

8. Indicadores y métricas en las empresas felices

¡Vamos a medir a cosas! ¡Enga!

La idea es medir regularmente para detectar si hay un cambio en tu negocio.

Tener indicadores que te ayuden a medir cómo van las cosas antes de que sea demasiado tarde.

Así es como vas a conseguir realmente que las acciones de marketing vayan alineadas con tus objetivos empresariales.

Ten una visión de 360°:

- **Ejemplo de preguntas “pa’ dentro”**

¿Los procesos de dentro de la empresa, la forma de trabajar, funcionan suficientemente bien?

¿El tiempo y los costes están bien optimizados?

- **Ejemplo de preguntas “pa’ fuera”**

¿Hay competidores nuevos?



¿Qué voy a hacer si aparece un competidor nuevo?

¿Qué voy a hacer si bajan las ventas?

Hemos dicho que el modelo lean startup implica una evaluación constante para mejorar el producto/servicio. Así que toca escuchar el mercado, nuestra gente. ¿Cómo? Encuestas, focus group, poniendo mucha atención en lo que nos dicen en nuestras redes sociales, en fórums y grupos...

- **Ejemplo de preguntas en relación al trabajo realizado**

¿Cuál es el porcentaje de clientes insatisfechos? ¿Ha crecido?

¿Han aumentado las visitas de calidad en nuestra página web? (Si no dominas [Google Analytics](#), este post de conocimientos básicos te puede ser útil)

¿Nuestra influencia en redes sociales ha crecido?

¿Y la base de datos de nuestro boletín electrónico, va creciendo y es de calidad?

¿Cuánta gente ha venido recomendada por otros? Volcar estos datos en el CRM [enllaç](#) es de muchísima utilidad

¿Cuántos clientes han venido de cada una de las acciones comunicativas que hemos hecho?