



Google Analytics

Código: 452029

Duración: 4.00 horas

Descripción

¿Te imaginas saber de donde llegan las visitas de tu web? ¿Te gustaría conocer qué idioma hablan para crear contenido adaptado para ellos? ¿Quieres saber qué red social lleva tráfico cualificado hacia tu web o portal? Con este curso de Google Analytics podrás conocer estas y otras cuestiones relevantes para conocer el comportamiento de tu potencial cliente.

Esta herramienta ofrece datos que no son sencillos de interpretar, pero con este curso aprenderás para qué sirve y cómo usarla a fin de exprimirla al máximo.

Aprenderás a sacar informes, cuáles son las métricas más importantes, cómo compartir los datos que arroja con otros usuarios, cómo ver cuando alguien está navegando en tu web a tiempo real, cómo filtrar los datos y más.

Si no mides, no puedes saber si tu estrategia de marketing digital funciona. Entra al fascinante mundo de la analítica web hoy mismo.

Objetivos

- El objetivo principal de este curso es que el alumno conozca cómo usar Google Analytics para analizar y medir resultados de su estrategia de marketing digital.
- Que aprenda cómo usarla, qué datos son imprescindibles y como traducir la información cuantitativa en variables cualitativas generando informes que determinarán la eficacia o no de la estrategia lanzada.
- Que pueda enlazar esta herramienta de análisis web con Google AdWords para mejorar la efectividad de las campañas de anuncios de pago.
- Que con las prácticas propuestas conozca de primera mano aquellas funciones básicas.

Google Analytics

- Qué es Google Analytics
- Cómo abrir una cuenta en Google Analytics y cómo obtener el código de seguimiento
- Cómo insertar el código de seguimiento de Google Analytics en WordPress y saber si lo has hecho correctamente.
- Qué ver en la página principal de Google Analytics
- Cómo se organiza la información: Cuenta, propiedad y vista
- Cómo crear paneles
- Conceptos básicos: Qué son las métricas y los KPI´s
- Conceptos básicos: Páginas vista
- Conceptos básicos: Porcentaje de rebote
- Conceptos básicos: Qué son las dimensiones y los segmentos
- Cómo crear tu primer reporte
- Qué son los filtros y cómo crearlos
- Cómo visualizar los datos en los informes
- Tipos de Informe
- Informe en tiempo real
- Informe de audiencia
- Cómo analizar datos por audiencia
- Informe de adquisición
- Cómo enlazar con Google AdWords
- Informe de comportamiento
- Informe de conversiones
- Informe de adquisición de tráfico
- Informe dispositivo móvil
- Informe de visitantes nuevos vs recurrentes
- Informe de landing pages
- Informe de porcentaje de rebote vs porcentaje de visitantes
- Cómo compartir los datos de un proyecto: Perfiles usuarios