**Que es el análisis web (analitycs)**

El Análisis Web o Web Analytics es el proceso de recolección, análisis y toma de decisión entorno a las estadísticas que genera un web site en cuanto a sus visitantes y sus hábitos de uso de la página.

La cantidad de herramientas que existen para recolectar, análizar, distribuir y compartir los datos son increibles variadas y orientadas a cualquier necesidad. Y todo basado en una informacion que no tenemos que pedirle a nuestro usuario (gracias a las cookies y otros elementos que iremos discutiendo) sino simplemente convencerlo de que visite nuestra pagina y en el peor de los casos ofrecerles algo más para que se registren y tenerlos disponibles para cualquier iniciativa del futuro.

el Análisis web o Web analytics es un mundo perfecto, lleno de grandes cantidades de información y muchas herramientas de nosotros.

**Como comenzar con el analitycs**

Toda persona que coloca en su explorador un enlace o dirección genera una visita en el sitio que esta visitando. Igual como cuando ve un televisor y sintoniza un canal o escucha una radio y escoge un dial. Cuando la audiencia interactua con el medio o canal, es posible analizarla. En el marco del Análisis Web la visita al sitio representa la unidad básica de medición, a partir de ella se deriva todo un mar de información.

Lo malo o lo bueno es que la tecnología nos ha permitido ir añadiendo más y más atributos a esa visita, como el lugar donde se genero, tiempo de la visita, si era un usuario nuevo o uno viejo, si fue desde un celular o en una computadora con linux como sistema, si termino comprándonos algo, que paginas vio, etc, etc, etc…

En cuestión de segundos y es la realidad actual, tenemos cientos de atributos asociados a la visitas, que si ademas combinamos entre si, entonces se empieza a multiplicar la cosa y se pone tan complicada, que pasamos a un escenario donde tenemos tanta información que no sabemos que hacer con ella, y casi en todos los casos mala información es peor que ninguna información.

Por eso quiero compartir lo que creo que son los primeros pasos en el análisis web.

**1.- Definir objetivos.**

Hay que tener un horizonte claro de lo que mi pagina web representa para mi empresa o negocio. Todas los negocios son muy diferentes pero en cuanto  web se refiere probablemente los objetivos sean alguno de estos.

1. **Promoción de marca**: exponer a un gran numero de visitantes a tu maraca o negocio, a través de tiempo en tu sitio o interacción con tu logo y mensaje en las redes de publicidad disponible.
2. **Canal directo de ventas:** muy común ver, como tiendas físicas o tiendas completamente online utilizan el medio como una manera de ofrecer sus productos las 24 horas del día en cualquier parte del mundo o de un país.
3. **Venta de publicidad:** construir contenido interesante para ciertas audiencias puede ser utilizado como un medio para crear y vender espacio publicitario.
4. **Agente de ventas:** no necesariamente quien venda productos por su página puede utilizar el medio para vender, por ejemplo, una compañía de servicios de consultoría puede crear de su sitio, un repartidor de tarjetas de contactos las 24 horas del día que permita recoger un gran número de prospectos de ventas que tengan en común un interés real en sus servicios.
5. **Soporte o ayuda:** Una compañía de servicio, vendedor de software o cualquier empresa que tenga algún interés en el servicio post-venta, podría usar su sitio para atender a todas aquellas personas que tengan dudas, comentarios o sugerencias sobre sus servicios. Tener un sistema dando respuesta las 24 horas del día puede ser más efectivo y económico que un call center full de personas capacitadas y con los equipos necesarios.

**2. Generar indicadores**

Una vez definidos los objetivos deberíamos construir los indicadores que nos permitirán monitorear el progreso del sitio. Estos estarán relacionados directamente al propósito del sitio.

Por ejemplo si un sitio tiene como objetivo ser un agente de ventas, el mismo tendría como propósito entregar información de contacto a los posibles prospectos. En este caso eso puede estar representado, con que el usuario llene un formulario de contacto o llame a un numero telefónico que encuentre e la pagina y que en ambos casos nos de su información de contacto.

Sin embargo a pesar de que los indicadores son propios de cada caso estudio, el indicador principal y mas importante del análisis web, es la conversión, la cual representa una relación entre usuarios que visitan mi sitio, y usuarios que cumplen con mis objetivos. En el ejemplo que mencionábamos seria el porcentaje de personas que llenan el formulario de contacto entre las personas que visitan la pagina.

Todo el esfuerzo, de campañas online, SEO y SEM, optimización del sitio y demás estrategias para promoción online deben ir dirigidos a aumentar ese porcentaje de conversión.

**3.- Sistema de monitoreo.**

Una vez entendido el objetivo de nuestro sitio y haber definidos indicadores de gestión, necesitamos una software que nos permita recolectar toda la información y poder comenzar con el real análisis web.

Existen muchos tipos de software y soluciones disponibles, algunos gratis otros pagos y varían también de acuerdo al objetivo o necesidades de cada caso.

Para nombrar algunos:

* Google Analytics (gratis)
* Omniture
* Coremetrics
* Web Trends
* Click Tale

Para resumir, necesitas darle un propósito a tu sitio web, entre vender productos o servicios, generar prospectos de ventas, vender publicidad o contenido, servicio de soporte o ayuda o finalmente, exposición de marca. Después asociarles los indicadores óptimos para medir tu porcentaje de conversión deseado, y por ultimo configurar, implementar y mantener junto con un software que cumpla tus necesidades un sistema de monitoreo y constante monitoreo de tus esfuerzos.

Luego de esto solo queda medir, medir, medir, medir, medir y seguir midiendo, después de todo como me gusta decir “Conversión es la misión” y para convertir efectivamente y cada vez más por si no lo había mencionado hay que medir.

**Análisis web y sus Cookies**

Toda la ciencia del Análisis Web se oculta detrás de las cookies. Estas son unas variables, que se crean a voluntad del programador de la página y están asociadas a determinado explorador y determinada computadora.

### ¿Qué son las cookies?

Estos dos parámetros (explorador y computadora) son suficientes para determinar datos únicos de un usuario y asociarle un comportamiento al mismo, gracias a que las cookies se almacenan en cada computadora y pueden durar hasta años identificando a una persona.

### Uso de las cookies

Los sistemas de rastreo de información como Google Analytics utilizan varias cookies que ayudan a determinar todos los datos relevantes para un correcto monitoreo. Estos sistemas ofrecen tanto cookies e información predeterminada, como la posibilidad customizar parámetros, para que los programadores pueda adaptar el rastreo a las necesidades de cada negocio online.

### Limitaciones de las Cookies

Así como otorgan gran flexibilidad, las cookies se ven limitadas por varios factores.

* Si el usuario tiene las cookies desactivadas en su explorados, evidentemente no será posible crearlas y rastrearlas. esto cada vez es menos frecuentes, ya que aplicaciones como el web mail o tiendas online solicitan su activación.
* En el caso de google analytics y otros sistemas, las cookies son creadas usando Javascript, que también puede estar desactivado por el usuario.
* Si el usuario usa varios exploradores, cada vez que visite un sitio utilizando un explorador distinto se creara una cookie distinta. Haciendo que un usuario represente varios a la vez. Esto sin embargo en términos de la estadística que se obtiene puede tener un impacto menor en el análisis.

Por estas y varias razones es que ningún sistema de rastreo web es completamente exacto. Sin embargo en análisis estadísticos son mas importantes las tendencias que el dato individual de cada visita.

Con esta pequeña introducción a las cookies y a pesar de sus limitaciones, mi objetivo es acentuar lo completo y segmentable que es la información asociada al análisis web. Comparemos por ejemplo contra medios como la radio o la televisión, en donde es virtualmente imposible, conocer con tanto detalle el comportamiento y hábitos de uso de la audiencia.

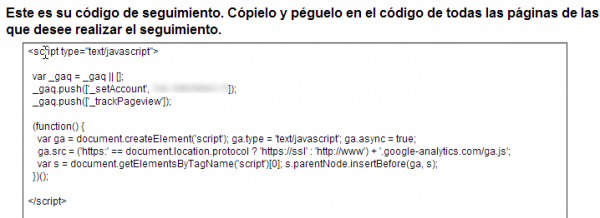
### **Qué es Google Analytics y a quién podría servirle**

Es un servicio gratuito de analíticas para cualquier sitio web con decenas de herramientas de estadísticas y de análisis además de informes predeterminados y personalizables según lo requieran los usuarios de la información, p.e., los webmasters y los encargados del marketing (incluyendo el SEO). Es el más popular en la red, decenas de millones de sitios web en el mundo lo usan para optimizar su labor.

Es un servicio ofrecido por Google desde inicios del 2006 y desde allí no ha parado de evolucionar en las mediciones y análisis que permite: número de visitas, duración, datos sociodemográficos de los usuarios (lenguaje, ubicación, proveedor de Internet), registro de su comportamiento dentro del sitio web (fuentes de tráfico, páginas visitadas, secciones preferidas, desplazamientos entre ellas, palabras clave usadas), análisis del tiempo de carga, evaluaciones segmentadas, informes en tiempo real, análisis de redes sociales, registro del contenido más popular, informes publicitarios (una maravilla combinados con AdSense y AdWords), detalles técnicos de los dispositivos de los visitantes (navegador, OS, referencia del móvil utilizado para acceder), registro de conversiones muy útiles para sitios de ecommerce (ventas, descargas, reproducciones de videos, etc.), múltiples gráficos estadísticos y muchas funciones más.

### Cómo funciona

Como webmasters e incluso como visitantes surge la gran duda: **¿cómo hace Google Analytics para recolectar tantos datos?** La respuesta combina cookies, navegadores y código en JavaScript dentro de cada una de las páginas del sitio web: al registrarse en Google Analytics se genera (o generan si son múltiples sitios para hacerles seguimientos) un fragmento de código en JavaScript que debe ser copiado e insertado en la cabecera del código fuente del sitio web; en general, los [*CMS*](http://es.wikipedia.org/wiki/Sistema_de_gesti%C3%B3n_de_contenidos) que son los que la mayoría utiliza para montar sus sitios (sistemas de gestión de contenido como WordPress, Joomla, Drupal, Blogger y PrestaShop), no requieren repetir el proceso por cada página creada sino que se hace automáticamente luego de la primera y única inserción de código.

[](http://wwwhatsnew.com/wp-content/uploads/2013/08/codigo-analytics.png)

Cuando llega un visitante a determinada página que contenga el código de seguimiento de Google Analytics, éste se cargará de manera simultánea a los demás elementos de la página y generará una cookie, un diminuto archivo de datos que se guarda en el PC a través del navegador el cual irá registrando las variables antes mencionadas hasta que termina la visita. Mientras esto sucede, se irán cargando a los servidores de Google todos los datos capturados y luego se generarán en el panel de Google Analytics los informes correspondientes incluso en tiempo real.

### Desventajas de Google Analytics

**Limitaciones técnicas:** Si JavaScript no está habilitado en el navegador del usuario (pocas veces sucede, pero sucede y puede llegar a ser relevante en sitios con millones de visitas) o si éste bloquea algunas funciones de captura de cookies, claramente se verán afectados los resultados que se plasmarán en los informes.

**Intuitivo relativamente:** Luego de usarlo por ya bastante tiempo muchos se atreverán a decir que es muy fácil de usar, de hecho los desarrolladores y diseñadores de Google se han esforzado por hacerlo cada vez más intuitivo con menús entendibles y coloridas gráficas, pero hace falta dedicar tiempo a leer, [ver](http://www.youtube.com/user/googleanalytics) y aprender para sacarle un verdadero provecho.

**Datos guardados por un tercero:** Puede ser Google o el Rey Pepinito pero siempre habrá recelo con los datos propios -aunque realmente son de los usuarios- en la tercerización de tareas.

**Pérdida de datos por error:** Si se borra el código de Analytics por error, por ejemplo, al actualizar algunos temas en WordPress, simplemente no habrá registros en el tiempo que esté sin funcionamiento.

[**Muestreo estadístico**](http://es.wikipedia.org/wiki/Muestreo_en_estad%C3%ADstica)**:** Algunos lo consideran una debilidad pero es apenas una cuestión técnica de ahorro de recursos: Cuando son millones de visitas las recibidas por un sitio web, si Google Analytics lo cree necesario ya no registrará ni evaluará visita por visita sino que hará sampling: tomará muestras aleatorias de miles de visitas e inferirá los resultados a la población, a la totalidad de visitas.

**Privacidad:** El punto álgido que atañe a los servicios de Google es que son de altísima calidad pero requieren de un importante sacrificio: datos personales. Es brillante que pueda tomar tantas mediciones y crear montones de útiles informes, pero algunos usuarios prefieren mantenerse lejos de los registros. Por fortuna tienen diferentes soluciones como bloquear las cookies con un [complemento para el navegador](https://tools.google.com/dlpage/gaoptout?hl=es).

### Ventajas de Google Analytics

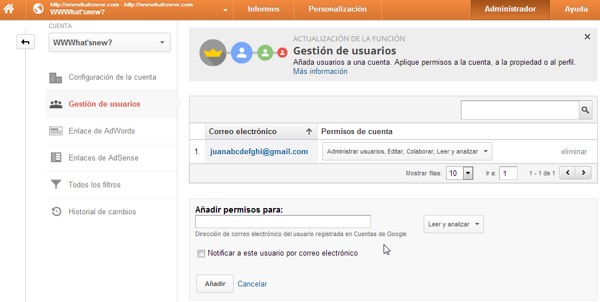
**Velocidad de carga:** La desventaja de la tercerización se equilibra e incluso es superada por las ventajas de que sea un tercero el encargado de la pesada tarea de registrar visita por visita, de hecho hay plugins para WordPress y otros CMS que capturan también visitas pero simplemente no tienen la capacidad que tiene Google con sus miles de servidores e ingeniería. Por cierto, el código de Google Analytics, además de que es ligero, se carga de [forma asíncrona](http://www.espaciowebmasters.com/javascript/ejecucion-asincrona-de-javascript) para no afectar la carga de la página.

**Número de informes incluyendo análisis en tiempo real (con gráficas)**: Hay informes de todo tipo, algunos muy buenos que están activados de forma predeterminada o bien algunos que se personalizan y se activan para ser distribuidos incluso vía email. Las funciones de tiempo real son bastante interesantes.

[](http://wwwhatsnew.com/wp-content/uploads/2013/08/informes-tiempo-real-analytics.jpg)

**Registro de redes sociales:** Es interesante poder evaluar las campañas realizadas en redes sociales para incrementar las visitas en el blog u otro sitio web, y con Google Analytics se tiene un completo registro de esto con sólo un par de clics.

**Múltiples sitios y múltiples usuarios:** Editar, Colaborar y Leer y analizar son las funciones que se pueden delegar a otros usuarios quienes podrán acceder a los datos de Google Analytics y gestionar su contenido. Por supuesto, como muchos no tienen un sólo sitio web sino tienen varios, pueden manejarlos todos desde una misma cuenta.

[](http://wwwhatsnew.com/wp-content/uploads/2013/08/google-analytics-multiples-usuarios.jpg)

**Compatibilidad con servicios de terceros:** No es una plataforma tan cerrada y ya son muchas las aplicaciones de terceros creadas para sacarle jugo a ítems que quizá no sean tan aprovechados en Google Analytics. La mayoría de aplicaciones son resaltadas en su [App Gallery](http://www.google.com/analytics/apps/).