

**BENCHMARK**

# ANÁLISIS COMPARATIVO

**EL BENCHMARK ES UN PROCESO DE ANÁLISIS  
COMPARATIVO DE SITIOS WEB EN EL QUE  
DESTACAMOS LAS VENTAJAS Y DESVENTAJAS  
DE ELEMENTOS SEGÚN CRITERIOS DE DISEÑO Y  
CONTENIDOS**

# BENCHMARK

ORIENTADO HACIA LOS OBJETIVOS DEL CLIENTE

ESTUDIA LA COMPETENCIA

NOCIÓN GENERAL DE LO QUE SE ESTÁ HACIENDO

DE LA INVESTIGACIÓN A LAS BUENAS PRÁCTICAS

# ESTUDIO DE SITIOS

**DEFINIR LA UTILIDAD  
DEL EJERCICIO**

**UN BENCHMARK PERMITE ORDENAR Y  
PRIORIZAR ELEMENTOS EN FUNCIÓN DE LOS  
OBJETIVOS DEFINIDOS PARA EL PROYECTO Y  
LOS POTENCIALES USUARIOS, POR LO QUE SUS  
BENEFICIOS IRÁN EN DIRECTA RELACIÓN CON  
ESTAS DEFINICIONES**

# LISTADO DE SITIOS REPRESENTATIVOS

**EN CONJUNTO CON EL CLIENTE ELABORAMOS UN LISTADO DE PLATAFORMAS DIGITALES QUE REALICEN ACTIVIDADES SIMILARES A LAS DEL PROYECTO O SEAN REFERENTES EN TÉRMINOS DE FUNCIONALIDAD, DISEÑO O ESTRATEGIA DE CONTENIDOS**

# CRITERIOS A ANALIZAR

**NOS ENFOCAMOS EN LAS DEFINICIONES  
GENERALES DE DISEÑO, ELEMENTOS PROPIOS DEL  
CONTENIDO (FORMATOS, EXTENSIÓN, TONO DEL  
LENGUAJE) Y LA ESTRUCTURA DE NAVEGACIÓN  
(EXPERIENCIA DE USO)**

# ANÁLISIS INDIVIDUAL

**REVISAMOS EN PROFUNDIDAD CADA UNO DE LOS SITIOS E IDENTIFICAMOS LAS FORTALEZAS Y DEBILIDADES DE CADA ELEMENTO ANALIZADO**

# COMPARACIÓN Y CONCLUSIONES

**TRADUCIMOS LAS FORTALEZAS EN BUENAS PRÁCTICAS Y SI EXISTEN DEBILIDADES QUE SEAN COMUNES A TODOS LOS SITIOS ANALIZADOS, LAS DESTACAMOS PARA EVITAR REPETIRLAS**

# LISTADO DE RECOMENDACIONES

**EN BASE A LAS CONCLUSIONES ELEGIMOS LAS  
CARACTERÍSTICAS QUE GUIARÁN LA  
CONSTRUCCIÓN DE LA PROPUESTA DE DISEÑO Y  
LA ORIENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA**

# EN RESUMEN

**EL CLIENTE ENCONTRARÁ EN EL BENCHMARK UNA EXPLICACIÓN DETALLADA DE LOS ARGUMENTOS SOBRE LOS CUALES SE CONSTRUIRÁ LA PROPUESTA VISUAL Y LA ESTRATEGIA**

**MIENTRAS MÁS CLARAS QUEDEN LAS BASES QUE JUSTIFICAN CADA ACCIÓN DE LA ESTRATEGIA, MENOS PROBLEMAS SURGIRÁN EN LAS ETAPAS SIGUIENTES**

**TRAZAR UN NORTE COMO  
DESTINO FINAL DEL  
PROYECTO A ABORDAR**

# **MEDICIÓN DEL ÉXITO O FRACASO DE LA ESTRATEGIA DIGITAL DE UN PROYECTO**

# QUÉ QUEREMOS LOGRAR?

**PROYECTO CON OBJETIVOS**

**NO SOLO “QUERER ESTAR”**

# SITIOS Y SUS OBJETIVOS

# **MEDIO DIGITAL (RENTABILIZAR TRÁFICO)**

# LEAD GENERATION (BASES DE DATOS)

# **BRANDING (VISIBILIDAD)**

# **INTRANET**

## **(PROCESOS INTERNOS)**

**CORPORATIVOS**  
**(FIDELIZAR CLIENTES)**

**NO EXISTE UN  
PROYECTO WEB  
IGUAL A OTRO**

# METODOLOGÍA FOP

# FORMULACIÓN DE OBJETIVOS Y PUNTOS DE CONTACTO

**CÓMO, SABER SI  
LAS TÉCNICAS ESCOGIDAS  
SON LAS CORRECTAS?**

**CUÁLES FUERON LAS  
ACCIONES QUE NOS  
LLEVARON AL ÉXITO?**



Tráfico entre sitios del Ecosistema Digital

Enlaces en cada sitio

Tráfico de referencia

# SEGÚN IDA

FOP COORDINA LAS ESTRATEGIAS DE MARKETING DE CONTENIDOS, ANALÍTICA WEB Y DISEÑO CENTRADO EN EL USUARIO PARA ORIENTARLAS HACIA LOS OBJETIVOS GENERALES

# 2.

**TRASPASO DE RESULTADOS A UNA PLANILLA Y CONSOLIDACIÓN DE LOS OBJETIVOS QUE DEBERÁN SER APROBADOS POR EL CLIENTE**

# 3.

**IDENTIFICACIÓN DE LOS PUNTOS DE CONTACTO  
EN LA PLATAFORMA, LOS QUE SE ASOCIAN A  
LOS OBJETIVOS**

# 4.

**DEFINICIÓN DE LOS INDICADORES CLAVES DE RENDIMIENTO KPI, ESTABLECIENDO UN SISTEMA DE MEDICIÓN**

# 5.

**MONITOREO DEL FUNCIONAMIENTO DE CADA  
ELEMENTO PARA MEDIR Y LEVANTAR  
RECOMENDACIONES DE OPTIMIZACIÓN**

**PREGUNTAS?**

# HAGAMOS BENCHMARK

PRESENTACIÓN DISPONIBLE EN [WWW.NICOLASESPINOZA.CL](http://WWW.NICOLASESPINOZA.CL)