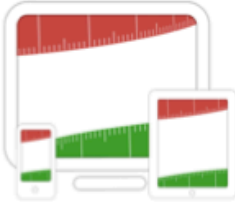


¿Cómo establecer nuestro  
cuadro de mando o dashboard  
en función de los KPIs que  
hemos determinado?

[www.yolandahernandez.es](http://www.yolandahernandez.es)

@yolandahs

Nombre de la Empresa que se analiza



Fecha del Reportes:  
Reporte Generado por :

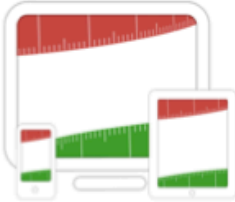
NOTAS DE INTERÉS Y CAMBIOS NOTABLES

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 perido 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%		

KPI	
ATRACCIÓN	
Visitas	
Tasa de Conversión Total	
Tasa de Conversión SEO	
Tasa de Conversión SEM	
Tasa de Conversión eMailMk	
Tasa de Conversión Campaña X	
Tasa de Conversión SM (Fb, Tw, Yt)	
Número de Página Vistas	
COMPROMISO	
Tiempo medio de visitas en el sitio	
Nº de páginas vistas	
Tasa de Rebote	
Tasa de Abandono	
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	



¿Por 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 el tiempo medio de las visitas a nuestro sitio ha disminuido, pudiendo ser debido a pérdida de interés en contenidos o a que el usuario no está encontrando lo que lo anterior, así como el número de seguidores en Twitter. Hemos perdido usuarios recurrentes lo que puede ser debido a que nuestras acciones no han motivado a los contenidos y acciones de email marketing ya que no están motivando a que el usuario vuelva a visitar nuestra página.

mes	Pasado mes	Cambio	% Cambio	Objetivo	Conseguir	Acciones
20000	24000	▼	-17%	30000		
10%	5%	▲	100%	5%		
30%	20%	▲	50%	5%		
10%	5%	▲	100%	5%		
5%	6%	▼	-17%	5%		
3%	5%	▼	-40%	5%		
1%	2%	▼	-50%	5%		
100000	80000	▲	25%	90000		
0:03:24	0:03:50	▼	-11%	0:05:00		
100000	11000	▲	809%	100000		
0,30	0,30	▲	0%	0,25		
30%	30%	▲	0%	20%		
500,00	€ 400,00	▲	25%	€ 600,00		
49	57	▼	-14%	60		
1000,00	€ 20.777,00	▲	11%	€ 30.000,00		
3166	3077	▲	3%	5000		
380	386	▼	-2%	1000		
100	49	▲	104%	150		
3055	3048	▲	0%	5000		
5011	6600	▼	-24%	8000	63%	Revisar acciones retención Dpto. Comercial y atención cliente
2700	2500	▲	8%	3500	77%	-23%
1500	1300	▲	15%	2500	60%	-40%
811	850	▼	-5%	2000	41%	-59%
300	270	▲	11%	500	60%	-40%
						Revisar contenidos Dpto. Contenidos

Detallamos nuestros KPIs conforme a nuestras estrategias de Atracción, Compromiso, Conversión y Retención, establecidas con nuestra metodología y lienzo.





Nombre de la Empresa que se analiza



## Este mes Pasado mes Cambio % Cambio

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  
nido, pudiendo ser debido a pérdida de interés en contenidos o a que el usuario no está encontrando lo que  
twitter. Hemos perdido usuarios recurrentes lo que puede ser debido a que nuestras acciones no están  
que no están motivando a que el usuario vuelva a visitar nuestra página.

Objetivo	Conseguir
30000	
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%	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
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

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Objetivo Conseguido % Objetivo

Exist			
face			
busc			
sean			
KPI	30000	67%	-33%
ATR	5%	200%	100%
Visita	5%	600%	500%
Tasa	5%	200%	100%
Tasa	5%	100%	0%
Tasa	5%	60%	-40%
Tasa	5%	20%	-80%
Núm	90000	111%	11%

#### 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%	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%		

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



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

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Tasa

Objetivo Conseguido % Objetivo

Exist			
face			
busc			
sean			
KPI	30000	67%	-33%
ATR			
Visita	5%	200%	100%
Tasa	5%	600%	500%
Tasa	5%	200%	100%
Tasa	5%	200%	100%
Tasa	5%	100%	0%
Tasa	5%	100%	0%
Núm	5%	60%	-40%
COM	5%	20%	-80%
Tiem	90000	111%	11%
Nº de			
Tasa			
Tasa			

#### 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%		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%		

Reflejar los cambios positivos y negativos en colores

Rojo = Malo

Rojo + Negrita = Realmente malo

Verde = Bueno

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  
Analizar acciones

Dpto. Marketing  
Dpto. Marketing  
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	Conseguir
-----	----------	------------	--------	----------	----------	-----------

#### 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	
Nº Suscriptores Boletín	3055	3048	▲	0%	5000	6

#### RETENCIÓN

Visitantes recurrentes	5011	6600	▼	-24%	8000	63%	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%		

#### 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.

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

**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?

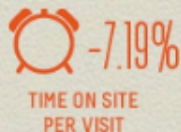


Breakdown of new vs. returning visitors to your site this week



## 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



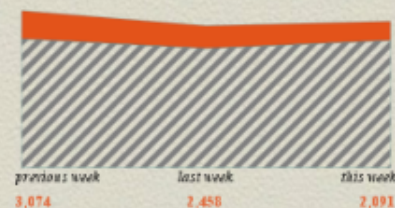
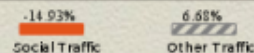
Organic search results have **dropped 4.37%**

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