

Google Analytics

Código: GAN-001

Propuesta de Valor: GOOGLE

Duración: 20 Horas



Durante el curso se aprenderá todo lo necesario para crear, implementar, administrar y analizar cuentas de Google Analytics. Se adquirirán los conocimientos fundamentales para poder analizar correctamente el tráfico que llega a al sitio desde motores de búsqueda, redes sociales, sitios de referencia y todo tipo de campañas de marketing, para poder tomar decisiones basadas en datos concretos que ayudarán a optimizar la estrategia de marketing digital, y por consiguiente, obtener buenos resultados en los negocios.

AUDIENCIA

El curso de Google Analytics está destinado a:

- Líderes de Inteligencia Comercial, quienes se encargan de crear, gestionar y transmitir todos los conocimientos de la compañía y sus resultados para lograr innovación y crecimiento, de manera efectiva.
- Aquellos interesados en aprender a extraer, manipular y analizar información de manera eficaz que permitan conocer e interpretar datos para generar la correcta toma de decisiones y achicar el margen de error para lograr el éxito.

PRE REQUISITOS

Es recomendable contar con conocimientos en:

- Google Ads o haber realizado el curso Curso de Google Ads
- Posicionamiento Web SEO o haber realizado el curso de Curso de Posicionamiento Web, SEO
- Conocimientos básicos en Marketing Digital o haber realizado Introducción al Marketing Digital

OBJETIVOS

Al finalizar el curso el alumno será capaz de:

- Recolectar, explorar y analizar datos de distintas fuentes como internet, redes sociales, bases de datos, entre otras.
- Crear modelos conceptuales de negocios.

- Aplicar modelos predictivos de negocios que te ayudarán a la toma de decisiones estratégicas para el negocio.

CERTIFICACIÓN DISPONIBLE

- Certificación emitida por Cognos y preparación inicial hacia la certificación internacional: examen Google Analytics Individual Qualification (GAIQ)

CONTENIDO

1. ANALÍTICA DIGITAL

- 1.1. ¿QUÉ ES LA ANALÍTICA DIGITAL?
- 1.2. CONCEPTOS CLAVE
- 1.3. CREANDO EL PLAN DE MEDICIÓN
- 1.4. DEFINICIONES: CONOCIENDO LOS TÉRMINOS
- 1.5. EJEMPLOS DE RESULTADOS MEDIBLES
- 1.6. GLOSARIO BÁSICO DE GOOGLE ANALYTICS

2. CONFIGURANDO GOOGLE ANALYTICS

- 2.1. ESTRUCTURA DE UNA CUENTA
- 2.2. CREACIÓN Y CONFIGURACIÓN BÁSICA DE LA CUENTA
- 2.3. ¿QUÉ SON LAS CONVERSIONES? CONCEPTOS CLAVE
- 2.4. MACROS Y MICRO CONVERSIONES
- 2.5. FACTURACIÓN
- 2.6. CONFIGURACIÓN DE OBJETIVOS
- 2.7. TAG MANAGER OTRAS FORMAS DE IMPLEMENTAR GOOGLE ANALYTICS
- 2.8. RECONOCIMIENTO DE WEBS

3. USANDO LOS INFORMES

- 3.1. ¿CÓMO MANIPULAR LOS REPORTES?
- 3.2. ¿CÓMO USAR LOS REPORTES DE TIEMPO REAL?
- 3.3. ¿CÓMO USAR LOS REPORTES DE AUDIENCIA?
- 3.4. ¿CÓMO USAR LOS REPORTES DE ADQUISICIÓN?
- 3.5. ¿CÓMO USAR LOS REPORTES DE COMPORTAMIENTO?
- 3.6. ¿CÓMO USAR LOS REPORTES DE CONVERSIONES?
- 3.7. ¿CÓMO INTERPRETAR LOS INFORMES DE CONVERSIONES?

4. POTENCIANDO GOOGLE ANALYTICS

- 4.1. ¿CÓMO AGREGAR USUARIOS ?
- 4.2. ¿CÓMO CREAR ALERTAS PERSONALIZADAS?
- 4.3. ¿CÓMO CREAR FILTROS?
- 4.4. ¿CÓMO CREAR SEGMENTOS AVANZADOS?

5. CONSTRUYENDO UN INFORME

5.1. ¿CÓMO CREAR INFORMES PERSONALIZADOS?

5.2. ¿CÓMO TRABAJAR CON PANELES PERSONALIZADOS?

5.3. REALIZAR INFORMES A TRAVES DE DATA STUDIO

★ BENEFICIOS

- Al finalizar el curso, los estudiantes utilizarán herramientas de Analytics, que les permitirá tomar decisiones que te ayuden a mantenerte y crecer en el mercado, invertir tu tiempo y dinero en las campañas y redes sociales indicadas. Obtener ventajas competitivas con respecto a tus competidores.