

Maestría en
Inteligencia de Negocios y comportamiento del consumidor

**Trabajo de investigación previo a la obtención del título de
Magíster en Inteligencia de Negocios y Comportamiento del Consumidor**

AUTORES:

Nicolás Arturo Pazmiño Mesías
María Emilia Hidrobo Guerrero
Arturo Javier Jaramillo Armijos
Angeline Del Rocío Padilla Barros
Jim Alejandro Moya Ortiz

TUTORES:

José Luis Pérez Galán
Paúl Garcés Ruales

**Optimización de Campañas de Marketing en TikTok a través de un Sistema Integral de
Análisis de Datos para el Colegio Bilingüe ANAN**

Quito, noviembre 2024

RESUMEN

El enfoque de este proyecto es brindar una mejora a las estrategias de marketing digital del Colegio Bilingüe ANAN integrando herramientas avanzadas como son: análisis de datos, estrategias creativas y plataformas publicitarias. Este nuevo camino busca mejorar la adquisición de clientes potenciales (leads), mejorar la presencia digital de la marca y maximizar la conversión.

Implementando sistemas como, Google BigQuery, Google Data Studio y TikTok Ads Manager, permiten concentrar y analizar datos de suma importancia que provienen de sistemas internos de la institución como Clientify e Idukay, para conseguir con esto un análisis en tiempo real de las métricas de interacciones (engagement), tasa de clicks (CTR) y costo por adquisición (CPA).

La estrategia está orientada hacia campañas de branding y performance en las plataformas TikTok, Instagram y facebook, destacando principalmente los valores del colegio y su bilingüismo como propuesta educativa. La campaña utiliza segmentación avanzada y remarketing así como videos dinámicos, optimizando la participación de padres de niños de 5 a 11 años de edad. La utilización de TikTok Pixel brinda un seguimiento a detalle de los usuarios, así como la optimización continua de las estrategias de publicidad.

En lo que respecta a optimización para motores de búsqueda (SEO) y marketing en motores de búsqueda (SEM), se planifica posicionar al colegio como líder en las búsquedas relacionadas con educación bilingüe en la ciudad de Quito, explotando al máximo al máximo el

tráfico pagado, así como el orgánico. Además, las mejores en la página web brindaran una mejor y más rápida velocidad de carga y optimizaran la experiencia del usuario, permitiendo una mayor permanencia en el sitio web, así como disminuyendo la tasa de rebote.

Finalmente, el uso de Google Data Studio y su panel de control interactivo facilita la toma de decisiones estrategias y un monitoreo de los indicadores claves de rendimiento (KPIs), entregando un enfoque que se centra en el usuario y en un retorno de inversión (ROI) maximizado. Este proyecto significa un hito en la competitividad de la institución en un mercado muy dinámico y competitivo.

Palabras Claves:

1. Marketing digital
2. Estrategias publicitarias
3. Análisis de datos
4. Google Data Studio
5. Google BigQuery
6. TikTok Ads Manager
7. Clientify
8. Idukay
9. Publicidad programática
10. SEO y SEM
11. Campañas de branding
12. Campañas de performance
13. TikTok Pixel
14. Remarketing
15. Captación de leads
16. CTR (Click-Through Rate)
17. CPA (Costo por Adquisición)
18. Optimización de campañas
19. Retorno de inversión (ROI)
20. Conversión de inscripciones
21. Dashboards interactivos
22. Educación bilingüe
23. Tráfico orgánico
24. Segmentación avanzada
25. Engagement



ABSTRACT

The focus of this project is to improve the digital marketing strategies of ANAN Bilingual School by integrating advanced tools such as data analysis, creative strategies, and advertising platforms. This approach aims to improve lead acquisition, strengthen digital presence, and maximize enrollment conversions.

The implementation of systems such as Google Data Studio, Google BigQuery, and TikTok Ads Manager allows the centralization and real-time analysis of key metrics like engagement, CTR, and CPA, sourced from internal systems like Clientify and Idukay. This ensures precise evaluation and continuous optimization of campaigns.

The strategy emphasizes branding and performance campaigns on TikTok, Facebook, and Instagram, highlighting the school's values and bilingual educational offerings. These campaigns utilize dynamic videos, advanced segmentation, and remarketing, optimizing interactions with parents of children aged 5 to 11. The integration of TikTok Pixel facilitates detailed user tracking and continuous improvement of advertising strategies.

In SEO and SEM, the goal is to position the school as a leader in searches related to bilingual education in Quito, leveraging the synergy between organic and paid traffic. Website improvements enhance loading speed and user experience, increasing time on site while reducing bounce rates.

Finally, interactive dashboards in Google Data Studio simplify strategic decision-making and KPI monitoring, ensuring a user-centered approach and maximized return on investment



(ROI). This project represents a pivotal milestone in the school's competitiveness within a dynamic and highly competitive educational market.

Keywords:

1. Digital marketing
2. Advertising strategies
3. Data analysis
4. Google Data Studio
5. Google BigQuery
6. TikTok Ads Manager
7. Clientify
8. Idukay
9. Programmatic advertising
10. SEO and SEM
11. Branding campaigns
12. Performance campaigns
13. TikTok Pixel
14. Remarketing
15. Lead generation
16. CTR (Click-Through Rate)
17. CPA (Cost Per Acquisition)
18. Campaign optimization
19. Return on investment (ROI)
20. Enrollment conversion
21. Interactive dashboards
22. Bilingual education
23. Organic traffic
24. Advanced segmentation
25. Engagement