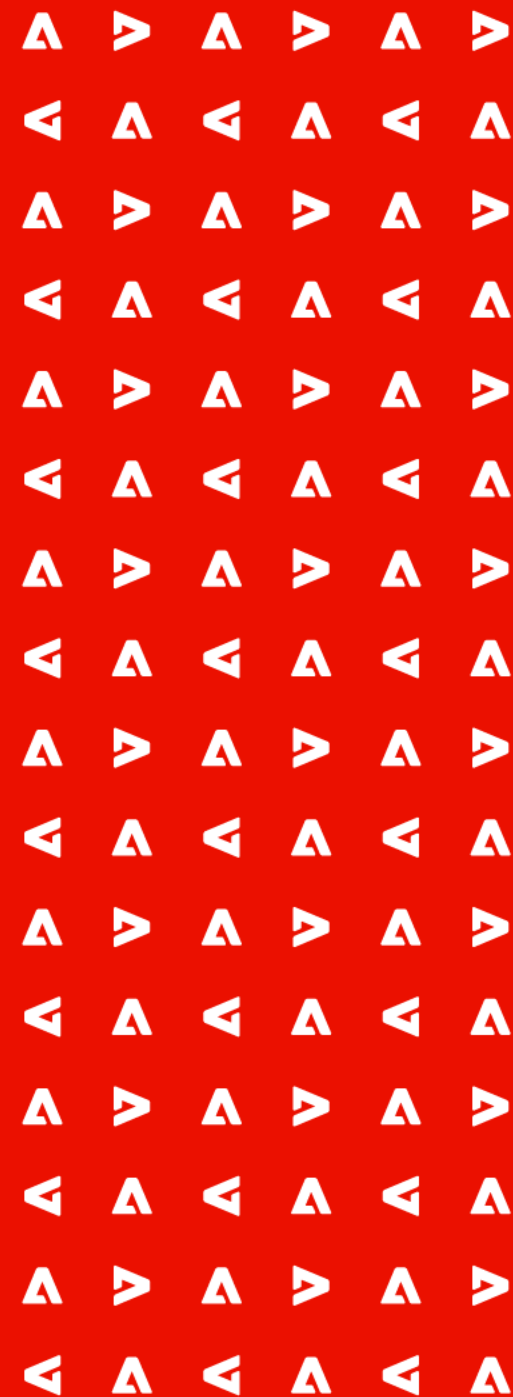




# Spanish Marketo User Group

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](mailto:navaro@adobe.com) y [ebaquedano@kapturall.com](mailto:ebaquedano@kapturall.com) y os excluirémos de la grabación.

# ¡Mantente conectado con nuestra comunidad de Marketo!

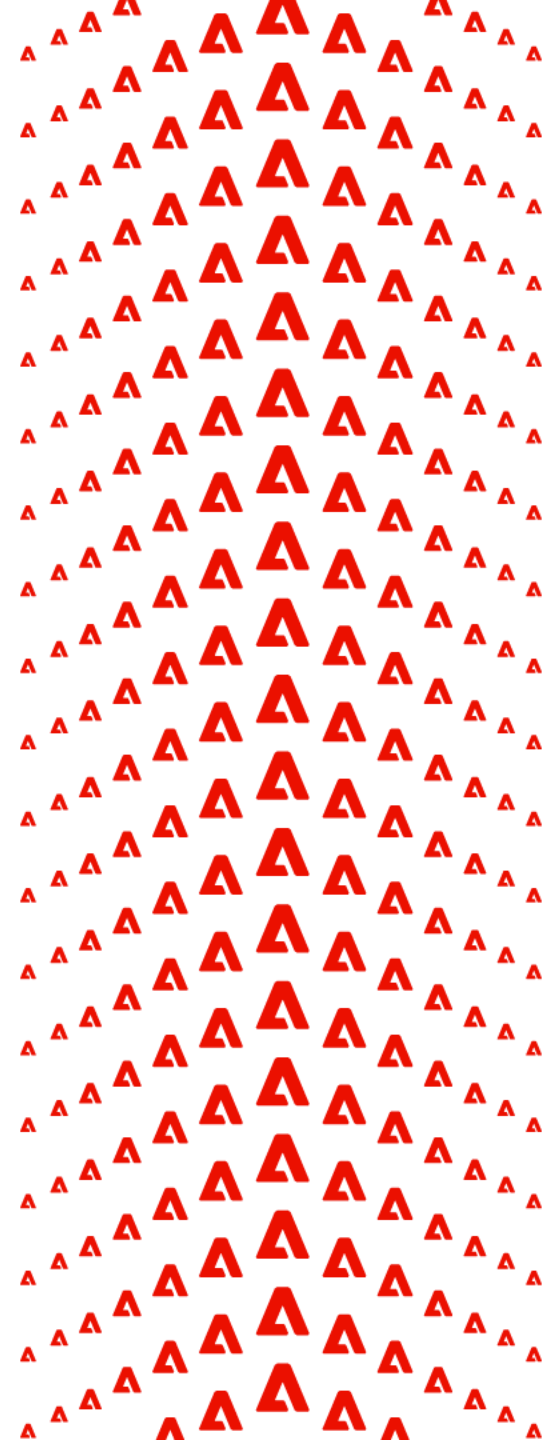
¡Regístrate en Bevy, la nueva herramienta para los Grupos de Usuarios de Adobe Marketo Engage!

- 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)

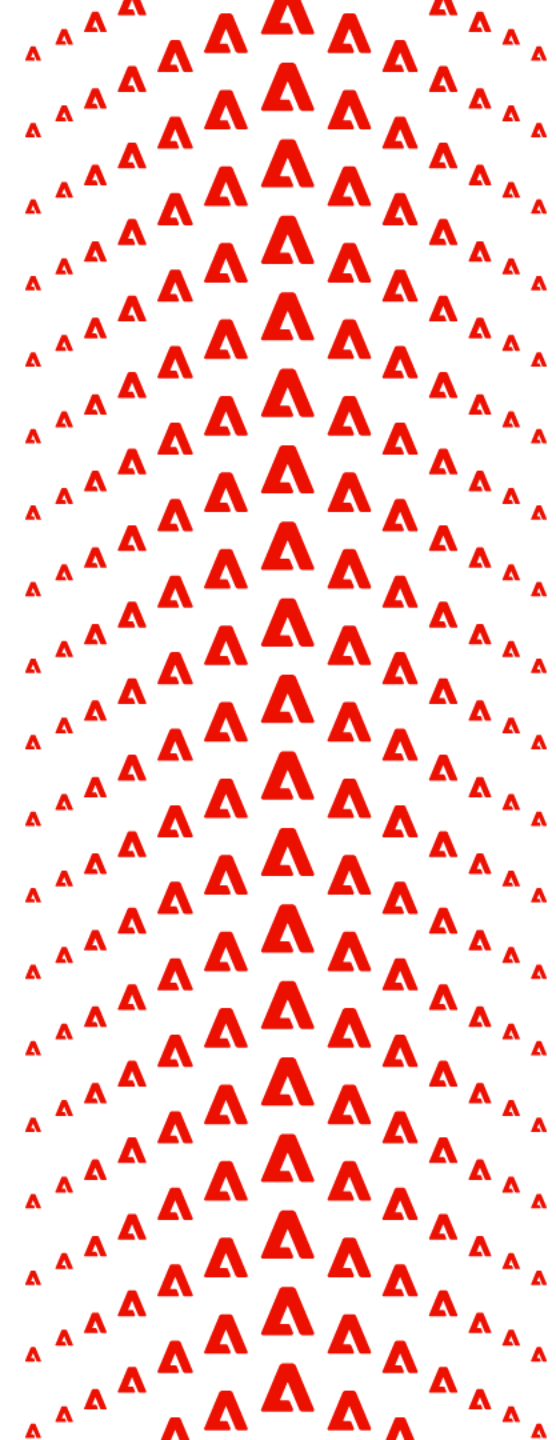
| DATE  | MUG CHAPTER         | FORMAT            | TOPIC  |
|-------|---------------------|-------------------|--|
| 06-06 | Germany MUG         | In Person Meeting | Marketo Engage User Group (MUG) am 6. Juni 2024 in München (Achtung neue Location) |
| 06-12 | Spain Virtual MUG   | Virtual Meeting   | 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

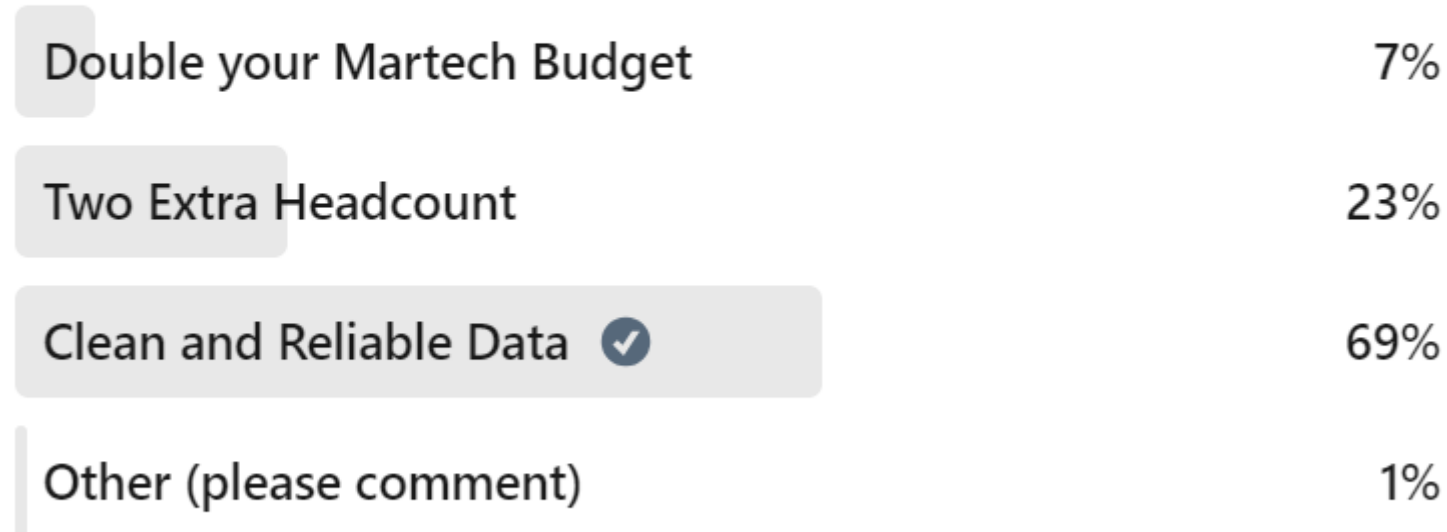
Jose Tarzian



## ¿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?

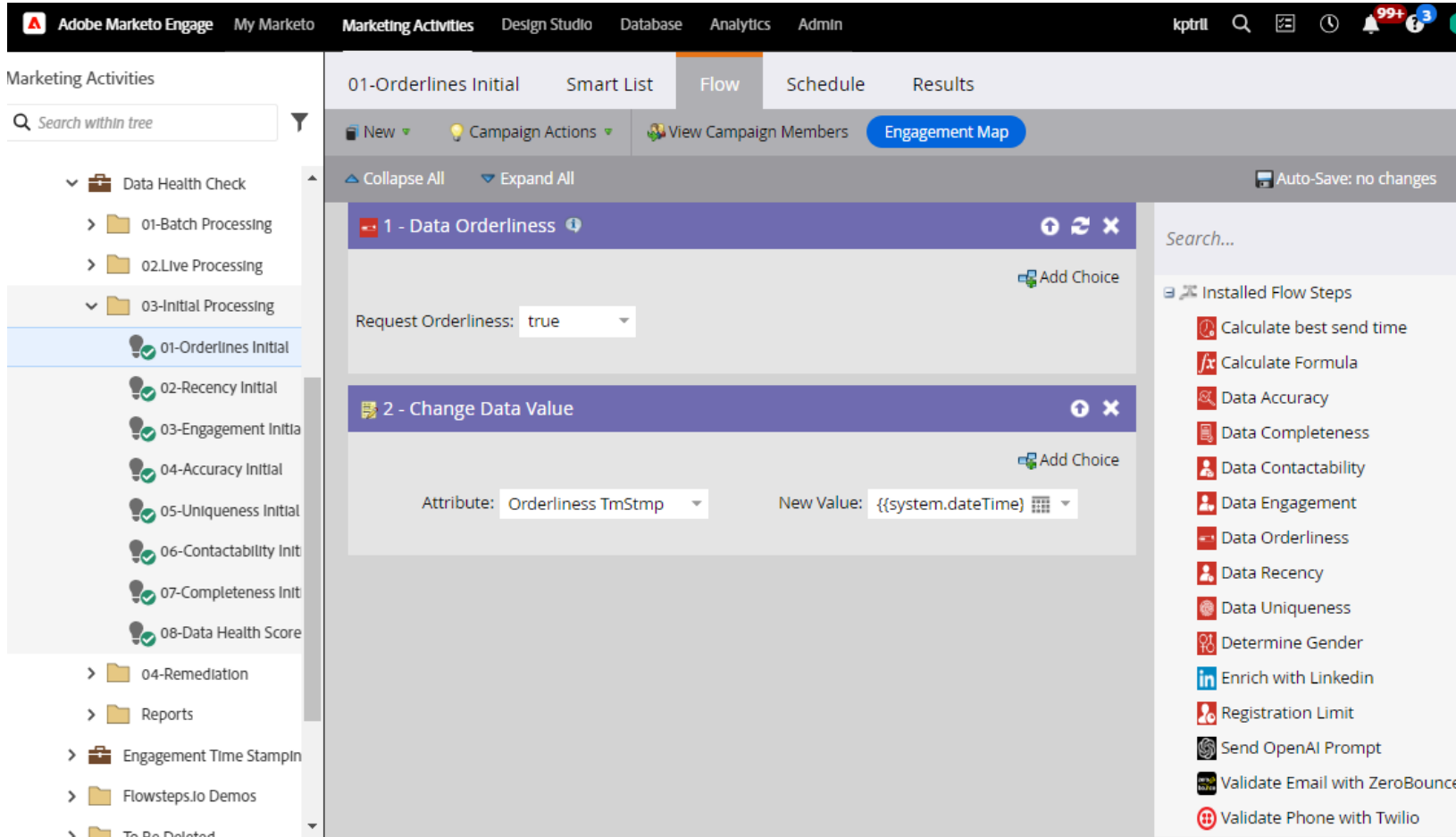
# Principales preguntas que debemos poder responder

- 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 estan vacíos?

# Cómo medimos Orderliness



- 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 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 'kptril' is logged in. The main content area shows a flow configuration for '02-Recency Initial'. The 'Flow' tab is active, and the 'Engagement Map' is visible. Two steps are shown:

- Step 1 - Data Recency:** Configured with 'Recency max. threshold (in months): 24'.
- Step 2 - Change Data Value:** Configured with 'Attribute: Recency TmStmp' and 'New Value: {{system.dateTime}}'.

The left sidebar shows a tree view of marketing activities, with '02-Recency 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'.

- 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 contains 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 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 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 content area 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}}'.

A sidebar on the left shows a tree view of 'Marketing Activities' with '05-Uniqueness Initial' selected. A right sidebar lists 'Installed Flow Steps' such as 'Calculate best send time', '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 first step is '1 - Data Contactability' with a dropdown menu set to 'true'. The second step is '2 - Change Data Value' with the attribute 'Contactability TmStm' and a new value of '{{system.dateTime}}'. A sidebar on the left shows a tree view of marketing activities, with '06-Contactability Initial' selected. A right sidebar 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'.

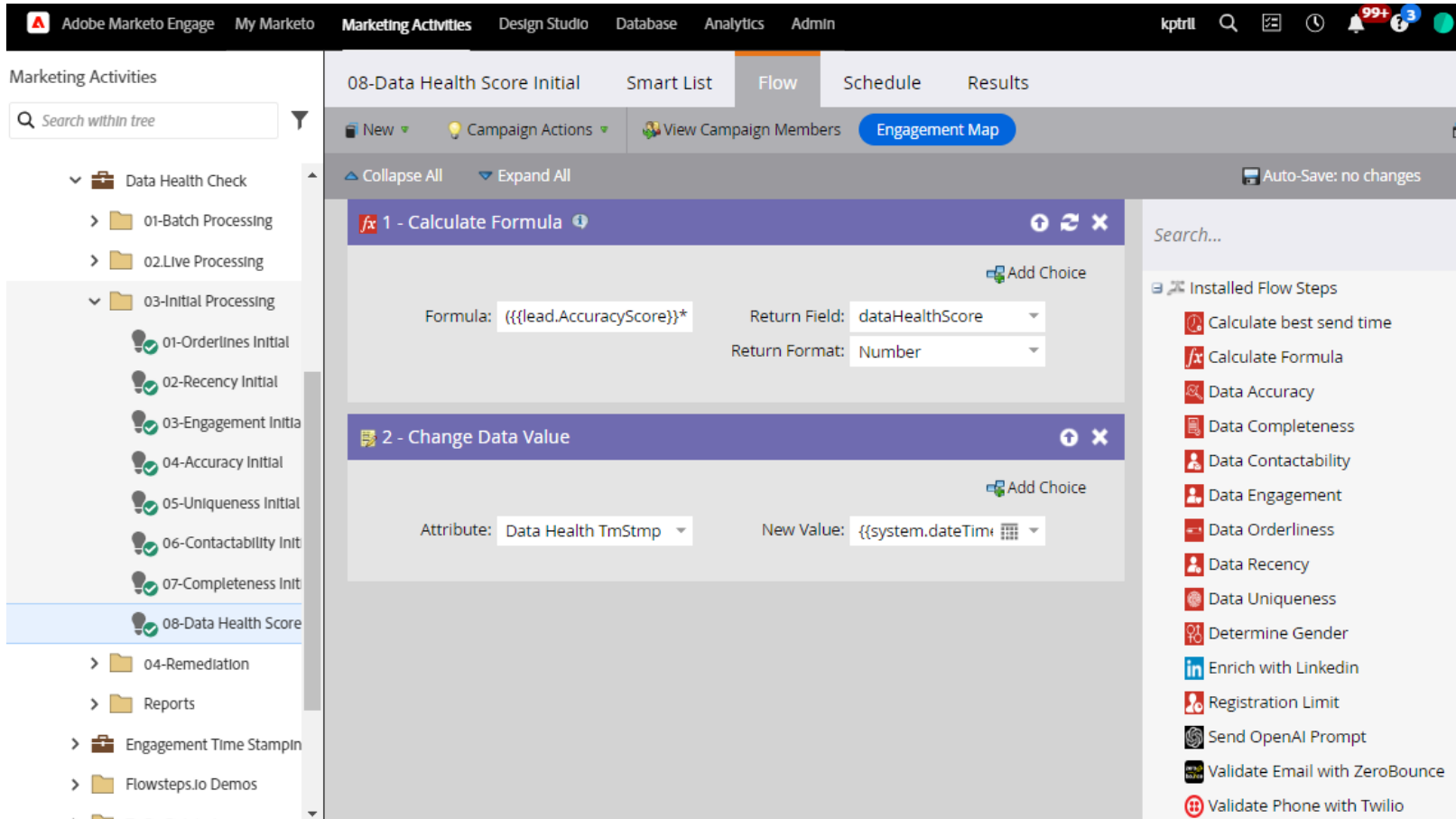
- Medimos los diferentes medios de comunicación con los que contamos: Email, Móvil, Teléfono, Dirección Postal
- 25 puntos por cada medio válido
- Para considerarlo válido, no solo tiene que existir y ser correcto, sino que debemos tener consentimiento

# Cómo medimos Completeness

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 '07-Completeness Initial' and shows a flow step configuration. The left sidebar lists various activities, with '07-Completeness Initial' selected. The main area shows two flow steps: '1 - Data Completeness' and '2 - Change Data Value'. The '1 - Data Completeness' step is currently selected and shows a configuration where 'Completeness Score is Requested' is set to 'true'. The '2 - Change Data Value' step is also visible, with 'Attribute' set to 'Completeness TmStr' and 'New Value' set to '{{system.dateTim...}'. 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'.

- 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:

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

# Cómo se ve en Marketo



The screenshot shows the Marketo interface for a person's profile. The top navigation bar includes tabs for Custom, Info, Company Info, Opportunity Info, SFDC Standard Fields, SFDC Custom Fields, and Activity Log. The 'Custom' tab is selected. Below the navigation bar, there is a 'Person Actions' dropdown menu. The main content area displays a list of scores for various dimensions, each with a corresponding input field. The scores are: K Mkto ID: 59, Data Health Score: 49, 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

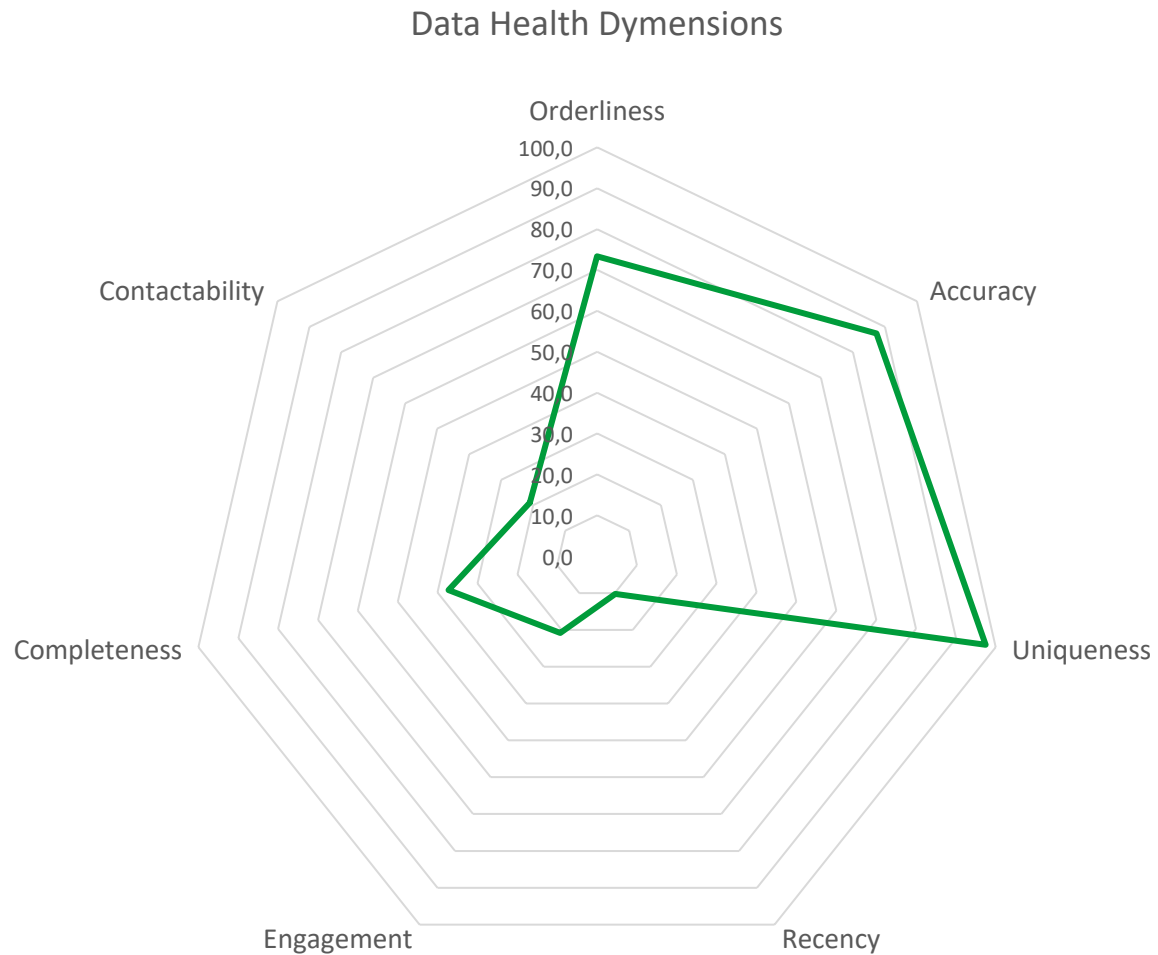
| All People   |               |                          |                          |                      |                         |                       |                         |                              |                          |
|--|---------------|--------------------------|--------------------------|----------------------|-------------------------|-----------------------|-------------------------|------------------------------|--------------------------|
| People   |               |                          |                          |                      |                         |                       |                         |                              |                          |
| Smart List   |               |                          |                          |                      |                         |                       |                         |                              |                          |
| New List Actions Person Actions Delete Person Select All   |               |                          |                          |                      |                         |                       |                         |                              |                          |
| View: Data Health Scores Does not include anonymous people |               |                          |                          |                      |                         |                       |                         |                              |                          |
| <u>Id</u>  | <u>First</u>  | <u>Data Health Score</u> | <u>Orderliness Score</u> | <u>Recency Score</u> | <u>Engagement Score</u> | <u>Accuracy Score</u> | <u>Uniqueness Score</u> | <u>Contactability Sco...</u> | <u>Completeness S...</u> |
| <a href="#">1215748</a>                                    | Nfejdekofh... | 43                       | 33                       | 96                   | 0                       | 75                    | 100                     | 0                            | 21                       |
| <a href="#">1215714</a>                                    | Diogo         | 58                       | 75                       | 96                   | 0                       | 90                    | 100                     | 0                            | 58                       |
| <a href="#">1215706</a>                                    | Greg          | 68                       | 100                      | 96                   | 100                     | 67                    | 100                     | 0                            | 26                       |
| <a href="#">1215696</a>                                    | Jeff          | 71                       | 75                       | 96                   | 100                     | 80                    | 100                     | 0                            | 58                       |
| <a href="#">1215670</a>                                    | Muddu         | 54                       | 67                       | 96                   | 0                       | 63                    | 100                     | 25                           | 47                       |
| <a href="#">1215635</a>                                    | Kishore       | 63                       | 100                      | 96                   | 92                      | 40                    | 100                     | 0                            | 26                       |
| <a href="#">1215615</a>                                    | Tracey        | 65                       | 80                       | 96                   | 92                      | 67                    | 100                     | 0                            | 32                       |
| <a href="#">1215606</a>                                    | Shivam        | 67                       | 80                       | 96                   | 92                      | 84                    | 100                     | 0                            | 32                       |
| <a href="#">1215563</a>                                    | .             | 53                       | 60                       | 96                   | 92                      | 17                    | 100                     | 0                            | 26                       |
| <a href="#">1215562</a>                                    | Jennifer      | 65                       | 80                       | 96                   | 92                      | 67                    | 100                     | 0                            | 32                       |
| <a href="#">1215414</a>                                    | Daniel        | 56                       | 63                       | 96                   | 0                       | 90                    | 100                     | 0                            | 58                       |
| <a href="#">1215325</a>                                    | Giuseppe      | 57                       | 100                      | 96                   | 0                       | 84                    | 100                     | 0                            | 32                       |
| <a href="#">1215324</a>                                    | Gianluca      | 70                       | 100                      | 96                   | 92                      | 84                    | 100                     | 0                            | 32                       |
| <a href="#">1215323</a>                                    | Simone        | 57                       | 100                      | 96                   | 0                       | 84                    | 100                     | 0                            | 32                       |
| <a href="#">1215322</a>                                    | Luca          | 57                       | 100                      | 96                   | 0                       | 84                    | 100                     | 0                            | 32                       |
| <a href="#">1215321</a>                                    | Alessandra    | 57                       | 100                      | 96                   | 0                       | 84                    | 100                     | 0                            | 32                       |
| <a href="#">1215320</a>                                    | Valentina     | 57                       | 100                      | 96                   | 0                       | 84                    | 100                     | 0                            | 32                       |
| <a href="#">1215319</a>                                    | Teresa        | 70                       | 100                      | 96                   | 92                      | 84                    | 100                     | 0                            | 32                       |
| <a href="#">1215318</a>                                    | Patricia      | 72                       | 100                      | 96                   | 100                     | 84                    | 100                     | 0                            | 32                       |
| <a href="#">1215317</a>                                    | 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 left sidebar shows a tree view under 'Marketing Activities' with a search box 'Search within tree'. The tree includes folders '03-Initial Processing' and '04-Remediation', and a 'Reports' folder. Under '03-Initial Processing', '01-Orderlines Initial' is selected. Under 'Reports', 'Data Orderliness' is selected. The main content area shows a report titled 'Person Created At: All Time' with tabs for 'Data Orderliness', 'Report', 'Smart List', 'Setup', and 'Subscriptions'. The report is grouped by 'Orderliness Score / Tens'.

| Orderliness Score | Total People  |
|-------------------|---------------|
| 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             |
| <b>Total:</b>     | <b>13,177</b> |

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

# ¿Qué hicimos?

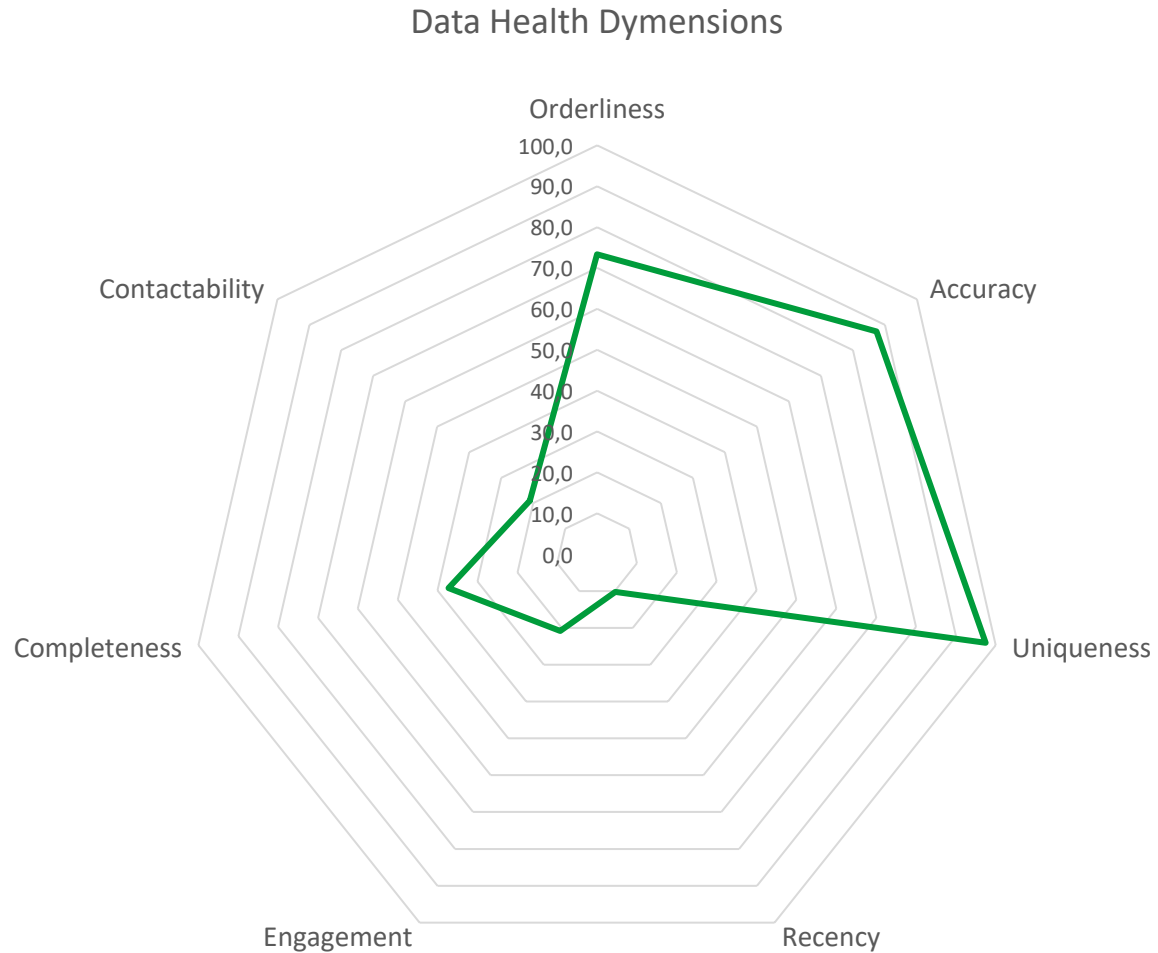
## Fase 1

- 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)

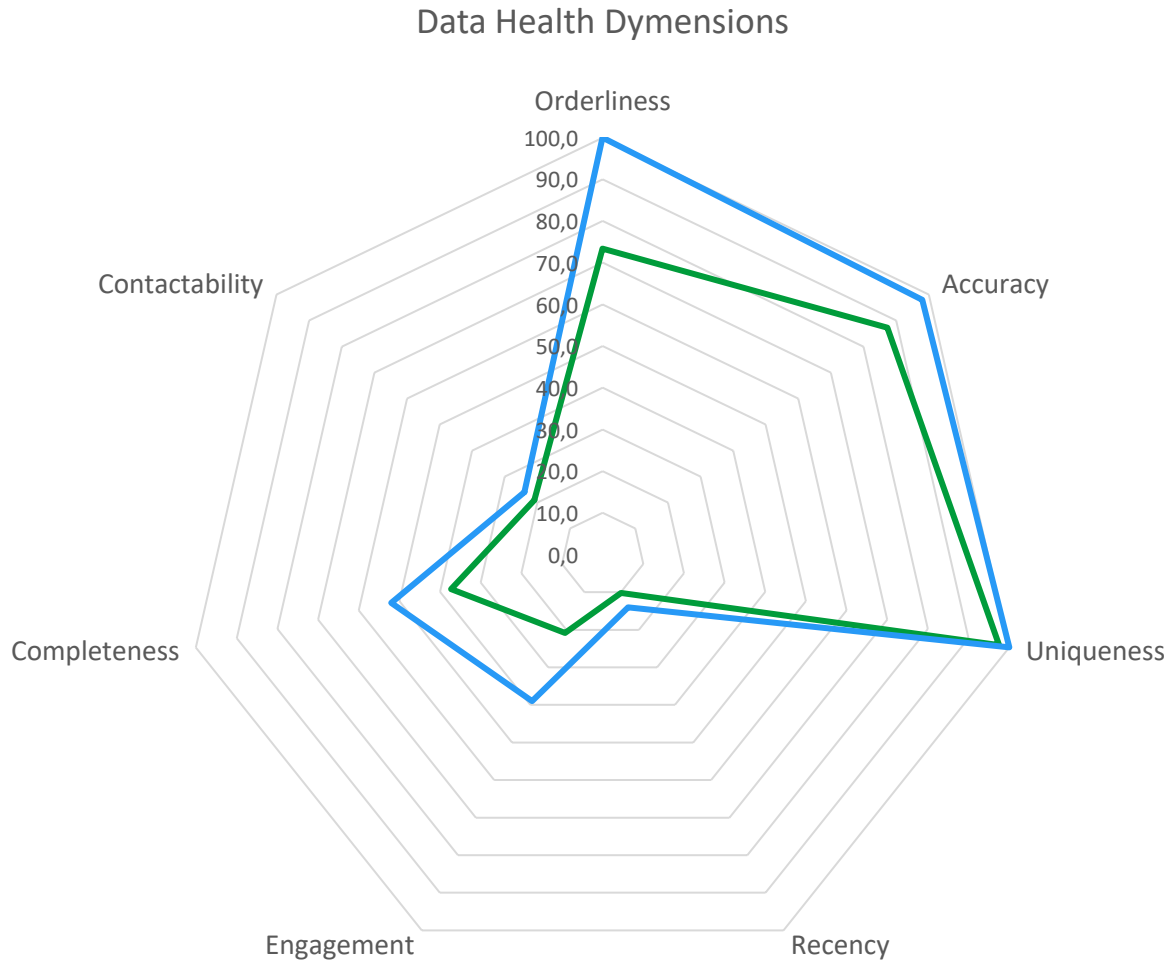
Tamaño de la BBDD: 9527 registros

- 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...

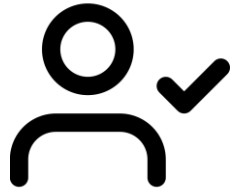


# Optimización del funnel con Webinars: estrategias para aumentar la conversión y retención de usuarios

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



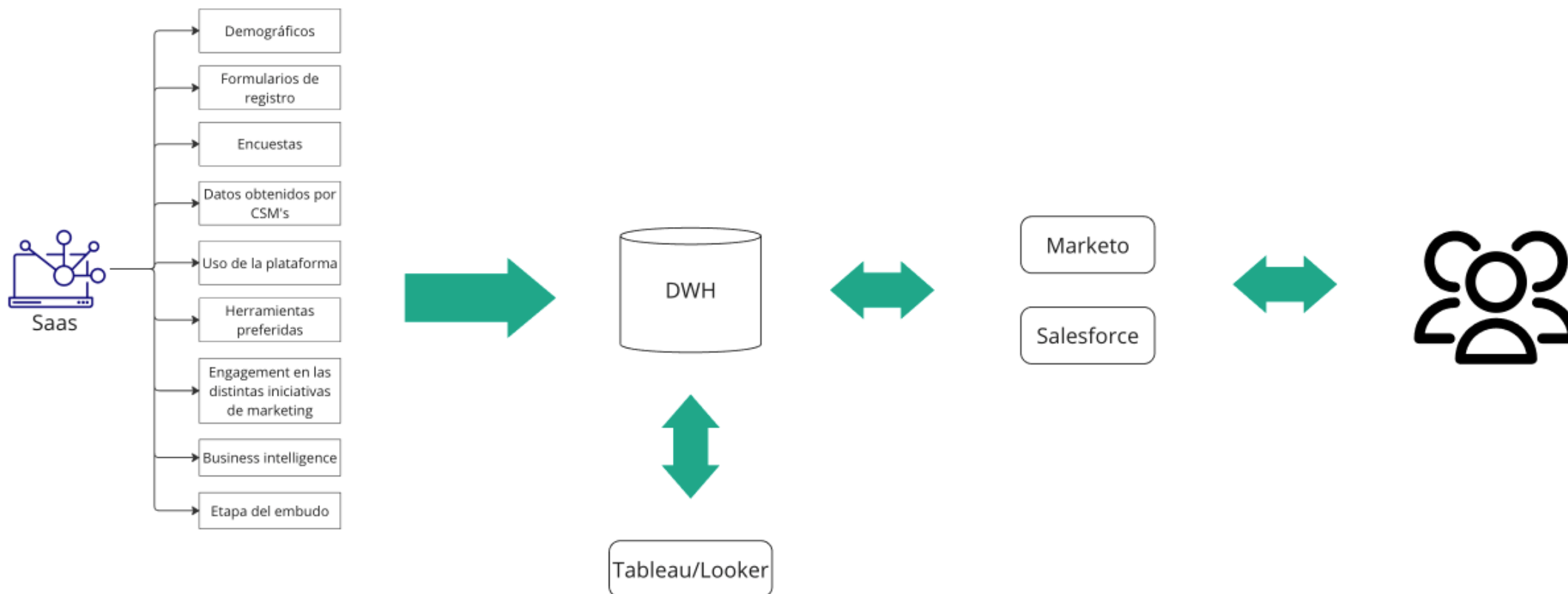
# Marketing automation en Saas B2B

# 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

📅 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

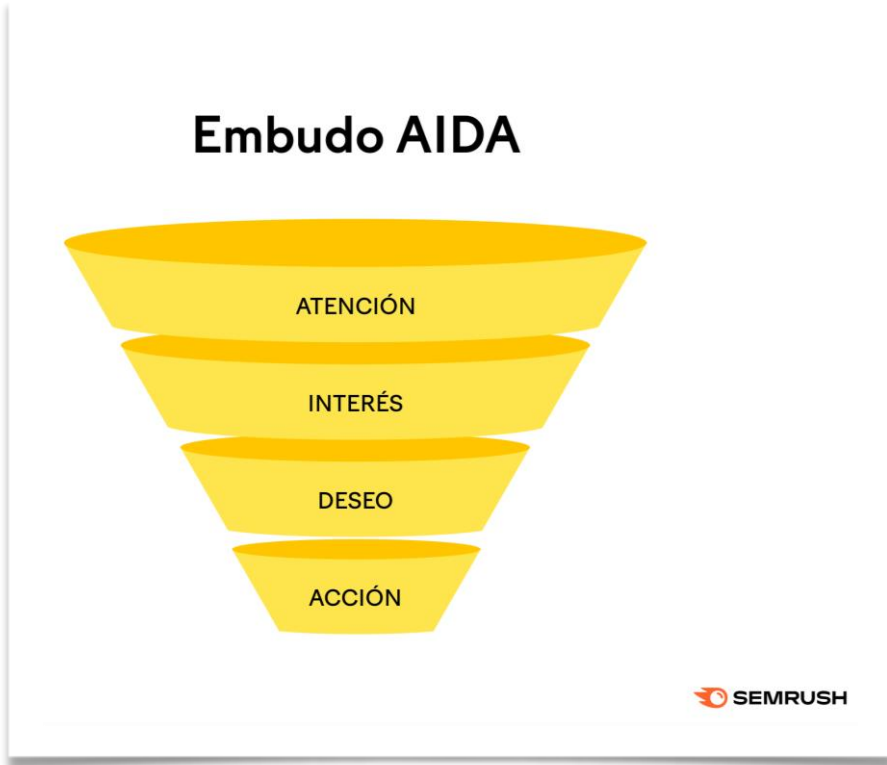


## Visualización on demand

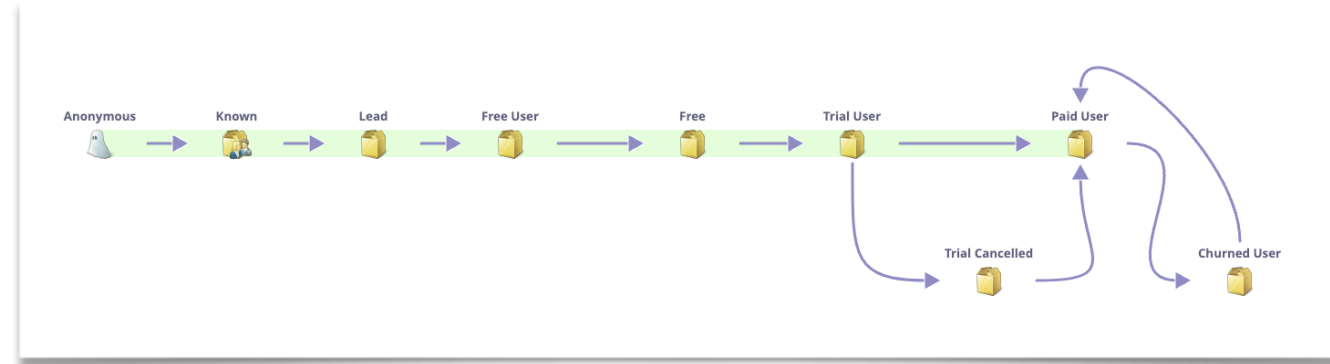
- Más del 46% de las personas que se registran, visualizan el webinar on demand.



# Embudo de ventas vs CJM

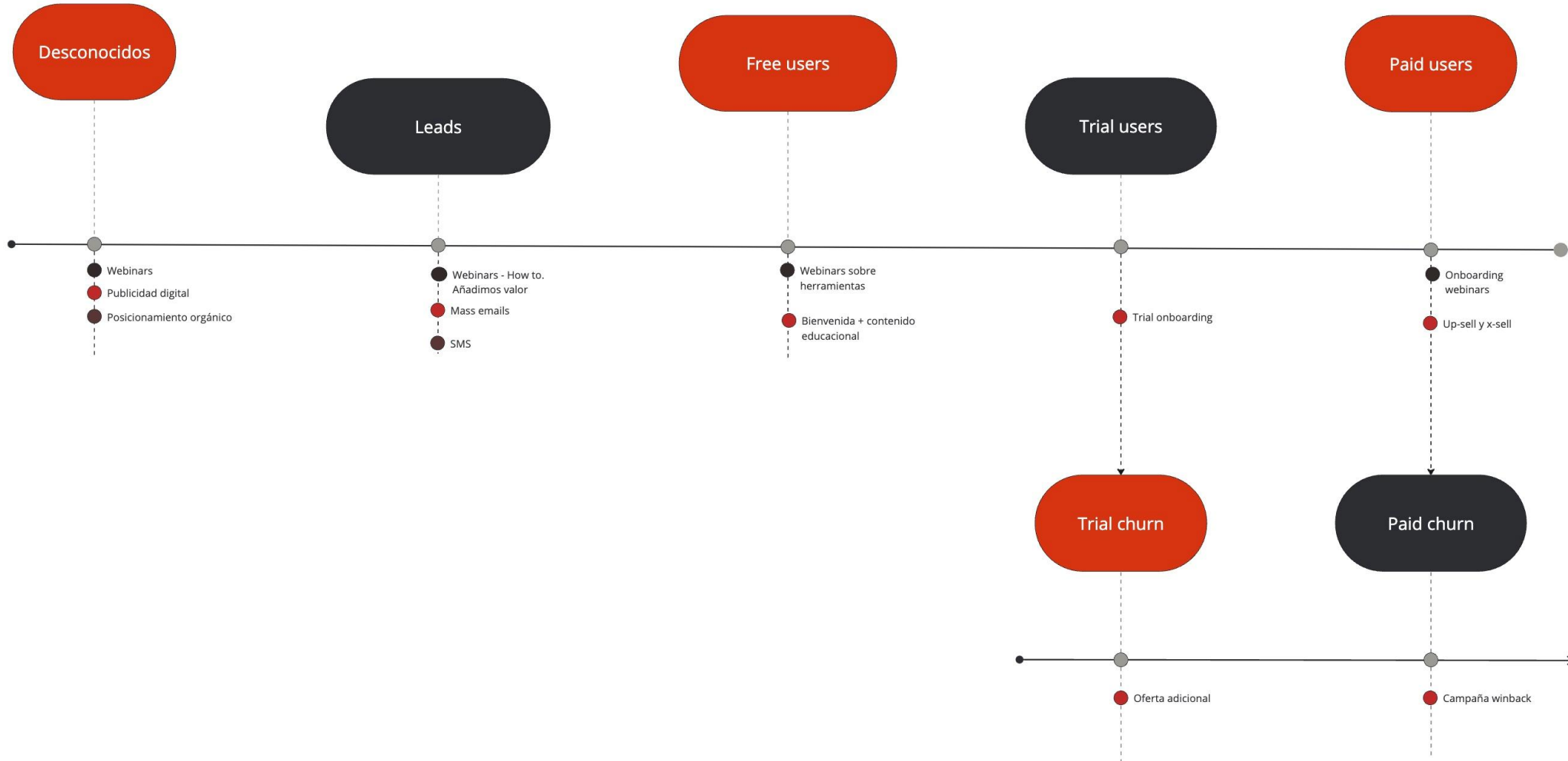


Embudo de ventas AIDA



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

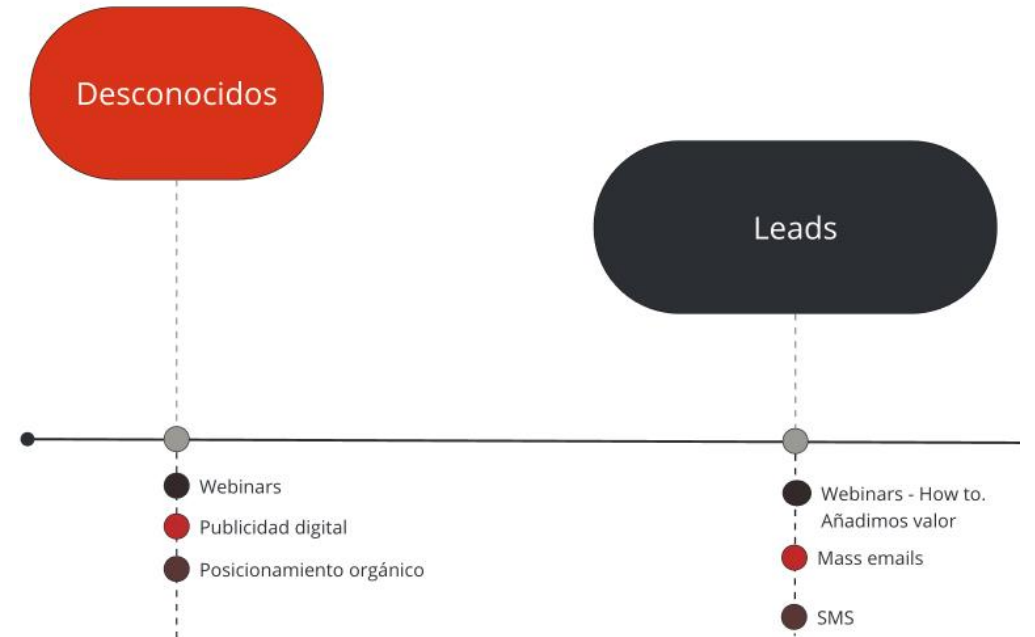
36,6%

Branding

# Generación de demanda

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

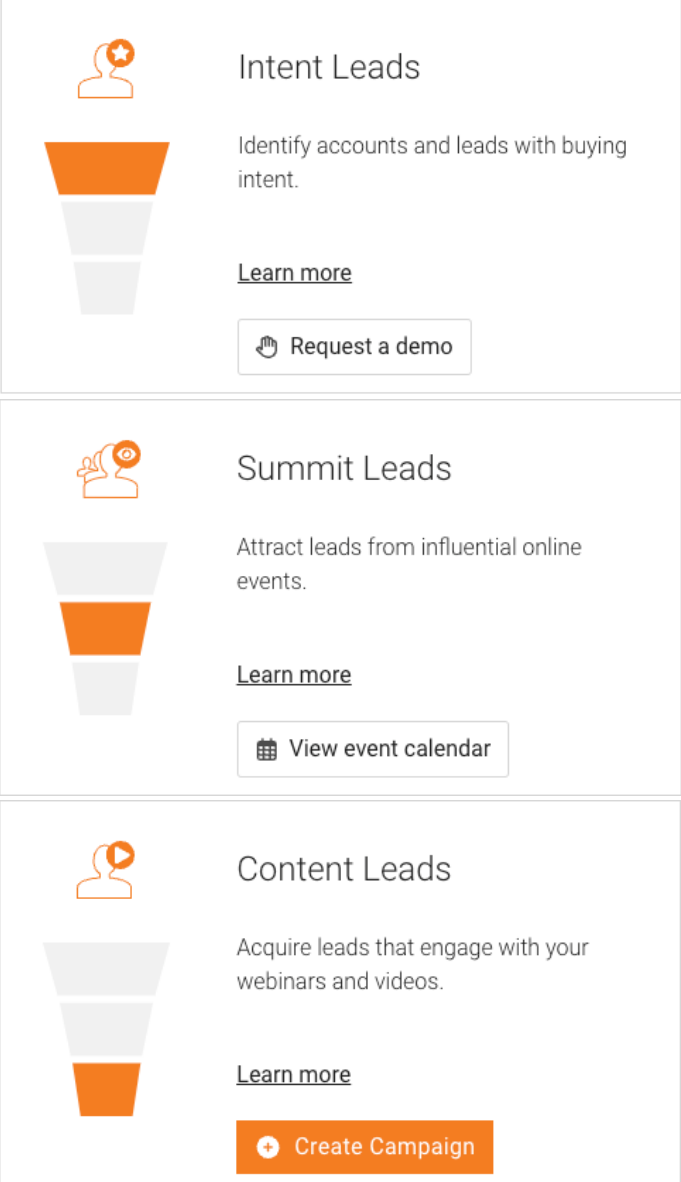
1. Definir de forma clara los objetivos que se persiguen con el webinar y cómo mediremos el éxito de las acciones.
2. Entender qué tipo de webinar (temática) funciona mejor para cada etapa del funnel.



# 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](#)

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](#)

## Paid onboarding

Free webinar

### Social Media Management

Accelerate Your Online Presence



Webinar gratuito

### De Cero a Héroe con Semrush

Estrategias para crear flujos de trabajo efectivos



#### 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.

#### 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

#### 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!

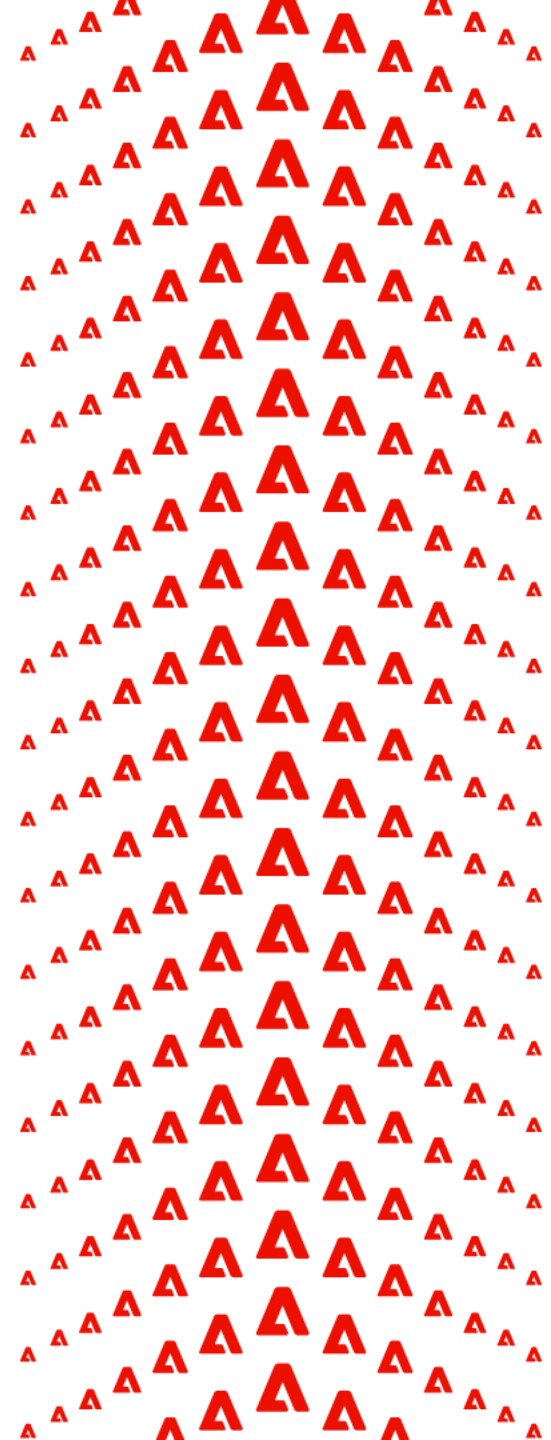
 Presented by  
Blas Pereira - Customer Success Manager, Spain & Alice Valenzano - Customer Success Manager, Italy.

#### 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.



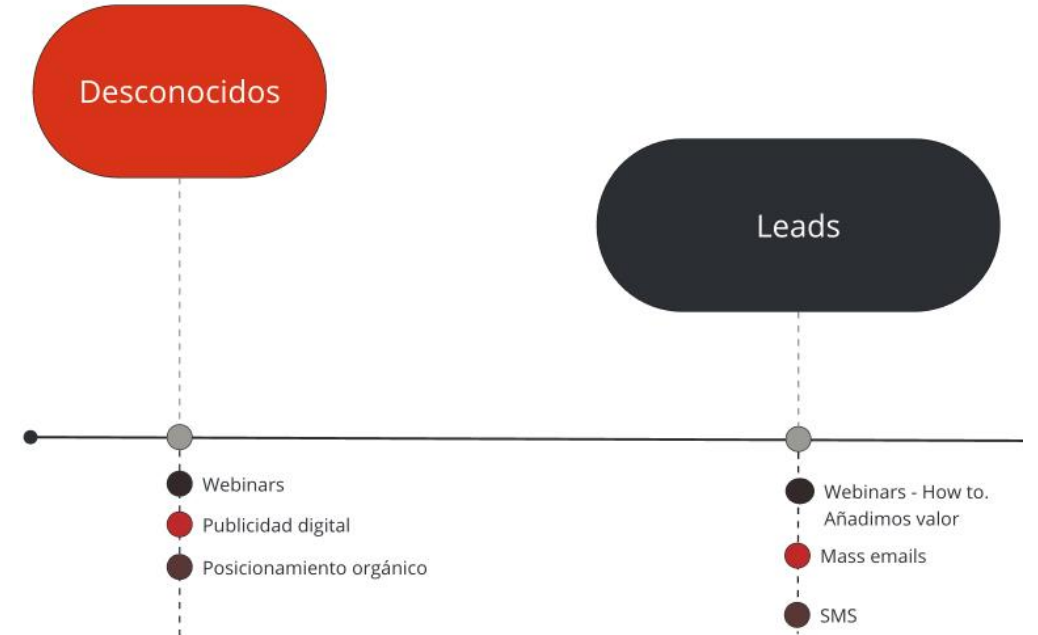
## 2. Eficiencia en procesos



# 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](mailto: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](mailto:webinar@semrush.com).

¡Nos vemos pronto!

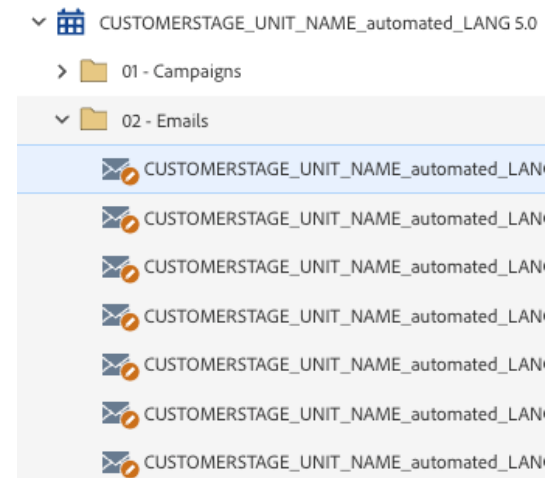
Unirse al webinar



# 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                   | <a href="#">Link</a> | <a href="#">Link</a> | 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   | <a href="#">Link</a> | <a href="#">Link</a> | 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 | <a href="#">Link</a> | <a href="#">Link</a> | 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  | <a href="#">Link</a> | <a href="#">Link</a> | ¡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 a dark purple box with white text. The date and time are personalized to "4 de Junio del 2024 11:00 am CEST". The name of the webinar is "[Webinar] Cimientos Fuertes con Semrush: Tech SEO". Below the name is a countdown timer showing "00 00 00 00" for Days, Hours, Minutes, and Seconds. The landing page link is "Cimientos Fuertes con Semrush: Tech SEO". The calendar link is "¡Añádelo a tu calendario!". The date is "El 4 de Junio del 2024". The button text is "Unirse al webinar".

Labels on the left side of the image point to the corresponding elements in the email template:

- Date and time
- Name
- Time
- Landing\_page
- Calendar\_link
- Date
- Landing\_page

### 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**

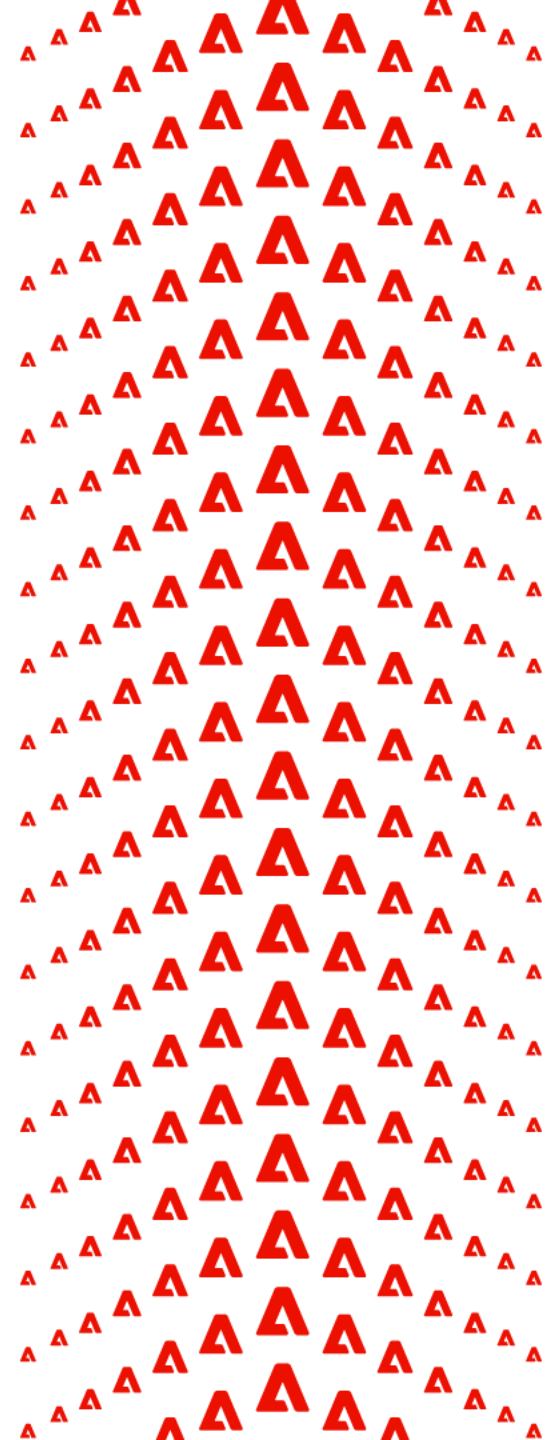
Founder and CEO of  
TechBetter



**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!

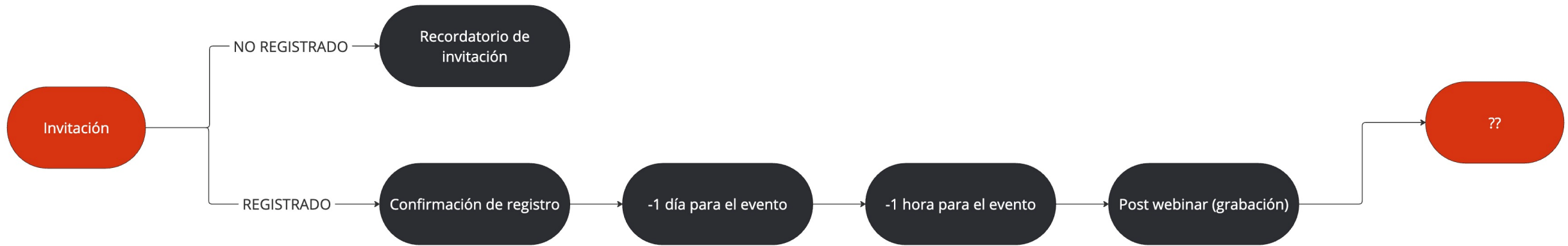
Libera todo tu potencial con una prueba gratuita hoy mismo.

[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**

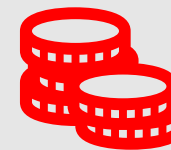


## Rapidez ciclo de ventas

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**



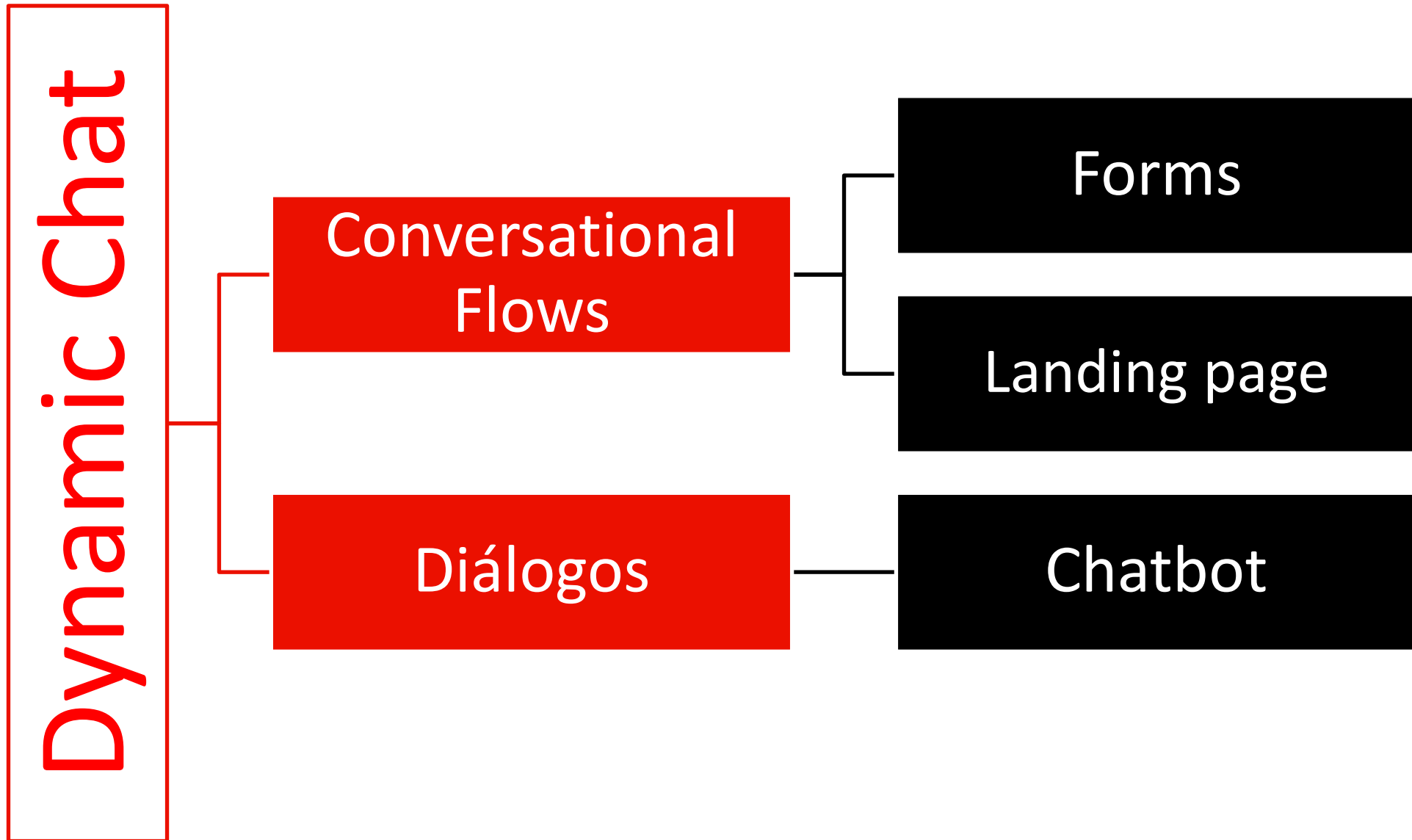
## Menor coste por lead

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 PM     |                 |                    |                    | 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

Question generation **Response library** Activity log Unanswered questions

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"/> <a href="#">What are the key features of Marketo Engage?</a> <span>⋮</span> | February 2, 2024 at 5:37 AM  | May 3, 2024 at 4:38 AM       |
| <input type="checkbox"/> What is rollout process of dynamic chat? <span>⋮</span>                     | February 5, 2024 at 5:38 AM  | February 5, 2024 at 5:38 AM  |
| <input type="checkbox"/> What is marketo engage? <span>⋮</span>                                      | February 5, 2024 at 5:38 AM  | May 3, 2024 at 4:38 AM       |
| <input type="checkbox"/> What is rollout process of dynamic chat? <span>⋮</span>                     | 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 <span>⋮</span>           | February 14, 2024 at 5:44 AM | February 14, 2024 at 5:44 AM |
| <input type="checkbox"/> is it GDPR compliant <span>⋮</span>   | 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... <span>⋮</span>       | 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? <span>⋮</span>                | February 16, 2024 at 5:39 AM | May 3, 2024 at 4:38 AM       |
| <input type="checkbox"/> Is Marketo HIPAA ready? <span>⋮</span>                                      | February 17, 2024 at 5:38 AM | March 28, 2024 at 4:39 AM    |
| <input type="checkbox"/> what is Dynamic Chat? <span>⋮</span>  | February 28, 2024 at 5:38 AM | May 3, 2024 at 4:38 AM       |
| <input type="checkbox"/> Is marketo free <span>⋮</span>  | March 13, 2024 at 4:37 AM    | March 13, 2024 at 4:37 AM    |
| <input type="checkbox"/> Is Marketo HIPAA-ready? <span>⋮</span>                                      | 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? <span>⋮</span>               | April 3, 2024 at 4:37 AM     | April 3, 2024 at 4:37 AM     |
| <input type="checkbox"/> asdf <span>⋮</span>   | April 9, 2024 at 4:40 AM     | April 18, 2024 at 4:38 AM    |
| <input type="checkbox"/> What is Marketo chatbot? <span>⋮</span>                                     | 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

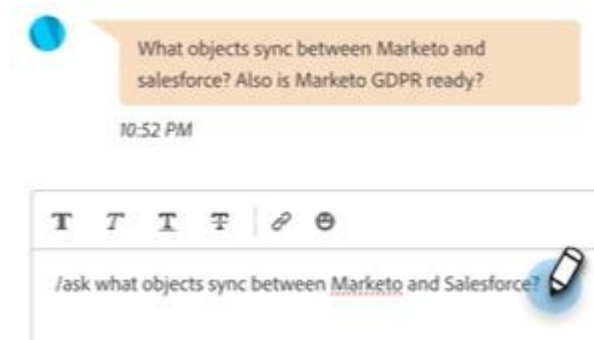
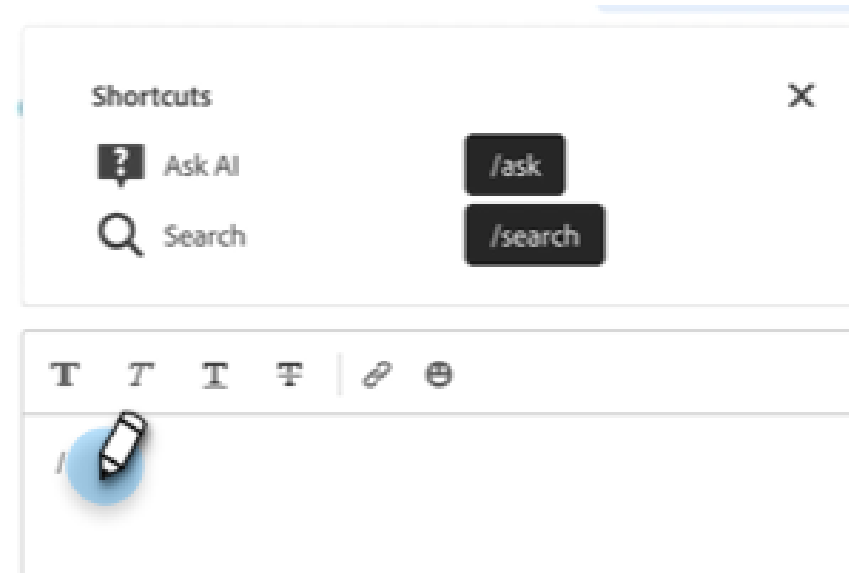
The screenshot shows a live chat window with two messages. The first message, in a blue bubble, says "Hey Nick, what would you like to know today?" and is followed by a timestamp "10:49 PM" and a small profile icon. The second message, in an orange bubble, says "Hey, Where does Marketo host data?" and 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". 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.

