

¿Cómo establecer nuestro
cuadro de mando o dashboard
en función de los KPIs que
hemos determinado?

www.yolandahernandez.es

@yolandahs

Nombre de la Empresa que se analiza

Fecha del Reportes:
Reporte Generado por :



NOTAS DE INTERÉS Y CAMBIOS NOTABLES

Existencia de una disminución de visitas que habrá que estudiar a qué ha sido debido. Analizar la campaña X que ha tenido una disminución en su tasa de conversión y por otro lado qué acciones se están desarrollando en facebook, que no están motivando a convertir lo suficiente. El tiempo medio de las visitas a nuestro sitio ha disminuido, pudiendo ser debido a pérdida de interes en contenidos o a que el usuario no está encontrando lo que busca. El número de ventas ha disminuido con respecto al periodo anterior, así como el número de seguidores en Twitter. Hemos perdido usuarios recurrentes lo que puede ser debido a que nuestras acciones de retención no sean las adecuadas y enfocadas a los mismos, también revisar los contenidos y acciones de email marketing ya que no están motivando a que el usuario vuelva a visitar nuestro sitio.

KPI	Este mes	Pasado mes	Cambio	% Cambio	Objetivo	Conseguido	% Objetivo	Alerta	Responsable
ATRACCIÓN									
Visitas	20000	24000	▼	-17%	30000				
Tasa de Conversión Total	10%	5%	▲	100%	5%				
Tasa de Conversión SEO	30%	20%	▲	50%	5%				
Tasa de Conversión SEM	10%	5%	▲	100%	5%				
Tasa de Conversión eMailMk	5%	6%	▼	-17%	5%				
Tasa de Conversión Campaña X	3%	5%	▼	-40%	5%				
Tasa de Conversión SM (Fb, Tw, Yt)	1%	2%	▼	-50%	5%				
Número de Página Vistas	100000	80000	▲	25%	90000				
COMPROMISO									
Tiempo medio de visitas en el sitio	0:03:24	0:03:50	▼	-11%	0:05:00				
Nº de páginas vistas	100000	11000	▲	809%	100000				
Tasa de Rebote	0,30	0,30	▲	0%	0,25				
Tasa de Abandono	30%	30%	▲	0%	20%				
CONVERSIÓN									
Importe Medio Ventas	€ 500,00	€ 400,00	▲	25%	€ 600,00				
Nº de Ventas	49	57	▼	-14%	60				
Importe en Ventas	€ 23.000,00	€ 20.777,00	▲	11%	€ 30.000,00				
Nº de Seguidores en Facebook	3166	3077	▲	3%	5000				
Nº de Seguidores en Twitter	380	386	▼	-2%	1000				
Nº de Visualizaciones en Videos	100	49	▲	104%	150	67%	-33%	Analizar	Dpto. Social Media
Nº Suscriptores Boletín	3055	3048	▲	0%	5000	61%	-39%		
RETENCIÓN									
Visitantes recurrentes	5011	6600	▼	-24%	8000	63%	-37%	Analizar acciones retención	Dpto. Comercial y atención cliente
Visitantes recurrentes SEO	2700	2500	▲	8%	3500	77%	-23%		
Visitantes recurrentes SEM	1500	1300	▲	15%	2500	60%	-40%		
Visitantes recurrentes eMailMK	811	850	▼	-5%	2000	41%	-59%	Revisar contenidos	Dpto. Contenidos
Visitantes recurrentes Campaña X	300	270	▲	11%	500	60%	-40%		

*Cuadro de Mando:
Desarrollamos una hoja de cálculo que nos sirva como resumen de lo que hemos conseguido, lo que estamos por conseguir y lo que actualmente, estamos consiguiendo.*

Nombre de la Empresa que se analiza



Fecha del Reportes:
Reporte Generado por :

NOTAS DE INTERÉS Y CAMBIOS NOTABLES

Existencia de una disminución de visitas que habrá que estudiar a qué ha sido debido. Analizar la campaña X que ha tenido una disminución en su tasa de conversión y por otro lado qué acciones se están desarrollando en facebook, que no están motivando a convertir lo suficiente. El tiempo medio de las visitas a nuestro sitio ha disminuido, pudiendo ser debido a pérdida de interes en contenidos o a que el usuario no está encontrando lo que busca. El número de ventas ha disminuido con respecto al periodo anterior, así como el número de seguidores en Twitter. Hemos perdido usuarios recurrentes lo que puede ser debido a que nuestras acciones de retención no sean las adecuadas y enfocadas a los mismos, también revisar los contenidos y acciones de email marketing ya que no están motivando a que el usuario vuelva a visitar nuestro sitio.

KPI	Este mes	Pasado mes	Cambio	% Cambio	Objetivo	Conseguido	% Objetivo	Alerta	Propietario
ATRACCIÓN									
Visitas	20000	24000	▼	-17%	30000	67%	-33%	Analizar	Dpto. Marketing
Tasa de Conversión Total	10%	5%	▲	100%	5%	200%	100%		
Tasa de Conversión SEO	30%	20%	▲	50%	5%	600%	500%		
Tasa de Conversión SEM	10%	5%	▲	100%	5%	200%	100%		
Tasa de Conversión eMailMk	5%	6%	▼	-17%	5%	100%	0%		Dpto. Marketing
Tasa de Conversión Campaña X	3%	5%	▼	-40%	5%	60%	-40%	Analizar campaña	Dpto. Marketing
Tasa de Conversión SM (Fb, Tw, Yt)	1%	2%	▼	-50%	5%	20%	-80%	Analizar acciones	Dpto. Social Media
Número de Página Vistas	100000	80000	▲	25%	90000	111%	11%		
COMPROMISO									
Tiempo medio de visitas en el sitio	0:03:24	0:03:50	▼	-11%	0:05:00	68%	-32%	Analizar por qué sucede	Dpto. Usabilidad y Contenidos
Nº de páginas vistas	100000	11000	▲	809%	100000	100%	0%		
Tasa de Rebote	0,30	0,30	▲	0%	0,25	120%	20%		
Tasa de Abandono	30%	30%	▲	0%	20%	150%	50%		
CONVERSIÓN									
Importe Medio Ventas	€ 500,00	€ 400,00	▲	25%	€ 600,00	83%	-17%		
Nº de Ventas	49	57	▼	-14%	60	82%	-18%	Analizar	Dpto. Marketing y Comercial
Importe en Ventas	€ 23.000,00	€ 20.777,00	▲	11%	€ 30.000,00	77%	-23%		
Nº de Seguidores en Facebook	3166	3077	▲	3%	5000	63%	-37%		
Nº de Seguidores en Twitter	380	386	▼	-2%	1000	38%	-62%	Analizar	Dpto. Social Media
Nº de Visualizaciones en Videos	100	49	▲	104%	150	67%	-33%		
Nº Suscriptores Boletín	3055	3048	▲	0%	5000	61%	-39%		
RETENCIÓN									
Visitantes recurrentes	5011	6600	▼	-24%	8000	63%	-37%	Analizar acciones retención	Dpto. Comercial y atención cliente
Visitantes recurrentes SEO	2700	2500	▲	8%	3500	77%	-23%		
Visitantes recurrentes SEM	1500	1300	▲	15%	2500	60%	-40%		
Visitantes recurrentes eMailMK	811	850	▼	-5%	2000	41%	-59%	Revisar contenidos	Dpto. Contenidos
Visitantes recurrentes Campaña X	300	270	▲	11%	500	60%	-40%		

Nombre de la Empresa que se analiza	
Fecha del Reportes: Reporte Generado por :	
NOTAS DE INTERÉS Y CAMBIOS NOTABLES	
Existencia de una disminución de visitas que habrá que estudiar a...	
facebook, que no están motivando a convertir lo suficiente. El tiempo...	
busca. El número de ventas ha disminuido con respecto al período a...	
sean las adecuadas y enfocadas a los mismos, también revisar los...	
KPI	Este mes
ATRACCIÓN	
Visitas	20000
Tasa de Conversión Total	10%
Tasa de Conversión SEO	30%
Tasa de Conversión SEM	10%
Tasa de Conversión eMailMk	5%
Tasa de Conversión Campaña X	3%
Tasa de Conversión SM (Fb, Tw, Yt)	1%
Número de Página Vistas	100000
COMPROMISO	
Tiempo medio de visitas en el sitio	0:03:24
Nº de páginas vistas	100000
Tasa de Rebote	49%
Tasa de Abandono	57%
CONVERSIÓN	
Importe Medio Ventas	€ 500,00
Nº de Ventas	380
Importe en Ventas	€ 23.000,00
Nº de Seguidores en Facebook	100
Nº de Seguidores en Twitter	3055
Nº de Visualizaciones en Vídeos	3055
Nº Suscriptores Boletín	3055
RETENCIÓN	
Visitantes recurrentes	5011
Visitantes recurrentes SEO	2700
Visitantes recurrentes SEM	1500
Visitantes recurrentes eMailMK	811
Visitantes recurrentes Campaña X	300

	Este mes	Pasado mes
	20000	24000
	10%	5%
	30%	20%
	10%	5%
	5%	6%
	3%	5%
	1%	2%
	100000	80000
	0:03:24	0:03:50
	100000	11000
	0,30	0,30
	30%	30%
	€ 500,00	€ 400,00
	49	57
	€ 23.000,00	€ 20.777,00
	3166	3077
	380	386
	100	49
	3055	3048
	3055	3048
	5011	6600
	2700	2500
	1500	1300
	811	850
	300	270

	
<p>una disminución en su tasa de conversión y por otro lado qué acciones se están desarrollando en...</p> <p>tiempo ser debido a pérdida de interés en contenidos o a que el usuario no está encontrando lo que...</p> <p>mos perdido usuarios recurrentes lo que puede ser debido a que nuestras acciones...</p> <p>en motivando a que el usuario vuelva a visitar nuestra...</p>	
Objetivo	Conseguido
63%	77%
-23%	-40%
41%	60%
-59%	-40%
Revisar contenidos	Dpto. Contenidos
	Dpto. Comercial y atención cliente

Comparable en el tiempo.

Nombre de la Empresa que se analiza



Este mes	Pasado mes	Cambio	% Cambio
20000	24000	▼	-17%
10%	5%	▲	100%
30%	20%	▲	50%
10%	5%	▲	100%
5%	6%	▼	-17%
3%	5%	▼	-40%
1%	2%	▼	-50%
100000	80000	▲	25%

ha tenido una disminución en su tasa de conversión y por otro lado qué acciones se están desarrollando en el mes pasado, pudiendo ser debido a pérdida de interés en contenidos o a que el usuario no está encontrando lo que necesita en Twitter. Hemos perdido usuarios recurrentes lo que puede ser debido a que nuestras acciones de marketing no están motivando a que el usuario vuelva a visitar nuestra web.

Objetivo	Conseguido
30000	5%
5%	5%
5%	5%
5%	5%
5%	5%
5%	5%
90000	
0:05:00	
100000	
0,25	
20%	

Mostrar % de cambio con respecto al mes anterior.

CONVERSIÓN								
Importe Medio Ventas	€ 500,00	€ 400,00	▲	25%	€ 600,00			
Nº de Ventas	49	57	▼	-14%	60			
Importe en Ventas	€ 23.000,00	€ 20.777,00	▲	11%	€ 30.000,00			
Nº de Seguidores en Facebook	3166	3077	▲	3%	5000			
Nº de Seguidores en Twitter	380	386	▼	-2%	1000			
Nº de Visualizaciones en Videos	100	49	▲	104%	150			
Nº Suscriptores Boletín	3055	3048	▲	0%	5000			
RETENCIÓN								
Visitantes recurrentes	5011	6600	▼	-24%	8000	63%	Revisar acciones retención	Dpto. Comercial y atención cliente
Visitantes recurrentes SEO	2700	2500	▲	8%	3500	77%		
Visitantes recurrentes SEM	1500	1300	▲	15%	2500	60%		
Visitantes recurrentes eMailMK	811	850	▼	-5%	2000	41%	Revisar contenidos	Dpto. Contenidos
Visitantes recurrentes Campaña X	300	270	▲	11%	500	60%		

Nombre de la Empresa que se analiza



Fecha del Reportes:

Rep

NOT

Exist

face

busc

sean

KPI

ATR

Visita

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Núm

COM

Tiem

Nº de

Tasa d

Tasa

Tasa

	Objetivo	Conseguido	% Objetivo
KPI	30000	67%	-33%
ATR	5%	200%	100%
Visita	5%	600%	500%
Tasa	5%	200%	100%
Tasa	5%	100%	0%
Núm	5%	60%	-40%
COM	5%	20%	-80%
Tiem	90000	111%	11%

a X que ha tenido una disminución en su tasa de conversión y por otro lado qué acciones se están desarrollando en ha disminuido, pudiendo ser debido a pérdida de interes en contenidos o a que el usuario no está encontrando lo que pres en Twitter. Hemos perdido usuarios recurrentes lo que puede ser debido a que nuestras acciones de marketing ya que no están motivando a que el usuario vuelva a visitar nuestra

Cambio

Objetivo

Conseguido

-17%

30000

100%

5%

50%

5%

100%

5%

-17%

5%

-40%

5%

-50%

5%

25%

90000

Mostrar objetivo y % con respecto al mismo de lo conseguido y lo que resta para llegar a él.

CONVERSIÓN

Importe Medio Ventas	€ 500,00	€ 400,00	▲	25%	€ 600,00
Nº de Ventas	49	57	▼	-14%	60
Importe en Ventas	€ 23.000,00	€ 20.777,00	▲	11%	€ 30.000,00
Nº de Seguidores en Facebook	3166	3077	▲	3%	5000
Nº de Seguidores en Twitter	380	386	▼	-2%	1000
Nº de Visualizaciones en Videos	100	49	▲	104%	150
Nº Suscriptores Boletín	3055	3048	▲	0%	5000

RETENCIÓN

Visitantes recurrentes	5011	6600	▼	-24%	8000	63%			
Visitantes recurrentes SEO	2700	2500	▲	8%	3500	77%	-23%		Dpto. Comercial y atención cliente
Visitantes recurrentes SEM	1500	1300	▲	15%	2500	60%	-40%		
Visitantes recurrentes eMailMK	811	850	▼	-5%	2000	41%	-59%	Revisar contenidos	Dpto. Contenidos
Visitantes recurrentes Campaña X	300	270	▲	11%	500	60%	-40%		

Nombre de la Empresa que se analiza



Fecha del Reportes:

Rep

NOT

Exist

face

busc

sean

KPI

ATR

Visita

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Núm

COM

Tiem

Nº de

Tasa de

Tasa

Tasa

CONVERSIÓN

Importe Medio Ventas

Nº de Ventas

Importe en Ventas

Nº de Seguidores en Facebook

Nº de Seguidores en Twitter

Nº de Visualizaciones en Videos

Nº Suscriptores Boletín

RETENCIÓN

Visitantes recurrentes

Visitantes recurrentes SEO

Visitantes recurrentes SEM

Visitantes recurrentes eMailMK

Visitantes recurrentes Campaña X

Objetivo	Conseguido	% Objetivo
30000	67%	-33%
5%	200%	100%
5%	600%	500%
5%	200%	100%
5%	100%	0%
5%	60%	-40%
5%	20%	-80%
90000	111%	11%

a X que ha tenido una disminución en su tasa de conversión y por otro lado qué acciones se están desarrollando en ha disminuido, pudiendo ser debido a pérdida de interes en contenidos o a que el usuario no está encontrando lo que pres en Twitter. Hemos perdido usuarios recurrentes lo que puede ser debido a que nuestras acciones de marketing ya que no están motivando a que el usuario vuelva a visitar nuestra

Cambio	Objetivo	Conseguido
-17%	30000	
100%	5%	
50%	5%	
100%	5%	
-17%	5%	
-40%	5%	
-50%	5%	
25%	90000	

Reflejar los cambios positivos y negativos en colores

Rojo = Malo

Rojo + Negrita = Realmente malo

Verde = Bueno

Cambio	Objetivo	Conseguido
-11%	0:05:00	
809%	100000	
0%	0,25	
0%	20%	

Cambio	Objetivo	Conseguido
25%	€ 600,00	
-14%	60	
11%	€ 30.000,00	
3%	5000	
-2%	1000	
104%	150	
0%	5000	

Cambio	Objetivo	Conseguido
63%		
77%		
60%		
41%		
60%		

Cambio	Objetivo	Conseguido
-24%	8000	
8%	3500	
15%	2500	
-5%	2000	
11%	500	

Cambio	Objetivo	Conseguido
-23%		
-40%		
-59%		
-40%		

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Cambio	Objetivo	Conseguido

Acciones	Objetivo	Conseguido	%	Acciones	Dpto.
					Dpto. Comercial y atención cliente
Revisar contenidos					Dpto. Contenidos

Nombre de la Empresa que se analiza



Fecha del Reportes:
Reporte Generado por :

NOTAS DE INTERÉS Y CAMBIOS NOTABLES

Existencia de una disminución de visitas que habrá que estudiar a qué ha sido debido. Analizar la campaña X que ha tenido una disminución en su tasa de conversión y por otro lado qué acciones se están desarrollando en facebook, que no están motivando a convertir lo suficiente. El tiempo medio de las visitas a nuestro sitio ha disminuido, pudiendo ser debido a pérdida de interes en contenidos o a que el usuario no está encontrando lo que busca. El número de ventas ha disminuido con respecto al periodo anterior, así como el número de seguidores en Twitter. Hemos perdido usuarios recurrentes lo que puede ser debido a que nuestras acciones de retención no sean las adecuadas y enfocadas a los mismos, también revisar los contenidos y acciones de email marketing ya que no están motivando a que el usuario vuelva a visitar nuestro sitio.

KPI	Este mes	Pasado mes	Cambio	% Cambio	Objetivo	Conseguido	% Objetivo	Alerta	Propietario
-----	----------	------------	--------	----------	----------	------------	------------	--------	-------------

ATRACCIÓN

Visitas	20000	24000	▼	-17%					
Tasa de Conversión Total	10%	5%	▲	100%					
Tasa de Conversión SEO	0%	20%	▲	50%					
Tasa de Conversión	0%	5%	▲	100%					
	1%	6%	▼	-17%					
	%	5%	▼	-40%					
	%	2%	▼	-50%					
0	80000		▲	25%					
	0:03:50		▼	-11%					
	11000		▲	809%					
	0,30		▲	0%					
	30%		▲	0%					
€ 400,00			▲	25%					
57			▼	-14%					
€ 20.777,00			▲	11%					
3077			▲	3%					
386			▼	-2%					
49			▲	104%					
3048			▲	0%					
6600			▼	-24%	8000	63%	-37%	Analizar acciones retención	Dpto. Comercial y atención cliente
2500			▲	8%	3500	77%	-23%		
1300			▲	15%	2500	60%	-40%		
850			▼	-5%	2000	41%	-59%	Revisar contenidos	Dpto. Contenidos
270			▲	11%	500	60%	-40%		

Alerta	Propietario
Analizar	Dpto. Marketing
Analizar campaña	Dpto. Marketing
Analizar acciones	Dpto. Social Media

Mostrar alertas con respecto a cada KPI y el responsable o propietario de que las acciones que motiven a su buena evolución, se realicen correcta y positivamente.

Nombre de la Empresa que se analiza



Fecha del Reportes:
Reporte Generado por :

NOTAS DE INTERÉS Y CAMBIOS NOTABLES

Existencia de una disminución de visitas que habrá que estudiar a qué ha sido debido. Analizar la campaña X que ha tenido una disminución en su tasa de conversión y por otro lado qué acciones se están desarrollando en facebook, que no están motivando a convertir lo suficiente. El tiempo medio de las visitas a nuestro sitio ha disminuido, pudiendo ser debido a pérdida de interes en contenidos o a que el usuario no está encontrando lo que busca. El número de ventas ha disminuido con respecto al periodo anterior, así como el número de seguidores en Twitter. Hemos perdido usuarios recurrentes lo que puede ser debido a que nuestras acciones de retención no sean las adecuadas y enfocadas a los mismos, también revisar los contenidos y acciones de email marketing ya que no están motivando a que el usuario vuelva a visitar nuestro sitio.

KPI	Este mes	Pasado mes	Cambio	% Cambio	Objetivo	Conseguido
ATRACCIÓN						
Visitas	20000	24000	▼	-17%	30000	
Tasa de Conversión Total	10%	5%	▲	100%	5%	
Tasa de Conversión SEO	30%	20%	▲	50%	5%	
Tasa de Conversión SEM	10%	5%	▲	100%	5%	
Tasa de Conversión eMailMk	5%	6%	▼	-17%	5%	
Tasa de Conversión Campaña X	3%	5%	▼	-40%	5%	
Tasa de Conversión SM (Fb, Tw, Yt)	1%	2%	▼	-50%	5%	
Número de Página Vistas	100000	80000	▲	25%	90000	
COMPROMISO						
Tiempo medio de visitas en el sitio	0:03:24	0:03:50	▼	-11%	0:05:00	
Nº de páginas vistas	100000	11000	▲	809%	100000	
Tasa de Rebote	0,30	0,30	▲	0%	0,25	
Tasa de Abandono	30%	30%	▲	0%	20%	
CONVERSIÓN						
Importe Medio Ventas	€ 500,00	€ 400,00	▲	25%	€ 600,00	
Nº de Ventas	49	57	▼	-14%	60	
Importe en Ventas	€ 23.000,00	€ 20.777,00	▲	11%	€ 30.000,00	
Nº de Seguidores en Facebook	3166	3077	▲	3%	5000	
Nº de Seguidores en Twitter	380	386	▼	-2%	1000	
Nº de Visualizaciones en Vídeos	100	49	▲	104%	150	
Nº Suscriptores Boletín	3055	3048	▲	0%	5000	
RETENCIÓN						
Visitantes recurrentes	5011	6600	▼	-24%	8000	63%
Visitantes recurrentes SEO	2700	2500	▲	8%	3500	77%
Visitantes recurrentes SEM	1500	1300	▲	15%	2500	60%
Visitantes recurrentes eMailMK	811	850	▼	-5%	2000	41%
Visitantes recurrentes Campaña X	300	270	▲	11%	500	60%

Realizar un pequeño resumen de nuestro cuadro de mando, mostrando notas de interés y cambios notables

Acciones	Objetivo	Conseguido	%	Acciones	Objetivo	Conseguido	%
Revisar acciones retención	Dpto. Comercial y atención cliente						
			-23%				
Revisar contenidos	Dpto. Contenidos						
			-40%				
			-59%				
			-40%				

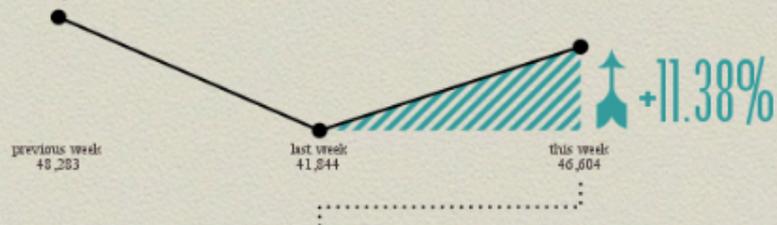
NOTAS DE INTERÉS Y CAMBIOS NOTABLES

Existencia de una disminución de visitas que habrá que estudiar a qué ha sido debido. Analizar la campaña X que ha tenido una disminución en su tasa de conversión y por otro lado qué acciones se están desarrollando en facebook, que no están motivando a convertir lo suficiente. El tiempo medio de las visitas a nuestro sitio ha disminuido, pudiendo ser debido a pérdida de interes en contenidos o a que el usuario no está encontrando lo que busca. El número de ventas ha disminuido con respecto al periodo anterior, así como el número de seguidores en Twitter. Hemos perdido usuarios recurrentes lo que puede ser debido a que nuestras acciones de retención no sean las adecuadas y enfocadas a los mismos, también revisar los contenidos y acciones de email marketing ya que no están motivando a que el usuario vuelva a visitar nuestro sitio.

Ejemplo de desarrollo de Dashboards (más visual y sencillo y que normalmente no contiene una declaración de objetivos).

PAGEVIEWS

How did traffic to your site change from the previous week?



There were **46,604** pageviews this week: A **11.38%** increase over last week. This is the **first positive growth** in the last three weeks.

VISITORS

What is significant about your visitors this week?



Breakdown of new vs. returning visitors to your site this week



ENGAGEMENT

What has changed in how your users interact with your content?



SOCIAL

How are users sharing your content this week vs. last week?



SEO



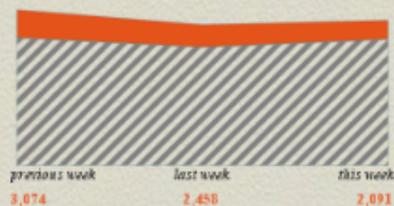
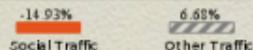
Organic search results have **dropped 4.37%**

BOUNCE RATE



Single pageview visits have **increased 5.34%**

SOCIAL TRAFFIC



Adjunto tienes un archivo excel que te
podrá servir de ejemplo para el desarrollo
de tu cuadro de mando.

www.yolandahernandez.es
[@yolandahs](https://twitter.com/yolandahs)