

Analítica web

para optimizar tu sitio web

5/6

3. Avanzado II



Conversiones

Creando objetivos

[Guía para crear objetivos en Google Analytics](#)

The screenshot shows the Google Analytics 'Objetivos' (Goals) management interface. The sidebar on the left contains navigation options such as 'Vista + Crear vista', 'Sin SPAM', 'Configuración de la vista', 'Gestión de usuarios de vistas', 'Objetivos' (highlighted), 'Agrupación de contenido', 'Filtros', 'Configuración del canal', 'Configuración del comercio electrónico', 'Métricas calculadas BETA', and 'HERRAMIENTAS Y ELEMENTOS PERSONALES'. The main content area features a '+ NUEVO OBJETIVO' button, an 'Importar desde la galería' link, and a search bar. Below these is a table listing existing goals:

<input type="checkbox"/>	Objetivo	ID	Tipo de objetivo:	Conversiones durante los 7 últimos días	Registro
<input type="checkbox"/>	Formulario	ID de objetivo 1/Configuración de objetivo 1	Evento	0	<input type="button" value="NO"/>
<input type="checkbox"/>	Lead	ID de objetivo 3/Configuración de objetivo 1	Destino	0	<input type="button" value="ACTIVAD"/>
<input type="checkbox"/>	Registro Blog	ID de objetivo 2/Configuración de objetivo 1	Destino	4	<input type="button" value="ACTIVAD"/>

Below the table, there is a link for '17 objetivos más'.

Conversiones

Creando objetivos

The screenshot shows a web application interface with a top navigation bar containing a search icon, the text 'ADMINISTRAR', and 'USUARIO'. A left sidebar contains a home icon, a menu icon, a clock icon, a user icon, a share icon, a calendar icon, and a tool icon. The main content area is titled 'Vista' and includes a '+ Crear vista' button. Below this, there is a 'Sin SPAM' section and a list of menu items: 'Configuración de la vista', 'Gestión de usuarios de vistas', 'Objetivos' (highlighted in red), 'Agrupación de contenido', 'Filtros', 'Configuración del canal', 'Configuración del comercio electrónico', and 'Métricas calculadas BETA'. Below these are sections for 'HERRAMIENTAS Y ELEMENTOS' and 'PERSONALES', with 'Segmentos' listed under the latter. On the right side, a panel shows three goal configuration steps, each with a green checkmark and an 'Editar' link: 'Configuración del objetivo' (Personalizado), 'Descripción del objetivo' (Nombre: *Registro Blog*, Tipo de objetivo: *Destino*), and 'Información del objetivo'. A blue 'Listo' button is positioned below these steps.

Conversiones Comercio electrónico

The screenshot shows the 'ADMINISTRAR' (Administer) section of the iati academy interface. The main navigation menu on the left includes options like 'Vista', 'Objetivos', 'Filtros', 'Configuración del comercio electrónico', 'Métricas calculadas BETA', 'HERRAMIENTAS Y ELEMENTOS PERSONALES', 'Segmentos', 'Anotaciones', and 'Configuración de embudos'. The 'Configuración del comercio electrónico' option is highlighted in red.

The main content area is titled 'Configuración del comercio electrónico' and contains the following sections:

- Habilitar el comercio electrónico:** A toggle switch labeled 'ACTIVA' is currently turned on. Below it, a text instruction reads: 'Utilice la guía de referencia del programador de comercio electrónico para configurar correctamente el código de seguimiento de su sitio.'
- Habilitar los informes del comercio electrónico mejorado:** A toggle switch labeled 'ACTIVA' is currently turned on.
- Checkout Labeling** (opcional): A text input field is present. Below it, a text instruction reads: 'Cree etiquetas para los pasos del embudo de pago que ha identificado en el código de seguimiento de comercio electrónico. Utilice nombres sencillos y con significado, ya que aparecerán en los informes.'
- PASOS DEL EMBUDO DE CONVERSIÓN:** A list of three conversion funnel steps:
 1. Billing and Shipping
 2. Payment
 3. Review

Conversiones

Integración comercio electrónico

Enhanced Ecommerce Google Analytics ☆☆☆☆☆

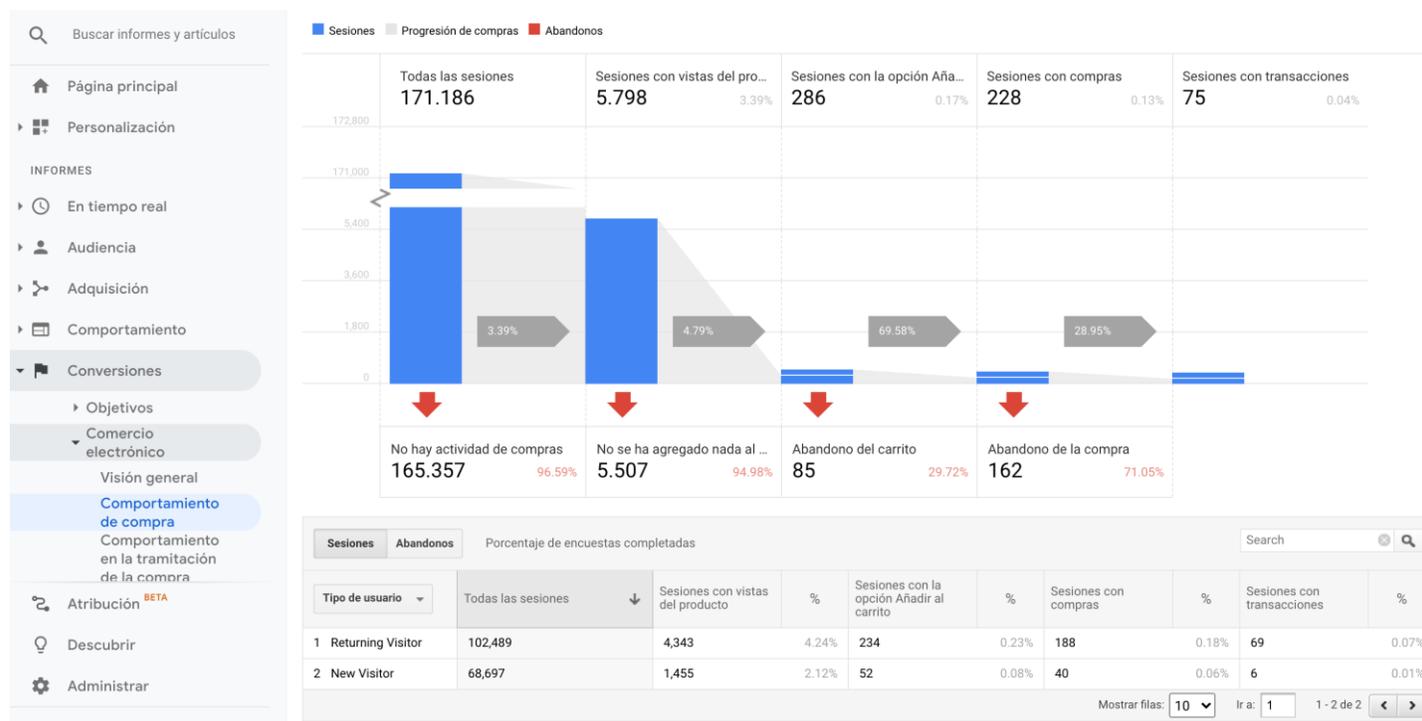
Google Analytics ID	<input type="text" value="UA-132183497-1"/> ?
Tracking Code	<input checked="" type="checkbox"/> Add Global Site Tracking Code 'gtag.js' ? <input checked="" type="checkbox"/> Add Enhanced Ecommerce Tracking Code ? <input checked="" type="checkbox"/> Add Code to Track the Login Step of Guest Users (Optional) ?
Impression Thresold	<input type="text" value="6"/> ? <i>Note : To avoid processing load on server we recommend upto 6 Impression Thresold.</i>
I.P. Anonymization	<input checked="" type="checkbox"/> Enable I.P. Anonymization ?
Google Analytics Opt Out	<input type="checkbox"/> Enable Google Analytics Opt Out (Optional) ?
Privacy Policy	<input checked="" type="checkbox"/> Accept Privacy Policy of Plugin <i>By using Tatvic Plugin, you agree to Tatvic plugin's Privacy Policy</i>

Tatvic EE Plugin

Conversiones

Comportamiento de compra

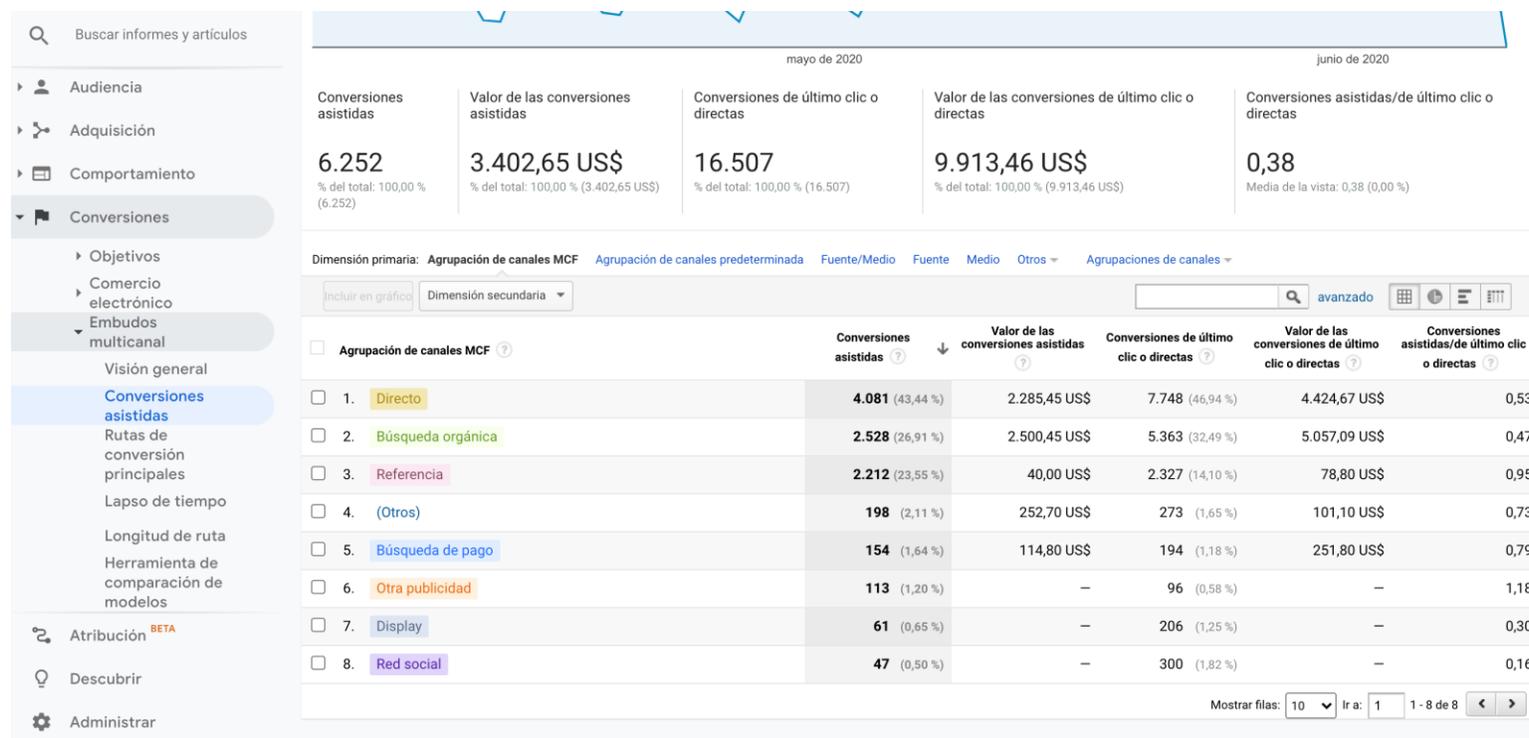
Es interesante controlar los pasos del proceso de compra.
Para mejorar tu proceso de compra con recuperadores de carritos de compra abandonados.



Conversiones

Conversiones asistidas

Nos ayuda a conocer el peso de cada canal en la conversión.



Conversiones

Rutas de conversión principales

Buscar informes y artículos

- Audiencia
- Adquisición
- Comportamiento
- Conversiones
 - Objetivos
 - Comercio electrónico
 - Embudos multicanal
 - Visión general
 - Conversiones asistidas
 - Rutas de conversión principales
 - Lapso de tiempo
 - Longitud de ruta
 - Herramienta de comparación de modelos
- Atribución BETA
- Descubrir
- Administrar

Conversiones
6.252
% del total: 37,87 % (16.507)

Dimensión primaria: **Agrupación de canales MCF** Ruta de agrupación de canal predeterminado Fuente/medio Fuente Medio Otros Agrupaciones de canales

Dimensión secundaria

Agrupación de canales MCF

	Conversiones	Valor de conversión
1. Búsqueda orgánica → Directo	808 (12,92 %)	967,20 US\$
2. Referencia → Directo	644 (10,30 %)	—
3. Directo × 2	635 (10,16 %)	430,95 US\$
4. Búsqueda orgánica → Directo × 2	333 (5,33 %)	437,90 US\$
5. Referencia → Directo × 2	306 (4,89 %)	—
6. Directo × 3	271 (4,33 %)	60,00 US\$
7. Búsqueda orgánica → Directo × 3	165 (2,64 %)	269,00 US\$
8. Directo → Búsqueda orgánica	162 (2,59 %)	277,50 US\$
9. Referencia → Directo × 3	156 (2,50 %)	—
10. Referencia × 2	104 (1,66 %)	—

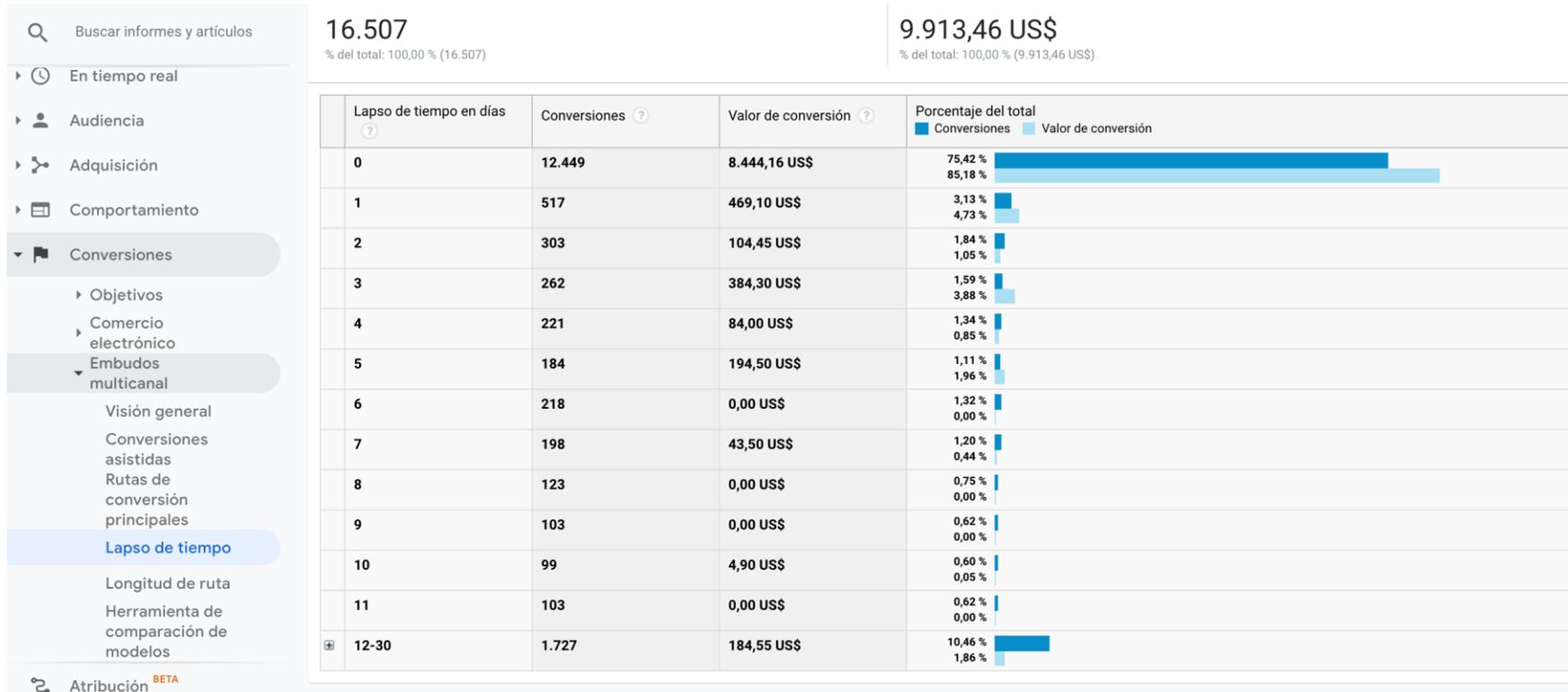
Valor de conversión
3.402,65 US\$
% del total: 34,32 % (9.913,46 US\$)

Mostrar filas: 10 Ir a: 1 1 - 10 de 744

Conversiones

Lapso de tiempo

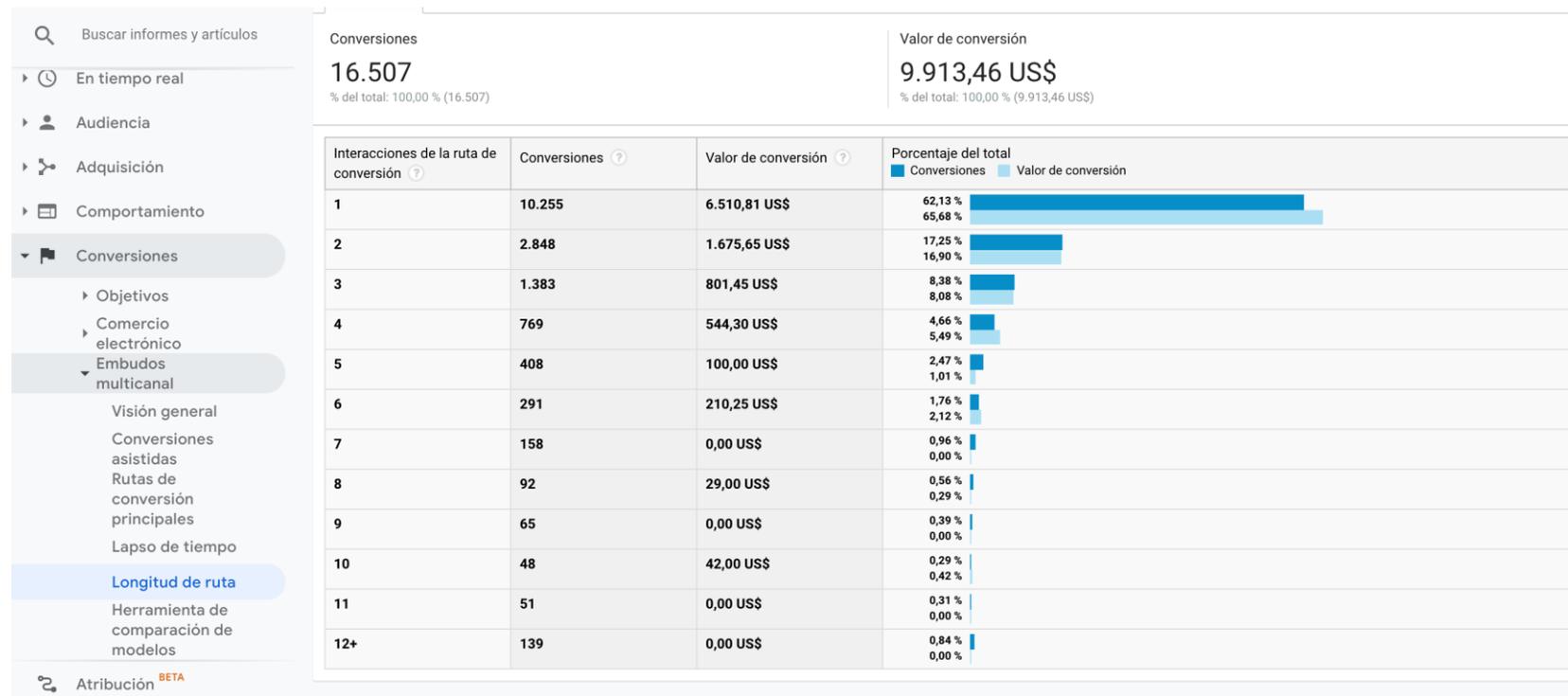
Para conocer cuánto tiempo pasa desde que inicia sesión por primera vez hasta que se produce la conversión.



Conversiones

Longitud de ruta

Cuántas interacciones tiene con nuestro sitio web antes de producirse la conversión.



Conversiones Segmentos

ADMINISTRAR USUARIO

Vista [+ Crear vista](#)

1 Master View

- Configuración de la vista
- Objetivos
- Filtros
- Configuración del comercio electrónico
- Métricas calculadas BETA

HERRAMIENTAS Y ELEMENTOS PERSONALES

- Segmentos
- Anotaciones
- Configuración de embudos multicanal

Nombre del segmento [Guardar](#) [Cancelar](#) El segmento

Datos demográficos

Tecnología

Comportamiento

Fecha de la primera sesión

Fuentes de tráfico

Comercio electrónico mejor...

Opciones avanzadas

Condiciones

Secuencias

Datos demográficos

Permite segmentar a los usuarios por datos demográficos.

Edad 18-24 25-34 35-44 45-54 55-64 65+

Sexo Female Male Unknown

Idioma

Categoría de afinidad (cobertura)

Segmento de mercado

Otra categoría

Ubicación

ADMINISTRAR USUARIO

Vista [+ Crear vista](#)

1 Master View

- Configuración de la vista
- Objetivos
- Filtros
- Configuración del comercio electrónico

[+ NUEVO SEGMENTO](#) | [Importar desde la galería](#)

Nombre	Acciones
Mujeres 25-44	Acciones
Hombres 25-44	Acciones
Android título	Acciones

Conversiones Audiencias

ADMINISTRAR
USUARIO

Propiedad [+ Crear propiedad](#)

Bring Connections

- Configuración de la propiedad
- Gestión de usuarios de propiedades
- Información de seguimiento
- Solicitudes de eliminación de datos

VINCULACIÓN CON OTROS PRODUCTOS

- Vinculación con Google Ads
- Enlace de AdSense
- Enlace de Ad Exchange
- Enlaces de Optimize y Tag Manager
- Todos los productos

Audiencias

Cree audiencias para interactuar con sus usuarios a través de las integraciones de audiencia de Google, como las listas de remarketing para anuncios de búsqueda y el remarketing en la Red de Display de Google, o con los usuarios que vuelven a su sitio web con Google Optimize 360. [Más información](#)

[+ NUEVA AUDIENCIA](#)
[Importar desde la galería](#)

Estado

Todas
Abrir

	Nombre	Descripción	Fecha de creación	Última modificación	Afiliación	Tipo
<input type="checkbox"/>	Ecommerce - No lead	Página: contiene "/seo-cro-y-analitica-web-para-ecommerce/" Lead (Consecuciones del objetivo 3) = 0	16 mar. 2020	16 mar. 2020	Abrir	Google Ads Analytics
<input type="checkbox"/>	Registro blog	Registro Blog (Consecuciones del objetivo 2) > 0	6 nov. 2019	6 nov. 2019	Abrir	Google Ads Analytics
<input type="checkbox"/>	Todos los usuarios	Todos los usuarios	1 nov. 2019	6 nov. 2019	Abrir	Analytics Google Ads
<input type="checkbox"/>	Usuarios - 50% scroll- no registro blog	Acción de evento: contiene "50%" Registro Blog (Consecuciones del objetivo 2) = 0	1 nov. 2019	6 nov. 2019	Abrir	Analytics Google Ads

Conversiones Remarketing

