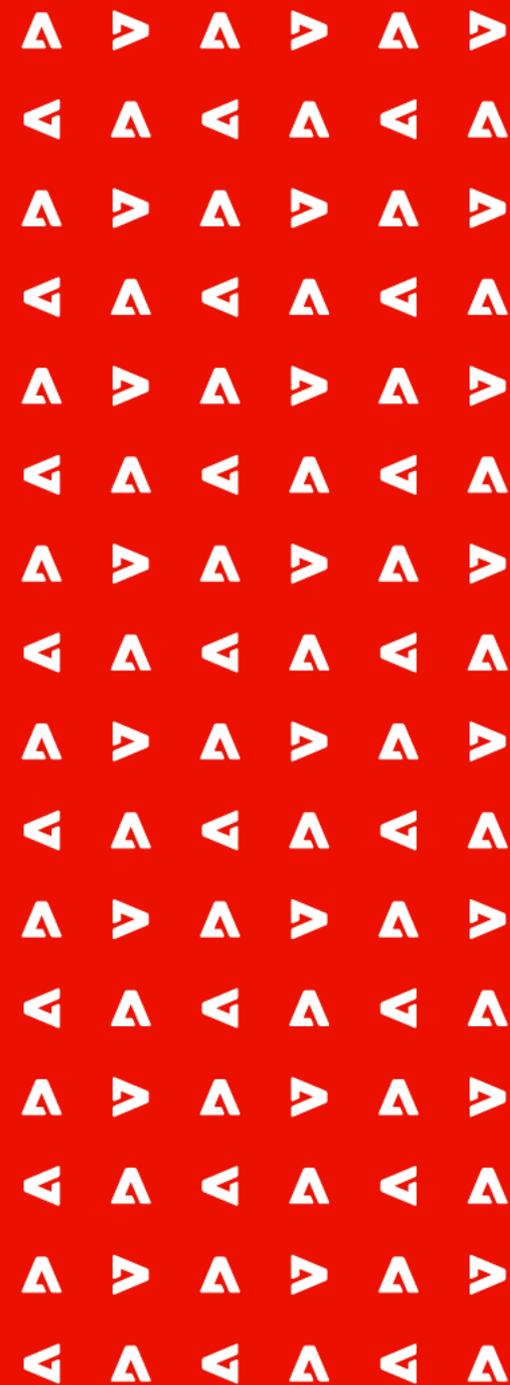




Spanish Marketo User Group

Eduardo Baquedano | June 2024



Adobe Marketo Engage User Group House Rules

Para asegurar que nuestros MUGs se mantengan centrados en el usuario y sean un espacio seguro para que los miembros de Marketing Nation aprendan, se conecten y resuelvan problemas, pedimos a todos los asistentes que sigan estas reglas:

- No se permite ningún tipo de autopromoción o venta en los eventos MUG.
- No contactes a personas fuera del Grupo de Usuarios sin su consentimiento.
- Si los miembros de MUG comparten su caso de uso en el Grupo de Usuarios, por favor no compartas esa información sin su consentimiento.



Este MUG está siendo grabado.

- Para asegurarnos de que cumplimos con el Código de Conducta del MUG, os informamos a todos los asistentes de esta reunión en la fecha 12 de junio de 2024 que será grabada y publicada en el Canal de YouTube del MUG para promover la capacitación, educación y aprendizaje futuro.
- **Si no deseáis participar en una sesión grabada EN VIVO**, después de que concluya la reunión, enviarnos un correo a estos contactos navaro@adobe.com y ebaquedano@kapturall.com y os excluirémos de la grabación.

¡Mantente conectado con nuestra comunidad de Marketo!

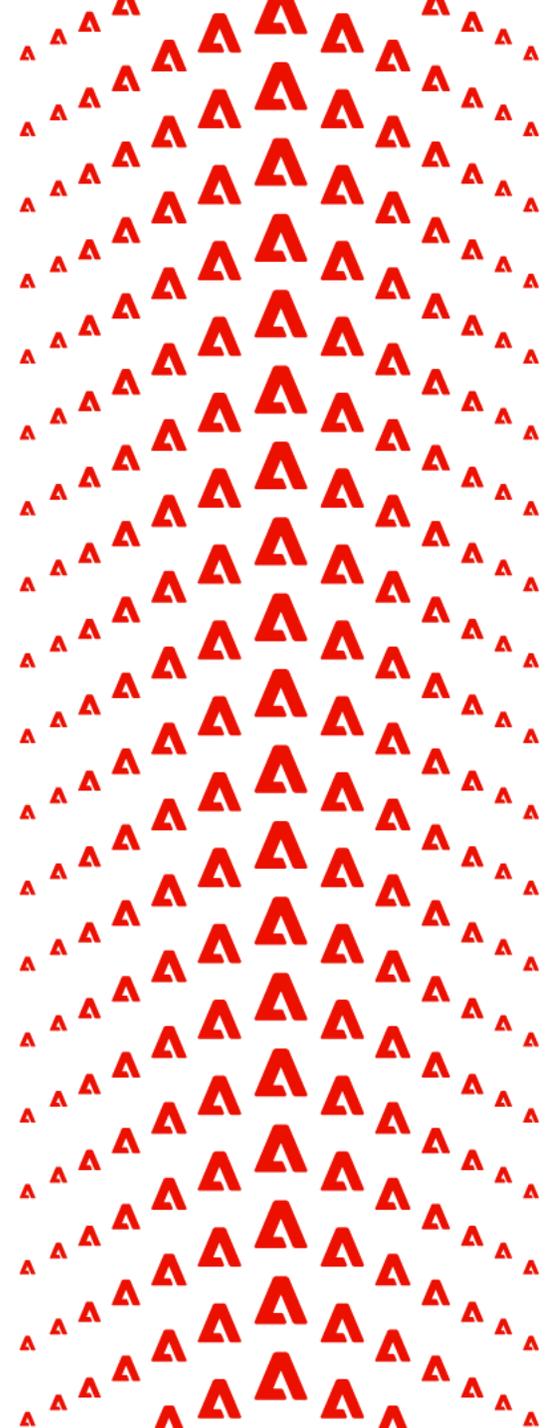
¡Regístrate en Bevy, la nueva herramienta para los Grupos de Usuarios de Adobe Marketo Engage!

- Paso 1: Navega a <https://mugs.marketo.com/spain-virtual-mug/>
- Paso 2: Crea una cuenta usando un correo electrónico asociado a tu cuenta de Adobe Marketo Engage.

Una vez que te unas a la comunidad, recibirás notificaciones y recordatorios sobre nuevos eventos que publiquemos.



Próximas oportunidades para
los miembros de la comunidad



2024-2025 Adobe Marketo Engage Champion Program



¡Las aplicaciones siguen abiertas!

Aplica ahora para ser reconocido como un líder de la industria y hacer crecer tu carrera.

Fecha límite extendida hasta el 21 de junio

<https://2024adobemarketoengagechampion.splashthat.com/>



Listas de verificación de buenas prácticas para nuevas instancias

¿Para quién es esto?

- Administradores de Marketo que heredan una nueva instancia

¿Qué es?

- Listas de verificación con pasos de configuración
- Incluye listas de verificación descargables para uso sin conexión

¿Ejemplos del contenido que se cubre?

- Configuración IT fuera de la instancia
- Adobe admin console
- Buenas prácticas de implementación

¿Como puedo acceder?

A través de [este enlace](#) o escaneando el QR de la slide



Upcoming User Group Meetings Calendar (North America)

DATE	MUG CHAPTER	FORMAT	TOPIC
06-06	Portland MUG	In Person Meeting	Proving Success within Marketing Operations w/ Guest Speakers Chen Bian and Casey Grimes
06-06	Denver MUG	Hybrid Meeting	Marketing Automation + AI: What Every Marketer Should Know
06-12	Marketo Measure User Group	Virtual Meeting	June Meetup: Marketo Measure User Group
06-12	Marketo Coffee Breaks	Virtual Meeting	Adobe Marketo Engage Community Coffee Break - Gen AI for Dynamic Chat
06-13	Champion Office Hours MUG	Virtual Meeting	June 2024: Marketo Champion Office Hours
06-20	Seattle MUG	In Person Meeting	Seattle Marketo User Group: Pre-Summer Networking at Fremont Brewing!
06-20	Raleigh-Durham MUG	In Person Meeting	RDU MUG Meeting: June 2024
06-25	Adobe Deep Dive MUG	Virtual Meeting	Leveraging PMCF Fields for Scalability
07-17	Denver MUG	Virtual Meeting	Marketo AMA! - Denver MUG July 2024

RSVP Here:



Upcoming User Group Meetings Calendar (International)

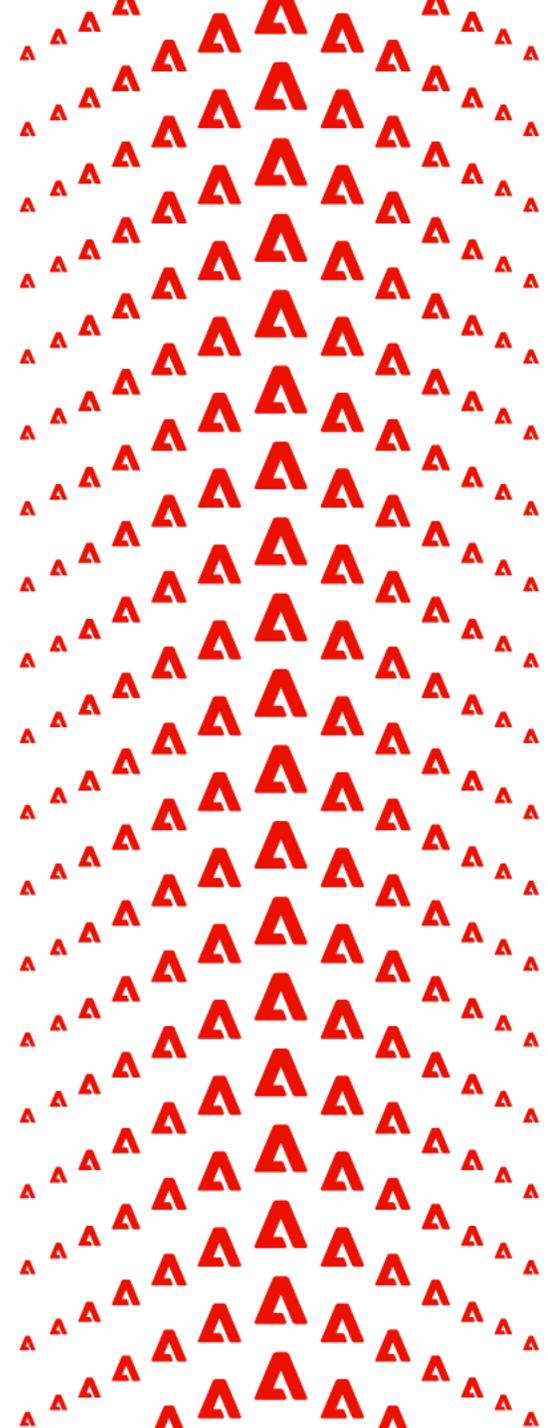
DATE	MUG CHAPTER	FORMAT	TOPIC
06-06	Germany MUG	In Person Meeting	Marketo Engage User Group (MUG) am 6. Juni 2024 in München (Achtung neue Location)
06-12	Spain Virtual MUG	Virtual Meeting	Marketo User Group presencial en Barcelona: ¡Conecta, Aprende y Diviértete!
06-13	Japan MUG - KANSAI	In Person Meeting	KANSAI MUG - 属人的なデジマ体制を効率的かつ効果的に継続させるためには？
06-14	Nordics MUG	Virtual Meeting	Working with globalization in your Email marketing with Marketo
06-27	Japan - kinKETO MUG	In Person Meeting	kinKETO MUG - 初の関西開催！ kintone連携・活用の事例紹介
06-27	Japan MUG - ITKETO	In Person Meeting	ITKETO - 1,500施策から選ぶ成功&失敗事例とAI・CDP活用について

RSVP Here:



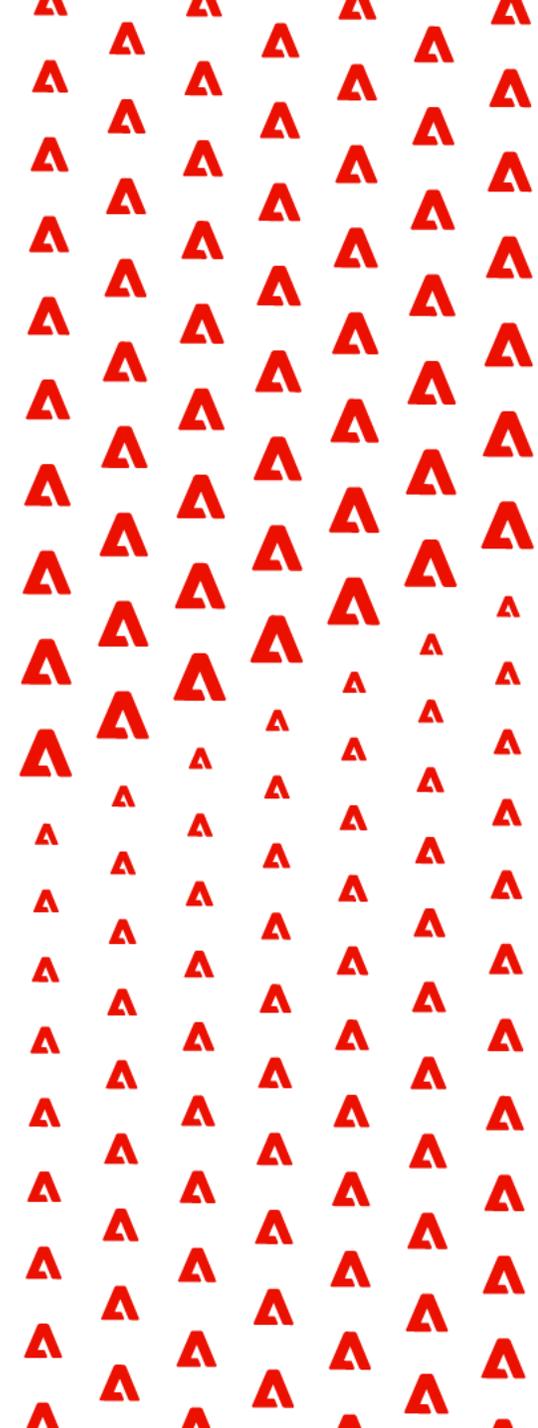
Agenda

Ponente	Sección	Hora
Jose Tarzian	Cómo medir y mejorar la calidad de tu Base de Datos	3:15 – 4:00 pm
Daniel Agudelo	Optimización del funnel con webinars	4:00 – 4:45 pm
Break	Café y Marketo Trivia	4:45 – 5:30 pm
Denise Brouchy	Novedades de Dynamic Chat	5:30 – 6:15 pm
Networking	Taller de Cócteles	6:15 – 8:00 pm



Cómo medir y mejorar la calidad de tu Base de Datos

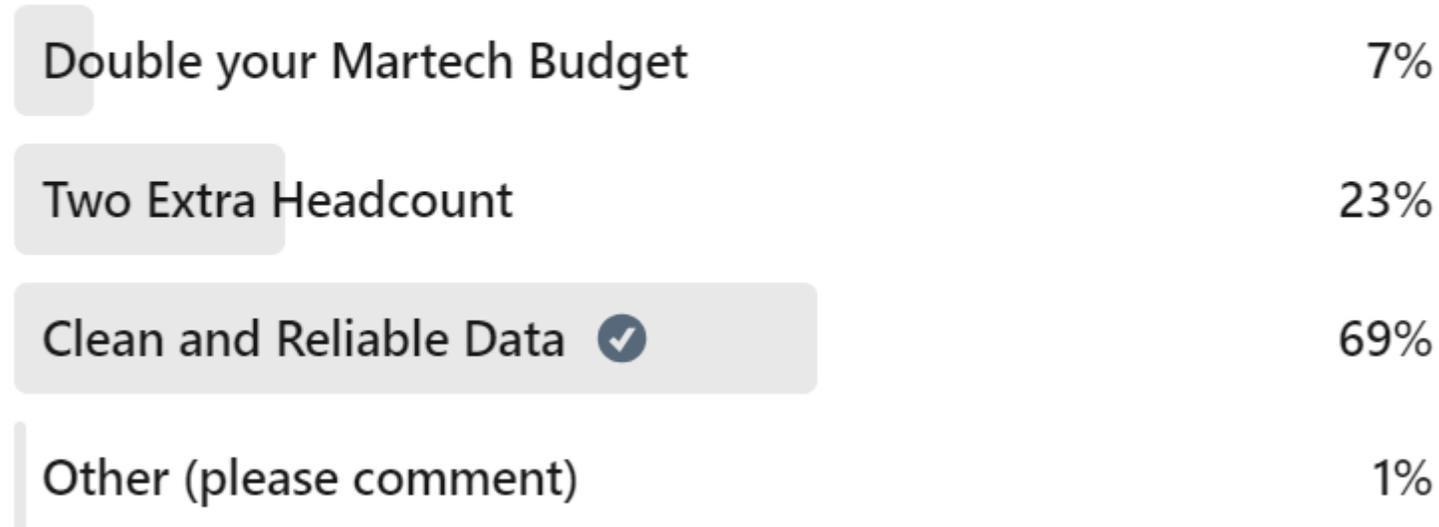
Jose Tarzian



¿Nos importa?

If you could have one marketing ops wish granted, what would you choose?

The author can see how you vote. [Learn more](#)



708 votes • 4d left • [Undo](#)

- Fuente: encuesta realizada en LinkedIn por Darrell Alfonso

Por qué nos importa

- ¿Quieres personalización? Está basada en datos.
 - ¿Segmentar tu audiencia? Datos.
 - ¿Engagement en tiempo real? Basado en datos.
 - ¿Informes y reportes? Todo datos.
-
- Pero, ¿te has preguntado?:
 - 1 - ¿Qué inversiones (tiempo y dinero) estamos haciendo en datos?
 - 2 - ¿Nos sentimos seguros acerca de nuestra estrategia de datos? Si no, ¿qué necesitamos hacer?
 - 3 - Sabiendo que los datos son tan importantes, ¿cómo los estamos priorizando?

Principales preguntas que debemos poder responder

- Cómo medir si la calidad de mi base de datos es buena o mala, si mejora o empeora
- Cómo hacer para limpiar mi base de datos
- Cómo hacer para enriquecer mi base de datos
- Cómo recuperar contactos inactivos de mi base de datos
- Cómo saber si los datos que me dan los leads en los Formularios son buenos

Medir – Dimensiones de la Calidad de Datos

- **Orderliness:** ¿están normalizados los campos?
- **Recency:** ¿cuán antiguos son los leads?
- **Engagement:** ¿responden a mis estímulos?
- **Accuracy:** ¿los datos son correctos?
- **Uniqueness:** ¿hay duplicados?
- **Contactability:** ¿a través de que medios puedo contactarlos?
- **Completeness:** ¿cuántos campos no están vacíos?

Cómo medimos Orderliness

The screenshot displays the Adobe Marketo Engage interface. The top navigation bar includes 'Adobe Marketo Engage', 'My Marketo', 'Marketing Activities', 'Design Studio', 'Database', 'Analytics', and 'Admin'. The user 'kprill' is logged in. The main area shows a flow configuration for '01-Orderlines Initial'. The flow is in the 'Flow' tab, and the 'Engagement Map' is visible. The flow consists of two steps:

- 1 - Data Orderliness:** The configuration shows 'Request Orderliness' set to 'true'.
- 2 - Change Data Value:** The configuration shows 'Attribute' set to 'Orderliness TmStmp' and 'New Value' set to '{{system.dateTime}}'.

The right sidebar shows 'Installed Flow Steps' with a search bar and a list of steps including 'Calculate best send time', 'Calculate Formula', 'Data Accuracy', 'Data Completeness', 'Data Contactability', 'Data Engagement', 'Data Orderliness', 'Data Recency', 'Data Uniqueness', 'Determine Gender', 'Enrich with LinkedIn', 'Registration Limit', 'Send OpenAI Prompt', 'Validate Email with ZeroBounce', and 'Validate Phone with Twilio'.

- Campos: Email, Nombre, Apellido, Departamento, Industria, Móvil, Teléfono, Website, País, Estado, Ciudad, Género
- Estándares para País, Genero, Industria, Móviles, Teléfono, Website
- Calcula el porcentaje de valores que estan normalizados y devuelve un valor de 0 a 100

Cómo medimos Recency

The screenshot shows the Adobe Marketo Engage interface. The top navigation bar includes 'Adobe Marketo Engage', 'My Marketo', 'Marketing Activities', 'Design Studio', 'Database', 'Analytics', and 'Admin'. The user 'kptril' is logged in. The main content area is titled '02-Recency Initial' and shows a flow configuration. The 'Flow' tab is active, displaying two steps: '1 - Data Recency' and '2 - Change Data Value'. The 'Data Recency' step is configured with a 'Recency max. threshold (in months): 24'. The 'Change Data Value' step is configured with 'Attribute: Recency TmStmp' and 'New Value: {{system.dateTime}}'. A sidebar on the left shows a tree view of marketing activities, with '02-Recency Initial' selected. A right sidebar shows a list of installed flow steps, including 'Calculate best send time', 'Calculate Formula', 'Data Accuracy', 'Data Completeness', 'Data Contactability', 'Data Engagement', 'Data Orderliness', 'Data Recency', 'Data Uniqueness', 'Determine Gender', 'Enrich with LinkedIn', 'Registration Limit', 'Send OpenAI Prompt', 'Validate Email with ZeroBounce', and 'Validate Phone with Twilio'.

- Calculamos la “edad” de cada lead en una escala de 0 a 100. 100 representa hoy, 0 es un día en el pasado definido en el SSFS.
- Consideramos 0 todo lead creado hace más de 24 meses (configurable)
- Calculado en base al campo Created At
- Un lead antiguo no es necesariamente algo malo

Cómo medimos Engagement

The screenshot displays the Adobe Marketo Engage interface for configuring an engagement flow. The left sidebar shows a tree view of marketing activities, with '03-Engagement Initial' selected. The main workspace is titled 'Engagement Map' and shows two steps:

- Step 1 - Data Engagement:** Configured with 'Engagement max. threshold (in months): 12'.
- Step 2 - Change Data Value:** Configured to update the 'Engagement TmStmp' attribute with the value 'system.dateTime'.

The right-hand panel lists 'Installed Flow Steps' including: Calculate best send time, Calculate Formula, Data Accuracy, Data Completeness, Data Contactability, Data Engagement, Data Orderliness, Data Recency, Data Uniqueness, Determine Gender, Enrich with LinkedIn, Registration Limit, Send OpenAI Prompt, Validate Email with ZeroBounce, and Validate Phone with Twilio.

- Calculamos la fecha desde la última actividad del lead.
- Actividad es cuando el lead hace algo.
- Escala de 0 a 100. 100 representa hoy, 0 es un día en el pasado definido en el SSFS.
- Consideramos 0 todo lead sin actividad en más de 12 meses
- Timestamp: Date Last Engaged

Cómo medimos Accuracy

The screenshot displays the Adobe Marketo Engage interface. The top navigation bar includes 'Marketing Activities', 'Design Studio', 'Database', 'Analytics', and 'Admin'. The main workspace is titled '04-Accuracy Initial' and shows a flow configuration. The 'Flow' tab is active, and the 'Engagement Map' button is visible. The flow consists of two steps:

- 1 - Data Accuracy:** This step is configured with the setting 'Accuracy Score is Requested: true'.
- 2 - Change Data Value:** This step is configured with the attribute 'Accuracy TmStmp' and the new value '{{system.dateTimr}}'.

The right sidebar shows a search bar and a list of 'Installed Flow Steps' including: Calculate best send time, Calculate Formula, Data Accuracy, Data Completeness, Data Contactability, Data Engagement, Data Orderliness, Data Recency, Data Uniqueness, Determine Gender, Enrich with LinkedIn, Registration Limit, Send OpenAI Prompt, Validate Email with ZeroBounce, and Validate Phone with Twilio.

- Campos Seleccionables: Email, Nombre, Apellido, Departamento, Industria, Móvil, Teléfono, Website, País, Estado, Ciudad, Código Postal, Género, Empresa, Puesto, Rol, Departamento, Industria, Dirección
- Algunos dependen de validaciones de terceros
- Calcula el porcentaje de valores que son correctos y devuelve un valor de 0 a 100

Cómo medimos Uniqueness

The screenshot displays the Adobe Marketo Engage interface. The top navigation bar includes 'Marketing Activities', 'Design Studio', 'Database', 'Analytics', and 'Admin'. The main workspace is titled '05-Uniqueness Initial' and shows a flow configuration. The 'Flow' tab is active, and the 'Engagement Map' button is highlighted. The flow consists of two steps:

- 1 - Data Uniqueness:** The 'Uniqueness Score is Requested' field is set to 'true'.
- 2 - Change Data Value:** The 'Attribute' is set to 'Uniqueness TmStmp' and the 'New Value' is set to '{{system.dateTime}}'.

The left sidebar shows a tree view of 'Marketing Activities' with '05-Uniqueness Initial' selected. The right sidebar shows a list of 'Installed Flow Steps' including 'Calculate best send time', 'Calculate Formula', 'Data Accuracy', 'Data Completeness', 'Data Contactability', 'Data Engagement', 'Data Orderliness', 'Data Recency', 'Data Uniqueness', 'Determine Gender', 'Enrich with LinkedIn', 'Registration Limit', 'Send OpenAI Prompt', 'Validate Email with ZeroBounce', and 'Validate Phone with Twilio'.

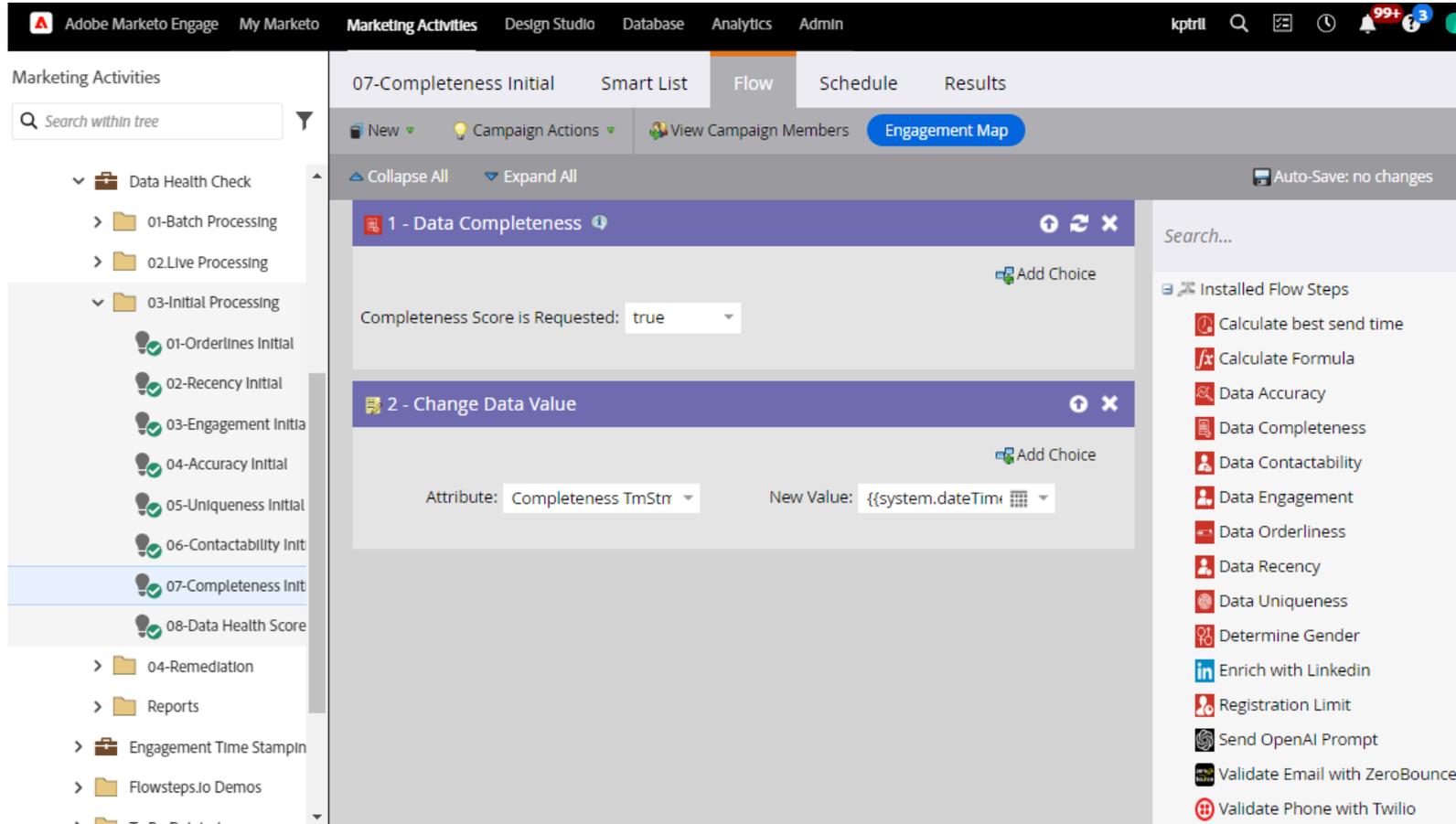
- Varias comprobaciones, no solo email. Móvil, combinaciones, etc.
- 0 si es duplicado, 100 si es único.
- En el campo uniqueness detail se guarda el lead ID de los otros duplicados

Cómo medimos Contactability

The screenshot displays the Adobe Marketo Engage interface. The top navigation bar includes 'Marketing Activities', 'Design Studio', 'Database', 'Analytics', and 'Admin'. The main content area is titled '06-Contactability Initial' and shows a flow step configuration. The flow step is '1 - Data Contactability' with a configuration of 'Contactability Score is Requested: true'. Below it is '2 - Change Data Value' with 'Attribute: Contactability TmStm' and 'New Value: {{system.dateTime}}'. A right-hand panel lists 'Installed Flow Steps' including 'Data Contactability', 'Data Engagement', 'Data Accuracy', 'Data Completeness', 'Data Orderliness', 'Data Recency', 'Data Uniqueness', 'Determine Gender', 'Enrich with LinkedIn', 'Registration Limit', 'Send OpenAI Prompt', 'Validate Email with ZeroBounce', and 'Validate Phone with Twilio'.

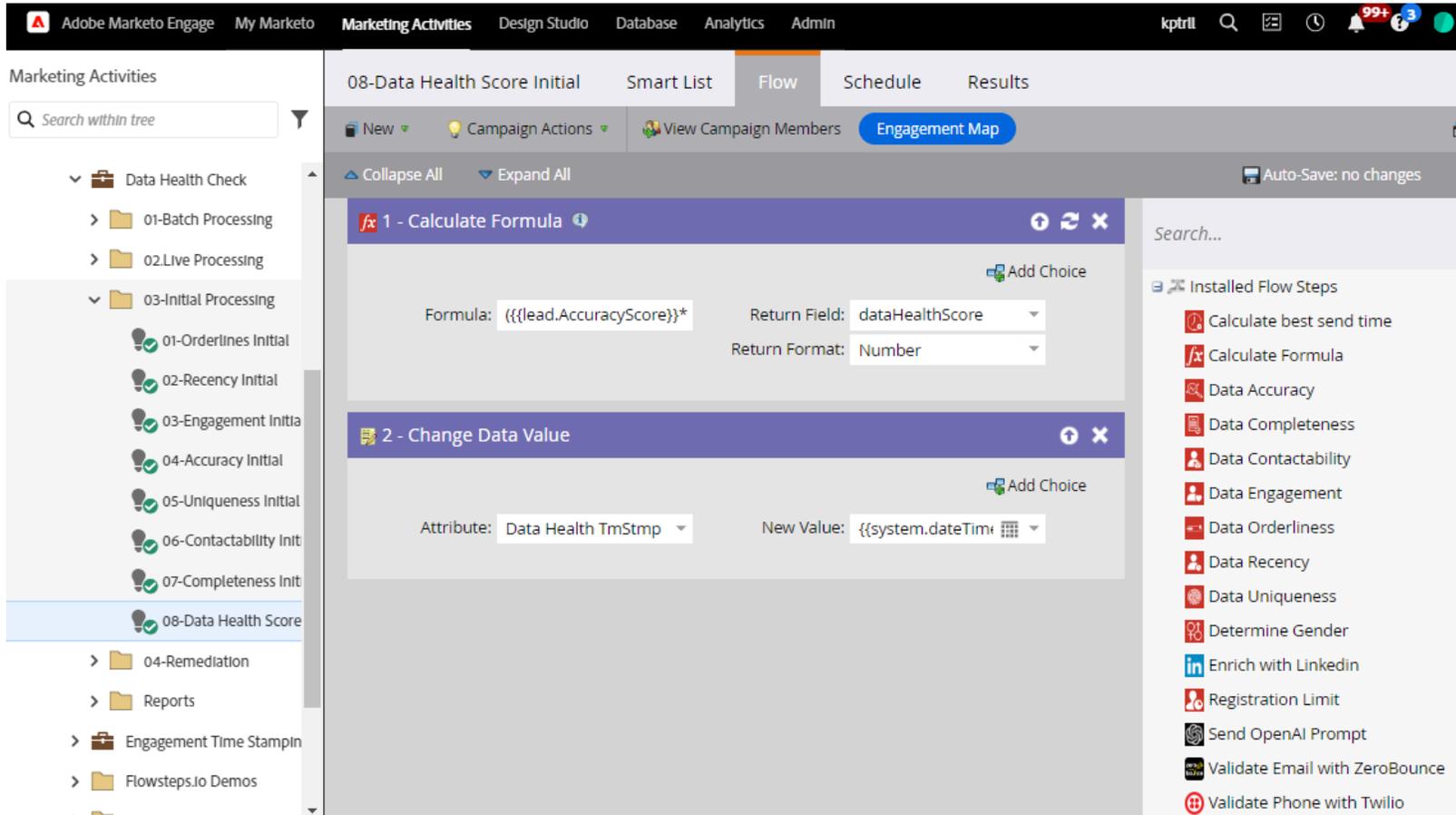
- Medimos los diferentes medios de comunicación con los que contamos: Email, Móvil, Teléfono, Dirección Postal
- 25 puntos por cada medio válido
- Para considerarlo válido, no solo tiene que existir y ser correcto, sino que debemos tener consentimiento

Cómo medimos Completeness



- Medimos el porcentaje de campos que no están vacíos
- Campos Seleccionables: Email, Nombre, Apellido, Departamento, Industria, Móvil, Teléfono, Website, País, Estado, Ciudad, Código Postal, Género, Empresa, Puesto, Rol, Departamento, Industria, Dirección, Fecha de Nacimiento, Fax, Segundo Nombre, Nro Empleados, Saludo, SIC Code, Site, Main Phone

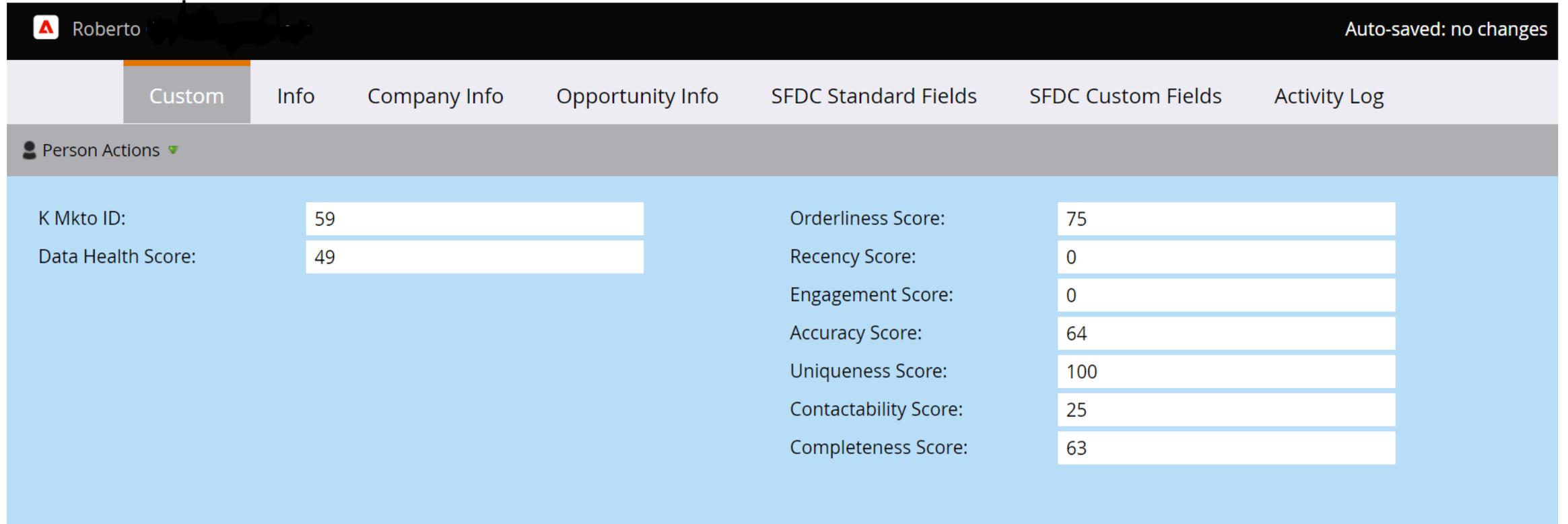
Cómo medimos Data Health Score



Calculamos el promedio ponderado de todos los scores según la siguiente formula:

- $((\{\{lead.AccuracyScore\}\} * 0.15) + (\{\{lead.CompletenessScore\}\} * 0.15) + (\{\{lead.ContactabilityScore\}\} * 0.15) + (\{\{lead.RecencyScore\}\} * 0.10) + (\{\{lead.EngagementScore\}\} * 0.15) + (\{\{lead.OrderlinessScore\}\} * 0.15) + (\{\{lead.UniquenessScore\}\} * 0.15))$
- Se puede modificar la ponderación

Cómo se ve en Marketo



The screenshot shows the Marketo user profile page for Roberto. The page has a navigation bar with tabs: Custom (selected), Info, Company Info, Opportunity Info, SFDC Standard Fields, SFDC Custom Fields, and Activity Log. Below the navigation bar is a 'Person Actions' dropdown menu. The main content area displays several score fields in a light blue background. On the left, there are two fields: 'K Mkto ID:' with a value of 59 and 'Data Health Score:' with a value of 49. On the right, there are seven fields representing different dimensions: 'Orderliness Score:' (75), 'Recency Score:' (0), 'Engagement Score:' (0), 'Accuracy Score:' (64), 'Uniqueness Score:' (100), 'Contactability Score:' (25), and 'Completeness Score:' (63).

K Mkto ID:	59	Orderliness Score:	75
Data Health Score:	49	Recency Score:	0
		Engagement Score:	0
		Accuracy Score:	64
		Uniqueness Score:	100
		Contactability Score:	25
		Completeness Score:	63

- Un campo para el score de cada una de las 7 dimensiones
- Scores de 0 a 100
- Un campo para el Data Health Score general, también de 0 a 100

Cómo se ve en Marketo

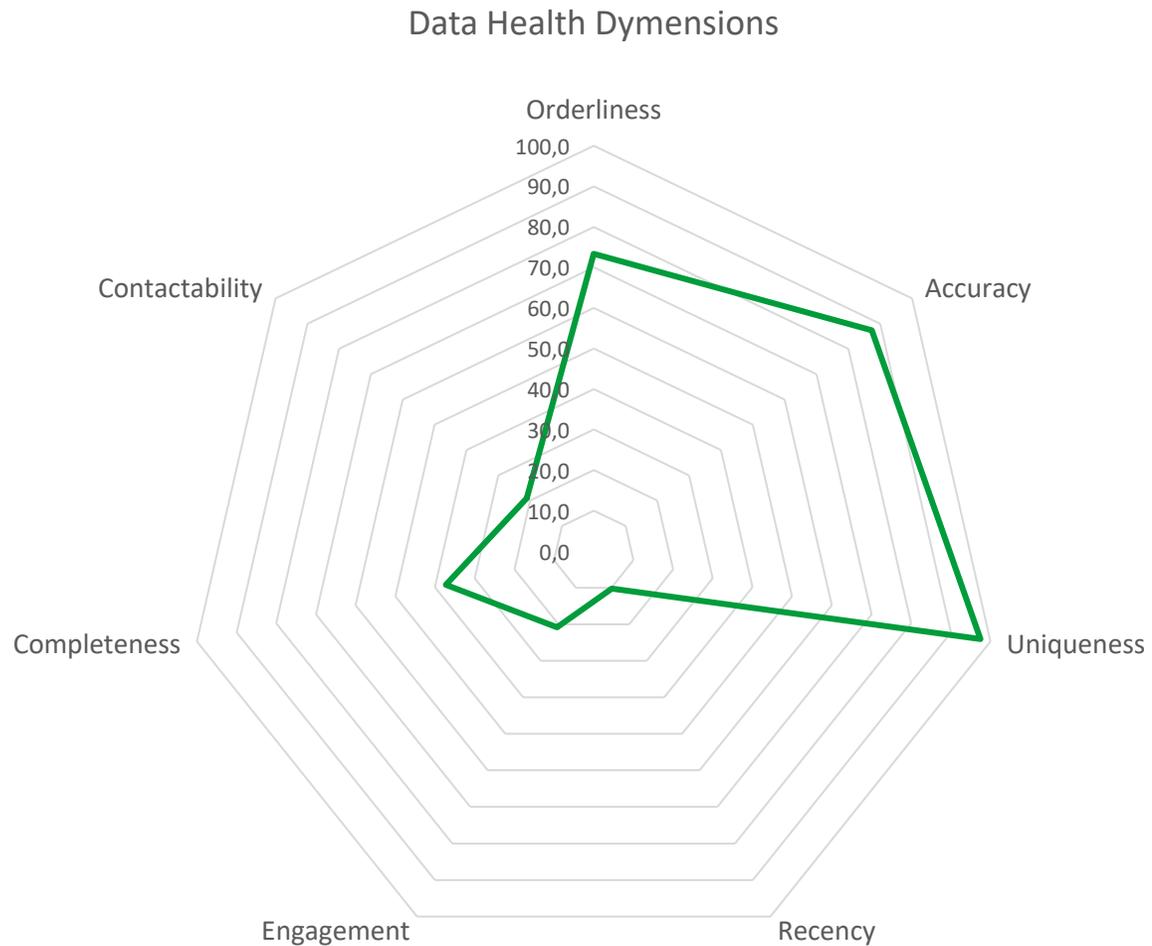
All People People Smart List									
New List Actions Person Actions Delete Person Select All									
View: Data Health Scores Does not include anonymous people									
<u>Id</u>	First	Data Health Score	Orderliness Score	Recency Score	Engagement Score	Accuracy Score	Uniqueness Score	Contactability Sco...	Completeness S...
1215748	Nfejdekofh...	43	33	96	0	75	100	0	21
1215714	Diogo	58	75	96	0	90	100	0	58
1215706	Greg	68	100	96	100	67	100	0	26
1215696	Jeff	71	75	96	100	80	100	0	58
1215670	Muddu	54	67	96	0	63	100	25	47
1215635	Kishore	63	100	96	92	40	100	0	26
1215615	Tracey	65	80	96	92	67	100	0	32
1215606	Shivam	67	80	96	92	84	100	0	32
1215563	.	53	60	96	92	17	100	0	26
1215562	Jennifer	65	80	96	92	67	100	0	32
1215414	Daniel	56	63	96	0	90	100	0	58
1215325	Giuseppe	57	100	96	0	84	100	0	32
1215324	Gianluca	70	100	96	92	84	100	0	32
1215323	Simone	57	100	96	0	84	100	0	32
1215322	Luca	57	100	96	0	84	100	0	32
1215321	Alessandra	57	100	96	0	84	100	0	32
1215320	Valentina	57	100	96	0	84	100	0	32
1215319	Teresa	70	100	96	92	84	100	0	32
1215318	Patricia	72	100	96	100	84	100	0	32
1215317	Marta	70	100	96	92	84	100	0	32

Reportes

The screenshot displays the Adobe Marketo Engage interface. The top navigation bar includes 'Adobe Marketo Engage', 'My Marketo', 'Marketing Activities', 'Design Studio', 'Database', 'Analytics', and 'Admin'. The 'Marketing Activities' sidebar on the left contains a search bar and a tree view with folders like '03-Initial Processing' and '04-Remediation', and a 'Reports' folder with items like 'Data Completeness', 'Data Engagement Init', and 'Data Orderliness'. The main content area shows a report titled 'Person Created At: All Time' with columns for 'Orderliness Score' and 'Total People'. The data is grouped by 'Orderliness Score / Tens'.

Orderliness Score	Total People
Group by Orderliness Score / Tens	
100	2,625
90	1
80	2,142
70	2,540
60	4,029
50	1,219
40	246
30	195
20	122
10	51
0	7
Total:	13,177

Caso Real – Situación Inicial



Data Health Score: 51

Tamaño de la BBDD: 13177 registros

- Orderliness: 73
- Accuracy: 87
- Uniqueness: 96
- Recency: 10
- Engagement 21
- Completeness: 37
- Contactability: 21

Conclusiones:

- Base de Datos Antigua
- Muy baja Contactabilidad
- Resultado: bajo nivel de Engagement
- Bajo Engagement = Pobres resultados

Qué puedo hacer para mejorar los datos

VARIABLE	ORDERLINES	RECENCY	ENGAGEMENT	ACCURACY	UNIQUENESS	CONTACTABILIT Y	COMPLETENESS
INDEPENDENTE	<ul style="list-style-type: none"> • Corregir valores de los campos • Borrar valores de los campos • Modificar Formularios • Validar CRM y otros sistemas integrados • Cargas de datos 	<ul style="list-style-type: none"> • Borrar registros viejos + disengaged + incorrectos + incompletos 	<ul style="list-style-type: none"> • Borrar registros disengaged por más de X tiempo 	<ul style="list-style-type: none"> • Corregir • Enriquecer • Borrar campos o registros 	<ul style="list-style-type: none"> • Encontrar duplicados y merge 		<ul style="list-style-type: none"> • Enrichment (LinkedIn y otros proveedores)
DEPENDIENTE			<ul style="list-style-type: none"> • Campañas de re-Engagement o borrar 			<ul style="list-style-type: none"> • Campañas de adquisición de datos 	<ul style="list-style-type: none"> • Campañas de adquisición de datos

¿Qué hicimos?

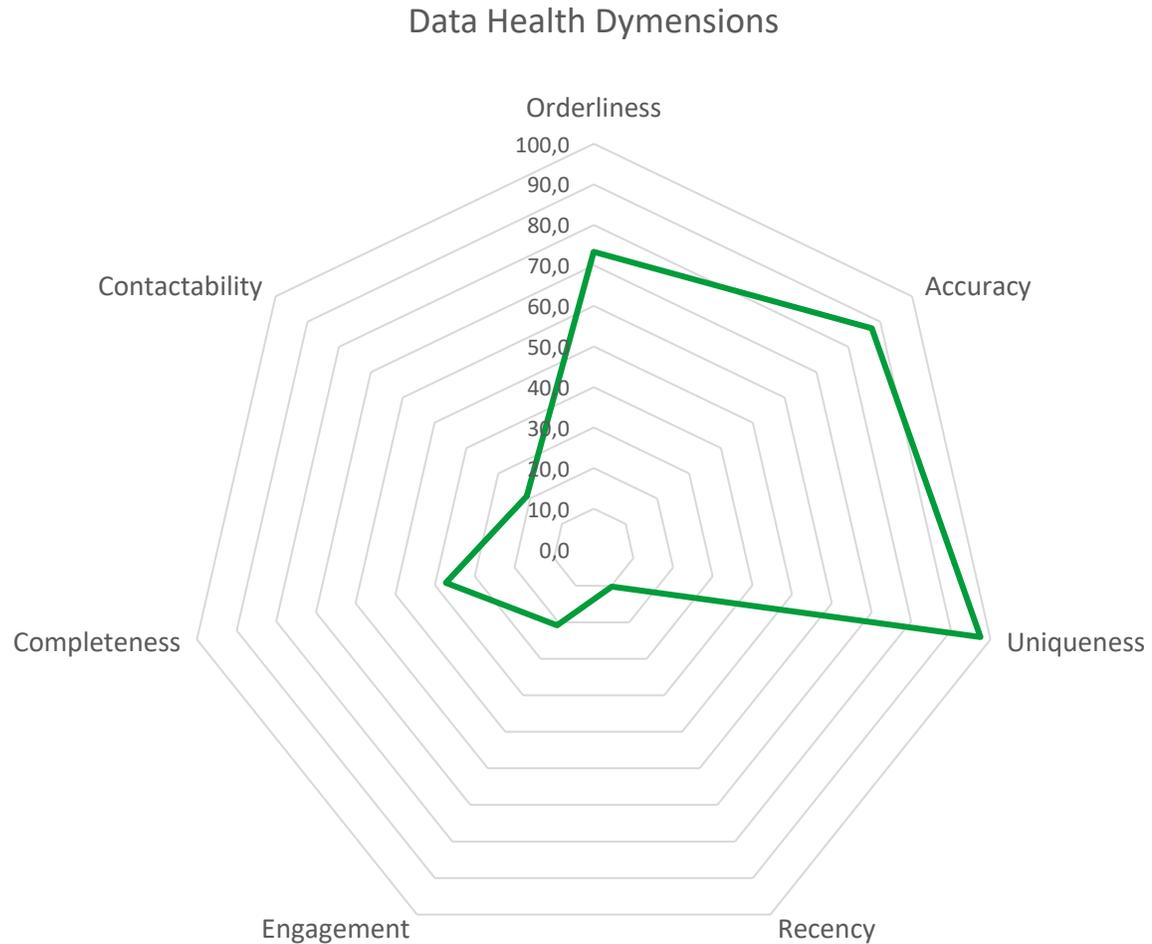
Fase 1

- Normalizamos País (4000) y Género (2500)
- Enriquecimos Número de Empleados (3900), Empresa (1000), Job Title (3000), Company (2000), Website (2500), País (1000), Industria (4000) en base a datos de LinkedIn
- Eliminamos 300 duplicados (merge)
- Borrarnos 3300 registros con datos erróneos, de 2018 o anteriores, con cero Engagement

Fase 2

- Activamos actualización diaria de scores para monitorizar evolución
- Normalizamos todos los campos y revisamos las fuentes de ingreso de leads
- Enriquecimos más registros con LinkedIn
- Activamos proceso de alerta ante la creación de duplicados

Caso Real – Impacto Inmediato (Fase 1)

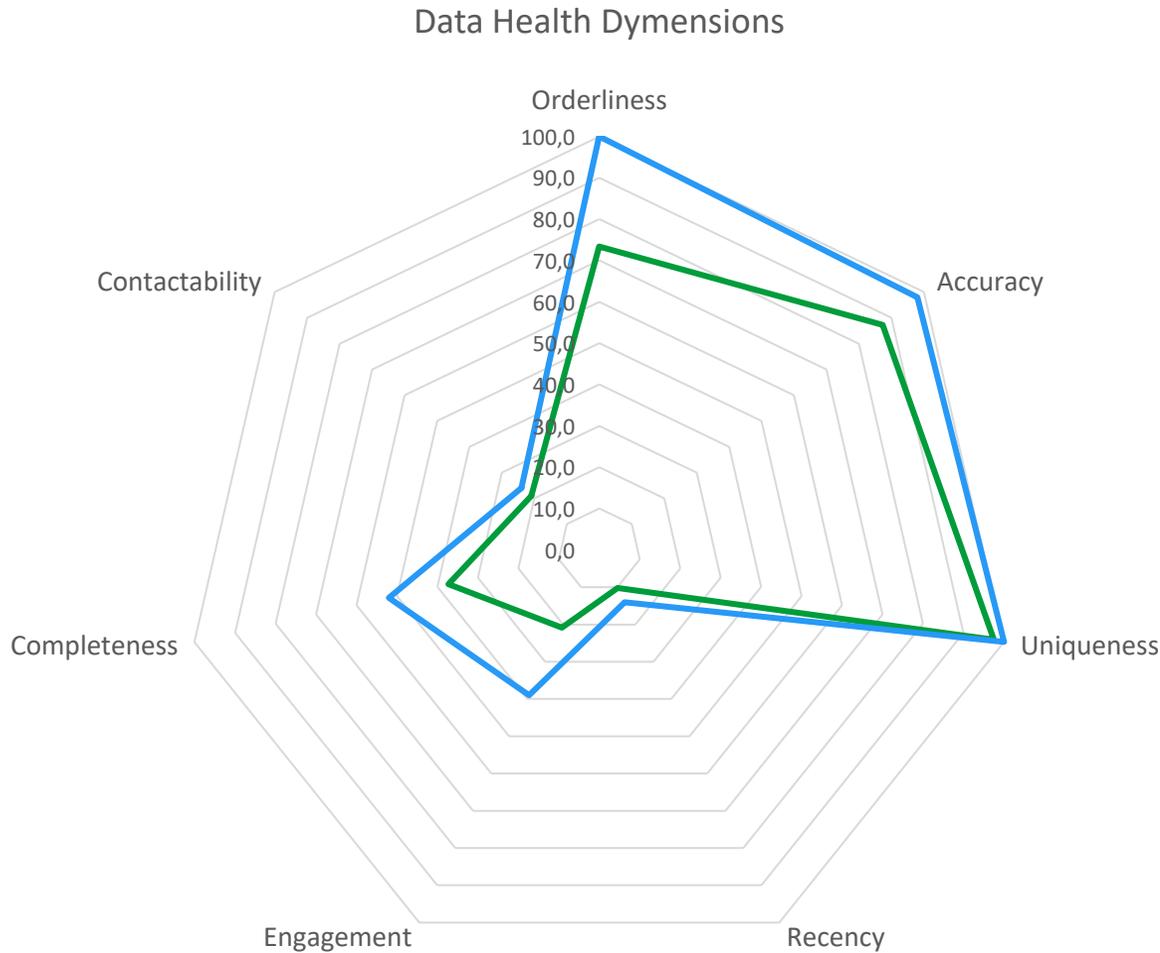


Data Health Score: 57 (51)
Tamaño de la BBDD: 9527 registros

- Orderliness: 89 (73)
- Accuracy: 91 (87)
- Uniqueness: 100 (98)
- Recency: 13 (10)
- Engagement: 30 (21)
- Completeness: 43 (37)
- Contactability: 21 (21)

- Conclusiones:
 - Reducción de la base de datos
 - Mejora 43% del nivel medio de Engagement
 - Mejora general del 12%

Caso Real – Impacto 2 meses más tarde (Fase 2)



Data Health Score: 63 (51)

Tamaño de la BBDD: 9527 registros

- Orderliness: 100 (73)
- Accuracy: 98 (87)
- Uniqueness: 100 (98)
- Recency: 14 (10)
- Engagement: 39 (21)
- Completeness: 52 (37)
- Contactability: 24 (21)

Conclusiones:

- 86% de mejora en Engagement
- Mejora general del 24% en dos meses
- Recency suele mejorar lentamente

Beneficios

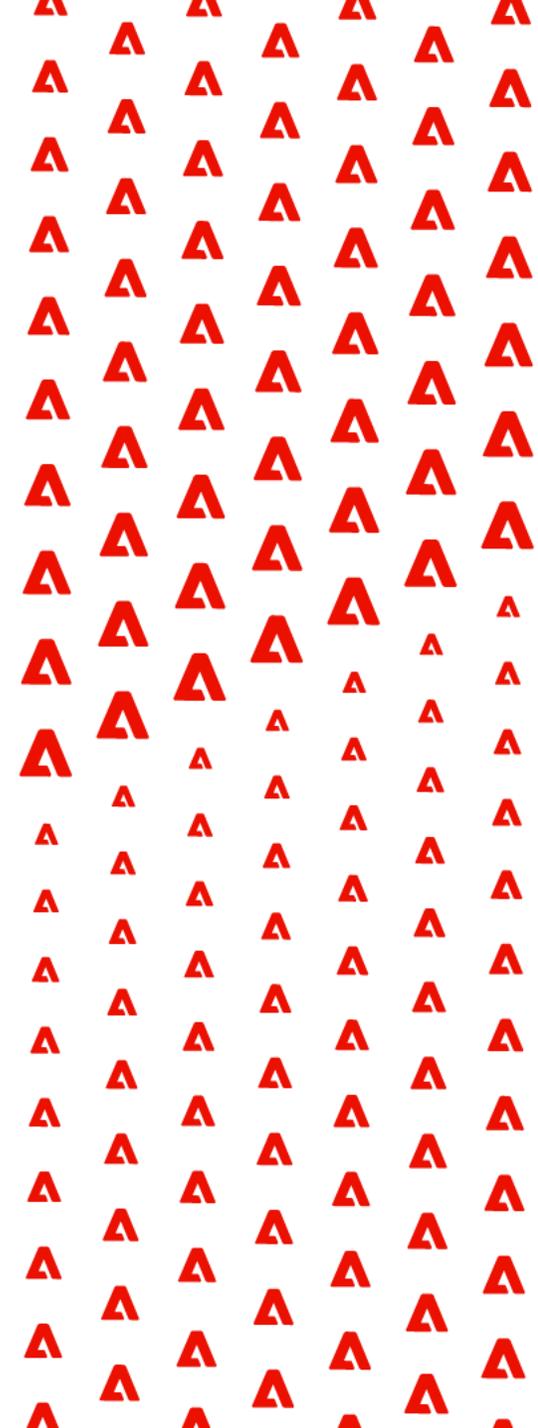
- Cuantificable y demostrable. Base común para la discusión.
- Estándar de Calidad para toda la organización
- Permite identificar problemas inmediatamente
 - Cargas de malos datos
 - Formularios sin estandarizar
 - Sistemas que estan alimentando la BBDD
- Facilita establecimiento de prioridades

- Lo más importante: es ACCIONABLE.
 - Acciones concretas para mejorar la calidad

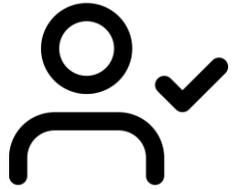
- Reflexión final: si quieres hacer algo con AI, más te vale tener datos confiables...

Optimización del funnel con Webinars: estrategias para aumentar la conversión y retención de usuarios

Daniel Agudelo



Un webinar exitoso:



Aporta valor

- Los webinars deben centrarse en el usuario y sus necesidades.

Es fundamental encontrar un equilibrio entre cumplir los objetivos de negocio y aportar un valor único al usuario.



Estrategia a largo plazo

- Dadas sus características, los webinars se deben plantear como una estrategia que se mantenga en el tiempo.

Coste de implementación, posibilidad de reciclado del contenido, oportunidad de implementación en otras iniciativas de Marketing, ventas, soporte, social media, etc.



Se alinea con el CJM

- Los webinars deben ser relevantes para el lugar en el que se encuentra el usuario dentro del funnel.

Esto es, tipo de contenido, madurez del lead, necesidades específicas del usuario



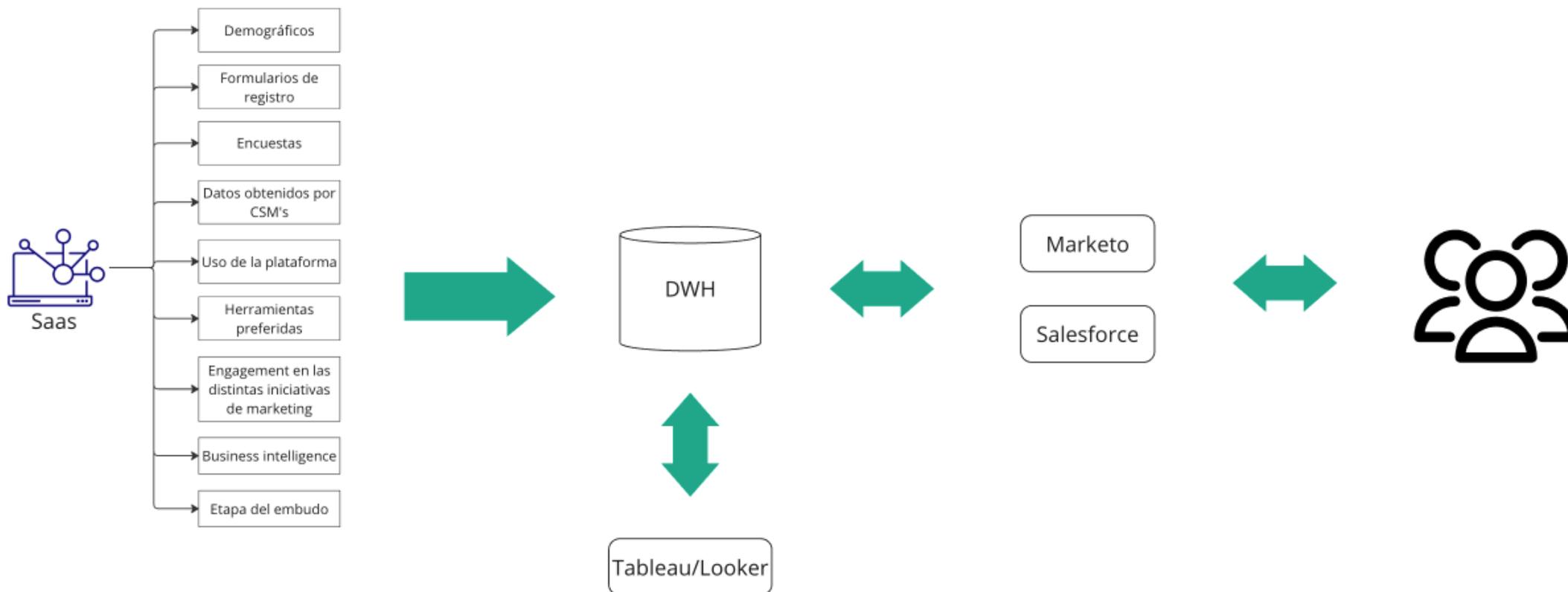
Marketing automation en Saas B2B

Contexto

Las compañías tecnológicas que ofrecen un producto SaaS tienen características que las hacen únicas en cuanto al marketing, los canales, las integraciones, el reporting y la atribución, entre otras.

- Generan mucha zero y first party data
- Ofrecen distintos productos y/o suscripciones
- Operan en distintos mercados - Distintos idiomas.
- Integran muchas herramientas a la vez
- La atribución y el reporting suele ser un reto

Flujo de datos SaaS B2B



SaaS B2B

+1.5M

De usuarios activos en la plataforma.

+50

Herramientas que generan datos de uso

+60

Apps en el App Center

7

Idiomas principales localizados

+45

Webinars por mes

Ventajas de los webinars

Los webinars son una de las mejores formas de generar demanda sobre un producto, tanto en B2C como B2B.

Las razones principales son:

1. Permiten interactuar en tiempo real, hacer Q&A, encuestas, sondeos, etc.
2. Son accesibles desde cualquier parte del mundo
3. Se pueden grabar y reutilizar.
4. Es un formato multimedia
5. Se pueden medir y analizar fácilmente
6. Son más baratos que un evento físico de características similares
7. Son buenos para generar engagement, convertir o retener

Upcoming Talks

Kostenlos Webinar
Erstellung und Optimierung von Inhalten: Verbessern Sie Ihre Online-Präsenz



SEMRUSH

Erstellung und Optimierung von Inhalten: Verbessern Sie Ihre Online-Präsenz

📅 Jun 11 2024, 10:00am CEST

Webinar gratuito
Redes en acción
Impulsa tu presencia digital



SEMRUSH

Redes en Acción: Impulsa Tu Presencia Digital.

📅 Jun 11 2024, 11:00am CEST

SEO Technique & OnPage: Boostez les performances de vos pages



SEMRUSH

SEO Technique & OnPage: Boostez les performances de vos pages

📅 Jun 11 2024, 11:00am CEST

Webinar gratuito
Crea e ottimizza i tuoi contenuti con Semrush – Strategie vincenti per il tuo successo online!

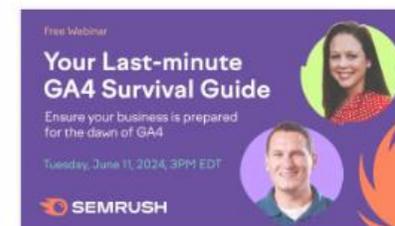


SEMRUSH

Crea e ottimizza i tuoi contenuti con Semrush

📅 Jun 11 2024, 5:00pm CEST

Free Webinar
Your Last-minute GA4 Survival Guide
Ensure your business is prepared for the dawn of GA4



SEMRUSH

Your Last-Minute GA4 Survival Guide

Tuesday, June 11, 2024, 3PM EDT

📅 Jun 11 2024, 9:00pm CEST

Free Webinar
SEO Optimized Content Creation
Accelerate your Online Presence



SEMRUSH

Content Ideation & Creation with Semrush!

📅 Jun 12 2024, 7:00pm CEST

Free webinar
Semrush Accelerator
Content Creation and Optimization



SEMRUSH

Semrush Accelerator: Content Creation & Optimization

📅 Jun 13 2024, 2:00pm CEST

Webinar gratuito
Estratégias para Criar e Otimizar Conteúdo
Potencialize seu Sucesso Online



SEMRUSH

Estratégias para Criar e Otimizar Conteúdo: Potencialize seu Sucesso Online

📅 Jun 13 2024, 7:00pm CEST

Benchmarks



Asistencia en vivo

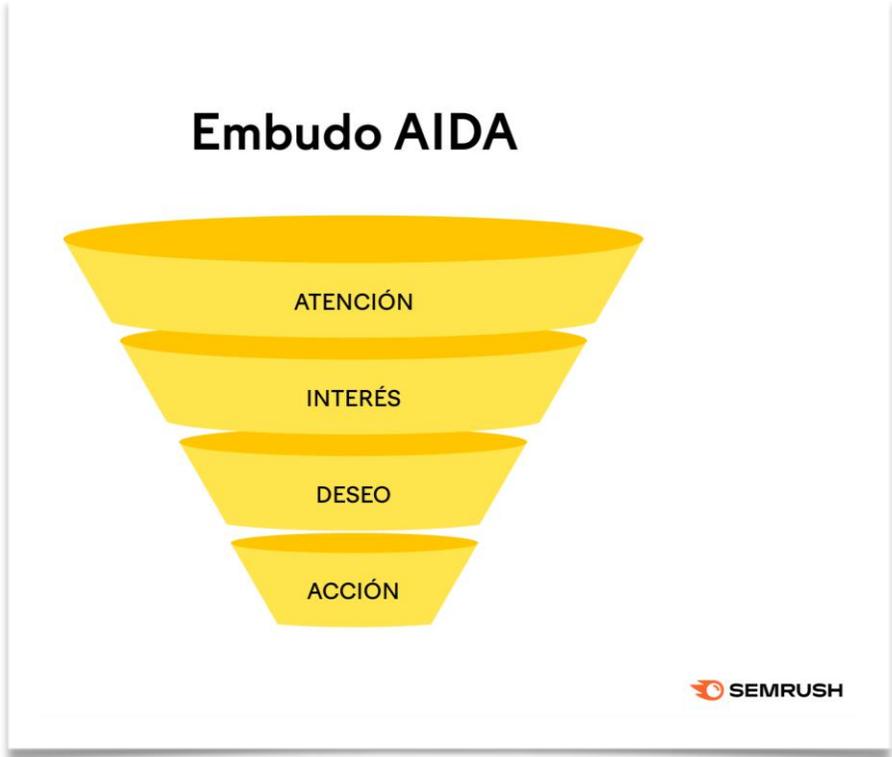
- Más del 32% de las personas que se registran, asisten al webinar en vivo



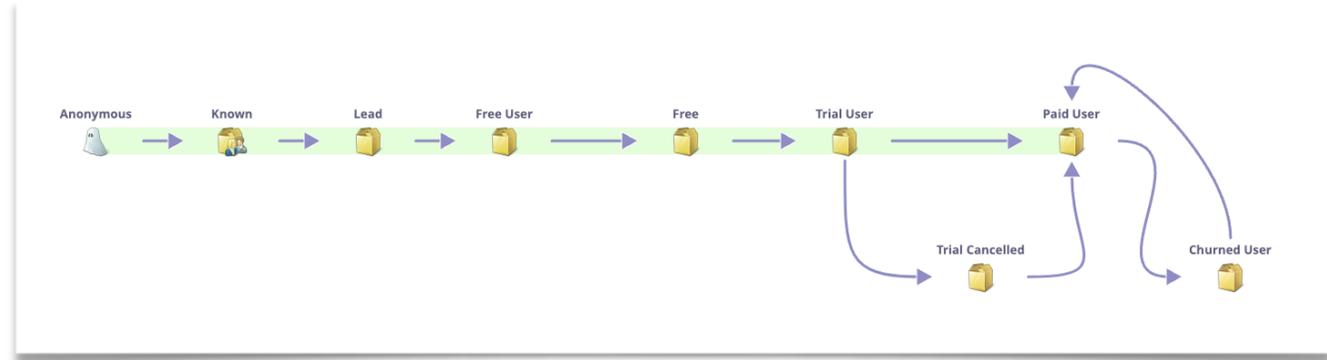
Visualización on demand

- Más del 46% de las personas que se registran, visualizan el webinar on demand.

Embudo de ventas vs CJM

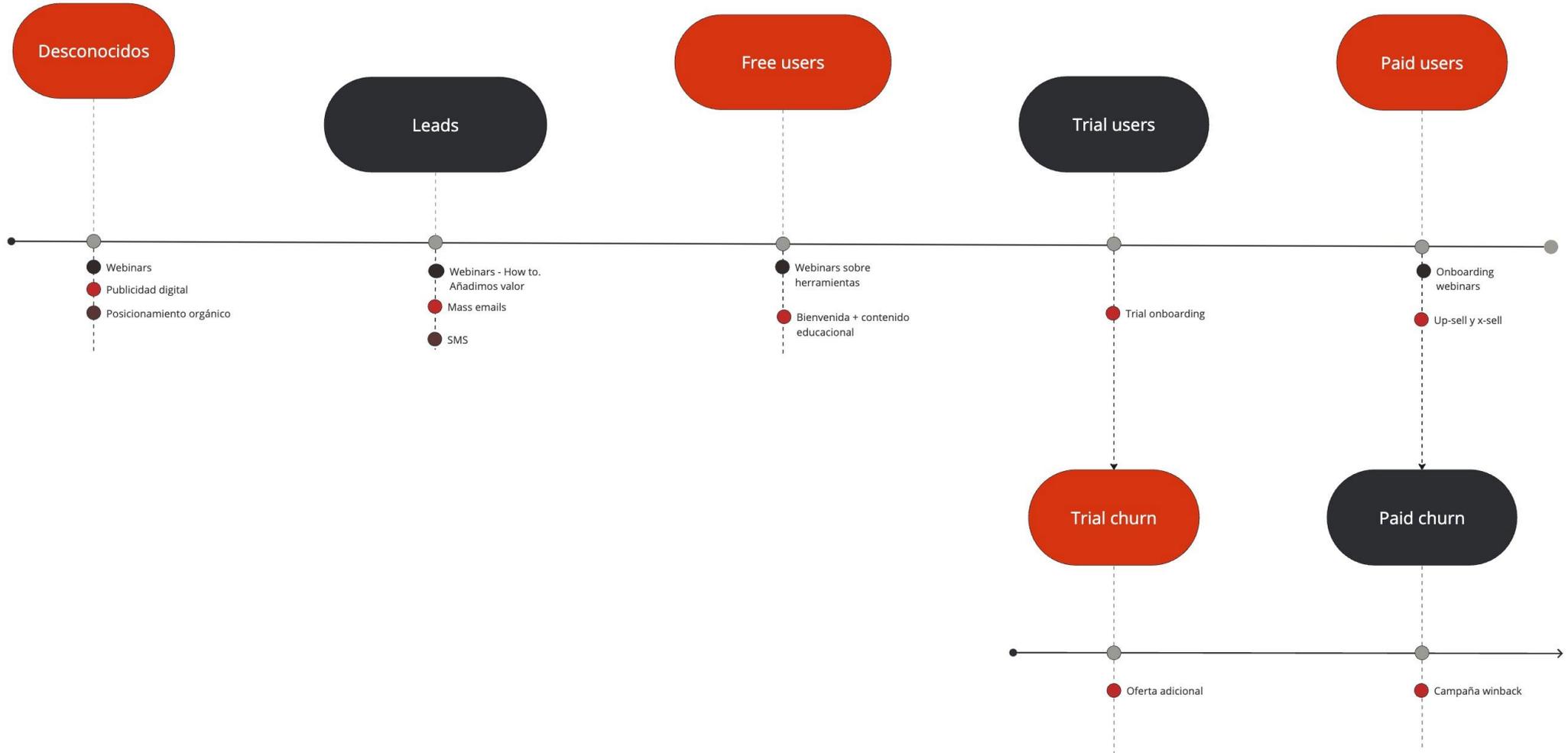


Embudo de ventas AIDA



Revenue cycle modeler

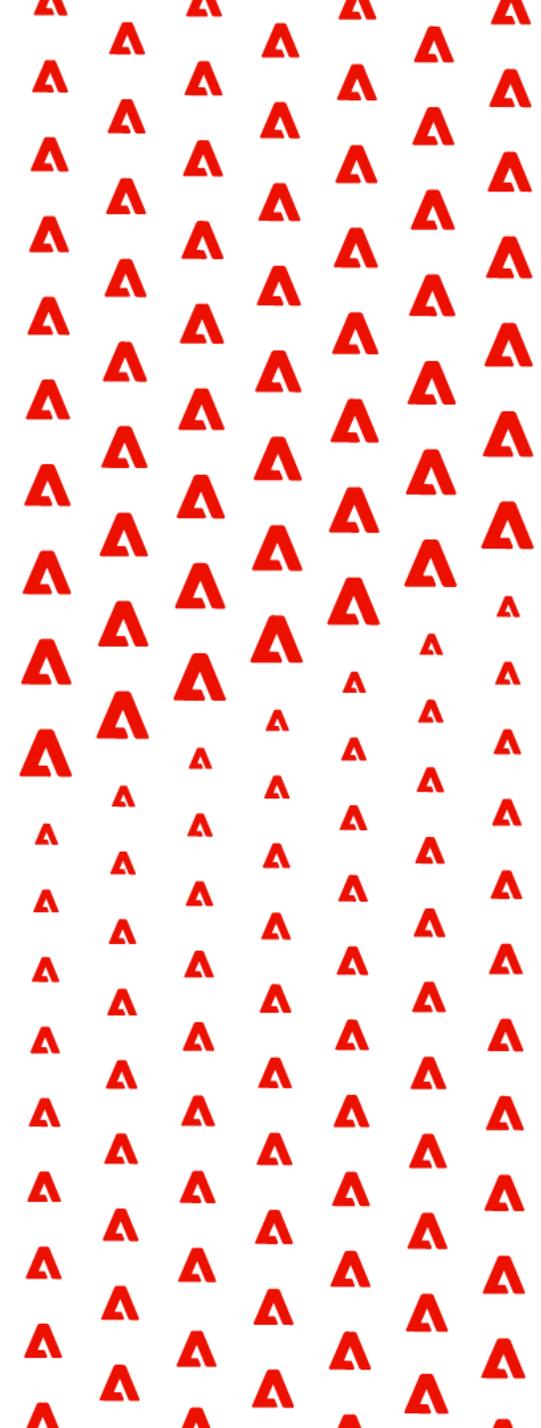
CJM - La herramienta definitiva





Retos y estrategias

1. Generación de demanda



Objetivos de las acciones de marketing

79,7%

Ventas, ingresos

51%

Engagement

58,8%

Fidelización

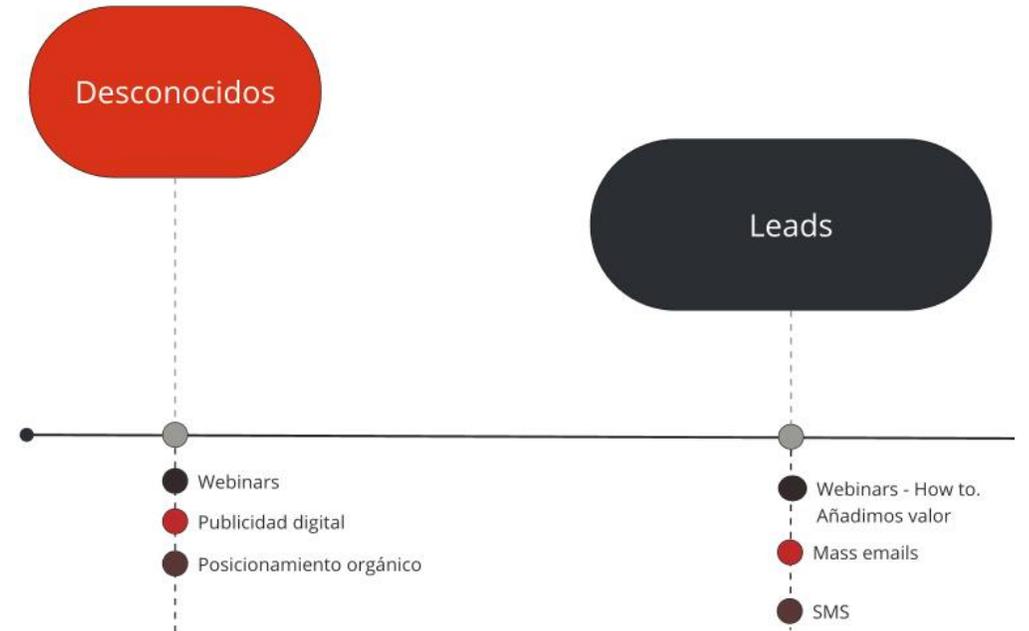
36,6%

Branding

Generación de demanda

Reto: encontrar formas de generar demanda para las respectivas etapas del funnel, siendo eficientes en costes.

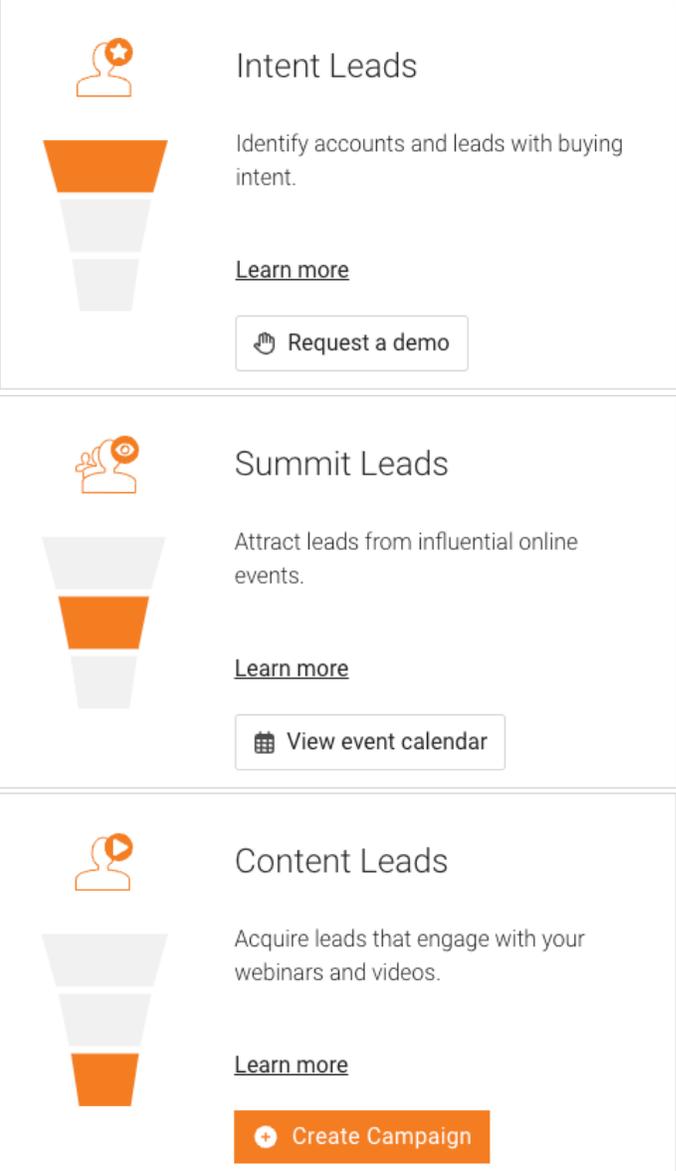
1. Definir de forma clara los objetivos que se persiguen con el webinar y cómo mediremos el éxito de las acciones.
2. Entender qué tipo de webinar (temática) funciona mejor para cada etapa del funnel.



Generación de demanda

Definir de forma clara los objetivos

- ⑩ Es fundamental entender qué buscamos conseguir con los Webinars. Entre más claros y específicos seamos con los objetivos que tenemos, más fácil será valorar el impacto de las acciones.
- ⑩ Implementar un sistema de medición de resultados ajustado a las necesidades del equipo y de la organización.



Intent Leads

Identify accounts and leads with buying intent.

[Learn more](#)

[Request a demo](#)

Summit Leads

Attract leads from influential online events.

[Learn more](#)

[View event calendar](#)

Content Leads

Acquire leads that engage with your webinars and videos.

[Learn more](#)

[Create Campaign](#)

Generación de demanda

Free users

Free webinar

How to Get a Job in Digital Marketing: AMA with Olivia Mae Hanlon

Monday, June 24, 2024
3 pm EDT / 9 pm CEST / 8 pm BST

[Register now](#)

Synopsis

So, you want to work in digital marketing but are unsure how to land your first job? Where do you start? How do you get that first interview? If this makes you panic and pull up every job board you can find, don't worry – in this personal AMA (Ask Me Anything), Olivia Mae Hanlon will tackle all the thorny questions keeping you up at night.

You'll learn

- How do I get my first digital marketing job? (I have no experience!)
- Which certifications should I take to impress potential employers?
- What are the best entry-level digital marketing jobs?
- How do I ace my interview?

Take it from the expert

Olivia Hanlon is the award-winning Founder and CEO of Girls in Marketing. Girls in Marketing is a learning provider and community for marketers, empowering women to build a career they love. Olivia is also a public speaker, startup marketing advisor, podcast host, presenter, and mentor. She's spoken at various events such as Global Marketing Day by Semrush, SocialNorth, Sheffield DM and more. Recently, she was named Forbes 30 Under 30 in the Marketing category.

Big Ideas for Small Business

Unveiling AI Trends in Content Marketing 2024

Available On Demand
Thursday, February 22, 2024
12 pm EST / 6 pm CET

[Watch Webinar Now](#)

Synopsis

Get ready to turbocharge your small business with the latest AI trends in content marketing!
Our webinar goes beyond the buzzwords.
Join us to discover practical, down-to-earth tips for leveraging AI to boost your online presence and build a bold content strategy.
Discover how AI content can drive bigger results for your small business.

What we'll talk about?

- Potential gains: We'll find out if AI-generated content can actually be top-notch and rank in search engines
- The future of SEO with AI: Find out what changes are on the horizon and how small businesses can adapt to them
- Creating a workflow: We'll also talk about integrating AI into your content creation process—the right way
- Tips for success: Learn how to create SEO-rich content, writing effective prompts, and keeping your content original and on-brand

Paid onboarding

Free webinar

Social Media Management

Accelerate Your Online Presence

[SEM RUSH](#)

About this talk

Join our team of experts to learn how to improve your online social presence and manage your social media tasks seamlessly with the help of Semrush's Social Media Toolkit.
During this event, you'll explore advanced strategies and techniques to supercharge your online presence across various social platforms. Register today and don't miss your chance to become a pro at managing your social media effectively!

Webinar gratuito

De Cero a Héroe con Semrush

Estrategias para crear flujos de trabajo efectivos

[SEM RUSH](#)

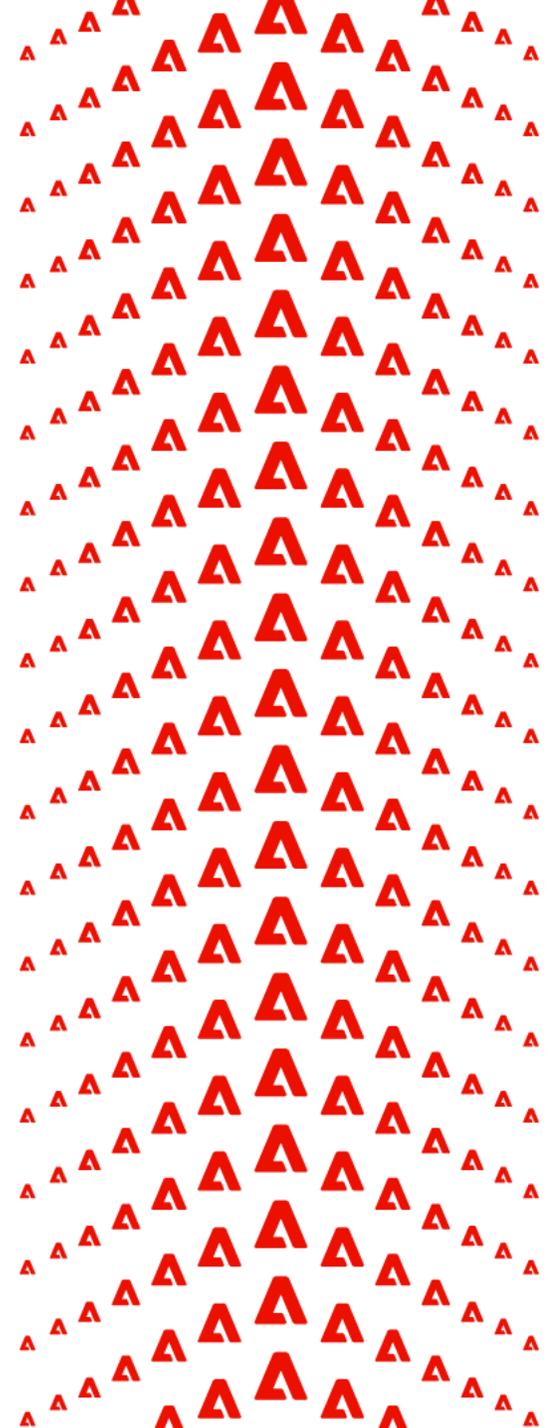
Presented by

Bias Pereira - Customer Success Manager, Spain & Alice Valenzano - Customer Success Manager, Italy.

About this talk

Únete a Blas y Alice del equipo de Customer Success de Semrush para aprender cómo comenzar a trabajar con la plataforma y descubrir la mejor manera de utilizar las herramientas que te ayudarán a mejorar el posicionamiento orgánico de tus palabras clave.

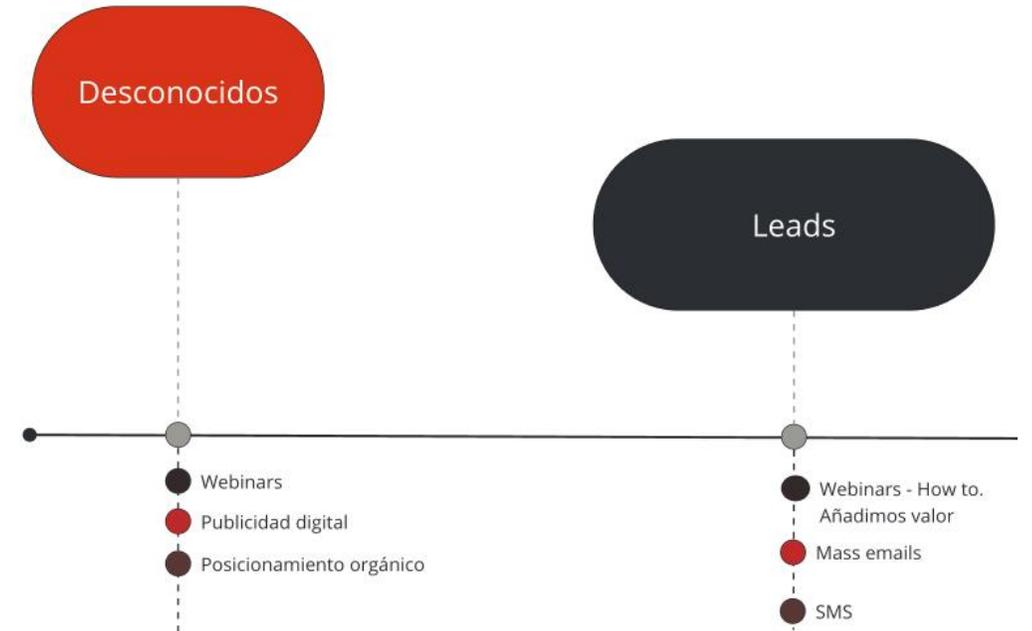
2. Eficiencia en procesos



Estandarización de procesos

Reto: implementar procesos eficientes y estandarizados para optimizar el tiempo y recursos.

1. Estandarizar el diseño y contenido del setup
2. Tokenización de templates
3. Uso de herramientas como Movable INK
4. Documentación del proceso y training de stakeholders



Estandarización de contenido y setup

Invitación



Webinar

4 de Junio del 2024
11:00 am CEST

[Webinar] Cimientos Fuertes con Semrush:
Tech SEO

Regístrate ahora

¡Hola!

Explora cómo construir una base sólida para tu estrategia digital mientras descubrimos las herramientas y tácticas más efectivas para optimizar la presencia online. Desde la creación de cimientos robustos hasta la estructuración inteligente del SEO, este webinar proporcionará los conocimientos y las herramientas necesarias para edificar una base ideal y potenciar el éxito en línea.

Qué vas a aprender:

- Construye una base sólida para tu estrategia digital.
- Explora las herramientas y tácticas más efectivas para optimizar la presencia online.
- Potencia tu éxito en línea mediante la creación de cimientos fuertes y la estructuración inteligente del SEO.

Regístrate ahora

¡Estamos deseando verte allí!



Ricardo Mendoza

International Lead
Spain and Latinamerica

Confirmación



Webinar

4 de Junio del 2024
11:00 am CEST

[Webinar] Cimientos Fuertes con Semrush:
Tech SEO

Empieza en:

00 00 00 00

Días Horas Minutos Segundos

¡Gracias por registrarte!

Hey, gracias por registrarte. ¡Estamos encantados de que te hayas unido a nuestro webinar [Cimientos Fuertes con Semrush: Tech SEO](#)!

No te pierdas el evento. [¡Añádalo a tu calendario!](#)

El 4 de Junio del 2024, podrás unirte con el botón a continuación.

¡Nos vemos allí!

Unirse al webinar

-1 día



Webinar

4 de Junio del 2024
11:00 am CEST

[Webinar] Cimientos Fuertes con Semrush:
Tech SEO

Empieza en:

00 00 00 00

Días Horas Minutos Segundos

Mañana:

Hey, ¡te recordamos que el webinar [Cimientos Fuertes con Semrush: Tech SEO](#) es mañana! Podrás unirte con el botón a continuación.

No te pierdas el evento. [¡Añádalo a tu calendario!](#)

Si tienes preguntas, comentarios o cualquier feedback, responde a este correo o envíanos uno a webinar@semrush.com.

Unirse al webinar



-1 hora



Webinar

4 de Junio del 2024
11:00 am CEST

[Webinar] Cimientos Fuertes con Semrush:
Tech SEO

Empieza en:

00 00 00 00

Días Horas Minutos Segundos

Hey, ¡te recordamos que el [webinar Cimientos Fuertes con Semrush: Tech SEO](#) empieza en una hora! Podrás unirte con el botón a continuación.

Si tienes preguntas, comentarios o cualquier feedback, responde a este correo o envíanos uno a webinar@semrush.com.

¡Nos vemos pronto!

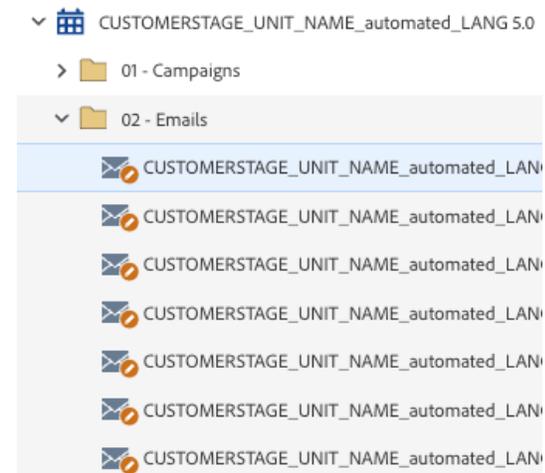
Unirse al webinar



Tokenización del setup

Hacer uso de las herramientas de Marketo para simplificar el setup de nuevos webinars:

1. Creación de un master template con programa, Smart campaigns/triggered campaigns, emails, reportes, etc.
2. Implementar tokens que se usen de forma recurrente en todos los emails para agilizar la creación de nuevas campañas.



```
## WEBINAR SETTINGS ##

#set($UTM = "convert_core_0406240nboardingWebinarTechnicalSEOEMEA_automat
#set($WebinarLocale = "es")
#set($CountdownTimer = "2024-06-04 09:00")
#set($SubjectShort = "Cimientos Fuertes con Semrush: Tech SEO")
#set($SubjectInvitation = "Cimientos Fuertes con Semrush: Tech SEO")
#set($Date = "Martes 4 de junio de 2024")
#set($Time = "11:00 am CEST")

## WEBINAR VARIABLES - DO NOT CHANGE UNLESS NECESSARY ##

#if ($WebinarLocale == "es")
#set ($SenderName = "El equipo de Semrush")
#set ($SubjectEmail1 = "Webinar confirmado | $SubjectShort")
#set ($SubjectEmail2 = "Mañana: webinar $SubjectShort")
#set ($SubjectEmail3 = "🕒 El webinar $SubjectShort empieza en 1 hora")
#set ($SubjectEmail4 = "Aquí tienes la grabación del webinar $SubjectShor
#set ($SubjectEmail5 = "Aquí tienes la grabación del webinar $SubjectShor
... ..
```

Uso de herramientas de personalización

CSV para template

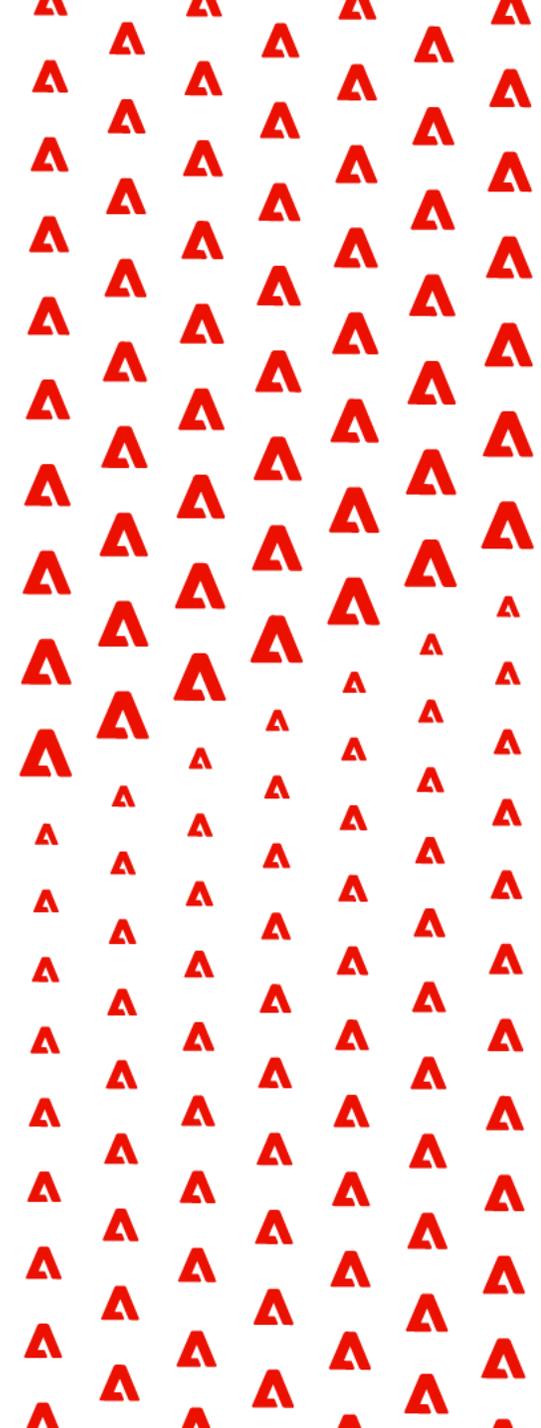
Locale	Campaign	Date	Time	Name	Landing_page	Calendar_link	Paragraph1
en	en_webinar_topic_	June 15th	12 pm ET / 9 am PDT / 5 pm BST	Mastering the Art of Client Acquisition: A Guide for Digital Agencies	Link	Link	Buckle up, because we're about to unleash the secrets to becoming a client-catching ninja in the digital realm.
fr	fr_webinar_topic_	11 juillet 2023	17h00 France / 11h00 Canada	ChatGPT pour le SEO : mode d'emploi	Link	Link	Avez-vous entendu parler de ChatGPT et de son potentiel pour aider votre SEO mais vous ne savez pas comment vous y prendre?
de	de_webinar_topic_	Am 7. Juni	11:00 Uhr MESZ	Buyer Personas für SEO nutzen: Perfekten Content entlang der Customer Journey erstellen	Link	Link	Internationalisierung ist eine wichtige Möglichkeit, um den Markt für dein Business zu erweitern und sich gegen die Konkurrenz zu behaupten. Doch das Thema hat viele Fallstricke und genau diese wollen wir umgehen.
es	es_webinar_topic_	Junio 15	1:00pm CDMX / 2:00pm CO / 3pm AR	Semrush Accelerator: Maximiza tu Suscripción	Link	Link	¡El equipo de éxito del cliente de Semrush se complace en invitarlo a un seminario web de incorporación para familiarizarse con su nueva suscripción a Semrush!

Email rendered

The screenshot shows a rendered email template for a webinar. The header features the SEMRUSH logo. The main content area is dark purple and contains the following elements:

- Date and time:** A box containing "4 de Junio del 2024" and "11:00 am CEST".
- Name:** A box containing "[Webinar] Cimientos Fuertes con Semrush: Tech SEO".
- Time:** A box containing a countdown timer with four segments labeled "Días", "Horas", "Minutos", and "Segundos", each showing "00".
- Landing_page:** A box containing the text "Hey, gracias por registrarte. ¡Estamos encantados de que te hayas unido a nuestro webinar!" followed by a link "Cimientos Fuertes con Semrush: Tech SEO!".
- Calendar_link:** A box containing the text "No te pierdas el evento. ¡Añádelo a tu calendario!".
- Date:** A box containing the text "El 4 de Junio del 2024, podrás unirte con el botón a continuación. ¡Nos vemos allí!".
- Landing_page:** A box containing an orange button with the text "Unirse al webinar".

3. Colaborar con influencers



Webinars y páneles con influencers

Reto: mejorar el rendimiento de las campañas de webinars.

1. Colaborar con influencers y referentes del nicho para atraer más público, aumentar la visibilidad y credibilidad de la compañía.
2. Conectar con roles importantes de compañías conocidas. Esto es llamativo y ayuda a que el mensaje que se transmite sea más memorable.

Who will host the webinar



Olivia Mae Hanlon

Award-winning Founder and CEO of
Girls in Marketing

Who will host the webinar



**Matthew Howells-
Barby**

SEO and Entrepreneur,
ex-VP Marketing at Hubspot



Rita Cidre

Head of Academy at Semrush

Who will host the webinar



Michael Olaye

Senior Vice-President and
Managing Director of
Strategy and Innovation at
R/GA



Heather Murray

Founder of Beesting Digital
and AI for Non-Techies



**Ravit Dotan,
PhD**

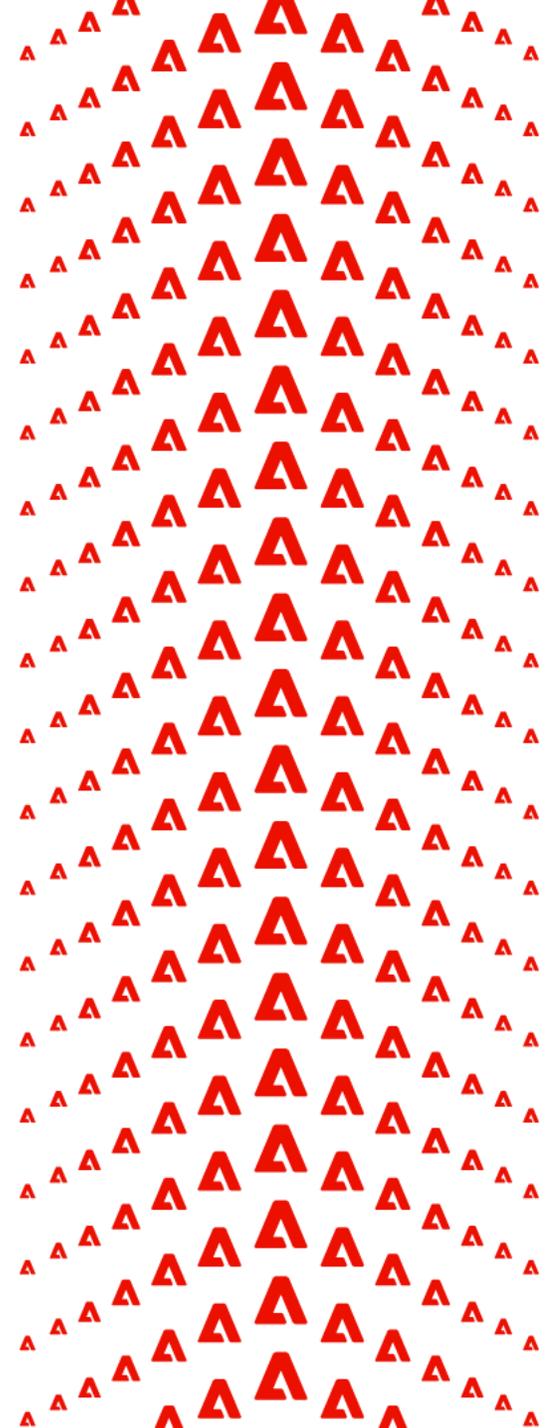
Founder and CEO of
TechBetter



**Rafał
Tromczyński**

CEO for Digital-First AI

4. Integración 360



Integración 360

Reto: integrar la estructura de los equipos para evitar silos

Los webinars son iniciativas costosas de implementar y plantean retos a nivel organizativo. Por tanto, es **fundamental sacarles el máximo provecho.**

Alinear estrategias con otros equipos para garantizar el uso de los webinars grabados en otras iniciativas de marketing, ventas, soporte, social media o incluso educación.

Semrush Webinars

Learn from the best voices in SEO, content marketing, ecommerce, social media, competitive research, and more! Sharpen your digital marketing skills with our free webinars.

What Do You Want to Learn?

Find webinar

Search

Topic

Language

Format



JUN 24

Marketing career

Olivia Mae Hanlon

45 minutes

How to Get a Job in Digital Marketing: AMA with Olivia Mae Hanlon

So, you want to work in digital marketing but are unsure how to



JUN 11

SEO Analytics Jeff Sauer

Julie Brade

45 minutes

Your Last-Minute GA4 Survival Guide

On July 1st we say goodbye to Universal Analytics—forever. Join Google Analytics experts Jeff Sauer and Julie Brade for a fast-track session to prepare you and



PAST

AI Michael Olaye

Heather Murray Rafal Tromczyński

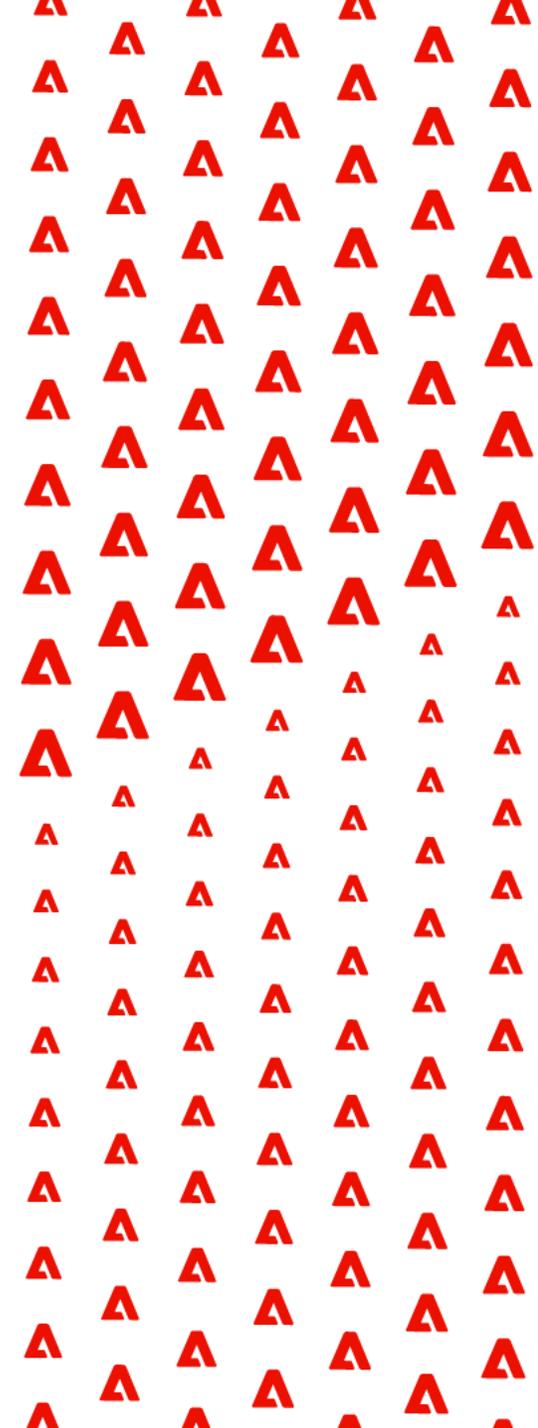
Ravit Dotan, PhD

45 minutes

Expert Panel: AI and the Future of Marketing

At this point, you probably know that learning how to use AI is a

5. Experiencia de usuario



Experiencia de usuario

Reto: mantener el engagement de los usuarios y aprovechar las interacciones con los webinars.

1. Crear una experiencia completa para los webinars: invitación, recordatorios, grabación.
2. Creación de flujos post webinar
3. Análisis de resultados del webinar y creación de acciones posteriores: registro, visualización en vivo/on demand, número de webinars visualizados, tipo de producto, temas de interés, etc.

 SEMRUSH

[Pruébala gratis](#)

¿Buscas mejorar
tus estrategias
de marketing?



Hola, ¿Te ha gustado el webinar del otro día?

Si es así, ¡creemos que es el comienzo de una bonita amistad!

Comienza tu prueba GRATUITA de Semrush y apóyate en nosotros para que realices campañas de marketing de alto nivel. Con tu prueba gratuita podrás:

- 👉 Analizar el rendimiento global de tu web: [descubre el estado de tu web](#)
- 👉 Descubrir problemas técnicos y conseguir recomendaciones sobre cómo solucionarlos: [soluciona los problemas técnicos de tu web](#)
- 👉 Encontrar las mejores palabras clave a las que dirigirte: [descubre palabras clave para tu web](#)
- 👉 Hacer un seguimiento diario del posicionamiento de tus palabras clave: [comprueba tu posicionamiento ahora](#)
- 👉 Crear contenidos que den en el blanco con tu audiencia (y con Google): [comienza a crear grandes contenidos](#)

...¡y mucho más!

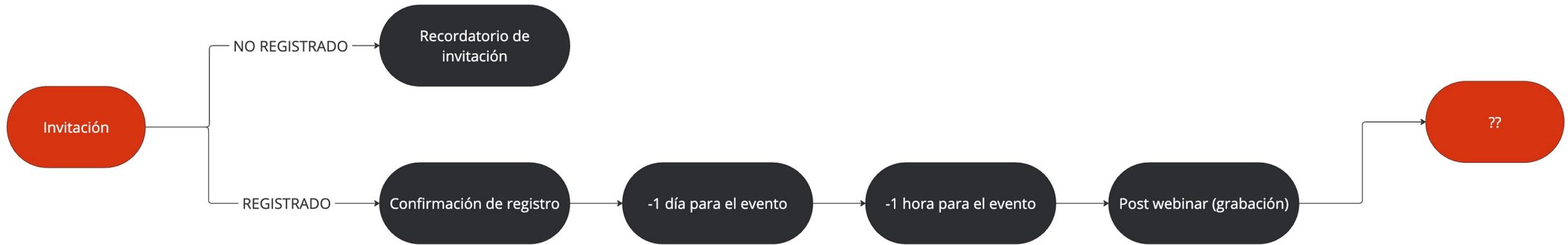
Libera todo tu potencial con una prueba gratuita hoy mismo.

[Pruébala gratis](#)



A por tu éxito,
El equipo de Semrush

Experiencia de usuario

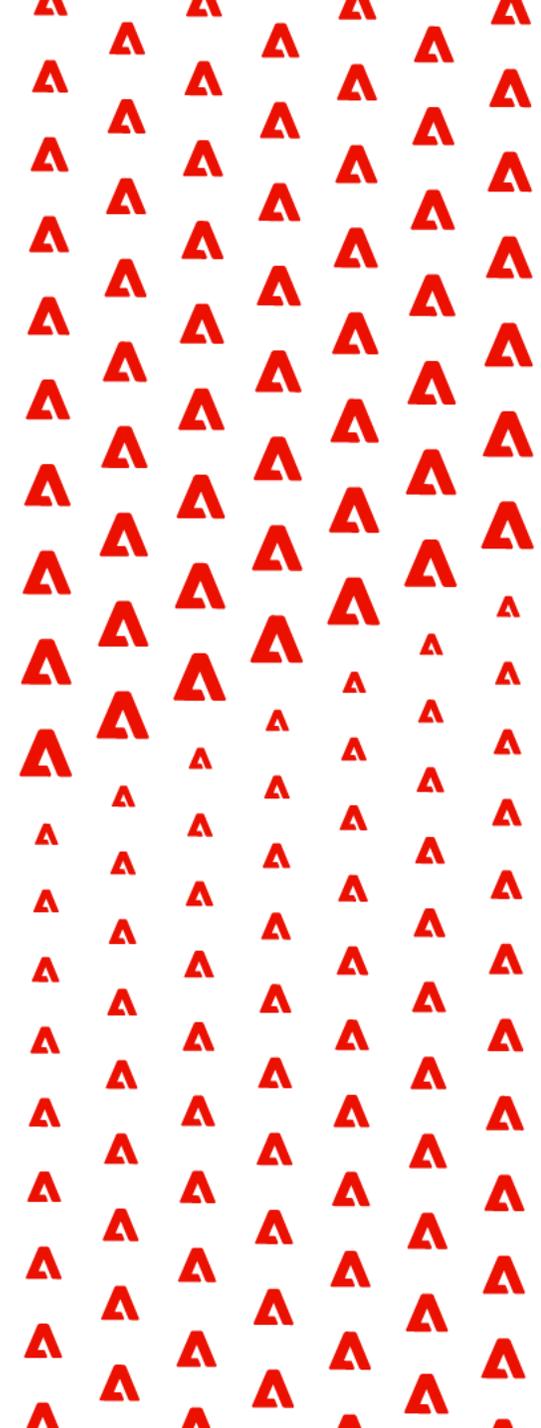


Q&A



Novedades de Dynamic Chat

Denise Brouchy



Denise Brouchy Baigun

Amo viajar



Spartana



Fanática de la coctelería



El comportamiento de los consumidores está cambiando

Comunicación



Prefieren comunicarse digitalmente.

Encuéntrelos donde están todo el tiempo.

Control



Son buscadores de opciones por cuenta propia.

Ayudarles a servirse a sí mismos

Rapidez



Protegen mucho su valioso tiempo

Captar la atención rápido y procesos fáciles

¿Que nos brinda Dynamics Chat?



Interacciones en tiempo real



Diálogos Interactivos



Puntos de contacto
personalizados



Presencial Omni-canal

Beneficios, resultados y efectos



Mayor conversión

Interacciones web más relevantes y específicas, lo que se traduce en mayores conversiones.

25%

Incremento de conversión de leads



Reducción de tiempo para primer contacto

Experiencia fluida de reserva de reuniones integrada en el flujo de chat

x10

Reducción de la programación de reuniones con visitantes

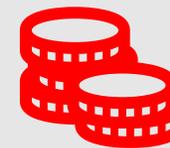


Rapidez ciclo de ventas

Aumento del pipeline con seguimientos más rápidos, lo que se traduce en una mayor velocidad de ventas.

50%

Los AQL del chat dinámico se convierten en oportunidades en la mitad de tiempo



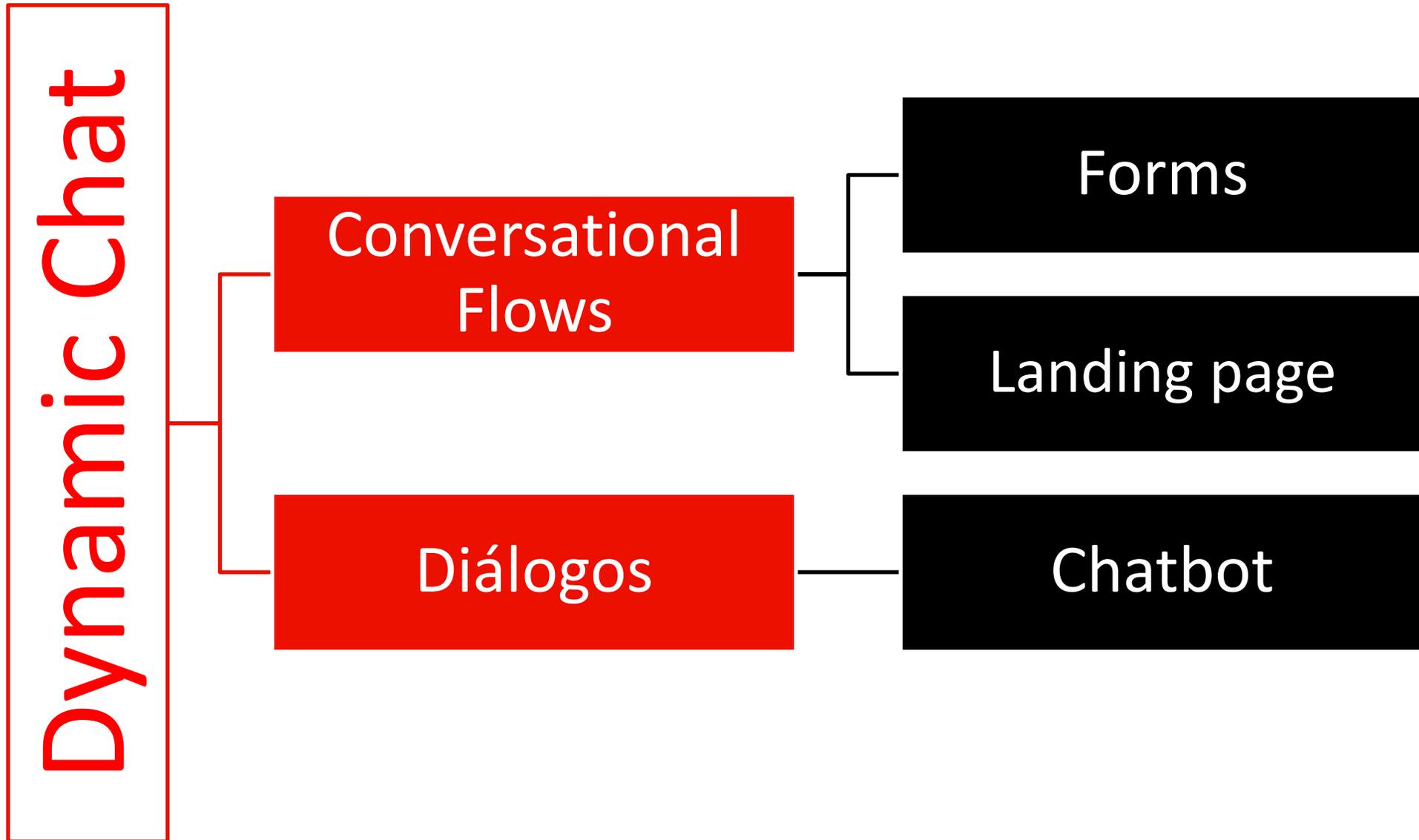
Menor coste por lead

Menor coste total por cliente potencial con el chat habilitado en su sitio web

x15

Reducción del coste por contacto en comparación con los canales tradicionales

Dynamic Chat



Generative AI



Question generation

Question generation Response library Activity log Unanswered questions

Q Generate questions

Task name	Generated on	Total questions	Approved questions	Rejected questions	Status	Message
Marketo Sales Insights	April 5, 2024 at 8:49 PM				Completed	
Generating questions about Dynamic C...	February 27, 2024 at 12:00 AM				Completed	
Marketo APIs	November 20, 2023 at 10:00 AM				Completed	None
Dynamic Chat	August 22, 2023 at 9:00 AM				Failed	1/1 of URLs failed scraping ::
Interactive webinars	August 9, 2023 at 3:16 PM				Completed	-
CRM Integrations	August 9, 2023 at 8:50 AM				Completed	-
Dsm	August 3, 2023 at 6:52 AM				Completed	-
Test log - scenario 8 - 1 long page 1 topic...	July 24, 2023 at 11:49 PM				Completed	-
Test log - scenario 7 - 1 short 1 long page...	July 24, 2023 at 11:48 PM				Completed	-

Generate questions and responses

Adobe Sensei GenAI will generate questions and responses based on the content sources added below.

Task name

Source URLs (up to 50)

Topics or keywords (up to 10)

Cancel Generate

Response library

Hide filters

Upload responses Add question

Topics

Interactive webinar ×

Task name

Status

- Approved
- Approved with changes
- Need review

<input type="checkbox"/> Questions	Status	Task name	Topic
<input type="checkbox"/> What are the reporting and analytics available after a ...	Approved	Interactive webinars	Interactive webinar
<input type="checkbox"/> What is the process for changing a room before an Int...	Approved	Interactive webinars	Interactive webinar
<input type="checkbox"/> How do I get more sessions or more capacity if I have ...	Approved	Interactive webinars	Interactive webinar
<input type="checkbox"/> What are the different licenses available for Interactive...	Approved	Interactive webinars	Interactive webinar
<input type="checkbox"/> How do I get help if I need it when creating an interact...	Need review	Interactive webinars	Interactive webinar
<input type="checkbox"/> How do I clone an Interactive Webinar?	Approved	Interactive webinars	Interactive webinar
<input type="checkbox"/> What happens to the local assets when I delete an Inte...	Approved	Interactive webinars	Interactive webinar
<input type="checkbox"/> What is an interactive webinar?	Approved	Interactive webinars	Interactive webinar
<input type="checkbox"/> Do I need a separate subscription to use Interactive W...	Approved	Interactive webinars	Interactive webinar
<input type="checkbox"/> How do I schedule a date and time for my webinar?	Approved	Interactive webinars	Interactive webinar
<input type="checkbox"/> What are the prebuilt meeting templates available to c...	Approved	Interactive webinars	Interactive webinar
<input type="checkbox"/> How can I save a cloned Interactive Webinar?	Approved	Interactive webinars	Interactive webinar
<input type="checkbox"/> What kind of support is available for Adobe Connect?	Approved	Interactive webinars	Interactive webinar
<input type="checkbox"/> How do I access the Adobe Connect Community?	Approved	Interactive webinars	Interactive webinar
<input type="checkbox"/> What happens when an event program is deleted befo...	Approved	Interactive webinars	Interactive webinar

Unanswered questions

Assisted responses

Ask questions

Question generation Response library Activity log Unanswered questions

+ Add question

<input type="checkbox"/> Questions	Created	Last modified
<input type="checkbox"/> What are the key features of Marketo Engage? ⋮	February 2, 2024 at 5:37 AM	May 3, 2024 at 4:38 AM
<input type="checkbox"/> What is rollout process of dynamic chat? ⋮	February 5, 2024 at 5:38 AM	February 5, 2024 at 5:38 AM
<input type="checkbox"/> What is marketo engage? ⋮	February 5, 2024 at 5:38 AM	May 3, 2024 at 4:38 AM
<input type="checkbox"/> What is rollout process of dynamic chat? ⋮	February 5, 2024 at 5:38 AM	May 3, 2024 at 4:38 AM
<input type="checkbox"/> what is the difference between Marketo and Magento ⋮	February 14, 2024 at 5:44 AM	February 14, 2024 at 5:44 AM
<input type="checkbox"/> is it GDPR compliant ⋮	February 14, 2024 at 5:44 AM	February 24, 2024 at 5:38 AM
<input type="checkbox"/> What are the objects sync between Marketo and sales... ⋮	February 14, 2024 at 5:44 AM	May 3, 2024 at 4:38 AM
<input type="checkbox"/> What are some key features of Marketo Engage? ⋮	February 16, 2024 at 5:39 AM	May 3, 2024 at 4:38 AM
<input type="checkbox"/> Is Marketo HIPAA ready? ⋮	February 17, 2024 at 5:38 AM	March 28, 2024 at 4:39 AM
<input type="checkbox"/> what is Dynamic Chat? ⋮	February 28, 2024 at 5:38 AM	May 3, 2024 at 4:38 AM
<input type="checkbox"/> Is marketo free ⋮	March 13, 2024 at 4:37 AM	March 13, 2024 at 4:37 AM
<input type="checkbox"/> Is Marketo HIPAA-ready? ⋮	March 22, 2024 at 4:44 AM	May 3, 2024 at 4:38 AM
<input type="checkbox"/> What are some of the key features of Marrketo? ⋮	April 3, 2024 at 4:37 AM	April 3, 2024 at 4:37 AM
<input type="checkbox"/> asdf ⋮	April 9, 2024 at 4:40 AM	April 18, 2024 at 4:38 AM
<input type="checkbox"/> What is Marketo chatbot? ⋮	April 12, 2024 at 4:38 AM	April 12, 2024 at 4:38 AM

Conversation Summary – Live Chat

El resumen de la conversación genera un resumen en tiempo real e incluso incluye temas en los que el visitante expresó interés. Esto es particularmente útil para los agentes de chat que necesitan contexto rápido de una conversación cuando están cambiando entre chats con varios visitantes.

Conversation summary

The visitor is interested in learning about the key features of Adobe Marketo Engage, smart lists, dynamic chat, static lists, and its integration with Salesforce. They also inquired about data hosting and GDPR readiness. The visitor's name is Nick and their business email is nick123@luma.com.

Discussed topics:

Adobe Marketo Engage, Smart Lists, Dynamic Chat

 Helpful

 Not helpful

Assisted response – Live Chat

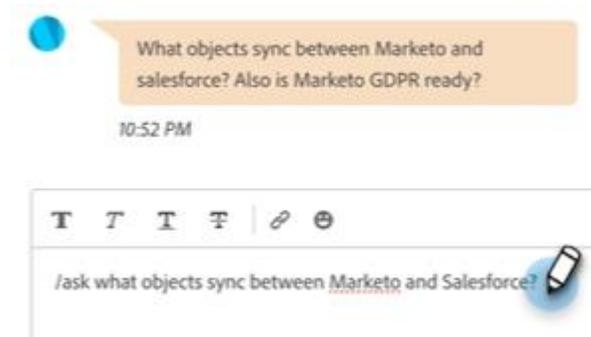
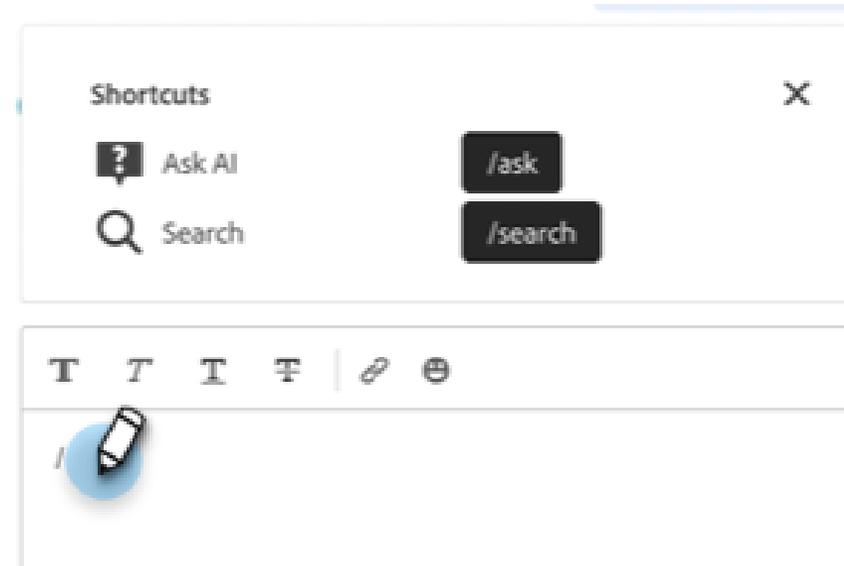
The screenshot shows a live chat window with two messages. The first message, in a blue bubble, says "Hey Nick, what would you like to know today?" and is followed by a timestamp "10:49 PM" and a small globe icon. The second message, in an orange bubble, says "Hey, Where does Marketo host data?" and is followed by a timestamp "10:49 PM". To the right of this message is a pencil icon and the text "Assisted response". Below the messages is a text input field with a toolbar containing icons for bold, italic, underline, strikethrough, link, and emoji. The input field contains the placeholder text "Enter a message" and a mouse cursor. At the bottom right of the chat area, there is a note: "Press shift + enter for new line."

Shortcuts – Live Chat

Shortcuts, con tecnología generative AI Response library, es una buena manera de obtener ayuda sobre la marcha cuando se chatea con un visitante. Simplemente escriba una barra diagonal (/) en el cuadro de texto y elija ask o search

Ask es para obtener ayuda con las respuestas a una pregunta.

Search es para obtener ayuda sobre la búsqueda de páginas relacionadas con texto específico.



Generative AI - FAQ

¿La IA generativa está disponible para todos los usuarios de Dynamic Chat?

La IA generativa solo está disponible para Dynamic Chat Prime subscribers.

¿Hay un límite en la cantidad de preguntas y respuestas que puedo haber generado?

Sí. Hay un límite de 1000 en este momento.

¿Qué idiomas están disponibles en la IA generativa?

Actualmente, solo se admite inglés en generative AI.

