

PROGRAMA FORMATIVO

Google Analytics y Google Metatags. IFCD88 - versión online

Modalidad: ON LINE

Duración: 30 horas.

Objetivos:

- Comprender la información que reporta *Google Analytics*, saber utilizarla y conocer mejor el funcionamiento de un negocio *online*.
- Comprender el funcionamiento de las herramientas analíticas de *Google* y aprender a sacar partido a la información, así como organizarla para obtener resultados en base a la misma.
- Conocer el funcionamiento y los elementos necesarios para que la herramienta analítica de *Google* pueda recopilar los datos.
- Conocer la información que facilitan los informes de *Google Analytics*.
- Conocer la importancia de los embudos de conversión para evaluar la consecución de los objetivos.
- Conocer los eventos en *Google Analytics*.
- Introducir al participante en el uso de *Google Tag Manager*.

Contenidos:

Introducción a *Google Analytics*, códigos de seguimiento y configuración de la cuenta

- Introducción a *Google Analytics*.
- ¿Qué es *Google Analytics*?
- Crear y configurar una cuenta de *Google Analytics*.
- Iniciar sesión en *Google Analytics*.
- Configuración de *Google Analytics*.
- Cuentas, propiedades y vistas.
- Incorporar código de seguimiento.
- Verificar que *Google Analytics* recibe datos.
- Gestión de usuarios.
- Cambiar la configuración de la cuenta de *Google Analytics*.

Prácticas elaborando diferentes tipos de informes

- Los informes en la analítica web.
- Los informes en *Universal Analytics*:
 - Informes en tiempo real.
 - Informes de audiencia.
 - Informes de adquisición.
 - Informes de comportamiento.
 - Informes de conversiones.
 - Informes personalizados.
- Los informes en *Google Analytics 4 (GA4)*:
 - Los cambios en *Google Analytics 4 (GA4)*.
 - Nuevos informes.

- Navegación por la interfaz.
- Vista general de informes de *Google Analytics 4*.
- Vista general en tiempo real de *Google Analytics 4*.
- Informes de ciclo de vida de *Google Analytics 4*:
 - Informes de adquisición.
 - Informes de interacción.
 - Informes de monetización.
 - Informes de retención.
- Informes de usuarios de *Google Analytics 4*:
 - Informes de grupos demográficos.
 - Informes de tecnología.

Embudos de conversión de objetivos

- Qué son los embudos de conversión.
- Beneficios de los embudos de conversión.
- Fases de un embudo de conversión:
 - Etapas de atracción.
 - Etapas de captación.
 - Etapas de consideración o cultivo.
 - Etapas de conversión o venta.
 - Etapas de fidelización.
 - Monitorización.
- Elementos a tener en cuenta al crear un embudo de conversión.
- Los embudos de conversión en *Google Analytics*:
 - Los embudos de conversión en *Universal Analytics*.
 - Informes del embudo de conversión en *Universal Analytics*.
 - Los embudos de conversión en *Google Analytics GA4*.
 - Informe del embudo de ventas en *Google Analytics 4 GA4*.

Introducción a los eventos y Google Tag Manager

- Eventos en *Google Analytics*:
 - Qué son los eventos.
 - Para qué sirven los eventos.
 - Tipos de eventos en *Google Analytics*.
- Creación de eventos en *Google Analytics*:
 - Creación de eventos en *Universal Analytics*.
 - Creación de eventos en *Google Analytics 4 (GA4)*.
- Visualización de los datos correspondientes a los eventos:
 - Visualización de los informes de eventos en *Universal Analytics*.
 - Visualización de los informes de eventos en *Google Analytics 4*.
- Google Tag Manager (GTM)*:
 - ¿Qué es *Google Tag Manager*?
 - ¿En qué consiste *Tag Manager*?
 - Ventajas de usar *Google Tag Manager (GTM)*.
 - Términos de *Google Tag Manager (GTM)*.
 - Creación de cuenta en *Google Tag Manager (GTM)*.
 - Estructura de *Google Tag Manager*.
 - Implementación del código *Google Analytics 4* en una página usando *Tag Manager*.