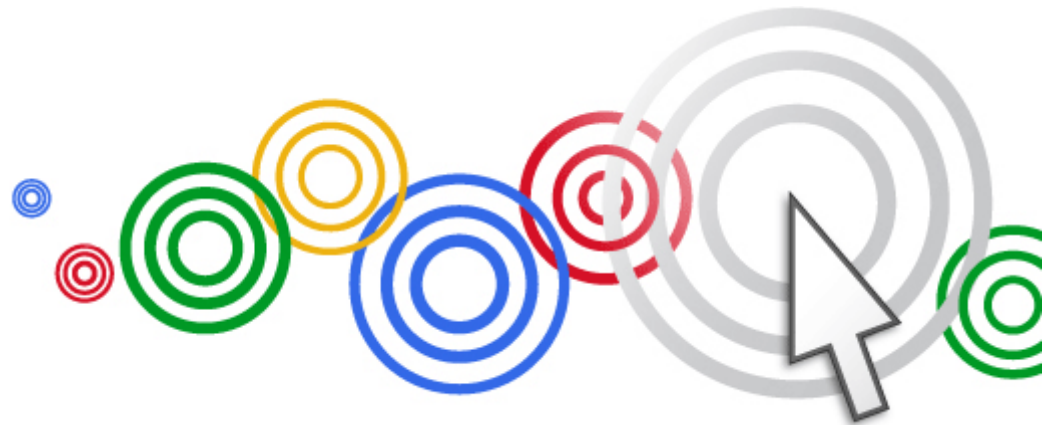


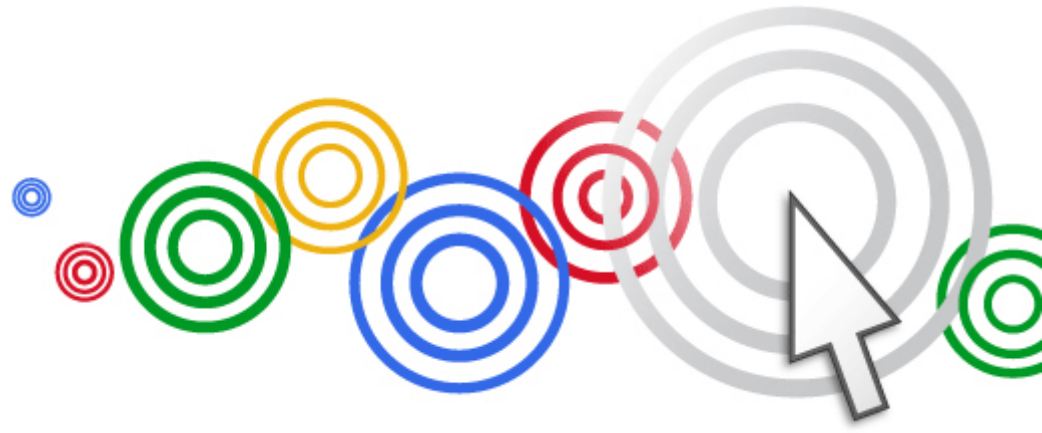
# learn with Google™





# Cómo alcanzar sus objetivos con Analytics

21 de Marzo de 2012





1

¿Cómo se define y mide el "éxito"?

2

Configuración de Objetivos en Google Analytics

3

Configuración de Comercio electrónico en Google Analytics

4

Enlace de las cuentas de AdWords y Google Analytics

5

Nuevas e interesantes oportunidades con la función Objetivos



1

**¿Cómo se define y mide el "éxito"?**

2

Configuración de Objetivos en Google Analytics

3

Configuración de Comercio electrónico en Google Analytics

4

Enlace de las cuentas de AdWords y Google Analytics

5

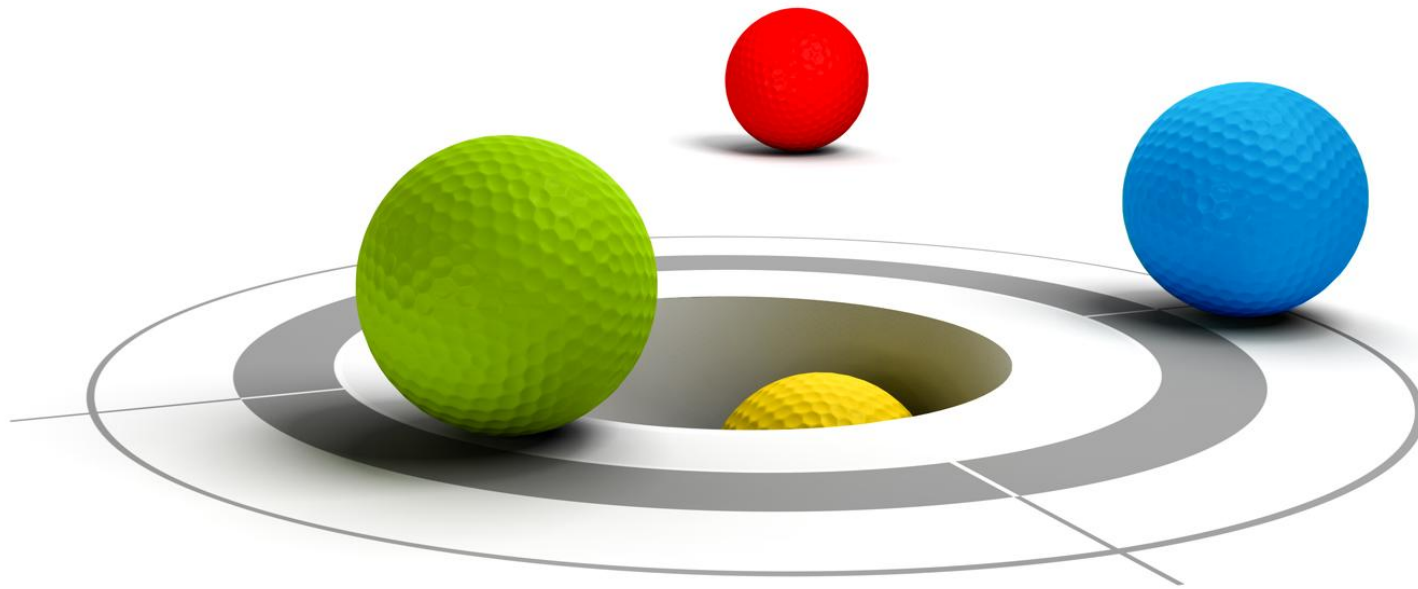
Nuevas e interesantes oportunidades con la función Objetivos

# ¿Cuáles son sus objetivos empresariales?

¿Por qué tiene un sitio web?

¿Qué espera que hagan los usuarios en su sitio?

¿Cuál fue el tema de su campaña de marketing digital más reciente?



# SUS objetivos definen el éxito

Según su empresa, le pueden resultar valiosos distintos tipos de acciones de usuario:

## Compras



MI CARRITO

## Oportunidades de venta

### 3-Step Quick Quote

Enter your zip code:

Start

## Boletín informativo

**SUBSCRIBE TO THE WEEKLY SHAMELESS PLUG!**  
*Our fun and informative weekly newsletter*

First Name

Email Address

SIGN UP!

[view sample newsletter](#)

## Implicación



Reproducir

# ¿Cómo se mide el éxito?



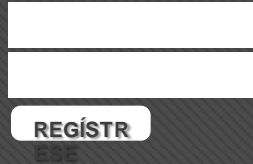
€

Valor de las  
compras



Nº

de formularios  
de  
oportunidades  
de venta  
rellenados



Nº

de registros  
de boletín  
informativo



Nº

de descargas  
de PDF



Nº

de minutos  
viendo un  
vídeo



1

¿Cómo se define y mide el "éxito"?

2

**Configuración de Objetivos en Google Analytics**

3

Configuración de Comercio electrónico en Google Analytics

4

Enlace de las cuentas de AdWords y Google Analytics

5

Nuevas e interesantes oportunidades con la función Objetivos



# Paso 1: definición de objetivos como acciones en el sitio web

Por ejemplo, si se desea que el usuario...

Vea una página  
de  
agradecimiento

Se registre  
en la lista  
de correo  
electrónico

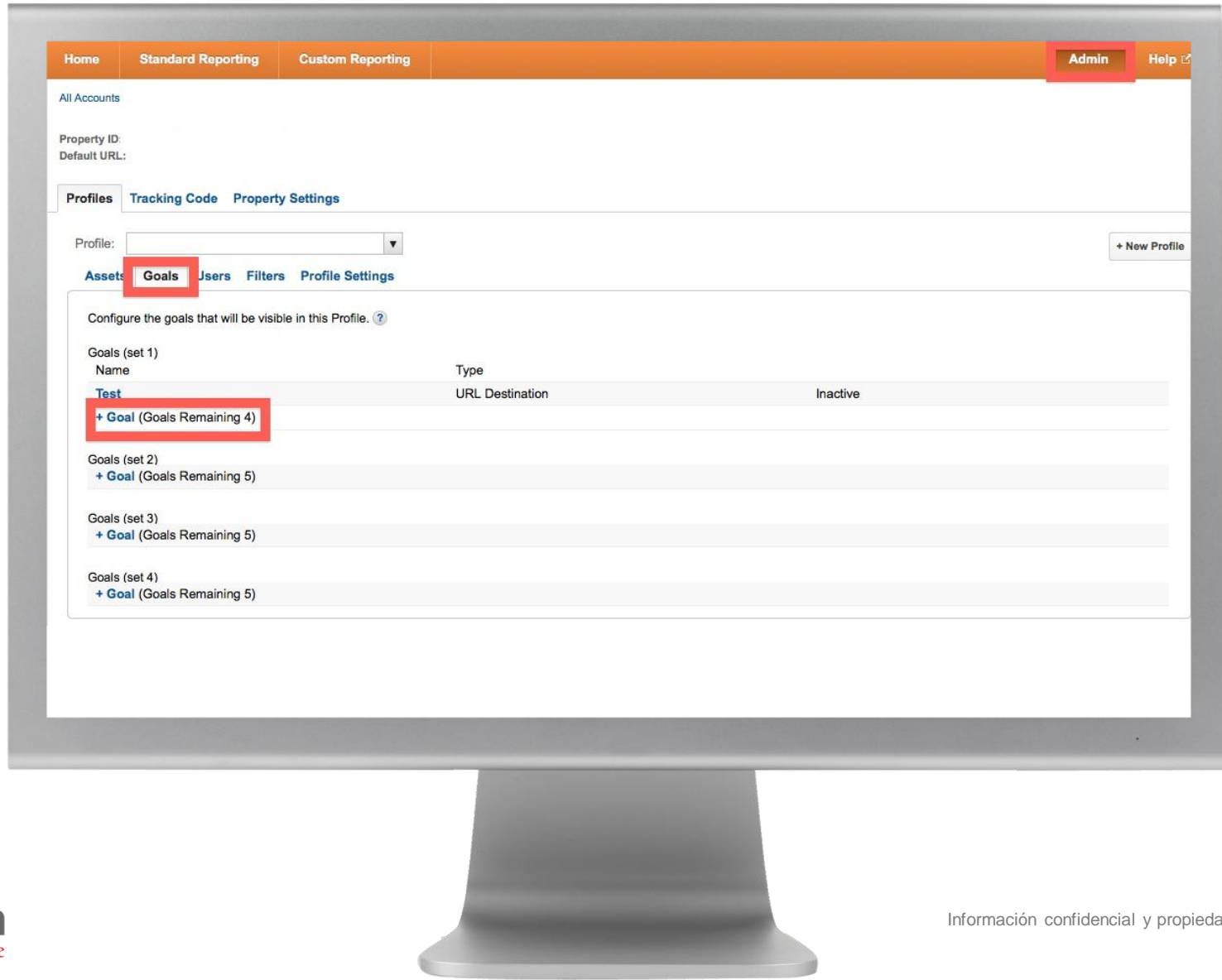
Descargue  
un informe

Realice  
una  
compra

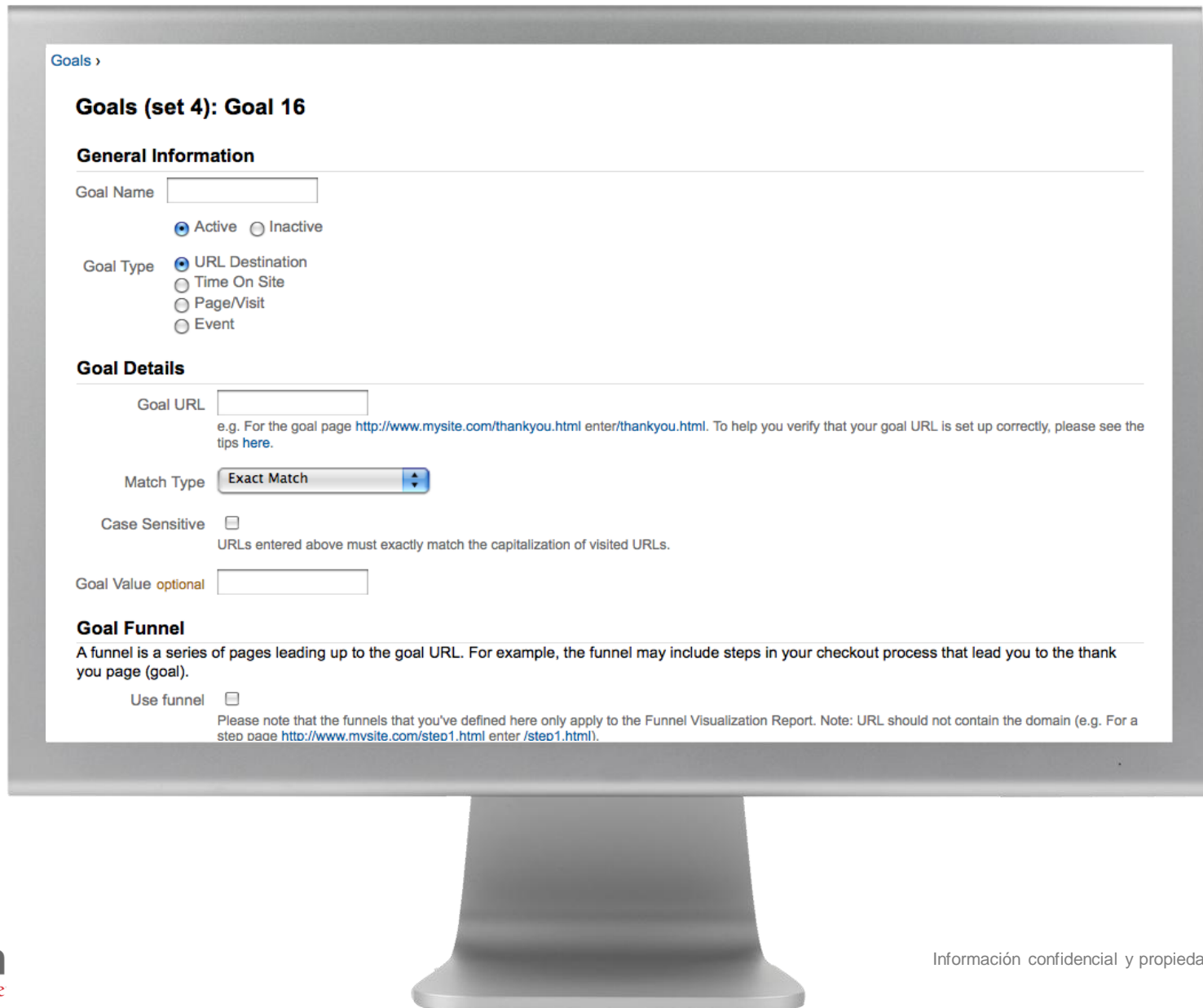
Escuche  
tres  
pistas de  
audio

**todas estas acciones son "conversiones"**

# Paso 2: creación de un objetivo de conversión en Analytics



# Paso 3: selección del tipo de objetivo



Goals ›

## Goals (set 4): Goal 16

### General Information

Goal Name

☒ Active ☐ Inactive

Goal Type ☒ URL Destination  
☐ Time On Site  
☐ Page/Visit  
☐ Event

### Goal Details

Goal URL   
e.g. For the goal page <http://www.mysite.com/thankyou.html> enter [/thankyou.html](#). To help you verify that your goal URL is set up correctly, please see the tips [here](#).

Match Type

Case Sensitive ☐  
URLs entered above must exactly match the capitalization of visited URLs.

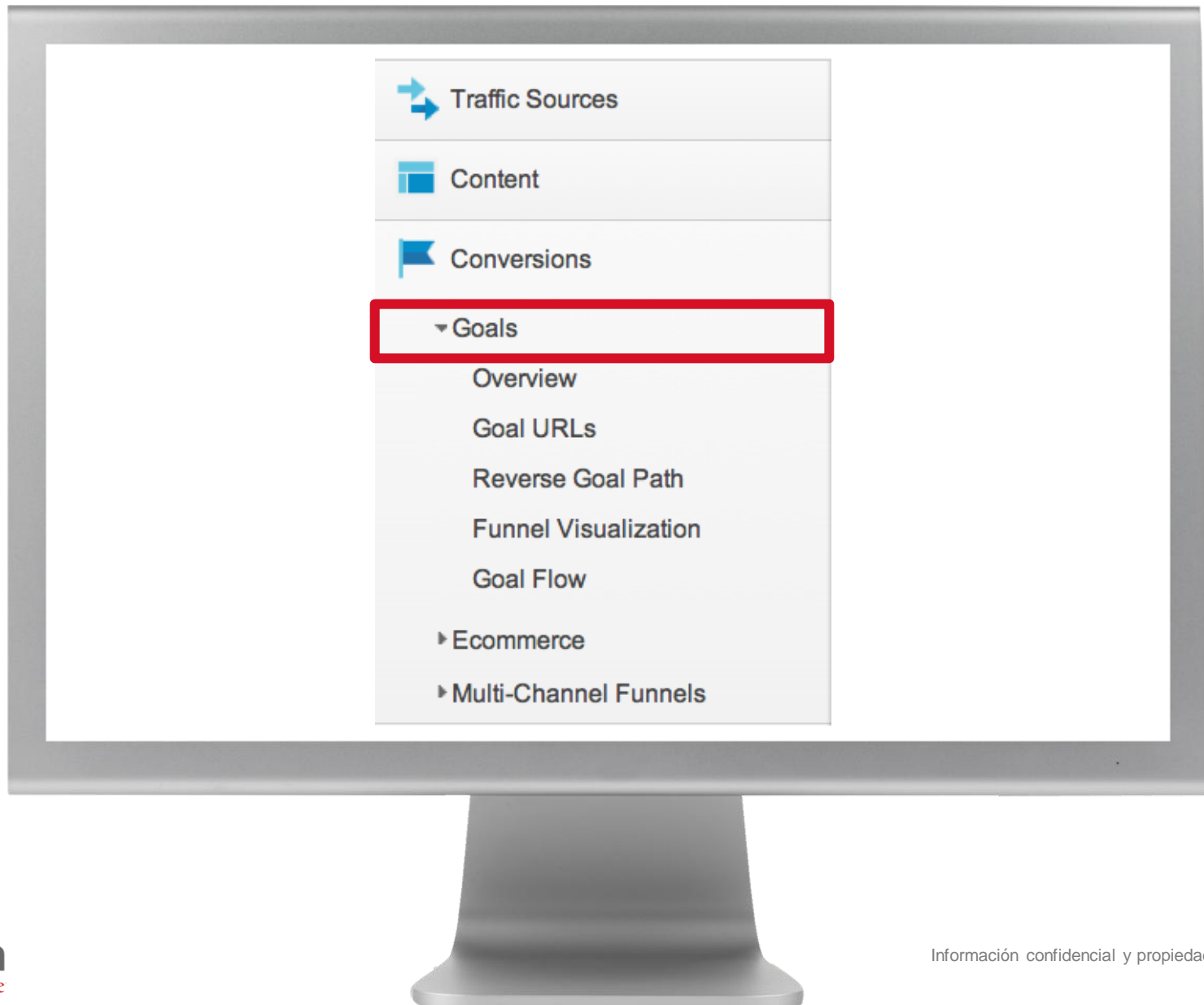
Goal Value optional

### Goal Funnel

A funnel is a series of pages leading up to the goal URL. For example, the funnel may include steps in your checkout process that lead you to the thank you page (goal).

Use funnel ☐  
Please note that the funnels that you've defined here only apply to the Funnel Visualization Report. Note: URL should not contain the domain (e.g. For a step page <http://www.mysite.com/step1.html> enter [/step1.html](#)).

## Paso 4: descripción del informe de objetivos



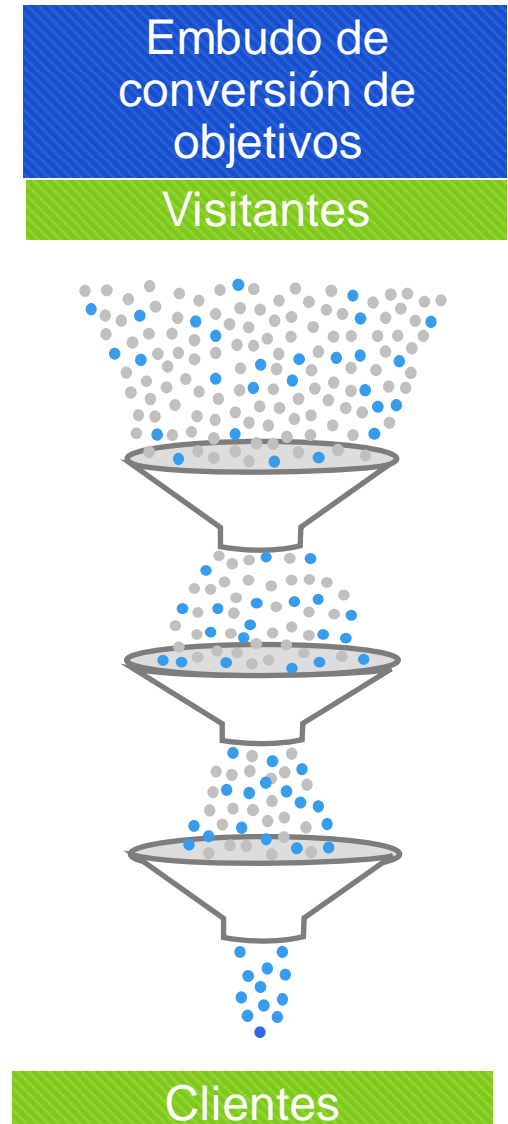
# Paso 4: descripción del informe de objetivos



# Paso 5: creación de embudos de conversión de objetivos

Los embudos de conversión de objetivos le ayudan a:

- ✓ identificar las páginas en las que los usuarios entran o salen del embudo de conversión,
- ✓ reducir los cuellos de botella,
- ✓ identificar la mejor ruta de conversión,
- ✓ utilizar estos datos para identificar las páginas que se probarán.



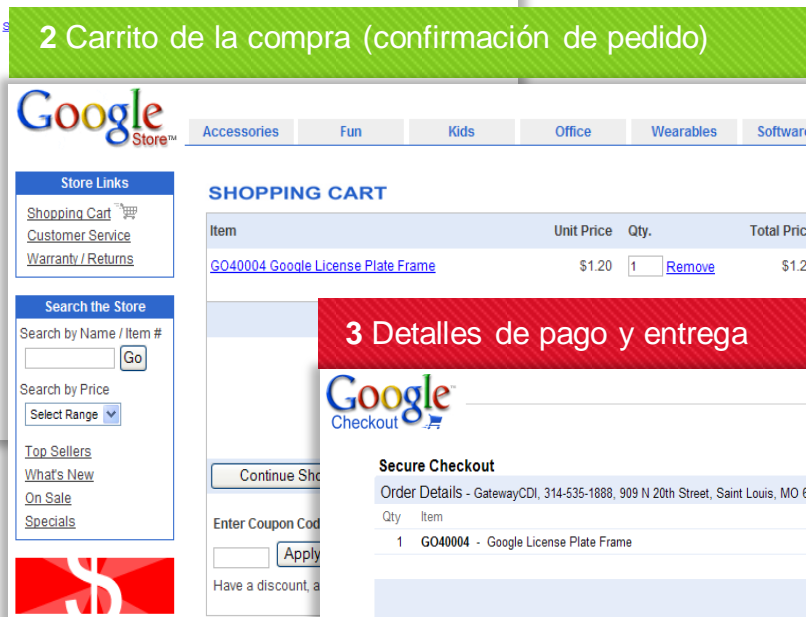
# Cómo identificar el embudo de conversión de objetivos

1 Página de destino (por ejemplo, descripción del producto)

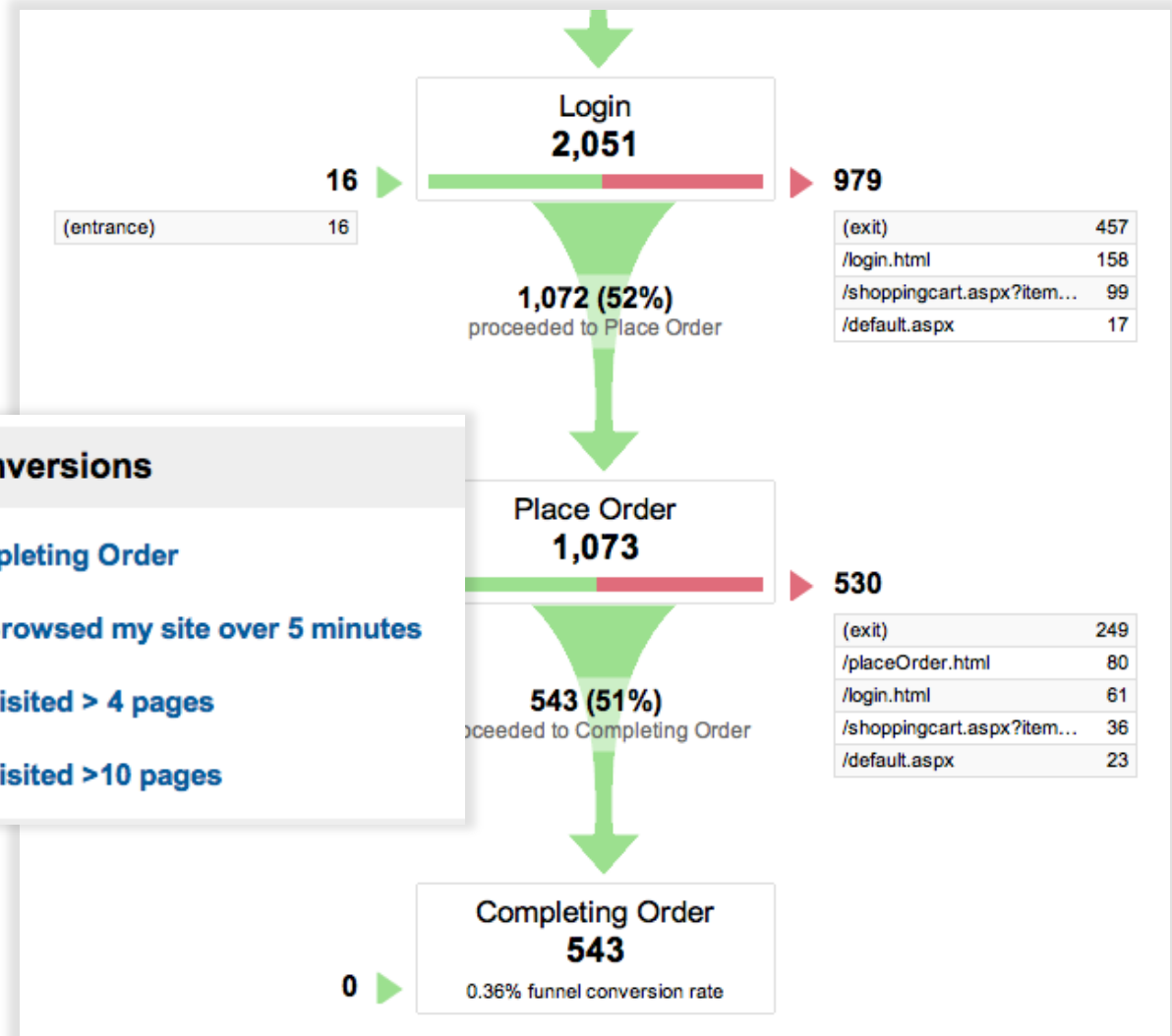


Identifique los pasos que sus usuarios tienen que llevar a cabo para realizar una conversión.





Esta colección de páginas es el “embudo de conversión”.



# Descripción del informe de gráfico del embudo de conversión



## Visitors completed 84,976 goal conversions

-  **543 conversions, Goal 1: Completing Order**
-  **17,432 conversions, Goal 6: Browsed my site over 5 minutes**
-  **48,795 conversions, Goal 7: Visited > 4 pages**
-  **18,206 conversions, Goal 8: Visited >10 pages**





1

¿Cómo se define y mide el "éxito"?

2

Configuración de Objetivos en Google Analytics

3

**Configuración de Comercio electrónico en Google Analytics**

4

Enlace de las cuentas de AdWords y Google Analytics

5

Nuevas e interesantes oportunidades con la función Objetivos

# ¿Cuándo se debe usar el comercio electrónico o los objetivos?



**Sales of 279 products generated \$28,792.85**



**0.13% Conversion Rate**



**557 Transactions**



**\$51.69 Average Order Value**



**2,216 Purchased Products**

# Paso 1: configuración del Comercio electrónico

**Assets Goals Users Filters Profile Settings**

## Edit Profile Information

### General Information

Profile Name

Time zone country or territory  (GMT-08:00) Pacific Time

Default page optional  [?](#)  
Example: index.html

Exclude URL Query Parameters optional   
Example: sid, sessionId, vid, etc ...

Currency displayed as

### E-Commerce Settings

E-Commerce tracking optional

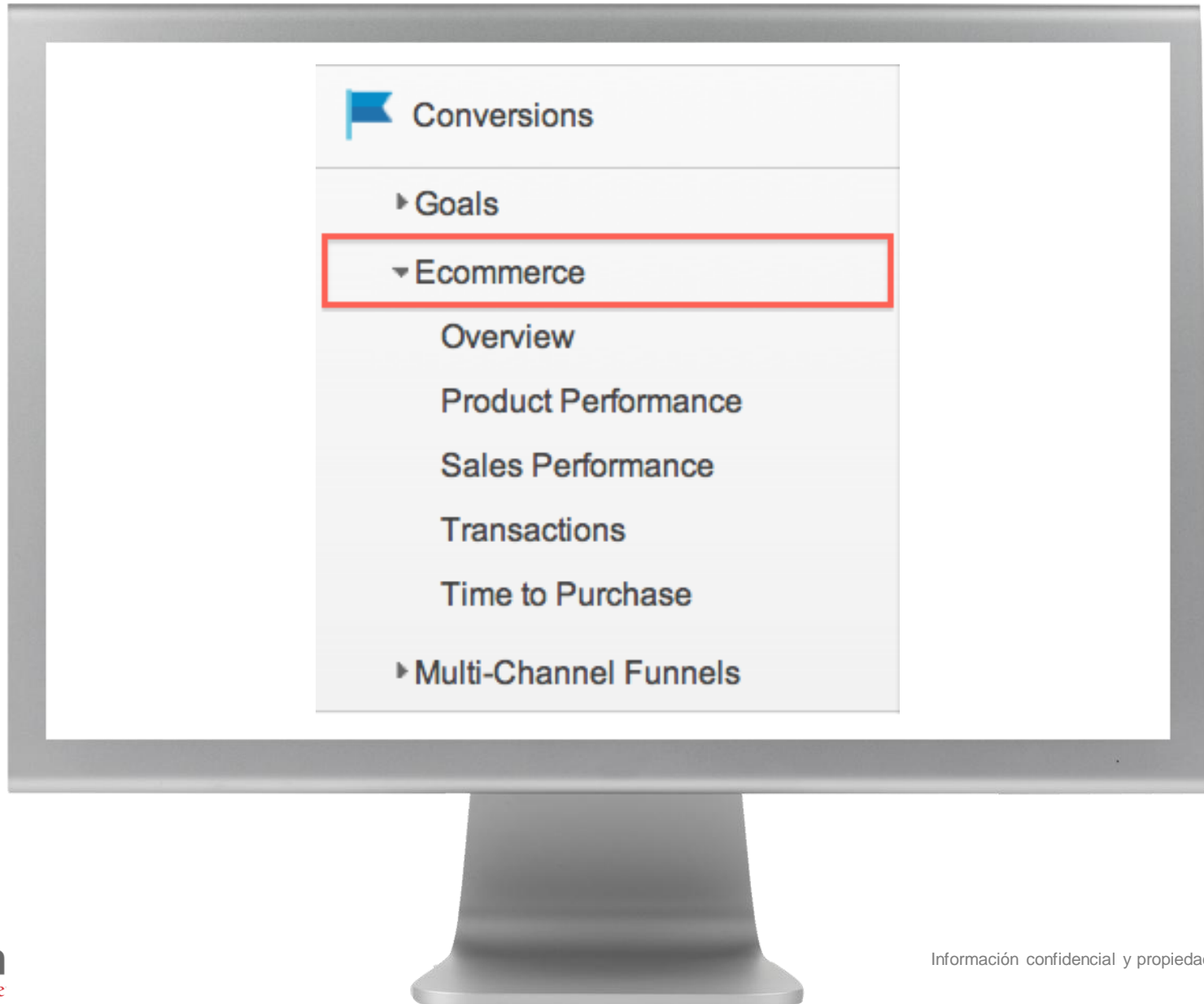
## Paso 2: actualizar el código de seguimiento de comercio electrónico.

```
var _gaq = _gaq || [];  
_gaq.push(['_setAccount', 'UA-XXXXX-X']);  
_gaq.push(['_trackPageview']);  
_gaq.push(['_addTrans',  
  '1234',           // order ID - required  
  'Acme Clothing',  // affiliation or store name  
  '11.99',          // total - required  
  '1.29',           // tax  
  '5',              // shipping  
  'San Jose',        // city  
  'California',      // state or province  
  'USA',             // country  
]);  
  
// add item might be called for every item in the shopping cart  
// where your ecommerce engine loops through each item in the cart and  
// prints out _addItem for each  
_gaq.push(['_addItem',  
  '1234',           // order ID - required  
  'DD44',           // SKU/code - required  
  'T-Shirt',        // product name  
  'Green Medium',   // category or variation  
  '11.99',          // unit price - required  
  '1',              // quantity - required  
]);  
_gaq.push(['_trackTrans']); //submits transaction to the Analytics servers
```

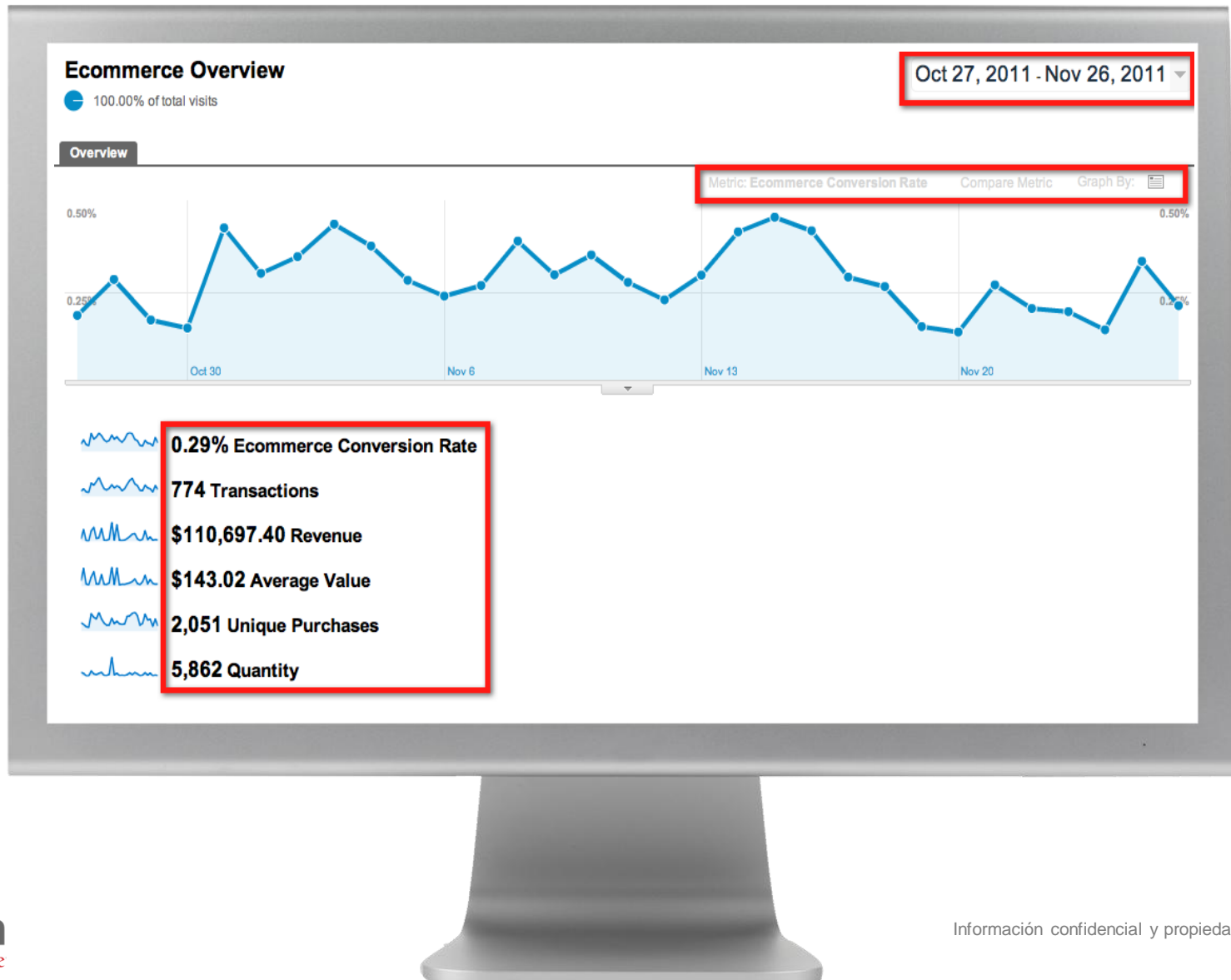


Para obtener más  
información, vaya a:  
<http://goo.gl/hMS5V>

## Paso 3: descripción del informe de comercio electrónico



# Paso 3: descripción del informe de comercio electrónico





1

¿Cómo se define y mide el "éxito"?

2

Configuración de Objetivos en Google Analytics

3

Configuración de Comercio electrónico en Google Analytics

4

**Enlace de AdWords y Google Analytics**

5

Nuevas e interesantes oportunidades con la función Objetivos

# ¿Por qué se deben enlazar AdWords y Analytics?

## **Mejor visibilidad**

del rendimiento de las campañas y de las palabras clave

## **Seguimiento de campaña automático**

No se necesitan etiquetas adicionales

## **Estadísticas más completas**

de objetivos y de comercio electrónico con los informes de embudo de conversión

## **Datos de costes**

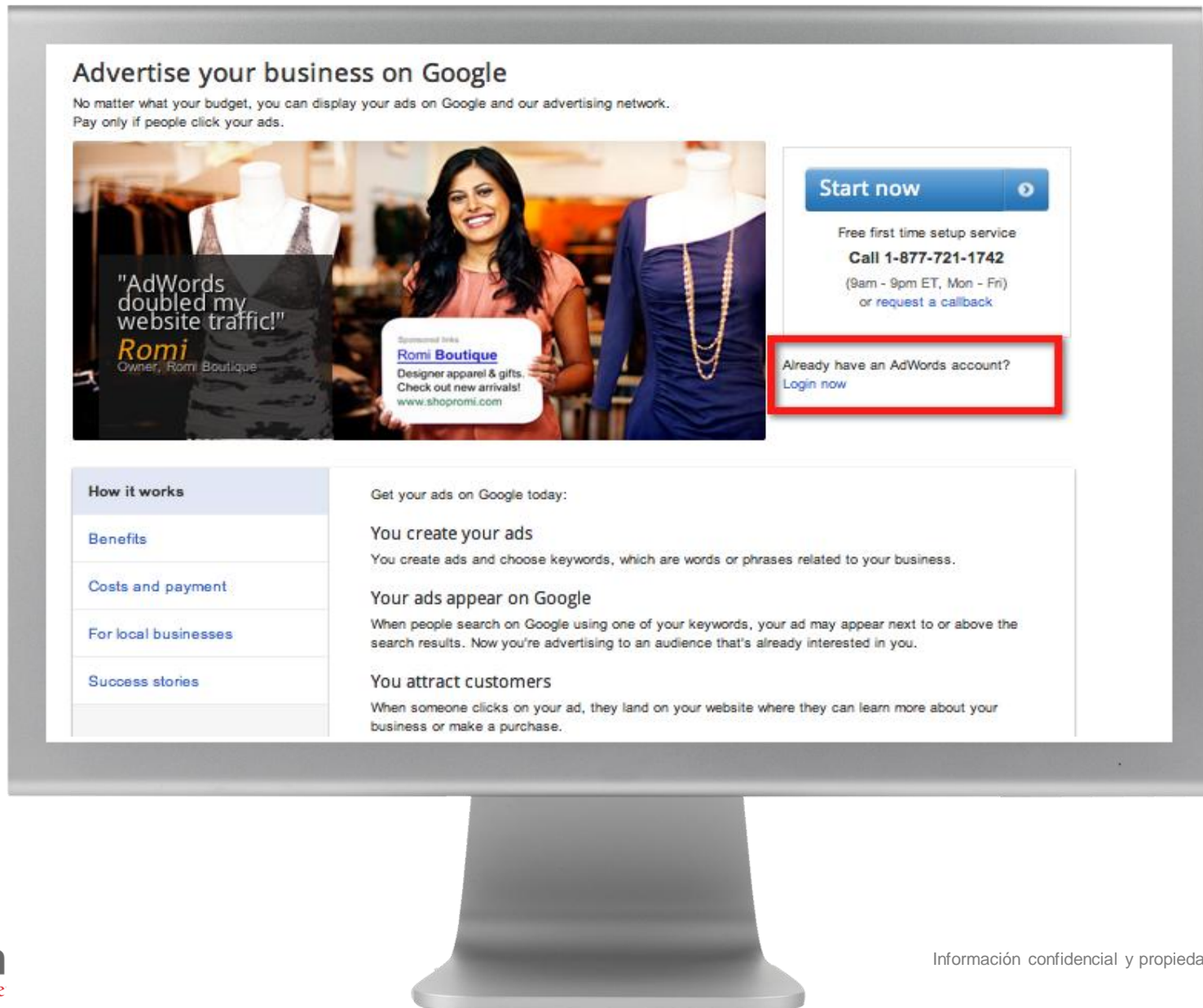
Consulta de los detalles de costes junto con las métricas de Analytics

## **Comparación sencilla entre campañas**

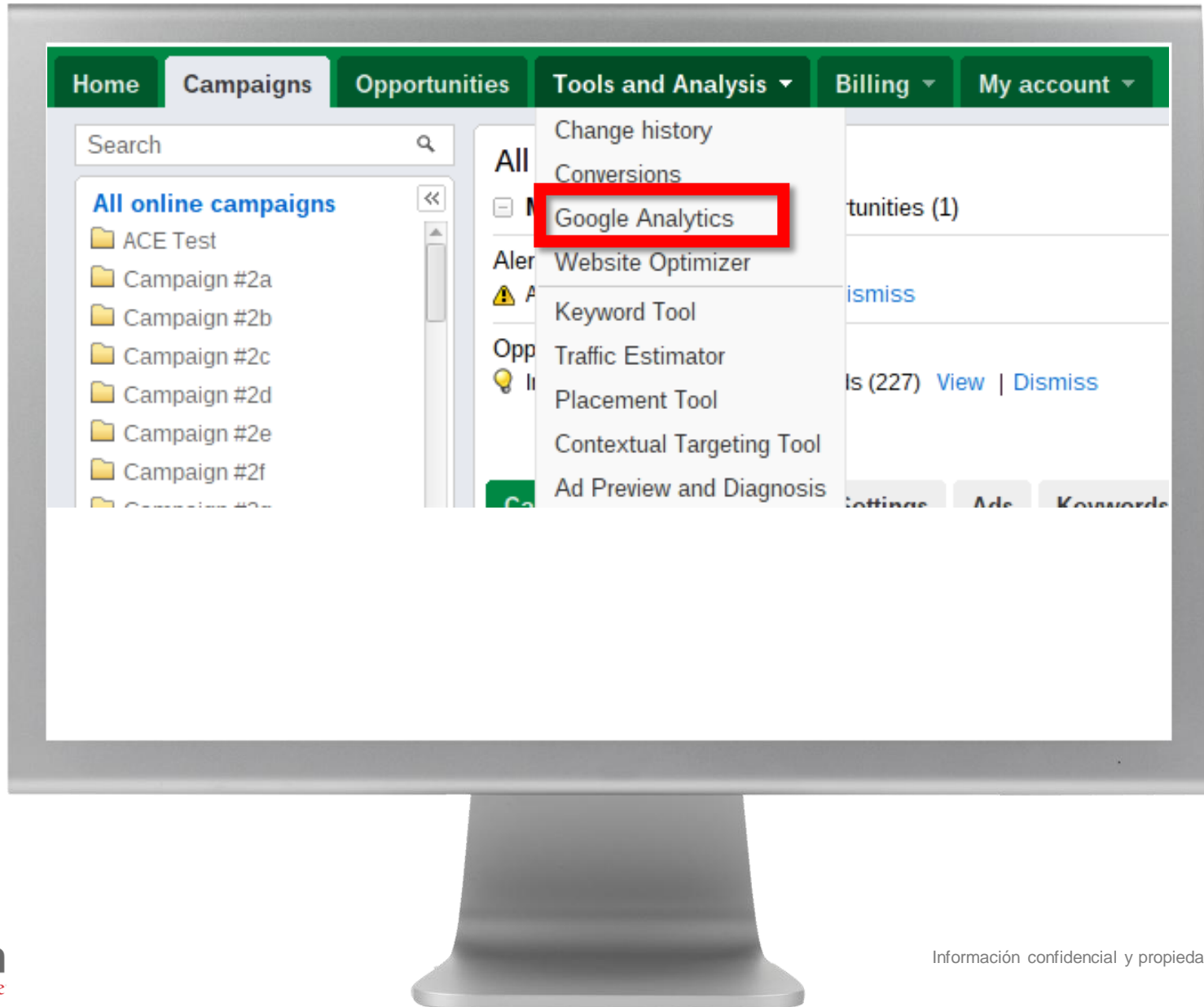
Seguimiento de AdWords frente a otro marketing de búsqueda de pago



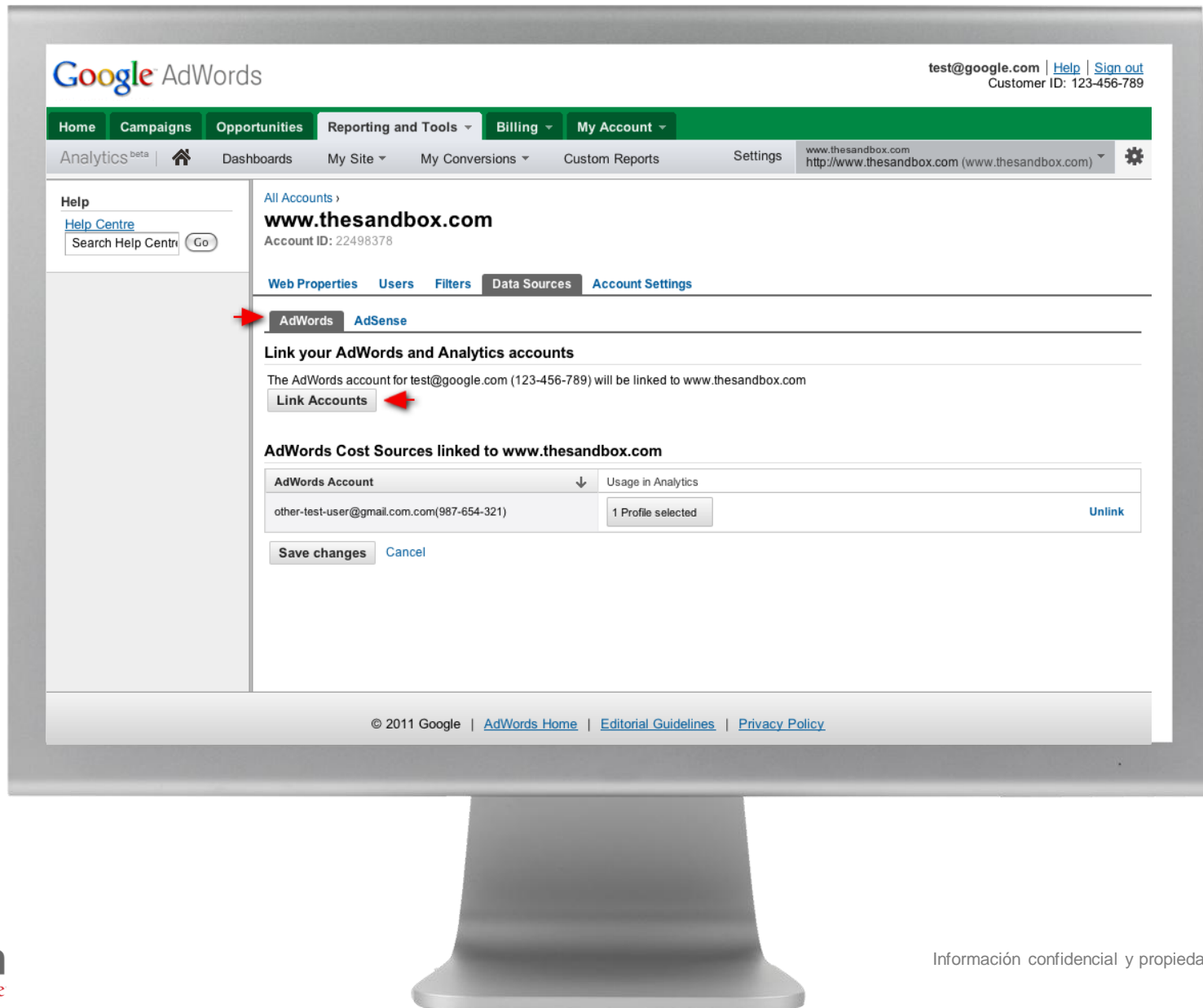
# Paso 1: acceso a AdWords



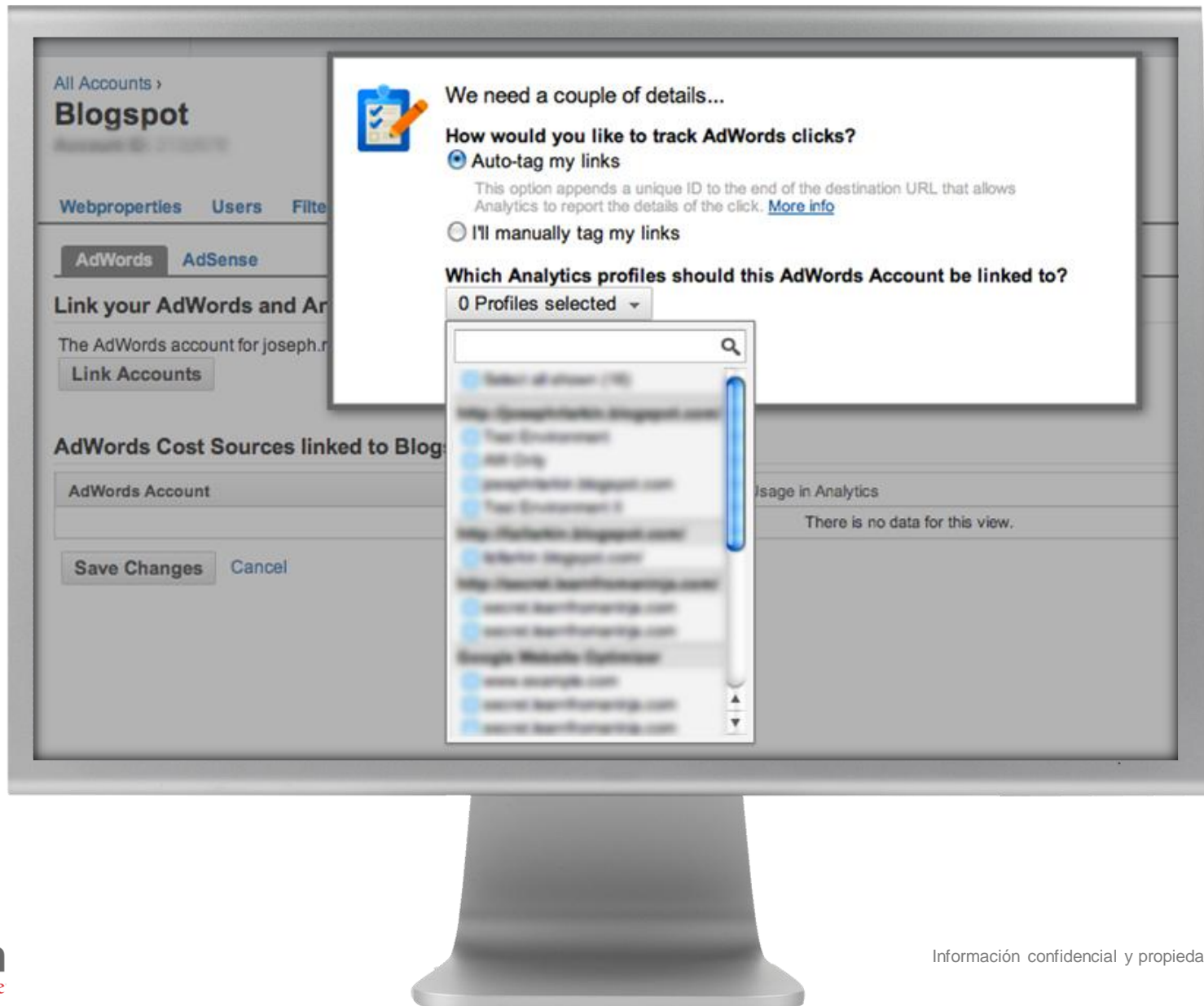
## Paso 2: inicio del proceso de enlace



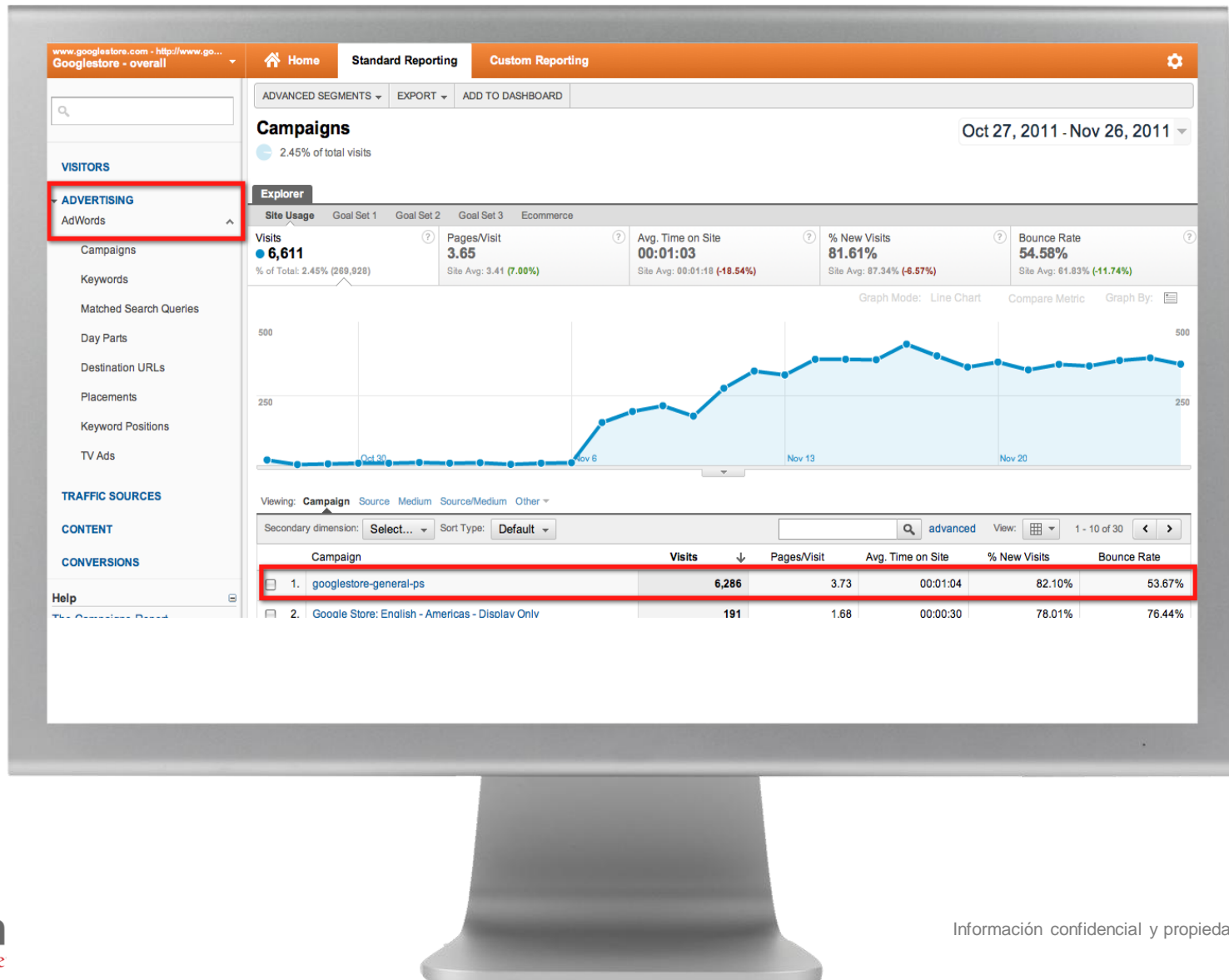
# Paso 3: enlace a Analytics



## Paso 4: selección del perfil y etiquetado



# Paso 5: visualización de los datos de AdWords en Analytics





1

¿Cómo se define y mide el "éxito"?

2

Configuración de Objetivos en Google Analytics

3

Configuración de Comercio electrónico en Google Analytics

4

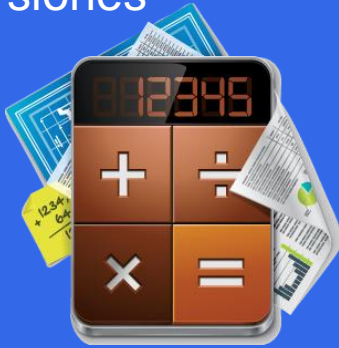
Enlace de las cuentas de AdWords y Google Analytics

5

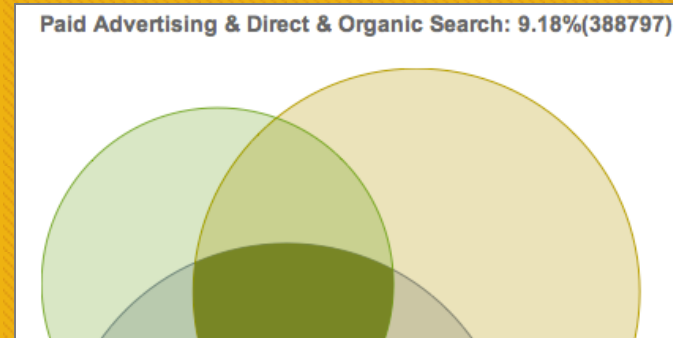
**Nuevas e interesantes oportunidades con la función Objetivos**

# Acciones interesantes que puede realizar con la función Objetivos

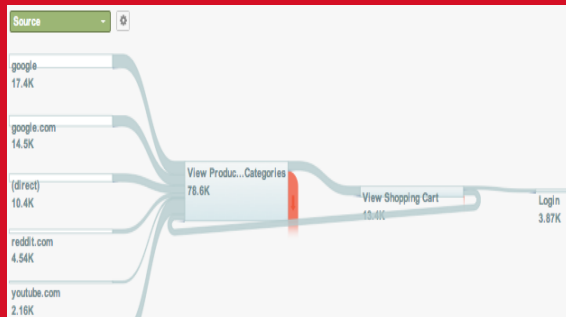
Calcular los porcentajes de conversiones



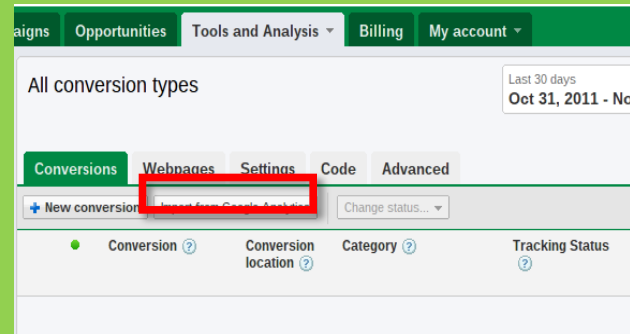
Embudos multicanal



Visualización del flujo de tráfico



Importación de objetivos en AdWords



# Calcular los porcentajes de conversiones

Palabra clave	Visitas	Porcentaje de conversión de objetivos	Valor del objetivo
Correa para perros	600	2%	100 USD
Collares de perro personalizados	200	8%	400 USD

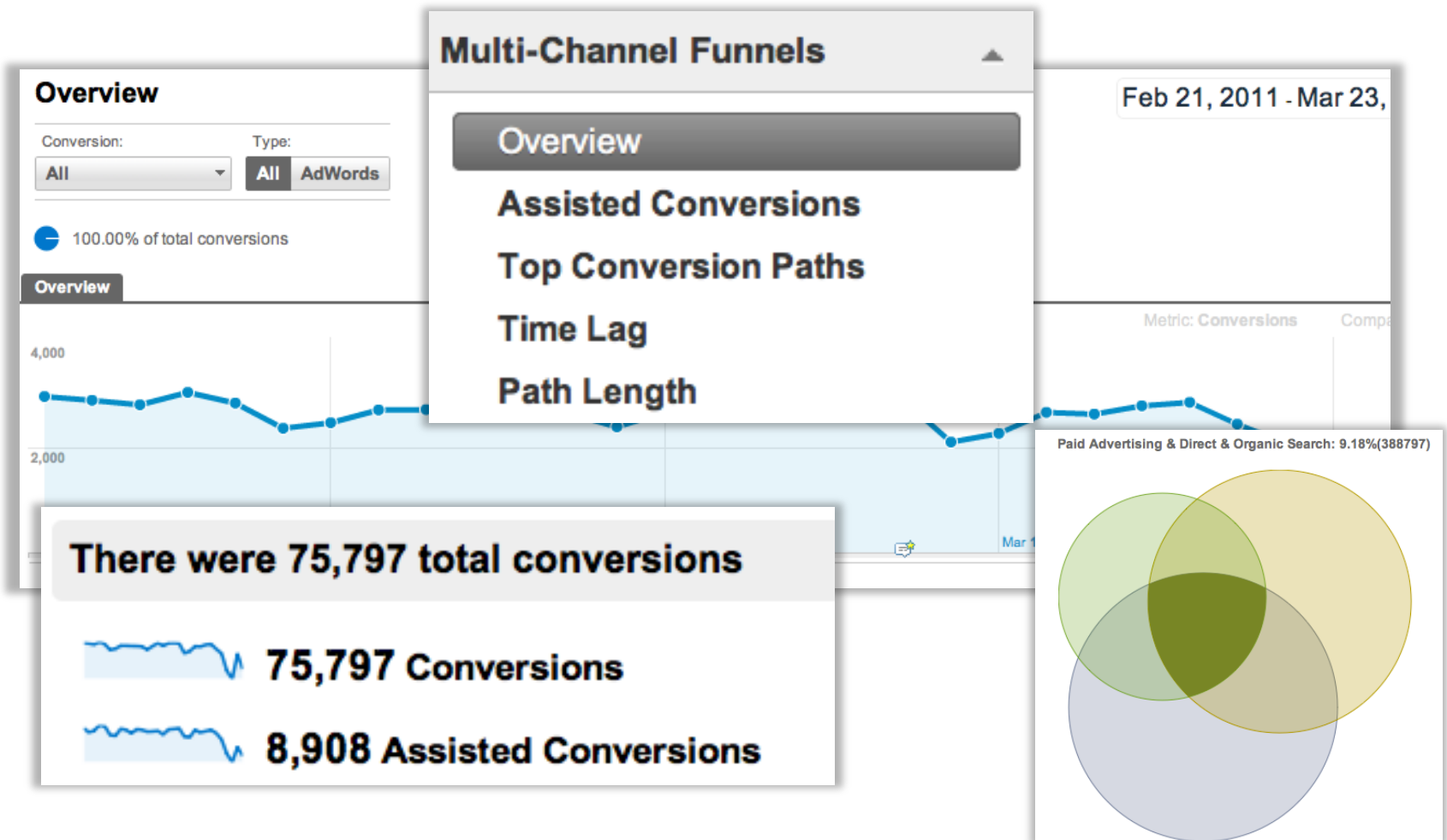
Esta palabra clave ha impulsado más visitas...

...pero esta ha sido más rentable.

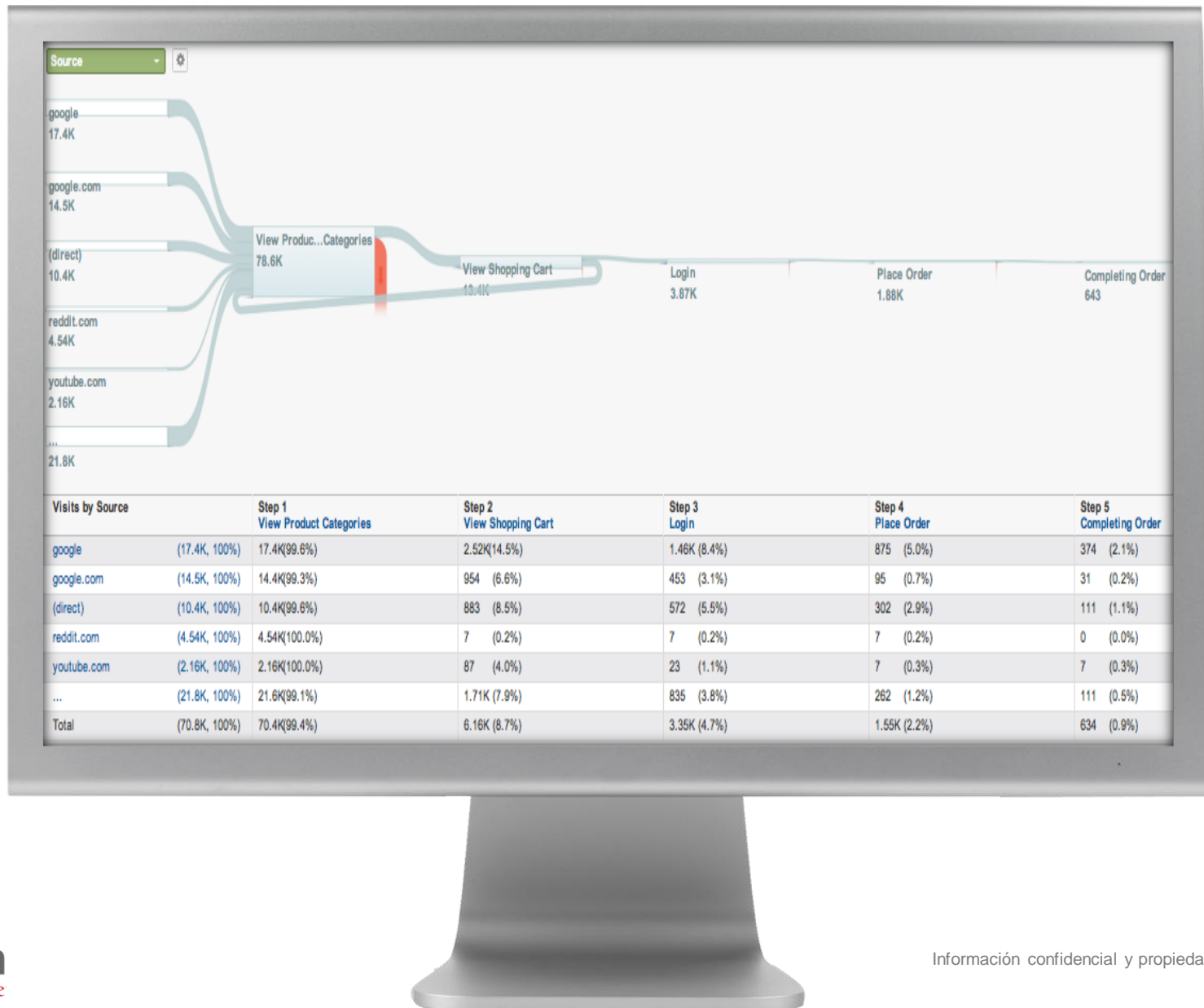


# Embudos multicanal

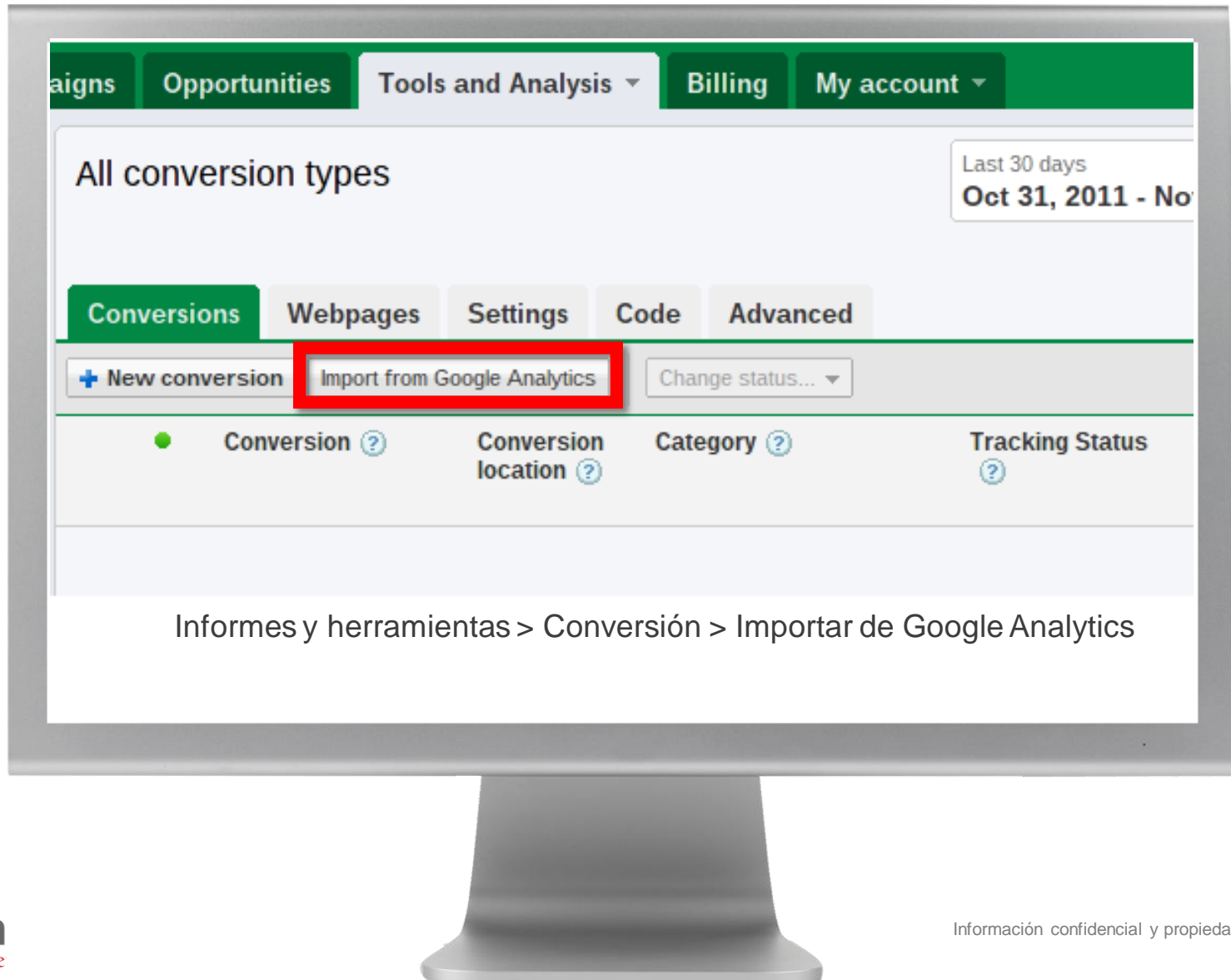
Conjunto de cinco informes que proporcionan estadísticas de varios canales de la ruta a la conversión.



# Visualización del flujo de tráfico



# Importación de objetivos de Analytics en AdWords



# ¿Necesita ayuda adicional?

## Recursos online gratuitos

Blog de Google Analytics  
[analytics.blogspot.com](http://analytics.blogspot.com)

Centro de asistencia de Google  
Analytics  
[www.google.com/support/analyticshelp](http://www.google.com/support/analyticshelp)

Google Analytics en YouTube  
[www.youtube.com/user/googleanalytics](http://www.youtube.com/user/googleanalytics)



# Recursos profesionales



Servicios de Google Analytics de primera clase

Más de 200 socios en 40 países

Todos los socios certificados están aprobados por Google



vaya a:  
[www.google.com/analytics/partners](http://www.google.com/analytics/partners)

## Google Analytics Premium

Herramientas de análisis avanzados

Potencia de procesamiento

Asistencia dedicada

Acuerdos de nivel de servicio



vaya a:  
[www.google.com/analytics/premium](http://www.google.com/analytics/premium)

# Próximo curso online

28 de marzo 12.00h

## Cómo incluir su empresa en Google+.

- Cómo crear una página de Google+ para su negocio.
- Recomendaciones y ejemplos sobre cómo utilizar Google+.
- Promoción de su página de Google+.
- Mejora el rendimiento de su marketing online con +1.

## [Registro](#)



Gracias

