

# Google Analytics y Estrategias de Métricas Digitales

Código: GAN-002

**Propuesta de Valor:** GOOGLE

**Duración:** 30 Horas



Este Curso está orientado a aquellos profesionales relacionados a el área de marketing que deseen actualizar sus conocimientos en los diferentes aspectos de la inversión en Marketing Digital.

## AUDIENCIA

- Invitamos a Emprendedores, ingenieros, periodistas, publicistas, y a todos quienes quieran invertir en publicidad digital y esperan evaluar sus acciones en el mundo del marketing digital.

## PRE REQUISITOS

- No hay requisitos previos.

## OBJETIVOS

- Los participantes conocerán, distinguirán y aplicarán, los conceptos fundamentales de Google Analytics de acuerdo a necesidades específicas, aplicando técnicas de Analítica Web con el objetivo de realizar óptimas recomendaciones para la toma de decisiones de Marketing, estrategias de negocios y de comunicación en el entorno comunicacional de sitios web, aplicaciones y sitios mobile.

## CERTIFICACIÓN DISPONIBLE

- Certificado emitido por COGNOS.



## CONTENIDO

### 1. CONFIGURAR GOOGLE ANALYTICS DE ACUERDO A NECESIDADES ESPECÍFICAS

- 1.1. CONFIGURACIÓN BÁSICA DE UNA CUENTA DE GOOGLE ANALYTICS.
- 1.2. CONFIGURACIÓN AVANZADA DE CUENTA.
- 1.3. VISTAS O PERFILES.
- 1.4. FILTROS.
- 1.5. SEGMENTOS.
- 1.6. ALERTAS.
- 1.7. PANELES.

### 2. APRENDER A ANALIZAR E INTERPRETAR CORRECTAMENTE LAS MÉTRICAS DIGITALES

- 2.1. REPORTE DE AUDIENCIAS: PERFILANDO A NUESTRAS VISITAS.
- 2.2. VISTA GENERAL.
- 2.3. REPORTES DEMOGRÁFICOS Y DE INTERESES.
- 2.4. REPORTE DE COMPORTAMIENTO.
- 2.5. REPORTE DE ADQUISICIÓN: TRÁFICO Y CANALES.
- 2.6. FUENTES DE TRÁFICO Y AGRUPACIÓN DE CANALES.
- 2.7. ANÁLISIS DE CANALES.
- 2.8. REPORTE DE CAMPAÑAS Y ETIQUETADO CON URL BUILDER.
- 2.9. GOOGLE ADWORDS Y ENLACES DE CUENTA.
- 2.10. REPORTE SEO Y WEBMASTER TOOLS.

### 3. ANÁLISIS DE MÉTRICAS DE CONTENIDOS Y CONVERSIONES EN MARKETING DIGITAL

- 3.1. COMPORTAMIENTO Y CONTENIDO.
- 3.2. ANÁLISIS DE CONTENIDO.
- 3.3. AGRUPACIONES DE CONTENIDO.
- 3.4. BÚSQUEDA EN EL SITIO.
- 3.5. REPORTE DE CONVERSIONES.
- 3.6. EMBUDOS EN GOOGLE ANALYTICS: CONOCIENDO LOS PASOS PREVIOS A LA CONVERSIÓN.

### 4. TÉCNICAS DE ANALÍTICA WEB CON EL FIN DE REALIZAR ÓPTIMAS RECOMENDACIONES PARA LA TOMA DE DECISIONES ESTRATÉGICAS

- 4.1. ¿CÓMO ESTABLECER KPI PARA LA TOMA DE DECISIÓN?
- 4.2. GOOGLE DATA STUDIO Y VISUALIZACIÓN DE DATOS.
- 4.3. ACCIONANDO DATOS CON GOOGLE ANALYTICS.
- 4.4. FRAMEWORK DE ANÁLISIS DE ANALÍTICA WEB.
- 4.5. ¿PARA QUÉ SIRVE EL API DE GA?
- 4.6. CONSTRUYENDO DASHBOARD DE ANÁLISIS Y REPORTES PERSONALIZADOS DE VALOR.
- 4.7. VISIÓN UNIFICADA DE LOS DATOS.
- 4.8. DATA DRIVEN ATTRIBUTION MODELING.
- 4.9. VISIÓN CROSS DEVICE.
- 4.10. REMARKETING EN GOOGLE ANALYTICS.
- 4.11. GOOGLE TAG MANAGER.

## ★ BENEFICIOS

- Al finalizar el curso, los participantes aprenderán distinguirán y aplicarán, los conceptos fundamentales de Google Analytics de acuerdo a necesidades específicas.