

Análisis de datos

Datos cuantitativos y cualitativos

Datos cuantitativos

○ ¿Cómo son?

- ◆ Datos en forma de números, cantidad, porcentajes, proporciones, ...
- ◆ Se utilizan en la primeras fases para determinar los KPI y las métricas
- ◆ Rápidos y económicos de recopilar
- ◆ Fáciles de analizar
- ◆ Se pueden visualizar en gráficos, diagramas y tablas



Datos cuantitativos



○ ¿Para qué se usan?

- ◆ Ayudan a medir el rendimiento de un sitio web
 - Tasa de conversión, sesiones, finalización
- ◆ Conocer cuántos usuarios llegan a cada etapa del proceso
 - Mejorar el proceso y aumentar la tasa de conversión

○ ¿Cómo recogerlos?

- ◆ Implementado sistemas de seguimiento en sitios y web
 - Uso de *cookies* almacenadas en el navegador
 - *Scripts* incluidos en las páginas

Datos cuantitativos

○ Ejemplos

- ◆ Tráfico sitio web
- ◆ Fuentes de tráfico
 - Como llegan los usuarios a la web
- ◆ Comportamiento del usuario
 - Como interactúa el usuario con el sitio web
- ◆ Conversiones
- ◆ Embudos de conversión
- ◆ Datos demográficos y geográficos
- ◆ Rendimiento del contenido

Datos cuantitativos

○ Herramientas

◆ Google Analytics

- Herramienta por excelencia
- Permite medir páginas web, app, ...



◆ ComScore

- Proporciona datos de marketing y análisis
- Permite recoger datos obtenidos mediante una campaña de publicidad



◆ Adobe Analytics

- Permite recoger datos de todos los canales
- Análisis en tiempo real
- Segmentación



○ ¿Qué son?

-

Datos cualitativos

○ ¿Por qué son importantes?

- ◆ Ayudan a comprender el porqué del comportamiento del usuario
 - Comprender sus motivaciones
 - Descubrir puntos débiles y posibles mejoras
- ◆ Ayudan a hacerse una imagen completa del tipo de usuarios y a empatizar con ella
- ◆ Ayudan a conocer las preferencias y gustos de grupos de personas
- ◆ Ayudan definir segmentos focalizando en perfiles más concretos

Datos cualitativos

○ ¿Cómo se recogen?

- ◆ Interfaz de usuario definida para el propósito que incluya campos de texto, casillas de verificación, ...
- ◆ Encuesta online
- ◆ Newsletter con enlace externo
- ◆ Módulo que solicite valoraciones



Datos cualitativos

○ Ejemplos

- ◆ Encuestas en linea
- ◆ Entrevistas a usuarios
- ◆ Pruebas de usabilidad
- ◆ Análisis de comentarios y opiniones
- ◆ Mapas de calor y grabaciones de sesiones
- ◆ Análisis de comentarios en formularios y chats
- ◆ Análisis de sentimientos
- ◆ Estudios de comportamiento del usuario

Datos cualitativos

○ Herramientas



◆ Crazyegg

- Proporciona un mapa de calor del sitio web permitiéndonos ver dónde hacen clic los usuarios que visitan la página.



◆ Optimizely

- Permite personalizar y mejora la estancia de los usuarios

◆ Adobe Target

- Personalización, prueba A/B y multivariantes, e I.A para mejorar la experiencia del usuario

Resumen

- Combinar ambos tipos de datos en más útil
 - ◆ Los datos cualitativos ayudan a descubrir problemas y oportunidades
 - ◆ Los datos cuantitativos ayudan a validar puntos de vista y a confirmar lo que pensamos

