

# Cómo Salesforce usa Tableau para el análisis de marketing

Mejore el rendimiento y la eficiencia en el marketing



# ÍNDICE

Introducción	3
Brinde información más rápido sobre el público y la campaña para mejorar la toma de decisiones	4
Optimice el impacto para aumentar el rendimiento, los clientes potenciales y las conversiones	5
Promueva la colaboración para eliminar los silos y adaptar las iniciativas	6
Historias de clientes   Cómo los equipos de marketing usan Tableau	8
Tome buenas decisiones con los datos de marketing con la ayuda de Tableau	9



# Introducción



Hay miles de empresas que brindan servicios y productos increíbles. Sin embargo, sin una estrategia de marketing efectiva, puede ser una batalla cuesta arriba hacer crecer la base de clientes y aumentar la rentabilidad. Además, algunos desafíos inesperados en los últimos años han aumentado el escrutinio y la presión sobre los departamentos de marketing. Los indicios de que los cambios se vayan a aminorar son pocos, por lo que los equipos de marketing se ven obligados a recortar presupuestos, probar el retorno de la inversión de todos los canales y campañas, y desarrollar tácticas, anuncios y contenido aún más creativos.

Incluso con todo esto en contra, se les pide a las empresas que hagan más con menos. Ahora es el momento de detectar mayores ahorros de costos y eficiencias operativas en todos los planes de medios, las campañas, los canales sociales y las promociones por correo electrónico. Afortunadamente, las organizaciones pueden **usar los datos para tomar buenas decisiones con rapidez y actuar.**

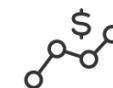
Los datos nunca han sido más relevantes porque nos ayudan a resolver desafíos críticos y a tomar buenas decisiones. Pero ¿cómo pueden las organizaciones y los equipos de marketing acceder a los datos de marketing, analizarlos y comprenderlos para basar sus decisiones?

Con Tableau, los equipos de marketing pueden conectar fuentes de datos diversas, hacer un seguimiento de los KPI y proporcionar informes útiles rápidamente a los líderes y las partes interesadas. La plataforma ayuda a los profesionales de marketing a optimizar su impacto, maximizar y reducir el gasto, colaborar de manera más estrecha y solucionar desafíos comunes relacionados con datos en silos, la limpieza de datos desordenados y la identificación de tendencias, entre otros.

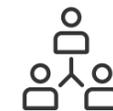
Siga leyendo para saber cómo Salesforce, nuestros clientes y nuestros socios usan la plataforma de Tableau para el análisis de marketing. Esta guía ayudará a sus equipos de marketing a lograr lo siguiente:



Brindar información más rápida sobre el público y la campaña para mejorar la toma de decisiones



Optimizar el impacto para aumentar el rendimiento, los clientes potenciales y las conversiones



Promover la colaboración para eliminar los silos y adaptar las iniciativas

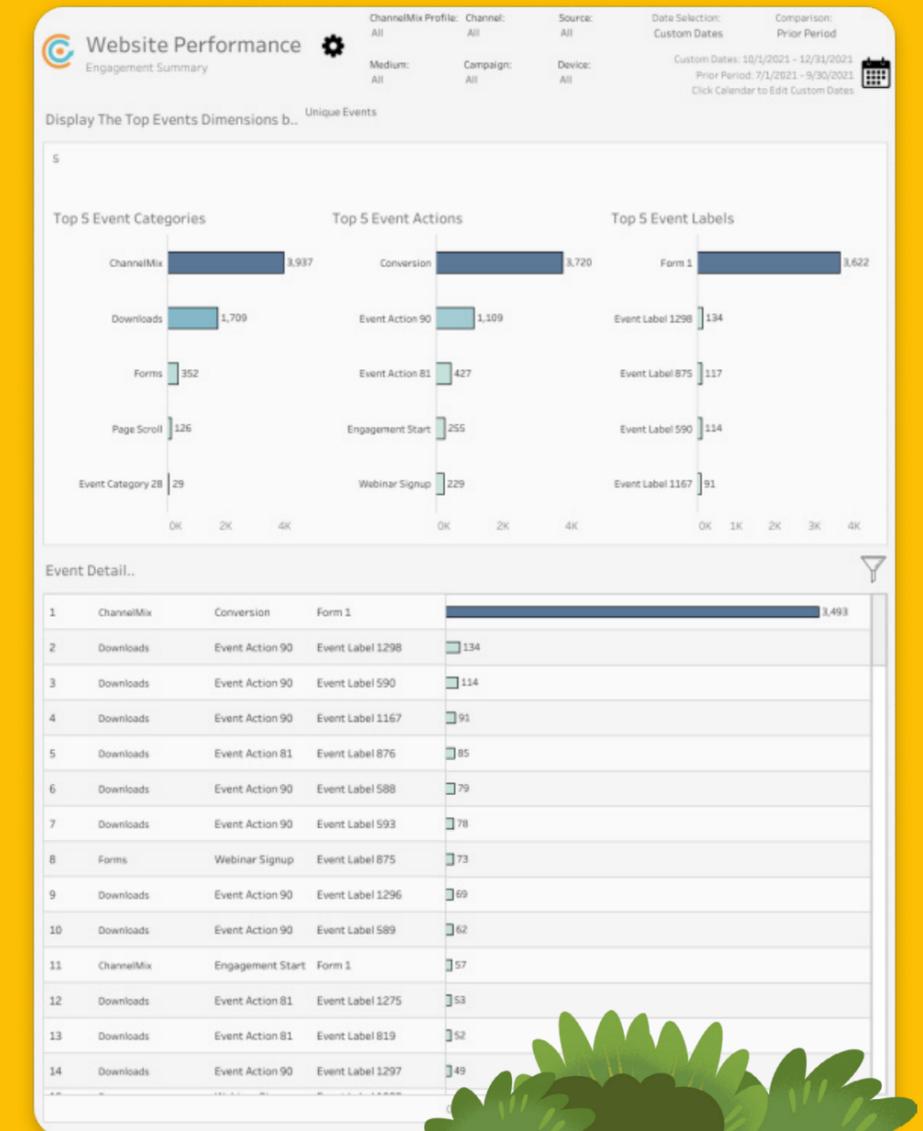
# Brinde información más rápido sobre el público y la campaña para mejorar la toma de decisiones

A menudo, las tendencias y las necesidades de los clientes fluctúan, y es responsabilidad de los especialistas en marketing reconocer esas necesidades y tendencias, administrar las campañas y modificar aspectos como el gasto digital y la segmentación del público. Contar con datos en tiempo real sobre el rendimiento de la campaña y con información sobre el público es fundamental para el éxito de la mayoría de las iniciativas de marketing. Por eso, las organizaciones deben invertir en herramientas y procesos que sean fáciles de usar, escalables y que aumenten la agilidad y la eficiencia de los equipos. Con las recientes crisis globales y la incertidumbre económica, tomar buenas decisiones con información relevante es más importante que nunca.

¿Cómo obtienen los especialistas en marketing una comprensión integral de sus clientes actuales y potenciales para aprovechar al máximo el presupuesto de marketing? Primero, conectan todas las fuentes de datos diversas y usan una fuente de veracidad de los clientes en tiempo real con [Genie de Salesforce](#), un gráfico de clientes desarrollado con miles de millones de puntos de datos. Genie de Salesforce incluye conectores nativos que recopilan datos de todas las fuentes de datos (dispositivos móviles, web, API y hasta datos históricos de mares de datos propios) para crear una vista integral de los datos que puede activarse para personalización en tiempo real, flujos de trabajo y análisis, entre otros.

Basados en esta fuente de veracidad de los clientes desarrollada en Genie, Tableau y CRM Analytics hacen posible que cualquier persona, sin importar dónde esté, pueda realizar análisis. Convierta la información en tiempo real en un recurso verdaderamente útil con Genie de Tableau, que lo ayuda a automatizar el análisis de todos los datos y permite que toda la organización colabore y actúe con análisis en tiempo real. La información basada en inteligencia artificial de [Genie de Tableau](#) los ayudan a usted y a su organización a obtener información un 29 % más rápido para tomar decisiones más inteligentes.

Para obtener información más rápido sobre las campañas y el público, use un dashboard como esta [visualización del rendimiento del sitio web](#) de ChannelMix a fin de informar sobre la interacción, la actividad y el rendimiento del sitio web. Observe cómo interactúa el público con el contenido en el sitio web, qué descargan y cuáles son los eventos que generan más conversiones.

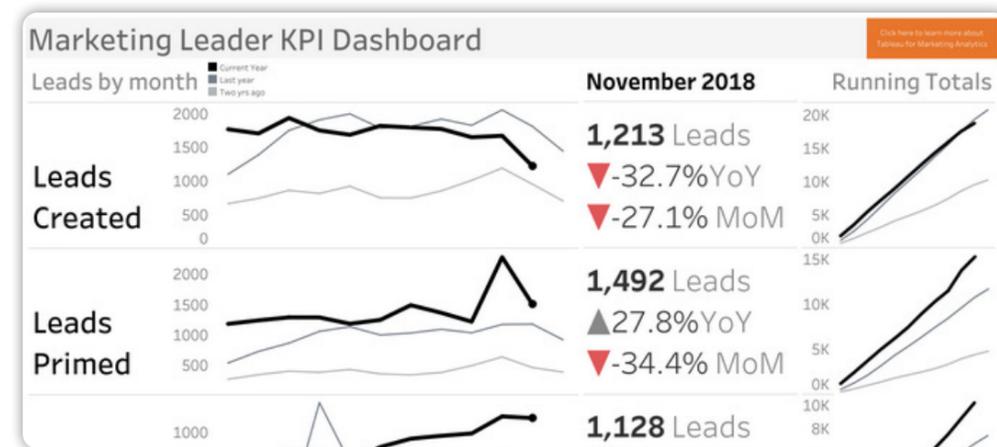


Con el dashboard de rendimiento del sitio web, los especialistas en marketing pueden obtener una vista de cómo interactúa el público con el sitio web, qué descargan y qué es lo que aumenta las conversiones.

[Explorar el dashboard](#) →

# Optimice el impacto para aumentar el rendimiento, los clientes potenciales y las conversiones

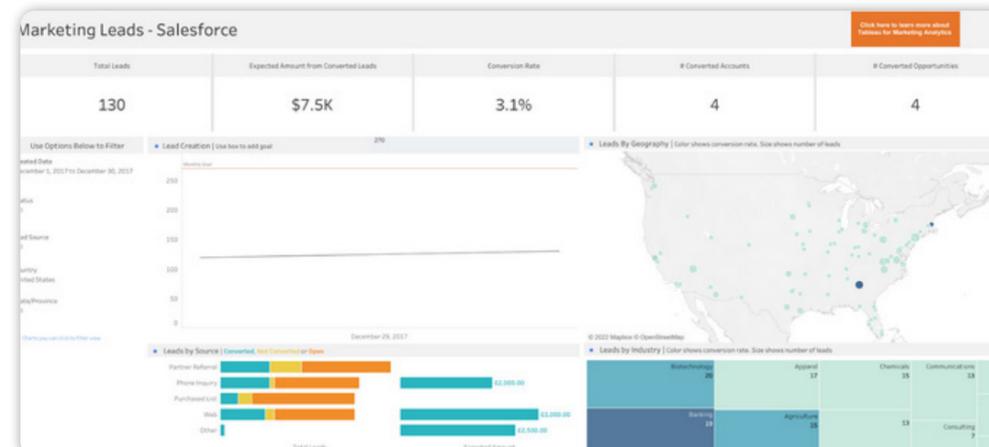
La cantidad de cambios a los que se enfrentan los departamentos de marketing en la actualidad hacen que siga aumentando la presión para que todas las decisiones generen un impacto. A fin de optimizar el impacto y los presupuestos para aumentar el rendimiento, las canalizaciones y las conversiones, defina primero los valores de referencia y los KPI, y haga un seguimiento de estos para optimizar las eficiencias y los resultados. Intente crear una visualización parecida al [dashboard con los KPI de los líderes de marketing](#). Contar con toda esa información en un solo lugar ayuda a los equipos a informar a los líderes sobre la creación, la preparación y la calificación de clientes potenciales.



En el dashboard con los KPI de los líderes de marketing se muestran clientes potenciales creados, preparados y calificados.

[Explorar el dashboard](#) →

Para que todo el departamento de marketing trabaje con una única fuente de veracidad, conecte los datos de la fuente de clientes potenciales y cree un dashboard como la [visualización de clientes potenciales de marketing y Salesforce](#) con la cantidad total de clientes potenciales, la tasa de conversión, la canalización esperada de los clientes potenciales convertidos y los clientes potenciales por origen, zona geográfica y sector. Usamos esa visualización para ayudar a los especialistas en marketing de Salesforce a conocer de dónde vienen los clientes potenciales, replicar las iniciativas acertadas de un canal a otro y conectarse con la información de cuenta de Salesforce.



El dashboard de clientes potenciales de marketing y Salesforce proporciona información a los líderes de marketing como los clientes potenciales totales, la tasa de conversión y la canalización esperada, entre otros.

[Explorar el dashboard](#) →



## Consejo sobre aceleradores

Si tiene dudas sobre cómo trabajar con los datos o cómo crear su propio dashboard desde cero, ¡no se preocupe! Con los aceleradores de Tableau, podrá empezar a usar dashboards específicos de marketing en cuestión de minutos con sus propios datos, y sin costo adicional.

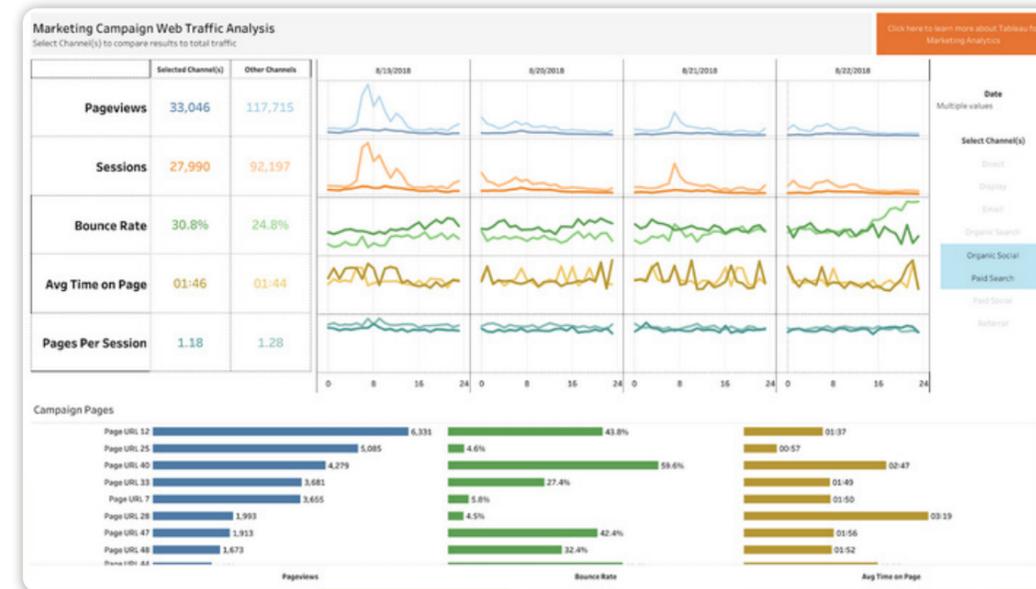
[Obtener aceleradores ahora](#) →

# Promueva la colaboración para eliminar los silos y adaptar las iniciativas

Al no poder ver ni desglosar los datos por canal, obtiene una vista incompleta del rendimiento y se pierde información potencial que podría ayudarlo a realizar mejoras incrementales y a aumentar la eficiencia. Los datos en silos son uno de los principales desafíos que tienen los especialistas en marketing y, para encontrar una solución, a menudo es necesario recurrir a los equipos de ingeniería para que desarrollen conexiones entre fuentes de datos. En consecuencia, es casi imposible informar los KPI, comprender el rendimiento de la campaña y adaptar las tácticas o reasignar presupuesto rápidamente en función de los datos.

Entonces ¿qué hacen los especialistas en marketing para tomar el control, eliminar silos de datos y adaptar las iniciativas? Para empezar, use una solución de análisis independiente de la tecnología que se conecte de manera segura a todos los datos. Cree visualizaciones eficientes e intuitivas que lo ayuden a analizar los datos sin importar donde estén almacenados. Estas visualizaciones pueden compartirse fácilmente entre los equipos para promover la colaboración con los compañeros, lo que garantiza que todos usen el mismo dashboard (una única fuente de veracidad) para informar los resultados.

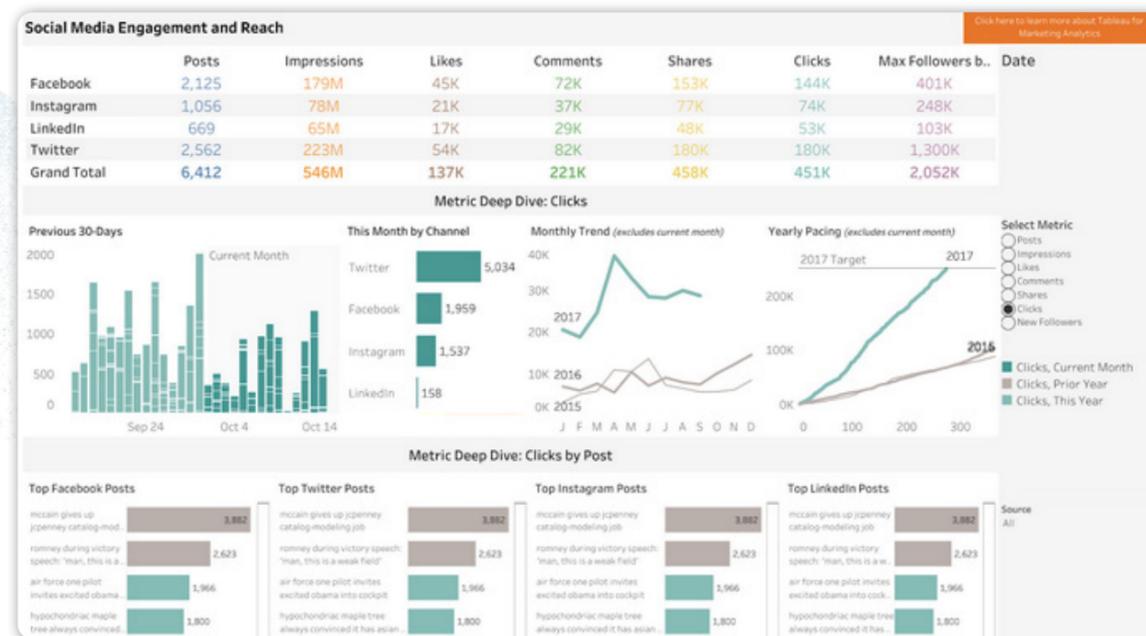
Lo más probable es que uno de los canales más importantes de la campaña sea el tráfico de sitios web, con los KPI del tiempo en la página, vistas y sesiones realizadas, entre otros. Obtener una vista completa de una fuente de tráfico es bastante fácil. Sin embargo, tener un dashboard de análisis como el [dashboard de análisis del tráfico de sitios web de la campaña de marketing](#) le permite conectarse con todos los datos de tráfico de sitios web y visualizarlos por fuente o canal, como búsqueda pagada, búsqueda orgánica, visualización, correo electrónico, orgánico social y mucho más. Ahora puede comparar resultados por canal y en relación con el tráfico total.



Use el dashboard de análisis de tráfico de sitios web de la campaña de marketing para comparar los resultados del canal con el tráfico total.

[Explorar el dashboard](#) →

Comparar los resultados entre canales de redes sociales puede presentar problemas similares. Sin embargo, usar un dashboard integral como el [dashboard de interacción y alcance de las redes sociales](#) permite ver y comparar fácilmente publicaciones, impresiones, cantidad de “Me gusta”, comentarios, contenido compartido, aumento de seguidores y otros aspectos de las redes sociales. Analice en profundidad los clics por canal y publicación individual, y realice un seguimiento de las tendencias de mes a mes y año a año.



Gracias al dashboard de interacción y alcance de las redes sociales, ver el rendimiento y comparar las tendencias entre canales es rápido y sencillo.

[Explorar el dashboard →](#)



¿Quiere ver otros dashboards de análisis de marketing? Consulte [Tableau Public](#) para acceder a dashboards que lo ayudarán a realizar un seguimiento del [rendimiento de los correos electrónicos](#), [las campañas digitales](#) y [la actividad de marketing por región](#), entre otros.

[Descubrir más dashboards →](#)

# Historias de clientes | Cómo los equipos de marketing usan Tableau

Descubra cómo los equipos de marketing **aceleran el tiempo de obtención de la información, promueven la colaboración y optimizan el impacto con Tableau.**



## Oneflare aprovecha una única fuente de veracidad para aumentar los ingresos por ventas en un 270 %

Oneflare es una empresa emergente australiana que conecta a clientes con negocios de 300 categorías, desde fontaneros y electricistas hasta peluqueros para mascotas y diseñadores de interiores. El equipo de ventas de Oneflare usa Tableau para combinar datos de rendimiento de varias fuentes en una vista de corte lúdico. Eso ha ayudado a incrementar la competencia sana entre representantes de ventas y ha contribuido a un aumento del 81 % en el volumen de ventas por representante y a un aumento del 270 % en los ingresos.

Además, el rendimiento del marketing de Oneflare también ha mejorado, por lo que es posible desglosar campañas pasadas y comprender cómo mejorarlas. Por ejemplo, el equipo de marketing ahora puede ver qué canales sirven más para promover diferentes categorías en el sitio de Oneflare y, también, optimizar el marketing del motor de búsqueda.

Las visualizaciones de Tableau han sido fundamentales a la hora de consolidar datos de múltiples canales y extraer información útil, lo que aumentó la eficiencia, la productividad y el ahorro de tiempo. Ahora, en cuestión de minutos, se puede visualizar el rendimiento de campañas individuales, lo que reduce el tiempo de generación de informes en un promedio de ocho horas por semana. Oneflare aprovecha información adicional de Tableau para optimizar la trayectoria del cliente y eliminar posibles puntos de abandono.

[Leer la historia →](#)



## Quandoo aumenta las ventas y mantiene a los clientes satisfechos con Tableau

Quandoo es la plataforma de reservas de restaurantes en línea que más rápido crece a nivel mundial. Fundada en 2012 en Berlín, Quandoo actualmente cuenta con una comunidad de más de 240 millones de comensales y 18 000 restaurantes asociados en 12 países. Su equipo central de BI solía estar agobiado por las preguntas de negocios diarias. Además, los cuellos de botella hacían que los empleados perdieran una energía y un tiempo valiosos que podrían aprovecharse en otro lado.

Tableau lo cambió todo al brindarle al equipo central de BI la flexibilidad que necesitaba en relación con el análisis visual. Así, permitió conectar fácilmente las distintas fuentes de datos del equipo. Al incorporar una administración sofisticada de la seguridad y el acceso, Tableau ayuda a mantener ciertos controles y, al mismo tiempo, permite que los empleados exploren por su cuenta.

La plataforma de análisis ayuda a mejorar las aplicaciones y las plataformas en línea propiedad de Quandoo. Los cambios realizados en las aplicaciones (como modificaciones en el texto, el color o el tamaño de las imágenes, o actualizaciones de los menús y la estructura de navegación) pueden generar diferencias significativas en las tasas de conversiones y respuestas de las actividades. Al usar Tableau para analizar los resultados de miles de pruebas A/B, Quandoo puede identificar e implementar las soluciones más efectivas para mantener satisfechos a los clientes. Además, evaluar el gasto en publicidad en línea le permite a Quandoo mejorar el ROI, aumentar el ahorro de costos y asignar dinero a las campañas más efectivas.

[Leer la historia →](#)



## HelloFresh optimiza las campañas de marketing digital y logra aumentar las tasas de conversión con Tableau

Antes, los equipos de HelloFresh analizaban datos en Excel y usaban datos de Google Analytics y distintas bases de datos de producción de MySQL. Debido a la agilidad del equipo de marketing a la hora de trabajar, esos datos debían descargarse, agregarse y analizarse de manera constante para generar resultados actualizados. Para la producción diaria de informes de rendimiento diarios y semanales, se requerían entre una y cuatro horas de trabajo manual para cada una de las diez regiones de HelloFresh y, a menudo, el proceso no generaba la información deseada.

HelloFresh implementó la plataforma de Tableau para centralizar los informes de rendimiento global. Gracias a ello, lograron ahorrar de 10 a 20 horas por día, además de proporcionar a los equipos de marketing y ventas datos en tiempo real para la toma de decisiones rápidas e inteligentes. Ahora, el equipo de marketing de HelloFresh puede reaccionar a las tendencias en los comportamientos de los clientes y optimizar las campañas al instante. Esto se traduce en mejores tasas de conversión y mayor fidelización de los clientes.

[Leer la historia →](#)



## Tome buenas decisiones con los datos de marketing con la ayuda de Tableau

Tableau cambia la forma en que los equipos de marketing consultan y conocen los datos, y actúan a partir de estos. Al combinar las necesidades de los equipos de marketing de datos en un solo lugar, pueden obtener información más rápido, optimizar el impacto y promover la colaboración con un análisis intuitivo y eficiente. Tableau convierte a los datos en una de las fortalezas clave del negocio y un recurso fundamental para hacer frente a la incertidumbre y el cambio. Si quiere convertir a sus datos en un recurso para impulsar el rendimiento y la eficiencia en las campañas, mejorar la información para optimizar la toma de decisiones y eliminar los silos a fin de adaptar las iniciativas, pruebe Tableau en su organización de marketing.

Obtenga más información en la [página de soluciones de análisis de marketing de Tableau](#)

Descargue [aceleradores gratuitos para marketing](#)

Descubra [dashboards de marketing de la comunidad de Tableau](#)

Únase al [foro de la comunidad de marketing de Tableau](#)





Tableau ayuda a las personas a ver y comprender los datos. Tableau ofrece un análisis visual con inteligencia artificial eficaz, administración de datos y colaboración. Clientes de todo el mundo, que incluyen desde individuos hasta organizaciones de distintos tamaños, eligen usar el análisis avanzado de Tableau para tomar valiosas decisiones basadas en los datos.

Tableau también se integra con Customer 360 de Salesforce, una plataforma de administración de relaciones con los clientes (CRM) que conecta a toda la empresa con una vista compartida de los datos de los clientes. De este modo, todos los departamentos tienen acceso a las funciones de análisis más eficaces, completas e intuitivas directamente en los flujos de trabajo. Al hacer que los datos de los clientes ocupen un lugar central en su trabajo, mejorará las relaciones con sus clientes y empleados.