

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?

Procesar y analizar la información que se extrae del comportamiento del usuario en su interacción con la web.

¿Información?

NO

¡Conocimiento!

¿Por qué hacerlo?



La analítica web es el feedback más inmediato y barato.

Las estadísticas de nuestra web pueden ser un simple número...

Visitas: 2114

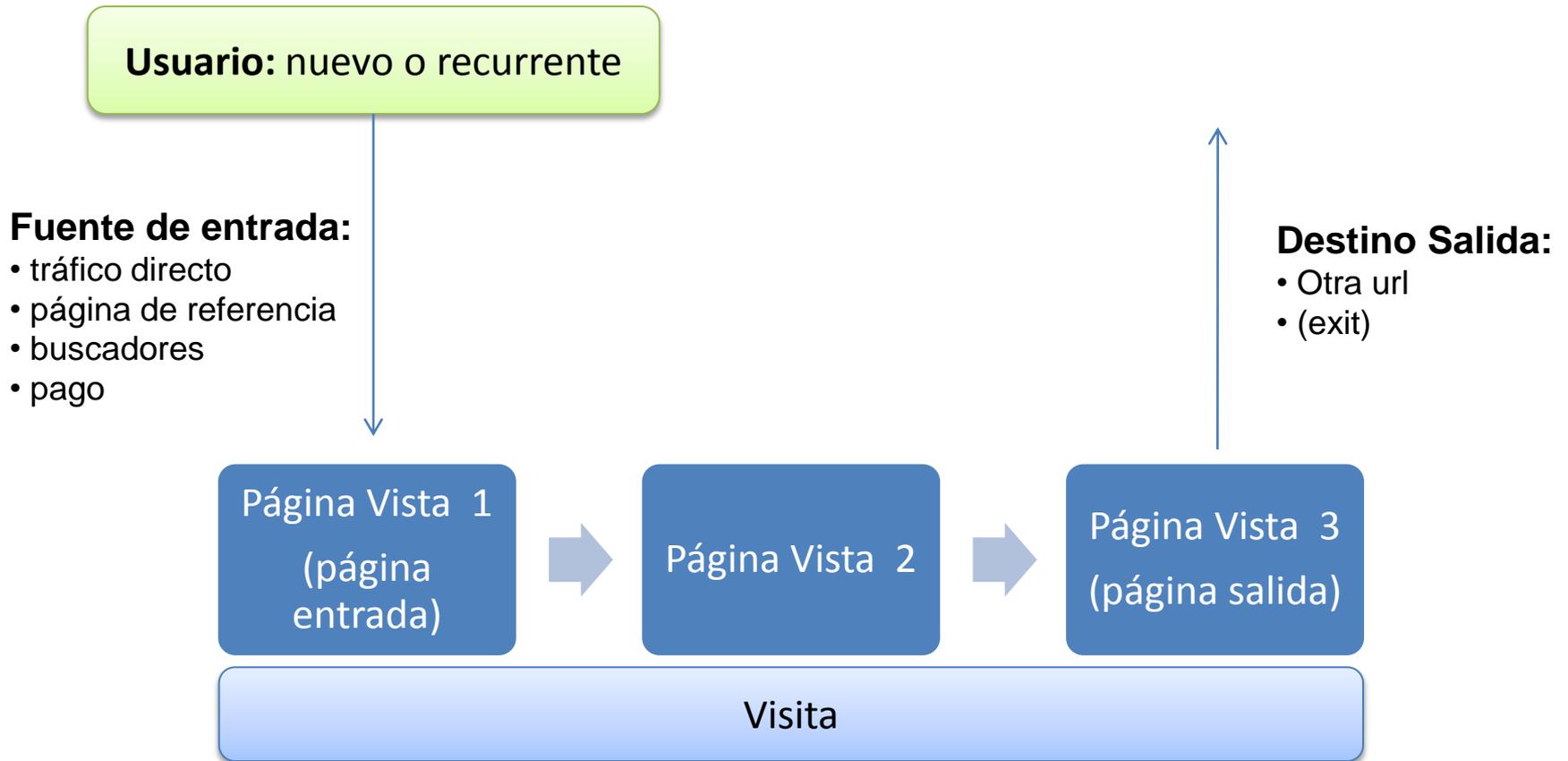
...o pueden darnos referencias interesantes acerca de nuestros usuarios...

1123 usuarios de Zaragoza, 35% provienen de buscadores, 2% de www.enlace.com, 35% hablan inglés, 70% usan Mozilla Firefox...

...o pueden darnos referencias interesantes acerca del tiempo...

- Hemos crecido un 50% en número de usuario en los últimos 3 meses.
- Hemos duplicado la cifra de ventas
- Antes de la expansión internacional un 5% del tráfico mensual era extranjero y ahora es un 30%...

NAVEGACIÓN



Principales medidas

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

“Otras medidas interesantes”

- Objetivos y Conversiones

No son tan importantes la medidas principales...

... como la información segmentada

Mayor conocimiento

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 _gaq = _gaq || [];
  _gaq.push(['_setAccount', 'UA-13281782-2']);
  _gaq.push(['_trackPageview']);
  (function() {
    var ga = document.createElement('script'); ga.type = 'text/javascript'; ga.async = true;
    ga.src = ('https:' == document.location.protocol ? 'https://ssl' : 'http://www') + '.google-
analytics.com/ga.js';
    var s = document.getElementsByTagName('script')[0]; s.parentNode.insertBefore(ga, s);
  })();
</script>
```

El Panel

1. Selección del período y comparación fechas
2. Granularidad
3. Selección de métrica
4. Selección de tipo de informe: usuarios, fuentes de tráfico, contenido, objetivos, comercio electrónico, personalizados
5. Segmentos Avanzados

Panel

- Intelligence *Beta*
- Usuarios**
- Fuentes de tráfico
- Contenido
- Objetivos
- Comercio electrónico

Informes personalizados

Mis personalizaciones

- Informes personalizados
- Segmentos avanzados
- Intelligence *Beta*
- Correo electrónico

Recursos de ayuda

- Acerca de este informe
- Conversion University
- Preguntas frecuentes

Exportar | Correo electrónico | Segmentos avanzados: Todas las visitas

Panel | 12/11/2010 - 12/12/2010

Visitas

Fecha	Visitas
15 de nov	~100
22 de nov	~100
29 de nov	~280
6 de dic	~100

Uso del sitio

2.486 Visitas	43,60% Porcentaje de rebote
11.588 Páginas vistas	00:03:10 Promedio de tiempo en el sitio
4,66 Páginas/visita	85,76% Porcentaje de visitas nuevas

Visión general de usuarios

2.211 Usuarios del sitio web

Visión general del contenido

Páginas	Páginas vistas	Porcentaje de p...
/	1.154	9,96%
/lamparas-de-pie	862	7,44%
/lamparas-de-techo	804	6,94%
/apliques	784	6,77%
/lamparas-de-diseno	417	3,60%

Información general:

- Cantidad de visitas.
- Cantidad de usuarios (nuevos y recurrentes).
- Cantidad de páginas vistas.
- Tiempo en el sitio.
- Porcentaje de abandonos.

Información del usuario:

- Gráfico de visitas por ubicación.
- Idioma de los usuarios.
- Fidelización de los usuarios.
- Frecuencia de las visitas.

Grado de especialización:

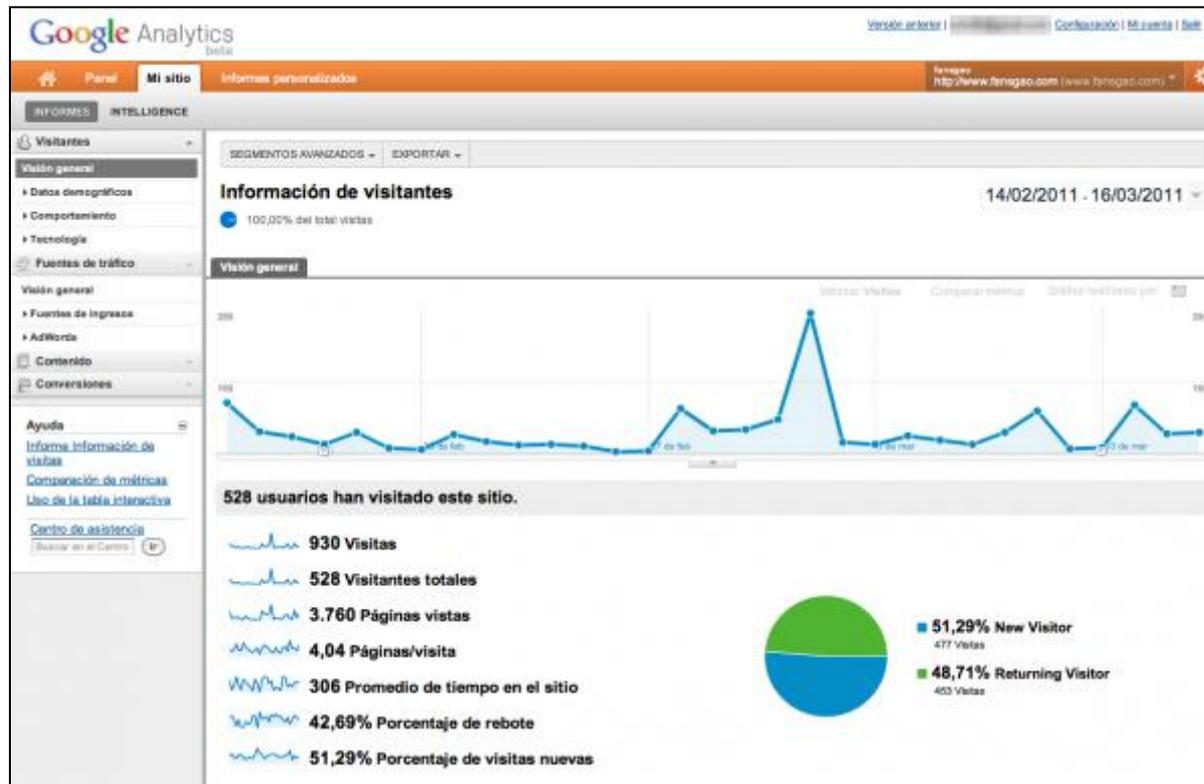
- Tipos de navegadores.
- Tipos de sistemas operativos.
- Resolución de la pantalla.
- Velocidades de conexión.

Origen de los usuarios:

- Fuentes de tráfico.
- Palabras claves empleadas para hallar nuestro sitio.
- Contenido principal seleccionadas por archivo.
- Páginas de destino principales.
- Páginas de abandono principales.

Pero esto va a cambiar...

<http://trucosgoogleanalytics.com/index.php/nueva-version-google-analytics-novedades>



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>
- ...

- Google Website Optimizer
<http://www.google.com/websiteoptimizer/>
- Woopra: tracking en directo y analítica
<http://www.woopra.com/>
- Piwik: analítica web en servidor y de código abierto
<http://piwik.org/>
- Plugins para CMS:
 - [Wordpress](#)
 - [Joomla](#)
 - [Drupal](#)
 - [Magento](#)
 - ...

gracias