

Analítica web

19/SEP Aracena

Andalucía



Andalucía Lab impartirá en el CADE de Aracena en Huelva un taller denominado “Analítica web: Cómo mejorar el rendimiento, el ROI y la eficiencia de nuestra web y de las campañas de marketing digital con decisiones basadas en datos”.

Descripción: El medio digital nos permite, de una forma sencilla y automatizada (con herramientas gratuitas como Google Analytics y Search Console), recoger datos precisos de las webs o campañas y convertir esa información en conocimiento como ventaja competitiva para tomar decisiones basadas en datos que optimicen el rendimiento de la web y la eficiencia de las acciones de marketing digital.

Objetivos:

- **Conocer** los pasos a seguir dentro de una estrategia de medición de datos y los conceptos básicos de analítica web y medición en marketing digital.
- **Seleccionar objetivos, métricas y KPIs de medición** en función de los objetivos, la tipología de la plataforma web o campaña y entender cómo trabajar con los datos.
- **Interpretar la información** para convertirla en inteligencia de negocio.
- **Diseñar y crear informes segmentados relevantes** y automatizados en base a los objetivos de reporte y el área funcional o persona receptora del mismo.
- **Conocer el funcionamiento**, configurar y parametrizar las herramientas Google Analytics, Google Search Console, Google data Estudio y Hotjar.
- **Aplicar y poner en práctica** el aprendizaje de los conceptos clave impartidos mediante un caso práctico que permita profundizar en la analítica web
- **Compartir casos de éxito y ejemplos** reales de estrategias de medición, métricas y KPIs aplicadas por el consultor en clientes.

Contenido:

- **ANALÍTICA WEB: CONCEPTOS, ESTRATEGIA, PROCESO Y HERRAMIENTAS**
 - Estrategia de medición: Fundamentos y proceso de la analítica web.
 - Descripción de conceptos y glosario de términos
 - Objetivos, métricas e indicadores clave de rendimiento: KPI's.
 - Herramientas: Google Analytics, Search Console, Data Studio, Hotjar y otras.
 - Casos de uso: Principales KPI's en webs corporativas, de comercio electrónico, promoción, campañas y soporte a cliente.
- **GOOGLE ANALYTICS: EXPRIMIENDO EL POTENCIAL DE LA HERRAMIENTA**
 - Configuración, funcionamiento, parametrización e integraciones
 - Métricas, dimensiones y opciones de visualización de datos
 - A fondo: Paneles, Accesos directos, Eventos de Intelligence, Tiempo Real, e informes de Público, Adquisición, Comportamiento y Conversiones
 - Objetivos y embudos de conversión: Tipos (Destino, duración, páginas/pantallas por sesión y eventos). Proceso de creación y seguimiento.
 - Comercio electrónico
 - Segmentación avanzada e informe personalizados
 - Casos de uso: Crear cada uno de los 4 objetivos y un embudo de conversión.
- **OTRAS HERRAMIENTAS: GOOGLE SEARCH CONSOLE, DATA STUDIO Y HOTJAR**
 - Visión general de Google Search console: Configuración e información de valor
 - Google Data Studio: Informes interactivos personalizados y conexión a fuentes de
 - Hotjar: Configuración, analítica (mapas de calor y grabación de usuarios) y feedback
 - Casos de uso: Análisis de información en tiempo real de las tres herramientas.

Destinatarios: Emprendedores/empresarios/ pymes / profesionales relacionados con el sector turístico.

Analítica web: Manuel Garrido

Requisito ser mayor de edad.

Para un máximo aprovechamiento del taller se recomienda asistir con ordenador portátil o tablet.

Horario: de 11,00 a 14,00 h.

Lugar: CADE Aracena Calle Río Odiel, 5, 21200 Aracena, Huelva.

Inscripción: https://www.andalucialab.org/eventos/analitica-web-19065/?fbclid=IwAR15_sODJSaVlJrJUekSnMds4f8ZsWAOQJlsgw03YT-ddq9mRD3MY718rA