

UNIDAD 1

Introducción a la analítica web

Dado el dominio iestrassierra.net queremos conocer aspectos fundamentales como son las visitas que está recibiendo o el porcentaje de rebote. Además queremos recibir periódicamente un informe personalizado.

Se pide:

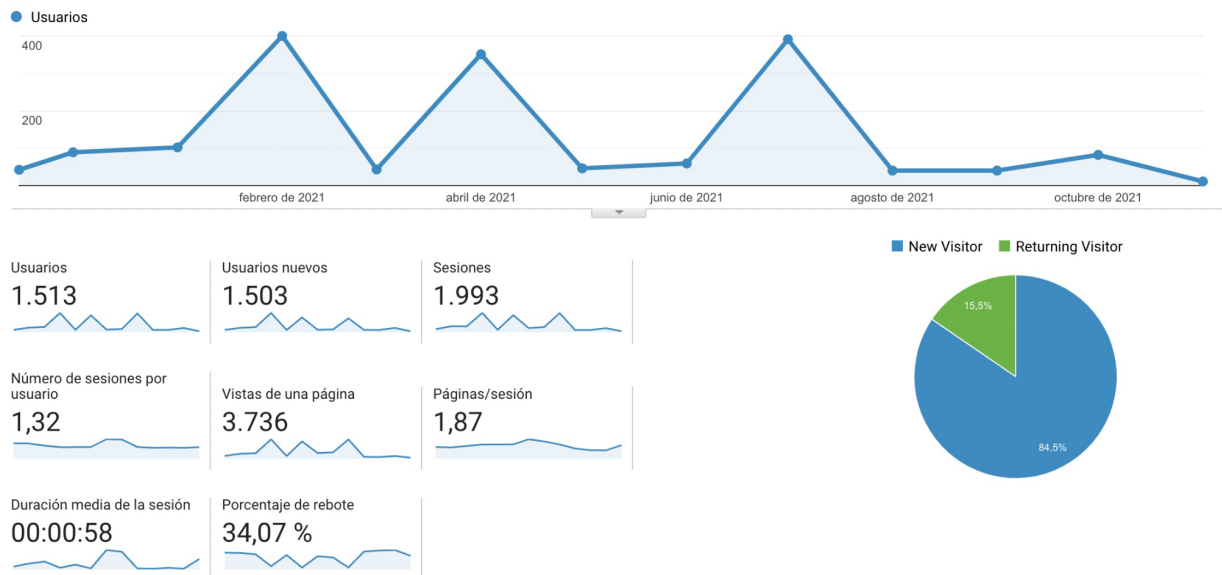
A. Obtener datos relativos a los siguientes ítems para el último año.

- Visitas.
- Sesiones.
- Número de páginas vistas.
- % de Rebote.
- % de visitantes que vuelven a la web.
- Navegador donde la carga se produce más rápido.
- Navegador donde la carga se produce más lenta.
- Número de conversiones conseguidas.
- % de conversiones en relación al número de visitas.
- Indicar el país donde el porcentaje de rebote es más alto para ese periodo.
- Indicar el número de sesiones que provienen de tráfico directo así como el número de conversiones de tráfico referido.

Las sesiones son, lo que eran antes, las visitas y los usuarios son, lo que eran antes, las sesiones únicas.

Visitas	1993
Sesiones	1513
Número de páginas vistas	
% de rebote	34,07%
% de visitantes que vuelven a la web	15,5%
Navegador donde la carga se produce más rápido	Firefox
Navegador donde la carga se produce más lento	Internet Explorer
Número de conversiones conseguidas	0
% de conversiones en relación al número de visitas	0%
Indicar el país donde el porcentaje de rebote es más alto para ese periodo	Dinamarca y Singapur (1 usuario ambos y 100% de rebote)
Indicar el número de sesiones que provienen de tráfico directo así como el número de conversiones de tráfico referido	491 tráfico directo, 755 sesiones por búsqueda orgánica y, de las 370 sesiones referidas, 0 conversiones

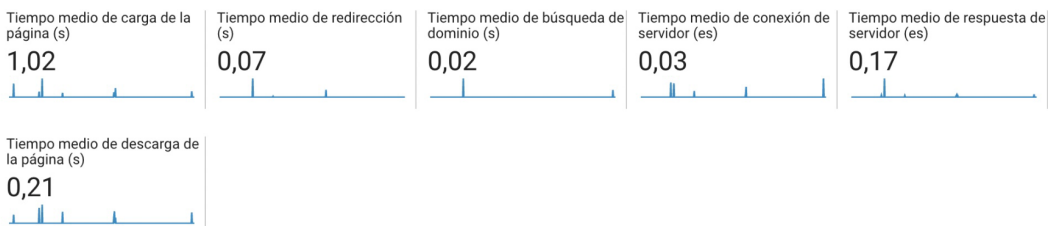
Resumen general:



Informes > Comportamiento > Velocidad del sitio > General



El muestreo de carga de página envió 20 páginas vistas



Velocidad del sitio		Navegador		Tiempo medio de carga de la página (s)
Navegador				
País		1. Firefox		0,85
Página		2. Chrome		0,98
		3. Internet Explorer		2,05

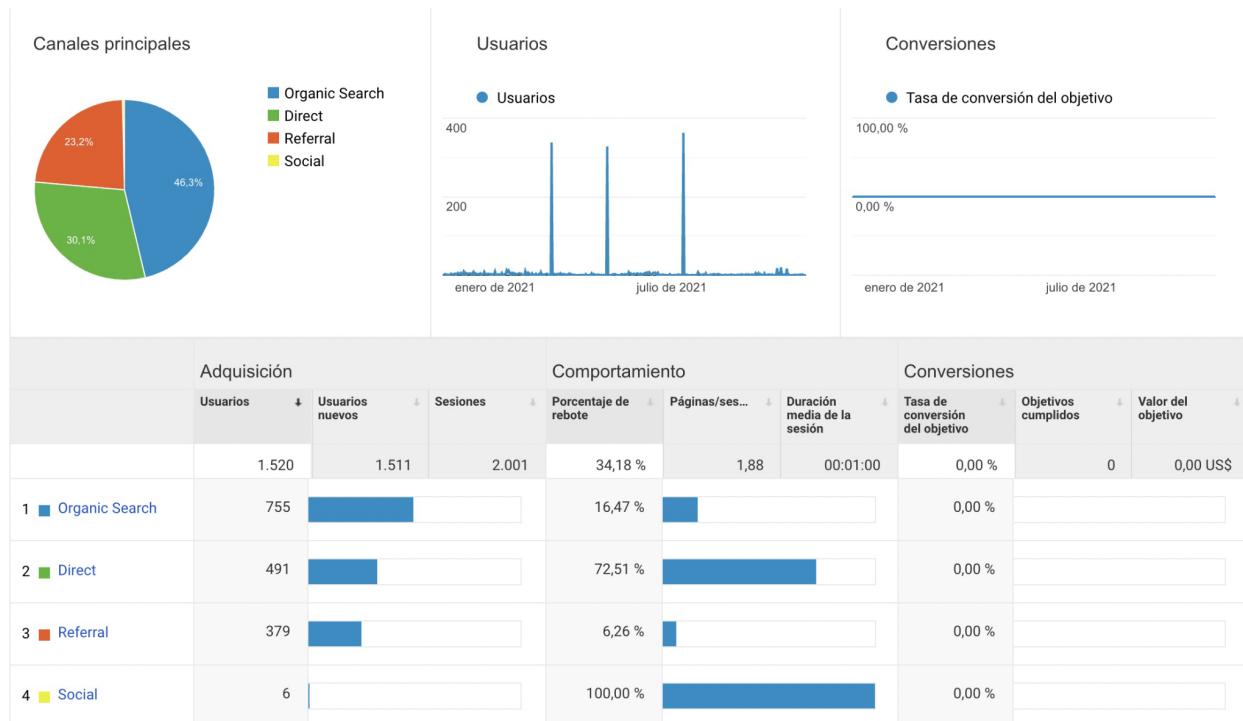
Informes > Conversiones > Embudos multicanal > General



Informes > Audiencia > Información geográfica > Ubicación

País ?	Adquisición			Comportamiento			Conversiones		
	Usuarios ?	Usuarios nuevos ?	Sesiones ?	Porcentaje de rebote ? ↓	Páginas/sesión ?	Duración media de la sesión ?	Tasa de conversión del objetivo ?	Objetivos cumplidos ?	Valor del objetivo ?
	1.520 % del total: 100,00 % (1.520)	1.511 % del total: 100,00 % (1.511)	2.001 % del total: 100,00 % (2.001)	34,18 % Media de la vista: 34,18 % (0,00 %)	1,88 Media de la vista: 1,88 (0,00 %)	00:01:00 Media de la vista: 00:01:00 (0,00 %)	0,00 % Media de la vista: 0,00 % (0,00 %)	0 % del total: 0,00 % (0)	0,00 US\$ % del total: 0,00 % (0,00 US\$)
1. Denmark	1 (0,07 %)	1 (0,07 %)	1 (0,05 %)	100,00 %	1,00	00:00:00	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
2. Singapore	1 (0,07 %)	1 (0,07 %)	1 (0,05 %)	100,00 %	1,00	00:00:00	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
3. China	249 (16,29 %)	249 (16,48 %)	259 (12,94 %)	85,71 %	1,14	00:00:01	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
4. United States	273 (17,85 %)	272 (18,00 %)	290 (14,49 %)	67,24 %	1,34	00:00:03	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
5. Spain	202 (13,21 %)	193 (12,77 %)	409 (20,44 %)	49,88 %	2,47	00:04:01	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
6. Poland	11 (0,72 %)	10 (0,66 %)	32 (1,60 %)	43,75 %	2,75	00:05:50	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
7. Canada	28 (1,83 %)	28 (1,85 %)	31 (1,55 %)	38,71 %	1,61	00:00:06	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
8. Hong Kong	11 (0,72 %)	11 (0,73 %)	13 (0,65 %)	30,77 %	1,69	00:00:07	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
9. Indonesia	32 (2,09 %)	32 (2,12 %)	36 (1,80 %)	25,00 %	1,75	00:00:06	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)
10. Azerbaijan	5 (0,33 %)	5 (0,33 %)	5 (0,25 %)	20,00 %	1,80	00:00:08	0,00 %	0 (0,00 %)	0,00 US\$ (0,00 %)

Informes > Adquisición > Resumen



Atendiendo a las estadísticas, el tráfico directo y el de búsqueda orgánica son las principales fuentes de visita. La mayoría de la audiencia es española, lo cual tiene sentido dado a la situación geográfica del centro. De cada 3 sesiones en la página, 1 sale del sitio web sin interactuar con nada, lo cual indica que se necesita trabajar más en la retención del usuario.

A.2 Comprueba el tráfico en tiempo real que ha recibido la web en los últimos 30 minutos.

Información general

Crear acceso directo **BETA** 

En este momento

0

usuarios activos en el sitio

Páginas vistas

Por minuto

1,5

1,0

0,5

-26 min -21 min -16 min -11 min -6 min ...

Por segundo

1,5

1

0,5

-60 s -45 s -30 s -15 s

Referencias principales

Fuente	Usuarios activos	↓
No hay datos para esta vista.		

Tráfico social principal:

Fuente	Usuarios activos	↓
No hay datos para esta vista.		

Palabras clave principales

Palabra clave	Usuarios activos	↓
No hay datos para esta vista.		

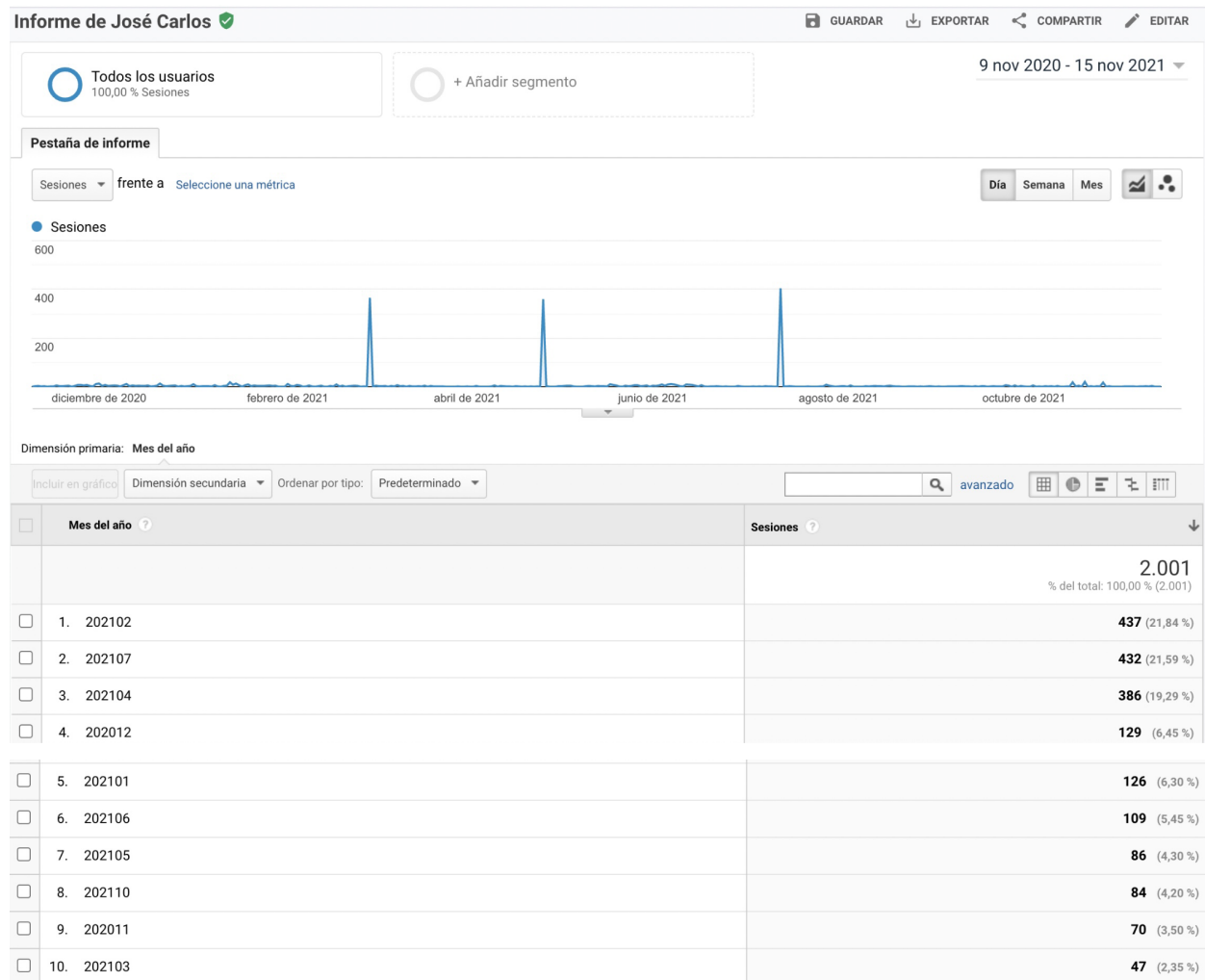
Principales páginas activas

Página activa	Usuarios activos	↓
No hay datos para esta vista.		

Ubicaciones principales:



B. Crea un informe automatizado mensual en el que aparezcan el número de sesiones por mes. (Pista: Debe ser un informe personalizado).



**C. Indica los pasos para crear un objetivo para contabilizar como conversión que el usuario visite la página de contacto.
IMPORTANTE: NO FINALICES LA CREACIÓN DEL OBJETIVO.**

1. Seleccionamos “Administrar” del menú izquierdo desplegable



Administrar

2. Seleccionamos la pestaña “Admin” y, dentro de ella, “Objetivos”.

The screenshot shows the Admin interface with three main sections: Cuenta, Propiedad, and Vista. The 'ADMINISTRAR' tab is highlighted with a red box and the number 1. The 'Objetivos' tab is highlighted with a red box and the number 2.

3. Hacemos click en “Nuevo objetivo”

<div><div>+ NUEVO OBJETIVO</div><div>Importar de la Galería</div><div>Buscar</div></div>					
<input type="checkbox"/>	Objetivo	ID	Tipo	Conversiones durante los 7 últimos días	Registro
<input type="checkbox"/>	Contabilizar_Pagina_Contacto	ID de objetivo establecido en 1	Destino	0	<input type="checkbox"/> DESACTI
<input type="checkbox"/>	Página de contacto	ID de objetivo 2/objetivo establecido en 1	Destino	0	<input type="checkbox"/> DESACTI
<div>Mostrar las filas 10 1: 2 de 2 < ></div>					

4. Dentro de los objetivos, seleccionamos el que más se adecúe a nuestro propósito. Si queremos convertir al cliente, probablemente nos interese alguno de los objetivos establecidos dentro de la plantilla por defecto que nos ofrece Google Analytics.

☒ **Plantilla**

Seleccione una plantilla para empezar con opciones configuradas previamente.

INGRESOS

- ☒ Realización de un pago Se ha completado un pago online
- ☐ Registro online Registro en una clase o programación de una cita
- ☐ Programación de visita Se ha concertado una cita o se ha realizado una reserva
- ☐ Donación Se ha completado una donación online

ADQUISICIÓN

- ☐ Creación de una cuenta Se ha creado correctamente un registro, una cuenta o una vista

CONSULTA

- ☐ Envío Se ha subido o finalizado una solicitud, un examen o un formulario online
- ☐ Vista de programación Se han consultado un calendario o fechas límite

INTERACCIÓN

- ☐ Reproducción de medios Reproducción de medios interactivos, como un vídeo, una presentación o una demostración de producto
- ☐ Uso compartido/conexión social Se ha compartido en una red social o se ha enviado por correo electrónico
- ☐ Registro para recibir un boletín informativo Registro para recibir un boletín informativo o correos

- ☐ Objetivo inteligente El objetivo inteligente no está disponible.

Mida las visitas con mayor interacción en su sitio web y conviértalas automáticamente en objetivos. Después, utilice esos objetivos para mejorar sus pujas de Google Ads. [Más información](#)

- ☐ Personalizar