



Centro Internacional  
de Formación Financiera

CIFF Trustees:



# Analítica Web

Introducción a Google Analytics

Héctor Merodio

MASTER EN BUSINESS ANALYTICS & BIG DATA  
2014 – 2015



- Descubrir la interfaz.
- Dominar los informes.
- Saber etiquetar campañas e identificar las fuentes de tráfico.



CIFF

# ¡Ahora vamos a Google Analytics!

Google

The screenshot displays the Google Analytics interface with two main windows side-by-side.

**Left Window (Información general):**

- Visitas activas en el sitio:** 1106 (66% recurrentes, 34% nuevos).
- Páginas vistas:** Gráfico de líneas que muestra el número de páginas vistas por minuto y por segundo.
- Referencias principales:** Tabla que enumera las fuentes principales de tráfico.
- Principales páginas activas:** Tabla que enumera las páginas más visitadas.
- Traffic social principal:** Tabla que enumera las fuentes de tráfico social.
- Palabras clave principales:** Tabla que enumera las palabras clave más utilizadas.
- Ubicaciones principales:** Mapa mundial con un marcador rojo sobre la Península Ibérica.

**Right Window (Visión general de público):**

- Visitas:** Gráfico de líneas que muestra el número de visitas diarias entre el 29 de enero y el 19 de febrero.
- 17.393 usuarios han visitado este sitio:** Sección que resume los datos principales de los visitantes.
- Datos demográficos:** Tabla que enumera los idiomas, países/territorios, ciudades, sistemas operativos y navegadores más comunes.
- Idioma:** Tabla que enumera los idiomas más utilizados.
- Visitas % Visitas:** Tabla que enumera los países/territorios y sistemas operativos más visitados.

ANALÍTICA WEB

# Organización de las cuentas

Google®

The screenshot shows the Google Analytics interface with the following navigation bar:

- Home
- Informes
- Personalización
- Administrador

Below the navigation bar, there are sorting and filtering options:

- Sort buttons: down arrow, up arrow.
- Mode button: modo (grid).
- View mode buttons: list, grid.

Table columns:

- Sesiones (Sessions)
- Duración media de la sesión (Average session duration)

Data rows (with red arrows pointing to specific items):

- EJERCICIOS
  - Ejercicios de Clase (UA-44911045-1)
- Seraphita
  - Muestra datos Campaña
  - Seraphita (UA-27474628-1)
- Seraphita

**Cuenta** (points to the first Seraphita row)  
**Propiedad Web** (points to the second Seraphita row)  
**Vista** (points to the third Seraphita row)

	Sesiones	Duración media de la sesión
EJERCICIOS		
Ejercicios de Clase (UA-44911045-1)		
Seraphita	28	00:00:45
Muestra datos Campaña		
Seraphita (UA-27474628-1)		
Seraphita	3.782	00:04:10



# Estructura de perfiles

		Premium
01	Tráfico Global	52.058.320
011	Tráfico Global Sin Móvil	49.988.854
02	Tráfico Directo	1.703.146
03	Tráfico SEO Global	731.409
04	Tráfico SEO Branding	414.976
05	Tráfico SEO No-Branding	316.437
06	Tráfico SEM Global	1.152.458
07	Tráfico SEM Branding	870.859
08	Tráfico SEM No-Branding	283.344
09	Tráfico Afiliación Global	43.679.446
10	Tráfico Afiliación TradeDoubler	246.234
100	Traffic Global [REDACTED]	35.465.995
11	Tráfico Afiliación Zanox	266.817
12	Tráfico Afiliación Resto	43.166.502
13	Tráfico Agregadores Global	55.366
14	Tráfico Agregador [REDACTED]	52.385
15	Tráfico Agregador [REDACTED]	0
16	Tráfico Campañas E-mail Global	2.582.667
17	Tráfico Campañas Email AdPepper	2.565.665
18	Tráfico Campañas Email Anuntis	0
19	Tráfico Campañas Email [REDACTED]	0
20	Tráfico Campañas Display	518.407
200	- Dash GLOBAL s/afiliacion	701.495
201	- Dash [REDACTED] s/afiliacion	682.529
202	- Dash [REDACTED] s/afiliacion	29.268
203	- Dash MOVIL s/afiliacion	192.820

**Siempre un perfil de BACKUP sin filtros, objetivos ni personalizaciones**

Usar diferentes perfiles ofrece:

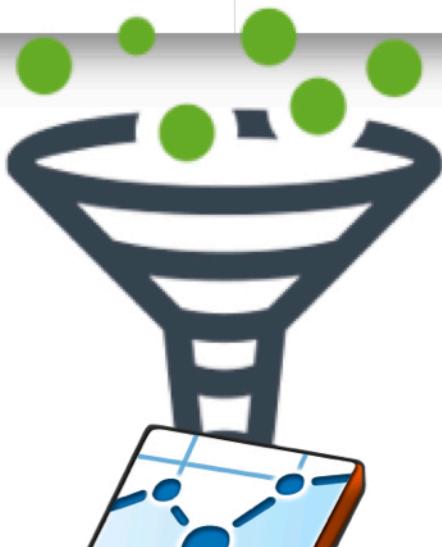
- Segmentar mejor el tráfico para el análisis
- Dar acceso a terceros sólo a los datos que nos interesa
- Reducir el muestreo a la hora de aplicar segmentos avanzados o filtros
- Centrarse en lo importante



CIFF

# Filtros para las vistas

Google™



VER  
All Traffic

Ver configuración  
Gestión de usuarios  
Objetivos  
Agrupación de contenido  
**Filtros** (highlighted with a red dashed box)  
Agrupación de canales

+ FILTRO NUEVO Asignar un orden a los filtros Search

Clasificación	Nombre del filtro	Tipo de filtro	Opciones
1	Add host	Avanzado	eliminar
2	Ampliar Not Provided	Avanzado	eliminar

Añadir filtro a la vista

Seleccionar un método para aplicar un filtro a una vista

Crear filtro nuevo  
 Aplicar filtro existente

Información del filtro

Nombre del filtro

Tipo de filtro  Filtro predefinido  Filtro personalizado

Del dominio del ISP   
(p. ej., midominio.com)

Distinción entre mayúsculas y minúsculas  Sí  No

Guardar Cancelar



CIFF

# Pantalla principal de Informes

Google

Google Analytics

Página principal **Informes** Personalización Administrador

esanchez@ojo@gmail.com ClaveLocal - https://www.clavelocal.com - 1 - 1.Global

17 de ene. de 2015 - 16 de feb. de 2015

Visión general de público

Correo electrónico Exportar ▾ Añadir al panel Acceso directo

Todas las sesiones 100,00 % + Agregar segmento

Sesiones frente a Seleccione una métrica

Sesiones

1.400

700

22 de ene. 29 de ene. 5 de feb. 12 de feb.

1.000

Visión general

Análisis de grupo **BETA**

Datos demográficos Intereses Información geográfica Comportamiento Tecnología Móvil Personalizado Comparativas Flujo de usuarios

Adquisición Comportamiento Conversiones

Audiencia

Visión general

Sesiones 12.346 Usuarios 9.211 Número de páginas vistas 21.314 Páginas/sesión 1,73

Duración media de la sesión 00:02:16 Porcentaje de rebote 71,93 % % de nuevas sesiones 67,66 %

New Visitor Returning Visitor

32,5% 67,5%

Datos demográficos

Idioma País Ciudad Sistema Navegador Sistema operativo Proveedor de servicios Móvil Sistema operativo Proveedor de servicios Resolución de pantalla

Idioma

1. es-es  
2. es  
3. en  
4. en-us  
5. es-419  
6. pt-br  
7. en-gb  
8. fr-fr  
9. it-it  
10. es-us

Sesiones % Sesiones

	Sesiones	% Sesiones
1. es-es	7.352	59,55 %
2. es	4.185	33,90 %
3. en	274	2,22 %
4. en-us	203	1,64 %
5. es-419	45	0,36 %
6. pt-br	31	0,25 %
7. en-gb	30	0,24 %
8. fr-fr	23	0,19 %
9. it-it	23	0,19 %
10. es-us	21	0,17 %

ver todo el informe

# Ayuda siempre a mano



Correo electrónico Exportar ▾ Añadir al panel Acceso directo Este informe se basa en 8.812 sesiones (100% de sesiones). [Más información](#) Respuesta más lenta, mayor precisión ▾ 

FORMACIÓN DE ANALYTICS

- 1 [Introduction to Audience Analysis](#)
- 2 [Compare mobile conversion rates](#)
- 3 [Target profitable geographic areas](#)
- 4 [Analytics Academy](#)

Utilice esta sección para conocer las características de su audiencia.

Los informes de audiencia le proporcionan la siguiente información:

- La demografía de sus audiencias. Vaya a **Público > Demografía**.
- La mezcla de usuarios nuevos y usuarios recurrentes, así como el nivel de interacción de los usuarios. Vaya a **Público > Comportamiento**.
- Los navegadores y las redes que se utilizan para acceder a su sitio o aplicación. Vaya a **Público > Tecnología**.
- Los dispositivos móviles que se utilizan para

**Audience Reports**

 Audience

Siempre tenemos a mano una potente ayuda con vídeo para refrescar conocimientos o profundizar en lo que ya sabemos



CIFF

# Y las alertas

Google™

The screenshot shows the Google Analytics dashboard with a red arrow pointing to the notification bell icon in the top right corner. The notifications panel displays several items:

- Habilitar las Funciones para anunciantes**: La propiedad [REDACTED] ha configurado para que utilice las Funciones para anunciantes, pero no recopila los datos de dichas funciones.  
Comprobar de nuevo | Ignorar | Detalles
- Pruebe Google Analytics Premium**: Parece que su cuenta es una buena candidata para disfrutar de la gran potencia de Google Analytics Premium.  
Ignorar | Más información
- Es apto para el remarketing**: Puede utilizar sus datos de Analytics para segmentar los anuncios a las listas personalizadas de clientes y usuarios.  
Configurar audiencias de remarketing | Ignorar | Más información
- Obtenga ayuda sobre ventas de Google**: Comparta sus datos con los especialistas en ventas de Google, ya que buscarán formas de mejorar sus resultados.  
Ajustar la configuración de la cuenta | Ignorar | Más información

Below the notifications, there is a section for "Notificaciones archivadas" (Archived notifications) with one item:

- Parámetros de campaña duplicados**: La propiedad [REDACTED] está recibiendo visitas con los parámetros de `utm source` del mismo texto pero con versiones distintas en minúscula y mayúscula.  
✓ Solucionado | Detalles

The screenshot shows the Google Analytics dashboard with a red arrow pointing to the notification bell icon in the top right corner. The notifications panel displays several items:

- Cree un objetivo de segmentación**: Visitar una página o una pantalla de gran valor o activar un evento son algunas de las acciones más importantes que realizan los usuarios. Se recomienda crear un objetivo Destino o Evento para la propiedad ClaveLocal para realizar un seguimiento de estas acciones importantes.  
Ajustar objetivos | Ignorar | Más información
- Enlazar Analytics con Herramientas para webmasters**: ¿No está seguro de si los usuarios encuentran su sitio web en la Búsqueda de Google? Enlace una cuenta de Herramientas para webmasters a sus propiedades de Google Analytics de la cuenta ClaveLocal para conocer su tráfico de búsqueda y realizar optimizaciones que ayuden a Google a representar mejor su sitio.  
Configurar enlace de productos | Ignorar | Más información
- Filtre el tráfico interno**: Los informes incluyen visitas procedentes de su red corporativa porque no se ha aplicado ningún filtro de IP.  
Ajustar filtros | Ignorar | Más información

Below the notifications, there is a section for "Notificaciones archivadas" (Archived notifications) with two items:

- Pruebe con un objetivo nuevo**: Analytics le puede ayudar a configurar y a realizar el seguimiento de las conversiones para lograr objetivos importantes, como transacciones de comercio electrónico, sesiones o número de páginas vistas.  
✓ Solucionado | Más información
- Falta el código de seguimiento**: [REDACTED]



# Siempre tendremos contexto

Google™

1 de ene. de 2015 - 31 de ene. de 2015 ▾

Periodo: Personalizado  
1 de ene. de 2015 - 31 de ene. de 2015  
 Comparar con: Periodo anterior

noviembre de 2014 diciembre de 2014 enero de 2015

L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D
3	4	5	6	7	8	9	8	9	10	11	12	13	14
10	11	12	13	14	15	16	15	16	17	18	19	20	21
17	18	19	20	21	22	23	22	23	24	25	26	27	28
24	25	26	27	28	29	30	29	30	31				

1 de ene. de 2015 - 31 de ene. de 2015 ▾

Periodo: Personalizado  
1 de ene. de 2015 - 31 de ene. de 2015  
 Comparar con: Periodo anterior  
Año anterior  
1 de dic. de 2014 - 31 de dic. de 2014

noviembre de 2014 diciembre de 2014 enero de 2015

L	M	X	J	V	S	D	L	M	X	J	V	S	D
1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14	5	6	7	8	9	10	11
15	16	17	18	19	20	21	12	13	14	15	16	17	18
22	23	24	25	26	27	28	19	20	21	22	23	24	25
29	30	31					26	27	28	29	30	31	

Visión general

Visitas frente a Seleccione una métrica

12-oct-2013 - 11-nov-2013: Visitas  
11-sep-2013 - 11-oct-2013: Visitas

Sesiones: 7,26 % 8.656 frente a 8.070

Usuarios: 9,38 % 6.994 frente a 6.394

Número de páginas vistas: 5,62 % 14.248 frente a 13.490

Páginas/sesión: -1,53 % 1,65 frente a 1,67

Duración media de la sesión: -13,47 % 00:01:51 frente a 00:02:08

Porcentaje de rebote: -3,46 % 71,73 % frente a 74,30 %

% de nuevas sesiones: 0,19 % 71,82 % frente a 71,69 %



CIFF

# ¡Incluid anotaciones!

Google™

● Visitas

200



Mostrar: Todas | Destacadas

[+ Crear una anotación nueva](#)

istar	Fecha	Visibilidad	Contenido	Acciones
24/10/2013	privada	Compartida		<a href="#">Guardar</a> <a href="#">Cancelar</a>
26/11/2012	privada	Compartida	Campaña eDay	<a href="#">Editar</a> <a href="#">kschool.alumnos@gmail.com</a>
09/01/2013	privada	Compartida	campaña rebajas enero	<a href="#">Editar</a> <a href="#">kschool.alumnos@gmail.com</a>
22/01/2013	privada	Compartida	Campaña 2 rebajas enero	<a href="#">Editar</a> <a href="#">kschool.alumnos@gmail.com</a>
23/01/2013	privada	Compartida	Pico de tráfico directo al index con 86% de rebote	<a href="#">Editar</a> <a href="#">kschool.alumnos@gmail.com</a>
30/04/2013	privada	Compartida	Campaña 2 Dia de la madre	<a href="#">Editar</a> <a href="#">kschool.alumnos@gmail.com</a>
03/06/2013	privada	Compartida	Campaña eDay (20%)	<a href="#">Editar</a> <a href="#">kschool.alumnos@gmail.com</a>
14/06/2013	privada	Compartida	reparado error referencia gisela	<a href="#">Editar</a> <a href="#">kschool.alumnos@gmail.com</a>
18/06/2013	privada	Compartida	Campaña Facebook "Tu verano ideal"	<a href="#">Editar</a> <a href="#">kschool.alumnos@gmail.com</a>
20/06/2013	privada	Compartida	Error atribución conversiones - Todas se asignan a directo	<a href="#">Editar</a> <a href="#">kschool.alumnos@gmail.com</a>
01/07/2013	privada	Compartida	Período de rebajas	<a href="#">Editar</a> <a href="#">kschool.alumnos@gmail.com</a>
18/07/2013	privada	Compartida	Solucionado error atribución de conversiones a tráfico directo	<a href="#">Editar</a> <a href="#">kschool.alumnos@gmail.com</a>





CIFF

# Aspecto de los informes

Google™

Adquisición											Comportamiento				Conversiones		Comercio electrónico	
Sistema operativo	Visitas	% de visitas nuevas	Nuevas visitas	Porcentaje de rebote	Páginas / Visita	Duración media de la visita	Transacciones	Ingresos	Porcentaje de conversiones de comercio electrónico									
2. iOS	657	73,52%	483	37,14%	5,73	00:02:37	2	585,00 €	0,30%									
3. Android	390	68,97%	269	46,41%	4,83	00:02:26	0	0,00 €	0,00%									
4. Macintosh	243	69,96%	170	30,45%	7,74	00:04:04	0	0,00 €	0,00%									
5. Linux	61	83,61%	51	57,38%	3,92	00:01:46	0	0,00 €	0,00%									
6. BlackBerry	6	16,67%	1	50,00%	4,17	00:02:29	0	0,00 €	0,00%									
7. Windows Phone	6	83,33%	5	16,67%	10,17	00:04:40	0	0,00 €	0,00%									
8. SymbianOS	2	50,00%	1	50,00%	7,00	00:06:25	0	0,00 €	0,00%									
9. (not set)	1	100,00%	1	0,00%	11,00	00:05:42	0	0,00 €	0,00%									

DIMENSIÓN

MÉTRICAS



CIEFF

# Dimensión secundaria

Google™

Dimensión primaria: Navegador Sistema operativo Resolución de pantalla Colores de pantalla Versión de Flash Otros ▾

Incluir en gráfico Dimensión secundaria: Sistema operativo Ordenar por tipo: Predeterminado ▾ avanzado

	Navegador	Sistema operativo	Adquisición			Comportamiento			Conversiones		Comercio electrónico	
			Visitas	% de visitas nuevas	Nuevas visitas	Porcentaje de rebote	Páginas / Visita	Duración media de la visita	Transacciones	Ingresos	Porcentaje de conversión de compra electr.	
	1. Chrome	Windows	3.437 % del total: 100,00% (3.437)	71,37% Promedio del sitio: 71,28% (0,12%)	2.453 % del total: 100,12% (2.450)	35,93% Promedio del sitio: 35,93% (0,00%)	5,74 Promedio del sitio: 5,74 (0,00%)	00:03:04 Promedio del sitio: 00:03:04 (0,00%)	5 % del total: 100,00% (5)	876,00 € % del total: 100,00% (876,00 €)	0,00 Promedio	
	2. Safari	iOS	918	72,00%	661	35,73%	5,13	00:03:00	0	0,00 €		
	3. Internet Explorer	Windows	579	71,33%	413	36,79%	5,88	00:02:43	2	585,00 €		
	4. Firefox	Windows	573	72,77%	417	32,98%	6,49	00:03:24	2	252,00 €		
	5. Android Browser	Android	450	68,00%	306	29,11%	6,27	00:03:52	1	39,00 €		
	6. Safari	Macintosh	284	66,90%	190	45,77%	4,64	00:02:17	0	0,00 €		
	7. Mozilla	Windows	150	66,00%	99	32,00%	6,70	00:03:26	0	0,00 €		
	8. Chrome	Android	116	65,52%	76	33,62%	4,53	00:02:10	0	0,00 €		
	9. Safari (in-app)	iOS	96	72,92%	70	46,88%	5,51	00:03:01	0	0,00 €		
	10. c		62	88,71%	55	38,71%	4,63	00:02:01	0	0,00 €		

La dimensiones secundarias son de gran ayuda para profundizar en el informe sin complicaciones

# Y siempre podemos filtrar datos

Google™

Dimensión primaria: País/territorio Ciudad Continente Región del subcontinente

Dimensión secundaria ▾

Incluir ▾ País/territorio Que contienen ▾ avanza

+ Añada una dimensión o métrica

Aplicar Cancelar

País/territorio	Adquisición			Comportamiento			Conversiones		Comercio electrónico
	Visitas	% de visitas nuevas	Nuevas visitas	Porcentaje de rebote	Páginas / Visita	Duración media de la visita	Transacciones	Ingresos	Porcentaje de conversiones de comercio electrónico
Spain	3.437 % del total: 100,00% (3.437)	71,37% Promedio del sitio: 71,28% (0,12%)	2.453 % del total: 100,12% (2.450)	35,93% Promedio del sitio: 35,93% (0,00%)	5,74 Promedio del sitio: 5,74 (0,00%)	00:03:04 Promedio del sitio: 00:03:04 (0,00%)	5 % del total: 100,00% (5)	876,00 € % del total: 100,00% (876,00 €)	0,15% Promedio del sitio: 0,15% (0,00%)
1. Spain	3.169	70,15%	2.223	34,30%	5,92	00:03:10	5	876,00 €	0,16%

El filtrado actúa a nivel del informe que tenemos debajo, incluyendo o excluyendo las dimensiones/métricas que cumplan una condición

# Apartados de los informes

Nos cuenta **CÓMO** son y **QUÉ** tienen en común nuestras visitas

Nos cuenta **POR DÓNDE** llegan nuestras visitas

Nos cuenta **QUE HACEN** nuestras visitas en el site, y que les gusta más

Nos cuenta **LAS CONVERSIONES** de nuestras visitas en el site



Buscar informes y otros

Paneles

Accesos directos

Eventos de Intelligence

Tiempo real

Audiencia

Adquisición

Comportamiento

Conversiones



Audiencia

Visión general

Google™

Análisis de grupo BETA

▼ Datos demográficos

Visión general

Edad

Sexo

► Intereses

► Información geográfica

► Comportamiento

▼ Tecnología

Navegador y SO

Red

► Móvil

► Personalizado

▼ Comparativas

Canales

Ubicación

Dispositivos

Flujo de usuarios

## Conoce a tu AUDIENCIA

- Su perfil
- Nivel de retención
- ¿De dónde?
- Comportamiento
- Equipo técnico
- Móvil/PC
- Competencia
- ...

# Análisis de grupo (Cohortes)

Google™

**Tipo de grupo** ?    **Tamaño del grupo** ?    **Métrica** ?    **Periodo** ?

Fecha de adquisición    por semana    Transacciones    Últimas 6 semanas

**Fecha de adquisición grupos de Transacciones**    1 seleccionada ▼

**Audiencia**

Visión general

**Análisis de grupo** BETA

► Datos demográficos

► Intereses

► Información geográfica

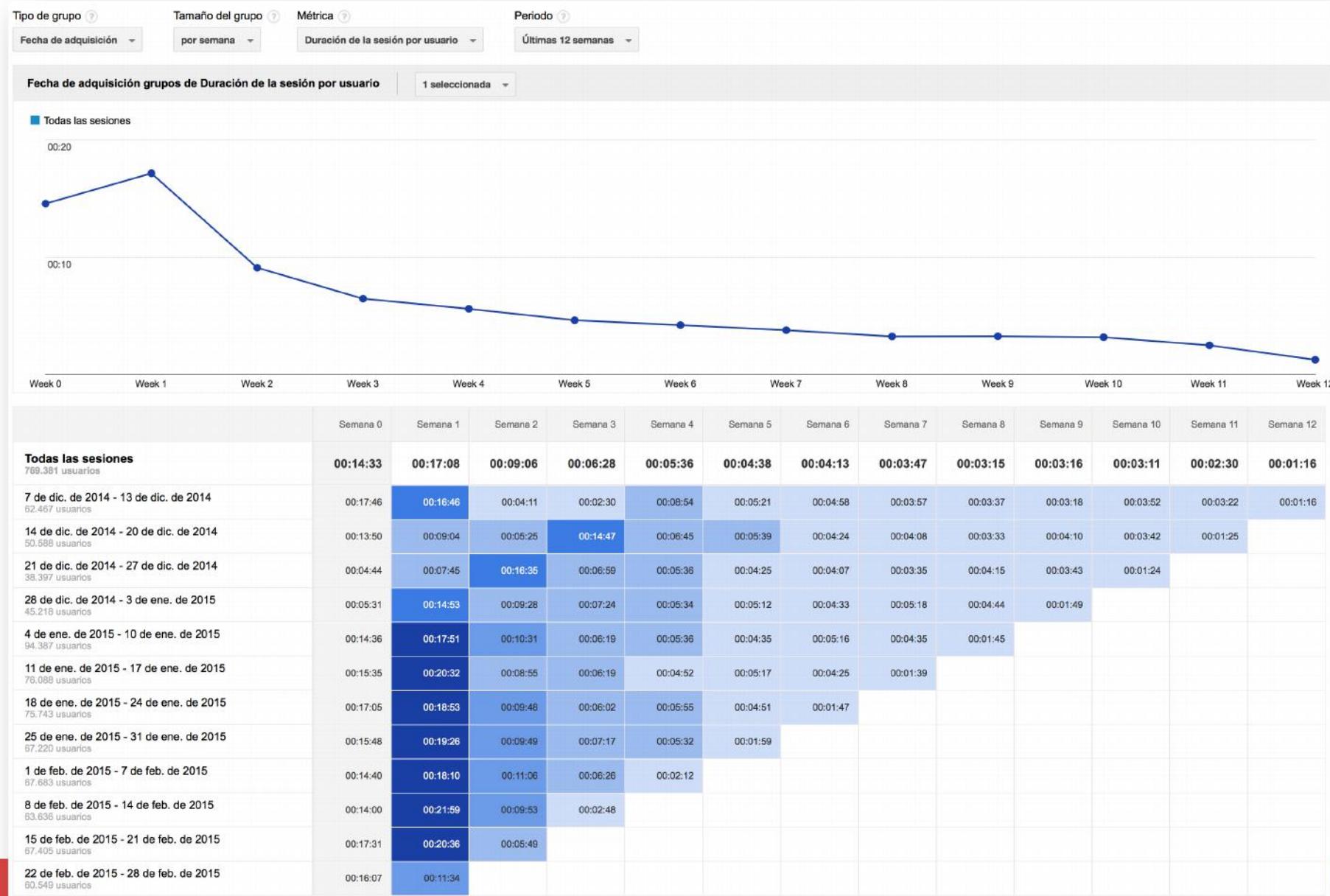
► Comportamiento

**Todas las sesiones**

	Semana 0	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7
<b>Todas las sesiones</b> 1.222.019 usuarios	13.180	2.046	808	408	338	142	13	
18 de ene. de 2015 - 24 de ene. de 2015 215.682 usuarios	2.049	362	198	130	145	132	13	
25 de ene. de 2015 - 31 de ene. de 2015 198.651 usuarios	1.814	378	176	115	177	10		
1 de feb. de 2015 - 7 de feb. de 2015 185.359 usuarios	2.202	363	174	149	16			
8 de feb. de 2015 - 14 de feb. de 2015 184.776 usuarios	2.069	351	221	14				
15 de feb. de 2015 - 21 de feb. de 2015 217.871 usuarios	1.965	461	39					
22 de feb. de 2015 - 28 de feb. de 2015 219.680 usuarios	3.081	131						

# Y en una App ;)

Google



# ¿Edad y Sexo?

<https://support.google.com/analytics/answer/2444872>

```
<script>
(function(i,s,o,g,r,a,m){i['GoogleAnalyticsObject']=r;i[r]=i[r]||function(){
(i[r].q=i[r].q||[]).push(arguments),i[r].l=1*new Date();a=s.createElement(o),
m=s.getElementsByTagName(o)[0];a.async=1;a.src=g;m.parentNode.insertBefore(a,m)
})(window,document,'script','//www.google-analytics.com/analytics.js','ga');
ga('create', 'UA-XXXXXX-XX', 'example.com');
ga('require', 'displayfeatures');
ga('send', 'pageview');
</script>
```

Visión general

↓ Datos demográficos

Visión general

Edad

Sexo

► Intereses

► Información geográfica

► Comportamiento

► Tecnología

► Móvil

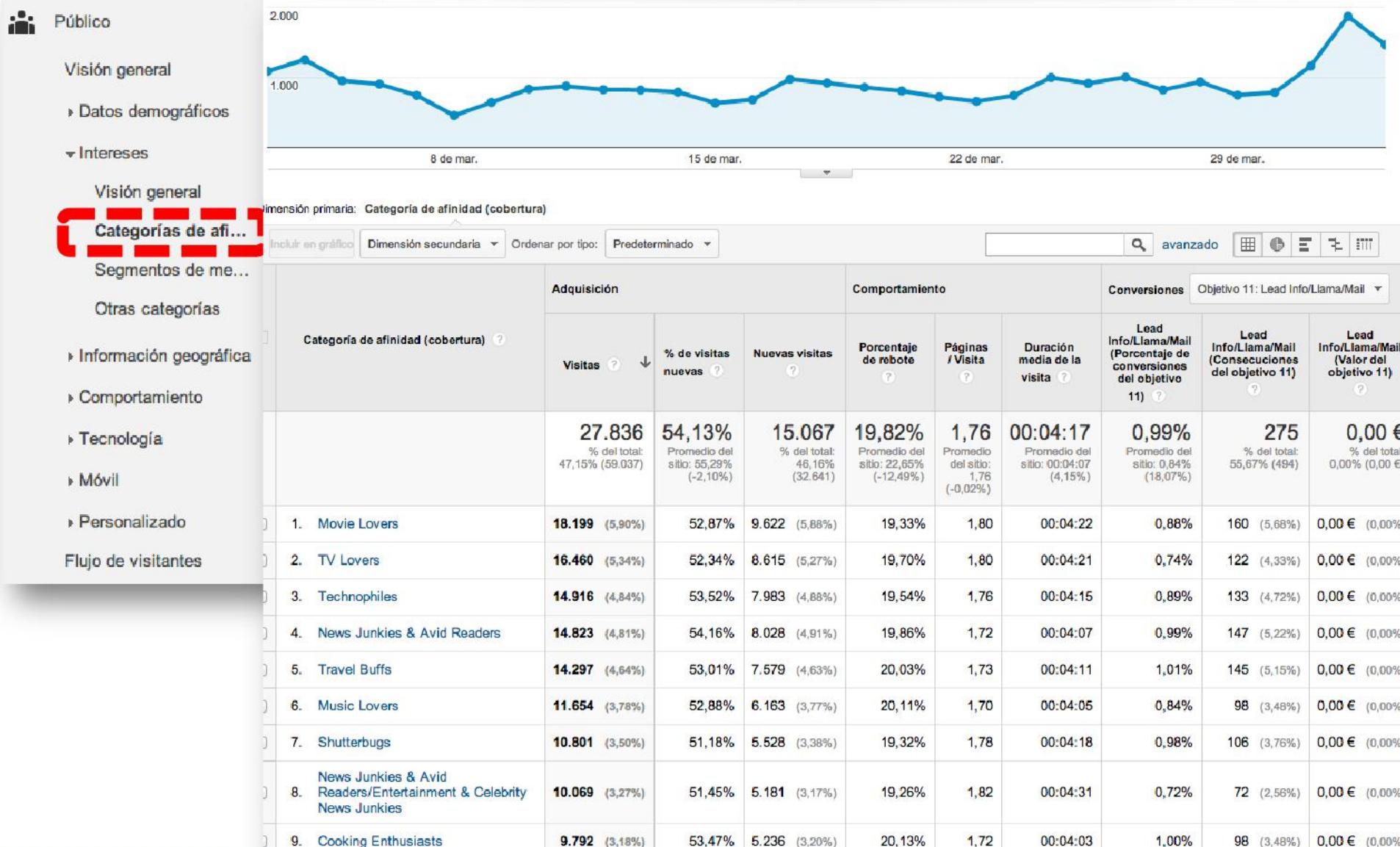
► Personalizado

Flujo de visitantes

Dimensiones principales	Adquisición		Comportamiento				Conversiones	Lectores	Flujo de visitantes
	Sesiones	% de nuevas sesiones	Nuevos usuarios	Porcentaje de rebote	Páginas/sesión	Duración media de la sesión			
Edad	18.309 % del total: 58,97 % (31.048)	62,35 % Media de la vista: 70,13 % (-11,10 %)	11.415 % del total: 52,42 % (21.775)	67,66 % Media de la vista: 70,63 % (-4,21 %)	1,97 Media de la vista: 1,79 (10,21 %)	00:03:01 Media de la vista: 00:02:19 (30,49 %)	9,58 % Media de la vista: 8,39 % (14,14 %)	1.754 % del total: 67,31 % (2.806)	0,00 € % del total: 0,00 % (0,00 €)
1. 25-34	5.767 (31,50 %)	65,32 %	3.767 (33,00 %)	72,57 %	1,78	00:02:53	7,14 %	412 (23,49 %)	0,00 € (0,00 %)
2. 35-44	5.515 (30,12 %)	61,65 %	3.400 (29,79 %)	66,87 %	1,89	00:02:52	9,83 %	542 (30,90 %)	0,00 € (0,00 %)
3. 45-54	3.275 (17,89 %)	54,29 %	1.778 (15,58 %)	59,36 %	2,62	00:04:44	14,93 %	489 (27,88 %)	0,00 € (0,00 %)
4. 18-24	1.850 (10,10 %)	70,38 %	1.302 (11,41 %)	75,68 %	1,41	00:01:10	5,73 %	106 (6,04 %)	0,00 € (0,00 %)
5. 55-64	1.361 (7,43 %)	62,23 %	847 (7,42 %)	63,56 %	2,03	00:02:18	11,68 %	159 (9,06 %)	0,00 € (0,00 %)
6. 65+	541 (2,95 %)	59,33 %	321 (2,81 %)	56,56 %	2,70	00:03:49	8,50 %	46 (2,62 %)	0,00 € (0,00 %)

# ¿Qué les gusta?

Google™





# ¿De dónde llegan?

Google™

## Público

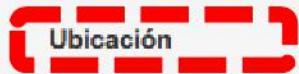
### Visión general

» Datos demográficos

» Intereses

» Información geográfica

## Idioma



» Comportamiento

» Tecnología

» Móvil

» Personalizado

## Flujo de visitantes



Dimensión primaria: País/territorio Ciudad Continente Región del subcontinente

Dimensión secundaria ▾

avanzado



País/territorio	Adquisición			Comportamiento			Conversiones	Comercio electrónico
	Visitas	% de visitas nuevas	Nuevas visitas	Porcentaje de rebote	Páginas / Visita	Duración media de la visita		
	25.336 % del total: 100,00% (25.336)	65,50% Promedio del sitio: 65,37% (0,21%)	16.596 % del total: 100,21% (16.582)	45,75% Promedio del sitio: 45,75% (0,00%)	4,76 Promedio del sitio: 4,76 (0,00%)	00:03:37 Promedio del sitio: 00:03:37 (0,00%)	135 % del total: 100,00% (135)	7.059,97 € % del total: 100,00% (7.059,97 €)
1. Spain	21.319	61,95%	13.208	41,39%	5,03	00:03:52	97	5.154,38 €
2. United States	709	93,65%	664	78,42%	1,58	00:00:36	0	0,00 €
3. Portugal	372	46,51%	173	20,70%	9,88	00:07:54	0	0,00 €
4. Mexico	296	96,62%	286	88,51%	1,42	00:00:27	0	0,00 €
5. Russia	271	76,38%	207	72,69%	2,56	00:01:29	0	0,00 €

▼ Comportamiento

Visitantes nuevos vs recurre...

Frecuencia y visitas recien...

Interacción

# Cómo se comportan

Distribución

Número de sesiones Días transcurridos desde la última sesión

Sesiones

**4.236**

% del total: 100,00% (4.236)

Número de páginas vistas

**24.649**

% del total: 100,00% (24.649)

Días transcurridos desde la última sesión

Sesiones

Número de páginas vistas

0 3.703

20.524

1 82

395

2 44

267

3

4

5

6

Distribución

Número de sesiones

Días transcurridos desde la última sesión

Sesiones

**4.236**

% del total: 100,00% (4.236)

Número de páginas vistas

**24.649**

% del total: 100,00% (24.649)

Número de sesiones

Sesiones

Número de páginas vistas

1

3.082

17.232

2

424

2.667

3

158

1.059

4

80

689

5

43

268

6

33

207

7

27

271

# ¿Qué tecnología utilizan?

▼ Tecnología



▼ Móvil

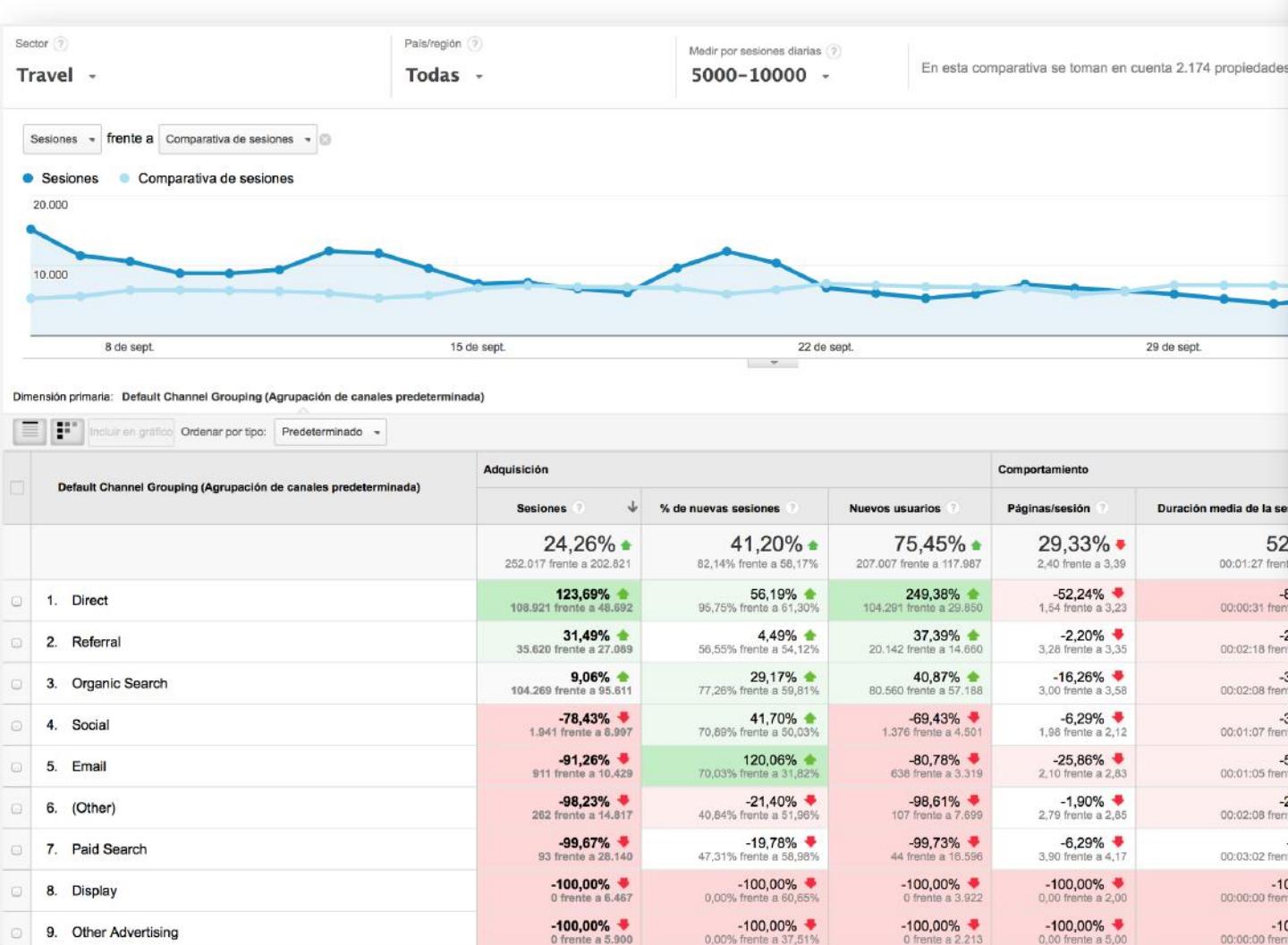
Visión general

Dispositivos

Dimensión primaria: Navegador Sistema operativo Resolución de pantalla Colores de pantalla Versión de Flash Otros ▾										
	Incluir en gráfico	Dimensión secundaria ▾	Ordenar por tipo:	Predeterminado ▾						
Sistema operativo ?	Adquisición			Comportamiento			Conversiones		Comercio electrónico ▾	Porcentaje de conversiones de comercio electrónico ?
	Visitas ? ▾	% de visitas nuevas ?	Nuevas visitas ?	Porcentaje de rebote ?	Páginas / Visita ?	Duración media de la visita ?	Transacciones ?	Ingresos ?		
	837.218 % del total: 100,00% (837.218)	42,87% Promedio del sitio: 42,58% (0,67%)	358.889 % del total: 100,67% (356.492)	26,67% Promedio del sitio: 26,67% (0,00%)	7,56 Promedio del sitio: 7,56 (0,00%)	00:05:28 Promedio del sitio: 00:05:28 (0,00%)	1.705 % del total: 100,00% (1.705)	167.694,24 \$ % del total: 100,00% (167.694,24 \$)	0,20% Promedio del sitio: 0,20% (0,00%)	
□	1. Windows	358.116 (42,77%)	53,50%	191.592 (53,38%)	24,19%	7,36	00:05:39	1.075 (63,05%)	100.857,43 \$ (60,14%)	0,30%
□	2. iOS	224.882 (26,86%)	38,20%	85.896 (23,93%)	25,50%	8,15	00:05:26	311 (18,24%)	30.752,63 \$ (18,34%)	0,14%
□	3. Android	208.258 (24,88%)	29,90%	62.269 (17,35%)	33,94%	7,07	00:05:07	157 (9,21%)	12.187,66 \$ (7,27%)	0,08%
□	4. Macintosh	35.552 (4,25%)	39,71%	14.119 (3,93%)	16,35%	8,55	00:06:02	153 (8,97%)	23.236,58 \$ (13,86%)	0,43%
□	5. Linux	5.536 (0,66%)	45,56%	2.522 (0,70%)	27,93%	8,41	00:06:02	6 (0,35%)	367,77 \$ (0,22%)	0,11%
□	6. Windows Phone	2.770 (0,33%)	46,25%	1.281 (0,38%)	21,37%	8,02	00:05:50	0 (0,00%)	0,00 \$ (0,00%)	0,00%
□	7. BlackBerry	1.320 (0,16%)	44,39%	586 (0,16%)	23,86%	7,16	00:06:23	3 (0,18%)	292,17 \$ (0,17%)	0,23%
□	8. (not set)	333 (0,04%)	78,38%	261 (0,07%)	68,77%	2,88	00:02:00	0 (0,00%)	0,00 \$ (0,00%)	0,00%
□	9. SymbianOS	150 (0,02%)	95,33%	143 (0,04%)	29,33%	4,97	00:09:13	0 (0,00%)	0,00 \$ (0,00%)	0,00%
□	10. Chrome OS	108 (0,01%)	59,26%	64 (0,02%)	37,96%	6,14	00:04:28	0 (0,00%)	0,00 \$ (0,00%)	0,00%



# Medirnos con la competencia



- Visión general
- Datos demográficos
- Intereses
- Información geográfica
- Comportamiento
- Tecnología
- Móvil
- Personalizado
- ▼ Comparativas
- Canales**
- Ubicación**
- Dispositivos**



# ¡Y ojo a las opciones!

Google™

The screenshot shows the Google Analytics interface with the 'Travel' sector selected. A dropdown menu is open under 'Sector' with the option 'Travel' checked. Another dropdown menu is open under 'País/región' (Country/Region) with 'Todas' (All) selected. A search bar is present in the dropdown. Below the dropdowns, a list of countries is shown. A third dropdown menu is open under 'Medir por sesiones diarias' (Measure by daily sessions) with '5000-10000' selected, indicated by a checkmark and labeled 'PREDETERMINADA'. A note at the bottom right states: 'En esta comparativa se toman en cuenta 2.174 propiedades web.'

Sector ?

**Travel** ▼

Buscar

✓ Travel **PREDETERMINADA**

- ▶ Arts & Entertainment
- ▶ Autos & Vehicles
- ▶ Beauty & Fitness
- ▶ Books & Literature
- ▶ Business & Industrial
- ▶ Computers & Electronics
- ▶ Finance
- ▶ Food & Drink
- ▶ Games
- ▶ Hobbies & Leisure
- ▶ Home & Garden
- ▶ Internet & Telecom
- ▶ Jobs & Education
- ▶ Law & Government
- ▶ News
- ▶ Online Communities
- ▶ People & Society

País/región ?

**Todas** ▼

Buscar

- Todos
- Afganistán
- Albania
- ▶ Alemania
- Andorra
- Angola
- Anguila
- Antigua y Barbuda
- Antillas Neerlandesas
- Antártida
- ▶ Arabia Saudí
- Argelia
- ▶ Argentina
- Armenia
- Aruba
- ▶ Australia
- ▶ Austria
- Azerbaiyán

Medir por sesiones diarias ?

**5000-10000** ▼

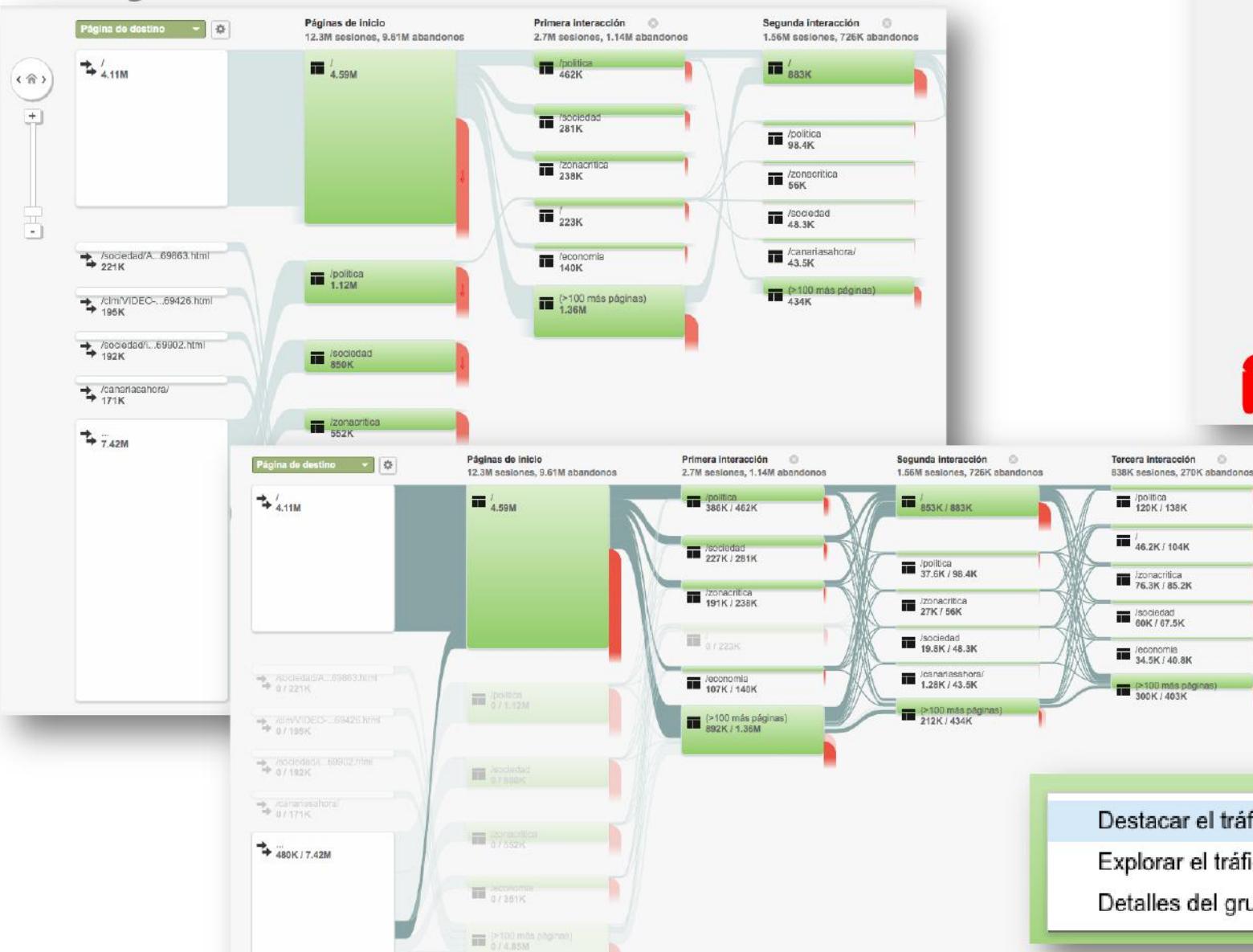
- 0-100
- 100-500
- 500-1000
- 1000-5000
- 5000-10000 PREDETERMINADA**
- 10000-100000
- 100000+

En esta comparativa se toman en cuenta 2.174 propiedades web.



Público

# Flujo usuarios





Google™

# ¿CÓMO LLEGARON?

## Canales de Marketing que trajeron tráfico

▼ Todo el tráfico

Canales

Fuente/Medio

Todas las referencias

▶ AdWords

▶ Optimización en buscadores

▶ Social

▼ Campañas

Todas las campañas

Palabras clave de ...

Palabras clave org...

Análisis de costes

Esto es lo más IMPORTANTE

Esto es lo más IMPORTANTE

# Cómo lo maneja GA internamente

Google™

**Fuente:** dominio que traer el tráfico

**Medio:** canal de marketing (organic, cpc, display, etc.)

➔ Adquisición

Visión general

▼ Todo el tráfico

Canales

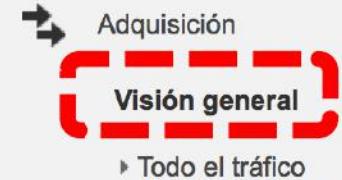
Mapas de árbol

Fuente/Medio

Referencias

Fuente/medio	Adquisición			Comportamiento			Lectores =>3 pag (Porcentaje de conversiones del objetivo 1)	Lectores =<3 págs (Consecuciones del objetivo 1)	Lectores =<3 págs (Valor del objetivo 1)
	Sesiones	% de nuevas sesiones	Nuevos usuarios	Porcentaje de rebote	Páginas/sesión	Duración media de la sesión			
	10.332 % del total: 100,00 % (10.332)	62,84 % Media de la vista: 62,67 % (0,28 %)	6.493 % del total: 100,28 % (6.475)	70,41 % Media de la vista: 70,41 % (0,00 %)	1,71 Media de la vista: 1,71 (0,00 %)	00:02:04 Media de la vista: 00:02:04 (0,00 %)	12,00 % Media de la vista: 12,00 % (0,00 %)	1.240 % del total: 100,00 % (1.240)	0,00 € % del total: 0,00 % (0,00 €)
1. <a href="#">google / organic</a>	3.455 (33,44 %)	76,32 %	2.637 (40,61 %)	62,66 %	1,87	00:02:25	15,17 %	524 (42,26 %)	0,00 € (0,00 %)
2. <a href="#">dlvr.it / facebook</a>	3.080 (29,81 %)	53,60 %	1.651 (25,43 %)	80,88 %	1,45	00:01:34	7,05 %	217 (17,50 %)	0,00 € (0,00 %)
3. <a href="#">(direct) / (none)</a>	2.003 (19,39 %)	54,47 %	1.091 (16,80 %)	61,86 %	2,09	00:02:47	17,97 %	360 (29,03 %)	0,00 € (0,00 %)
4. <a href="#">m.facebook.com / referral</a>	740 (7,16 %)	68,24 %	505 (7,78 %)	83,38 %	1,17	00:00:34	3,51 %	26 (2,10 %)	0,00 € (0,00 %)
5. <a href="#">dlvr.it / twitter</a>	254 (2,46 %)	33,86 %	86 (1,32 %)	73,23 %	1,48	00:00:59	10,63 %	27 (2,18 %)	0,00 € (0,00 %)
6. <a href="#">facebook.com / referral</a>	231 (2,24 %)	59,31 %	137 (2,11 %)	74,03 %	1,64	00:02:36	10,39 %	24 (1,94 %)	0,00 € (0,00 %)
7. <a href="#">l.facebook.com / referral</a>	154 (1,49 %)	68,18 %	105 (1,62 %)	68,18 %	1,51	00:01:43	10,39 %	16 (1,29 %)	0,00 € (0,00 %)
8. <a href="#">t.co / referral</a>	94 (0,91 %)	50,00 %	47 (0,72 %)	68,09 %	3,28	00:08:26	19,15 %	18 (1,45 %)	0,00 € (0,00 %)
9. <a href="#">lm.facebook.com / referral</a>	76 (0,74 %)	43,42 %	33 (0,51 %)	82,89 %	1,25	00:00:39	5,26 %	4 (0,32 %)	0,00 € (0,00 %)
10. <a href="#">bing / organic</a>	32 (0,31 %)	71,88 %	23 (0,35 %)	37,50 %	3,19	00:02:33	31,25 %	10 (0,81 %)	0,00 € (0,00 %)

# Canales de Marketing



Dimensión principal: Conversión:  
Default Channel Grouping Comercio electrónico



- ▶ AdWords
- ▶ Optimización en buscadores
- ▶ Social
- ▶ Campañas

	Adquisición		Comportamiento			Conversiones			
	Sesiones	% de nuevas sesiones	Nuevos usuarios	Porcentaje de rebote	Páginas/sesión	Duración media de la sesión	Porcentaje de conversiones de comercio electrónico	Transacciones	Ingresos
	6.241	72,41 %	4.519	31,58 %	5,76	00:03:24	0,26 %	16	1.665,50 €
1 ■ Organic Search	4.368	<div style="width: 85%;"></div>		28,16 %	<div style="width: 70%;"></div>		0,27 %	<div style="width: 5%;"></div>	
2 ■ Direct	1.137	<div style="width: 10%;"></div>		37,99 %	<div style="width: 60%;"></div>		0,18 %	<div style="width: 5%;"></div>	
3 ■ Referral	457	<div style="width: 5%;"></div>		49,67 %	<div style="width: 50%;"></div>		0,22 %	<div style="width: 5%;"></div>	
4 ■ Social	223	<div style="width: 2%;"></div>		28,25 %	<div style="width: 40%;"></div>		0,00 %		
5 ■ (Other)	43	<div style="width: 1%;"></div>		27,91 %	<div style="width: 30%;"></div>		2,33 %	<div style="width: 95%;"></div>	
6 ■ Paid Search	13	<div style="width: 1%;"></div>		53,85 %	<div style="width: 90%;"></div>		0,00 %		

# Direct

Direct

7.755

Barra del navegador, Favoritos, Aplicaciones de escritorio, Clientes de correo y toda fuente no identificada ("cajón de sastre")

		Adquisición			Comportamiento			Conversiones			
	Página de destino	Sesiones	% de nuevas sesiones	Nuevos usuarios	Porcentaje de rebote	Páginas/sesión	Duración media de la sesión	Transacciones	Ingresos	Porcentaje de conversiones de comercio electrónico	Comercio electrónico
		878 % del total: 20,73% (4.236)	56,95% Promedio del sitio: 72,62% (-21,58%)	500 % del total: 16,25% (3.076)	33,37% Promedio del sitio: 31,14% (7,17%)	5,96 Promedio del sitio: 5,82 (2,35%)	00:07:58 Promedio del sitio: 00:03:47 (110,51%)	0 % del total: 0,00% (6)	0,00 € % del total: 0,00% (611,90 €)	0,00%	Promedio del sitio: 0,14% (-100,00%)
<input type="checkbox"/>	1. /	473 (53,87%)	44,82%	212 (42,40%)	24,52%	6,73	00:12:42	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%	
<input type="checkbox"/>	2. /c/65/todo	45 (5,13%)	75,56%	34 (6,80%)	15,56%	8,42	00:04:19	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%	
<input type="checkbox"/>	3. /m/28/new-balance	21 (2,39%)	85,71%	18 (3,60%)	14,29%	4,10	00:01:18	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%	
<input type="checkbox"/>	4. /p/786/sandalias-plataforma-salomé-rosa-palo-tacón-aguja	10 (1,14%)	50,00%	5 (1,00%)	60,00%	2,50	00:04:17	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%	
<input type="checkbox"/>	5. /c/66/todo	9 (1,03%)	55,56%	5 (1,00%)	44,44%	4,00	00:02:27	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%	
<input type="checkbox"/>	6. /m/13/nero-giardini	9 (1,03%)	55,56%	5 (1,00%)	11,11%	5,78	00:01:37	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%	
<input type="checkbox"/>	7. /p/1251/nana-black-seraphita	8 (0,91%)	75,00%	6 (1,20%)	50,00%	1,75	00:00:49	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%	
<input type="checkbox"/>	8. /t/OurStores	8 (0,81%)	50,00%	4 (0,80%)	75,00%	4,38	00:01:32	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%	
<input type="checkbox"/>	9. /p/947/2750-acotw-superga-sneaker-black	7 (0,80%)	100,00%	7 (1,40%)	71,43%	1,57	00:00:16	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%	
<input type="checkbox"/>	10. /p/948/2750-acotw-linea-up-and-down-trainer-superga	7 (0,80%)	100,00%	7 (1,40%)	71,43%	1,43	00:00:35	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%	

# Organic Search

Organic Search

1.200

Visitas que llegan tras encontrar nuestra página en un **buscador** de manera gratuita (han pinchando en los resultados naturales)

Palabra clave		Adquisición		Comportamiento			Conversiones			Comercio electrónico
		Sesiones	% de nuevas sesiones	Nuevos usuarios	Porcentaje de rebote	Páginas/sesión	Duración media de la sesión	Transacciones	Ingresos	Porcentaje de conversiones de comercio electrónico
		2.309 % del total: 54,51% (4.236)	75,05% Promedio del sitio: 72,62% (3,36%)	1.733 % del total: 56,34% (3.076)	29,36% Promedio del sitio: 31,14% (-5,70%)	6,43 Promedio del sitio: 5,82 (10,56%)	00:03:10 Promedio del sitio: 00:03:47 (-16,55%)	6 % del total: 100,00% (6)	611,90 € % del total: 100,00% (611,90 €)	0,26% Promedio del sitio: 0,14% (83,46%)
1.	(not provided)	1.960 (84,89%)	75,97%	1.489 (85,92%)	29,44%	6,39	00:03:08	6 (100,00%)	611,90 € (100,00%)	0,31%
2.	seraphita	85 (3,68%)	31,76%	27 (1,56%)	15,29%	9,48	00:05:20	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%
3.	nero giardini	10 (0,43%)	60,00%	6 (0,35%)	20,00%	9,60	00:04:32	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%
4.	http://www.seraphita.es/	6 (0,26%)	66,67%	4 (0,23%)	16,67%	3,00	00:01:26	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%
5.	jhesu	5 (0,22%)	100,00%	5 (0,29%)	40,00%	2,60	00:00:46	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%
6.	seraphita zapatos	5 (0,22%)	60,00%	3 (0,17%)	20,00%	4,00	00:01:08	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%
7.	zapaterias online españa	5 (0,22%)	100,00%	5 (0,29%)	0,00%	5,20	00:03:27	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%
8.	sandalias cuña baja	4 (0,17%)	75,00%	3 (0,17%)	50,00%	7,50	00:06:49	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%
9.	seraphita madrid	4 (0,17%)	25,00%	1 (0,06%)	50,00%	9,00	00:06:46	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%
10.	zapateria online	4 (0,17%)	100,00%	4 (0,23%)	25,00%	4,00	00:00:52	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%

# Un inciso: Esto es una cosa

Google

Información del dispositivo móvil	Visitas
1. Apple iPad	1.322
2. Apple iPhone	420
3. (not set)	407
4. Samsung GT-P5110 Galaxy Tab 2 10.1	45
5. Samsung GT-I9100 Galaxy S II	39

(not set)

# ... y esta, otra muy diferente

Google

## (not provided)



1. (not provided)

2. gisela

3. gisela intimates

4. gisela.com

5. ropa interior femenina

6. ropa interior

7.961

71,50%

520

46,92%

130

43,08%

97

38,14%

88

90,91%

84

91,67%

A screenshot of a web browser window. The address bar shows 'https://www.google.es'. The search bar contains the query 'Query Explorer Feedly Cooking Hac...3D Printers'. Below the search bar, there are several red arrows pointing to specific elements: one arrow points to the 'https' lock icon in the address bar; another points to the 'Google' logo in the search bar; a third points to the user profile icon in the bottom right corner; and a fourth points to the 'Share' button with a count of '7'.

The main content area displays a table of search terms and their metrics. The first row, which is highlighted with a red box, shows the term '(not provided)' with a value of 7.961 and a percentage of 71,50%. The table continues with other terms like 'gisela', 'gisela intimates', etc., each with its corresponding count and percentage.

Search Term	Count	Percentage
1. (not provided)	7.961	71,50%
2. gisela	520	46,92%
3. gisela intimates	130	43,08%
4. gisela.com	97	38,14%
5. ropa interior femenina	88	90,91%
6. ropa interior	84	91,67%

# ¿Qué pasa exactamente?

Google

The screenshot shows a Google search results page for the query "analitica web". The results are filtered by "Web" and show approximately 1,590,000 results. The first result is a link to "Analitica Web - Divisadero.es" with a red box highlighting the URL. The second result is a link to "Analitica web - Wikipedia, la enciclopedia libre" with a red arrow pointing to the URL. Other results include links to "Master en Analítica Web", "Sweetspot Intelligence", "Analitica Web", "Web Analytics", and "Crea tu Web en 5 Minutos".

Google analitica web

Web Imágenes Maps Shopping Libros Más ▾ Herramientas de búsqueda

Aproximadamente 1.590.000 resultados (0,16 segundos)

Anuncios relacionados con analitica web ⓘ Anuncios ⓘ

**Analitica Web - Divisadero.es**

**Master en Analítica Web**  
www.kschool.com/ ▾  
913 55 42 97  
KSchool - La escuela de los profesionales de Internet

**Analitica web - Wikipedia, la enciclopedia libre**  
es.wikipedia.org/wiki/Anal%C3%A9tica\_web ▾

Concepto[editar · editar fuente]. La economía entendida como la ciencia que estudia el comportamiento humano desde la perspectiva de una relación entre ...

Concepto - Historia - La analítica web en la empresa - La analítica web en las ...

**Analitica Web | Divisadero**  
www.analiticaweb.es/ ▾

Analitica Web: El blog de Divisadero. Expertos en analitica web y medición en medios sociales. Análisis de fuentes de tráfico y campañas de marketing.

Kpi - Adobe - Ios - AdWords

**Crea tu Web en 5 Minutos**  
www.strato.es/Pagina\_Web ▾

8 http://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=analitica%20web&source=web&cd=1&ved=0CEMQFjAA&url=http%3A%2F%2Fes.wikipedia.org%

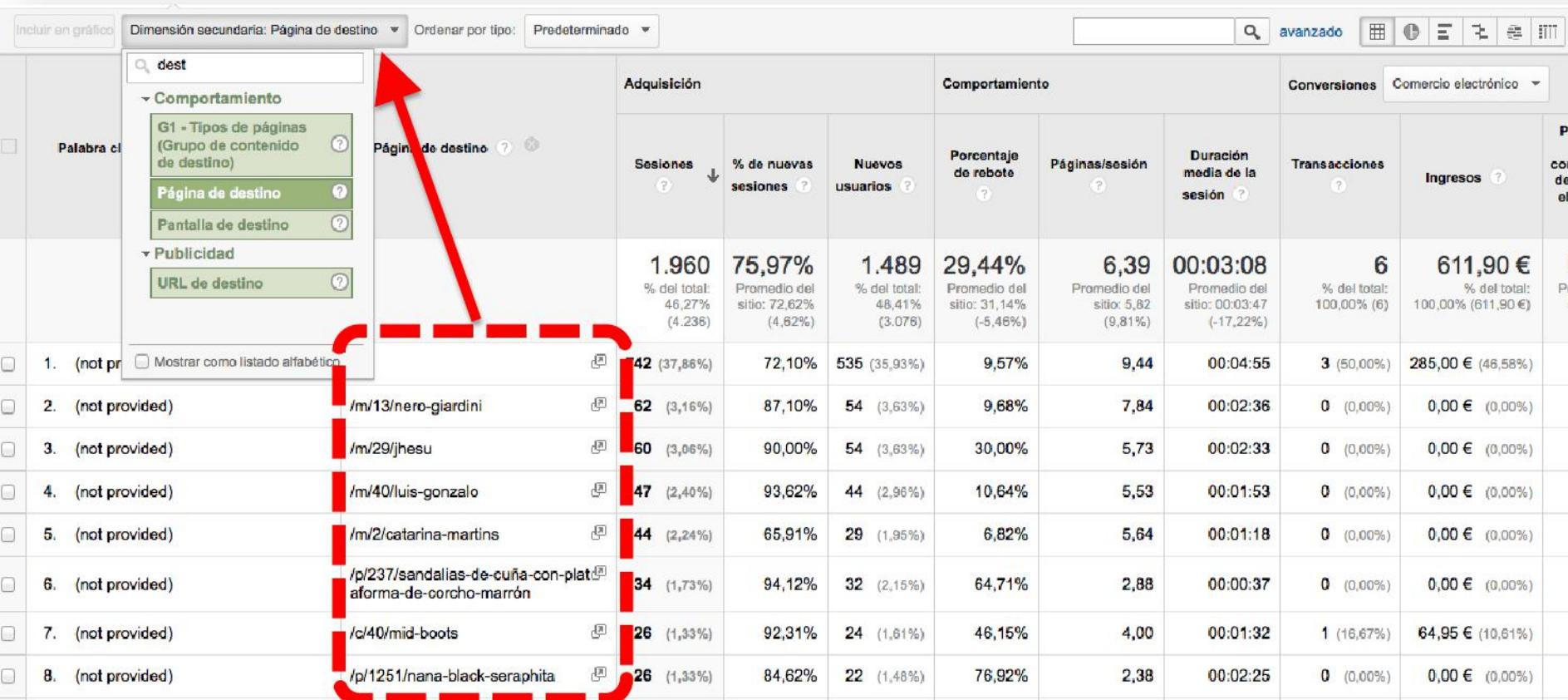
https://www.google.es/url?sa=t&rct=j&q=&src=s&source=web&cd=1&ved=0CEgQFjAA&url=http%3A%2F%2Fes.wikipedia.org%

# Saber más del "not provided"

Google™

## Controlar como dimensión secundaria la página de aterrizaje

Home = Búsqueda de marca (elevado %)



A screenshot of the Google Analytics interface. The top navigation bar shows 'Incluir en gráfico', 'Dimensión secundaria: Página de destino', 'Ordenar por tipo: Predeterminado', and 'avanzado'. A red arrow points from the search bar 'dest' down to the secondary dimension dropdown menu. The menu is open, showing 'Comportamiento' (selected), 'G1 - Tipos de páginas (Grupo de contenido de destino)', 'Página de destino', and 'Pantalla de destino'. Below this, another red arrow points from the 'Página de destino' option down to the table rows. The main table displays data for 8 rows, each starting with '(not provided)'. The columns include: Palabra clave, Sesiones, % de nuevas sesiones, Nuevos usuarios, Porcentaje de rebote, Páginas/sesión, Duración media de la sesión, Transacciones, Ingresos, and Porcentaje de conversión de comercio electrónico. The first row shows 1.960 sessions, 75,97% new sessions, 1.489 new users, 29,44% bounce rate, 6,39 pages/session, 00:03:08 session duration, 6 transactions, 611,90 € revenue, and 0,3% conversion rate.

Incluir en gráfico	Dimensión secundaria: Página de destino	Ordenar por tipo: Predeterminado	avanzado		
Palabra clave	Página de destino	Adquisición	Comportamiento	Conversiones	Comercio electrónico
1. (not provided)	/m/13/nero-giardini	1.960 % del total: 46,27% (4.236)	75,97% Promedio del sitio: 72,62% (4,62%)	1.489 % del total: 48,41% (3.076)	29,44% Promedio del sitio: 31,14% (-5,46%)
2. (not provided)	/m/29/jhesu	62 (3,16%)	87,10%	54 (3,63%)	9,68%
3. (not provided)	/m/40/luis-gonzalo	60 (3,06%)	90,00%	54 (3,63%)	30,00%
4. (not provided)	/m/2/catarina-martins	47 (2,40%)	93,62%	44 (2,96%)	10,64%
5. (not provided)	/p/237/sandalias-de-cuña-con-plataforma-de-corcho-marrón	44 (2,24%)	65,91%	29 (1,95%)	6,82%
6. (not provided)	/c/40/mid-boots	34 (1,73%)	94,12%	32 (2,15%)	64,71%
7. (not provided)	/p/1251/nana-black-seraphita	26 (1,33%)	92,31%	24 (1,61%)	46,15%
8. (not provided)		26 (1,33%)	84,62%	22 (1,48%)	76,92%

► AdWords

► Social

▼ Optimización en buscadores

Consultas

Páginas de destino

Resumen geográfico

# Y con Webmaster Tools

 Herramientas para webmasters de Google

✓ Producto enlazado de forma activa: recibiendo datos.

Las Herramientas para webmasters de Google pueden ayudarle a averi su sitio a travs de la Búsqueda de Google. Así podrá encontrar formas de centrarse en la expansión de su negocio.

Obtenga más información sobre las [Herramientas para webmasters](#).

[Ver el enlace](#)

Dimensión primaria: Consulta Otros ▾

Dimensión secundaria ▾

avanzado

Consulta	Impresiones	Clcs	Posición media	CTR
	<b>71.300</b> % del total: 50,93% (140.000)	<b>5.989</b> % del total: 74,86% (8.000)	<b>8,0</b> Promedio del sitio: 23 (-67,47%)	<b>8,40%</b> Promedio del sitio: 5,71% (47,00%)
1. gisela	<b>10.000</b> (14,03%)	<b>1.300</b> (21,71%)	<b>3,0</b>	<b>13,00%</b>
2. lenceria online	<b>3.500</b> (4,91%)	<b>320</b> (5,34%)	<b>5,2</b>	<b>9,14%</b>
3. sujetadores	<b>3.000</b> (4,21%)	<b>60</b> (1,00%)	<b>5,8</b>	<b>2,00%</b>
4. pijamas	<b>2.500</b> (3,51%)	<b>110</b> (1,84%)	<b>8,5</b>	<b>4,40%</b>
5. pijamas mujer	<b>2.000</b> (2,81%)	<b>110</b> (1,84%)	<b>7,1</b>	<b>5,50%</b>
6. ropa interior femenina	<b>2.000</b> (2,81%)	<b>35</b> (0,58%)	<b>3,9</b>	<b>1,75%</b>
7. braguitas	<b>1.600</b> (2,24%)	<b>60</b> (1,00%)	<b>8,3</b>	<b>3,75%</b>
8. sujetador	<b>1.600</b> (2,24%)	<b>5</b> (0,08%)	<b>8,2</b>	<b>0,31%</b>
9. ropa interior mujer	<b>1.300</b> (1,82%)	<b>50</b> (0,83%)	<b>8,2</b>	<b>3,85%</b>
10. lenceria femenina	<b>1.000</b> (1,40%)	<b>35</b> (0,58%)	<b>7,2</b>	<b>3,50%</b>

Mostrar filas: 10  1 - 10 de 2335

# Paid Search

Paid Search

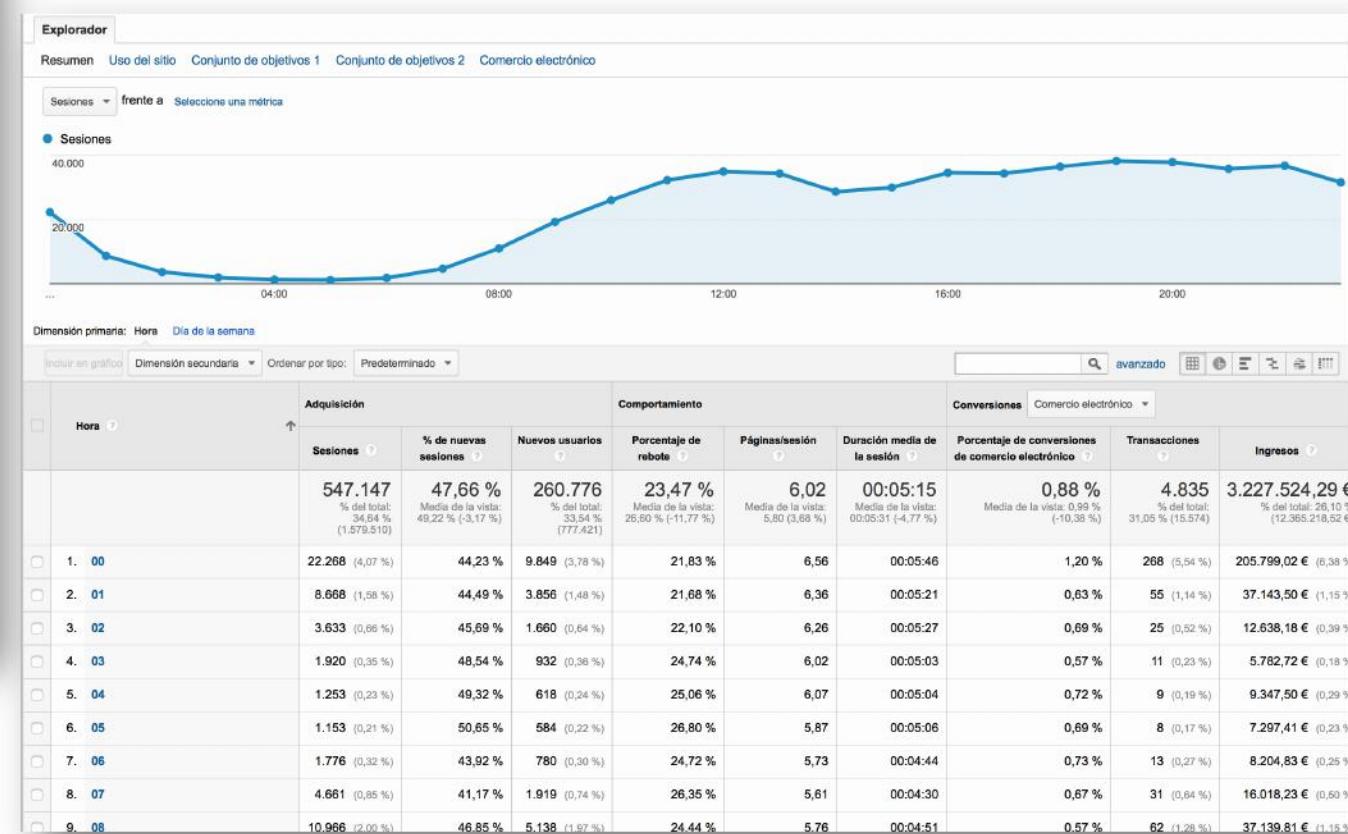
7.362

Visitas que llegaron desde **anuncios de AdWords** activadas por nosotros o un tercero (p.ej. Afiliados)

		Adquisición		Comportamiento			Conversiones			Comercio electrónico
Palabra clave		Sesiones	% de nuevas sesiones	Nuevos usuarios	Porcentaje de rebote	Páginas/sesión	Duración media de la sesión	Transacciones	Ingresos	Porcentaje de conversiones de comercio electrónico
		648 % del total: 15,30% (4.236)	84,88% Promedio del sitio: 72,62% (16,88%)	550 % del total: 17,88% (3.076)	31,02% Promedio del sitio: 31,14% (-0,38%)	4,23 Promedio del sitio: 5,82 (-27,28%)	00:01:08 Promedio del sitio: 00:03:47 (~70,06%)	0 % del total: 0,00% (6)	0,00 € % del total: 0,00% (611,90 €)	0,00% Promedio del sitio: 0,14% (-100,00%)
<input type="checkbox"/>	1. <a href="#">comprar new balance</a>	296 (45,68%)	91,89%	272 (49,45%)	32,09%	3,74	00:00:53	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%
<input type="checkbox"/>	2. <a href="#">online new balance</a>	57 (8,80%)	87,72%	50 (9,09%)	42,11%	3,58	00:00:42	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%
<input type="checkbox"/>	3. <a href="#">alpargata de esparto</a>	47 (7,25%)	93,62%	44 (8,00%)	51,06%	2,87	00:01:03	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%
<input type="checkbox"/>	4. <a href="#">zapatilla new balance</a>	43 (6,64%)	93,02%	40 (7,27%)	18,60%	4,60	00:01:42	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%
<input type="checkbox"/>	5. <a href="#">comprar chie mihara</a>	34 (5,25%)	73,53%	25 (4,55%)	17,65%	8,18	00:02:07	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%
<input type="checkbox"/>	6. <a href="#">zapatilla nb</a>	33 (5,09%)	93,94%	31 (5,64%)	15,15%	5,39	00:01:24	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%
<input type="checkbox"/>	7. <a href="#">new balance madrid</a>	30 (4,63%)	80,00%	24 (4,36%)	33,33%	5,37	00:01:24	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%
<input type="checkbox"/>	8. <a href="#">(not set)</a>	27 (4,17%)	0,00%	0 (0,00%)	29,63%	2,96	00:00:27	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%
<input type="checkbox"/>	9. <a href="#">sneakers new balance women</a>	18 (2,78%)	83,33%	15 (2,73%)	44,44%	3,39	00:00:40	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%
<input type="checkbox"/>	10. <a href="#">comprar nb</a>	10 (1,54%)	80,00%	8 (1,45%)	10,00%	6,30	00:03:15	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%

# Pero si necesitamos más datos de AdWords:

Google™



# Cruce de métricas GA<->Adwords

Google™

Menú lateral:

- Accesos directos
- Eventos de Intelligence
- Tiempo real
- Audiencia
- Adquisición
- Visión general
  - Todo el tráfico
  - AdWords
  - Cuentas
  - Campañas
  - Mapas de árbol
  - Ajustes de la puja
  - Palabras clave
  - Consultas de bús...
  - Hora del día
  - URL de destino
  - Segmentación de ...
  - Campañas de vídeo
  - Campañas de Sh...
  - Optimización en buscadores
  - Social
  - Campañas
- Comportamiento
- Conversiones

Explorador

Resumen Uso del sitio Conjunto de objetivos 1 Conjunto de objetivos 2 Comercio electrónico Clics

Sesiones frente a Seleccione una métrica

Día Semana Mes

Sesiones

30.000

15.000

5 abr. 12 abr. 19 abr.

Dimensión primaria: Campaña Grupo de anuncios

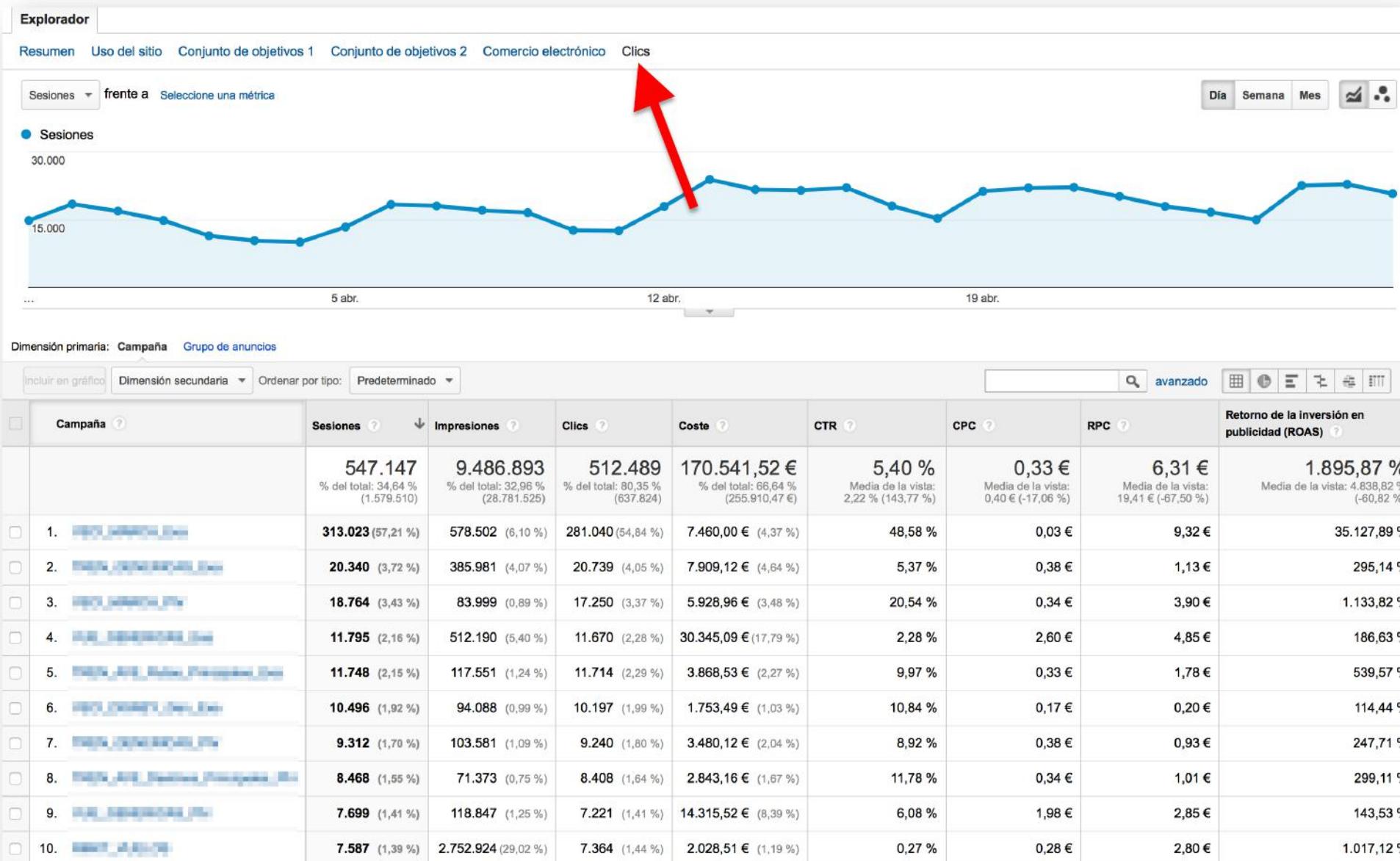
Incluir en gráfico Dimensión secundaria Ordenar por tipo: Predeterminado

avanzado

Campaña	Adquisición				Comportamiento		Conversiones		
	Clics	Coste	CPC	Sesiones	Porcentaje de rebote	Páginas/sesión	Porcentaje de conversiones de comercio electrónico	Transacciones	Ingresos
1. <a href="#">...</a>	512.489 % del total: 80,35 % (637.824)	170.541,52 € % del total: 86,64 % (255.910,47 €)	0,33 € Media de la vista: 0,40 € (-17,06 %)	547.147 % del total: 34,64 % (1.579.510)	23,47 % Media de la vista: 26,80 % (-11,77 %)	6,02 Media de la vista: 5,80 (3,68 %)	0,88 % Media de la vista: 0,99 % (-10,38 %)	4.835 % del total: 31,05 % (15.574)	3.227.524,29 € % del total: 26,10 % (12.365.218,52 €)
2. <a href="#">...</a>	281.040 (54,84 %)	7.460,00 € (4,37 %)	0,03 €	313.023 (57,21 %)	19,91 %	6,85	1,08 %	3.369 (69,68 %)	2.616.568,88 € (81,07 %)
3. <a href="#">...</a>	20.739 (4,05 %)	7.909,12 € (4,64 %)	0,38 €	20.340 (3,72 %)	24,12 %	5,11	1,04 %	211 (4,36 %)	23.082,77 € (0,72 %)
4. <a href="#">...</a>	17.250 (3,37 %)	5.928,96 € (3,48 %)	0,34 €	18.764 (3,43 %)	38,52 %	5,00	0,35 %	66 (1,37 %)	67.143,76 € (2,08 %)
5. <a href="#">...</a>	11.714 (2,29 %)	3.868,53 € (2,27 %)	0,33 €	11.748 (2,15 %)	22,82 %	4,83	1,34 %	157 (3,25 %)	20.682,50 € (0,64 %)
6. <a href="#">...</a>	11.670 (2,28 %)	30.345,09 € (17,79 %)	2,60 €	11.795 (2,16 %)	19,84 %	4,99	0,90 %	106 (2,19 %)	56.508,60 € (1,75 %)
7. <a href="#">...</a>	10.197 (1,99 %)	1.753,49 € (1,03 %)	0,17 €	10.496 (1,82 %)	16,19 %	6,38	<0,01 %	1 (0,02 %)	2.004,62 € (0,08 %)
8. <a href="#">...</a>	9.240 (1,80 %)	3.480,12 € (2,04 %)	0,38 €	9.312 (1,70 %)	29,78 %	4,84	0,93 %	87 (1,80 %)	8.518,50 € (0,26 %)
9. <a href="#">...</a>	8.408 (1,64 %)	2.843,16 € (1,67 %)	0,34 €	8.468 (1,55 %)	27,72 %	4,74	0,74 %	63 (1,30 %)	8.430,08 € (0,26 %)
10. <a href="#">...</a>	7.364 (1,44 %)	2.028,51 € (1,19 %)	0,28 €	7.587 (1,39 %)	57,56 %	3,51	0,34 %	26 (0,54 %)	20.603,31 € (0,64 %)
	7.221 (1,41 %)	14.315,52 € (8,39 %)	1,98 €	7.699 (1,41 %)	25,06 %	4,55	0,45 %	35 (0,72 %)	20.502,43 € (0,64 %)

# Yojo a la pestaña "clics"

Google™



# Referral

Referral

895

Cualquier visita que proviene de otra Web por un enlace colocado en ella.  
Debería contener sólo enlaces "naturales", nunca ninguno que haya supuesto un esfuerzo

Fuente	Adquisición			Comportamiento			Conversiones	Comercio electrónico		
	Sesiones	% de nuevas sesiones	Nuevos usuarios	Porcentaje de rebote	Páginas/sesión	Duración media de la sesión		Transacciones	Ingresos	Porcentaje de conversiones de comercio electrónico
	231 % del total: 5,45% (4.236)	86,58% Promedio del sitio: 72,62% (19,23%)	200 % del total: 6,50% (3.076)	43,29% Promedio del sitio: 31,14% (39,03%)	3,58 Promedio del sitio: 5,82 (-38,48%)	00:01:37 Promedio del sitio: 00:03:47 (-57,35%)	0 % del total: 0,00% (6)	0,00 € % del total: 0,00% (611,90 €)	0,00%	Promedio del sitio: 0,14% (-100,00%)
1. google.es	69 (29,87%)	86,96%	60 (30,00%)	42,03%	2,99	00:01:15	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%	
2. r.twenga.es	27 (11,69%)	85,19%	23 (11,50%)	59,26%	3,74	00:02:11	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%	
3. semalt.semalt.com	15 (6,49%)	100,00%	15 (7,50%)	73,33%	1,27	00:00:07	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%	
4. es.fashionjobs.com	14 (6,06%)	92,86%	13 (6,50%)	28,57%	4,64	00:04:14	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%	
5. google.fr	11 (4,76%)	100,00%	11 (5,50%)	45,45%	2,36	00:00:29	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%	
6. google.com	9 (3,90%)	88,89%	8 (4,00%)	44,44%	1,67	00:00:16	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%	
7. nop-templates.com	7 (3,03%)	85,71%	6 (3,00%)	14,29%	4,14	00:02:23	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%	
8. carmenhummer.com	6 (2,60%)	66,67%	4 (2,00%)	66,67%	1,50	00:00:14	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%	
9. regalabien.com	6 (2,60%)	100,00%	6 (3,00%)	16,67%	4,33	00:01:08	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%	
10. 11870.com	5 (2,16%)	100,00%	5 (2,50%)	0,00%	14,00	00:02:44	0 (0,00%)	0,00 € (0,00%)	0,00%	

Son referentes que Google Analytics tiene identificados como **red social**

Red social	Adquisición			Comportamiento			Conversiones			Comercio electrónico	
	Visitas	% de visitas nuevas	Nuevas visitas	Porcentaje de rebote	Páginas / Visita	Duración media de la visita	Transacciones	Ingresos	Porcentaje de conversiones de comercio electrónico		
	694 % del total: 2,74% (25.336)	35,30% Promedio del sitio: 65,37% (-6,00%)	245 % del total: 1,48% (16.562)	40,63% Promedio del sitio: 45,75% (-11,19%)	5,30 Promedio del sitio: 4,76 (11,42%)	00:04:35 Promedio del sitio: 00:03:37 (26,73%)	6 % del total: 4,44% (135)	372,06 € % del total: 5,27% (7.059,97 €)	0,86% Promedio del sitio: 0,53% (62,25%)		
1. Facebook	579	31,95%	185	38,51%	5,61	00:05:02	5	323,94 €	0,86%		
2. Twitter	55	27,27%	15	61,82%	4,02	00:01:31	1	48,12 €	1,82%		
3. Pinterest	28	78,57%	22	28,57%	3,14	00:01:09	0	0,00 €	0,00%		
4. VKontakte	12	75,00%	9	58,33%	2,75	00:03:38	0	0,00 €	0,00%		
5. LiveJournal	4	50,00%	2	50,00%	2,25	00:05:00	0	0,00 €	0,00%		
6. Odnoklassniki	4	50,00%	2	50,00%	2,50	00:02:26	0	0,00 €	0,00%		
7. Babyblog	3	100,00%	3	66,67%	2,00	00:00:15	0	0,00 €	0,00%		
8. Blogger	3	100,00%	3	33,33%	4,00	00:01:25	0	0,00 €	0,00%		
9. YouTube	3	100,00%	3	66,67%	7,00	00:14:43	0	0,00 €	0,00%		
10. Delicious	1	0,00%	0	0,00%	15,00	00:19:41	0	0,00 €	0,00%		

# Email, Display, Other...

Email	2.112	
Display	330	
(Other)	30	

Página de destino	Campaña	Adquisición			Comportamiento		
		Visitas	% de visitas nuevas	Nuevas visitas	Porcentaje de rebote	Páginas / Visita	Duración media de visita
		2.112 % del total: 8,34% (25.336)	27,18% Promedio del sitio: 65,37% (~58,42%)	574 % del total: 3,47% (16.562)	38,87% Promedio del sitio: 45,75% (~15,04%)	5,46 Promedio del sitio: 4,76 (14,82%)	00:04 Promedio del sitio: 00:01 (21,33%)
1. /mujer.html	606f6ae824-Nueva_pyjama_9_24_2013	273	33,33%	91	45,42%	4,14	00:04
2. /play.html	bb678a2f15-bragueta_play_50_10_14_2013						
3. /halloween	d8c2bd4668-halloween_10_23_2013						
4. /especial_autumn	2a4f796005-rebaja_otono_10_3_2013						
5. /mujer/pijamas.html	606f6ae824-Nueva_pyjama_9_24_2013						
6. /play.html	606f6ae824-Nueva_pyjama_9_24_2013						
7. /index.php	606f6ae824-Nueva_pyjama_9_24_2013						
8. /especial_autumn	3383178fd8-ultimos_dias_encu_10_10_2013						
9. /mujer/colecciones.html	606f6ae824-Nueva_pyjama_9_24_2013						
10. /suite/sujetador-escotes-14853.html	2a4f796005-rebaja_otono_10_3_2013						

Si el medio coincide con "mail" o el referente es identificado como un Webmail, lo mostrará en el grupo Email. Si el medio es "display", lo mostrará en su grupo específico.

# Campañas etiquetadas

Dimensión primaria: Campaña Fuente Medio Fuente/medio Otros ▾

Incluir en gráfico

Dimensión secundaria: Medio ▾

Ordenar por tipo:

Predeterminado ▾

Filtro avanzado activado

Adquisición

	Campaña	Medio
<input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>	1. 2013_anglo_adults	mail
<input type="checkbox"/>	2. 2013_anglo_adults	ads
<input type="checkbox"/>	3. lessons_adults	email
<input type="checkbox"/>	4. [REDACTED]	socialmedia
<input type="checkbox"/>	5. 2013_[REDACTED]	postpromocionado
<input type="checkbox"/>	6. 2013_[REDACTED]	ads
<input type="checkbox"/>	7. branding_2012	mail
<input type="checkbox"/>	10. 2013_Trimestrales	ads

	Campaña	Medio	Visitas totales	Porcentaje de visitas totales	Visitas únicas	Tasa de conversión	Costo promedio de adquisición	Tiempo medio de permanencia
	Sólo visitas que pincharon en algún enlace etiquetado por nosotros de manera intencionada (emails, redes sociales, banners, etc.)							
	<b>Cualquier esfuerzo debe etiquetarse SIEMPRE.</b>							
	<b>Etiquetar todo lo que deba medir</b>							
	<a href="http://www.miweb.com?utm_source=Newsletter&amp;utm_medium=email&amp;utm_campaign=Primavera-Verano">http://www.miweb.com?utm_source=Newsletter&amp;utm_medium=email&amp;utm_campaign=Primavera-Verano</a>							
	10. 2013_Trimestrales	ads	186	64,52%	120	56,99%	1,16	00:01:08

▼ Campañas



Todas las campañas

Palabras clave de ...

Palabras clave org...

# Construir URLs de campaña

Google™

[http://www.miweb.com/unpostchulo.html?utm\\_source=Facebook&utm\\_medium=SociaMedia&utm\\_campaign=PromosVerano&utm\\_content=Banner\\_FanPage](http://www.miweb.com/unpostchulo.html?utm_source=Facebook&utm_medium=SociaMedia&utm_campaign=PromosVerano&utm_content=Banner_FanPage)

1  
2  
3  
4

## URL Builder for GA

With the Google Analytics URL Builder, you can easily tag URLs with custom campaign variables. That way, you can track traffic/conversions. For example, consider setting up a unique URL for each status update or wall post you use.

### Create URL

**URL** Enter the link for the website

**Campaign Source, Campaign Medium and Campaign Name** should always be used.

**Campaign Source** (referrer: google, citysearch, newsletter4)

1

**Campaign Medium** (marketing medium: cpc, banner, email)

2

**Campaign Name** (product, promo code, or slogan)

3

**Campaign Term** (identify the paid keywords)

4

**Campaign Content** (use to differentiate ads)

## Google Analytics Configuration Tool

Easily setup and configure Google Universal Analytics Events and Campaign Variable tracking.

### Universal Event Tracking Code

Set up a variety of key Events in your Universal Analytics, such as ratings, newsletter signups and blog comments—even without a confirmation page.

[Create Event Code »](#)

### URL Builder

Add Campaign Variables to the links you share interacts with your site in Google Analytics.

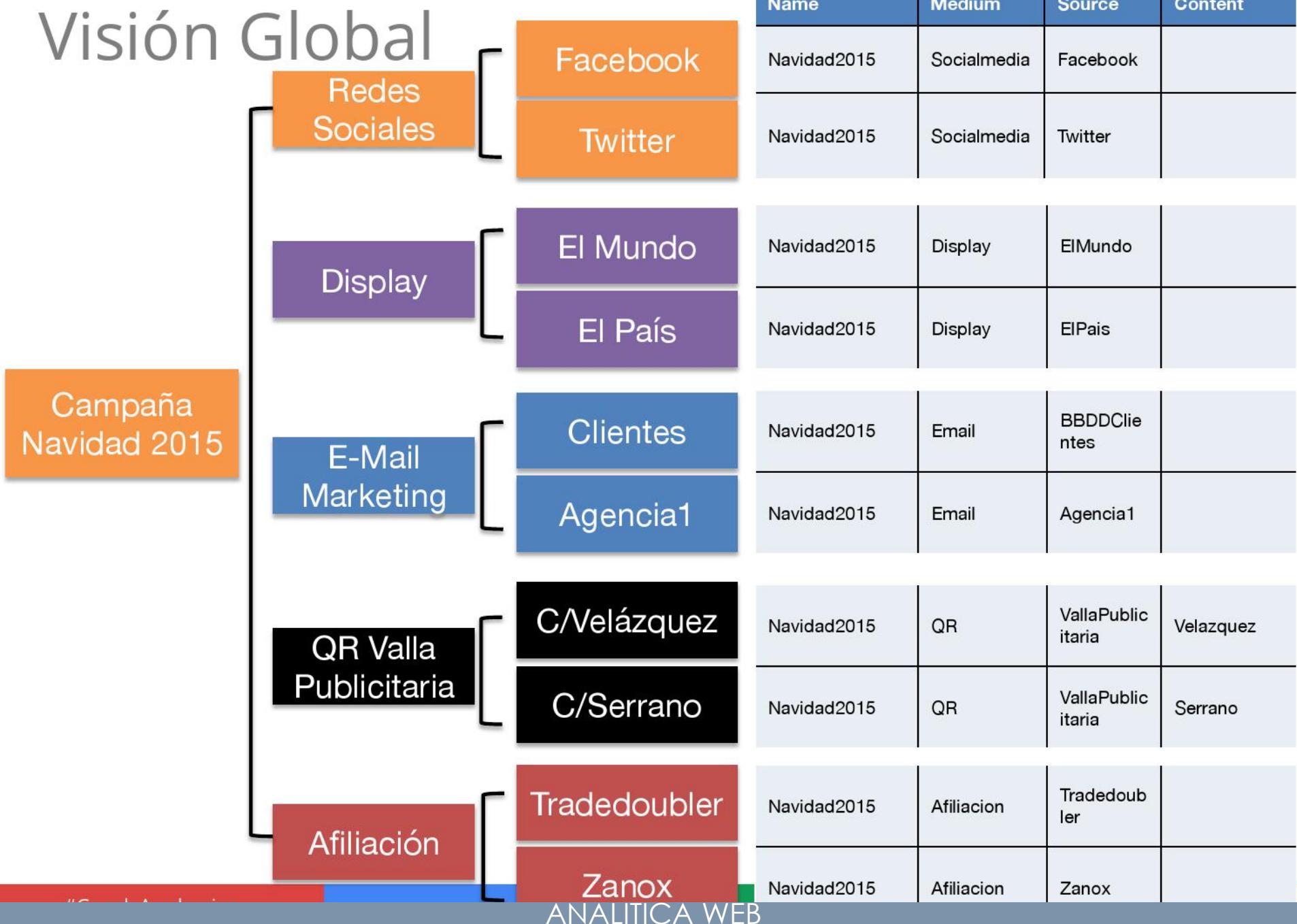
[Build URL »](#)

<http://gaconfig.com>  
-> URL Builder

Google:

<https://support.google.com/analytics/answer/1033867?hl=es>

# Visión Global



# ¿Y dónde mido cada campaña?

Google™

Menú lateral:

- Tiempo real
- Audiencia
- Adquisición
- Visión general
  - Todo el tráfico
  - AdWords
  - Optimización en buscadores
  - Social
  - Campañas
    - Todas las campañas
    - Palabras clave de ...
    - Palabras clave or...
    - Análisis de costes
- Comportamiento
- Conversiones

Gráfico de sesiones:

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

Dimensión secundaria: Medio

Ordenar por tipo: Predeterminado

Campaña	Medio	Adquisición			Comportamiento	
		Sesiones	% de nuevas sesiones	Nuevos usuarios	Porcentaje de rebote	
1. Shopping	cpc	317 % del total: 35,58 % (891)	78,55 % Media de la vista: 72,05 % (9,01 %)	249 % del total: 38,79 % (642)	64,67 % Media de la vista: 56,45 % (14,55 %)	
2. 7883c21f3f-Navidad_2014	email	245 (77,29 %)	88,16 %	216 (86,75 %)	66,53 %	
3. 7b4af4e495-Black_Friday_2014	email	36 (11,36 %)	72,22 %	26 (10,44 %)	58,33 %	
4. fe50410614-descuento 12 %	email	21 (6,62 %)	0,00 %	0 (0,00 %)	66,67 %	
5. navidad 2014	email	10 (3,15 %)	50,00 %	5 (2,01 %)	50,00 %	
6. 9 de diciembre	email	2 (0,63 %)	50,00 %	1 (0,40 %)	50,00 %	
7. HP	cpc	1 (0,32 %)	100,00 %	1 (0,40 %)	0,00 %	

# Y si no queremos ver AdWords...

Google™

Dimensión primaria: Campaña Fuente Medio Fuente/medio Otros ▾

Incluir en gráfico Dimensión secundaria: Medio Ordenar por tipo: Predeterminado ▾

avanzado

Excluir **Medio** Que contienen cpc

y + Añada una dimensión o métrica

Aplicar Cancelar

Campaña	Medio	Adquisición			Comportamiento			Conversiones	Comercio electrónico	Porcentaje de conversiones de comercio electrónico
		Sesiones	% de nuevas sesiones	Nuevos usuarios	Porcentaje de rebote	Páginas/sesión	Duración media de la sesión			
		128.471 % del total: 34,45% (372.923)	64,95% Promedio del sitio: 69,61% (-6,70%)	83.438 % del total: 32,14% (259.589)	58,16% Promedio del sitio: 48,78% (19,24%)	3,94 Promedio del sitio: 4,89 (-15,93%)	00:02:27 Promedio del sitio: 00:03:08 (-21,52%)	831 % del total: 34,64% (2.399)	41.672,19 € % del total: 33,64% (123.884,90 €)	0,65% Promedio del sitio: 0,64% (0,55%)
1. las mejores ofertas de gisela intimates	banner	24.648 (19,19%)	98,37%	24.246 (29,06%)	96,20%	1,10	00:00:05	17 (2,05%)	929,74 € (2,23%)	0,07%
2. MARCA - GISELA	cpc	24.065 (18,73%)	53,80%	12.948 (15,52%)	25,49%	7,85	00:05:15	335 (40,31%)	17.438,88 € (41,85%)	1,39%
3. SUJETADORES	cpc	16.433 (12,79%)	74,70%	12.276 (14,71%)	60,33%	2,87	00:01:46	54 (6,50%)	2.399,63 € (5,76%)	0,33%
4. PIJAMAS	cpc	8.243 (6,42%)	65,80%	5.424 (6,50%)	50,53%	3,95	00:02:25	42 (5,05%)	2.040,95 € (4,90%)	0,51%
5. Retargeting	cpc	7.519 (5,85%)	30,55%	2.297 (2,75%)	63,35%	3,06	00:01:53	10 (1,20%)	410,46 € (0,98%)	0,13%
6. VERANO	cpc	6.597 (5,14%)	84,46%	5.572 (6,68%)	56,80%	3,28	00:01:36	16 (1,93%)	848,65 € (2,04%)	0,24%
7. BRAGAS	cpc	5.481 (4,27%)	79,84%	4.376 (5,24%)	59,86%	2,32	00:01:00	5 (0,60%)	182,83 € (0,44%)	0,09%

# Mapa de Árbol

## Mapas de árbol

Acceso directo

Este informe se basa en 1.579.510 sesiones (100% de sesiones). [Más info](#)



Adquisición

Visión general

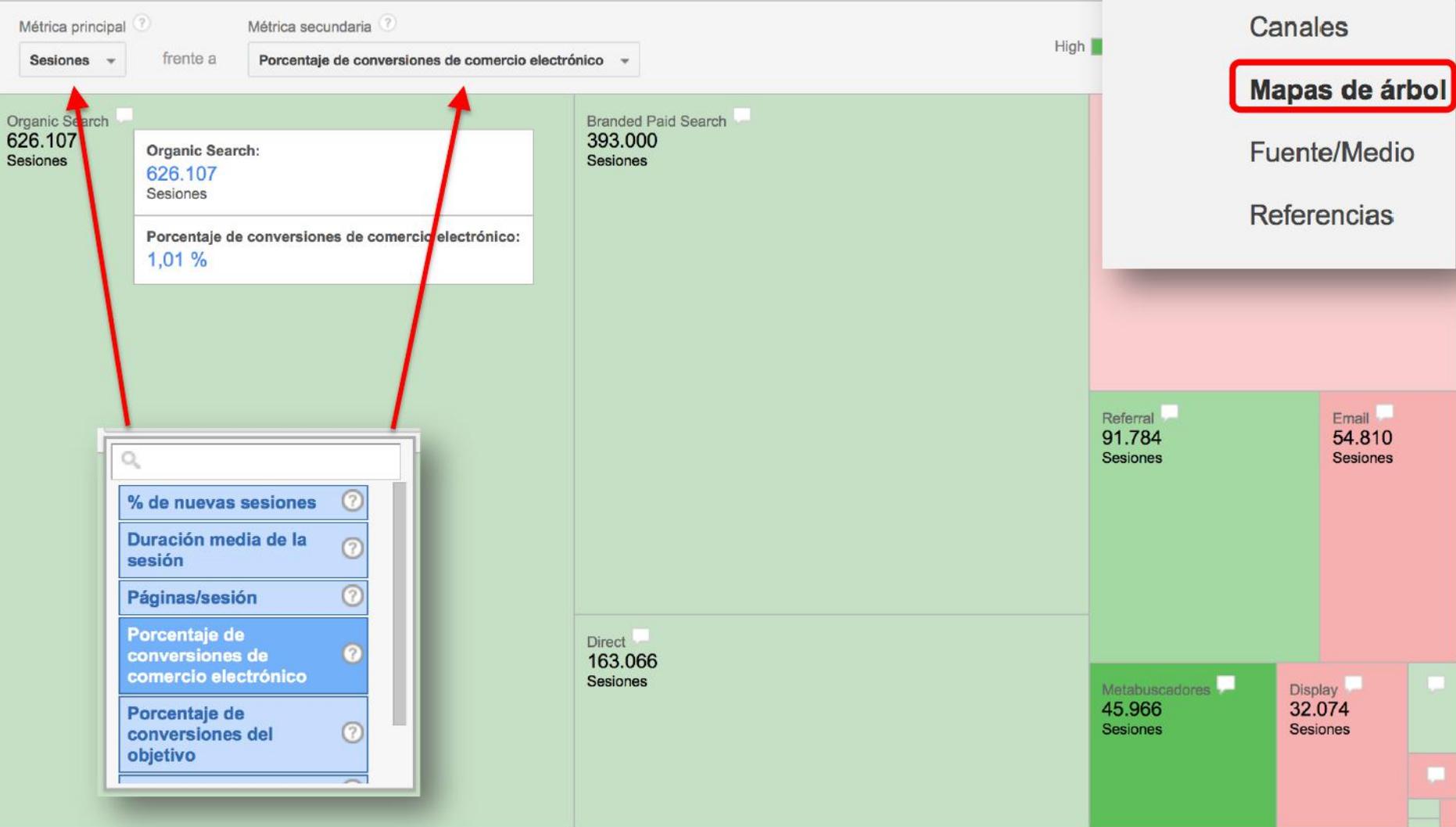
▼ Todo el tráfico

Canales

**Mapas de árbol**

Fuente/Medio

Referencias



# Comportamiento de las fuentes

Google™



**Google Analytics utiliza internamente un modelo de atribución de último clic de campaña**

**Directo nunca sobre-escribe fuentes previas a la hora de atribuir conversiones a una fuente**

# Datos específicos de Social

Google™

▼ Social

Visión general

Referencias de la ...

Actividad del hu...

Páginas de destino

Seguimientos inve...

Conversiones

Complementos

Flujo de usuarios

## Actividad del hub de datos

29 mar. 2015 - 28 abr. 2015 ▾

Correo electrónico Exportar Añadir al panel Acceso directo

Este informe se basa en 1.579.510 sesiones (100% de sesiones). [Más información](#)

Respuesta más lenta, mayor precisión ▾

### Nuestros socios de concentrador de datos



Las personas interactúan con el contenido en sitios distintos del suyo, además de compartirlo y hablar de él. Consulte la actividad de uso compartido en las redes de los [socios de concentradores de datos sociales](#), directamente en estos informes.

- Alvoices
- Delicious
- Diigo
- Disqus
- Echo

- Google Groups
- Google+
- Hatena
- Meetup
- Pocket

- Reddit
- SodaHead
- VKontakte
- Yaplog

% de actividades de concentrador de datos: 0,00 %

### Flujo de actividad

Día Semana Mes

Actividades de concentrador de datos



Todas las redes ▾

Visualización: Conversaciones Eventos

No hay actividades de concentrador de datos que coincidan con sus filtros.



Visión general

Flujo del comportamie...

▼ Contenido del sitio

Todas las páginas

Desglose de cont...

Páginas de destino

Páginas de salida

► Velocidad del sitio

► Búsquedas en el sitio

► Eventos

► AdSense

Experimentos

Analítica de página

Google

## ¿QUÉ CONSUMIERON?

Que contenidos han visto y que interacciones han realizado con el site

# Páginas que vieron

Comportamiento

Visión general

Flujo del comportamie...

▼ Contenido del sitio

Todas las páginas

Desglose de cont...

Páginas de destino

Páginas de salida

¡Atención al valor de página!

Páginas de salida								
Incluir en gráfico	Dimensión secundaria	Ordenar por tipo:	Predeterminado					
Página	Número de páginas vistas	Número de páginas vistas únicas	Promedio de tiempo en la página	Entradas	Porcentaje de rebote	Porcentaje de salidas	Valor de página	
	24.649 % del total: 100,00% (24.649)	18.118 % del total: 100,00% (18.118)	00:00:47 Promedio del sitio: 00:00:47 (0,00%)	4.236 % del total: 100,00% (4.236)	31,14% Promedio del sitio: 31,14% (0,00%)	17,19% Promedio del sitio: 17,19% (0,00%)	0,44 € % del total: 100,00% (0,44 €)	
1. /	2.631 (10,67%)	1.582 (8,73%)	00:02:49	1.534 (36,21%)	16,17%	24,52%	0,22 € (50,68%)	
2. /m/28/new-balance	853 (3,46%)	561 (3,10%)	00:00:33	534 (12,61%)	30,52%	44,20%	0,00 € (0,00%)	
3. /c/12/sandalias	625 (2,54%)	470 (2,59%)	00:00:14	8 (0,19%)	37,50%	4,00%	0,42 € (95,99%)	
4. /manufacturer/all	587 (2,38%)	309 (1,71%)	00:00:23	29 (0,68%)	13,79%	5,45%	1,04 € (238,66%)	
5. /m/28/new-balance?pagenumber=2	468 (1,90%)	300 (1,66%)	00:00:14	2 (0,05%)	0,00%	5,13%	0,00 € (0,00%)	
6. /c/79/mujer-primavera-verano	463 (1,88%)	334 (1,84%)	00:00:50	5 (0,12%)	80,00%	12,31%	0,00 € (0,00%)	
7. /c/65/todo	428 (1,74%)	290 (1,60%)	00:00:53	54 (1,27%)	16,67%	15,89%	0,22 € (51,34%)	
8. /c/30/outlet-women	388 (1,57%)	303 (1,67%)	00:00:23	3 (0,07%)	0,00%	6,19%	0,00 € (0,00%)	
9. /c/3/woman	360 (1,46%)	279 (1,54%)	00:00:20	6 (0,14%)	16,67%	6,39%	0,00 € (0,00%)	
10. /c/62/outlet-sandalias-espadrilles	311 (1,26%)	228 (1,26%)	00:00:32	26 (0,61%)	38,46%	10,93%	0,00 € (0,00%)	

Mostrar filas: 10 Ir a: 1 1 - 10 de 1232

# Desglose de contenido

-  Comportamiento
  - Visión general
  - Flujo del comportamiento...
- ▼ Contenido del sitio

Dimensión primaria: Nivel de ruta de página 1 Página

Dimensión secundaria ▾ Ordenar por tipo: Predeterminado ▾



Nivel de ruta de página 1	Número de páginas vistas	Número de páginas vistas únicas	Promedio de tiempo en la página	Porcentaje	Páginas de destino	Páginas de salida
	<b>81.411</b> % del total: 100,00 % (81.411)	<b>56.252</b> % del total: 100,00 % (56.252)	<b>00:00:38</b> Media de la vista: 00:00:38 (0,00 %)		Media de la vista: 32,88 % (0,00 %)	Media de la vista: 17,49 % (0,00 %)
1.  /c/	<b>40.596</b> (49,87 %)	28.723 (51,06 %)	00:00:29	30,32 %		10,88 %
2.  /p/	<b>18.831</b> (23,13 %)	13.807 (24,54 %)	00:00:49	49,84 %		25,65 %
3.  /m/	<b>10.238</b> (12,58 %)	6.430 (11,43 %)	00:00:32	25,01 %		22,79 %
4.  /	<b>7.231</b> (8,88 %)	4.383 (7,79 %)	00:01:16	20,28 %		27,87 %
5.  /manufacturer/	<b>1.554</b> (1,91 %)	827 (1,47 %)	00:00:26	21,28 %		5,47 %
6.  /t/	<b>591</b> (0,73 %)	460 (0,82 %)	00:01:21	36,67 %		29,27 %
7.  /cart	<b>358</b> (0,44 %)	182 (0,32 %)	00:00:58	62,50 %		14,80 %
8.  /contactus	<b>159</b> (0,20 %)	120 (0,21 %)	00:01:08	50,00 %		28,93 %
9.  /login/	<b>152</b> (0,19 %)	87 (0,15 %)	00:00:44	25,00 %		9,21 %
10.  /onepagecheckout	<b>102</b> (0,13 %)	67 (0,12 %)	00:03:50	0,00 %		19,61 %

Mostrar filas: 10  Ir a: 1 1 - 10 de 703 

Desglose de cont...

# ¿dónde aterrizan?

Comportamiento

- Visión general
- Flujo del comportamiento...
- Contenido del sitio
- Todas las páginas
- Desglose de cont...
- Páginas de destino**
- Páginas de salida

Dimensión primaria: Página de destino Otros ▾

Incluir en gráfico Dimensión secundaria Ordenar por tipo: Predeterminado ▾

Página de destino	Adquisición			Comportamiento			Conversiones	Comercio electrónico	
	Sesiones	% de nuevas sesiones	Nuevos usuarios	Porcentaje de rebote	Páginas/sesión	Duración media de la sesión	Transacciones	Ingresos	Porcentaje de conversiones de comercio electrónico
	<b>25.002</b> % del total: 100,00% (25.002)	<b>68,27%</b> Promedio del sitio: 68,06% (0,30%)	<b>17.068</b> % del total: 100,30% (17.017)	<b>47,83%</b> Promedio del sitio: 47,83% (0,00%)	<b>4,87</b> Promedio del sitio: 4,87 (0,00%)	<b>00:02:55</b> Promedio del sitio: 00:02:55 (0,00%)	<b>106</b> % del total: 100,00% (106)	<b>6.080,94 €</b> % del total: 100,00% (6.080,94 €)	<b>0,42%</b> Promedio del sitio: 0,42% (0,00%)
1. <a href="#">/index.php</a>	<b>12.007</b> (48,02%)	<b>71,94%</b>	<b>8.638</b> (50,61%)	<b>40,88%</b>	<b>5,72</b>	<b>00:03:23</b>	<b>40</b> (37,74%)	<b>2.359,20 €</b> (38,80%)	<b>0,33%</b>
2. <a href="#">/mujer/pijamas.html</a>	<b>2.383</b> (9,53%)	<b>66,39%</b>	<b>1.582</b> (9,27%)	<b>58,33%</b>	<b>3,71</b>	<b>00:02:03</b>	<b>3</b> (2,83%)	<b>168,74 €</b> (2,77%)	<b>0,13%</b>
3. <a href="#">/mujer/sujetadores.html</a>	<b>1.396</b> (5,58%)	<b>67,12%</b>	<b>937</b> (5,49%)	<b>46,63%</b>	<b>4,97</b>	<b>00:03:04</b>	<b>6</b> (5,66%)	<b>350,00 €</b> (5,76%)	<b>0,43%</b>
4. <a href="#">/te-ayudamos-tallas/index.php</a>	<b>946</b> (3,78%)	<b>92,28%</b>	<b>873</b> (5,11%)	<b>79,18%</b>	<b>1,56</b>	<b>00:00:48</b>	<b>0</b> (0,00%)	<b>0,00 €</b> (0,00%)	<b>0,00%</b>
5. <a href="#">/mujer/braguitas.html</a>	<b>864</b> (3,46%)	<b>72,11%</b>	<b>623</b> (3,65%)	<b>57,52%</b>	<b>3,42</b>	<b>00:02:05</b>	<b>0</b> (0,00%)	<b>0,00 €</b> (0,00%)	<b>0,00%</b>
6. <a href="#">/mujer.html</a>	<b>494</b> (1,98%)	<b>78,95%</b>	<b>390</b> (2,28%)	<b>53,85%</b>	<b>4,25</b>	<b>00:02:05</b>	<b>1</b> (0,94%)	<b>45,85 €</b> (0,75%)	<b>0,20%</b>
7. <a href="#">/mujer/colecciones.html</a>	<b>475</b> (1,90%)	<b>58,53%</b>	<b>278</b> (1,63%)	<b>27,58%</b>	<b>9,89</b>	<b>00:05:35</b>	<b>2</b> (1,89%)	<b>101,67 €</b> (1,67%)	<b>0,42%</b>
8. <a href="#">/outlet.html</a>	<b>475</b> (1,90%)	<b>62,95%</b>	<b>299</b> (1,75%)	<b>43,58%</b>	<b>4,91</b>	<b>00:03:17</b>	<b>1</b> (0,94%)	<b>40,85 €</b> (0,67%)	<b>0,21%</b>
9. <a href="#">/hombre/boxers-hombre.html</a>	<b>274</b> (1,10%)	<b>92,34%</b>	<b>253</b> (1,48%)	<b>81,39%</b>	<b>1,57</b>	<b>00:00:29</b>	<b>0</b> (0,00%)	<b>0,00 €</b> (0,00%)	<b>0,00%</b>
10. <a href="#">/semana_de_la_lactancia</a>	<b>269</b> (1,08%)	<b>79,93%</b>	<b>215</b> (1,26%)	<b>59,85%</b>	<b>2,83</b>	<b>00:01:18</b>	<b>0</b> (0,00%)	<b>0,00 €</b> (0,00%)	<b>0,00%</b>

Mostrar filas: 10 Ir a: 1 1 - 10 de 1974

TODAS » PÁGINA: /

Correo electrónico Exportar Añadir al panel Acceso directo



Todas las visitas  
7.07%

Explorador

Resumen de navegación

Analítica de página

Número de páginas vistas ▾

Número de páginas vistas

100



Día Semana Mes

Agrupar páginas por:

Sin agrupar ▾

Selección actual: / ▾ Mostrar filas: 10

Entradas 29-dic-2013 - 28-ene-2014: 70,81%

Páginas anteriores 29-dic-2013 - 28-ene-2014: 29,19%



Salidas 29-dic-2013 - 28-ene-2014: 29,96%

Páginas siguientes 29-dic-2013 - 28-ene-2014: 70,04%

## Ruta de la página anterior

Número de páginas vistas % Número de páginas vistas

/c/3/woman		46	11,06%
/c/31/botines		40	9,62%
/c/15/botas		35	8,41%
/c/65/todo		26	6,25%
/manufacturer/all		25	6,01%
/c/8/hombre		20	4,81%
/c/30/outlet-women		13	3,12%
/c/9/bolsos		12	2,88%
/c/28/botas-y-botines		11	2,64%
/m/6/hispanitas		10	2,40%

## Rutas de la página siguiente

Número de páginas vistas % Número de páginas vistas

/manufacturer/all		203	18,29%
/c/3/woman		142	12,79%
/c/15/botas		115	10,36%
/c/65/todo		108	9,73%
/c/31/botines		99	8,92%
/c/9/bolsos		50	4,50%
/c/30/outlet-women		46	4,14%
/c/8/hombre		45	4,05%
/c/28/botas-y-botines		22	1,98%
/m/6/hispanitas		22	1,98%

Buscar: Buscar: 

## Qué se vio antes y después

# Tiempos de carga

Por defecto sólo toma el 1% del tráfico para calcularlo, aunque se puede ampliar este % modificando el código de seguimiento



Página	Número de páginas vistas	Tiempo medio de carga de la página (s) (comparado con el promedio del sitio)
	121.855	5,67 Promedio del sitio: 5,67 (0,00%)
1. /index.php	16.557	+14,71%
2. /mujer/pijamas.html	8.960	+9,03%
3. /mujer/sujetadores.html	7.100	-11,73%
4. /mujer/colecciones.html	4.871	-46,80%
5. /outlet.html	4.680	-13,76%
6. /mujer/colecciones/play.html	3.978	-34,55%
7. /mujer/novedades.html	3.803	-24,37%
8. /mujer/braguitas.html	3.572	-42,92%
9. /mujer/colecciones/suite.html	3.054	-38,96%
10. /mujer.html	2.656	-93,50%

# ¡Fijaos siempre en la distribución!

Google

## Tiempos de página de velocidad del sitio

29/12/2013 - 28/1/2014

Correo electrónico Exportar Añadir al panel Acceso directo



Todas las visitas  
100,00%

Explorador Distribución Gráfico de visitas por ubicación

Contenedor de tiempo de carga de página (s) Contenedor de tiempo de redireccionamiento (s) Contenedor de tiempo de búsqueda de dominio (s)  
Contenedor de tiempo de conexión de servidor (s) Contenedor de tiempo de respuesta de servidor (s) Contenedor de tiempo de descarga de página (s)  
Contenedor de tiempo de interacción de documento (segundos) Contenedor de tiempo de carga de contenido de documento (segundos)

Tiempo medio de carga de la página (s)

3,52

Promedio del sitio: 3,52 (0,00%)

Número de páginas vistas

24.044

% del total: 100,00% (24.044)

Muestreo de carga de página

190

% del total: 100,00% (190)

	Contenedor de tiempo de carga de página (s)	Muestreo de carga de página	Porcentaje del total
⊕	0 - 1	28	14,74%
⊕	1 - 3	61	32,11%
⊕	3 - 7	88	46,32%
⊕	7 - 13	9	4,74%
⊕	13 - 21	4	2,11%

Este informe se creó el 29/1/14 a las 11:01:15. - [Actualizar informe](#)

# Sugerencias

- Comportamiento
- Visión general
- Flujo del comportamiento
- Contenido del sitio
- Velocidad del sitio
  - Descripción general
  - Tiempos de página
    - Sugerencias de v...**
    - Tiempos de usuario
  - Búsquedas en el sitio

  
55 / 100 Móvil

  
67 / 100 Ordenador

### Resumen de sugerencias

**! Elementos que debes corregir:**

- Optimizar imágenes
  - [Mostrar cómo corregirlo](#)
- Especificar caché de navegador
  - [Mostrar cómo corregirlo](#)
- Eliminar el JavaScript que bloquea la visualización y el CSS del contenido de la mitad superior de la página
  - [Mostrar cómo corregirlo](#)

**! Elementos que puedes plantearte corregir:**

- Habilitar compresión
  - [Mostrar cómo corregirlo](#)
- Minificar CSS
  - [Mostrar cómo corregirlo](#)
- Minificar JavaScript
  - [Mostrar cómo corregirlo](#)
- Minificar HTML
  - [Mostrar cómo corregirlo](#)

3 reglas aprobadas  
[Mostrar detalles](#)



Página

Página	Vistas	(s)	página	speed
/	1.699	3,65	8 total	67
/manufacturer/all	832	2,00	8 total	69
/c/15/botas	761	3,25	8 total	69
/c/31/botines	705	4,12	8 total	52
/c/64/outlet-botitas-y-botines	615	4,08	8 total	54
/c/3/mujer	569	2,00	8 total	67
/m/40/luis-gonzalo	473	4,93	8 total	64
/c/39/botas-de-caña-alta	434	0,00	8 total	54
/c/3/woman	341	2,44	8 total	67
/c/30/outlet-women	335	3,56	8 total	68

1 - 10 de 1107 

# Búsquedas en la Web



- Visión general
- Flujo del comportamiento...
- Contenido del sitio
- Velocidad del sitio
- Búsquedas en el sitio
  - Visión general
  - Uso
  - Términos de bús...

Dimensión primaria: Término de búsqueda Categoría de búsqueda del sitio

Dimensión secundaria Ordenar por tipo: Predeterminado avanzado

Término de búsqueda	Total de búsquedas únicas	Número de páginas vistas de resultados/búsqueda	% de salidas de búsqueda	% de refinamientos de búsqueda	Tiempo posterior a la búsqueda	Promedio de páginas vistas por búsqueda
	<b>23.457</b> % del total: 100,00% (23.457)	1,33 Promedio del sitio: 1,33 (0,00%)	17,57% Promedio del sitio: 17,57% (0,00%)	36,27% Promedio del sitio: 36,27% (0,00%)	00:03:19 Promedio del sitio: 00:03:19 (0,00%)	3,11 Promedio del sitio: 3,11 (0,00%)
1. gisela	<b>699</b> (2,98%)	1,10	4,29%	4,53%	00:03:48	8,19
2. yoga	<b>276</b> (1,18%)	1,21	55,07%	0,60%	00:01:46	2,66
3. bikinis	<b>270</b> (1,15%)	1,57	27,78%	21,46%	00:02:30	2,74
4. bikini	<b>224</b> (0,95%)	1,48	28,57%	17,17%	00:03:32	3,61
5. popeye	<b>184</b> (0,78%)	1,19	78,80%	6,85%	00:01:00	0,66
6. gisela intimates	<b>153</b> (0,65%)	1,08	1,31%	7,83%	00:05:02	10,53
7. body	<b>147</b> (0,63%)	1,17	19,05%	33,72%	00:01:33	2,10
8. novia	<b>142</b> (0,61%)	1,48	24,65%	12,86%	00:04:22	5,32
9. snoopy	<b>128</b> (0,55%)	1,78	30,47%	12,72%	00:05:27	4,22
10. liguero	<b>96</b> (0,41%)	1,23	18,75%	26,27%	00:02:45	2,60

Mostrar filas: 10 Ir a: 1 - 10 de 8681

# ¿qué es un evento en G.Analytics?

Google™

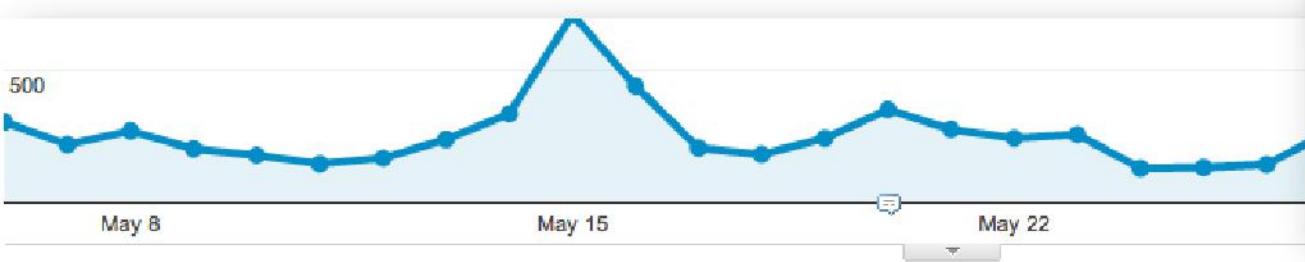
The collage includes:

- A hotel booking website showing a gallery of photos with a red dashed border around the top-left corner.
- A map showing a location with a red pin labeled 'A'.
- A car rental page for Goldcar showing an inscription form with a red dashed border around the bottom-right corner.
- A car rental page showing a car image and a color bar.
- A car rental page showing a 'Reserva tu plaza' button with a red dashed border around the bottom-right corner.
- A car rental page showing car characteristics with a red dashed border around the bottom-right corner.
- A car rental page showing child seat options with a red dashed border around the bottom-right corner.
- A car rental page showing a price of 30,00 € with a red dashed border around the bottom-right corner.
- A car rental page showing priority check-in and GPS add-ons with a red dashed border around the bottom-right corner.
- A car rental page showing a 'Soy nuevo en Goldcar' and 'Soy cliente de Goldcar' banner with a red dashed border around the bottom-right corner.
- A red button with the text 'TE LLAMAMOS GRATIS AHORA' and a phone icon.

**Todo lo que NO genere una página vista, y sea importante de medir**

<https://developers.google.com/analytics/devguides/collection/gajs/eventTrackerGuide>

# Controlar acciones o sucesos Requiere implementación específica



▼ Eventos

Visión general

Eventos principales

Páginas

Flujo de eventos

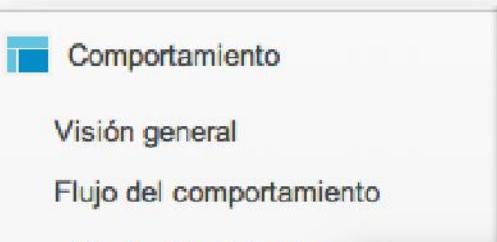
Primary Dimension: Event Action   Event Label   Other ▾

Atención a los eventos únicos y totales

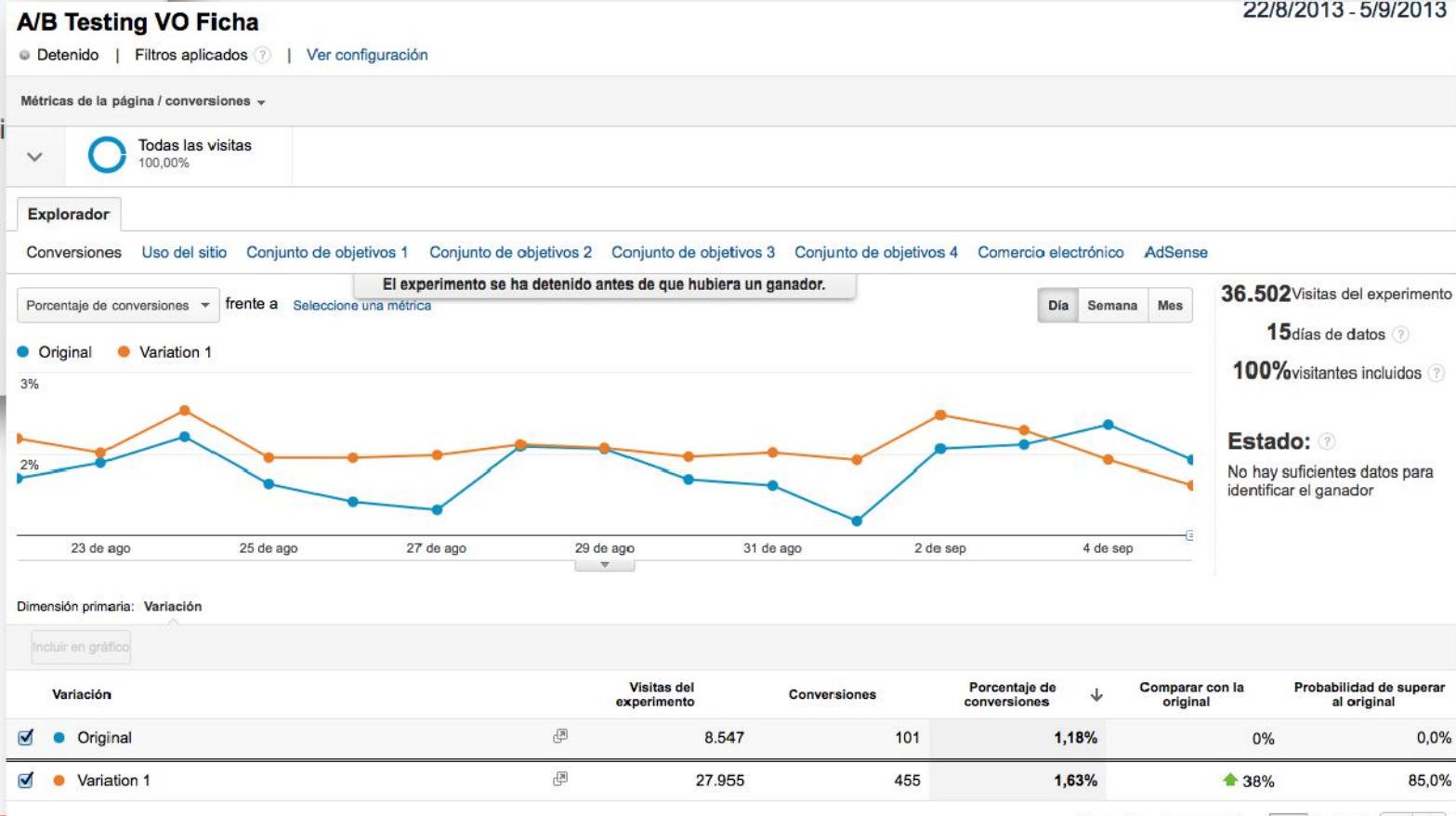
	Event Action	Total Events	Unique Events	Event Value	Avg. Value
		8,040 % of Total: 4.45% (180,713)	4,056 % of Total: 10.76% (37,762)	0 % of Total: 0.00% (0)	0.00 Site Avg: 0.00 (0.00)
□	1. Descarga_PDF	4,079	2,749	0	0.00
□	2. VerRespuesta_Lessons	2,501	244	0	0.00
□	3. Login_Lessons	562	411	0	0.00
□	4. PDF_Producto	497	426	0	0.00
□	5. EnvioContacto_OK	194	101	0	0.00
□	6. Buscar	146	92	0	0.00
□	7. CheckAudio_Lessons	59	31	0	0.00
□	8. RSS	2	2	0	0.00

# Testing desde GA

Google™



Podemos testar hasta 9 variaciones + el original de manera simultánea



Visión general

Flujo del comportamiento

» Contenido del sitio

» Velocidad del sitio

» Búsquedas en el sitio

» Eventos

» AdSense

Experimentos

**Analítica de página**

**Analítica de página**

29/12/2013 - 28/1/2014

Añadir al panel Acceso directo

Todas las visitas 100,00%

Clics con más de: 0,10% Mostrar cuadros de ayuda Mostrar color Tamaño del navegador

4.63% 17% 0.8% 0.8% 1.3% 0 CESTA(s) CONTACTO REGISTRARSE ENTRAR

6.7% Seraphita

MUJER HOMBRE BOLSOS COMPLEMENTOS MARCAS OUTLET

Búsqueda de la tienda 1.2% 1.2% 1.2%

NO SIN TU BOLSO  
Bolsos: son los mejores amigos de las mujeres!  
SHOP NOW

1.6% 0.6% 1.2% 1.2%

novedades Tommy Hilfiger WESTERN

JENVIO GRATUITO!

# análisis on-page

The KISSmetrics website features a heatmap overlay on a survey form titled "Survey visitors while they are surfing your website". The heatmap shows user interaction with various elements like input fields and buttons. Below the form, there's a section titled "The smarter choice for getting answers" with sections for "Private", "Targeted", and "Polls", each with a brief description and a call-to-action button.

A heatmap analysis of a blog post titled "What Robert De Niro Knows That You Don't About Business". The heatmap highlights areas of high engagement, such as the title and the first few paragraphs. A sidebar on the right provides a detailed breakdown of the top 20 referrers to the post.

A heatmap analysis of a blog post titled "Best of Tuts+ – October". The heatmap shows high engagement with the title and the "Top Selling" section. A sidebar on the right lists other popular posts from the month.

**CLICTALE™**  
Record - Watch - Understand

**crazyegg™**



Centro Internacional  
de Formación Financiera

CIFF Trustees:

