



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA



Escola Tècnica
Superior d'Enginyeria
Informàtica

SOCIAL WEB BEHAVIOUR

PRÁCTICA 4. GOOGLE ANALYTICS II

SOCIAL WEB BEHAVIOUR

CRISTINA I. FONT
DCADHA
crifonju@upv.es



1. Introducción

Un segmento en Google Analytics es un subconjunto de los datos, que permite aislar y analizar cada una de las diferentes tipologías de usuarios, de modo que se pueda examinar y responder a las necesidades e intereses de los usuarios.

Segmentar ayuda a entender el comportamiento de los diferentes grupos que utilizan un sitio web ya que cada uno de los grupos (o clusters) es un segmento definido por una serie de características. Por ejemplo:

- Compradores vs No compradores
- Visitantes nuevos vs Recurrentes
- Por cantidad de páginas vistas
- Por edad y sexo
- Por gustos
- En función de la fuente de la que provienen
- Etc.

Google Analytics permite realizar diversas combinaciones de datos, de modo que se pueda conocer y descubrir los diferentes segmentos de usuarios que utilizan una aplicación. Así como el comportamiento que diferencia cada uno de los segmentos, de modo que se pueda extraer conocimiento y utilizarlo para mejorar la herramienta, producto o servicio.

Existen dos tipos de segmentos principalmente:

- Segmentos de usuario: aquellos que registran los datos del usuario durante diversas sesiones durante 90 días. Este segmento permite la combinación de dimensiones como edad, género, días, fuente, comportamiento, etc.
- Segmentos por sesión: aquellos que representan el comportamiento del usuario durante una única sesión. Por ejemplo, se puede comprobar aquellas sesiones que comienzan al llegar de una fuente determinada o aquellas que han generado una compra.

2. Objetivos de la práctica

- Aprender a utilizar la herramienta Google Analytics
- Utilizar Google Analytics para tipificar a los usuarios que acceden a la página web (Google Store) mediante GA.

3. Desarrollo de la práctica

Google Analytics permite visualizar de manera sencilla los diferentes grupos de usuarios aplicando filtros tanto predefinidos como personalizados.

Para ello se debe acceder a cualquiera de las secciones en las que se puede encontrar información de los usuarios (excepto en “En tiempo real”), así como en la parte superior, donde aparecen las opciones “Todos los usuarios” y “Añadir segmento”, que permiten tanto aplicar los filtros pertinentes para que se vean únicamente los datos relativos a un segmento, como agregar un segmento para realizar una comparativa (se pueden comparar de dos a cuatro segmentos).

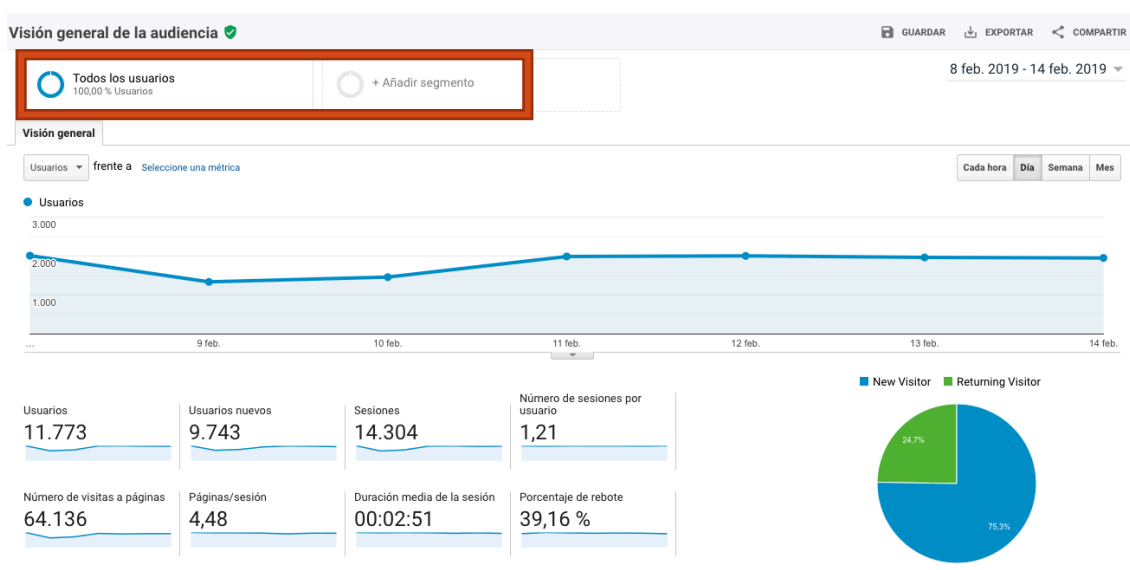


Figura 1: Visión general de audiencia y acceso a segmentos

Al pulsar en la sección, existen segmentos predefinidos por Google, que facilitan la segmentación, y se encuentran basados en los más utilizados por los usuarios. Cada uno de ellos muestra una breve explicación al pasar el ratón por encima.

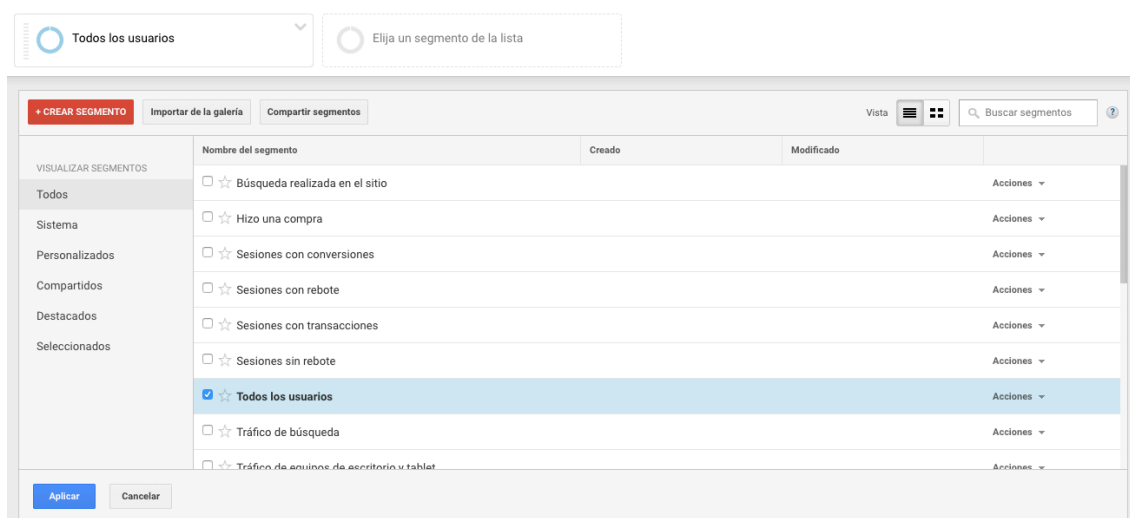


Figura 2: panel de segmentación

Además, se pueden crear nuevos segmentos, pulsando en el botón rojo “Crear segmento”, esto permite obtener información diferenciada y con una precisión mucho mayor en función de los intereses. De esta forma, se pueden crear segmentos con diferencias claras y realizar las comparaciones pertinentes, conociendo el porcentaje del total de usuarios, características, etc.

Figura 3: Creación segmento personalizado

Junto al botón de “Crear segmento”, se encuentran otros dos botones “Importar de la galería” y “Compartir segmentos”, que permiten aplicar segmentos publicados por otros usuarios o publicar y compartir los propios.

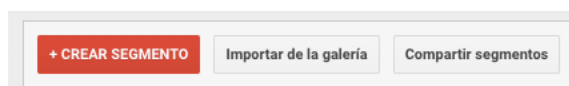


Figura 4: Botones Crear segmento, importar y compartir

Algunos segmentos interesantes que se pueden importar son:

- *Occam’s Razor Awesomeness*, ofrece agrupaciones por los segmentos más importantes junto con visualizaciones.
- *New Google Analytics User Starter Bundle*, que incorpora visualizaciones y *dashboards* predefinidos, que ayudan a generar informes más interesantes.

4. Preguntas y entrega de la práctica

Se deberá entregar un documento en el que se detalle, a modo de informe, al menos dos tipos de usuario diferentes, con las gráficas, datos e información necesaria para demostrar la correcta segmentación realizada.

Esta práctica podrá realizarse en grupos de trabajo