

WEB ANALYTICS

Analítica Básica



red.es



"El FSE invierte en tu futuro"
Fondo Social Europeo

1. Google Analytics GA4

1.1 ¿Qué mide?

1.2 ¿Para qué analizamos?

1.3 Creando tu proyecto web

2. Recopilación de datos de Analytics

2.1 ¿Cómo se mide?

2.2 Cuenta, propiedades, flujo de datos

3. Interfaz Google Analytics 4

3.1 Cuentas, propiedades

3.2 Informes, configuración, administración

4. El Ámbito de los datos

4.1 Usuario Sesión Evento

4.2 Métricas GA4



GOOGLE ANALYTICS GA4



1.1 ¿Qué mide?



1.1 ¿Qué mide?

Es una herramienta de análisis de tendencias de lo que los usuarios hacen con distintos dispositivos digitales



Suite Marketing Platform

Este sistema a través de códigos en web, apps Captura datos de lo que los usuarios hacen en ellas, los almacena en BBDD orientadas al Big Data y permite su consulta extrayendo sus datos o en informes y visualizaciones

¿DÓNDE MIDE?

En cualquier sistema con conexión a internet Páginas web, Apps Mobile (iOS & Android), Juegos Mobile

¿QUÉ MIDE?

Interacciones de los usuarios (datos independientes) que tenemos que analizar para buscar respuestas en estas mediciones y poder tomar así acciones que mejoren nuestro negocio

1.1 ¿Qué mide?

La analítica web también puede medir si los usuarios realizan **las conversiones para los objetivos que te has propuesto** :

¿Qué Mide?

¿Quién? Quién está usando la web (ecommerce SX), app, juego, etc (definimos a quién observamos, las distintas tipologías, según su país de procedencia, o de qué campañas vienen)

¿Qué? Qué interacciones está haciendo en nuestro ecommerce SX (Vemos que hace y lo medimos en GA4)

¿Por qué? Analizamos el quién y el qué y evaluamos por qué lo hace

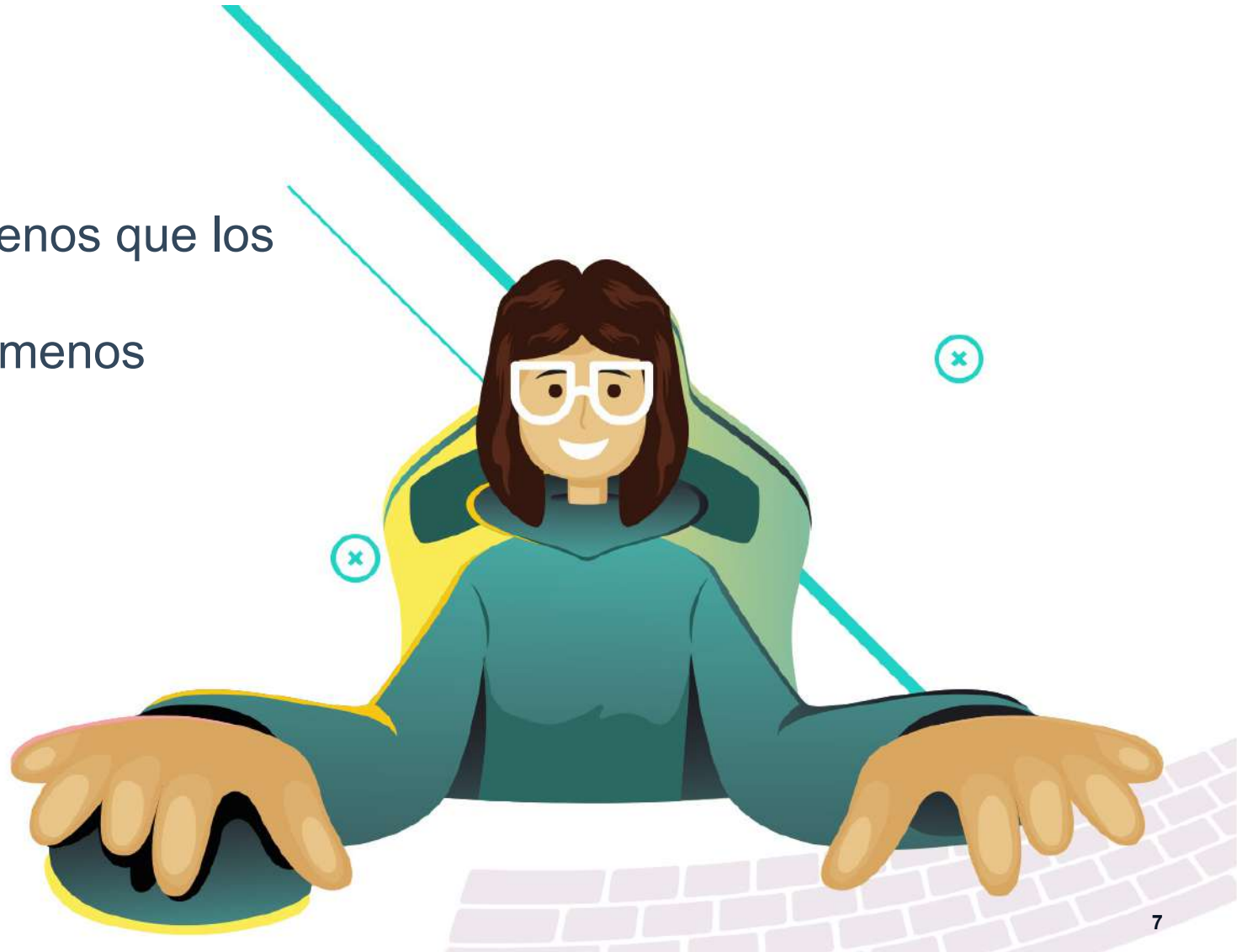
Insights

Claves para accionar el negocio: por qué el usuario decide realizar una acción u otra.

Caso de uso - Insights

Los usuarios desde el móvil

_____añaden al carrito un 50% menos que los de desktop _____
debido a que el precio está menos visible y no les queda claro



Caso de uso

¿Desde qué área te gustaría analizar los datos?

- Marketing
- SEO
- UX/ Usabilidad
- IT
- Comunicación/RRSS

Dependiendo de a qué te dediques medirás unos datos u otros...



Caso de uso

¿A qué área pertenecen los datos de cada círculo?

UX/ Usabilidad

Valoración del impacto de los cambios y los errores, mediciones de velocidad de la web, test con usuarios reales

Mejorar el proceso de desarrollo, las partes que funcionan mal en la web

Datos de campañas, anuncios, sesiones, conversiones, ingresos, embudos de conversión

Mejorar el proceso de captación, convertir más y mejor. Aprender e impactar más en sus audiencias

Datos de uso de las distintas páginas, flujos de navegación, visibilidad de elementos

Mejorar el proceso y la experiencia en la web, mejoras del diseño teniendo en cuenta los datos

IT

Marketing



Caso de uso

¿A qué área pertenecen los datos de cada círculo?

UX/ Usabilidad

Valoración del impacto de los cambios y los errores, mediciones de velocidad de la web, test con usuarios reales

Mejorar el proceso de desarrollo, las partes que funcionan mal en la web

Datos de campañas, anuncios, sesiones, conversiones, ingresos, embudos de conversión

Mejorar el proceso de captación, convertir más y mejor. Aprender e impactar más en sus audiencias

IT

Datos de uso de las distintas páginas, flujos de navegación, visibilidad de elementos

Mejorar el proceso y la experiencia en la web, mejoras del diseño teniendo en cuenta los datos

Marketing



Caso de uso

¿A qué área pertenecen los datos de cada círculo?

SEO

Datos de tráfico de buscadores, sesiones, landing page, buscadores

Mejorar el proceso de optimización, corregir apuestas por landing y keywords

Datos de conversión desde RRSS, perfil demográfico e intereses del tráfico

Mejorar la rentabilidad del canal, valor de interés de la marca, comunicaciones con impacto

Comunicación en Redes Sociales



Caso de uso

¿A qué área pertenecen los datos de cada círculo?



1.2 ¿Para qué analizamos?



1.2 ¿Para qué analizamos?



1.3 Creando tu proyecto web



Analítica web

1.3 Creando un proyecto web

Para poder recopilar todos los datos con la información que deseamos analizar debemos disponer de diferentes medios en los cuales implementar las diferentes herramientas que nos facilitarán la obtención.

Estos medios a través de los cuales recopilaremos los datos se encontrarán en soportes digitales y pueden ser de diferente naturaleza (web, app, dispositivo conectado a internet, etc). Uno de los principales canales utilizados para recabar esta información es vía web, es decir, mediante la integración de herramientas de analítica en un sitio web para medir el tráfico y su comportamiento.

Analítica web

1.3 Creando un proyecto web

Actualmente existen múltiples alternativas entre las que elegir para crear nuestro proyecto web, algunas más completas y flexibles, y otras mucho más sencillas y rápidas de implementar.

Podemos crear un proyecto web utilizando diferentes lenguajes de programación, siendo PHP, JAVA o PYTHON algunos de los más populares.

Estos lenguajes nos permiten crear espacios web a medida, con infinitas posibilidades de personalización.

Además de crear una web a medida utilizando la programación web, también podemos utilizar cualquiera de los CMS existentes sin necesidad de tener nociones de programación.

Analítica web

1.3 Creando un proyecto web

Pero... ¿qué es un CMS?

Estas siglas son el acrónimo de Content Management System, y es un sistema que nos permite crear, administrar y gestionar espacios web de manera sencilla, sin necesidad de saber cómo programar utilizando lenguajes como php.

Es, en definitiva, una “herramienta informática” que nos facilita el diseño y creación de páginas web gracias a una interfaz amigable y a un entorno con el que es muy fácil familiarizarse.

Algunos de los más populares a nivel mundial son:



Analítica web

1.3 Creando un proyecto web

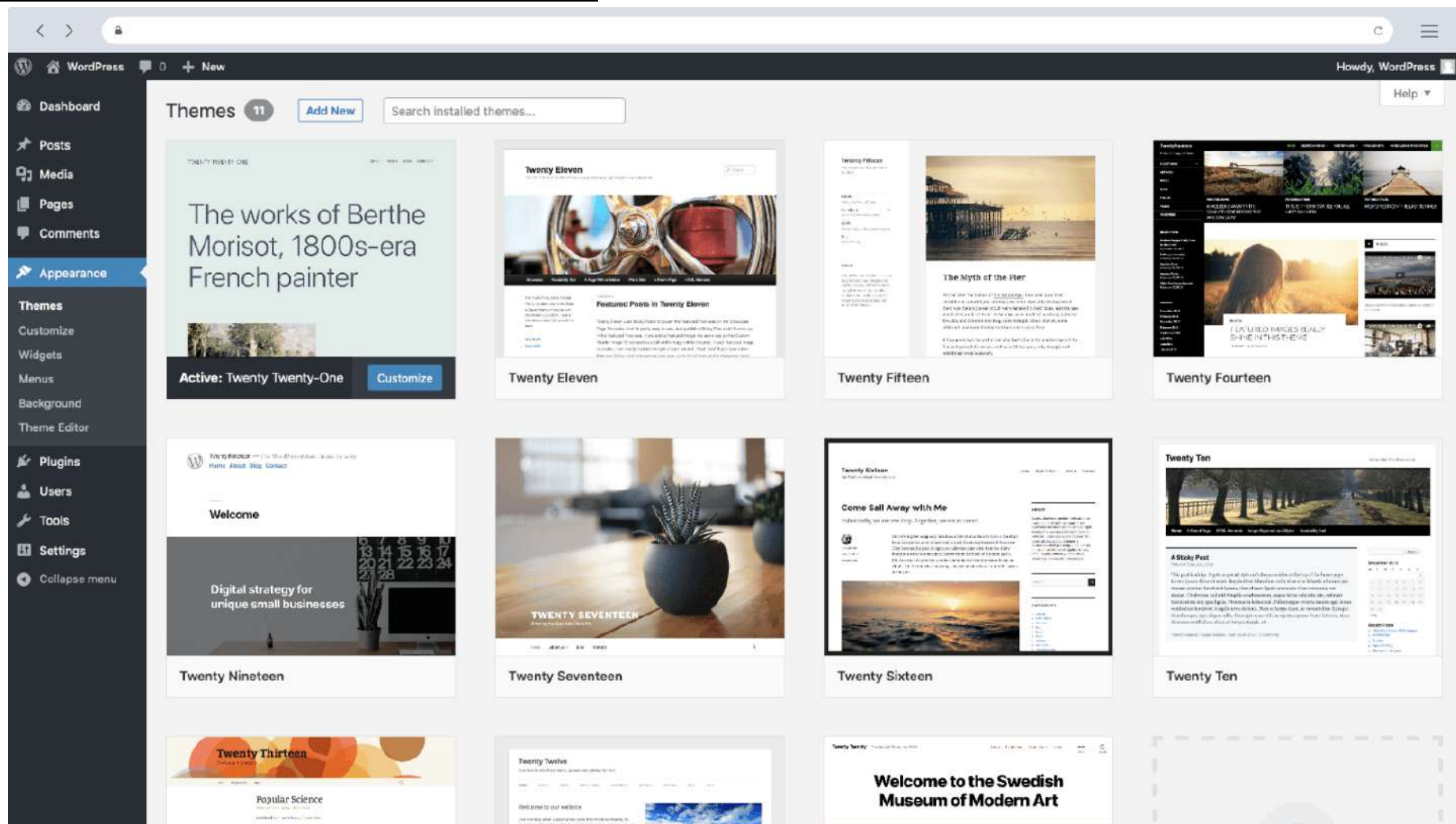


WORDPRESS

Wordpress fue creado en 2003, y en la actualidad es el CMS más utilizado para crear páginas web. Fue originalmente desarrollado para la creación de blogs personales y que permite desarrollar a día de hoy todo tipo de páginas web. Desde su creación su popularidad no ha dejado de aumentar con el paso de los años. Es un CMS totalmente gratuito y cuenta con su propio mercado de aplicaciones (plugins) con los que ampliar las funcionalidades de tu sitio web.

Analítica web

1.3 Creando un proyecto web



Analítica web

1.3 Creando un proyecto web



Ejemplo

A screenshot of the 'The Valley' website. The header is black with white text for social media icons (Twitter, Facebook, LinkedIn, YouTube, Instagram), navigation links (ALUMNI, BLOG, PODCAST, CONTACTO, 91 230 33 32, 900 907 212, info@thevalley.es), and a list of services (FORMACIÓN, EMPRESAS, EVENTOS, THE PLACE, CHILE, COWORKING, TALENT, VENTURE CAPITAL) with a 'TE LLAMAMOS' button. The main banner features a video player with 'The Valley' logo and the text 'La escuela de negocios de referencia en digital'. Below the banner is a call to action 'Encuentra tu formación según tu área' with a pink downward arrow and a purple phone icon in the bottom right corner.

Analítica web

1.3 Creando un proyecto web



Ejemplo



Crea soluciones innovadoras y ágiles, digitaliza e innova en tu negocio y haz que el talento no tenga límites.

Analítica web

1.3 Creando un proyecto web



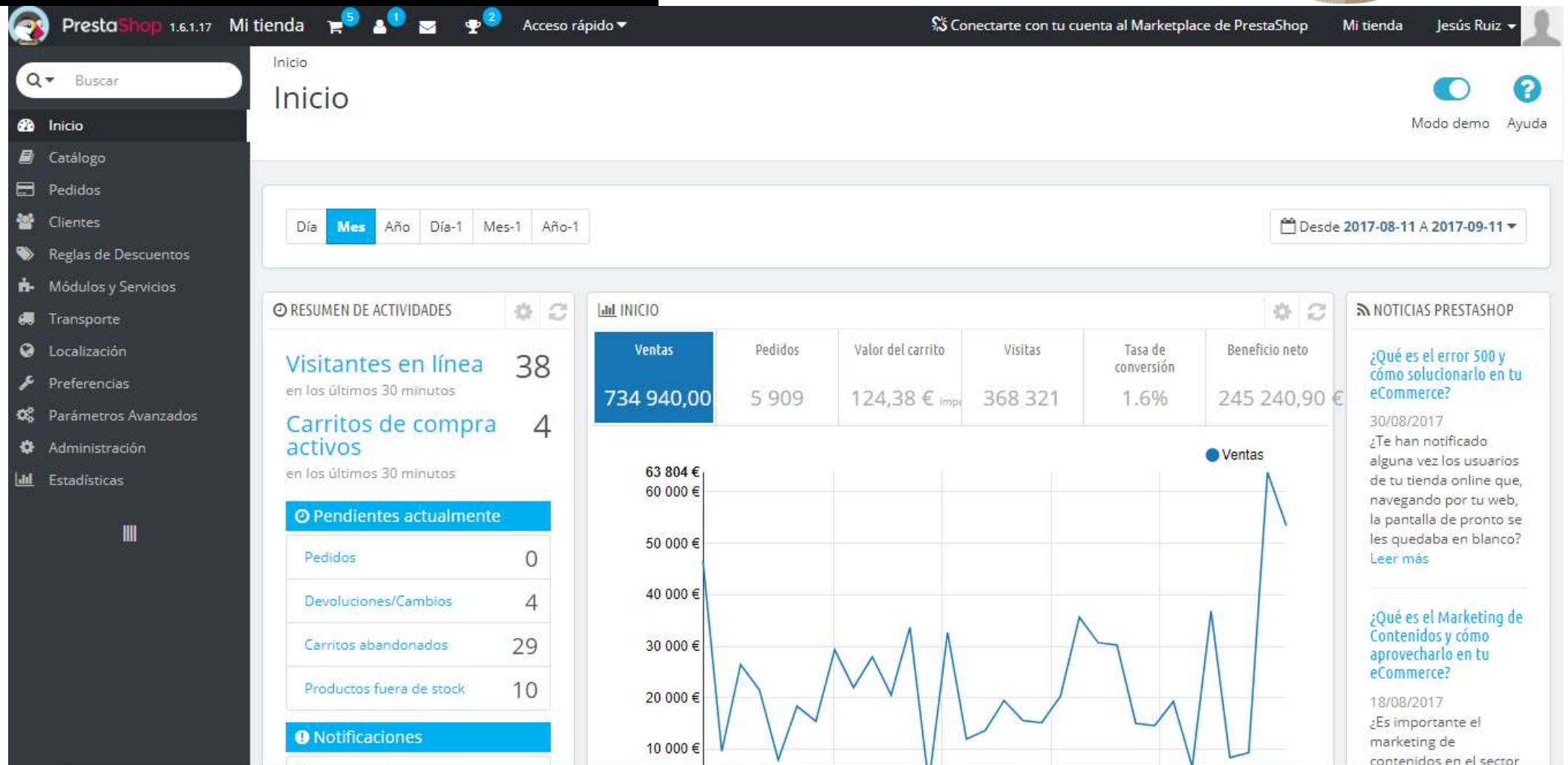
PRESTASHOP

A diferencia de Wordpress, esta plataforma está específicamente pensada para la creación de tiendas online. Es un CMS gratuito y muy completo, que permite desarrollar y gestionar e-commerce con un entorno muy usable y de sencillo manejo.

Una de sus principales ventajas es su potencia y el hecho de estar preconcebido para la gestión de tiendas online, lo cual convierte a este CMS en una de las mejores opciones si se desea gestionar un amplio catálogo de productos.

Analítica web

1.3 Creando un proyecto web



Analítica web

1.3 Creando un proyecto web



Ejemplo

Tendencias: Regalos día de la madre Ideas regalos día de la madre Ofertas primavera Outlet productos de belleza Urban Decay Naked Cyber Clarins double sérum Yves Saint Laurent Li

ENVIO GRATIS A PARTIR DE 25€ | El Blog de Primor | Península y Portugal ▼

PRIMOR

Marcas Perfumes Maquillaje Cosmética Cabello Corporales Higiene Parafarmacia Bebés y Niños Solares HOT Más

PRIMOR FARMA PRIMOR PETS PRIMOR MAN PRIMOR FIT KOREA REPUBLIC NATURAL Y ORGÁNICO GRATIS SHOP JUGUETES Y DECORACIÓN INFANTIL BEAUTY OUTLET PRIMOR PORTUG

DIOR
FELIZ DÍA DE LA MADRE

#Muy Mamá

3x2 EN MAKE UP

*Consultar condiciones en Promociones Activas

Analítica web

1.3 Creando un proyecto web



SHOPIFY

Shopify es un CMS creado en 2004 y especializado en el desarrollo de tiendas online. Al igual que PrestaShop, esta plataforma se concibió para crear ecommerce de forma sencilla y sin conocimientos informáticos. Una de sus principales ventajas y que le han hecho tan popular es la inmediatez y facilidad con la que es posible disponer de una tienda online completamente funcional.

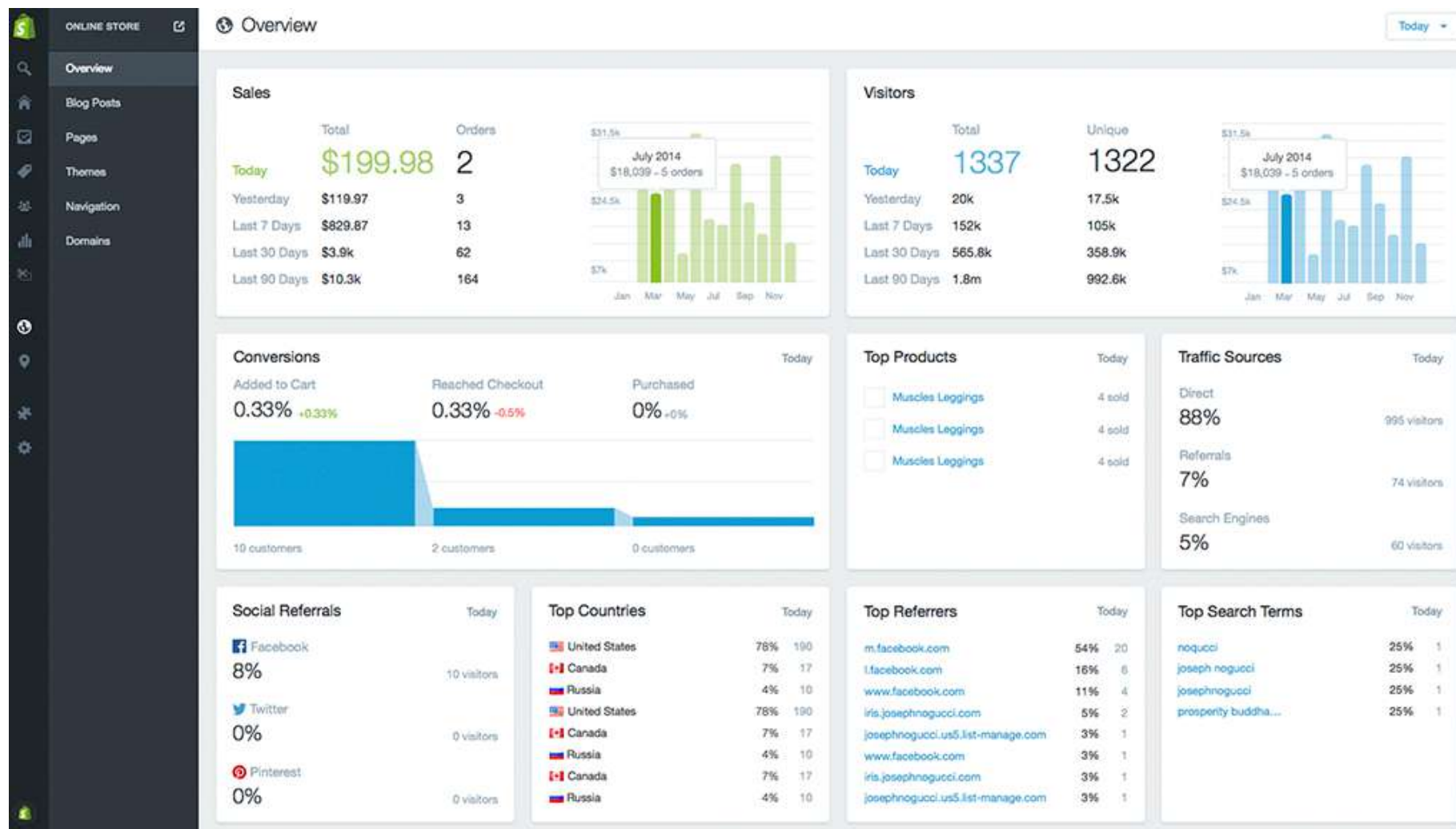
De igual modo, dispone de un mercado interno de aplicaciones que podemos conectar con nuestra tienda online para optimizar su funcionamiento y mejorar su usabilidad.

Analítica web

1.3 Creando un proyecto web



Ejemplo

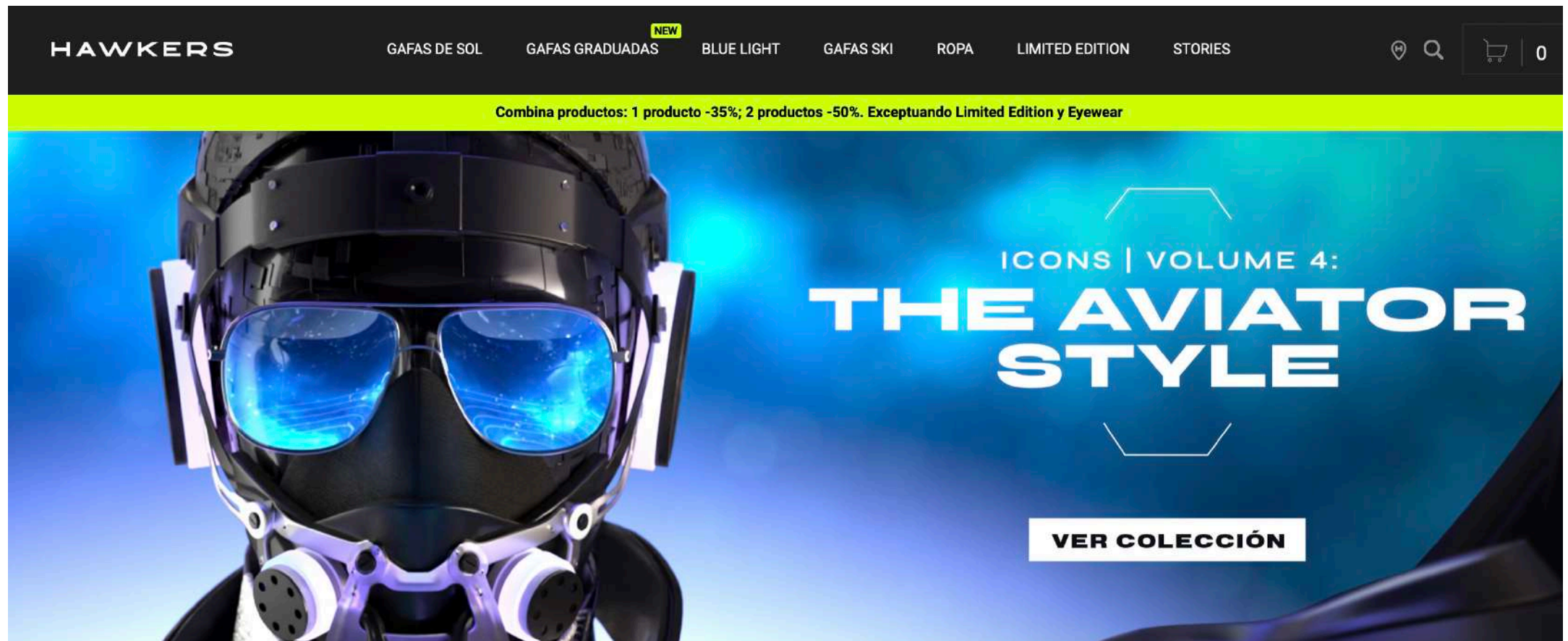


Analítica web

1.3 Creando un proyecto web



Ejemplo



Añade 35€ a tu compra y paga en 3 plazos sin intereses con **Klarna**. [Más información](#)

Analítica web

1.3 Creando un proyecto web



ECWID

Ecwid es otro completo CMS con el que podemos crear una completa página web de comercio electrónico de forma sencilla y sin conocimientos de programación. Una de sus ventajas frente a Shopify es que es gratuito, y posee del mismo modo un mercado de aplicaciones para impulsar nuestra tienda online.

PRÁCTICA

- Crea tu propio e-commerce “SX” en la plataforma Ecwid.

<https://www.ecwid.com>

- Cómo enlazarlo con GA4:

[Acceso enlace con Google Analytics 4](#)

- Cómo añadir Google Ads:

[Ecwid Help Center - Google Ads Conversion Tracking](#)



Recopilación de datos de Analytics



2.1 ¿Cómo se mide?



2.1 ¿Cómo se mide?

Seguimiento de una web, procesamiento e informes

- **Seguimiento de un sitio web**

Agregar un código de seguimiento que nos da GA4 en nuestro sitio web

Cuando un usuario acceda a una página, el código recopila información anónima sobre cómo ha interactuado con la página y envía los datos a GA4.

- **Procesamiento e informes**

Cuando este código recopila datos, los agrupa y los envía para que se elaboren informes. Cuando Analytics procesa los datos, los agrega, clasifica y organiza por criterios



2.1 ¿Cómo se mide?

Para el seguimiento de un sitio web, primero hay que crear una cuenta de Google Analytics. Y después agregar un código de seguimiento en el sitio web. Cuando un usuario acceda a una página, el código recopilará información anónima sobre cómo ha interactuado con la página.

Sesiones : Cada vez que se carga una página, el código de seguimiento recopila y envía datos sobre la actividad del usuario. Google Analytics agrupa esta actividad en períodos llamados "sesiones". **Una sesión comienza cuando se accede a una página con el código de seguimiento de Google Analytics. Y termina tras 30 minutos de inactividad. Al volver a la página tras terminar una sesión, se inicia otra.**

2.2 Cuentas, propiedades y flujo de datos



2.2 Cuentas, propiedades y flujos de datos

The screenshot shows the Google Analytics Admin interface. The top navigation bar includes the Analytics logo, account selection (Todas las cuentas > Demo Account), a search bar (Pruebe a buscar "Resumen del sitio web"), and user profile icons. The main interface is divided into two tabs: ADMINISTRAR (selected) and USUARIO. Under ADMINISTRAR, there are two main sections: Cuentas (Accounts) and Propiedades (Properties). The Cuentas section shows a list of accounts (Demo Account) with a '+ Crear cuenta' button. The Propiedades section shows a list of properties (GA4 - Google Merchandise Store (213025502)) with a '+ Crear propiedad' button. Below the properties list, there are links for 'Configuración de la propiedad', 'Flujos de datos', 'Ajustes de datos', 'Importación de datos', and 'Identidad para los informes'. At the bottom, there is a section for 'VINCULACIÓN CON OTROS PRODUCTOS' with links for 'Vinculación con Google Ads', 'Vinculación con Ad Manager', and 'Vinculación con BigQuery'.

Cuenta: Entidades a nivel legal, organizaciones, empresas...

Propiedades: Modelos de negocio, Unidades de trabajo, actividad comercial o de marketing

Flujos de datos: Dispositivos, Apps, distintas entradas de datos programadas por separado (cómo envío datos a la propiedad)

©2022 Google | [Página principal de Analytics](#) | [Términos del Servicio](#) | [Política de Privacidad](#) | [Enviar comentario](#)

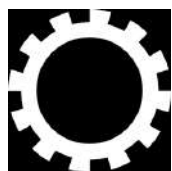
Caso de uso

Diseña la organización en GA4 de una cuenta para tu Ecommerce SX

Decide cuántas cuentas, propiedades y flujos de datos necesitas



Cuentas :Sólo necesita una cuenta de empresa porque a nivel legal solo existe una entidad



Propiedades: Toda la actividad de la cuenta tiene el mismo objetivo, así que con sólo una propiedad basta



Flujo de Datos:
Por cada desarrollo aplicamos un flujo, web o app



Interfaz Google Analytics 4



3.1 Cuentas y propiedades

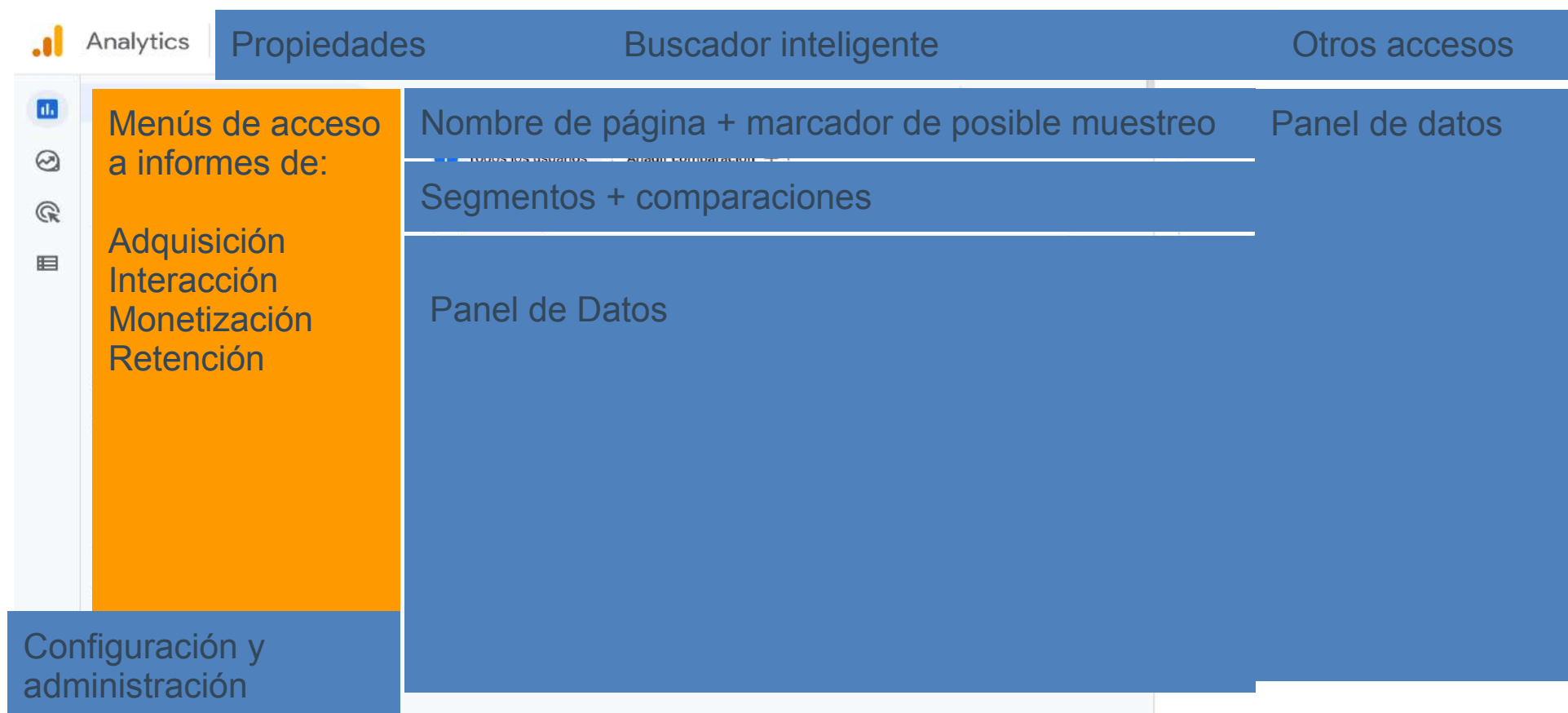


3.1 Cuentas y propiedades

The screenshot displays the Google Analytics 'Cuentas y propiedades' (Accounts and Properties) interface. The top navigation bar includes tabs for 'Todas' (All) and 'Favoritas' (Favorites), a search bar labeled 'Buscar', and a link to the 'Página principal de Marketing Platform'. Below the navigation bar, there are icons for various views and a dropdown menu currently set to 'Todas las cuentas'. The main content area is divided into two columns: 'Cuentas de Analytics' (Analytics Accounts) and 'Propiedades y aplicaciones' (Properties and Applications). The 'Cuentas de Analytics' column lists two accounts: 'Demo Account' (ID: 54516992) and 'Fashionbiz2.0' (ID: 54942358). The 'Propiedades y aplicaciones' column lists properties associated with these accounts: 'GA4 - Flood-It!' (ID: 153293282) under the Demo Account, and 'GA4 - Google Merchandise Store' (ID: 213025502), 'Google Merchandise Store: Attribution project' (ID: 1864999626), and 'UA - Google Merchandise Store' (ID: UA-54516992-1) under the Fashionbiz2.0 account. To the right of the account list, a summary card shows 'Total de ingresos' (Total Revenue) as '274 mil\$'. Below this, a line chart displays revenue trends over time, with the x-axis showing dates like '26' and '02 ene', and the y-axis showing revenue in millions (0 to 8 mil). The chart shows a fluctuating trend with a notable dip around early January.

Cuentas de Analytics	Propiedades y aplicaciones
Demo Account 54516992	GA4 - Flood-It! 153293282
Fashionbiz2.0 54942358	GA4 - Google Merchandise Store 213025502
	Google Merchandise Store: Attribution project 1864999626
	UA - Google Merchandise Store UA-54516992-1

3.1 Cuentas y propiedades



3.2 Informes, configuración y administración



3.2 Informes, configuración y administración

Analytics | Todas las cuentas > Demo Account | GA4 - Google Merchandise ...

Pruebe a buscar "Resumen del sitio web"

Resumen de informes

En tiempo real

Life cycle

- Adquisición
- Interacción
- Monetización

¿Qué?

Retención

Usuario

- Grupos demográficos
- Tecnología

¿Quién?

Adquisición (Campañas de captación, landing pages, audiencias, publicidad)

Interacción (Páginas y pantallas vistas, engagement y acciones (scrolls, descargas, interacciones))

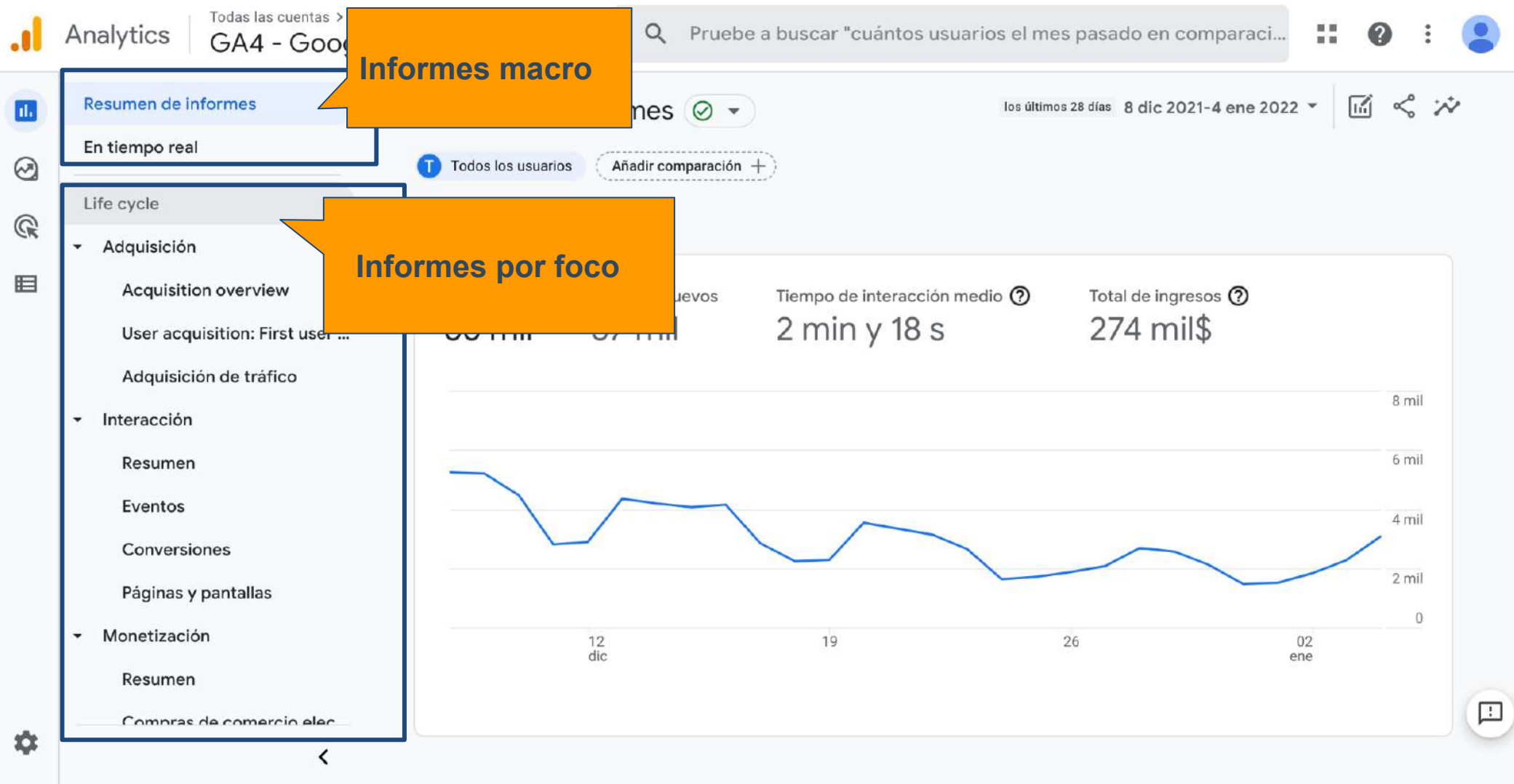
Monetización (Ingresos por varios medios (ventas, publicidad), interacción con productos, conversiones)

Por Ubicación (Países, provincias, etc)

Por Tecnología (Mobile, Desktop, modelo móvil, navegador)

MEDIO DE LA SESIÓN | SESIONES

3.2 Informes, configuración y administración



3.2 Informes, configuración y administración

Control de eventos Podemos ver todos los eventos que se están enviando y si somos administradores podemos configurar si son o no conversiones y crear dimensiones nuevas (personalizadas) a partir de sus datos.

Control de eventos

Configurar Cuenta y Datos

Analytics | Todas las cuentas

Pruebe a buscar "cuántos usuarios el mes pasado en comparación con el ..."

los últimos 28 días
8 dic 2021-4 ene 2022
Compare: 10 nov-7 dic 2021

Cerrar

Probar ahora

Ahora puede consultar sus métricas y dimensiones personalizadas en Definiciones personalizadas.

Modificar evento

Crear evento

Nombre del evento ↑	Recuento	% de cambio	Usuarios	% de cambio	Marcar como conversión ?
add_payment_info	6.224	↓ 10,5 %	2.558	↓ 18,2 %	<input type="checkbox"/>
add_shipping_info	7.671	↓ 11,0 %	3.171	↓ 17,6 %	<input type="checkbox"/>
add_to_cart	13.264	↓ 6,3 %	3.923	↓ 15,4 %	<input type="checkbox"/>
android_lovers	1.255	↓ 35,9 %	1.254	↓ 35,9 %	<input type="checkbox"/>

3.2 Informes, configuración y administración



3.2 Informes, configuración y administración

Analytics | Todas las cuentas ▾ 🔍 Pruebe a buscar "Resumen del sitio web"

ADMINISTRAR USUARIO

Cuenta **+ Crear cuenta**

Demo Account ▾

- Configuración de la cuenta
- Gestión de accesos a la cuenta
- Todos los filtros
- Papelera

Propiedad **+ Crear propiedad**

GA4 - Google Merchandise Store (213025502) ▾

- Configuración de la propiedad
- Flujos de datos
- Ajustes de datos
- Importación de datos
- Identidad para los informes

VINCULACIÓN CON OTROS PRODUCTOS

- Vinculación con Google Ads
- Vinculación con Ad Manager
- Vinculación con BigQuery

Administrar: Es donde configuramos nuestra cuenta, propiedad, flujos de datos

©2022 Google | [Página principal de Analytics](#) | [Términos del Servicio](#) | [Política de Privacidad](#) | [Enviar comentario](#)

3.2 Informes, configuración y administración

Exploraciones El sitio dónde podrás crear tus propios informes de dimensiones y métricas

Analytics | Todas las cuentas ▾

Exploraciones

Iniciar una nueva exploración

Informes a medida

Galería de plantillas

En blanco
Crear una exploración

Formato libre
¿Qué estadísticas puede obtener con tablas y gráficos personalizados?

Exploración de embudos de conversión
¿Qué recorridos de los usuarios puede analizar, segmentar y desglosar con los embudos de conversión de varios pasos?

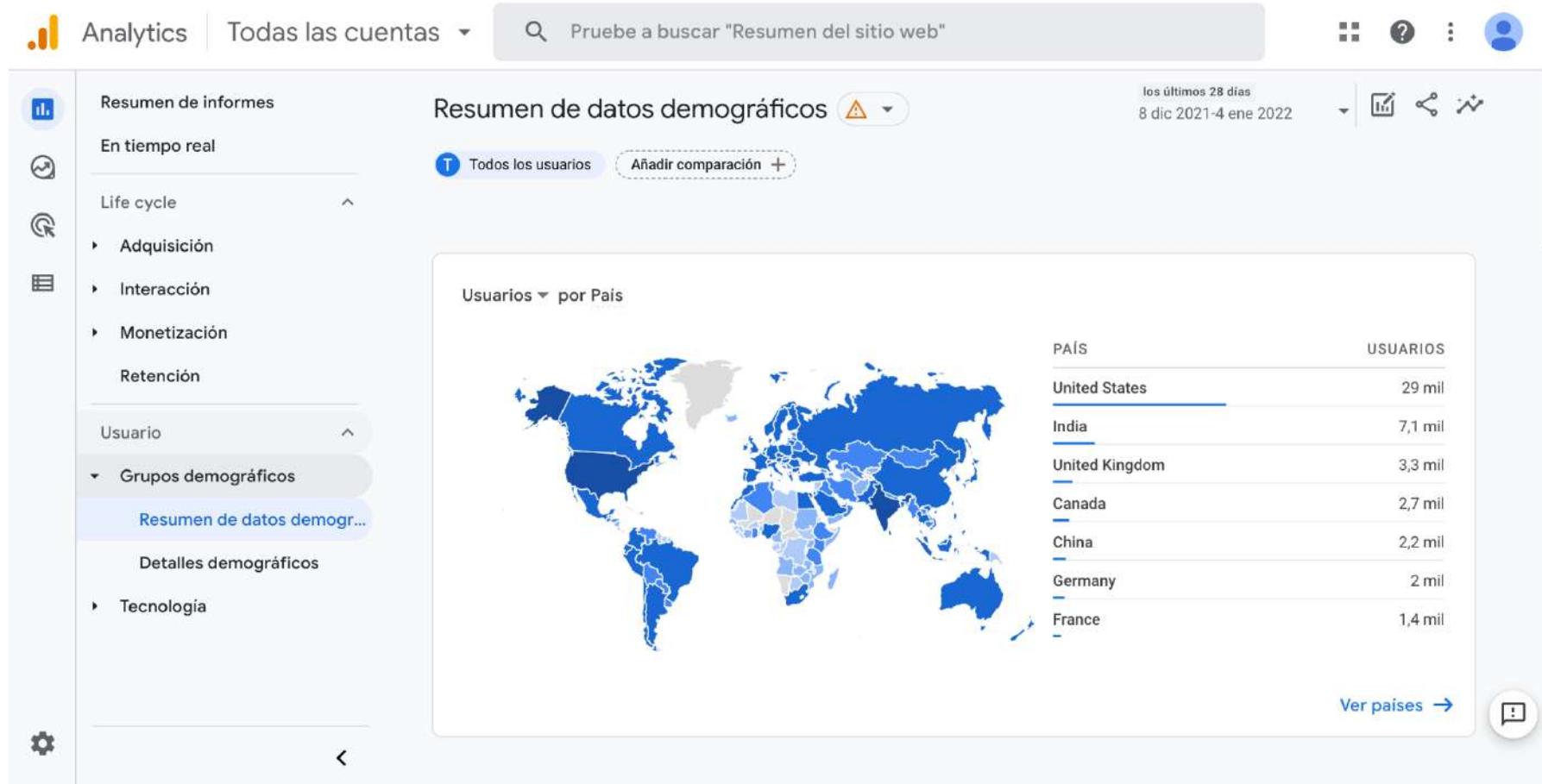
Exploración de rutas
¿Qué recorridos de los usuarios puede descubrir con los gráficos de árbol?

Tipo	Nombre ▾	Propietario	Última modificación ▾	Propiedad	
	Exploración sin título	Ilyana Mendoza	19:49	GA4 - Google Merchandise Store	⋮
	Tiempo de vida de los usuarios	Ilyana Mendoza	3 ene 2022	GA4 - Google Merchandise Store	⋮
	Formato libre	Ilyana Mendoza	6 dic 2021	GA4 - Google Merchandise Store	⋮

3.2 Informes, configuración y administración

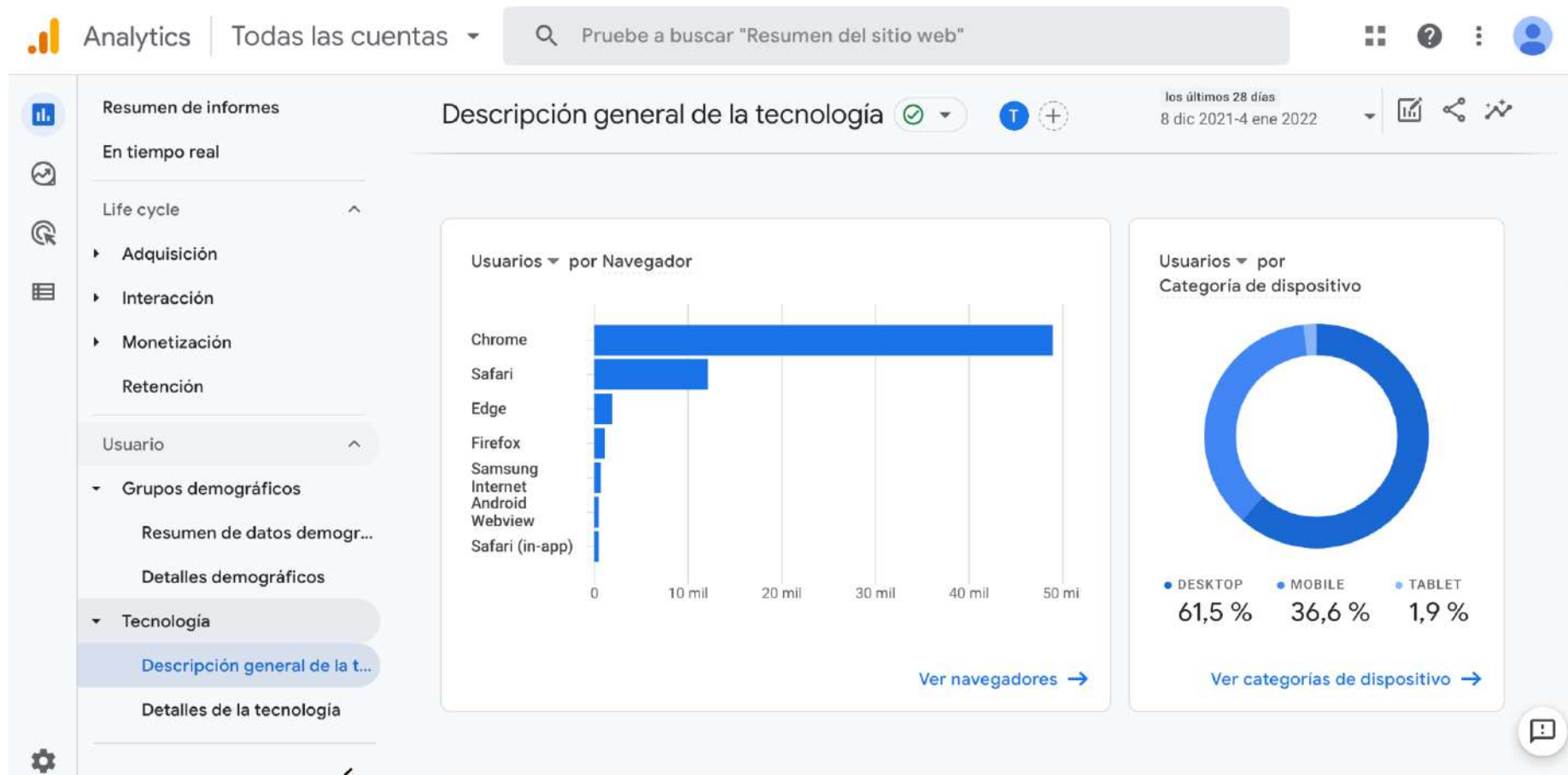
Grupos demográficos: Podemos ver la procedencia de nuestras visitas

- Comprender cuál es nuestro target

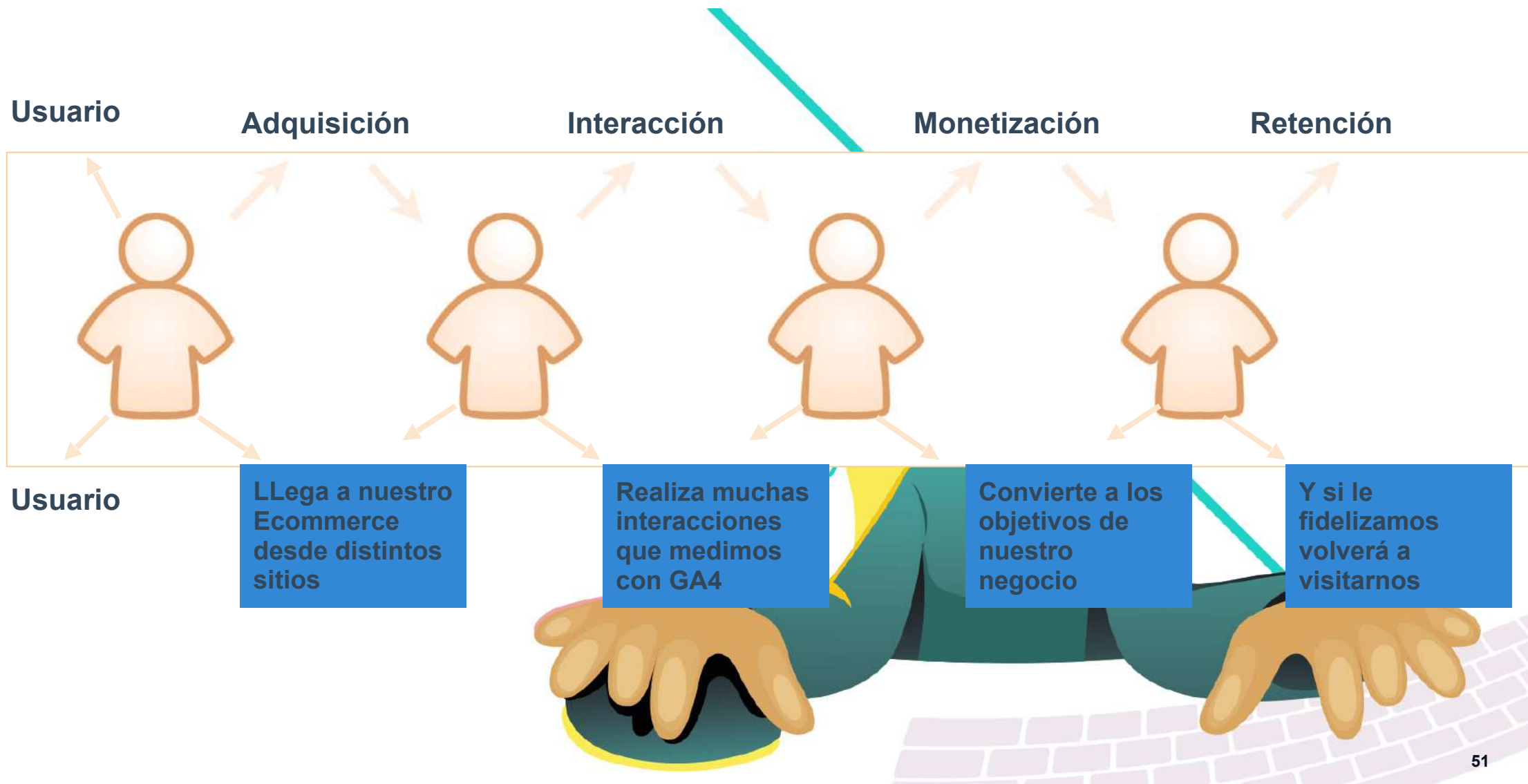


3.2 Informes, configuración y administración

- Tecnología:** Detalles de dispositivos y navegadores con los que los usuarios se conectan
- En este sitio podemos clasificar a los usuarios por su tipo de experiencia



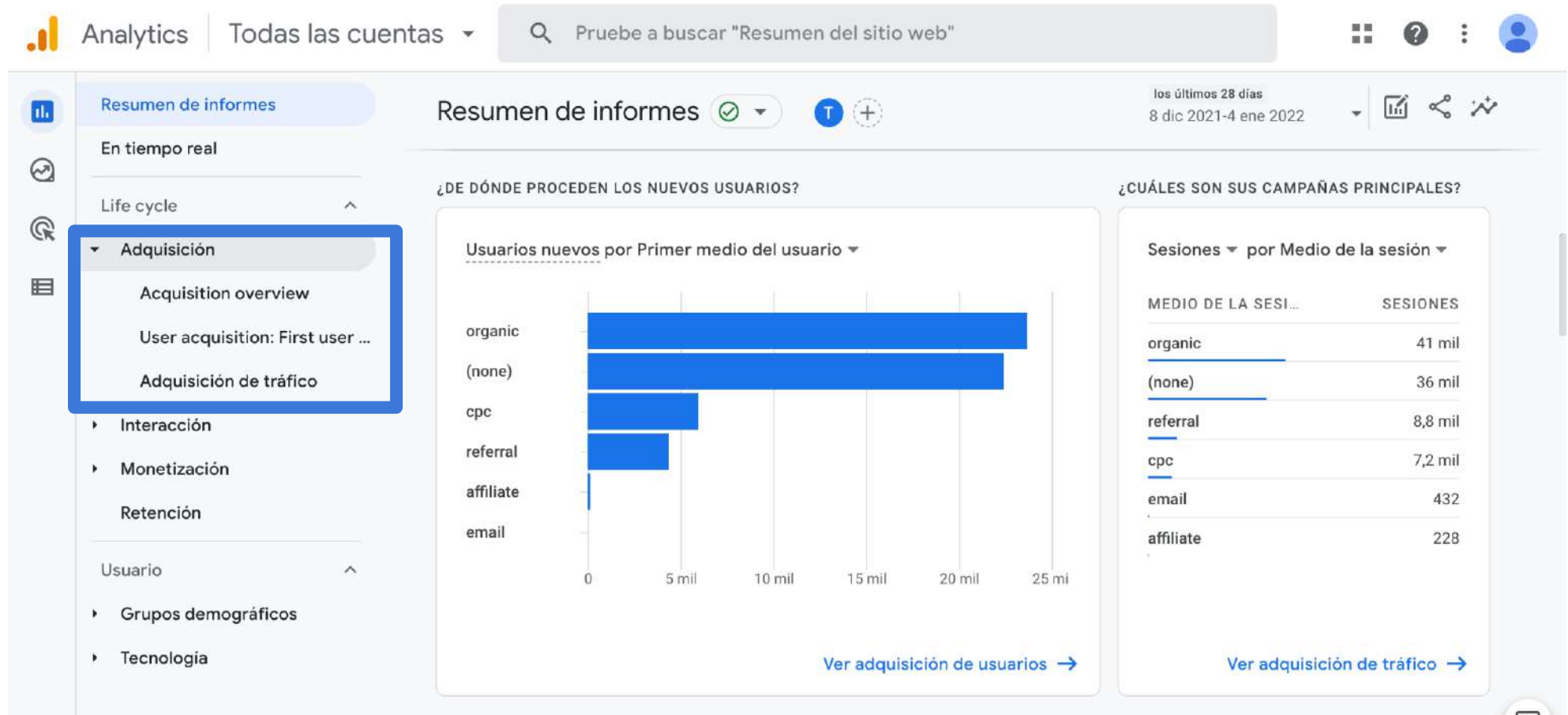
Caso de uso - Life Cycle



3.2 Informes, configuración y administración

Adquisición GA4: Cómo se han conseguido los usuarios y las visitas al ecommerce

· **Analizamos campañas de Marketing:** Cuánta gente llega, que hace..etc



3.2 Informes, configuración y administración

Interacción GA4: Podemos ver el detalle de todos los eventos que están llegando y en especial páginas /pantallas vistas. **Es el sitio donde buscar acciones concretas.**

Analytics | Todas las cuentas | Pruebe a buscar "Resumen del sitio web"

Resumen de informes

En tiempo real

Life cycle

Adquisición

Interacción

- Resumen
- Eventos
- Conversiones
- Páginas y pantallas

Monetización

Retención

Usuario

Grupos demográficos

Tecnología

Resumen de la interacción

los últimos 28 días
8 dic 2021-4 ene 2022

Número de eventos por Nombre del evento

NOMBRE DEL EVENTO	NÚMERO DE EVENTOS
view_promotion	561 mil
view_item_list	503 mil
page_view	383 mil
user_engagement	321 mil
scroll	192 mil
view_item	167 mil
session_start	94 mil

[Ver eventos →](#)

Visitas por Título de página y clase de pantalla

TÍTULO DE PÁGINA Y CL...	VISITAS
Home	65 mil
Shopping Cart	29 mil
Google Online Store	24 mil
Men's / Unisex...chandise Store	21 mil
The Google Mer...Store - Log In	16 mil
Sale Google ...chandise Store	16 mil
New Google M...handise Store	13 mil

[Ver páginas y pantallas →](#)

3.2 Informes, configuración y administración

Monetización GA4: Nos informa sobre el dinero que hemos ganado con nuestro ecommerce

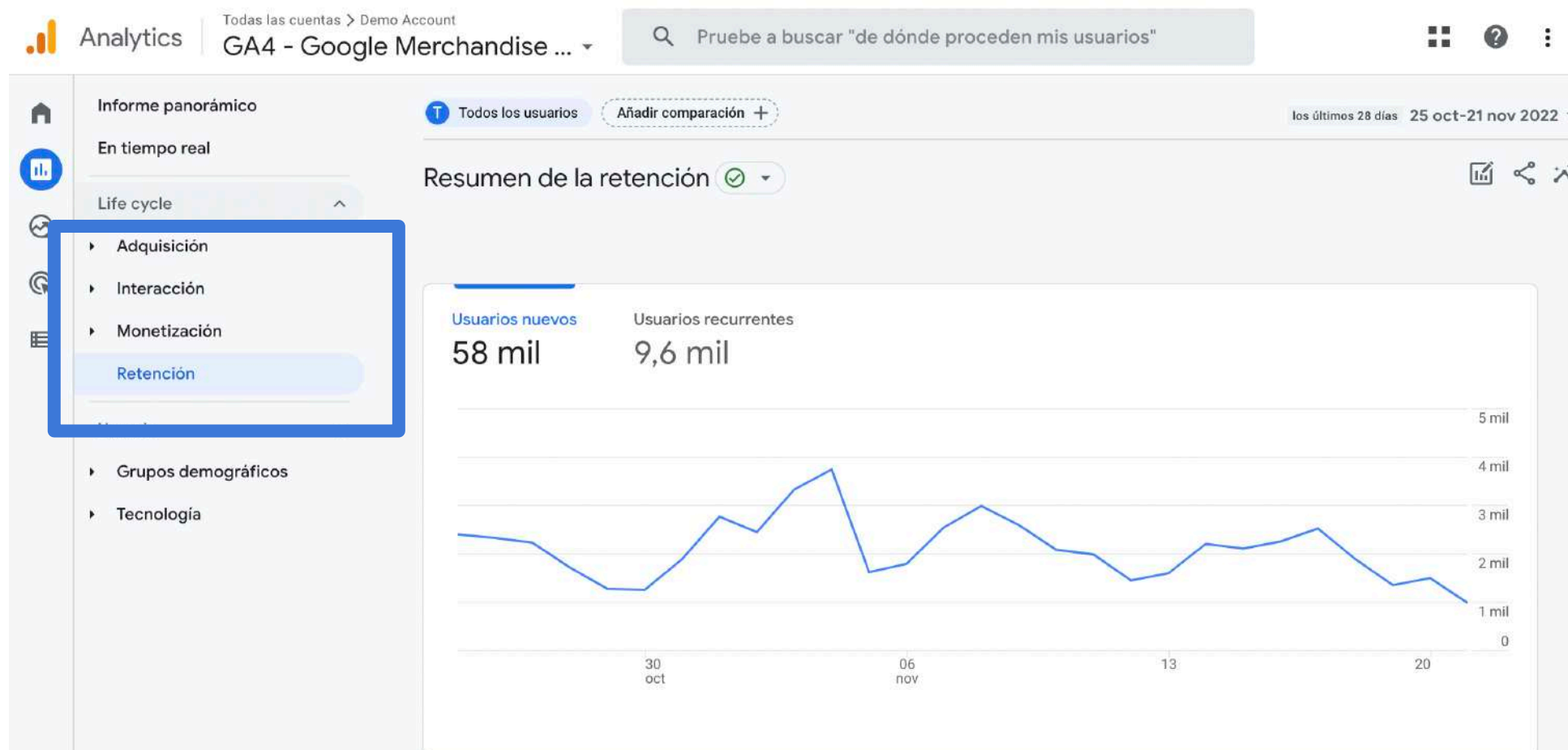
Es el sitio donde ir a ver nuestros ingresos, info de productos, publicidad

The screenshot shows the GA4 interface with the 'Monetización' (Monetization) section selected in the left sidebar. The main content area displays the 'Compras de comercio electrónico: Nombre del artículo' report for the last 28 days (from Dec 8, 2021, to Jan 5, 2022). The table lists various products with their respective purchase percentages, quantities, and revenues.

Nombre del artículo	Porcentaje compra/visualiza...	Cantidad de artículos comprados	Ingresos del artículo
Totales	13,68 % Media 0 %	14.762 100 % respecto al total	274.052,38 \$ 100 % respecto al total
1 YouTube Zipper Pull	0,58 %	30	124,00 \$
2 YouTube Ultralight Embroidered Sweatshirt	0,39 %	9	424,00 \$
3 YouTube Transmission Journal Red	0 %	0	0,00 \$
4 YouTube Toddler Tee Black	0 %	0	0,00 \$
5 YouTube Tie-Dye Woven Socks	0,54 %	25	367,20 \$
6 YouTube Tie-Dye Tee	0,71 %	33	902,40 \$
7 YouTube Standards Zip Hoodie Black	0,21 %	6	312,00 \$
8 YouTube Shadow Tumbler	1,74 %	46	1.030,40 \$

3.2 Informes, configuración y administración

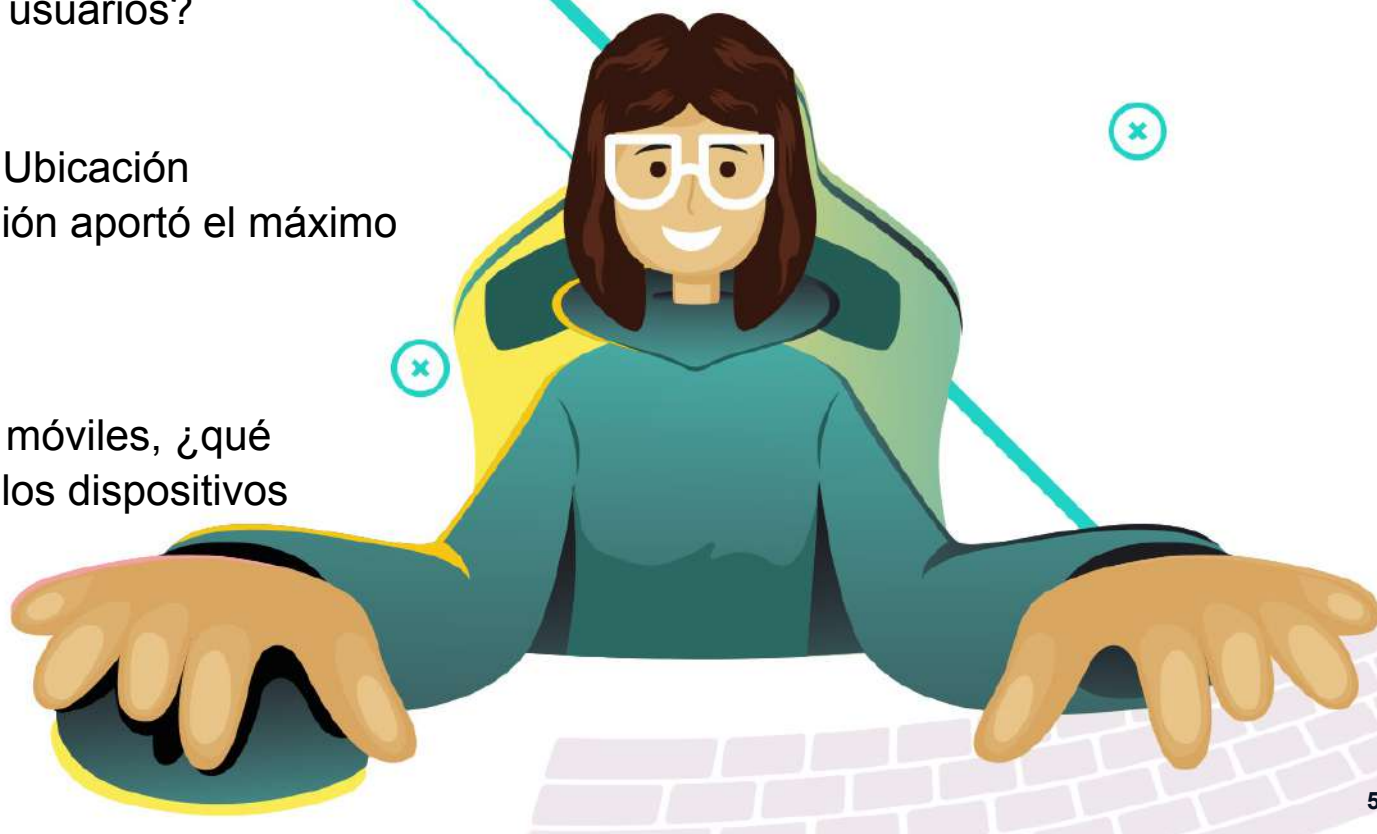
Retención GA4: Nos habla de cohortes (grupos de usuarios analizados desde la perspectiva de su evolución) y visitas recurrentes de usuario
Es el sitio donde ir a ver cómo y cuándo los usuarios nos vuelven a visitar



Caso de uso

Vamos a analizar los informes de Usuarios con la cuenta de demostración de Google Merchandise Store. Utilice el periodo comprendido entre el 1 de Marzo del 2022 y el 31 de Marzo del 2022 para responder a las siguientes preguntas:

1. Informe Resumen de datos demográficos, ¿qué grupo de idioma aportó el máximo número de usuarios?
2. Informe Información geográfica > Ubicación correspondiente a la India, ¿qué región aportó el máximo número de usuarios?
3. Informe Resumen de dispositivos móviles, ¿qué porcentaje de sesiones procedió de los dispositivos móviles?



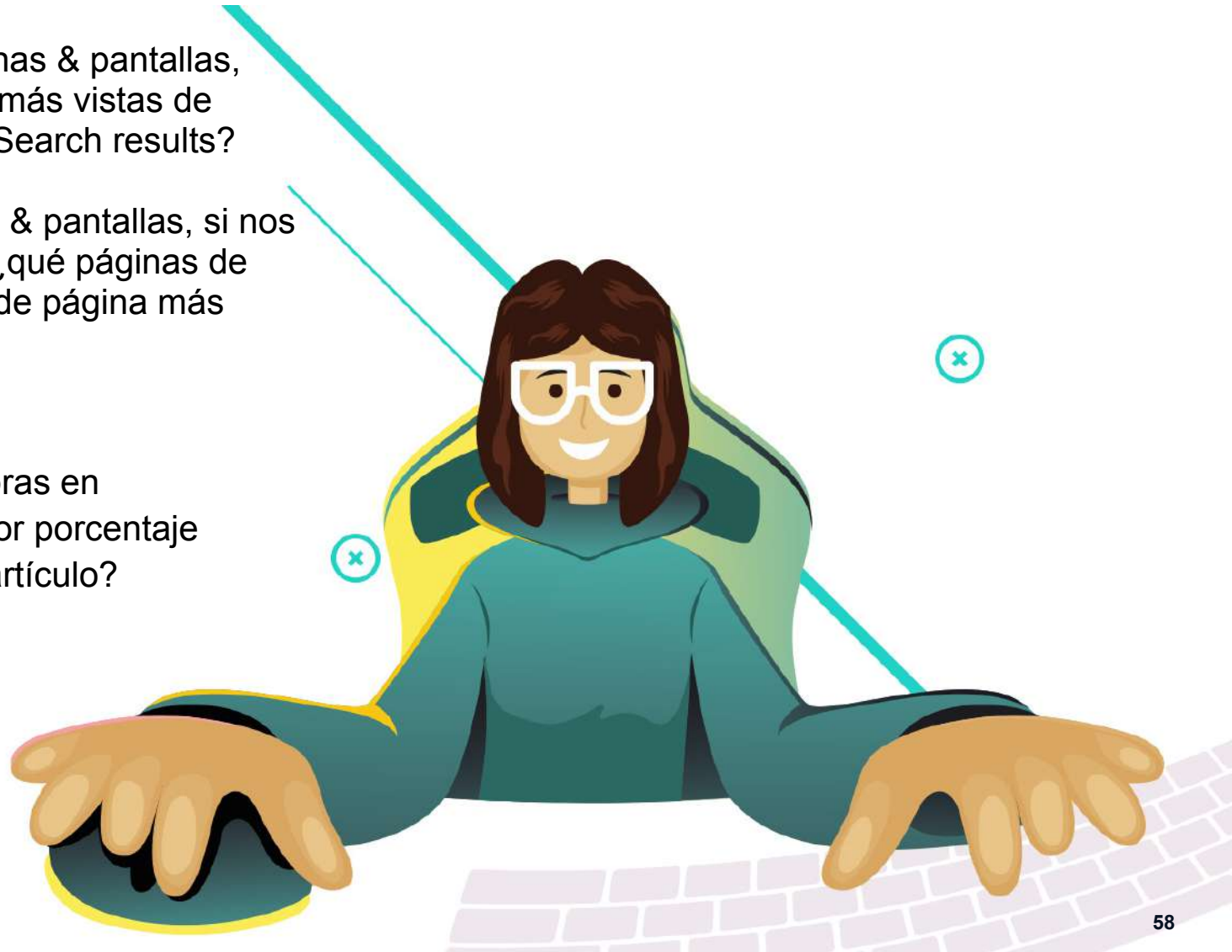
Caso de uso

1. En el informe adquisición de tráfico> Fuente/ Medio, al filtrar por tráfico referral, ¿qué sitio web envió el mayor número de usuarios?
2. En el informe adquisición de usuarios > Canales, ¿que tres canales tuvieron el mayor número de usuarios nuevos?
3. En el informe adquisición de tráfico > en el caso de los usuarios que proceden de la fuente "google.com", ¿Cuál tuvo el máximo de sesiones?



Caso de uso

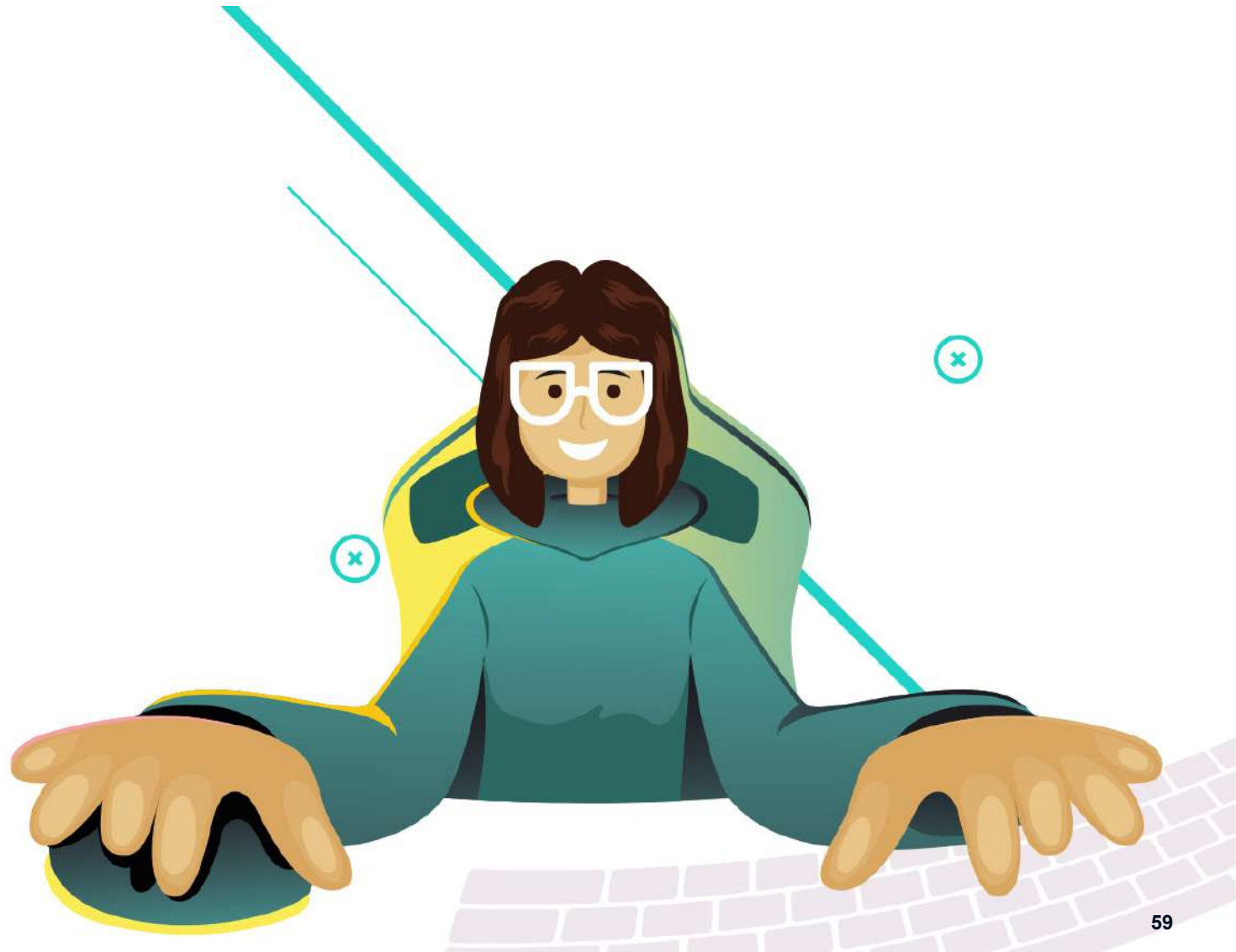
1. En el informe de interacción > Páginas & pantallas, ¿cuál de estos títulos de página tiene más vistas de página? Shopping Cart, Home, Store Search results?
2. En el informe Interacción > Páginas & pantallas, si nos centramos en el grupo de contenido, ¿qué páginas de destino tienen el porcentaje de vistas de página más alto?
3. En el informe monetización > Compras en comercio electrónico, ¿cuál es el mayor porcentaje carrito/visualizaciones por marca del artículo?



Práctica

- ¿Qué es una Métrica?

***Recuerda:**
En GA4 Medimos
Interacciones = Eventos



Práctica

- ¿Qué es una Métrica?

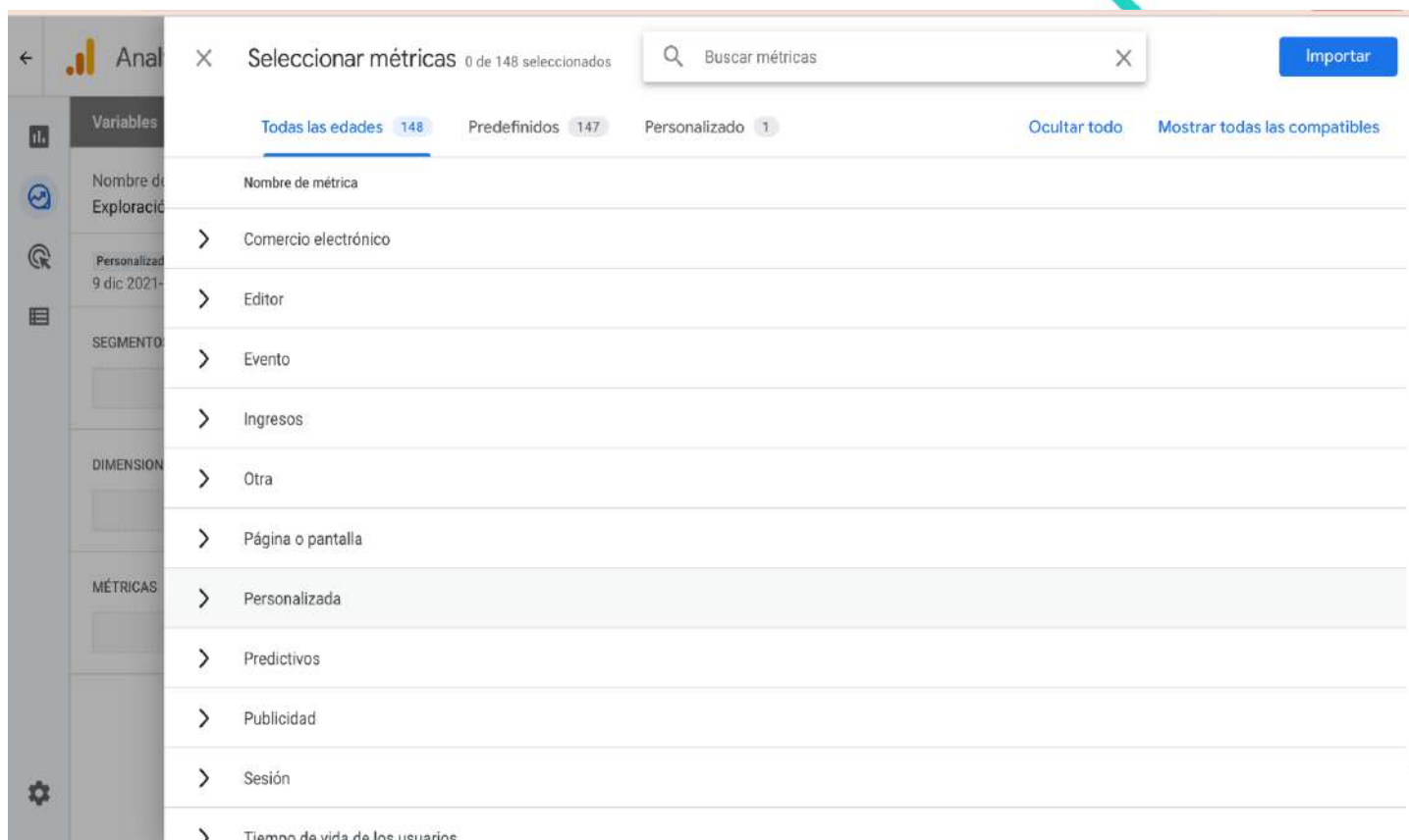
Dato numérico exacto que dentro de una escala predefinida nos indica el volumen alcanzado de una serie de elementos en un periodo de tiempo

En GA4 Medimos
Interacciones = Eventos



Práctica

Busca las métricas en la cuenta de demostración de GA4.



El ámbito de los datos



4.1 Usuarios, sesión y evento



4.1 Usuario, sesión y evento

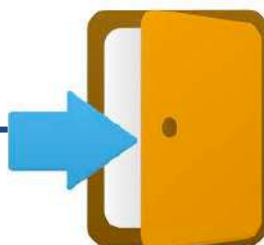


Usuario = Personas

Usuario : Identificación de las personas únicas a través de login, cookies, y otros sistemas

En cada web y App eres un Usuario

AGLUTINA SESIONES CON SUS EVENTOS ¿Cómo se creó el usuario?
¿Qué ha conseguido en su vida útil? ¿Está activo actualmente?



Sesión : De cada persona se analizan sus navegaciones distintas en un dispositivo

SE CONFORMA DE EVENTOS CONSECUTIVOS que se suceden en cada experiencia de uso ¿Cómo comenzó?
¿Qué consiguió? ¿Cuánto duró?



Evento : Cada interacción que hace el usuario es un evento

TIENE LOS DATOS: clicks, páginas vistas, compras, ingresos.

4.1 Usuario, sesión y evento

Cómo identificar Usuarios



Cómo GA4 es capaz de diferenciar personas,

Cada una por separado, nos daría usuarios distintos

1. USER ID: El Id de usuario de tu sistema (configuras un parámetro especial en tu código de seguimiento llamado User ID, Este identifica a tus usuarios cuando los tienes logueados en tu ecommerce **sx**. Cuando estás logueado el sistema siempre sabe que eres tú, por tu id user Id. ¿Porqué en una RRSS siempre recoges datos por User Id?

2. GOOGLE SIGNALS: El id de usuario de google
Google es capaz de gestionar a través de cookies en google (publicidad, gmail, chrome, android. No usa estos datos para darte datos personales de los usuarios pero sí para mejorar lo que sabe de ellos. ¿navegas en un chrome logueado?

3. DEVICE ID: Client Id (web) El id automático que te asigna el código. Cuando no tenemos User Id el sistema crea uno por su cuenta. (Es una cookie) pero si te cambias de dispositivo no te puede identificar y te cuenta como otra persona.

4.2 Métricas GA4



4.2 Métricas del evento GA4

Número de eventos

← Anal × Seleccionar métricas 0 de 148 seleccionados Importar

Variables

Todas las edades 148 Predefinidos 147 Personalizado 1 Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

Nombre de métrica

- > Comercio electrónico
- > Editor
- ✓ Evento
 - ☐ Conversiones
 - ☐ Eventos por sesión
 - ☐ **Número de eventos**

El número de veces que los usuarios han activado un evento. Más información sobre los [eventos](#)
 - ☐ Primeros accesos
 - ☐ Valor del evento
- > Ingresos
- > Otra

4.2 Métricas del evento GA4

Conversiones

← Anal

× Seleccionar métricas 0 de 148 seleccionados

Buscar métricas

Importar

Todas las edades 148 Predefinidos 147 Personalizado 1

Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

Variables

Nombre de métrica

Comercio electrónico

Editor

Evento

Conversiones

El número de veces que los usuarios han activado un evento de conversión. Más información sobre las [conversiones](#)

Primeras visitas

Primeros accesos

Valor del evento

Ingresos

Otra

4.2 Métricas del evento GA4

Número de eventos + Conversión : Todos nuestros KPIs van a crearse uniendo un evento a una conversión

Analytics GA4 - Google Merchandise ...

Pruebe a buscar "Resumen del sitio web"

Resumen de informes

En tiempo real

Life cycle

Adquisición

Acquisition overview

User acquisition: First user ...

Adquisición de tráfico

Interacción

Resumen

Eventos

Conversiones

Páginas y pantallas

Monetización

Retención

Adquisición de tráfico: Medio de la sesión

los últimos 28 días
12 dic 2021-8 ene 2022

Buscar...

Medio de la sesión +

Porcentaje de interacciones

Número de eventos

Conversiones

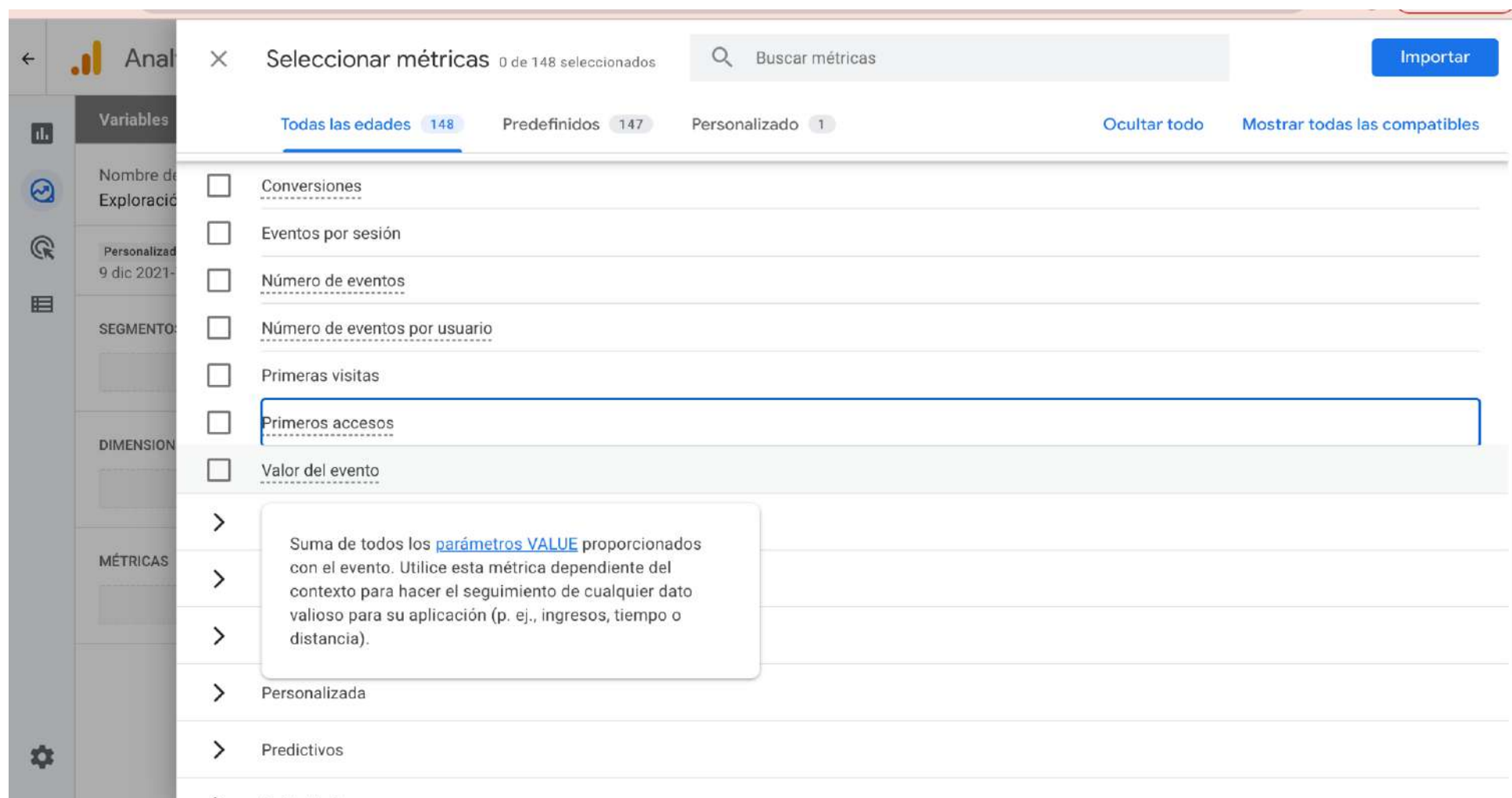
Total de ingresos

	Medio de la sesión	Porcentaje de interacciones	Número de eventos	Conversiones	Total de ingresos
Totales	5	62,74 %	2.245,916	60.118,00	199.011,22 \$
1 organic	2	65,95 %	870.876	24.659,00	78.858,49 \$
2 (none)	1	62,32 %	940.788	25.286,00	101.105,79 \$
3 referral	5	65,42 %	238.997	4.455,00	14.829,82 \$
4 cpc	2	43,84 %	80.868	5.236,00	498,74 \$
5 email	4	74,14 %	12.163	98,00	2.223,78 \$
6 (not set)	9	29,32 %	99.499	257,00	1.494,60 \$
7 affiliate	9	63,37 %	2.725	127,00	0,00 \$

©2022 Google | [Página principal de Analytics](#) | [Términos del Servicio](#) | [Política de Privacidad](#) | Enviar comentario

4.2 Métricas del evento GA4

Valor del evento



Seleccionar métricas 0 de 148 seleccionados

Buscar métricas

Importar

Todas las edades 148 Predefinidos 147 Personalizado 1

Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

- ☐ Conversiones
- ☐ Eventos por sesión
- ☐ Número de eventos
- ☐ Número de eventos por usuario
- ☐ Primeras visitas
- ☐ Primeros accesos
- ☐ Valor del evento

> Suma de todos los [parámetros VALUE](#) proporcionados con el evento. Utilice esta métrica dependiente del contexto para hacer el seguimiento de cualquier dato valioso para su aplicación (p. ej., ingresos, tiempo o distancia).

> Personalizada

> Predictivos

4.2 Métricas del evento GA4

Sesiones

Seleccionar métricas 0 de 148 seleccionados

Buscar métricas

Importar

Todas las edades 148 Predefinidos 147 Personalizado 1

Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

- > Página o pantalla
- > Personalizada
- > Predictivos
- > Publicidad
- ✓ Sesión
 - ☐ Porcentaje de interacciones
 - ☒ Sesiones
 - El número de sesiones que han empezado en su sitio web o aplicación (evento activado: [session_start](#)).
 - ☐ Sesiones por usuario
- > Tiempo de vida de los usuarios
- > Usuario

4.2 Métricas del evento GA4

Sesiones con interacción

Anal

Seleccionar métricas 0 de 148 seleccionados

Buscar métricas

Importar

Todas las edades 148 Predefinidos 147 Personalizado 1

Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

Variables

Nombre de Exploración

Personalizado 9 dic 2021-

SEGMENTOS

DIMENSIONES

MÉTRICAS

> Página o pantalla

> Personalizada

> Predictivos

> Publicidad

✓ Sesión

☐ Porcentaje de interacciones

☐ Sesiones

☐ Sesiones con interacción

☐ Número de sesiones que han durado más de 10 segundos o que han tenido 1 evento de conversión, o bien 2 o más vistas de pantalla o de página. [Más información sobre las sesiones](#)

> Usuario

4.2 Métricas del evento GA4

Usuarios activos

Seleccionar métricas 0 de 148 seleccionados

Buscar métricas

Importar

Todas las edades 148 Predefinidos 147 Personalizado 1

Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

<input type="checkbox"/>	Tiempo de interacción por sesión medio
<input type="checkbox"/>	Total de compradores
<input type="checkbox"/>	Total de usuarios
<input type="checkbox"/>	UAD/UAM
<input type="checkbox"/>	UAD/UAS
<input type="checkbox"/>	UAS/UAM
<input type="checkbox"/>	UPAM/UAD
<input type="checkbox"/>	UPAS/UAD
<input type="checkbox"/>	Usuarios activos
<input type="checkbox"/>	El número total de usuarios activos.
<input type="checkbox"/>	El número total de usuarios activos que han hecho una compra en los últimos 30 días
<input type="checkbox"/>	El número total de usuarios activos que han hecho una compra en los últimos 7 días
<input type="checkbox"/>	Usuarios activos que han hecho al menos una compra en los últimos 90 días
<input type="checkbox"/>	Usuarios nuevos
<input type="checkbox"/>	Usuarios recurrentes

4.2 Métricas del evento GA4

Usuarios nuevos

Seleccionar métricas 0 de 148 seleccionados

Buscar métricas

Importar

Variables

Todas las edades 148 Predefinidos 147 Personalizado 1

Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

- ☐ Tiempo de interacción por sesión medio
- ☐ Total de compradores
- ☐ Total de usuarios
- ☐ UAD/UAM
- ☐ UAD/UAS
- ☐ UAS/UAM
- ☐ UPAM/UAD
- ☐ UPAS/UAD
- ☐ Usuarios activos
- ☐ **Usuarios nuevos**
 - El número de usuarios que han interactuado con su sitio web o que han abierto su aplicación por primera vez (evento activado: [first_open](#)).
 - s 30 días
 - s 7 días
 - s 90 días
- ☐ Usuarios recurrentes

4.2 Métricas del evento GA4

Usuarios Activos en N días

← Anal

Seleccionar métricas 0 de 148 seleccionados

Buscar métricas

Importar

Variables

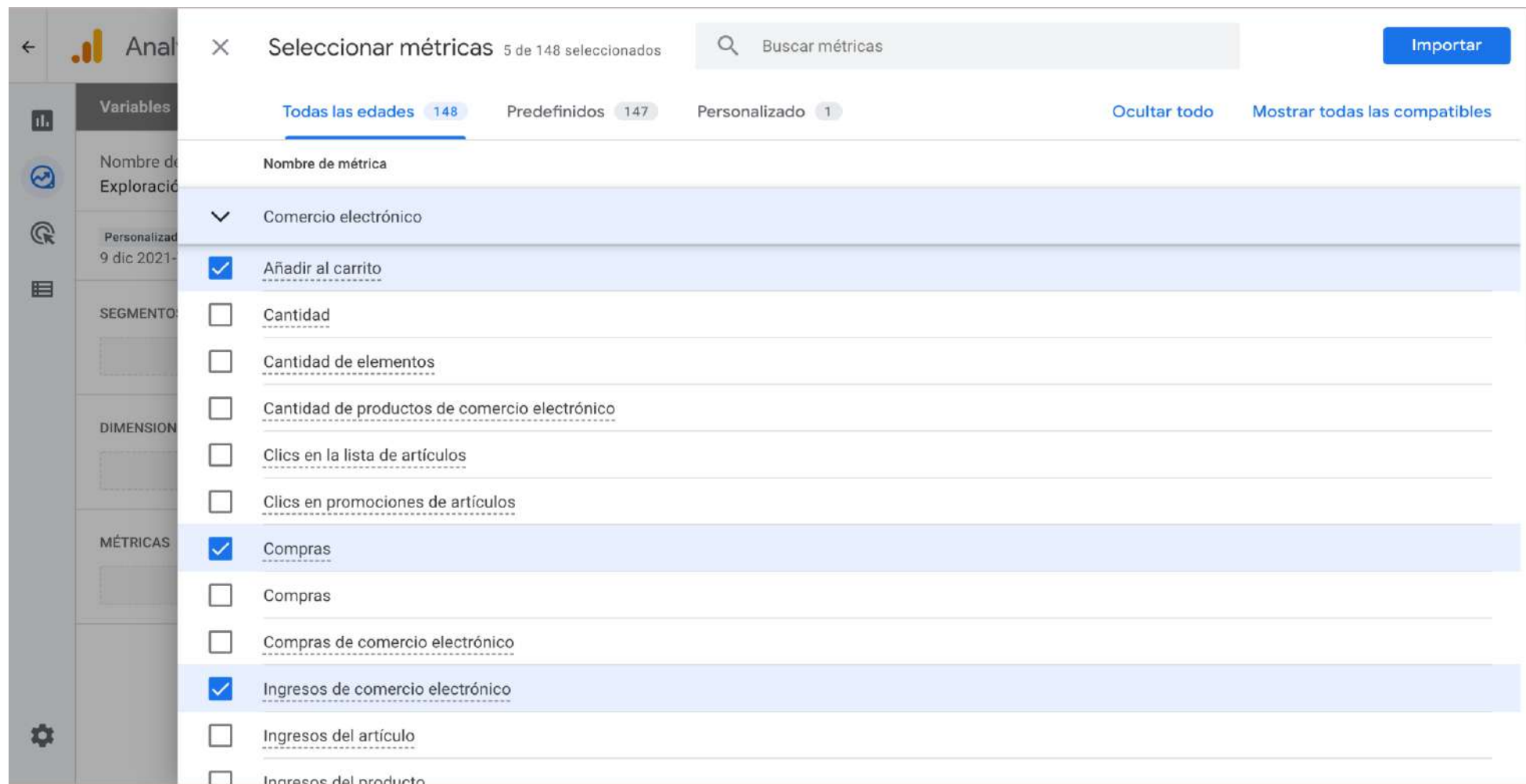
Todas las edades 148 Predefinidos 147 Personalizado 1

Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

- ☐ Tiempo de interacción por sesión medio
- ☐ Total de compradores
- ☐ Total de usuarios
- ☐ UAD/UAM
- ☐ UAD/UAS
- ☐ UAS/UAM
- ☐ UPAM/UAD
- ☐ UPAS/UAD
- ☐ Usuarios activos
- ☐ Usuarios activos que han hecho al menos una compra en los últimos 30 días
- ☐ Usuarios activos que han hecho al menos una compra en los últimos 7 días
- ☐ Usuarios activos que han hecho al menos una compra en los últimos 90 días
- ☐ Clientes que han hecho una o varias compras en los últimos 90 días.

4.2 Métricas del evento GA4

Añadir al carrito, Compras, Ingresos



Seleccionar métricas 5 de 148 seleccionados

Buscar métricas

Importar

Variables

Todas las edades 148 Predefinidos 147 Personalizado 1

Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

Nombre de métrica
Comercio electrónico
<input checked="" type="checkbox"/> Añadir al carrito
<input type="checkbox"/> Cantidad
<input type="checkbox"/> Cantidad de elementos
<input type="checkbox"/> Cantidad de productos de comercio electrónico
<input type="checkbox"/> Clics en la lista de artículos
<input type="checkbox"/> Clics en promociones de artículos
<input checked="" type="checkbox"/> Compras
<input type="checkbox"/> Compras
<input type="checkbox"/> Compras de comercio electrónico
<input checked="" type="checkbox"/> Ingresos de comercio electrónico
<input type="checkbox"/> Ingresos del artículo
<input type="checkbox"/> Ingresos del producto

4.2 Métricas del evento GA4

Reembolsos, Transacciones

Seleccionar métricas 5 de 148 seleccionados

Buscar métricas

Importar

Todas las edades 148 Predefinidos 147 Personalizado 1

Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

<input type="checkbox"/>	Ingresos del artículo
<input type="checkbox"/>	Ingresos del producto
<input type="checkbox"/>	Ingresos derivados de las compras
<input type="checkbox"/>	Reembolso del elemento
<input checked="" type="checkbox"/>	Reembolsos
<input checked="" type="checkbox"/>	Transacciones
<input type="checkbox"/>	Transacciones por comprador
<input type="checkbox"/>	Vistas del artículo
<input type="checkbox"/>	Visualizaciones de la lista de artículos
<input type="checkbox"/>	Visualizaciones de las promociones de artículos
>	Editor
>	Evento
>	Ingresos

FaceTime

4.2 Métricas del evento GA4

Visitas

Seleccionar métricas 0 de 148 seleccionados

Buscar métricas

Importar

Todas las edades 148 Predefinidos 147 Personalizado 1

Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

Variables

Nombre de Exploración

Personalizado 9 dic 2021-

SEGMENTOS

DIMENSIONES

MÉTRICAS

- Editor
- Evento
- Ingresos
- Otra
- Página o pantalla
 - Entradas
 - Salidas
 - Visitas**
 -
- Publicidad

El número de pantallas de la aplicación o de páginas web que han visto los usuarios. Se contabilizan las visitas repetidas de una misma página o pantalla (eventos [screen_view](#) + [page_view](#)).

4.2 Métricas del evento GA4

Salidas

Seleccionar métricas 0 de 148 seleccionados

Buscar métricas

Importar

Todas las edades 148 Predefinidos 147 Personalizado 1

Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

- Editor
- Evento
- Ingresos
- Otra
- Página o pantalla
 - Entradas
 - Salidas
- Personalizada
- Predictivos
- Publicidad

El número de veces que el último evento registrado en una sesión se ha producido en una pantalla concreta.

4.2 Métricas del evento GA4

Clics de GAds, Coste GAds, Coste por clic GAd, impresiones GAds, Visualizaciones de video GAds

← Anal × Seleccionar métricas 5 de 148 seleccionados

Buscar métricas Importar

Todas las edades 148 Predefinidos 147 Personalizado 1 Ocultar todo Mostrar todas las compatibles

Variables

Nombre de Exploración

Personalizado 9 dic 2021-

SEGMENTOS

DIMENSIONES

MÉTRICAS

Publicidad

- ☒ Clics de Google Ads
- ☐ Clics que no son de Google
- ☒ Coste de Google Ads
- ☐ Coste de vídeo de Google Ads
- ☒ Coste por clic de Google Ads
- ☐ Coste por clic que no es de Google
- ☐ Coste por conversión semanal que no es de Google
- ☐ Coste que no es de Google
- ☒ Impresiones de Google Ads
- ☐ Impresiones que no son de Google
- ☐ Retorno de la inversión publicitaria que no es de Google
- ☒ Visualizaciones de vídeo de Google Ads

Introducción al Módulo Analítica Avanzada



Debate introductorio del módulo de Analítica Avanzada

Cómo lograr atraer tráfico web para tu
Ecommerce SX





red.es



UNIÓN EUROPEA

"El FSE invierte en tu futuro"

Fondo Social Europeo

