



# Analítica Web

Antonio López- <https://www.elblogdelseo.com> - @EIBlogdelSEO

# Antonio López

CONSULTOR SEO – CEO SEOSTAR



**Antonio López**  
CEO SEOSTar

Consultor SEO – CEO SEOSTar  
y fundador de  
Elblogdelseo.com

## ¿Quién es Antonio López?

Ingeniero de Telecomunicaciones – Consultor SEO

Soy un enamorado del SEO, del Linkbuilding y la Analítica Web. Creo en el SEO basado en el trabajo y no en trucos de magia.

## PROYECTOS



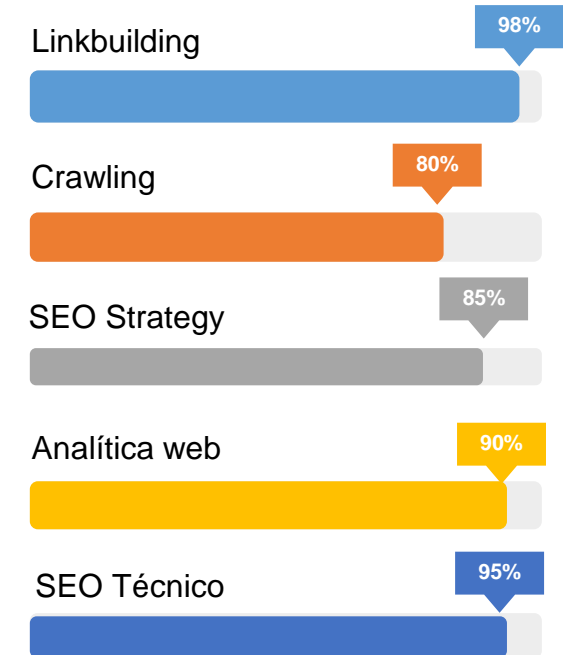
## CursoSEOMurcia

**968 000 689**

[antoniolopez@seostar.es](mailto:antoniolopez@seostar.es)

## Servicios y especializaciones

Especializaciones de Antonio López



# Índice de Contenidos

1. Introducción
2. Google Analytics
3. Herramientas de visualización de Usuario
4. Otras herramientas de Analítica Web
5. Tips de Analítica Web



# Introducción

1

 **#talleresCECARM**



HACER O NO  
HACER  
INTENTAR NO  
SIRVE

SÓLO HACER



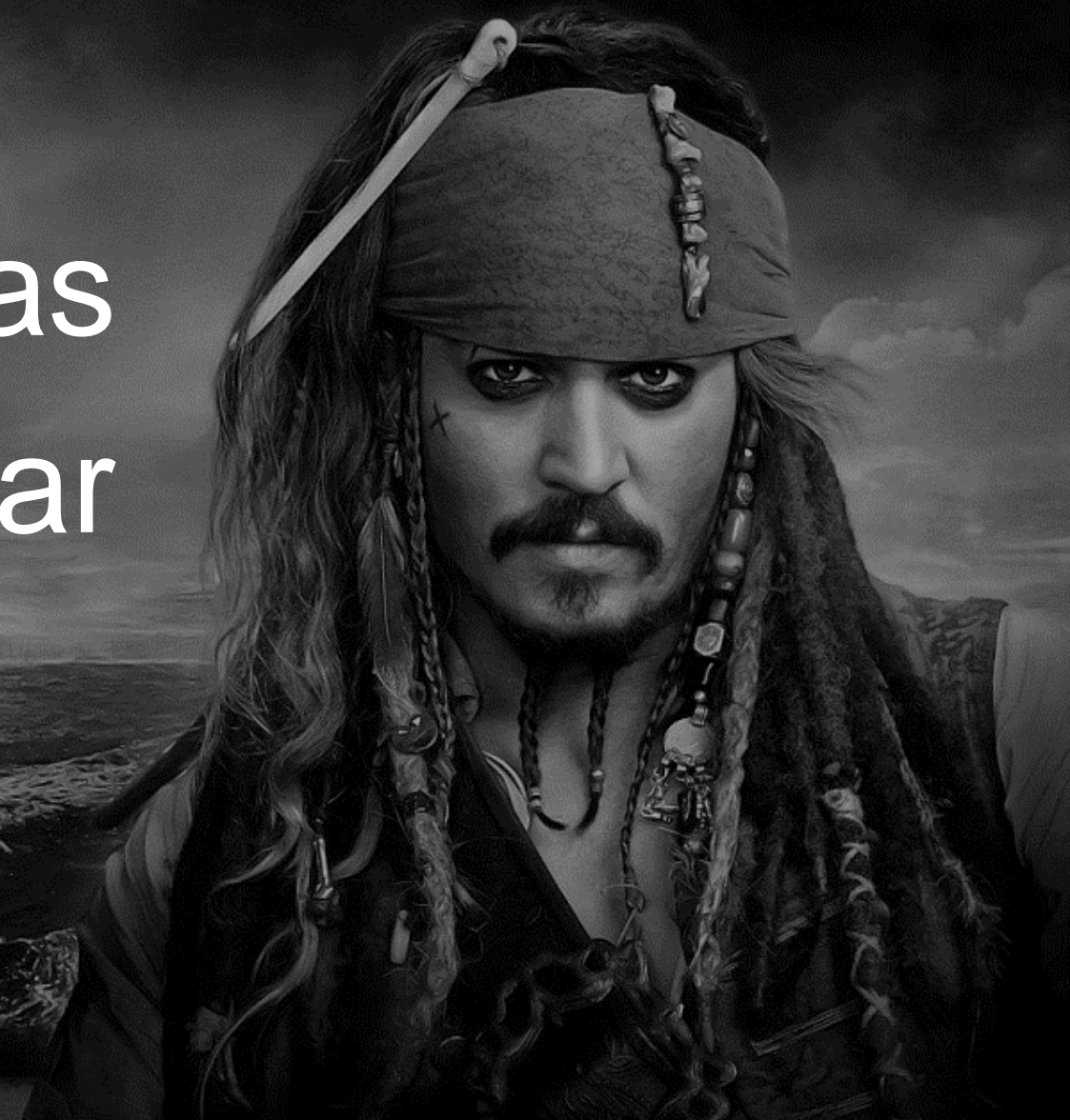
El único lugar donde la  
palabra ÉXITO aparece  
antes que TRABAJO es  
en el diccionario

Si algo  
funciona...

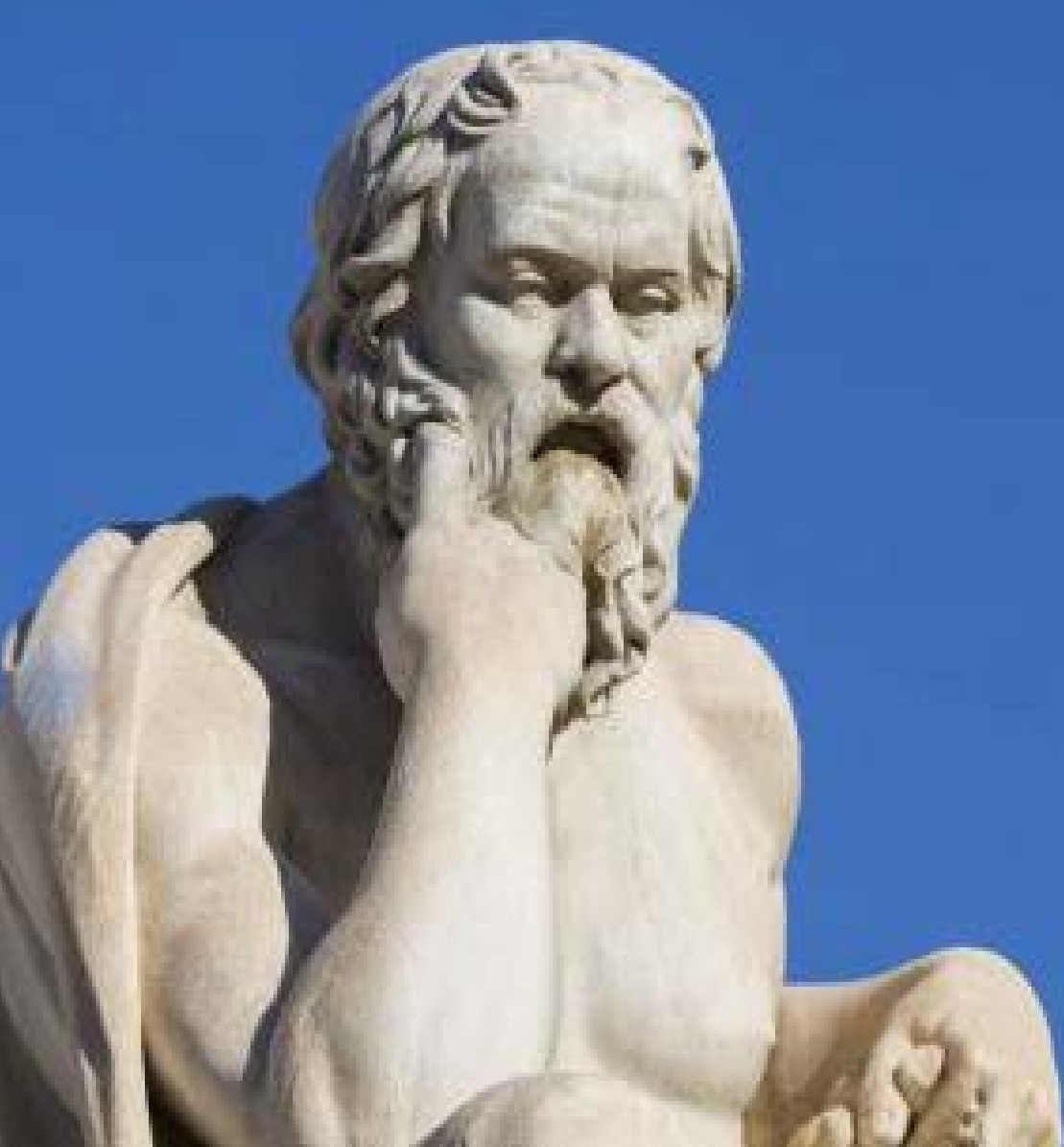
CÁMBIALO



Por lo que más deseas  
siempre hay que pagar  
un precio







“Decir que algo es natural es que se puede aplicar a todos”

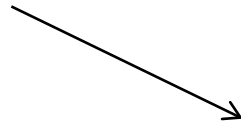
SÓCRATES



# SIN OPTIMIZACIÓN NO HAY ANALÍTICA

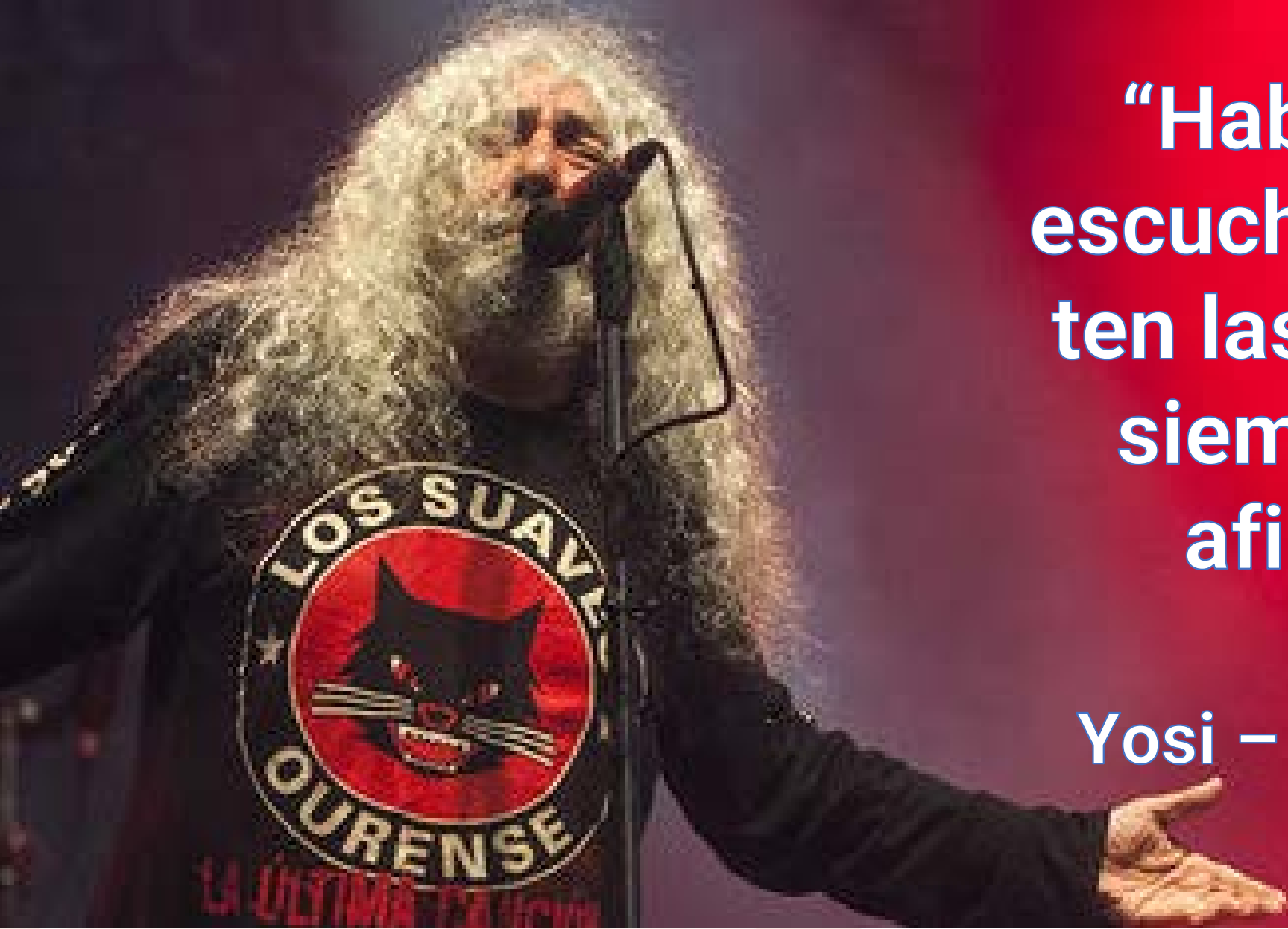


# NO PIENSES EN EL BIG DATA



# PIENSA EN EL DATO EFECTIVO Y SIMPLE





“Habla poco,  
escucha mucho y  
ten las guitarras  
siempre bien  
afinadas”

Yosi – Los Suaves



## GLOSARIO DE TÉRMINOS

SESIÓN

COOKIE

CONVERSIÓN

CPA

IMPRESIÓN

LANDING PAGE

USUARIO ÚNICO

TASA DE REBOTE

CPM

FRECUENCIA

FUENTE

TIEMPO DE ESTANCIA

EMBUDOS

EVENTOS



## MANIFIESTO ANALÍTICA WEB

# TRATADO DE AVINASH



1. PERSONAS NO MÁQUINAS
2. INFORMACIÓN NO ES ANÁLISIS
3. POR QUÉ Y NO EL QUÉ
4. DIOS CREÓ INTERNET PARA FRACASAR ANTES
5. LA ANALÍTICA WEB ES COMPLEJA... PERO DIVERTIDA Y GRATIFICANTE



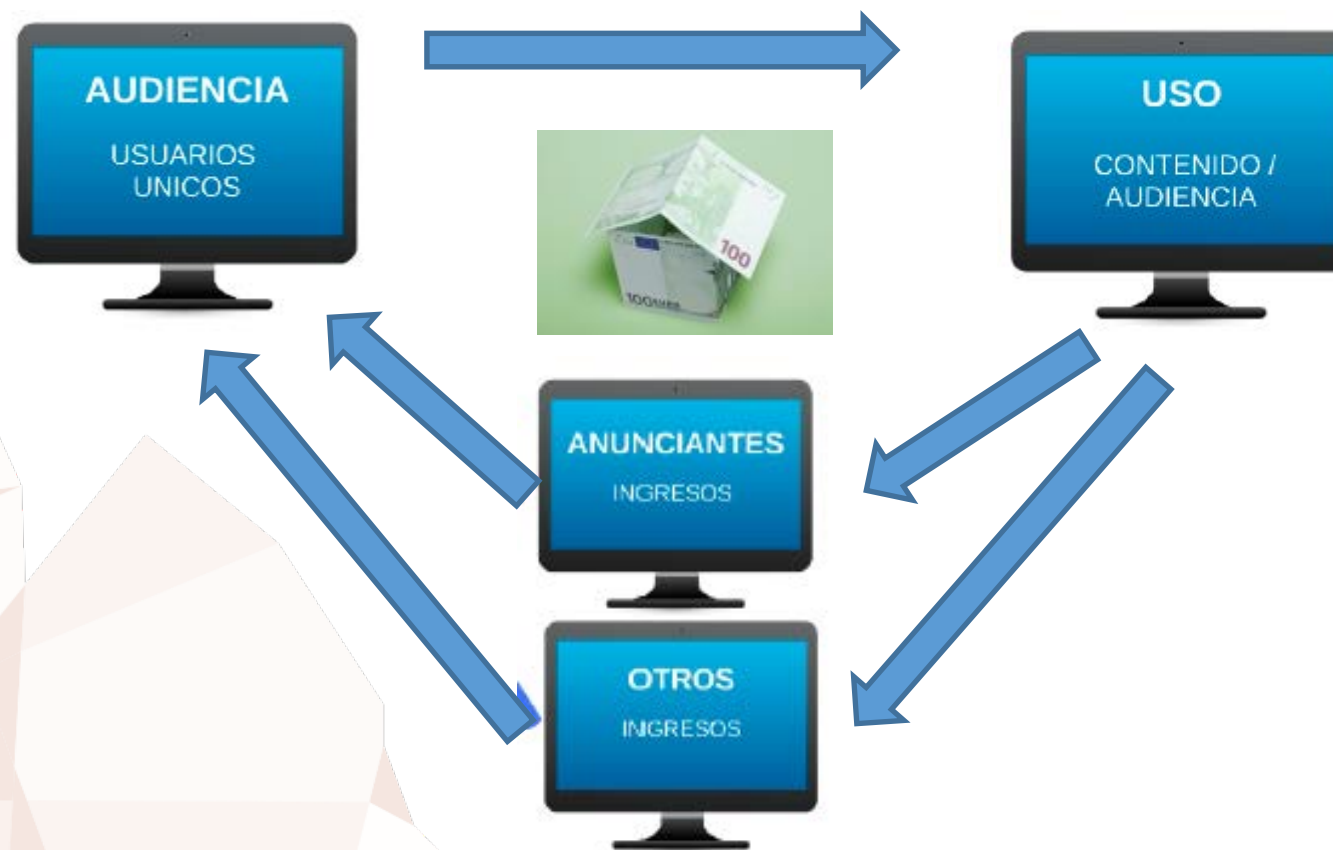
## DEFINICIÓN DE ANALÍTICA WEB

Es el estudio de la actividad de un sitio web a partir de los datos extraídos de la navegación de los usuarios

**para... optimizar y mejorar**



# ESTRATEGIA ANALÍTICA





## INTENCIÓN - RESPUESTA



## BÚSQUEDA DE LA PERFECCIÓN

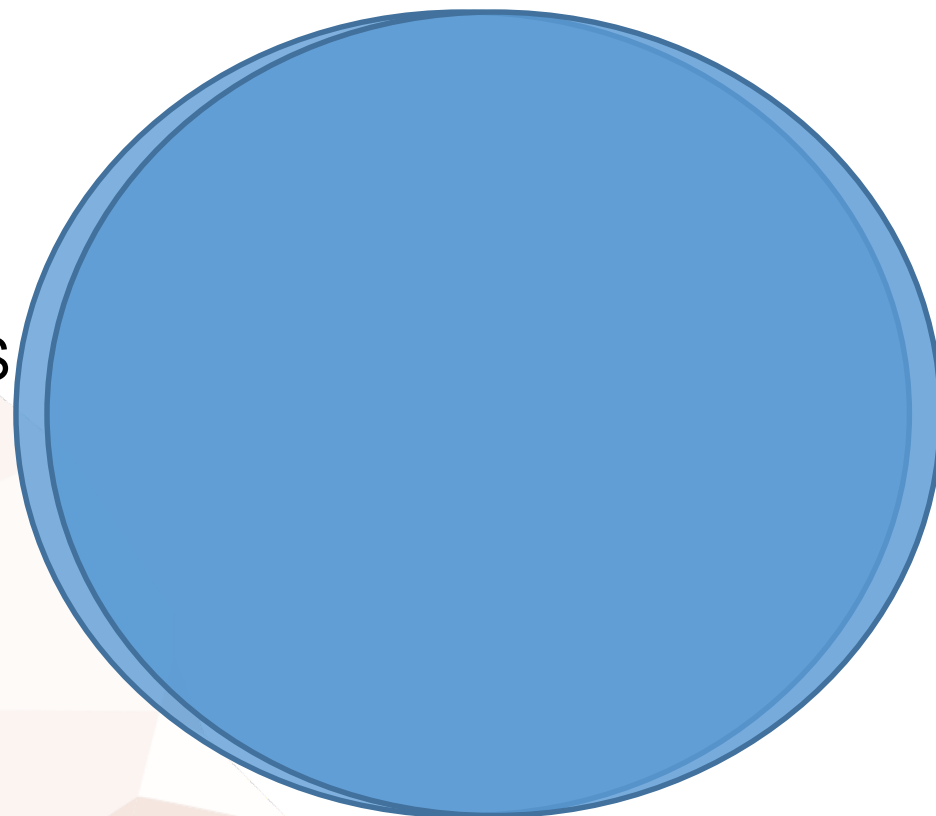
INTENCIÓN DE LOS  
CLIENTES

PROPUESTA DEL  
SITIO WEB



# ARMONÍA

INTENCIÓN DE LOS  
CLIENTES



PROPUESTA DEL  
SITIO WEB



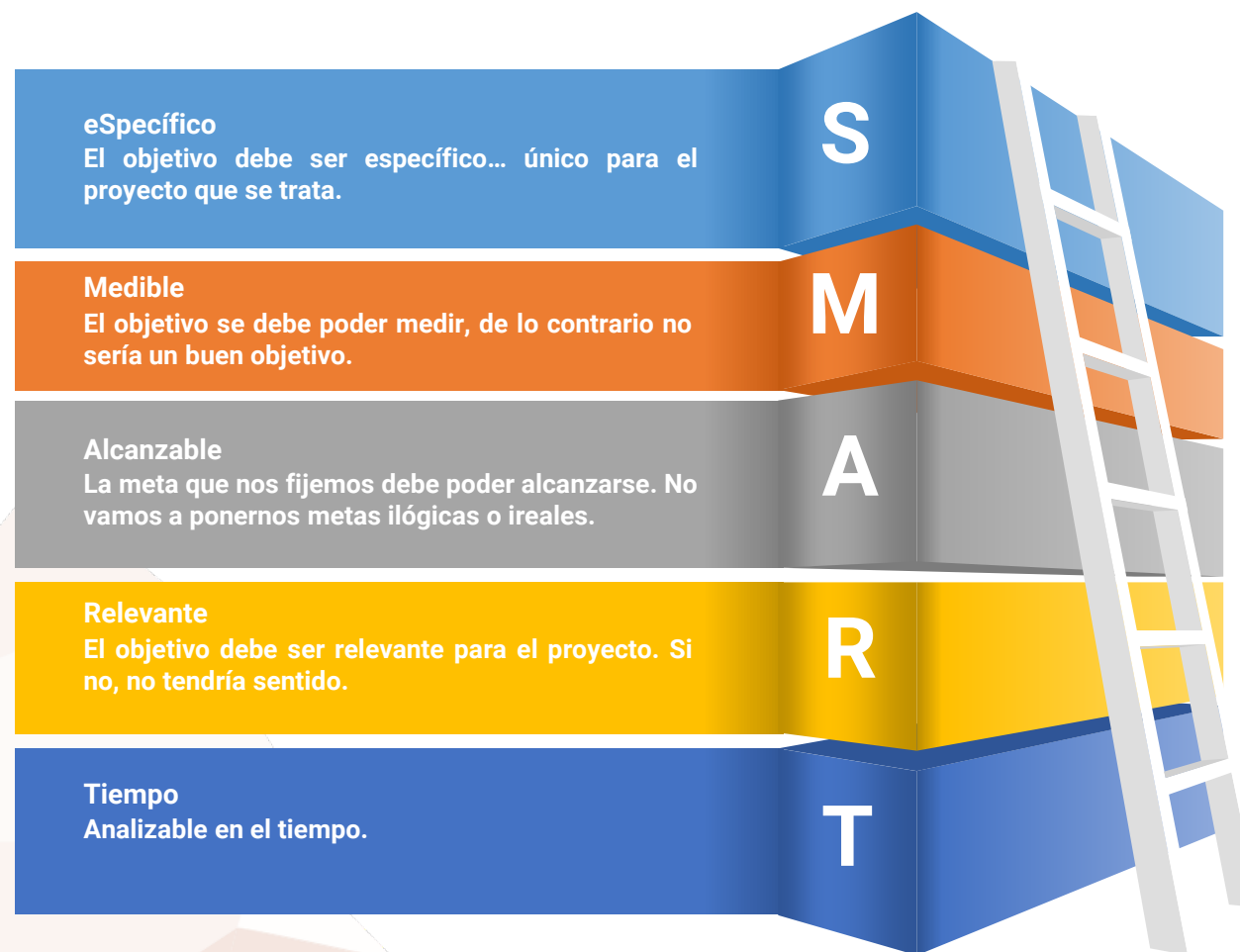
# ARMONÍA



Buscar en Google o escribir una URL



## OBJETIVOS



# OBJETIVOS



# OBJETIVOS

PRODUCTOS MUNDOHUEVO @ BLOG QUIENES SOMOS CONTACTO

Tazas  
Cojines  
Pulseras  
Quecchoniciales MundoHuevo  
Tallas de Mochilas  
Libretas

AHORA TUS REGALOS PUEDEN MOLAR UN

Estamos convencidos de tener los mejores huevos del mundo y queremos enseñártelos.

TAZAS

AMISETAS

COJINES



# OBJETIVOS

The screenshot shows the MARCA website interface. At the top, there are navigation links for 'La portada de hoy', 'Radio MARCA', and 'Liga Fantasy MARCA'. The main navigation bar includes 'Fútbol', 'Baloncesto', 'Motor', 'Polideportivo', and 'Más +'. A search bar is located on the right. Below the navigation is a row of club logos and the 'MARCAapuestas.es' logo. The main content area features several sports betting sections: 'LALIGA SANTANDER' (21:00 Celta vs Getafe), 'PREMIER LEAGUE' (21:00 Bournemouth vs Crystal Palace), 'SERIE A' (20:30 Sampdoria vs SPAL), 'LIGA PORTUGUESA' (21:15 Desportivo Av... vs Portimonense), and 'LIGA RUSA' (18:30 Rubin Kazan vs Krylia Soveto...). Each section includes betting odds and an 'APOSTAR' button. Below the betting sections are three main news articles: 'FC BARCELONA' (with images of players and a manager), 'MUNDIAL DE CICLISMO' (Broche de oro de Valverde), and 'ATLÉTICO DE MADRID' (La 'mano' de Casemiro trae cola: el Atlético solicita aclaraciones sobre el VAR).





## OBJETIVOS





Mantén los  
ojos bien  
abiertos para  
aprovechar  
cualquier  
oportunidad



# Google Analytics

# 2

 **#talleresCECARM**



# Qué es Google Analytics

Aplicación Software que nos permite monitorizar lo que los usuarios hacen en nuestro sitio web o nuestra APP.

## COOKIE

SOFTWARE QUE SE INSTALA EN EL BROWSER Y RECOPILA TODA LA INFORMACIÓN DE NAVEGACIÓN DEL USUARIO



# DEPENDENCIA DE LA COOKIE



# MÉTRICAS DE Google ANALYTICS



## SESIÓN

Una sesión es un conjunto de interacciones que tienen lugar en su sitio web en un periodo determinado.

Por ejemplo, una única sesión puede contener varias páginas vistas, eventos, interacciones sociales y transacciones de comercio electrónico.



## ¿CUÁNDO CADUCA UNA SESIÓN?

### TIEMPO

Las sesiones están limitadas a 30 minutos. Aunque podemos aumentar el tiempo nosotros mismos.

### DÍA

Las sesiones finalizan al cambiar de día.

### CAMPAÑA

Cada vez que cambia la fuente de la campaña de usuario comienza una nueva sesión.





## USUARIOS

Un usuario corresponde al dato único de una persona que entra a una web durante un periodo determinado, independientemente de cuántas veces entre después.



## DIFERENCIA SESIÓN VS USUARIO



15 Min de  
inactividad



1 USUARIO  
1 SESIÓN



50 Min de  
inactividad



1 USUARIOS  
2 SESIONES



## Tiempo de sesión

Es el tiempo que dura una sesión de usuario.



## Tiempo de sesión

# ¿Cómo mejorar el tiempo de permanencia en la web?

- Contenido de calidad
- Diseño atractivo y limpio
- Enlaces internos
- Utilización de vídeos
- Mejorar la velocidad de carga
- Direcciones URL externas en ventana nueva
- Chat bot



## Páginas Vistas

Es el número de páginas que un usuario ve en cada sesión.

Es un factor importante para publicidad que venden bajo el concepto de **cpm** (*coste por mil*).



## Páginas vistas

# ¿Cómo mejorar el número de páginas vistas?

- Contenido de calidad
- Enlaces internos
- Post relacionados y destacados
- Series de artículos
- Mejorar la velocidad de carga
- Técnicas de diarios digitales
- Galerías de imágenes
- Imágenes de vídeos con enlaces



## Tasa de Rebote

Una visita que no interactúa con otras páginas del sitio web distintas a la página de aterrizaje inicial.

**Avinash:** *"Aquel que llega a tu página, vomita y se va".*

**Ratio Normal de Rebote:** 40 – 60% (Cuanto más bajo mejor)



## Tasa de Rebote

# ¿Cómo mejorar la Tasa de Rebote?

- Enlaces internos
- Post relacionados
- Ranking de post
- Galerías con carga de página
- Scroll infinito con cambio de páginas
- Buscador interno
- Segmentación de contenido
- Técnicas Black Hat. Software back fake.
- Diseño: velocidad, imagen, optimización...





## Error de medición en la Web

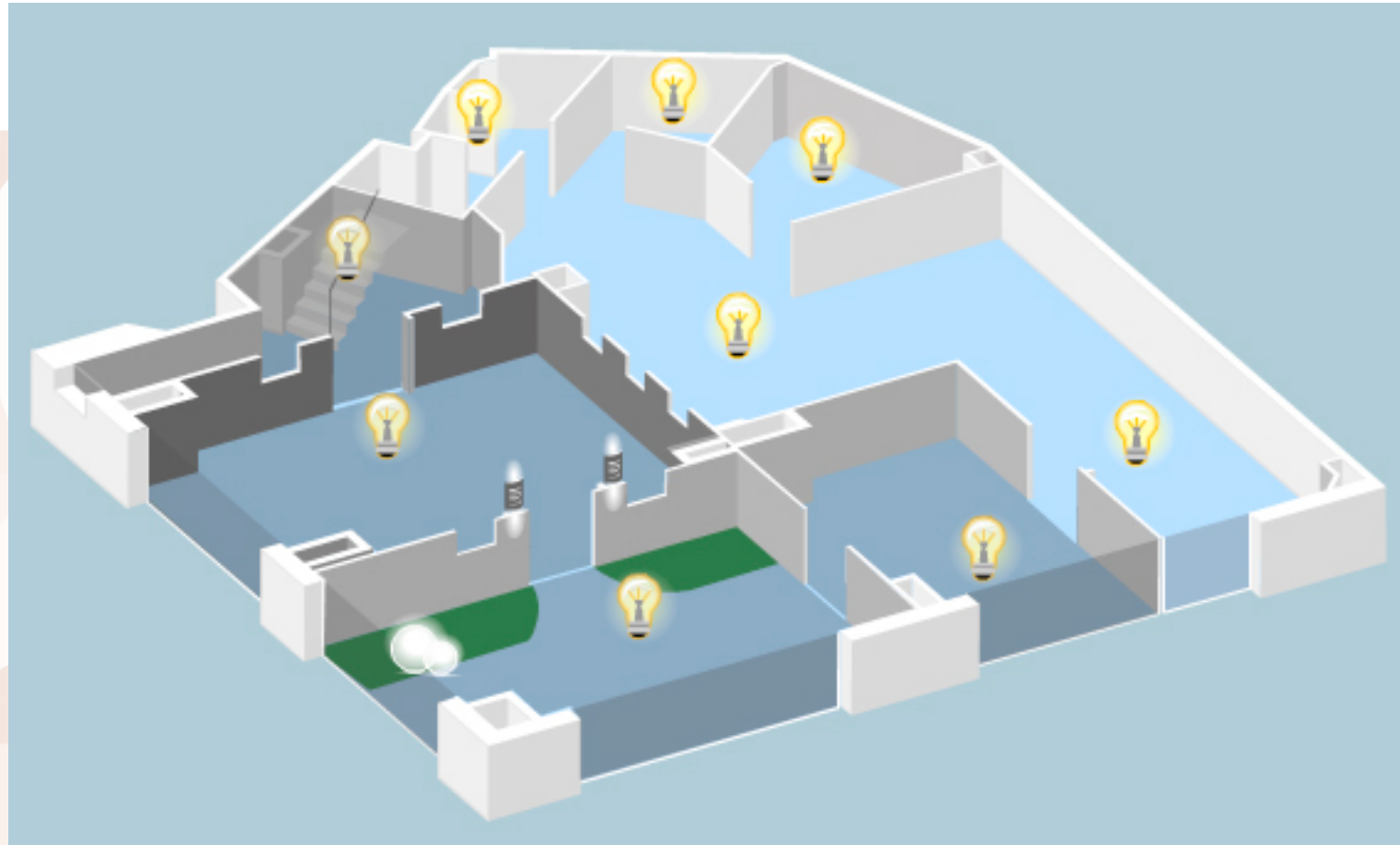
G.A. NO ES CAPAZ DE MEDIR CUANDO UNA VISITA SALE DE LA PÁGINA SIN IR A OTRA PRIMERO

- **TIEMPO DE REBOTE: 0 seg.**

CUANDO SE VISITAN VARIAS PÁGINAS  
NUNCA COMPUTA EL TIEMPO DE LA ÚLTIMA



## Tiempo de permanencia en la web



## Solución

# INCLUIR LA SIGUIENTE LÍNEA DE CÓDIGO

```
setTimeout(['_gaq.push(['_trackEvent', 'NoBounce', 'Over 20 seconds'])'],20000);
```

```
<script type="text/javascript">

var _gaq = _gaq || [];
_gaq.push(['_setAccount', '']);
_gaq.push(['_trackPageview']);
setTimeout(['_gaq.push(['_trackEvent', 'NoBounce', 'Over 20 seconds'])'],20000);
(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>
```



## Tips Google Analytics

### ANULAR EL REBOTE POR TIEMPO DE LECTURA

```
// Código básico de Analytics
window.ga = window.ga ||
function(){(ga.q=ga.q||[]).push(arguments)};
(function() { var e =
document.createElement('script'); e.async =
true; e.src = '//www.google-
analytics.com/analytics.js'; var s =
document.getElementsByTagName('script')[0];
s.parentNode.insertBefore(e, s); })();
ga('create', 'UA-1234567-89');
ga('send', 'pageview');
```

```
//Añadido que realizamos:
setTimeout(function() {
  ga("send", "event", {
    eventCategory: "NoBounce",
    eventAction: "NoBounce",
    eventLabel: "Over 10 seconds"
  });
}, 10*1000);
```



## Tips Google Analytics

### ANULAR EL REBOTE POR CARGA DE ACCIÓN DINÁMICA

```
// Código básico de Analytics
window.ga = window.ga ||
function(){(ga.q=ga.q||[]).push(arguments)}; (function() { var e =
document.createElement('script');
e.async = true; e.src = '//www.google-
analytics.com/analytics.js'; var s =
document.getElementsByTagName('
script')[0];
s.parentNode.insertBefore(e, s); })();
ga('create', 'UA-1234567-89');
ga('send', 'pageview');
```

```
//Añadido que realizamos:
$(document).ready(function(){
$(".actionLink").click(function(){
ga("send", "event", {
eventCategory: "NoBounce",
eventAction: "NoBounce",
eventLabel: "Click Action"
});
});
});
```



## Tips Google Analytics

### ANULAR EL REBOTE CUANDO SE HACE SCROLL

```
// Código básico de Analytics
window.ga = window.ga ||
function(){(ga.q=ga.q||[]).push(arguments)}; (function() { var e =
document.createElement('script');
e.async = true; e.src = '//www.google-
analytics.com/analytics.js'; var s =
document.getElementsByTagName('
script')[0];
s.parentNode.insertBefore(e, s); })();
ga('create', 'UA-1234567-89');
ga('send', 'pageview');
```

```
//Añadido que realizamos:
$(document).ready(function(){
$(window).scroll(function () {
ga("send", "event", {
eventCategory: "NoBounce",
eventAction: "NoBounce",
eventLabel: "Scroll"
});
});
});
```



## Fuentes de Tráfico

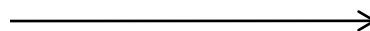
ES EL ORIGEN DESDE DONDE NOS  
LLEGA UNA VISITA



## Fuentes de Tráfico

ES EL ORIGEN DESDE DONDE NOS LLEGA UNA VISITA

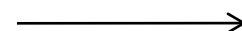
TRÁFICO DIRECTO



TRÁFICO DE REFERENCIA



TRÁFICO DE BÚSQUEDA



SEO SEM

TRÁFICO DE CAMPAÑAS





## Instalación de Google Analytics

# Paso 1: Creación de una Cuenta de GA

### Empiece a analizar el tráfico de su sitio en tres pasos

#### 1 Registrarse en Google Analytics



Lo único que necesitamos es información básica acerca del sitio que desea supervisar.

#### 2 Añadir código de seguimiento



Obtendrá un código de seguimiento para pegarlo en sus páginas a fin de que Google tenga constancia de cuándo se visita su sitio.

#### 3 Conozca su audiencia



En pocas horas empezará a ver datos acerca de su sitio.

#### Empezar a usar Google Analytics

**Regístrese**

Regístrese ahora mismo. Es sencillo y gratuito.

¿Todavía tiene preguntas? [Centro de Ayuda](#)



## Creación de una Cuenta de GA

## Nueva cuenta

¿De qué quiere realizar el seguimiento?

Sitio web

Aplicación móvil

## Método de seguimiento

Esta propiedad funciona mediante Universal Analytics. Para completar la configuración haga clic en [Obtener ID de seguimiento](#) e implemente el fragmento de código de seguimiento de Universal Analytics.

## Configuración de la cuenta

Nombre de cuenta obligatorio

Las cuentas pueden contener más de un ID de seguimiento.

Mi nombre de cuenta nuevo

## Configuración de la propiedad

Nombre del sitio web obligatorio

Mi sitio web nuevo

URL del sitio web obligatorio

http:// Ejemplo: http://www.mywebsite.com

Categoría del sector ?

Seleccione una opción

## Zona horaria de informes

España

(GMT +02:00) hora de España

Configuración para compartir datos ?

Los datos que recopila, procesa y almacena con Google Analytics ("datos de Google Analytics") son seguros y confidenciales. Esta información se utiliza para [conservar y proteger](#) el servicio de Google Analytics, realizar operaciones críticas del sistema y, en raras ocasiones, con motivos legales que se describen en nuestra [política de privacidad](#).

Las opciones para compartir datos le proporcionan un mayor control al compartir datos de Google Analytics. [Más información](#)

- Productos y servicios de Google** RECOMENDADO  
La opción comparte datos de Google Analytics con Google para ayudar a mejorar los productos y servicios de Google. *Si la desactiva, es posible que los datos sigan transmitiéndose a otros productos de Google vinculados explícitamente con Analytics. Visite la sección [enlaces de producto](#) de cada propiedad para visualizar o cambiar la configuración.*
- Comparativas** RECOMENDADO  
Ceder datos anónimos para agregarlos a un conjunto de datos totales a fin de habilitar funciones como comparativas y publicaciones que pueden ayudarle a conocer las tendencias de los datos. Antes de compartirlos, se suprime cualquier información que pueda identificar su sitio web y se combina con otros datos anónimos.
- Asistencia técnica** RECOMENDADO  
Permitir que los representantes del servicio de asistencia técnica de Google puedan acceder a su cuenta y a sus datos de Google Analytics cuando sea necesario a fin de proporcionar el correspondiente servicio y encontrar soluciones a los problemas técnicos.
- Especialistas en cuentas** RECOMENDADO  
Esta opción permite a los especialistas en marketing y ventas de Google acceder a sus datos y cuenta de Google Analytics para que puedan sugerirle mejoras en la configuración y en el análisis, además de ofrecerle consejos de optimización. Si no tiene asignado ningún de especialistas en ventas, permita el acceso a representantes de Google autorizados.

Descubra cómo Google Analytics [protege los datos](#).

Está utilizando 0 cuentas de un total de 100.

Obtener ID de seguimiento

Cancelar



ADMINISTRAR USUARIO

Propiedad [+ Crear propiedad](#)

Bombollasledpro

- Configuración de la propiedad
- Administración de usuarios
- Información de seguimiento
- Código de seguimiento**
- Recogida de datos
- Retención de datos
- User ID
- Configuración de la sesión
- Fuentes de búsqueda orgánicas
- Lista de exclusión de referencias
- Lista de exclusión de términos de búsqueda

ENLAZAR CON OTROS PRODUCTOS

- Vinculación con Google Ads
- Enlace de AdSense
- Enlace de Ad Exchange
- Todos los productos

**ID de seguimiento**  
UA-127078494-1

**Estado**  
No se han recibido datos durante las últimas 48 horas. [Learn more](#)

### Seguimiento del sitio web

#### Etiqueta de sitio web global (gtag.js)

Este es el código de seguimiento de la etiqueta global de sitio (gtag.js) de esta propiedad. Copie y pegue este código en el primer elemento <HEAD> de todas las páginas web de las que quiera realizar un seguimiento. Si ya tiene una etiqueta global de sitio en su página, solo debe añadir la línea **config** del siguiente fragmento a la etiqueta global de sitio.

```
<!-- Global site tag (gtag.js) - Google Analytics -->
<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=UA-127078494-1"></script>
<script>
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];
  function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
  gtag('js', new Date());

  gtag('config', 'UA-127078494-1');
</script>
```

La etiqueta global de sitio simplifica la implementación de etiquetas en los productos de remarketing, seguimiento de conversiones y medición, de sitios web de Google, lo que le permite disponer de un mayor control y facilita el proceso de implementación. Al utilizar gtag.js, se beneficiará de las últimas funciones dinámicas e integraciones a medida que estén disponibles. [Más información](#)

#### Google Tag Manager

La herramienta gratuita Google Tag Manager le puede ayudar a añadir etiquetas a su sitio si tiene muchas etiquetas de análisis y de seguimiento. Le recomendamos que utilice Google Tag Manager si su caso es uno de los siguientes:

- Utiliza varias herramientas de análisis y de seguimiento del rendimiento de los anuncios que requieren etiquetas de sitio.
- Cuando añade etiquetas a su sitio web se ralentiza la publicación de las campañas de marketing.

[Obtenga más información sobre cómo empezar a utilizar Google Tag Manager.](#)



## Paso 2: Integración de la Cuenta en la Web



## Integración de la Cuenta en la Web

### Si la web es html



```
<!DOCTYPE html>  
<html>
```

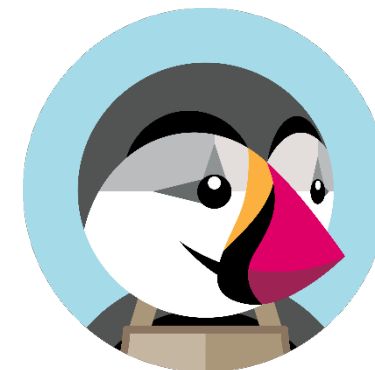
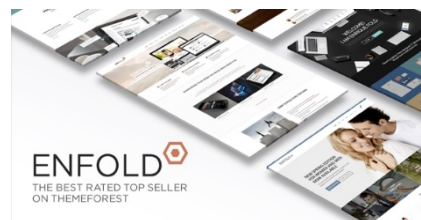
```
<head>  
  <title>Page Title</title>  
Código Anterior ←  
</head>
```

```
<body>  
The content of the document.....  
</body>
```

```
</html>
```



# Integración de la Cuenta en la Web WordPress / Prestashop



**Web CRAFTIC**  
**Google Analytics Cache**  
VERY FAST AND LIGHT PLUGIN

- Simple insert of Google Analytics, without interference in code
- Caching external requests to make your site faster
- Anonymous use, for compatibility with GDPR

Full Load Time: 2.1s  
Total Page Size: 455KB  
Requests: 19

**GOOGLE ANALYTICS IN YOUR DASHBOARD**  
Easy installation of Google Analytics code on your site and a dashboard widget to show performance.

BROUGHT TO YOU BY **SumoMe**

Enfold Child Opciones del Tema

**Google Analytics Tracking Code**

```
<script>
(function(i,s,o,r,a,m){(GoogleAnalyticsObject)=r;
if(!i[r]||!i[r]._q){i[r]=function(){(i[r]._q||=[])
.push(arguments)};i[r].l=1*new Date();s.createElement(
m,s.getElementsByTagName(m)[0].parentNode).insertBefore(
s)};window.document.write(
"<script src='https://www.google-analytics.com/analytics.js'>
</script>");ga('create','UA-99628791-1','auto');
ga('send','pageview');
</script>
```

**Google Maps**

Google recently changed the way their map service works, how pages which want to use Google Maps need to register a new API key. [Register an API Key](#) | [Tutorial: how to create an API Key](#)

**Google Maps API Key**

LISTA DE MÓDULOS

google analytics

API de Google Analytics v1.2.2 - por PrestaShop

Google Analytics v1.3.4 - por PrestaShop

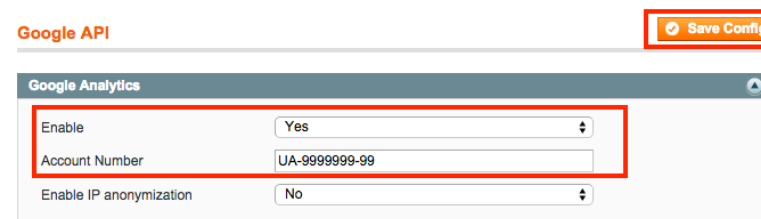
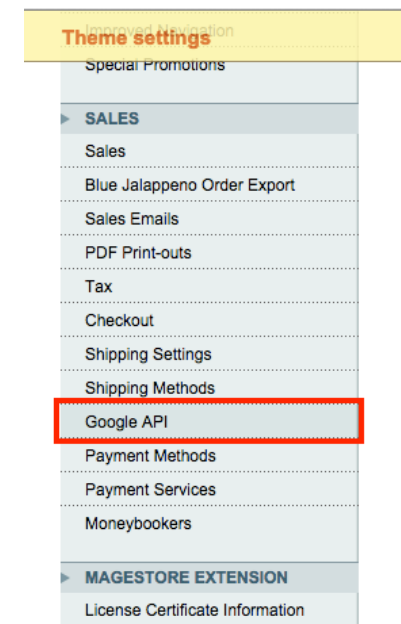
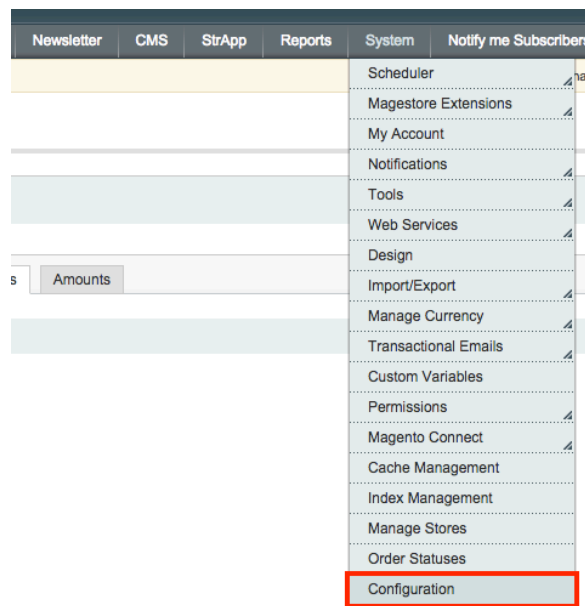
Id de seguimiento de Google Analytics: UA-55555555-5

Activar el seguimiento:  Activado  Desactivado



# Integración de la Cuenta en la Web

## Si la web es un Magento



## Integración de la Cuenta en la Web

Si es una Tienda Online no olvidar nunca habilitar la opción de comercio electrónico

Administración  
Dominios

CUENTA  
Dominios

PROPIEDAD  
Configuración de la propiedad  
Gestión de usuarios  
.js Información de seguimiento

ENLACE CON OTROS PRODUCTOS  
Enlace de AdWords  
Enlaces de AdSense  
Enlace de Ad Exchange  
Todos los productos  
Notificaciones  
Remarketing  
Definiciones personalizadas

VER  
Todos los datos de sitios web

Ver configuración  
Gestión de usuarios  
Objetivos  
Agrupación de contenido  
Filtros  
Configuración del canal  
Configuración de comercio electrónico  
Cálculo de métricas BETA

HERRAMIENTAS Y ELEMENTOS PERSONALES  
Segmentos  
anotaciones

Google Analytics  
Página principal Informes Personalización Administrador

Administración  
Dominios / Todos los datos de sitios web

VER  
Todos los datos de sitios ...

Ver configuración  
Gestión de usuarios  
Objetivos  
Agrupación de contenido  
Filtros  
Configuración del canal  
Configuración de comercio electrónico

Configuración del comercio electrónico

1 Habilitar el comercio electrónico

Estado  
Utilice la guía de referencia del programador de comercio electrónico para configurar correctamente el código de seguimiento de su sitio.

SI

Habilitar los productos relacionados ?  
NO

Paso siguiente Cancelar

2 Configuración de comercio electrónico mejorado

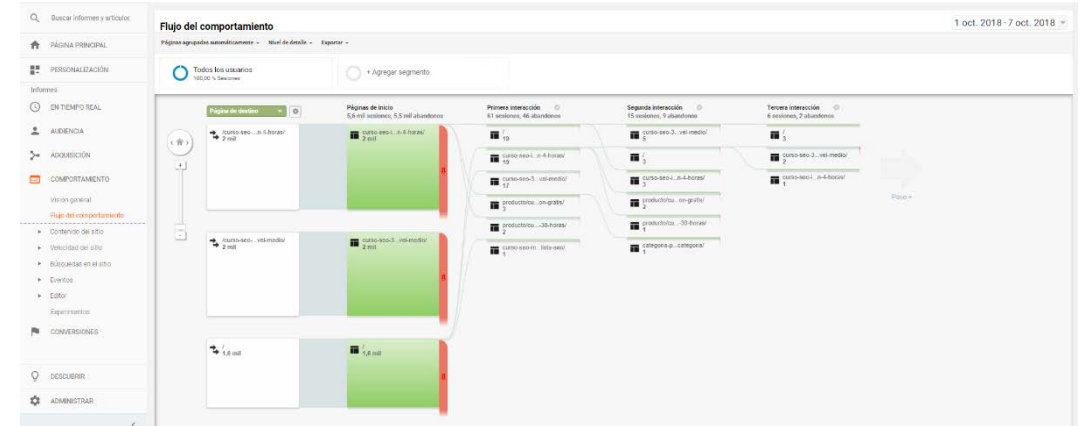
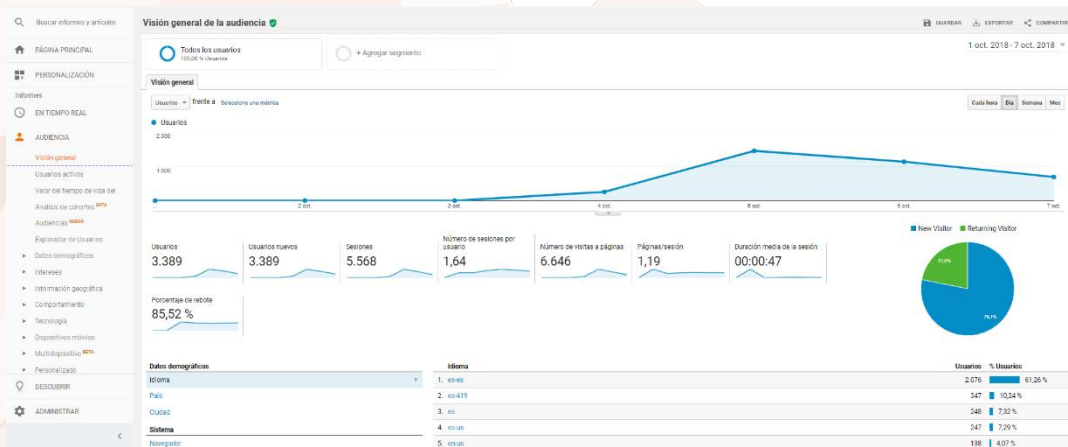
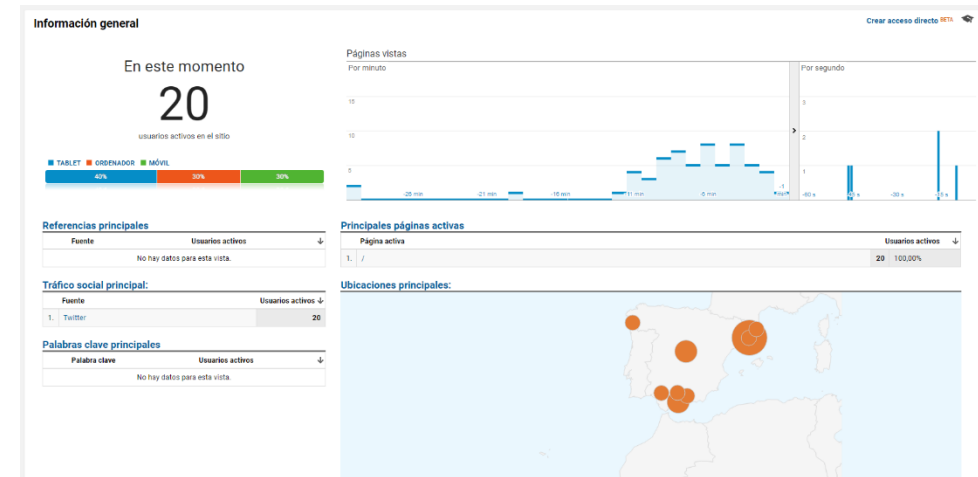
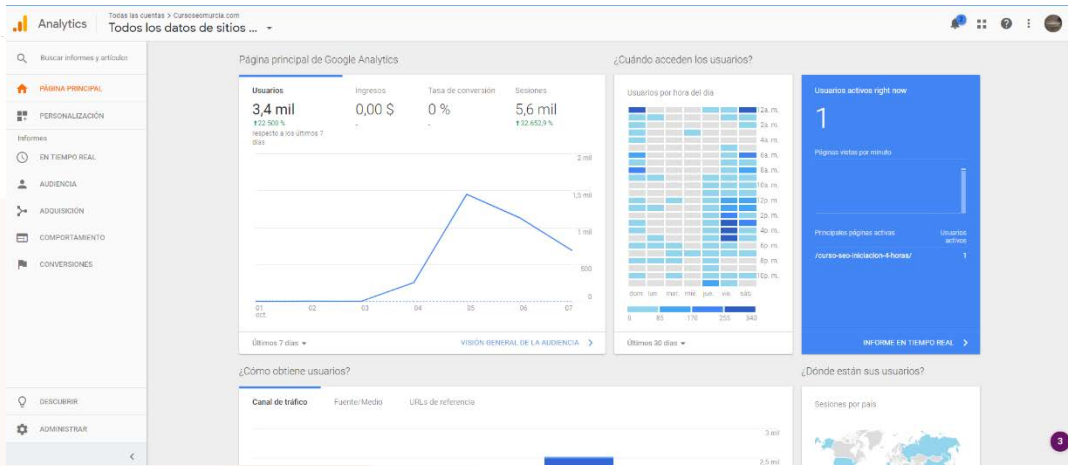




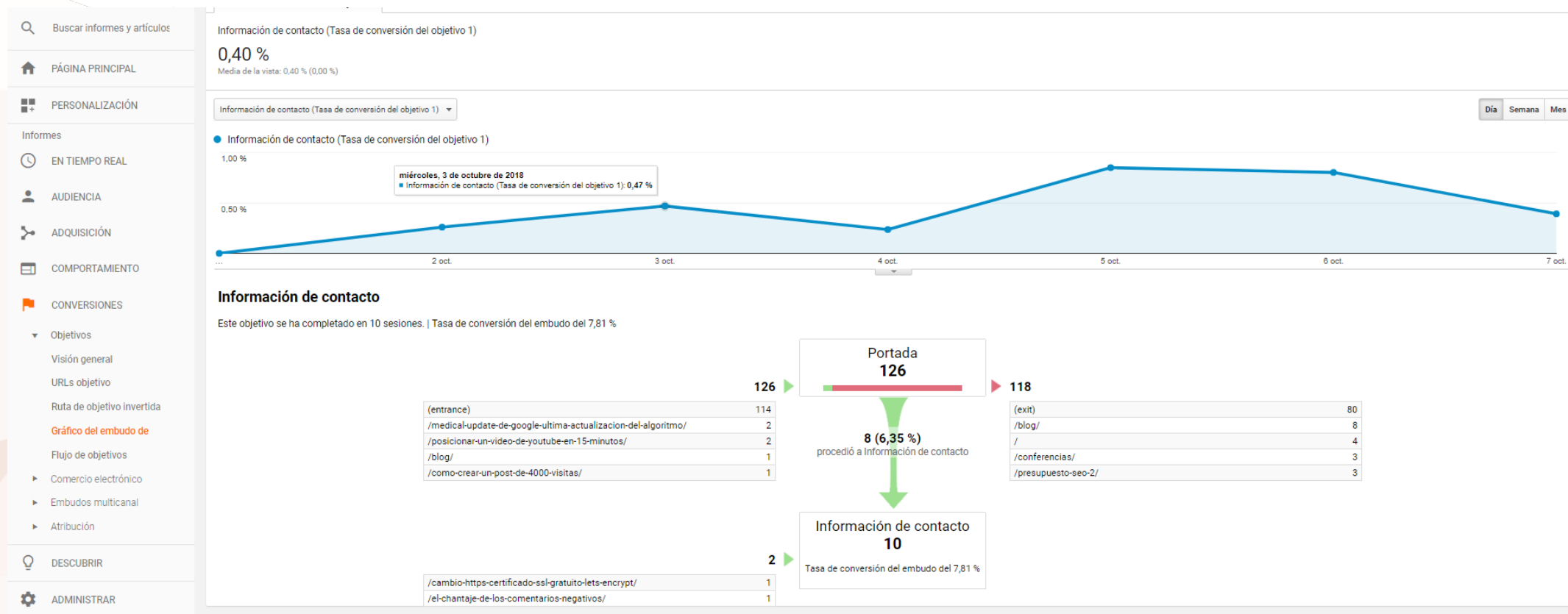
## Paso 3: Familiarizarse con el Entorno



# Familiarizarse con el Entorno



# Familiarizarse con el Entorno



# Definición de Objetivos



## Definición de Objetivos

Un objetivo es la medición de forma versátil del comportamiento de una web en comparación con las metas fijadas



## Definición de Objetivos

### EJEMPLOS DE OBJETIVOS

- ❑ N° SUSCRIPCIONES NEWSLETTER
- ❑ N° VECES QUE ENTRE EN UNA PÁGINA
- ❑ N° VISITAS QUE PROVIENEN DE UN BANNER
- ❑ N° VISITAS QUE ENTRAN A CONTACTO



## Definición de Objetivos

## DEFINIR UN OBJETIVO

Nombre del Objetivo

Seleccionar la opción adecuada para cada objetivo:

**Contacto:** Destino

**Reproducción Vídeo:** Evento

**Calidad Cliente:** Duración

Ejemplo.

Petición de presupuestos por formulario de Contacto.

- Nombre: Presupuestos
- Tipo: Destino



## Definición de Objetivos

# DEFINIR UN OBJETIVO

VER

Interdeportes

Ver configuración

Gestión de usuarios

**Objetivos**

Agrupación de contenido

Filtros

Agrupación de canales

HERRAMIENTAS Y ELEMENTOS PERSONALES

Segmentos

anotaciones

Modelos de atribución

Agrupaciones de canales personalizadas

Aleras personalizadas

Mensajes de correo electrónico programados

✓ Descripción del objetivo Editar

Nombre: Contacto  
Tipo de objetivo: Destino

1 Información del objetivo

**Destino**

Igual a   Distinción entre mayúsculas y minúsculas

Por ejemplo, utilice `Al pantalla` para una aplicación y `gracias.html` en lugar de `www.ejemplo.com/gracias.html` para una página web.

**Valor OPCIONAL**

No  Asigne un valor monetario a la conversión.

**Embudo de conversión OPCIONAL**

Si

Utilice un nombre visible de aplicación o una URL de página web para cada paso. Por ejemplo, utilice `Al pantalla` para una aplicación y `gracias.html` en lugar de `www.ejemplo.com/gracias.html` para una página web.

Paso	Nombre	Parámetro/página	¿Es obligatorio?
1	<input type="text"/>	<input type="text"/>	No <input type="checkbox"/>

+ Añadir otro paso

Verifique este objetivo

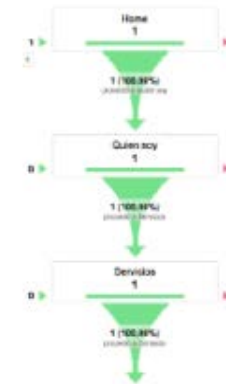
Consulte con qué frecuencia este objetivo se realizó convertido, basándose en los datos de los últimos siete días.

Crear objetivo Cancelar

### Url del Objetivo

Aplicar un valor a la consecución de cada objetivo.

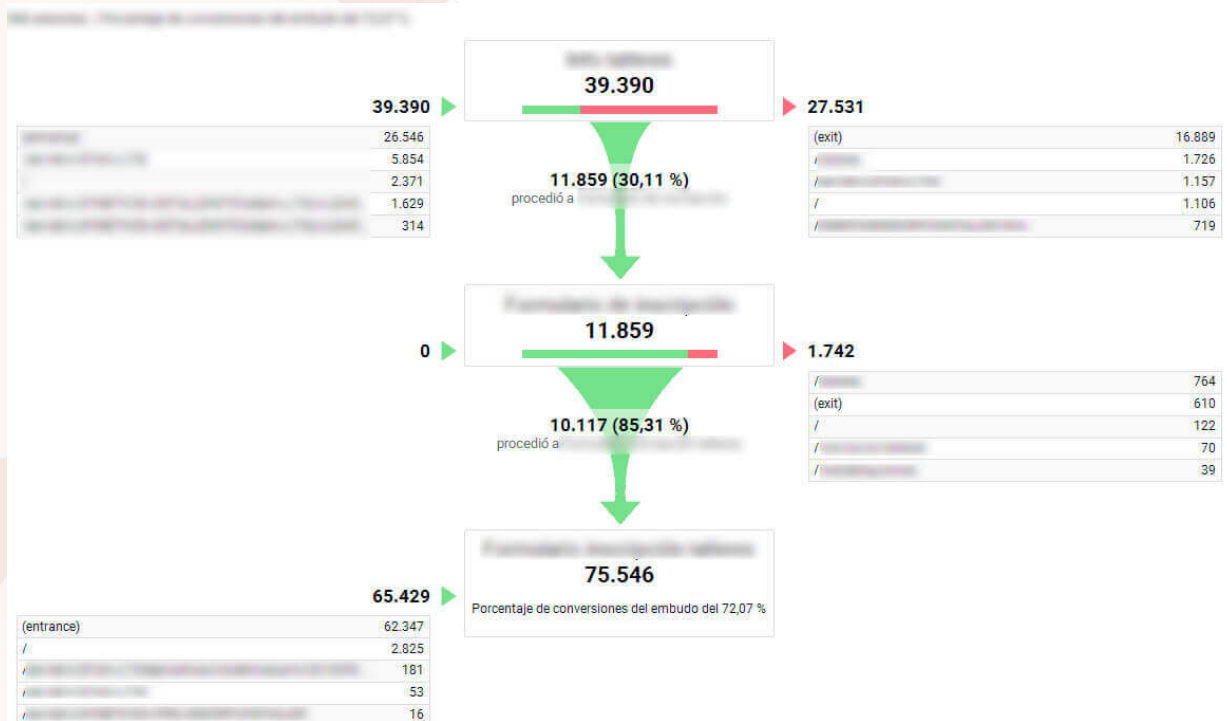
Analizar el camino que ha seguido el visitante para conseguir el objetivo





## Definición de Objetivos

# DEFINIR EMBUDO DE CONVERSIÓN PASO A PASO



Escanea el código o haz clic sobre él para ir al contenido



## KPI: Key Performance Indicator

ES UNA MÉTRICA O UN CONJUNTO DE  
ELLAS QUE SIRVEN PARA MEDIR EL  
RENDIMIENTO DE UN OBJETIVO  
DURANTE UN TIEMPO.

ES UN INDICADOR CLAVE DE RENDIMIENTO



## EJEMPLOS DE KPI

## BLOG

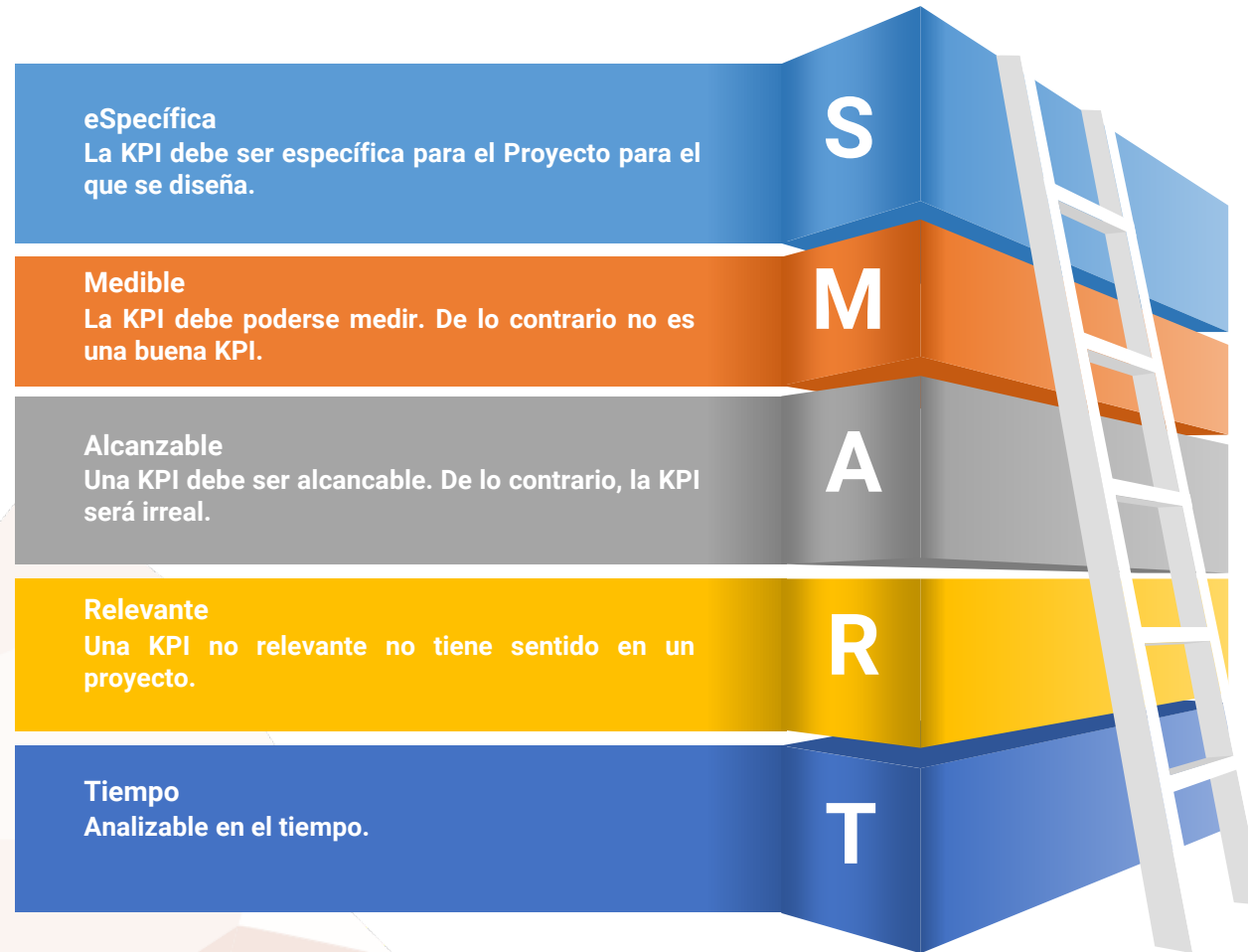
- TASA DE CONVERSIÓN
- TIEMPO DE PERMANENCIA
- PROFUNDIDAD DE CONTENIDO
- FIDELIZACIÓN DE VISITAS
- % VISITAS NUEVAS
- VISITANTES COMPROMETIDOS

## ECOMMERCE

- TASA DE CONVERSIÓN
- Nº PEDIDOS
- INGRESOS
- INGRESO MEDIO POR PEDIDO
- Nº PRODUCTOS VENDIDOS POR PEDIDO
- TASA DE ABANDONO DE CARRITO



# TÉCNICA SMART PARA KPI



## MEDICIÓN DE CAMPAÑAS

CON GOOGLE ANALYTICS PODEMOS  
MEDIR LA TASA DE CONVERSIÓN DE  
UNA CAMPAÑA, YA SEA INTERNA O  
EXTERNA.



# MEDICIÓN DE CAMPAÑAS



Inicio Futbol Fútbol Sala Real Murcia Basket Editorial Multimedia Otros Deportes f

MOTO GP, MOTOR

## LAS 9 CARRERAS QUE SE HAN DECIDIDO EN LA ÚLTIMA VUELTA

16	Villarreal	8	8	0	1	3	-1
17	Athletic Bilbao	7	7	1	2	2	-4
18	Leganés	7	8	2	1	1	-5
19	Rayo Vallecano	5	7	0	1	2	-8
20	Huesca	5	8	0	1	2	-11

XGCU

Te presentamos **Amazon Music Unlimited**  
Más de 50 millones de canciones. [Más información](#)



1ª DIVISIÓN - LIGA BBVA, FUTBOL, FUTBOL NACIONAL E INTERNACIONAL  
**EL ONCE DE LUJO QUE NUNCA HA GANADO UNA CHAMPIONS LEAGUE**

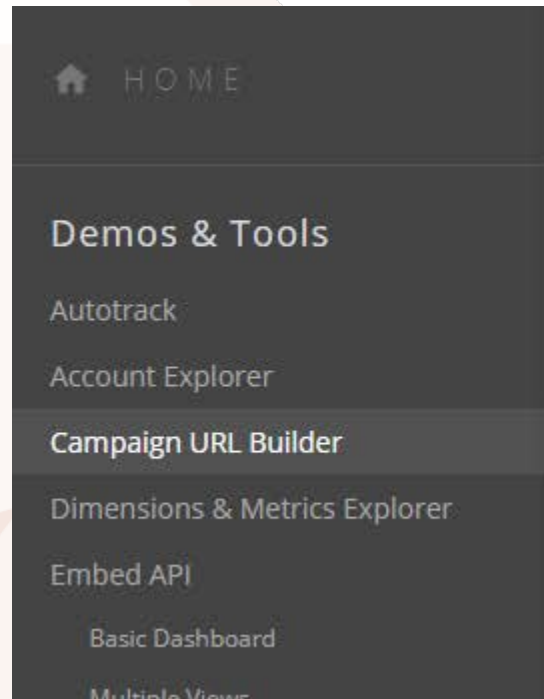


1ª DIVISIÓN - LIGA BBVA, FUTBOL, FUTBOL NACIONAL E INTERNACIONAL  
**ANDRÉ SILVA Y OTROS FUTBOLISTAS QUE MARCARON 7 GOLES EN LAS PRIMERAS 7 JORNADAS**

HOSTING SSD  
RAIOLANETWORKS.ES  
DESDE 6,95 €



# MEDICIÓN DE CAMPAÑAS



 Google Analytics | Demos & Tools

## Campaign URL Builder

This tool allows you to easily add campaign parameters to URLs so you can track **Custom Campaigns** in Google Analytics.

Enter the website URL and campaign information



# MEDICIÓN DE CAMPAÑAS

Enter the website URL and campaign information

Fill out the required fields (marked with \*) in the form below, and once complete the full campaign URL will be generated for you. *Note: the generated URL is automatically updated as you make changes.*

\* Website URL   
The full website URL (e.g. `https://www.example.com`)

\* Campaign Source   
The referrer: (e.g. `google`, `newsletter`)

Campaign Medium   
Marketing medium: (e.g. `cpc`, `banner`, `email`)

Campaign Name   
Product, promo code, or slogan (e.g. `spring_sale`)

Campaign Term   
Identify the paid keywords

Campaign Content   
Use to differentiate ads

---

Share the generated campaign URL

Use this URL in any promotional channels you want to be associated with this custom campaign

Set the campaign parameters in the fragment portion of the URL (not recommended).

URL Destino de la campaña

Datos que aparecerán en Google Analytics





# MEDICIÓN DE CAMPAÑAS

Buscar informes y artículos

EN TIEMPO REAL

AUDIENCIA

ADQUISICIÓN

Visión general

Todo el tráfico

Google Ads

Search Console

Medios sociales

Campañas

Todas las campañas

Palabras clave de pago

Palabras clave orgánicas

Análisis de costes

COMPORTEAMIENTO

CONVERSIONES

DESCUBRIR

ADMINISTRAR

Dimensión primaria: **Campaña** Fuente Medio Fuente/Medio Otros

Incluir en gráfico Dimensión secundaria Ordenar por tipo: Predeterminado

avanzado

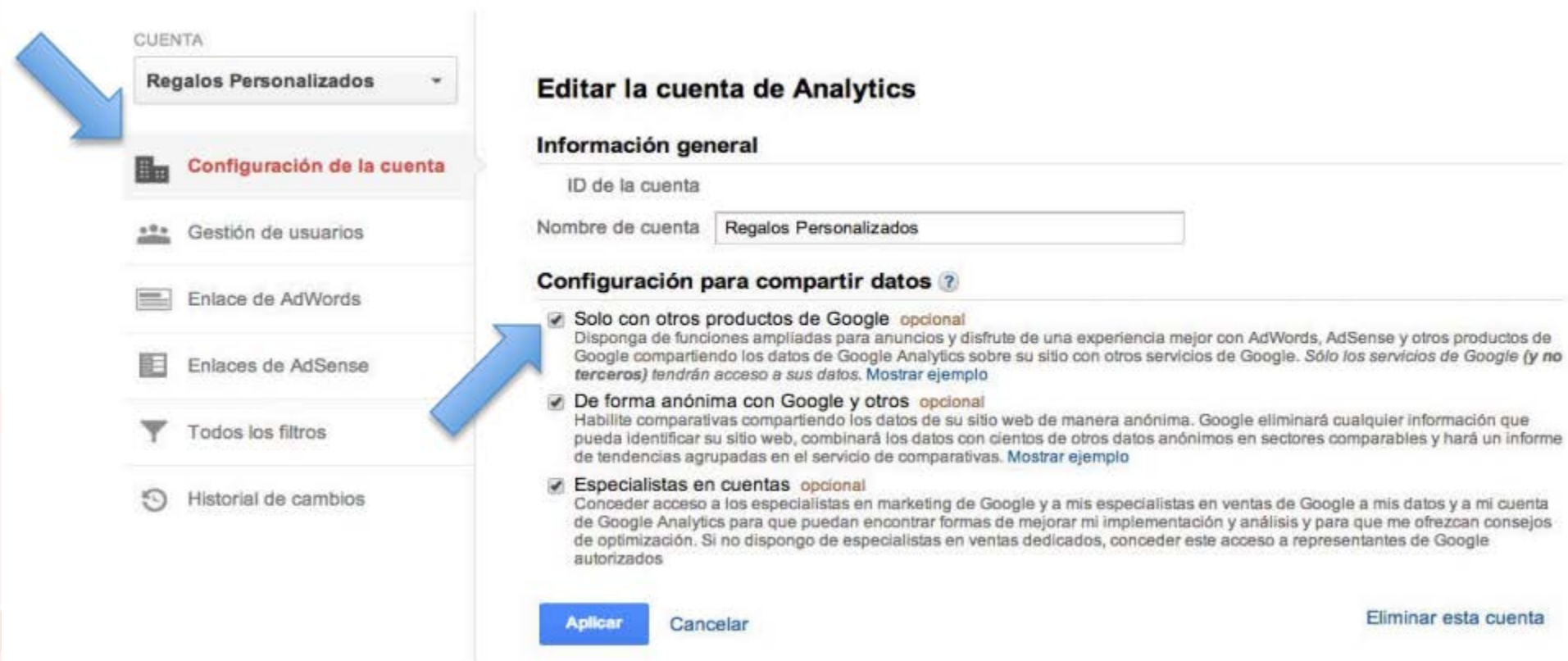
Campaña	Adquisición			Comportamiento			Conversiones		
	Usuarios	Usuarios nuevos	Sesiones	Porcentaje de rebote	Páginas/sesión	Duración media de la sesión	Información de contacto (Tasa de conversión del objetivo 1)	Información de contacto (Consecuciones del objetivo 1)	Información de contacto (Valor del objetivo 1)
	0 % del total: 0,00 % (0)	1.146 % del total: 0,18 % (619.971)	13.678 % del total: 1,91 % (714.310)	67,93 % Media de la vista: 47,63 % (42,61 %)	1,31 Media de la vista: 1,18 (10,79 %)	00:00:44 Media de la vista: 00:00:49 (-10,88 %)	0,17 % Media de la vista: 0,17 % (-2,82 %)	23 % del total: 1,86 % (1.236)	0,00 € % del total: 0,00 % (0,00 €)
1. 10-cosas-que-no-debes-hacer-con-tu-blog-parte-2	0 (0,00 %)	0 (0,00 %)	23 (0,17 %)	56,52 %	6,43	00:11:11	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 € (0,00 %)
2. a7014d0eba-Respuestas_Webinar9_13_2015	0 (0,00 %)	21 (1,83 %)	46 (0,34 %)	63,04 %	2,76	00:03:36	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 € (0,00 %)
3. acelerar-la-carga-de-tu-pagina-web-y-consigue-mejores-resultados	0 (0,00 %)	0 (0,00 %)	1 (0,01 %)	100,00 %	1,00	00:00:00	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 € (0,00 %)
4. ba1ff46773-Seobox12_30_2015	0 (0,00 %)	41 (3,58 %)	97 (0,71 %)	54,64 %	2,38	00:04:25	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 € (0,00 %)
5. banner Interdeportes	0 (0,00 %)	0 (0,00 %)	4 (0,03 %)	75,00 %	1,25	00:00:03	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 € (0,00 %)
6. buffer	0 (0,00 %)	644 (56,20 %)	1.047 (7,65 %)	23,88 %	1,32	00:01:31	0,29 %	3 (13,04 %)	0,00 € (0,00 %)
7. causas-de-una-penalizacion-de-google	0 (0,00 %)	0 (0,00 %)	1 (0,01 %)	0,00 %	6,00	00:07:57	100,00 %	1 (4,35 %)	0,00 € (0,00 %)
8. como-crear-un-post-de-4000-visitas	0 (0,00 %)	0 (0,00 %)	1 (0,01 %)	0,00 %	1,00	00:00:10	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 € (0,00 %)
9. crowdfire	0 (0,00 %)	6 (0,52 %)	11 (0,08 %)	0,00 %	0,91	00:00:26	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 € (0,00 %)
10. Elblogdelseo	0 (0,00 %)	0 (0,00 %)	21 (0,15 %)	47,62 %	2,19	00:05:45	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 € (0,00 %)

Mostrar filas: 10 Ir a: 1 1 - 10 de 22

Este informe se creó el 9/10/18 a las 0:34:13. - Actualizar informe



# INTEGRACIÓN CON ADWORDS



**CUENTA**  
Regalos Personalizados

**Configuración de la cuenta**

- Gestión de usuarios
- Enlace de AdWords
- Enlaces de AdSense
- Todos los filtros
- Historial de cambios

## Editar la cuenta de Analytics

### Información general

ID de la cuenta

Nombre de cuenta: Regalos Personalizados

### Configuración para compartir datos ?

- Solo con otros productos de Google** *opcional*  
Disponga de funciones ampliadas para anuncios y disfrute de una experiencia mejor con AdWords, AdSense y otros productos de Google compartiendo los datos de Google Analytics sobre su sitio con otros servicios de Google. *Sólo los servicios de Google (y no terceros) tendrán acceso a sus datos.* [Mostrar ejemplo](#)
- De forma anónima con Google y otros** *opcional*  
Habilite comparativas compartiendo los datos de su sitio web de manera anónima. Google eliminará cualquier información que pueda identificar su sitio web, combinará los datos con cientos de otros datos anónimos en sectores comparables y hará un informe de tendencias agrupadas en el servicio de comparativas. [Mostrar ejemplo](#)
- Especialistas en cuentas** *opcional*  
Conceder acceso a los especialistas en marketing de Google y a mis especialistas en ventas de Google a mis datos y a mi cuenta de Google Analytics para que puedan encontrar formas de mejorar mi implementación y análisis y para que me ofrezcan consejos de optimización. Si no dispongo de especialistas en ventas dedicados, conceder este acceso a representantes de Google autorizados.

**Aplicar**    Cancelar    Eliminar esta cuenta



# INTEGRACIÓN CON ADWORDS

The screenshot shows the Google Analytics account management interface. On the left is a sidebar menu with the following items: 'Regalos Personalizados' (selected), 'Configuración de la cuenta', 'Gestión de usuarios', 'Enlace de AdWords' (highlighted), 'Enlaces de AdSense', 'Todos los filtros', and 'Historial de cambios'. The main content area is titled 'Cuentas de AdWords enlazadas con Regalos Personalizados'. It features a '+ Nuevo enlace' button with a blue arrow pointing to it, a search bar, and a table with one row: 'Cuenta de AdWords' with a dropdown arrow and 'Uso en Analytics'. Below the table, it says 'No hay datos para esta vista.' and includes pagination controls: 'Mostrar filas: 25', 'Ir a: 1', and '1 - 0 de 0'.



# INTEGRACIÓN CON ADWORDS

CUENTA

Regalos Personalizados

Configuración de la cuenta

Gestión de usuarios

**Enlace de AdWords**

Enlaces de AdSense

Todos los filtros

Historial de cambios

### Enlazar las cuentas de AdWords y de Analytics

**Seleccionar una cuenta** [Editar](#)

760-138-1012 Artpress

### Configurar un enlace

¿A qué vistas de Analytics se debería enlazar esta cuenta de AdWords?

1 vista seleccionada

El etiquetado automático ya está habilitado en su cuenta de AdWords.  
El etiquetado automático permite que Analytics asocie automáticamente datos de AdWords con clics de clientes.

**Enlazar cuentas** [Cancelar](#)



# INTEGRACIÓN CON ADWORDS

Google AdWords

Página principal Campañas Oportunidades Herramientas y análisis Facturación **MI cuenta** Ayuda

**Acceso a la cuenta**

- Cuentas enlazadas**
- Google Analytics
- Herramientas para webmasters
- Ajustes de notificación
- Preferencias

## Cuentas enlazadas

Optimice sus campañas de un modo más efectivo mediante la incorporación de datos valiosos de otros servicios de Google a sus informes de AdWords.

### Google Analytics

Consiga una mayor visibilidad del comportamiento de los usuarios que entran en su sitio después de hacer clic en su anuncio (promedio de páginas que visitan, tiempo que pasan en el sitio, etc.) importando las métricas de interacción con el sitio de Google Analytics.

[Ver detalles »](#)

### Herramientas para webmasters

Observe cómo funcionan sus anuncios y listas de búsqueda orgánica (tanto juntos como por separado) importando resultados de la búsqueda orgánica de las Herramientas para webmasters.

[Ver detalles »](#)



## FILTROS

Los filtros sirven para limitar o modificar los datos de una vista. Puede usarlos para excluir tráfico de direcciones IP concretas, incluir sólo datos de subdominios o directorios específicos, o convertir las URL de páginas dinámicas en cadenas de texto legibles.



## TIPOS DE FILTROS: Incluir / Excluir

Filter Information

**Filter Name**  
Remove "directory" from Request URI

**Filter Type**  
Predefined Custom

Exclude  
 Include  
 Lowercase  
 Uppercase  
 Search and Replace

**Filter Field**  
Request URI

**Search String**  
/directory/

**Replace String** optional  
/

Case Sensitive

## EJEMPLOS:

- VISTAS CON Y SIN WWW
- REEMPLAZAR DIRECCIONES URL DIFÍCILES
- REEMPLAZAR CADENAS DE DIRECCIONES URL



## INFORMES PERSONALIZADOS

SELECCIÓN DE MÉTRICAS QUE QUEREMOS VER EN UN INFORME DISEÑADO EN BASE A LAS NECESIDADES DEL ADMINISTRADOR





## INFORMES PERSONALIZADOS

- NO SEPARAN DATOS
- COMBINAN MÉTRICAS Y DIMENSIONES
- SOLAMENTE MUESTRA LOS DATOS QUE NECESITAMOS



## INFORMES PERSONALIZADOS

### DIMENSIONES

LAS DIMENSIONES SON ATRIBUTOS DE LOS DATOS.

### MÉTRICAS

SON DIMENSIONES CUANTITATIVAS MEDIBLES.

DIMENSIÓN	MÉTRICA	MÉTRICA
Ciudad	Sesiones	Páginas / sesión
Aranjuez	5000	3,74
Berlín	4000	4,55

<https://developers.google.com/analytics/devguides/reporting/core/dimsmets#cats=user>



## CREAR INFORMES PERSONALIZADOS

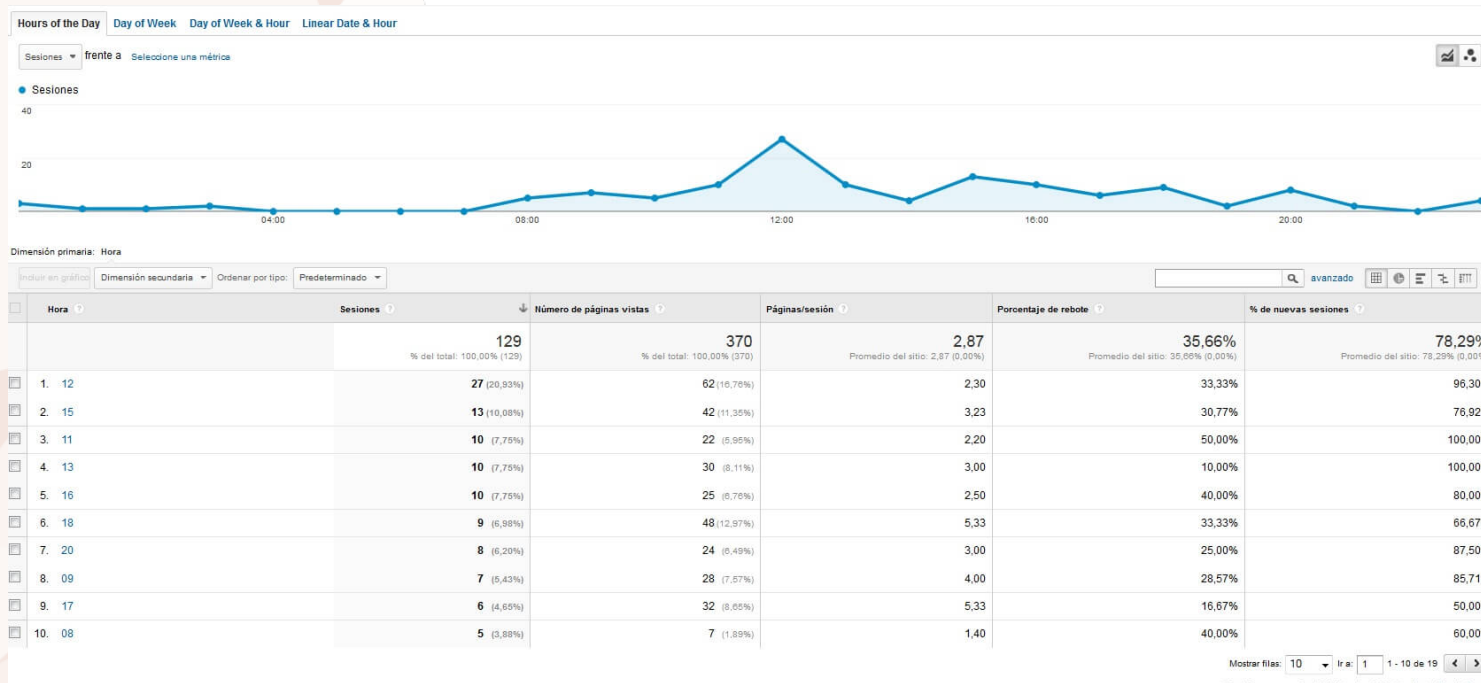


## CREAR INFORMES PERSONALIZADOS



## CREAR INFORMES PERSONALIZADOS

# INFORME PARA EL SEGUIMIENTO DE VISITAS POR HORA Y DÍA



Pincha aquí para Insertarlo en tu Google Analytics



## CREAR SEGMENTOS

Un segmento es un subconjunto de datos de Analytics. Fija la atención sobre un conjunto de datos y excluye el resto.



## CREAR SEGMENTOS

- No elimina información anterior
- Comparación directa de las dimensiones y métricas
- Diferencia con filtros (los filtros eliminan información anterior)



## TIPOS DE SEGMENTOS

- DEMOGRÁFICOS
- TECNOLOGÍA
- FECHA DE PRIMERA SESIÓN
- FUENTES DE TRÁFICO
- AVANZADOS
  - CONDICIONES
  - SECUENCIAS





# TIPOS DE SEGMENTOS

## Demográficos

Nombre del segmento  Guardar Cancelar Vista previa

- Datos demográficos**

**Datos demográficos**  
Permite segmentar a los usuarios por datos demográficos.

Edad <sup>?</sup>  18-24  25-34  35-44  45-54  55-64  65+

Sexo <sup>?</sup>  Female  Male  Unknown

Idioma <sup>?</sup>  contiene

Categoría de afinidad (cobertura) <sup>?</sup>  contiene

Segmento de mercado <sup>?</sup>  contiene

Otra categoría <sup>?</sup>  contiene

Ubicación <sup>?</sup>  Continente  contiene
- Tecnología
- Comportamiento
- Fecha de la primera sesión
- Fuentes de tráfico
- Opciones avanzadas
- Condiciones
- Secuencias

## Tecnología usada

- Datos demográficos**
- Tecnología**

Permite segmentar las sesiones de los usuarios por características tecnológicas de la Web y de los dispositivos.

Sistema operativo <sup>?</sup>  contiene

Versión del sistema operativo <sup>?</sup>  contiene

Navegador <sup>?</sup>  contiene

Versión de navegador <sup>?</sup>  contiene

Resolución de pantalla <sup>?</sup>  contiene

Categoría de dispositivo <sup>?</sup>  contiene

Móvil (tablet incluido) <sup>?</sup>  Yes  No

Marca del dispositivo móvil <sup>?</sup>  contiene

Modelo de dispositivo móvil <sup>?</sup>  contiene
- Comportamiento
- Fecha de la primera sesión
- Fuentes de tráfico
- Opciones avanzadas
- Condiciones
- Secuencias



# TIPOS DE SEGMENTOS

## COMPORTAMIENTO

Nombre del segmento  Guardar Cancelar Vista previa

Datos demográficos	<b>Comportamiento</b> Permite segmentar a los usuarios por frecuencia de visitas y de transacciones.
Tecnología	
<b>Comportamiento</b>	
Fecha de la primera sesión	
Fuentes de tráfico	
Opciones avanzadas	
Condiciones	Sesiones <span>?</span> = <input type="text"/>
Secuencias	Días transcurridos desde la última sesión <span>?</span> = <input type="text"/>
	Transacciones <span>?</span> por usuario    = <input type="text"/>
	Duración de la sesión <span>?</span> por usuario    = <input type="text"/>

## FECHA 1ª SESIÓN

Nombre del segmento  Guardar Cancelar Vista previa

Datos demográficos	<b>Fecha de la primera sesión</b> Permite segmentar a los usuarios (crear cohortes) por primera visita.
Tecnología	
<b>Comportamiento</b>	
<b>Fecha de la primera sesión</b>	
Fuentes de tráfico	
Opciones avanzadas	
Condiciones	Primera sesión <span>?</span> está entre <input type="text"/> y <input type="text"/>
Secuencias	



# TIPOS DE SEGMENTOS

## FUENTES DE TRÁFICO

**Datos demográficos**

**Tecnología**

**Comportamiento**

**Fecha de la primera sesión**

**Fuentes de tráfico**

**Opciones avanzadas**

**Condiciones**

**Secuencias**

### Fuentes de tráfico

Permite segmentar a los usuarios por cómo le han encontrado.

Campaña ?

Medio ?

Fuente ?

Palabra clave ?



## SEGMENTOS PERSONALIZADOS

Pincha aquí para Insertarlo en tu  
**Google Analytics**



<https://www.elblogdelseo.com/recursos-para-google-analytics/>



## CUADROS DE MANDO

Los cuadros de mando son pantallas de datos confeccionadas a medida para tener una visión global de una parte analizable del proyecto.



# CUADROS DE MANDO

Buscar informes y artículos

PÁGINA PRINCIPAL

**PERSONALIZACIÓN**

Paneles

Informes personalizados

Informes guardados

Alertas personalizadas

Informes

EN TIEMPO REAL

AUDIENCIA

ADQUISICIÓN

COMPORTAMIENTO

CONVERSIONES

DESCUBRIR

Consulte sus audiencias, adquisiciones y comportamientos en un formato totalmente nuevo. ¡Pruebe Google Data Studio!

## Dashboards

CREAR

Nombre

Panel sin título

Redes sociales 2

Cuadro de mando SEO -2

Cuadro de mando Social Media -2

Análisis general del tráfico del blog -2

Visitas en tiempo real beta

Panel sin título

Visitas en tiempo real beta

Tiempo real

Social Media Pannel

Crear panel

Lienco en blanco

Panel inicial

Panel sin título

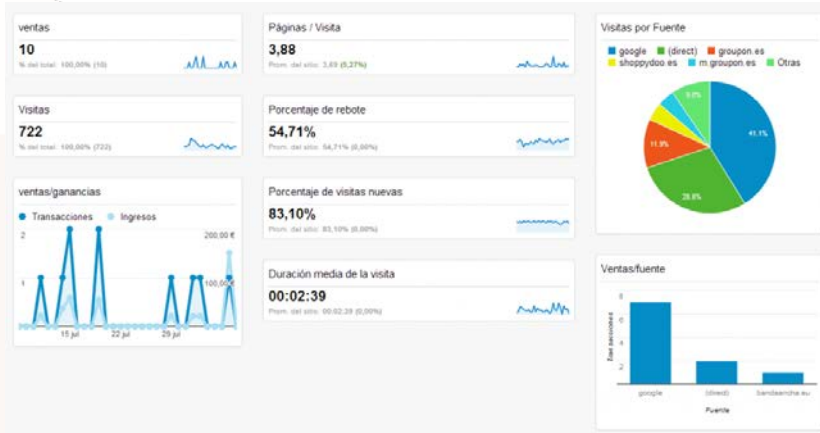
Crear panel Importar desde la galería Cancelar

Mostrar las filas 10 1: 10 de 16

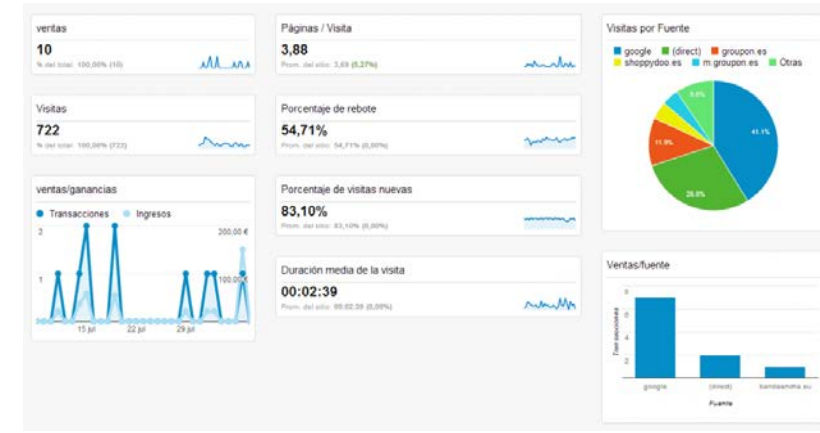


# CUADROS DE MANDO

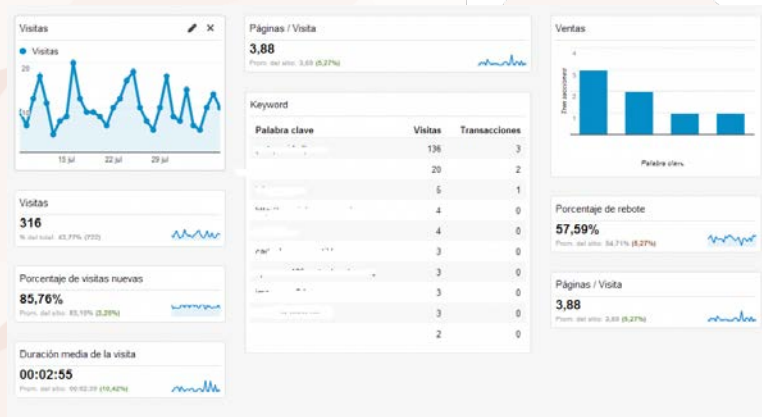
## E-COMMERCE



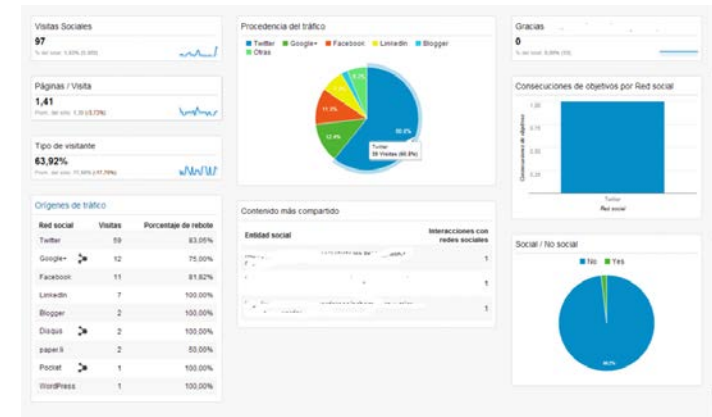
## REFERENCIAS



## SEO



## RRSS



## CUADROS DE MANDO PERSONALIZADOS

Pincha aquí para Insertarlo en tu  
**Google Analytics**



<https://www.elblogdelseo.com/recursos-para-google-analytics/>





# Herramientas de visualización de Usuario

 **#talleresCECARM**

# 3



## HERRAMIENTAS DE VISUALIZACIÓN

Smartlook

Yandex

Metrica



## HERRAMIENTAS DE VISUALIZACIÓN

info@seostar.es  
Trial

AMPLIAR

Grabaciones Heatmaps Eventos Funnels

Visitas/mes ————— Tu paquete: Trial - 10 días quedan

# Smartlook

































Resultados 479

CREAR FILTRO

PERSONALIZAR LA INFORMACIÓN

Buscar visitantes, clics, visitas a páginas y más

Todos los visitantes

 TyXEi88N15h 1	 9 de octubre de 2018 1:43	1 eventos 00:05   1 páginas	  Lima
 akip2G0NdZ3 3	 9 de octubre de 2018 1:36	1 eventos 00:29   1 páginas	  Alausí
 nqNB-hleo6Z_ 1	 9 de octubre de 2018 0:52	1 eventos 02:23   1 páginas	  Tuxtla Gutiérrez
 nkbi-lzEV153 1	 9 de octubre de 2018 0:31	1 eventos 01:37   1 páginas	  La Habana
 aeNOdtMidc0 1	 9 de octubre de 2018 0:14	2 eventos 00:16   1 páginas	  Lima
 npSKdyhi1Z_ 1	 8 de octubre de 2018 23:58	1 eventos 00:26   1 páginas	  Peru
 TXiXliteSdZ_ 1	 8 de octubre de 2018 23:40	2 eventos 04:08   1 páginas	  La Paz
 p1sYPTHa1c3 1	 8 de octubre de 2018 23:29	1 eventos 00:08   1 páginas	  Guayaquil



## YANDEX METRICA

Seostar ▾ www.seostar.es · 33615164

### Session Replay 🔖

Today Yesterday **Week** 📅 3 — 9 Oct 2018

🔽 Segment ▾

Sessions in which + for people with +

Show favorite sessions Show un-viewed sessions Mark all sessions as viewed

Arrange columns

Date and time of visit	Activity	Time on site	Pageview	Search phrase	Referring site	Session number	Goals
01:47	📄	0:08	2			1	🔽 1



# Otras herramientas de Analítica Web

# 4

 **#talleresCECARM**



## GOOGLE TAG MANAGER



Google Tag Manager



## GOOGLE TAG MANAGER

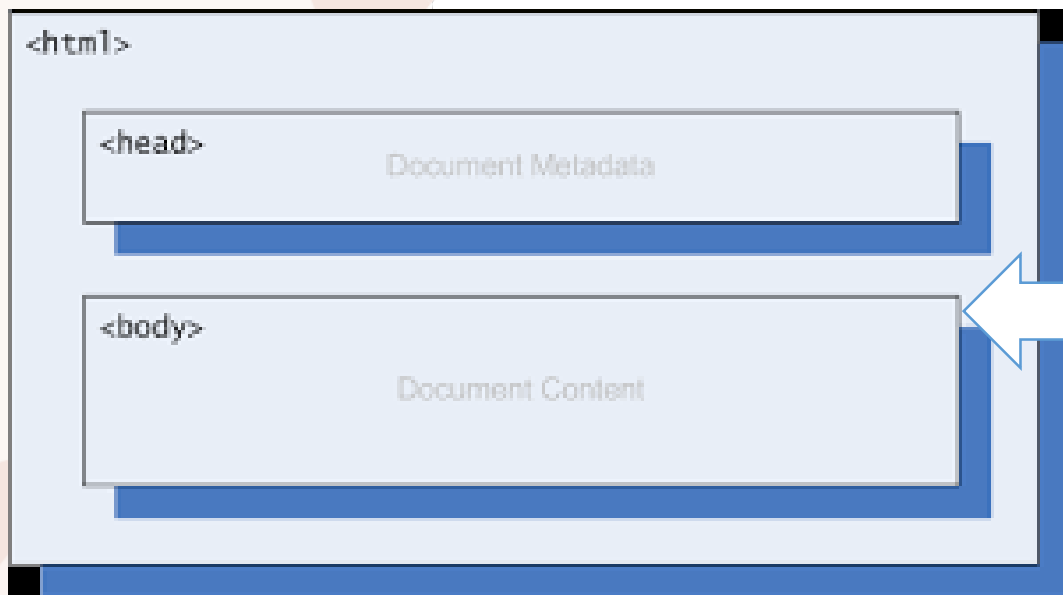
¿Para qué podemos utilizar Tag Manager?

- Integración de Plataformas (píxeles): Analytics, Yandex...
- Trackear botones y enlaces.
- Segmentar audiencia en Facebook por eventos: Vídeos, botones, visualización de porcentaje de vídeos...
- Cómo saber la categoría más interesante en nuestra web.
- Interacción de usuario para automatización.



# GOOGLE TAG MANAGER

## ¿Cómo lo instalamos?



INSERTAMOS EL CÓDIGO EN EL **BODY** DE NUESTRA WEB EN MODO CÓDIGO.





## GOOGLE TAG MANAGER

¿Cómo lo instalamos?



DuracellTomi's Google Tag Manager para WordPress

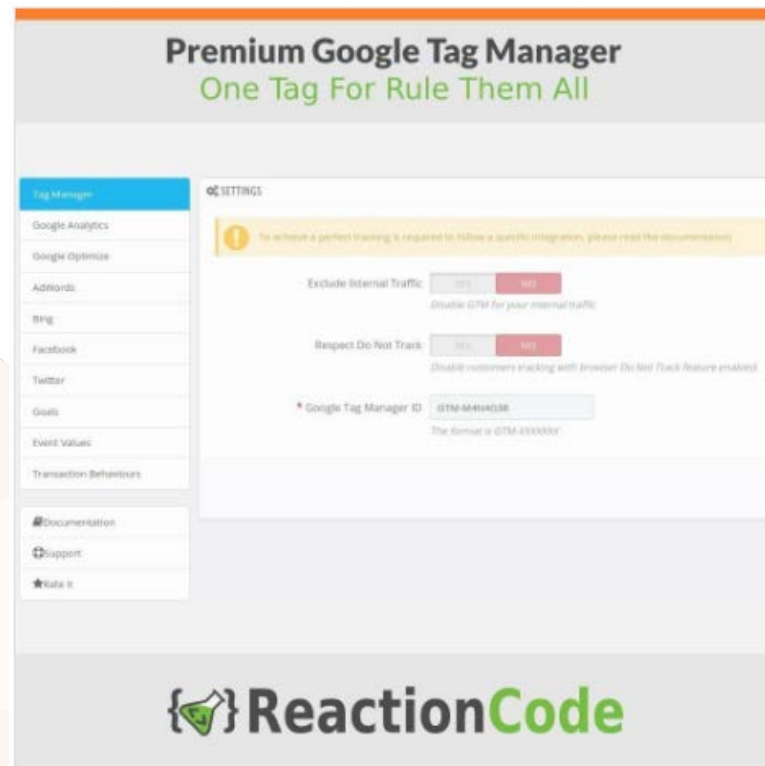


Escanea el código o haz clic en él para descargar el plugin



# GOOGLE TAG MANAGER

## ¿Cómo lo instalamos?



Escanea el código o haz clic en él para descargar el plugin



## GOOGLE TAG MANAGER

¿Debo quitar todos los códigos de la Web si instalamos Tag Manager?

SÍ, ES LO RECOMENDABLE

Si instalamos Tag Manager en nuestra web debemos quitar todos los códigos “redundantes” que ya hemos instalado en Tag Manager.



## HERRAMIENTAS DE VISUALIZACIÓN



## HERRAMIENTAS DE VISUALIZACIÓN

¿Tu página web está optimizada para móviles?

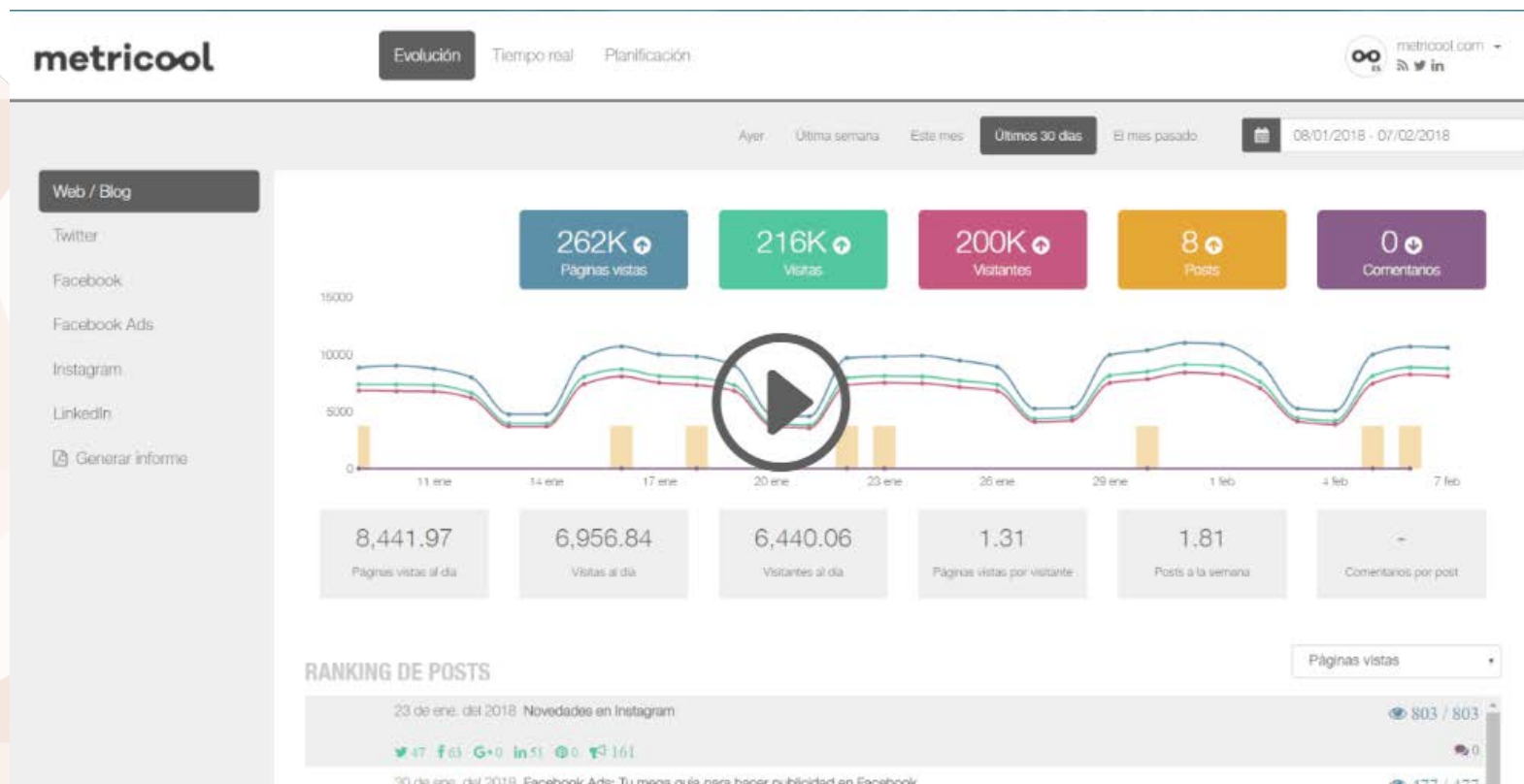


Escribe la URL que quieras probar

EJECUTAR PRUEBA



## HERRAMIENTAS DE VISUALIZACIÓN



## HERRAMIENTAS DE VISUALIZACIÓN

Suben

22

Bajan

35

Clicks

473

Top 3

20   -1

Top 10

32   -2

Top 20

39   -8

★ 0
↑ 22
↓ 35
🔥 16
🌿 1
⊕ 100

Actualizado: 08/10/2018   154 resultados de 154
 Últimos 3 meses   Todos   Busca en columna Criterios



<input type="checkbox"/>	Palabra clave	Actual	Ant.	Bús.	Clicks	URLs
<input type="checkbox"/>	de obra	1	4	110	61	/redes-de-obra-20
<input type="checkbox"/>	os forestales	1	1	0	0	/arneses-certificados/arnes-para-trabajos-forestales-y-poda-19.html
<input type="checkbox"/>	d	1	4	590	325	/redes-de-obra-20
<input type="checkbox"/>	nticaidas	1	2	0	0	/redes-de-obra-20
<input type="checkbox"/>	e obra antica das	1	3 <span style="background-color: #27ae60; color: white; border-radius: 50%; padding: 2px;">+1</span>	0	0	/redes-de-obra-20
<input type="checkbox"/>	comprar redes de obra	1	4	10	6	/redes-de-obra-20
<input type="checkbox"/>	eslinga aramida regulable	1	4	0	0	/cuerdas-y-eslingas/cuerda-16-metros-amarre-regulable-lb200-88.html
<input type="checkbox"/>	guantes antigolpes	1	2	30	19	/guantes-de-proteccion-54
<input type="checkbox"/>	casco climber ajustable	2	1 <span style="background-color: #27ae60; color: white; border-radius: 50%; padding: 2px;">+1</span>	0	0	/cascos-de-seguridad/casco-climber-ajustable-rosca-dielectrico-ref80660-170.html



## HERRAMIENTAS DE VISUALIZACIÓN



<https://www.seobox.club/ELBLOGDELSEO>





# Tips de Analítica Web

# 5

 **#talleresCECARM**



# ELIMINAR EL REFERRAL SPAM A TRAVÉS DE SEGMENTOS PERSONALIZADOS

Candidatos a SPAM 🔒 Guardar Cancelar Vista previa

Datos demográficos

Tecnología

Comportamiento

Fecha de la primera sesión

Fuentes de tráfico

Opciones avanzadas

**Condiciones** 1

Secuencias

**Condiciones**  
Permite segmentar a los usuarios y/o sus sesiones por la naturaleza de una o varias sesiones.

Filtro Sesiones  Incluir

Rebotes   O BIEN

Y \_\_\_\_\_

Tiempo en la página  por sesión   O BIEN

Y \_\_\_\_\_

Número de páginas por sesión   O BIEN

<https://analytics.google.com/analytics/web/template?uid=Q6D93DMsQM-EN9qguaDMFQ>



# ALERTAS PERSONALIZADAS

Google Analytics Página principal Informes Personalización **Administrador**

Administración > Alertas personalizadas > Alerta personalizada nueva

**Muyamba / Muyamba / Muyamba**

VER

← **Muyamba** ▾

- Ver configuración
- Gestión de usuarios
- Objetivos
- Agrupación de contenido
- Filtros
- Configuración del canal
- Configuración de comercio electrónico

Nombre de la alerta:

Aplicar a: **Muyamba** y  ▾

Período:  ▾

Enviame un correo electrónico cuando la alerta se active

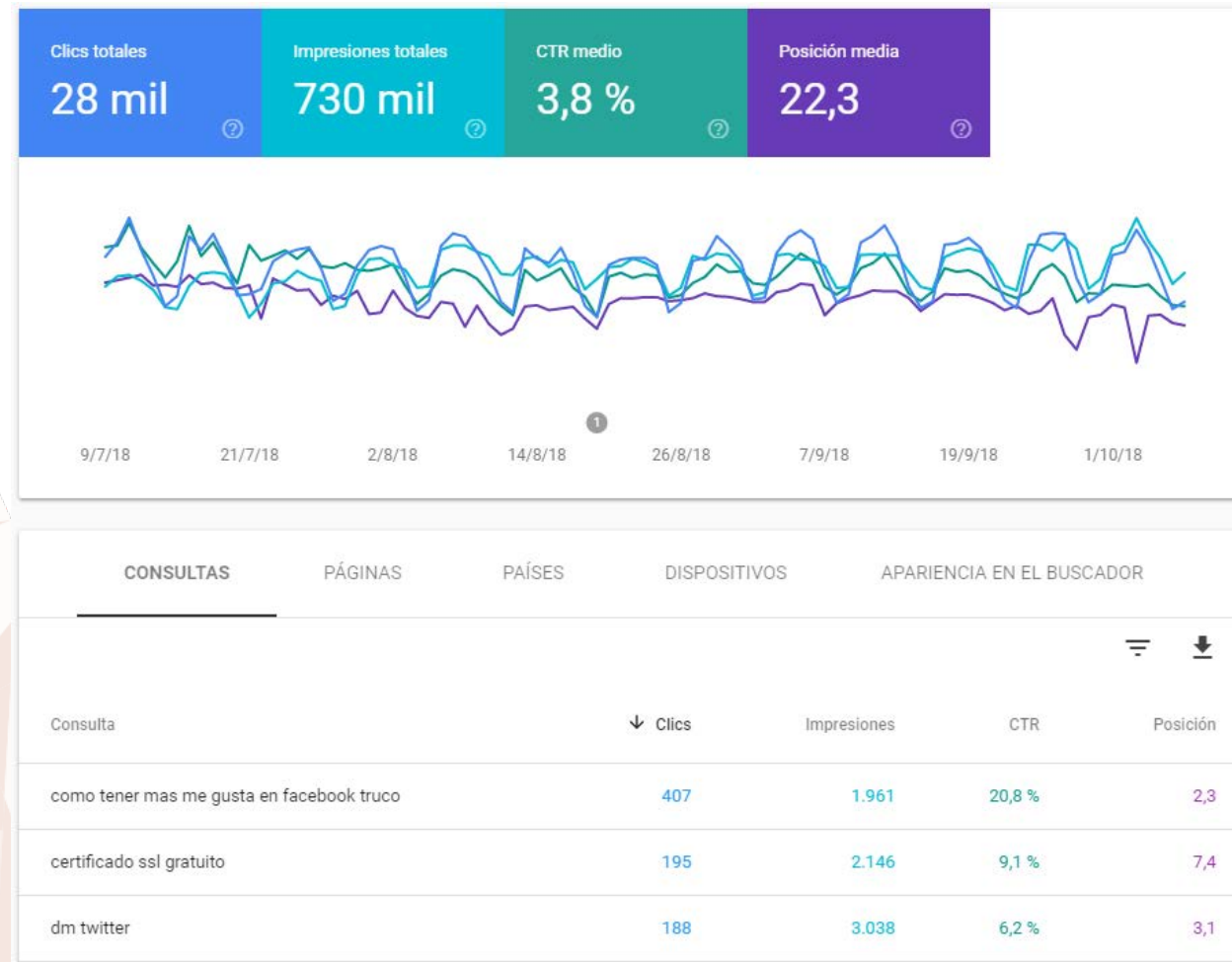
**Condiciones de alerta**

Esto corresponde a  ▾

Alertame cuando	Condición	Valor
<input type="text" value="Sesiones"/> ▾	<input type="text" value="Es menor que"/> ▾	<input type="text"/>



## CTR CON SEARCH CONSOLE



## CONFIGURAR BUSCADOR INTERNO

The screenshot shows the GA Admin interface for configuring internal search. The left sidebar contains navigation options like 'ADMINISTRAR' and 'USUARIO'. The main content area is titled 'Configuración de la vista' and includes settings for location (España), time zone (GMT +02:00 hora de España), and search configuration. The 'Configuración de búsqueda en el sitio' section is highlighted with a red box, showing the 'Seguimiento de la búsqueda en el sitio' toggle set to 'ACTIVA'. Below it, the 'Parámetro de consulta' field is highlighted with a red box and contains the text '?s='. A blue arrow points from this field to the text 'Paso 2: Anotar el parámetro de consulta de búsqueda: ?s= y ponerlo en GA'.

Paso 1: Realizar una búsqueda interna y ver la URL que genera.

<https://www.elblogdelseo.com/?s=TRUCOS>

Paso 2: Anotar el parámetro de consulta de búsqueda: ?s= y ponerlo en GA



## Saber cuándo puedo publicar un post

	A	B	C	D	E	F
1		Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes
2	0:00	42	113	95	99	89
3	1:00	47	75	88	69	73
4	2:00	48	86	8	67	58
5	3:00	43	73	58	55	5
6	4:00	43	76	73	48	64
7	5:00	43	72	62	63	58
8	6:00	33	67	52	48	44
9	7:00	37	4	38	44	5
10	8:00	4	36	33	51	24
11	9:00	6	46	42	55	39
12	10:00	7	49	51	46	31
13	11:00	71	68	61	56	45
14	12:00	63	58	55	57	4
15	13:00	64	62	73	66	43
16	14:00	49	72	59	42	57
17	15:00	56	62	57	64	49
18	16:00	98	85	105	92	62
19	17:00	109	119	95	117	74
20	18:00	91	93	107	101	83
21	19:00	84	108	1	122	7
22	20:00	82	94	86	96	59
23	21:00	99	109	83	9	82
24	22:00	81	83	98	93	57
25	23:00	84	106	97	102	74
26						



Escanea el código o haz clic en él para ir al contenido



# Analítica Web

Gracias

 #talleresCECARM

Antonio López | @ElblogdelSEO | [elblogdelseo.com](http://elblogdelseo.com)

