

FICHA TÉCNICA DEL CURSO

Nombre del curso: Análítica Digital enfocada en Conversión

Duración: 60h

Modalidad: Online

Objetivo

Con este contenido de curso profesional el alumno aprenderá que es un plan de Análítica Digital, abarcando las métricas habituales, así como la herramienta Google Analytics y su funcionalidad en informes de adquisición y conversiones.

Contenido

Unidad 1 - Métricas vs KPIs.

1. ¿Qué es una métrica y qué es un KPI? Diferencias.
2. Métricas más comunes de la Análítica Digital.
3. Métricas vs dimensiones. Algunas definiciones más.
4. KPIs recomendables según el tipo de site.
 - 4.1. KPIs según el objetivo del producto digital.
 - 4.2. KPIs según el tamaño de la empresa o plataforma digital.
 - 4.3. KPIs según la persona a la que van dirigidos.
 - 4.4. Los KPIs y sus amigas.

Unidad 2 - El plan de Análítica Digital

1. ¿Qué papel juega la Análítica Digital dentro del canal online de una empresa?
2. Las herramientas del analista digital.
 - 2.1. Proceso y metodología para empezar un proyecto de Análítica Digital.
 - 2.2. La finalidad del proyecto de Análítica Digital. .

Unidad 3 - Google Analytics: informe de Adquisición.

1. Contenido del informe e importancia.
2. Visión general.
3. Todo el tráfico.
 - 3.1. Canales.
 - 3.2. Gráfico de rectángulos.
 - 3.3. Fuente/medio.
 - 3.4. URLs de referencia.
4. Google Ads.
 - 4.1. Campañas.
 - 4.2. Gráficos de rectángulos.
 - 4.3. Enlaces de sitio.
 - 4.4. Ajuste de puja.
 - 4.5. Palabras clave.
 - 4.6. Consultas de búsqueda.
 - 4.7. Hora del día.

- 4.8. URL finales.
- 4.9. Segmentación de la Red de Display.
- 4.10. Campañas de vídeo.
- 4.11. Campañas de Shopping.
- 5. Search Console.
 - 5.1. Páginas de destino.
 - 5.2. Países.
 - 5.3. Dispositivos.
 - 5.4. Consultas.
- 6. Medios sociales.
 - 6.1. Visión general.
 - 6.2. Referencias de la red.
 - 6.3. Páginas de destino.
 - 6.4. Conversiones.
 - 6.5. Complementos.
 - 6.6. Flujo de usuarios.
- 7. Campañas.
 - 7.1. Todas las campañas.
 - 7.2. Palabras clave de pago.
 - 7.3. Palabras clave orgánicas.
 - 7.4. Análisis de costes.

Unidad 4 - Google Analytics: informe de Comportamiento.

- 1. Definición e importancia.
 - 1.1. Visión general.
- 2. Flujo del comportamiento.
- 3. Contenido del sitio.
 - 3.1. Todas las páginas.
 - 3.2. Resumen de navegación.
 - 3.3. Agrupaciones de contenidos.
 - 3.4. Desglose de contenido.
 - 3.5. Páginas de destino.
 - 3.6. Rutas de entrada.
 - 3.7. Páginas de salida.
- 4. Velocidad del sitio.
 - 4.1. Visión general.
 - 4.2. Tiempos de página.
 - 4.3. Sugerencias de velocidad.
 - 4.4. Tiempos de usuarios.
- 5. Búsqueda en el sitio
 - 5.1. Visión general.
 - 5.2. Uso.
 - 5.3. Términos de búsqueda.
 - 5.4. Páginas de búsqueda.
- 6. Eventos.
 - 6.1. Visión general.

- 6.2. Eventos principales.
- 6.3. Páginas.
- 6.4. Flujos de eventos.
- 7. Editor.
- 8. Experimentos.