



Google Analytics: análisis de páginas web

Una herramienta de alcance



> ¿QUÉ ES GOOGLE ANALYTICS?

Google Analytics es una de las herramientas de analítica web más conocidas; es completamente gratuita, y vio la luz tras la compra de Urchin Software Corp. por parte de Google, que aprovechó y mejoró el software de análisis de datos desarrollado por aquella compañía.

La función principal de Google Analytics es recopilar datos e información de las páginas de un sitio web mediante el uso de las cookies generadas por el navegador y de un código JavaScript que debe estar incluido en cada página. Gracias a estos dos elementos, la herramienta recoge toda la información generada por el usuario durante su estancia completa en su sitio y luego crea informes donde aparecen reflejados los datos en estadísticas y gráficos.

> FUNCIONES BÁSICAS

Google Analytics cuenta con tres funciones básicas: recogida de datos, procesamiento de información y generación de informes.

- Recogida de datos. Como comentábamos más arriba, Google Analytics utiliza un código JavaScript para recopilar datos de páginas web.
- Procesamiento de información. Tras recopilar los datos relativos a las interacciones de un usuario con el sitio web, la herramienta los procesa para transformarlos en datos útiles.
- Generación de informes. Por último, se generan unos informes muy detallados que pueden consultarse en el servicio web de Google Analytics.



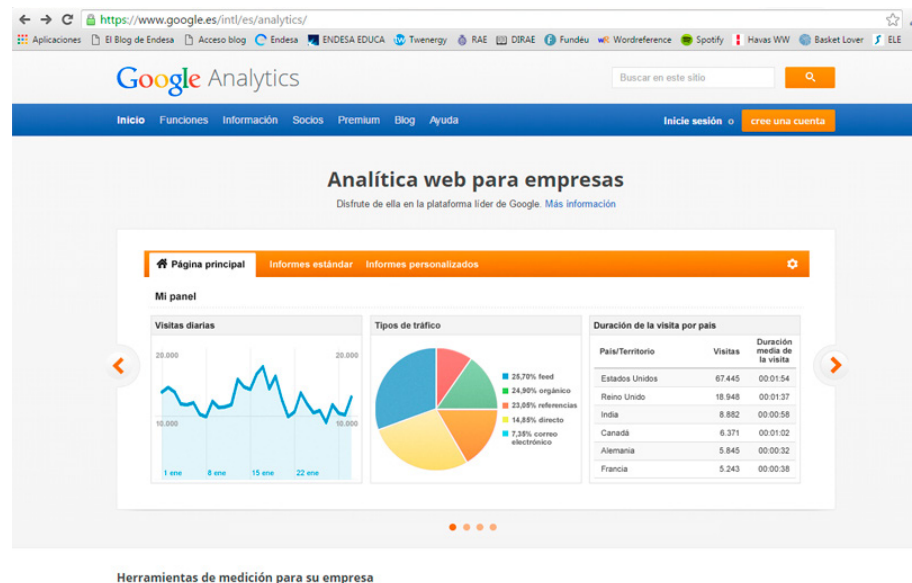
"Una de las ventajas de Google Analytics es la sencillez de su interfaz, al alcance de todo el mundo."



> CÓMO COMENZAR A USAR GOOGLE ANALYTICS

A continuación, te contamos los pasos necesarios para que empieces a usar Google Analytics:

1. Configurar la cuenta. Antes de empezar, es necesario que te registres en la página **web** de la herramienta con tu cuenta de Google. Si no dispones de una, es necesario obtenerla.



Herramientas de medición para su empresa

"Casi todos los datos generados por tu sitio web se almacenan en los servidores de Google; un tráfico elevado no supone nunca un problema."

"Los datos analizados por Google Analytics cuentan con una protección absoluta de su privacidad."

2. Insertar el código JavaScript. El siguiente paso es insertar el código JavaScript (llamado "código de seguimiento") de Google Analytics en el HTML de los sitios web que desees gestionar. El servicio puede tardar hasta un máximo de 24 horas en comenzar a procesar los datos.

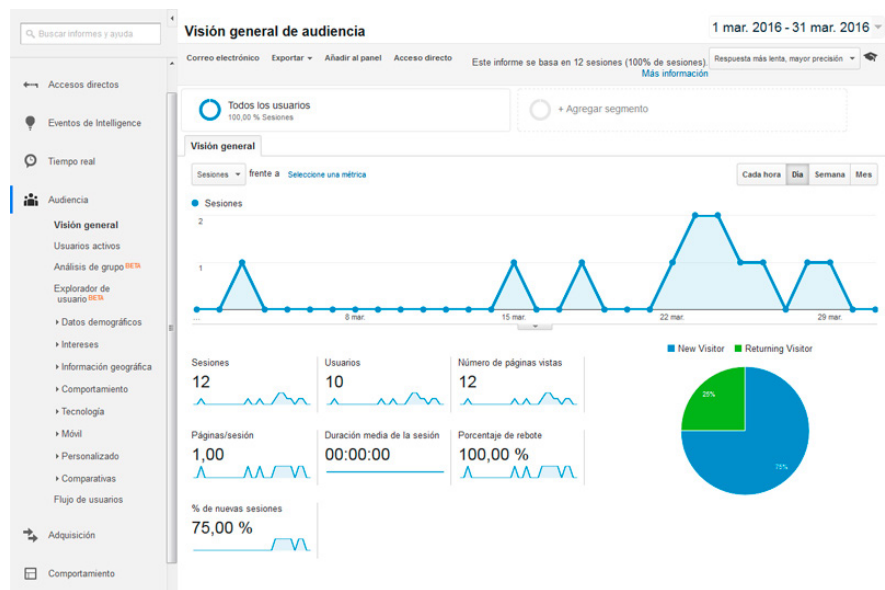
3. Consultar los informes. Para consultar los informes hay que acceder a la página principal de la herramienta. A la izquierda se encuentra la lista de sitios gestionados por tu cuenta de Google; tras seleccionar uno de ellos, hacemos clic en la pestaña "Informes" y nos aparecerá en pantalla la visión general de la audiencia, donde se ofrecen los datos generales de las visitas al sitio.



MEDIADORES EN RED

Tu nuevo punto de encuentro

Los informes están compuestos por dimensiones y métricas. Las dimensiones sirven para mostrar características de los usuarios, sus sesiones y su actividad. Las métricas son variables cuantitativas, es decir, miden la cantidad de algo, como de sesiones o de páginas visitadas por sesión. Entre las métricas más consultadas se encuentran el número de visitas, el de páginas vistas por sesión, los usuarios que tenemos o el porcentaje de rebote.



“La herramienta es completamente gratuita, lo que permite al usuario invertir el dinero ahorrado en análisis en marketing y publicidad para su web.”

En la columna de la izquierda podremos ir desglosando la información centrándonos en aspectos más concretos o específicos, como los datos demográficos o geográficos de los visitantes de nuestro sitio, desde qué navegadores acceden estos o los usuarios activos.

➤ GLOSARIO DE TÉRMINOS

Estos son algunos de los términos que debes conocer para estar familiarizado con Google Analytics:

- Fuentes de tráfico: es la fuente que ha producido la visita de una de las páginas web del sitio. Hay tres tipos: de búsqueda, de referencia y de tráfico directo.



MEDIADORESENRED

Tu nuevo punto de encuentro



- Landing page: esta "página de aterrizaje" es la página inicial con la que comienza la visita de un usuario.
- Páginas vistas: es el número de visualizaciones de una página de tu sitio realizadas por un usuario. Una página vista única engloba todas las páginas vistas por un mismo usuario durante una misma sesión.
- Porcentaje de rebote: se trata del porcentaje o la tasa de sesiones para una sola página, o dicho de otra forma, de las sesiones en las que el usuario ha abandonado el sitio web habiendo visualizado solo una página.
- ROI (retorno de la inversión): mide la relación entre el coste de los anuncios que publicitan tu sitio web y los beneficios obtenidos.
- Tasa de conversión: es el porcentaje de visitas que cumplen el objetivo de tu página web, que es lo que deseamos que hagan los usuarios al visitarla. Por ejemplo, realizar una encuesta o comprar uno de tus productos.
- Visitas: es el número de veces que alguien abre tu página web a lo largo de un periodo de tiempo determinado.