



Se acabó el año, comienza la monitorización.

Informática, 03/01/2012

Se me acabó un año lleno de novedades, un año donde he podido comprobar que cada vez toma más importancia la gestión del dato para convertirlo en información. Todo el mundo quiere conocer y controlar como se mueve la información en la red. Yo el primero (@pedrobaezdiaz).

La monitorización se ha convertido en el quebradero de cabeza de muchos profesionales y las estadísticas están marcando el éxito de los proyectos.

Hace unos meses tuve la suerte de ser invitado a una reunión sectorial de Social Media en Tenerife y algunos de los conferenciantes (y en las conversaciones entabladas en los descansos) salió la idea de que *"no se puede y no se debe buscar medir cuantitativamente la efectividad del marketing digital a corto plazo"*. Pero la realidad es que todos los proyectos que he afrontado siempre ha salido a relucir por parte del cliente la pregunta *"¿cómo puedo saber yo si está siendo rentable mi inversión?"*

En estos casos suelo recurrir a una frase que veo que cada vez tiene menos fuerza: *"Cuando pinto la fachada de mi edificio de oficinas no puedo calcular cuantitativamente los beneficios que va a suponer para mi empresa"*.

No existe ningún método en Social Media que nos de esos parámetros de medición cuantitativa a corto plazo pero en cambio si podemos monitorizar los datos y convertirlos en información que se aproxime a ese objetivo.

Las herramientas de monitorización creo que han sido uno de los software que más ha evolucionado en ese sentido.

Por ejemplo, nunca antes se había podido descubrir con tanta facilidad qué páginas de nuestro sitio se cargan más despacio que otras, parámetros fundamentales para que nuestros visitantes no se sientan frustrados por la lentitud de carga y marcharse. Podemos tener de primera mano el rendimiento de nuestro sitio sobre SEO y conocer sobre impresiones, clics, porcentaje de clics y posición media. Incluso simplificar informes de nuestro comercio electrónico que nos permite actuar casi online a fluctuaciones de mercado.

En definitiva los gestores y webmaster ahora más que nunca, tenemos a nuestra alcance las herramientas para generar información que pueda responder a preguntas de nuestros clientes tales como *¿Mi sitio web está rindiendo al máximo? ¿Estamos sacando el máximo partido de nuestras campañas de marketing digital?*

"Toda información es importante si está conectada a otra". Umberto Eco