

Manual Exclusivo



# Servicio Marketing ROI

**PurpleMeans**

Enero 2026

[purplemeans.com](https://purplemeans.com)

# Manual del Servicio



Prepared by  
**PurpleMeans Team**

# Table of Contents



|    |                                       |
|----|---------------------------------------|
| 04 | ¿Qué es Marketing ROI?                |
| 05 | Beneficios del servicio               |
| 06 | 10 Casos de Uso Estratégicos          |
| 07 | Arquitectura del servicio             |
| 08 | El Camino al Éxito                    |
| 09 | La importancia de un buen diagnóstico |
| 10 | Nuestra misión                        |
| 11 | Contact Information                   |

# ¿Qué es el servicio Marketing ROI?

03



El servicio de Marketing ROI de PurpleMeans permite medir, entender y optimizar el retorno real de cada acción de marketing, conectando la inversión realizada con el impacto directo en el negocio.

Muchas organizaciones invierten en marketing sin una visibilidad clara de qué canales, campañas o acciones están generando valor y cuáles no. Marketing ROI nace para resolver este problema, aportando un modelo de análisis riguroso que traduce los datos de marketing en decisiones económicas y estratégicas.

Nuestro enfoque va más allá de métricas superficiales como clics o impresiones. Analizamos el recorrido completo del usuario, desde el primer impacto hasta la conversión final, para calcular el retorno real de cada euro invertido.

## Nuestra misión

Crear un modelo de análisis del ROI de marketing claro, transparente y accionable, que permita a las organizaciones tomar decisiones basadas en datos reales y no en suposiciones.

En PurpleMeans ayudamos a las empresas a entender qué funciona, por qué funciona y cómo escalarlo, utilizando modelos avanzados de análisis, atribución y optimización que transforman la inversión en marketing en crecimiento sostenible y rentable.



## Visibilidad del retorno de la inversión

Permite conocer con precisión qué acciones, campañas y canales están generando ingresos reales y cuáles no, eliminando la opacidad habitual en la medición del marketing.



## Optimización inteligente del presupuesto

Facilita la redistribución de la inversión hacia las acciones con mayor rentabilidad, reduciendo el desperdicio presupuestario y maximizando el impacto de cada euro invertido.



## Toma de decisiones basada en datos

Sustituye la intuición y las métricas de vanidad por indicadores económicos claros, fiables y alineados con los objetivos de negocio.



## Mejora del rendimiento de campañas y canales

Permite comparar el desempeño real entre canales, formatos y campañas, priorizando aquellas combinaciones que generan mayor retorno.



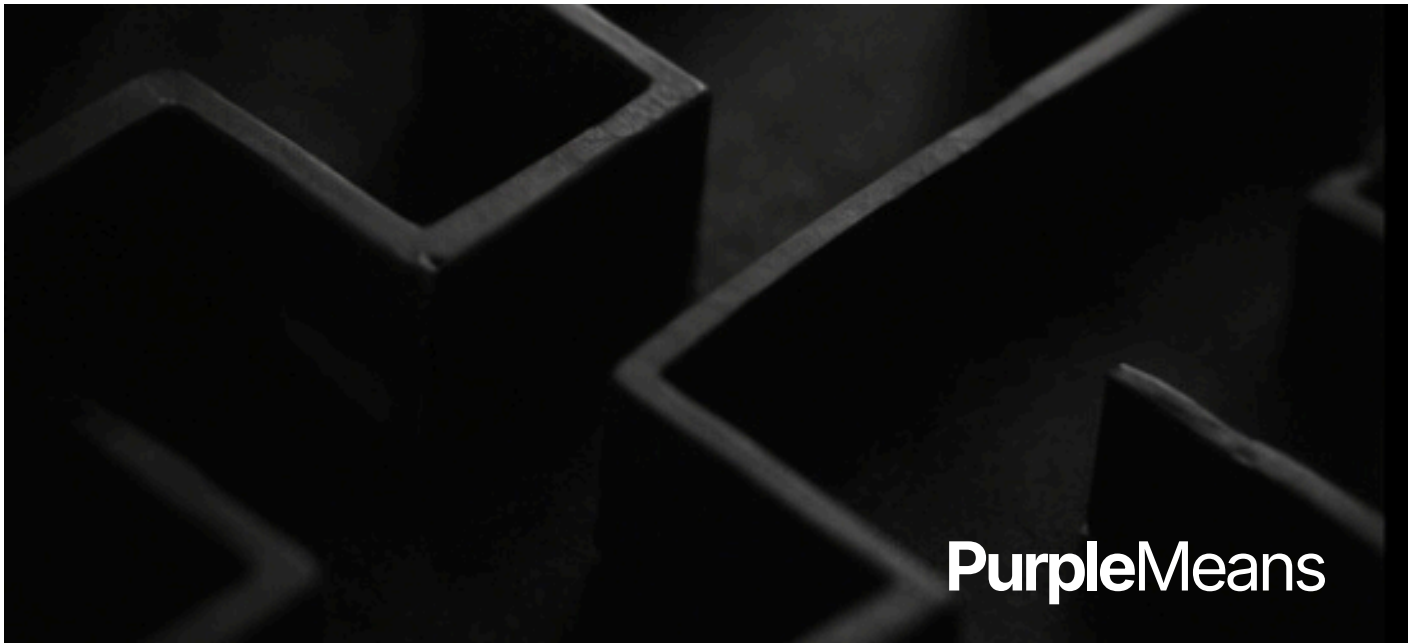
## Control y seguimiento continuo del ROI

Ofrece una visión evolutiva del rendimiento, permitiendo ajustar estrategias en tiempo real y no solo analizar resultados a posteriori.

# 10 Casos de Uso Estratégicos

05

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



## Campañas rentables

Identificación de qué campañas generan ventas reales y cuáles no aportan retorno económico.



## Canales rentables

Comparativa del ROI entre canales para priorizar inversión en los más eficientes.



## Presupuesto óptimo

Redistribución inteligente de la inversión para maximizar resultados sin aumentar gasto.



## Funnel eficiente

Detección de puntos de fuga de rentabilidad a lo largo del recorrido del cliente.



## Ventas offline

Medición del impacto del marketing digital en ventas físicas o comerciales.



## Lanzamientos

Evaluación del retorno real de campañas de lanzamiento de productos o servicios.



## Decisión inversión

Apoyo a decisiones estratégicas sobre dónde invertir o reducir presupuesto.



## Defensa ROI

Justificación clara del impacto del marketing ante dirección o stakeholders.



## Ecommerce

Análisis del ROI por categoría de producto para identificar qué productos justifican mayor inversión publicitaria.



## Visión Ejecutiva (C-Level)

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

01



## Discovery & Definición

### Estrategia Inicial



Objetivos de Negocio  
KPIs & Metas Claras



Mapa de Datos  
Auditoría de Fuentes

02



## Modelado & Medición

### Core Engine



MMM  
Marketing Mix



Testing  
Incrementalidad



Atribución Avanzada Multi-touch

03



## Data Engineering

### Unificación

Fuentes Unificadas



Inclusión de Variables Externas

04



## Optimización

### Resultados & ROI



Recomendaciones Accionables  
Decisiones de alto impacto



Bucle de Mejora (ML)  
Aprendizaje automático continuo



## 01 Diagnóstico

Este diagnóstico establece una base sólida para asegurar que los cálculos de retorno sean fiables, comparables y alineados con los objetivos del negocio.



Marketing ROI Assessment



## 02 Modelado

Diseñamos modelos de atribución y reglas de cálculo que reflejan la realidad del proceso de compra, evitando métricas de vanidad y enfocando el análisis en impacto económico real.



Modelos & KPIs de Cliente



## 03 Construcción

Construimos la arquitectura de datos de Marketing ROI integrando inversión, rendimiento y resultados de negocio en un único modelo analítico.



Plataforma de Marketing ROI



## 04 Activación

Acompañamos a los equipos en la interpretación de resultados y en la puesta en marcha de acciones orientadas a maximizar la rentabilidad del marketing.



Optimización & Decision Making





# La importancia de un buen diagnóstico

09



PurpleMeans

En cualquier proyecto de Marketing ROI, el diagnóstico inicial es un paso clave para garantizar el éxito del servicio. Antes de medir el retorno de las acciones de marketing o extraer conclusiones sobre la rentabilidad de las campañas, es imprescindible entender cómo se están capturando los datos, qué nivel de trazabilidad existe entre inversión y resultados, y qué preguntas estratégicas necesita responder el negocio.

Muchas organizaciones invierten de forma constante en marketing, pero los datos necesarios para calcular el ROI real suelen estar dispersos en múltiples sistemas —plataformas publicitarias, analítica digital, CRM, ventas, facturación o costes— con definiciones inconsistentes, métricas parciales y escasa conexión entre inversión y resultados económicos. Esta fragmentación impide conocer el impacto real del marketing, genera conclusiones incompletas y dificulta la toma de decisiones basadas en datos fiables.

## El diagnóstico permite analizar en profundidad:

- Las fuentes de datos de marketing y negocio disponibles, como plataformas publicitarias, herramientas de analítica, CRM, ventas y costes.
- La calidad, coherencia y trazabilidad de la información, desde la inversión hasta el resultado final.
- Las métricas e indicadores utilizados para medir rendimiento, identificando métricas de vanidad frente a indicadores de impacto económico real.
- El grado de alineación entre marketing, ventas y negocio, especialmente en la definición de objetivos, KPIs y criterios de éxito.

Un buen diagnóstico no solo mejora la calidad del análisis posterior, sino que permite priorizar la información realmente relevante para medir la rentabilidad del marketing. De este modo, se evita centrar el análisis en métricas superficiales y se enfoca el esfuerzo en aquellos indicadores que impactan directamente en ingresos, margen y crecimiento del negocio.

En definitiva, el diagnóstico es el punto de partida que garantiza que el servicio de Marketing ROI se convierta en una herramienta fiable para tomar decisiones estratégicas sobre inversión, optimización y crecimiento, y no únicamente en un conjunto de datos aislados sin contexto ni impacto real en el negocio.

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 **PurpleMeans** puede ayudarte a obtener una visión clara, fiable y alineada con tus objetivos.

---

**Website**

[www.purplemeans.com](http://www.purplemeans.com)

**Email**

[info@purplemeans.com](mailto:info@purplemeans.com)