|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  |  |

**Introducción a la Analítica web con Google Analytics**

**Evaluación final**

**Caso**

La nueva compañía S&S creó un producto innovador para amantes de la tecnología, su público objetivo son mujeres y hombres con rangos de edad entre 25 y 44 años. Se estima que con este nuevo producto se logre aumentar las ventas en un 5% más.

Para ofrecer el nuevo producto y lograr captar la mayor cantidad de clientes, el área de Marketing Digital implementó las siguientes estrategias digitales:

* Se rediseñó el sitio web de la compañía modificando el contenido del home y destacando el nuevo producto a la venta.
* Se realizaron publicaciones en las redes sociales Facebook e Instagram para ofrecer el nuevo producto.
* Se realizó una campaña publicitaria de pago mediante anuncios de búsqueda.

El analista digital debe realizar la implementación de Google Analytics en el sitio web para realizar las mediciones respectivas y verificar como se comportan los usuarios.

Después de un mes de publicar y ofrecer el producto en los distintos medios digitales, el Analista Digital debe realizar las mediciones correspondientes para saber principalmente:

* Cuántas visitas se han generado desde la publicación del nuevo producto.
* Cuánto ha aumentado la entrada de visitas de los canales sociales.
* Cuál fue el impacto de la campaña publicitaria con los anuncios de pago.
* Y por último, si la compañía logró aumentar las ventas de su nuevo producto.

Para resolver las mediciones, el analista deberá realizar un plan de medición alineado al objetivo principal.

**Plan de analítica de datos**

Considerando los antecedentes anteriormente expuestos, deberás elaborar un plan de analítica de datos que contenga la siguiente información:

1. Definir el objetivo principal de la compañía para el logro de resultados.
2. Definir a lo menos 1 KPI relevante en la medición.
3. Indicar solo 3 métricas de Google Analytics y especificar por qué se utilizó cada métrica indicada. Éstas deben estar alineadas al objetivo y ser relevantes para la medición.
4. Indicar los informes de Google Analytics donde se obtienen las métricas indicadas en el punto anterior. Por ejemplo: *Del informe de “Audiencia” se obtiene la métrica “usuario” o “sesiones”*
5. Indicar , al menos una acción táctica o técnica que debería realizar el área de Marketing Digital en el caso que la compañía no obtenga los resultados esperados.
6. Indicar, también, una configuración avanzada a realizar dentro de Google Analytics que solucione algunas de las implementaciones realizadas por el área de marketing. Debes solo indicar la configuración y el motivo que solucionará una de las 3 implementaciones mencionadas en el caso expuesto.

**Importante**

Para simular datos o consultar informes de Google Analytics ya existentes, se podrá utilizar la cuenta Demo de Google Merchandise Store que se encuentra en el siguiente vínculo:  
<https://analytics.google.com/analytics/web/demoAccount>