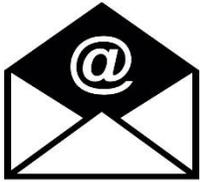
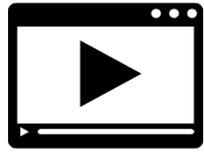




# Atribución Multi Toque vs Atribución Último Toque

Abril, 2018

# Viaje de un usuario con la Atribución de Último Toque (LTA)

	Paso 1	Paso 2	Paso 3	Paso 4	Paso 5	Paso 6
Tácticas	Táct1	Táct2	Táct2	Táct3	Táct2	Tact4
Tipo Anuncio	 Email Ad <b>Impresión</b>	 Banner Ad <b>Click</b>	 Texto Ad <b>Click</b>	 Banner Ad <b>Impresión</b>	 Video Ad <b>View</b>	 Banner Ad <b>Click</b>
Dispositivo	 Tablet	 PC	 Tablet	 PC	 Móvil	 PC
Atribución	0%	0%	0%	0%	0%	<b>100%</b>



Registro +  
100€  
Depósito  
/Venta  
Online

# La Atribución de Último Toque (LTA ) Ignora Completamente la Senda de Conversión, Distorsionando por tanto la Exactitud y Justicia del Proceso de Atribución

- Sólo uno de los Motores se Lleva Todo el Mérito por Conversión
- Los Incentivos, Remuneración y Apoyo Resultan Desproporcionados a la Contribución Real de Cada Táctica
- Los Motores de Conversión son Sobre/Minus-Valorados Hasta un 50%
  - Afiliados
  - Tipos de Dispositivos
  - Campañas
  - Tipo de Anuncio
  - Tamaño de Anuncio

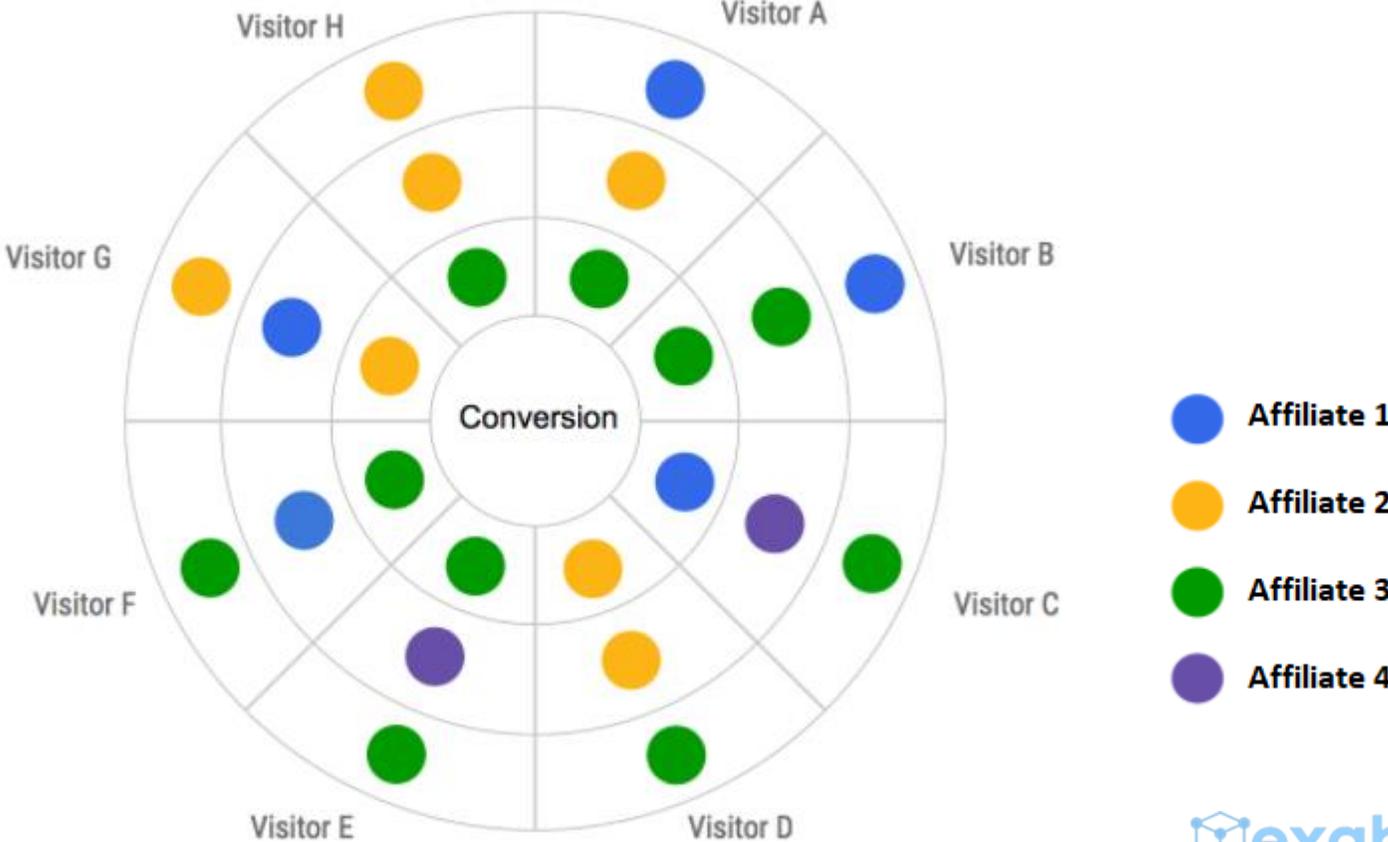
**Como Conclusión, la Atribución Multi Toque es la Elección Adecuada para Sendas de Conversión Registrables y Relativamente Largas**

# La Atribución Multi Toque Suministra una Visión Más Amplia del las Conversiones y los Factores que las Generan

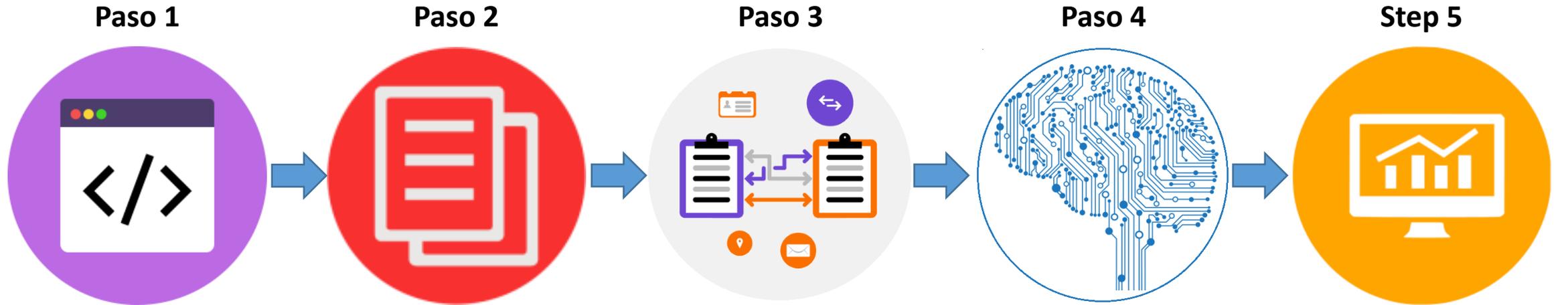
**Atribución Último Toque (LTA)**



**Atribución Multi Toque (MTA)**



# Como Funciona: Desde una Simple Etiqueta de Pixel a la Atribución y los Análisis de Valor Añadido



## Etiquetado de Anuncios

Cada anuncio de cada táctica y el sitio web del cliente son etiquetados para habilitar el registro de acciones

## Recolección de Datos

Cada interacción (click, impresión, abandono, conversión) con cualquier anuncio de cualquier táctica o en el sitio web del cliente se registra en nuestro sistema

## Filtrado y Muestreo

Toda los datos registrados se filtran y se muestrean para identificar a los usuarios y encontrar sus múltiples interacciones con anuncios o en la web hasta llegar a la conversión o al abandono

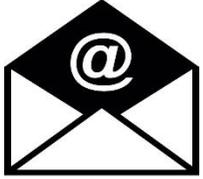
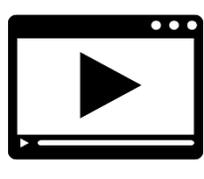
## Atribución

Nuestro Sistema propietario de modelado atribuye cada conversión a su respectiva cadena de acciones en la proporción adecuada usando la Inteligencia Artificial para establecer los porcentajes

## Análisis

La nueva distribución de atribuciones se visualiza a través de los medios acordados con nuestros clients (Presentación estática o dinámica en web)

# Misma Senda de Usuario con Atribución Multi Toque (MTA)

	Step 1	Step 2	Step 3	Step 4	Step 5	Step 6
Tácticas	Táct1	Táct2	Táct2	Tact3	Táct2	Táct4
Tipo Anuncio	 Email Ad <b>Impresión</b>	 Banner Ad <b>Click</b>	 Text Ad <b>Click</b>	 Banner Ad <b>Impresión</b>	 Video Ad <b>Vista</b>	 Banner Ad <b>Click</b>
Dispositivo	 Tablet	 PC	 Tablet	 PC	 Mobile	 PC
Atribución	5%	13%	15%	12%	15%	40%



Registro +  
100€  
Deposito/  
Venta  
Online

# Atribución Multi Toque (MTA) VS Atribución Último Toque (LTA)

	MTA	LTA
Táctica 1	5%	0%
Táctica 2	<b>43%</b>	0%
Táctica 3	12%	0%
Táctica 4	40%	<b>100%</b>

# Siguientes Pasos

- Determinar la Métrica de la Conversión
- Diseñar y colocar los Tags y Píxeles
- Recolección de Datos (datos de 4-6 meses para que el modelo aprenda)
- Análisis de Atribución y Entrega de Resultados (Se generan diferentes estudios por industria)
- Actualización Completa con la Incorporación de Nuevas Tácticas

**Gracias!**

# Apéndice

- Nuestras Herramientas y Técnicas Cumplen con la Nueva Ley Europea Sobre Protección de Datos (General Data Protection Regulation (GDPR) 2016/679)
- Utilizamos las Cadenas de Markov para Obtener Atribución Multi Toque, lo que Genera una Mejora de un  $\pm 50\%$  en el Ajuste de la Atribución Comparado con la Atribución de Último Toque
- Los Valores de Atribución se Determinan Mediante un Proceso que Incluye Inteligencia Artificial para Aprender de los Datos Generados y Crear los Mejores Ajustes Posibles