

Optimización de Marketing Mix

Desde el inicio del marketing, el cálculo del Retorno de la Inversión -ROI- de cualquier táctica utilizada para atraer clientes ha sido uno de los procesos más desafiantes.

El hecho de que no exista un vínculo directo entre los diferentes gastos de las campañas de marketing y los ingresos que se obtienen en varios lugares y formas diferentes es sólo una parte del problema. El aumento del número de opciones tácticas a través del creciente número de canales se enfrenta a un mundo de cambio cada vez más rápido de los consumidores.



Las empresas de hoy en día necesitan un servicio de análisis rápido y preciso para que puedan reaccionar casi en tiempo real a la eficacia con que sus campañas de marketing se están ejecutando. Con la enorme cantidad de datos a analizar, hay que utilizar nuevas técnicas. Los modelos basados en la simulación de agentes -ABM- son demasiado difíciles de alimentar y parametrizar. Debido a la creciente complejidad de la base de consumidores y a la cantidad de tácticas y canales, las fuentes ya no están disponibles con la calidad necesaria. Las regresiones antiguas con técnicas de modelización manual ya no son útiles porque el mayor número de variables que hay que ajustar convierten esta tarea humana en algo casi imposible.

La única solución real existente es hacer uso de nuevos desarrollos en Python con **APRENDIZAJE DE MÁQUINA -MACHINE LEARNING- E INTELIGENCIA ARTIFICIAL** para introducir el ajuste fino de la regresión de mínimos cuadrados con datos de MMO en un ciclo inteligente. Se crean así técnicas nuevas, más capaces y ciertamente más exactas, de modelado. Y son estas nuevas técnicas las que nos permiten un análisis más rápido y preciso del rendimiento de las campañas de marketing con grandes volúmenes de datos.

Preguntas clave a responder

¿Como se generan ingresos mediante las tácticas de marketing, de medios y otros factores de base?
¿Cuál es el ROI de nuestras tácticas de marketing y de medios? ¿Cómo podemos aumentar nuestro beneficio aún más?

Beneficios de este Modelo

1. Optimización utilizando todas las tácticas de marketing disponibles, y no sólo unas pocas, que lleva a un incremento de los ingresos

2. Uso del Aprendizaje de Máquina -Machine Learning- y de la Inteligencia Artificial que permiten obtener modelos más ajustados -más certeros- y reducir considerablemente el tiempo de ajuste. El uso de estos desarrollos propietarios en Python reduce hasta en un 90% el tiempo necesario para realizar el cálculo, con su correspondiente ajuste, y mejora hasta en un 50% la calidad de los resultados frente a un ajuste manual cuando este no se presenta, como en muchos casos, impracticable.

Metodología

- a. Recogemos y depuramos series de datos estructurales y de los gastos y los ingresos disponibles enviados por nuestros clientes.
- b. Ajustamos las series para obtener una colección de variables homogénea y susceptible de ser analizada.
- c. Añadimos variables macro y microeconómicas según el estudio a realizar y ámbito espacial del mismo.
- d. Fijamos los valores máximos y mínimos para los posibles desplazamientos de las series de datos y el número de períodos y tasas de decaimiento a considerar en el cálculo del alcance de cada táctica.
- e. Utilizamos entonces nuestro desarrollo propietario Python, desarrollo que incorpora 'Machine Learning' integrado en una serie de ciclos de Inteligencia Artificial, para calcular y ajustar la regresión de mínimos cuadrados que nos va a permitir obtener el efecto real de cada táctica de marketing mix utilizada por nuestro cliente.
- f. Creamos entonces una presentación donde mostramos todos los resultados de nuestro análisis junto con consejos de marketing mix derivados no sólo de ROI absolutos sino de las tendencias observadas. La presentación puede ser estática o dinámica hospedada en nuestra web.

Tipos de Datos Utilizados

Utilizamos series diarias y/o semanales de datos de base, de gastos en tácticas por canal y de ventas para los últimos dos años (o más) a ser posible. La utilización de 'Machine Learning' nos permite calcular los ROI con series de datos mucho más amplias que hasta ahora:

- Ejemplo de tácticas: TV (Campañas, TDT/SmartTV, 15s/30s), Radio, Diarios, Revistas, Impresos, Catálogo, En tránsito, Email, Display, Facebook, SEM, Video Online, PR.
- Ejemplo de datos de base / micro y macroeconómicos: Competidor (Volumen, % Mercado, Precio, Anuncios), Productos, Propios (Base de Clientes, Precio, Distribución, Tendencias de Consumo), Sentimiento Social, Valor de Marca, Externos (Estacionalidad, Oferta Monetaria, Climatología, Eventos excepcionales como Olimpiadas, etc.)

[Acerca de Exabai](#)

En Exabai somos especialistas en Análisis de Resultados de Campañas de Marketing y Business Intelligence. Descubrimos realidades basadas en el análisis de los hechos para crear estrategias de negocio, impulsar el crecimiento de las marcas y generar comunicaciones rompedoras. Los beneficios de nuestros clientes exceden los 500 millones de dólares. Trabajamos y hemos trabajado con clientes de más de 40 compañías e instituciones en más de 20 industrias. <https://www.exabai.com>.