

Analítica Web para emprendedores

viernes, 15 de septiembre de 2017

Ya has creado tu web con SitioSimple, inclusive es posible que sea el primer sitio que has implementado, y te encuentres realmente orgulloso de ello. Corroboraste por tu propia cuenta que puedes crear tu presencia digital sin necesidad de contratar a programadores o diseñadores expertos. Ahora… ¡Ha llegado el momento de medir el comportamiento de tus visitas!

Ivana Nazareno*

En SitioSimple, hoy te brindamos una guía explicativa de los indicadores principales que debes medir, la significancia de cada uno de ellos, y cómo realizarlo.

1. ¿Qué es Analítica Web?

La analítica web se trata de comprender el tráfico que está teniendo tu página web, para poder evaluar los resultados de las acciones de marketing que estás realizando, y definir qué puedes mejorar. De nada sirve conocer métricas como rebote, visitantes únicos o páginas vistas (al final de esta nota te comparto un glosario de los términos más comunes), si no puedes entender lo que está sucediendo. Recuerda que tener más estadísticas y más métricas, no te hará tomar mejores decisiones. Debes en cambio disponer la información precisa en el momento acorde.

2. Configura Google Analytics en tu web

La herramienta de medición más utilizada es Google Analytics, y es totalmente gratuita. Para que pueda conocer los datos de tus visitantes, debes permitirle con anterioridad que registre la información. En este artículo te explicamos cómo lograrlo en tu SitioSimple. Si te ha quedado alguna, ¡preguntanos!, y con gusto te ayudaremos.

3. Verifica si lo has hecho correctamente

Una de las preguntas comunes luego de crear una cuenta en Analytics, es si se ha configurado correctamente la información. Si tienes dudas al respecto, ¡te compartimos un procedimiento muy sencillo para verificarlo!

Accede con tu navegador a tu web.

Luego en Google Analytics, Ingresa a Tiempo Real->Descripción General.

Observa que tiene que haber al menos un usuario activo – ¡que eres tú!. Si no es así, algo no ha sido bien configurado.

4. Conoce los conceptos principales de Google Analytics

En Analytics, el menú que debes utilizar se encuentra a la izquierda. Como los nombres pueden no ser del todo claros en tu primer acceso, te contamos la información más relevante que puedes conseguir en cada una de las opciones. Todas ellas tienen la vista "Visión General", con un resumen de lo fundamental que debes conocer.

a) Audiencia – Quiénes te visitan

Aquí conocerás al conjunto de visitantes de tu sitio. Cuántos te han visitado, durante qué tiempo, el % de rebote, % de visitantes nuevos y recurrentes, su ubicación geográfica, o inclusive desde qué dispositivos están accediendo. Esta información es vital para comprender a tu público.

Visión General de Audiencia

b) Adquisición – Cómo ingresan a tu web

En este submenú, hallarás todas las respuestas acerca de cómo han accedido los visitantes a tu web. Es decir, cuántos a través de tráfico orgánico (Google, Bing), cuántos a través de redes sociales, o bien en forma directa. Sabrás adicionalmente la cantidad atraída a través de otros sitios que han puesto links a tu web

Si has hecho campañas de email marketing, de Google Adwords, o de Facebook Ads, también obtendrás una visión de sus resultados

En resumen, sabrás como están llegando a tu página, para que puedas ver en qué factores debes optimizar o mejorar

Visión General de Adquisición

c) Comportamiento – Qué páginas están visitando

En estas vistas, verás todo lo concerniente a cómo interactúan tus visitantes en las páginas de tu web.

Es decir, pasamos de una perspectiva general, a un detalle respecto a que están viendo de tu web. Podrás conocer por cada página de tus visitas, cuáles son las preferidas de los usuarios, y cuáles tienen menos aceptación, brindándote información para mejorar su contenido y que sea más atractivo. ¡Fíjate como ya estás avanzando desde lo más general a lo más particular!

Visión General de Comportamiento

d) ¿Qué más podrás encontrar en Google Analytics?

Tienes además la funcionalidad denominada “tiempo real”, que te explicamos al inicio de este artículo, y “conversiones”, un módulo avanzado donde podrás observar el grado de cumplimiento de objetivos que hayas definido con respecto a tus visitas.

Por último, tienes paneles (Tableros de control), realmente muy útiles, para generar visiones particulares, de forma tal que en segundos puedas responder tus preguntas fundamentales acerca de analítica de tu web. Si te interesa profundizar en el tema te invitamos a leer este artículo de Dashboards de Google Analytics que publicamos en EnvialoSimple

5. Glosario de Analítica web para principiantes

Por último, te comparto definiciones de términos que es importante que comiences a manejar

% Rebote: es el porcentaje de sesiones de una sola página, es decir, sesiones en las que el usuario han abandonado tu sitio en la primera página que visitaron. ¡Su análisis no es trivial! Puede ser que se fueron porque no encontraban lo que querían, o justamente al revés, que lo hallaron y dejaron la web satisfechos.

Duración Media de la sesión: Es el promedio de tiempo que permanecen los visitantes de tu web.

Páginas de Destino: Es un listado que encontrarás en Comportamiento, que te muestra todas las páginas por las que han accedido a tu web, es decir cuál fue la primer página visitada.

% de Salidas: Indica, para todas las veces que se ha visto una página, en qué porcentaje ha sido la última de la sesión. En otras palabras, que % de visitantes han dejado tu web desde allí.

* Ivana Nazareno es periodista especializada en marketing digital e inteligencia emocional. Nacida en la ciudad de Rosario, es responsable del contenido de marca de EnvialoSimple y de SitioSimple de Donweb, y columnista en la revista de tecnología Dattamagazine. Ivi es amante del cine y en especial de Star Wars. Le apasionan la música, las traspasos de videojuegos, la radio, el cine y casi todas las Series de TV !