

Manual Exclusivo



Servicio Marketing Data Analytics

PurpleMeans

Enero 2026

purplemeans.com

Manual del Servicio



Prepared by
PurpleMeans Team

Table of Contents



04	¿Qué es Marketing Data Analytics?
05	Beneficios del servicio
06	12 Casos de Uso Estratégicos
07	Arquitectura del servicio
08	El Camino al Éxito
09	La importancia de un buen diagnóstico
10	Stack y Tecnología
11	Nuestra misión
12	Contact Information

¿Qué es Marketing Data Analytics?

03



El servicio Marketing Data Analytics de PurpleMeans está diseñado para centralizar, unificar y transformar todos los datos de marketing, web, CRM y ventas en una fuente única de verdad, que permita a los equipos de marketing y dirección tomar decisiones claras, coherentes y basadas en datos reales.

Este servicio es el punto de partida de cualquier estrategia de marketing basada en datos, proporcionando una visión global, fiable y accionable del rendimiento del departamento de marketing.

Misión

Crear una plataforma analítica poderosa que unifique datos de distintas fuentes para ofrecer:

- Métricas coherentes.
- KPIs alineados con negocio.
- Dashboards claros por rol de equipo.
- Información accionable para equipos de marketing, ventas y dirección.

Beneficio principal: Eliminar las interpretaciones erróneas causadas por datos fragmentados y permitir una toma de decisiones estratégicas con fundamento real.



Single Source of Truth

Centralizamos todos los datos de marketing, ventas y negocio en un solo sistema. Esto elimina discrepancias entre herramientas y permite que todos los equipos trabajen con los mismos números, criterios y métricas.



Decisiones estratégicas

El servicio convierte datos complejos en información clara y accionable. Las decisiones dejan de basarse en intuición o percepciones y pasan a apoyarse en métricas fiables y contrastadas.



Visión completa del rendimiento

Permite entender de forma unificada qué está funcionando y qué no en todos los canales (paid, orgánico, web, CRM...). Se obtiene una visión 360° del impacto real del marketing en el negocio.



KPIs alineados con objetivos

Definimos métricas que realmente importan para la empresa, evitando métricas de vanidad. Cada KPI está conectado con objetivos estratégicos como crecimiento, rentabilidad o eficiencia comercial.



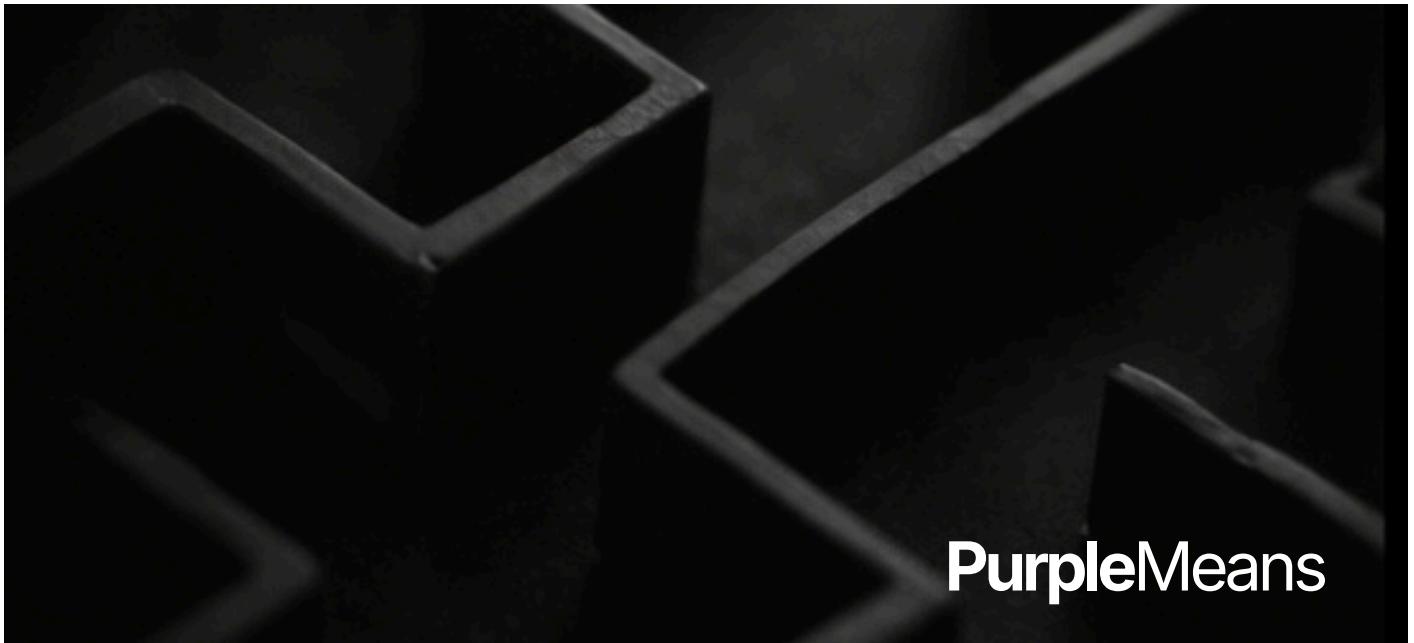
Dashboards personalizados por rol

Creamos paneles adaptados a cada perfil (marketing, dirección, ventas), mostrando solo la información relevante para cada uno. Esto facilita la toma de decisiones rápidas y bien informadas.

12 Casos de Uso Estratégicos

05

Desde la centralización técnica hasta la toma de decisiones directivas, cubrimos todo el espectro de necesidades de datos.



Centralización de Datos

Integramos publicidad, web, CRM y ventas en un único ecosistema para eliminar la fragmentación y visión parcial.



Normalización de Métricas

Modelo de datos común unificando definiciones (leads, conversiones) para asegurar comparabilidad entre equipos.



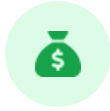
Alineación de KPIs

Selección de indicadores estratégicos conectados a negocio, eliminando métricas de vanidad para medir impacto real.



Dashboards Operativos

Paneles visuales para el equipo de marketing que permiten análisis rápido y detección de desviaciones diarias.



Control Presupuestario

Visualización clara de Inversión vs. Resultados para evaluar eficiencia del gasto y redistribuir recursos.



Análisis del Funnel

Representación del recorrido completo para identificar fugas y oportunidades de optimización en la conversión.



Automatización Reporting

Sustitución de informes manuales por datos siempre actualizados, liberando tiempo para análisis y estrategia.



Evolución Histórica

Comparativa de periodos y detección de tendencias estacionales para evaluar el impacto a largo plazo.



Análisis Multi-Mercado

Segmentación por país o unidad de negocio manteniendo métricas homogéneas para comparar rendimiento global.



Decisiones Estratégicas

Base analítica fiable para reducir la incertidumbre, definir prioridades y respaldar la dirección del negocio.



Visión Ejecutiva (C-Level)

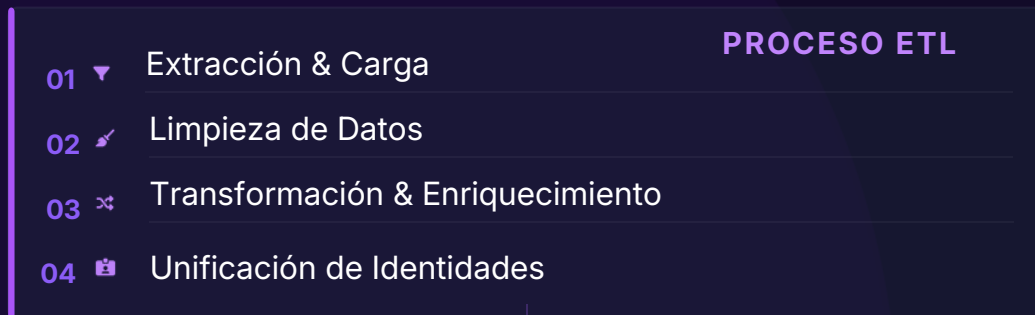
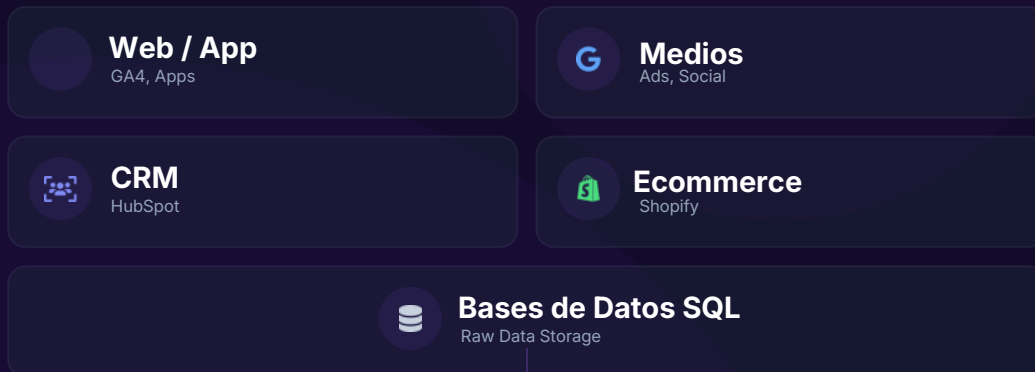
Vistas sintéticas con KPIs estratégicos y evolución temporal para seguimiento directivo sin ruido operativo.



Rendimiento por Canal

Comparativa unificada de canales de adquisición para entender qué medios aportan más valor real a la estrategia.

Fuentes de Datos



Salidas & Visualización



01 Diagnóstico

Analizamos la salud de tus datos actuales. Identificamos roturas en el tracking, errores de etiquetado y silos de información crítica.



Health Check Report



02 Modelado

Definimos el Modelo de Datos Común y los KPIs estratégicos alineados con tu negocio, eliminando las métricas vanidosas.



Mapa de KPIs



03 Construcción

Desarrollamos la infraestructura técnica (Data Warehouse) y diseñamos los dashboards interactivos personalizados por rol.



Data Warehouse



04 Activación

Formación de equipos y validación. Aseguramos que los datos se traduzcan en acciones diarias de mejora y optimización.



Training & Launch



La importancia de un buen diagnóstico

09



PurpleMeans

En cualquier proyecto de Marketing Data Analytics, el diagnóstico inicial es un paso clave para garantizar el éxito del servicio. Antes de analizar datos o construir dashboards, es imprescindible comprender en qué estado se encuentra la información, cómo se está midiendo actualmente y qué necesidades reales tiene la empresa.

Muchas organizaciones cuentan con una gran cantidad de datos, pero estos suelen estar dispersos en distintas herramientas, con métricas mal definidas o criterios de medición inconsistentes. Esta situación genera informes contradictorios, falta de confianza en los números y decisiones basadas en percepciones en lugar de datos fiables.

El diagnóstico permite analizar en profundidad:

- Las fuentes de datos existentes
- La calidad y coherencia de la información
- Las métricas y KPIs que se están utilizando
- El grado de alineación entre marketing, ventas y negocio

A partir de este análisis, se identifican posibles inconsistencias, duplicidades o carencias que pueden afectar a la interpretación de los resultados. De este modo, se sientan las bases para construir un modelo de datos sólido, coherente y alineado con los objetivos de la empresa.

Un buen diagnóstico no solo mejora la calidad del análisis posterior, sino que también permite priorizar correctamente la información realmente relevante, evitando métricas de vanidad y enfocando el análisis en aquello que aporta valor al negocio.

En definitiva, el diagnóstico es el punto de partida que garantiza que el servicio de Marketing Data Analytics se convierta en una herramienta fiable para la toma de decisiones estratégicas y no solo en un conjunto de datos sin contexto.

Nuestra Filosofía

"Business First, Data Second"

No empezamos escribiendo código, empezamos entendiendo tu negocio. Te damos la propiedad total de tu infraestructura.



Fuentes de Datos

GA4

Google Ads

Salesforce

HubSpot



Motor Central

Purple Means Engine (ETL, Cleaning, Modeling)



Visualización BI

Looker Studio

Power BI

La tecnología cobra valor cuando impulsa decisiones.

En PurpleMeans aplicamos un enfoque tecnológico claro, ordenado y orientado a negocio, donde cada herramienta cumple un propósito dentro de un sistema coherente. Nuestro trabajo consiste en conectar datos, estructurar información y ofrecer una visión comprensible del rendimiento del marketing.

Somos expertos en tecnología y en integración. Tu stack actual potenciado, no reemplazado.

En PurpleMeans creemos que el marketing puede —y debe— ser algo más que intuición, opiniones o decisiones tomadas con información incompleta. Creemos en un marketing que se apoya en el conocimiento, en la comprensión profunda de los datos y en la capacidad de convertir la complejidad en claridad.

Nuestra misión es ayudar a las empresas a entender lo que realmente está ocurriendo, a través de sus datos, para que puedan tomar mejores decisiones, con mayor confianza y menor incertidumbre. No se trata solo de medir, sino de dar sentido a la información y transformarla en una herramienta útil para el negocio.

Vivimos en un entorno donde los datos están por todas partes, pero no siempre aportan respuestas. Por eso, en PurpleMeans trabajamos para ordenar, estructurar y simplificar la información, eliminando ruido, contradicciones y métricas vacías. Queremos que los datos dejen de ser un obstáculo y se conviertan en un aliado estratégico.

Nos mueve la convicción de que cuando los datos son claros, las decisiones son mejores. Que un marketing bien medido genera confianza dentro de las organizaciones, alinea equipos y permite avanzar con una visión compartida. Y que detrás de cada gráfico y cada dashboard debe haber siempre un propósito: ayudar a crecer de forma sostenible.

PurpleMeans nace con una vocación clara: convertir el marketing en una disciplina rigurosa, comprensible y conectada con el negocio, sin perder de vista a las personas que toman decisiones cada día. Porque para nosotros, la tecnología y los datos solo tienen sentido cuando están al servicio de la estrategia.

Esa es nuestra misión.

Hacer que el marketing deje de ser una cuestión de intuición y se convierta en una verdadera ciencia aplicada al crecimiento.

Somos:

- Innovación orientada a la toma de decisiones basada en datos
- Rigor analítico aplicado al marketing
- Claridad en un entorno de datos complejos
- Metodología estructurada y enfocada a negocio
- Tecnología al servicio de la estrategia, no al revés
- Un puente entre marketing, ventas y dirección
- Evolución del marketing hacia un enfoque más científico



Convierte tu marketing en una palanca estratégica del negocio.

Hablemos y descubre cómo Marketing Data Analytics puede ayudarte a obtener una visión clara, fiable y alineada con tus objetivos.

Website

www.purplemeans.com

Email

info@purplemeans.com