

Networking Google Analytics

Carlos Pérez Ximénez de Embún
SATIpyme Zaragoza

1. Qué es la Analítica Web
2. Google Analytics
 1. Introducción: perfiles, cuentas, códigos
 2. Informes
 3. Segmentos Avanzados
 4. Objetivos y Ecommerce

¿Qué es la Analítica Web?

La analítica web consiste en grabar y analizar los datos de navegación de los usuarios en un sitio web.

¿Por qué hacerlo?

- Reducir el coste de adquisición de clientes
- Reducir los costes operacionales
- Aumentar la contratación y venta cruzada de productos

La analítica web es el feedback más inmediato y barato.

Principales medidas

- Páginas vistas
- Usuarios Únicos
- Visitas
- Tiempo de navegación
- Porcentaje de rebotes

Otras medidas interesantes

- Conversiones
- ...

Principales herramientas profesionales

Google Analytics

NEDSTAT 

webtrends™

OMNITURE™


...pero hay muchas más

Google Analytics

www.google.com/analytics/

2.1. Introducción: perfiles, cuentas, códigos

- **Registro**
- **Estructura: Cuentas → Perfiles**
 - Crear una cuenta
 - Crear un perfil: código de seguimiento

```
<script type="text/javascript">
var gaJsHost = (("https:" == document.location.protocol) ? "https://ssl." :
"http://www.");
document.write(unescape("%3Cscript src='" + gaJsHost + "google-
analytics.com/ga.js' type='text/javascript'%3E%3C/script%3E"));
</script>
<script type="text/javascript">
try {
var pageTracker = _gat._getTracker("UA-6511933-1");
pageTracker._trackPageview();
} catch(err) {}</script>
```

2.2. Informes

1. El Panel
2. Selección del período y comparación fechas
3. Selección de métrica
4. Informes de Usuarios
5. Informes de Fuentes de Tráfico
6. Informes de Contenido
7. Informes Personalizados
8. Un paso más: **Intelligence**

2.3. Segmentos Avanzados

- Segmentos Avanzados Predeterminados
- Segmentos Avanzados Personalizados
- Los más relevantes:
<http://central-de-conversiones.blogspot.com/2010/02/mis-segmentos-avanzados-favoritos-en.html>

2.4. Objetivos y Ecommerce

1. Fijación de Objetivos (editar perfil)
2. Embudo de Objetivo (funnel)
3. Informes de Objetivos
4. Comercio Electrónico

- Reporte rápido y barato.
- Fácil detección de problemas de usabilidad muy específicos.
- Es muy fácil testear un cambio o mejora en la web.
- Permite valorar la rentabilidad de las campañas de marketing.

Referencias

- http://www.alzado.org/articulo.php?id_art=684
- <http://knol.google.com/k/enrique-quevedo/mejores-pr%C3%A1cticas-para-implementar/3nby15ik9655k/7#>
- <http://www.google.com/support/googleanalytics/bin/answer.py?hl=en&answer=55528>
- <http://www.usolab.com/articulos/analitica-web.php>
- ...

gracias