados) como Ad Networks o DSPs.

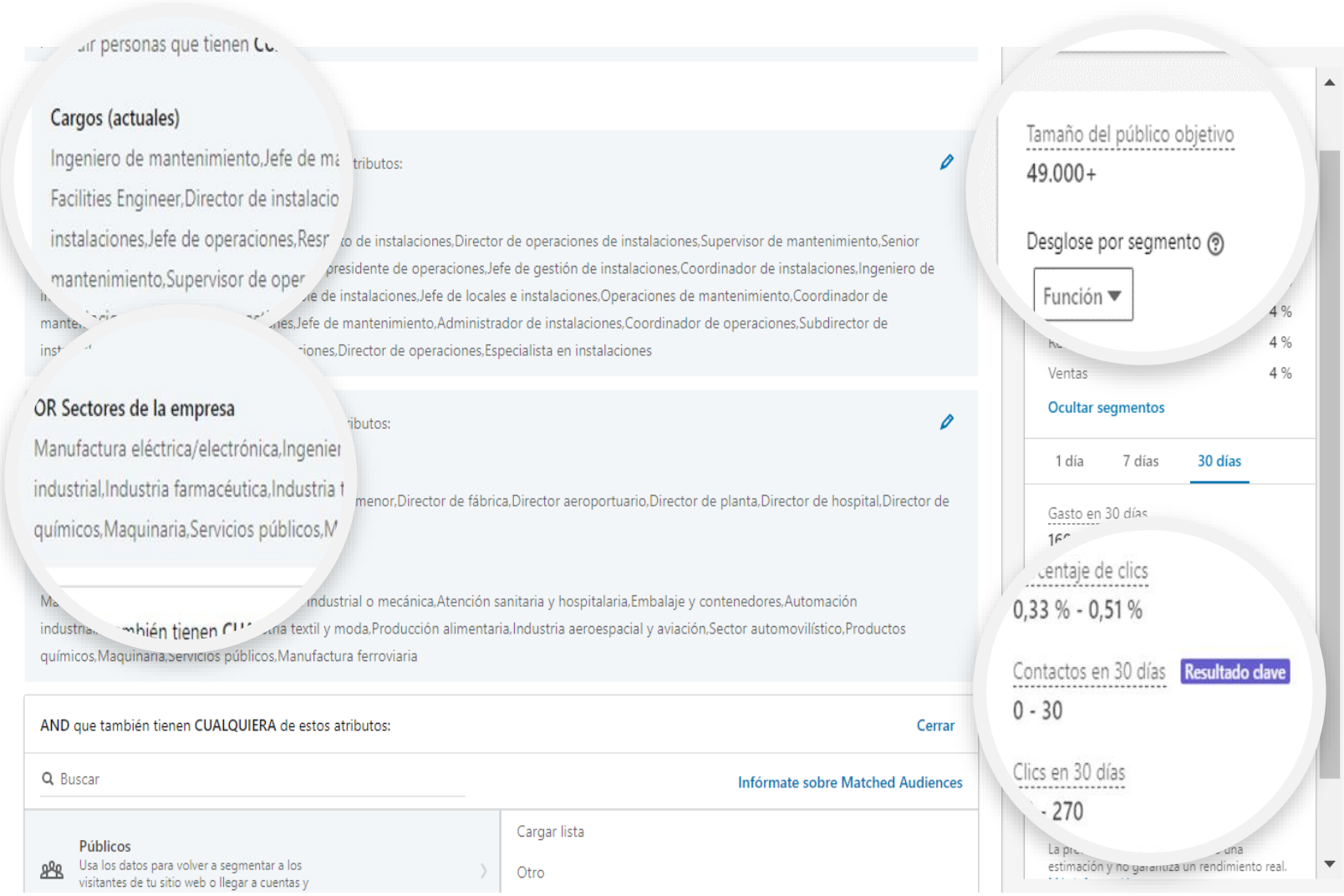


KUNMAP

3.

THIRD PARTY

Datos que la marca obtiene de mercados de datos (habitualmente anonimizados) como Ad Networks o DSPs.

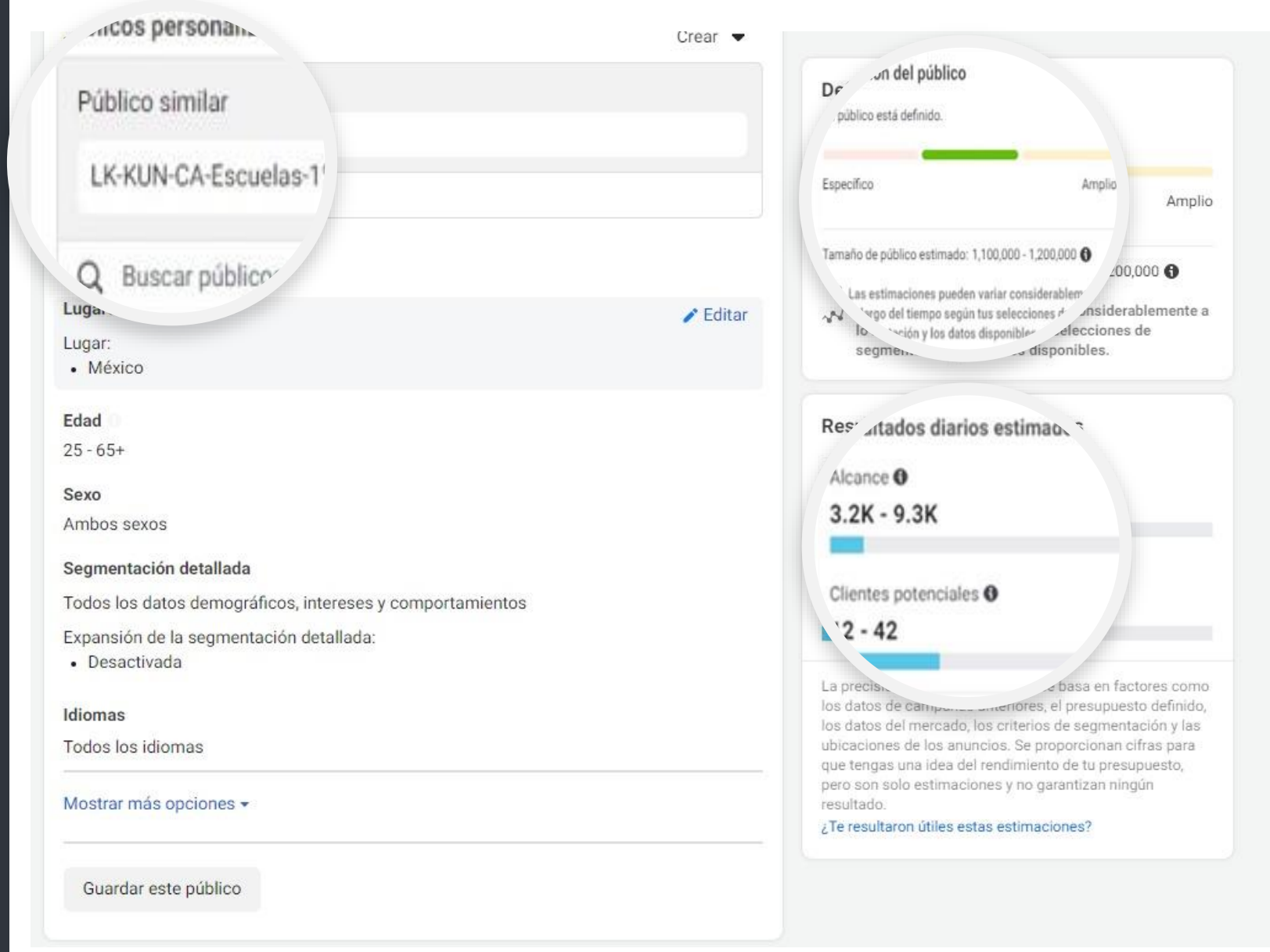


KUNMAP

3.

THIRD PARTY

Datos que la marca obtiene de mercados de datos (habitualmente anonimizados) como Ad Networks o DSPs.



KUNMAP

Puedo seguir pixeleando mi sitio (First Party)
Puedo subir audiencias Custom a Ad Networks.

KUNMAP

0 / ZERO PARTY

Datos explícitos de preferencias de marketing aportados por el usuario en formularios y centros de preferencia.

1 / FIRST PARTY

Datos obtenidos del comportamiento de la persona en propiedades de la marca como web, apps, email, tiendas físicas.

3 / THIRD PARTY

Datos que la marca obtiene de mercados de datos (habitualmente anonimizados) como Ad Networks o DSPs.

2 / SECOND PARTY

Datos que la marca comparte con una “segunda parte” en un acuerdo privado de beneficio mutuo.

KUNMAP

0 / ZERO PARTY

Datos explícitos de preferencias de marketing aportados por el usuario en formularios y centros de preferencia.

1 / FIRST PARTY

Datos obtenidos del comportamiento de la persona en propiedades de la marca como web, apps, email, tiendas físicas.

3 / THIRD PARTY

Datos que la marca obtiene de mercados de datos (habitualmente anonimizados) como Ad Networks o DSPs.

2 / SECOND PARTY

Datos que la marca comparte con una “segunda parte” en un acuerdo privado de beneficio mutuo.

KUNMAP

0 / ZERO PARTY

Datos explícitos de preferencias de marketing aportados por el usuario en formularios y centros de preferencia.

1 / FIRST PARTY

Datos obtenidos del comportamiento de la persona en propiedades de la marca como web, apps, email, tiendas físicas.

3 / THIRD PARTY

Datos que la marca obtiene de mercados de datos (habitualmente anonimizados) como Ad Networks o DSPs.

2 / SECOND PARTY

Datos que la marca comparte con una “segunda parte” en un acuerdo privado de beneficio mutuo.