

Rúbrica Analítica para Evaluar Diseño de Estrategias Básicas de Marketing Digital para PYMES

Rúbrica Analítica | Economía, Administración & Contaduría | Marketing y publicidad | 4 niveles

Descripción

Evaluación de la capacidad para segmentar audiencias y perfiles de consumidores potenciales mediante herramientas de segmentación y análisis del consumidor, alineado con las necesidades y objetivos de la organización.

Rúbrica

Rúbrica Analítica para Evaluar Diseño de Estrategias Básicas de Marketing Digital para PYMES

Evaluación de la capacidad para segmentar audiencias y perfiles de consumidores potenciales mediante herramientas de segmentación y análisis del consumidor, alineado con las necesidades y objetivos de la organización.

Criterios	Excelente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Identificación de audiencias relevantes	Segmenta claramente audiencias específicas y relevantes que se alinean perfectamente con los objetivos organizacionales.	Identifica audiencias relevantes pero con ligera falta de precisión en relación a los objetivos.	Reconoce audiencias generales, pero con poca conexión a los objetivos de la organización.	No identifica audiencias claras ni relevantes para la organización.
Uso de herramientas de segmentación digital	Aplica herramientas digitales avanzadas y adecuadas para segmentar audiencias con alta precisión.	Utiliza herramientas digitales apropiadas con cierto grado de efectividad.	Emplea herramientas básicas o inadecuadas con resultados limitados.	No utiliza herramientas digitales para la segmentación o lo hace de forma incorrecta.
Análisis del perfil del consumidor	Desarrolla perfiles detallados y completos basados en datos cuantitativos y cualitativos relevantes.	Genera perfiles de consumidor adecuados, aunque con algunos aspectos poco desarrollados.	Perfiles superficiales o incompletos, con información limitada.	No presenta perfiles de consumidor claros o carece de análisis.

Criterios	Excelente (4)	Bueno (3)	Aceptable (2)	Bajo (1)
Consideración de necesidades del consumidor	Incorpora de manera exhaustiva y precisa las necesidades y comportamientos del consumidor en la estrategia.	Considera las necesidades principales del consumidor, aunque con algunas omisiones.	Reconoce algunas necesidades básicas, pero con poca profundidad o relevancia.	No considera las necesidades del consumidor en la estrategia.
Alineación con objetivos organizacionales	La estrategia está claramente alineada con los objetivos de la organización, mostrando coherencia total.	La estrategia está alineada en su mayoría con los objetivos, con mínimas inconsistencias.	La alineación con los objetivos es débil o poco clara.	La estrategia no considera ni se relaciona con los objetivos organizacionales.
Creatividad en la segmentación y enfoque	Propone enfoques innovadores y creativos para segmentar audiencias y perfilar consumidores.	Presenta ideas creativas con algunos elementos innovadores en la segmentación.	La creatividad es limitada y sigue enfoques convencionales sin aportes novedosos.	No demuestra creatividad ni innovación en la segmentación o análisis.
Claridad y precisión en la presentación	Presenta la estrategia de forma clara, precisa y bien estructurada, facilitando su comprensión.	Presentación clara pero con algunos detalles poco precisos o desorganizados.	Presentación confusa o poco estructurada, dificultando la comprensión.	Presenta la información de forma desordenada o poco comprensible.
Uso de datos y evidencias para fundamentar la estrategia	Utiliza datos relevantes, actuales y variados para justificar todas las decisiones tomadas.	Incluye datos adecuados, aunque con limitaciones en variedad o actualidad.	Presenta pocos datos y con poca relevancia para fundamentar la estrategia.	No utiliza datos ni evidencias para respaldar la estrategia.