

MONITOREAR STARTUP

Después de una adecuada recopilación de datos suministrados por los usuarios, la clasificación es parte clave para un correcto análisis, comenzamos por las características demográficas, ya que según esto podemos saber hacia qué público nos enfocaremos a la hora de realizar publicidad o mejoras en el servicio tanto presencial como virtual.

En el caso de la empresa COACREMAT necesitamos observar que datos demográficos son más frecuentes a la hora de solicitar un servicio; así podremos saber el tipo promedio de asociados que participaron en las actividades para acumular puntos.

- Edad
- Tiempo de asociación
- Ocupación actual

Una vez teniendo el público objetivo, se debe centrar en cómo llamar su atención para que se interese por los nuevos beneficios que se están ofreciendo por la interacción usuario-empresa, para eso utilizamos los datos demográficos. Con el público centrando su atención en las nuevas pautas ya sea por medio de las encuestas o de la interacción en la página actualizada, podremos seguir recolectando datos y realizar un análisis de comportamiento para así saber qué le interesó al público y que mejorar para un marketing más efectivo.

- Seguimiento de visitas a la página web
- Solicitud de información (ya sea de los servicios o de las recompensas por interacción)

Al ver una interacción más activa por parte de los asociados eso creará una red de información donde los usuarios recomienden a COACREMAT por su gran servicio y excelentes beneficios, así atrayendo a más asociados, con eso se puede ver los orígenes de tráfico y así hacer un uso correcto de los medios de difusión.

- Redes sociales
- SMS
- Correos electrónicos
- Volantes informativos