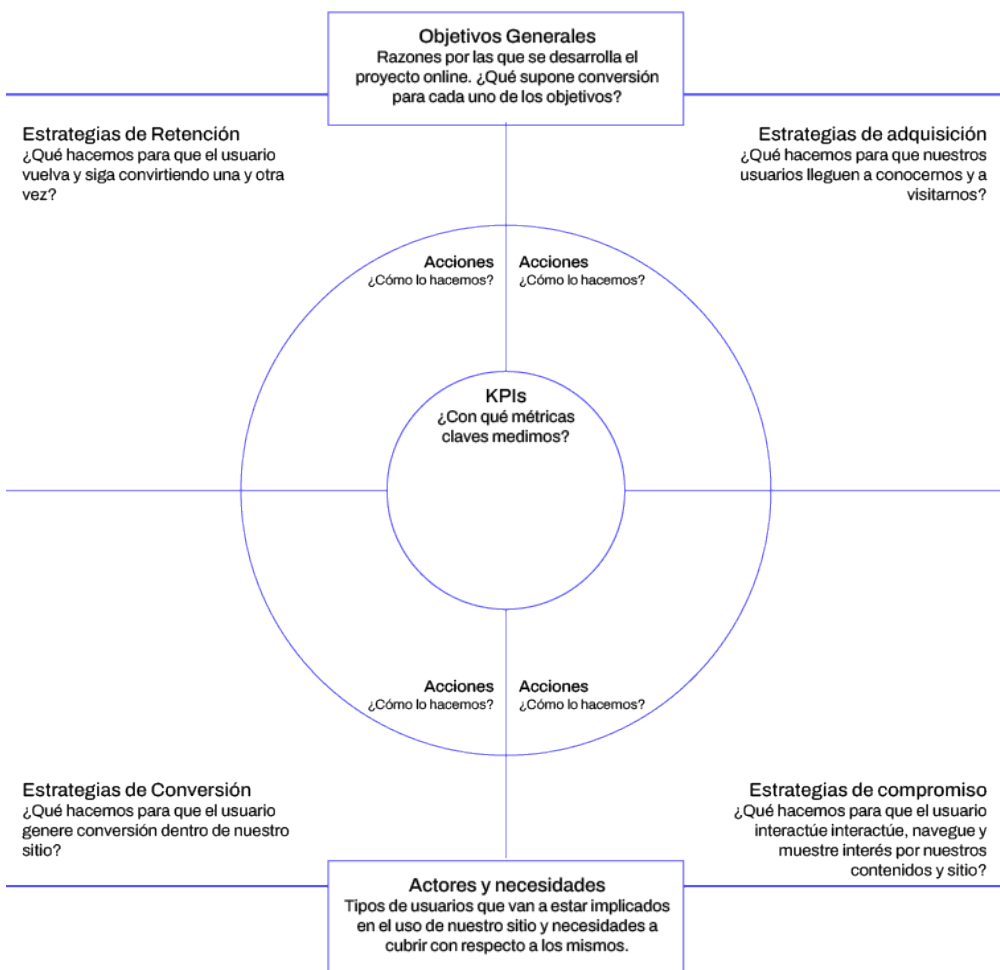


## EJERCICIO | Medición e iteración

En este capítulo hablamos sobre la importancia de determinar cuáles son los KPI' s que consideramos importantes, los riesgos de observar “KPI' s de vanidad” y cómo deben ser los datos, no las opiniones, los que deben determinar la viabilidad de un determinado camino u otro.

En este canvas, vamos a movernos dentro de cuatro KPI' s clásicos:

- Retención
- Adquisición
- Conversión
- Compromiso



**Retención:** En este caso, mediremos cuántos de nuestros usuarios son recurrentes, cuántos vienen una vez y nunca más vuelven, quiénes vienen y se van en segundos, etc.

**Adquisición:** Cómo logramos que nuevos usuarios lleguen a nuestro sitio, cómo conquistamos nuevas audiencias.

**Conversión:** Si tenemos un modelo de suscripción, ¿cuántos de nuestros visitantes se suscriben? Si tenemos un modelo de revenue share de ingresos, ¿cuántos van al sitio de nuestro anunciante?

**Compromiso:** ¿Cómo logramos que nuestra audiencia visite la mayor cantidad de contenidos de nuestro producto?