

# FORMULACIÓN DE OBJETIVOS

**BONITO O FEO?**

**UN PROYECTO WEB NO  
DEPENDE DE OPINIONES  
SUBJETIVAS**

# OBJETIVOS

**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



# **TIENDA VIRTUAL (VENDER)**

# **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**

**1.**

**EJERCICIO DE DEFINICIÓN DE OBJETIVOS  
CON LOS DISTINTOS EQUIPOS  
INVOLUCRADOS EN EL PROYECTO**

# 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**

**PARA CADA PROYECTO DEBEN TRAZARSE  
OBJETIVOS CLAROS, LOS CUALES DEBEN  
RESOLVERSE A PARTIR DE DIVERSOS PUNTOS DE  
CONTACTO, LOS QUE PODRÁN SER MEDIDOS A  
TRAVÉS DE RESULTADOS**