

Manejo de herramientas de analítica y métrica web con Google Analytics

En los últimos años el marketing digitalizado ha evolucionado de una manera rápida e innovadora, siendo las métricas parte fundamental a la hora de tomar decisiones de negocios. Es por esta razón que Google Analytics se ha transformado en una herramienta esencial para los profesionales del área. Quiénes por su labor están a cargo de evaluar las campañas de marketing digital, el retorno de inversión y la definición de los KPI (indicadores claves de rendimiento).

Al finalizar este curso los alumnos podrán manejar las herramientas de Google Analytics para analizar, configurar, instalar, integrar, medir y obtener las estadísticas sobre el comportamiento de los usuarios que interactúan con sitios web y redes sociales.

Valor : \$ 192.000 (antes \$ 240.000 - descuento aplicado 20%)

(*) El cierre de matrículas será 48 horas hábiles antes del inicio de la actividad.

OBJETIVO DE APRENDIZAJE

Manejar las herramientas de Google Analytics para analizar las métricas digitales y optimizar la toma de decisiones dentro de un servicio o negocio.

DIRIGIDO A

Encargados del área de marketing y comunicaciones, community manager, social media manager, y analistas de marketing digital.

REQUISITOS DE INGRESO

Se sugiere conocimientos básicos de marketing digital. Además, el alumno tendrá que contar con un equipo con conexión a Internet, parlantes y micrófono incorporados.

METODOLOGÍA

El curso se realizará mediante el desarrollo de unidades temáticas que comprenden secciones teóricas y prácticas.

Durante las horas teóricas el relator entregará los contenidos a través de 2 plataformas, Moodle y Zoom, para todos los estudiantes. A través de las mismas, expondrá las definiciones y conceptos que permitirán la apropiación de contenidos, basándose en un programa gradual que se intensificará de acuerdo al grado de aprendizaje de los temas por parte del alumno.

Durante las horas prácticas los alumnos practicarán con ejercicios lo aprendido.

EVALUACIÓN

Los participantes aprobarán el curso con nota mínima 4,0 en escala de 1,0 a 7,0.

Tendrán las siguientes evaluaciones:

-Un primer trabajo práctico desarrollado en Google Analytics (50%) valorado con una pauta de evaluación.

-Un segundo trabajo práctico desarrollado en Google Analytics (50%) valorado con una pauta de evaluación.

En ambos trabajos prácticos los alumnos tendrán que desarrollar informes de métricas basados en Google Analytics con definición de KPI (indicadores claves de rendimiento), dashboards (tablero de métricas) y presentación de insights (comportamiento de los visitantes) para un plan de marketing digital efectivo y medible.

RESULTADO DE APRENDIZAJE - CONTENIDOS

1. Definir analítica y métricas digitales.

1.1. Fundamentos introductorios a la analítica digital.

1.1.1. La importancia de analizar los datos.

1.1.2. Plataformas, estrategia y revisión de datos.

1.1.3. Métricas marketing digital.

1.1.4. Métricas social media.

1.1.5. Analítica y tráfico web.

2. Conocer la herramienta de Google Analytics.

2.1. Introducción a Google Analytics.

2.1.1. ¿Qué es y cómo funciona Google Analytics?

2.1.2. Ventajas y beneficios.

2.1.2.1. Cuenta de Google Analytics.

2.1.2.2. Crear una cuenta nueva.

2.1.2.3. Código Google Analytics.

2.1.2.4. Instalar código en HTML.

2.1.2.5. Instalar código en plataformas CMS (WordPress).

2.1.3. Configuración y estructura de una cuenta.

2.1.3.1. Configuración de vistas o perfiles.

2.1.3.2. Configuración de filtros.

2.1.3.3. Configuración web o aplicación móvil.

2.1.4. Interfaz gráfica Google Analytics.

2.1.4.1. Enlaces.

2.1.4.2. Diagnóstico.

2.1.4.3. Panel de navegación.

2.1.4.4. Acciones.

2.1.4.5. Segmentos y selectores.

2.1.4.6. Informes.

2.1.4.7. Gráfico.

2.1.4.8. Datos.

3. Manejar las métricas, funciones y dimensiones en Google Analytics.

3.1. Las métricas, funciones, dimensiones y filtrado.

3.1.1. Métricas y funciones clave.

3.1.2. Dimensión primaria.

3.1.3. Dimensión secundaria.

3.1.4. Filtrado de contenidos.

4. Utilizar los informes de Google Analytics.

4.1. Tipos de informes.

4.1.1. Informe de audiencias.

4.1.1.1. Visión general de público.

4.1.1.2. Informe flujo de usuarios.

4.1.1.3. Usuarios activos.

4.1.1.4. Análisis de grupo o cohorte.

4.1.2. Informe de adquisición.

4.1.2.1. Tráfico y canales.

4.1.2.2. Informes de campañas.

4.1.2.3. Etiquetado con URL Builder.

4.1.2.4. Google Adwords y enlaces de cuenta.

4.1.2.5. Reporte SEO.

4.1.2.6. Google Webmasters Tools.

4.1.2.7. Informes de redes sociales.

4.1.3. Informe de comportamiento.

4.1.3.1. Flujo de comportamiento.

- 4.1.3.2. Contenido y Velocidad del sitio.
- 4.1.3.3. Búsquedas en el sitio.
- 4.1.3.4. Eventos.
- 4.1.3.5. Editor y experimentos.
- 4.1.4. Informe de conversiones.
 - 4.1.4.1. Embudos multicanal.
 - 4.1.4.2. Análisis de conversiones.
 - 4.1.4.3. Configuración de objetivos.
 - 4.1.4.4. Atribuciones
- 5. Importar datos y funnel de conversión.
 - 5.1. Datos y funnel de conversión.
 - 5.1.1. Importación de datos.
 - 5.1.1.1. Reportes personalizados.
 - 5.1.1.2. Generación de Dashboards.
 - 5.1.1.3. Definición de KPIs.
 - 5.1.1.4. Gobierno y análisis de métricas.
 - 5.1.1.5. Modelo de medición.
 - 5.1.2. Funnel de conversión.
 - 5.1.2.1. Funnel o embudo de conversión.
 - 5.1.2.2. Identificación del funnel.
 - 5.1.2.3. Análisis del funnel multicanal de Google Analytics.
 - 5.1.2.4. Viaje del consumidor a la conversión.
 - 5.1.2.5. Estrategia de Inbound Marketing.
- 6. Emplear herramientas complementarios del programa.
 - 6.1. Otras herramientas de Google.
 - 6.1.1. Google Analytics 360.
 - 6.1.2. Reportes en Google Data Studio.
 - 6.1.3. Integración en Google Tag Manager

- 6.1.4. Integración en Google Adwords.
- 6.1.5. Integración en Google Search Console.
- 7. Aplicar herramientas de Google Analytics para certificarse.
 - 7.1. Consejos para la Certificación Internacional de Google Analytics.
 - 7.1.1. ¿Cómo y por qué obtener el certificación internacional?
 - 7.1.2. La prueba de certificación.
 - 7.1.3. Inscripción, términos y condiciones
 - 7.1.4. Preguntas frecuentes.
 - 7.1.5. Consejos y recomendaciones.
 - 7.1.6. Aprobación, reprobación y otra oportunidad.

INFORMACIÓN GENERAL

Duración: 24 horas cronológicas.

Código Sence:

MODALIDAD

Online - clases en vivo*

PROCESO DE ADMISIÓN

Las personas interesadas deberán completar la ficha de inscripción ubicada al lado derecho de esta página web.

- Las inscripciones son hasta completar las vacantes.

- Si el pago lo efectúa su empresa, el encargado de capacitación de su empresa debe ingresar el requerimiento en "Inscripción Empresa", subiendo ficha de inscripción con firma y timbre además de ODC, OTIC, OC CM.

- El inscribirse no asegura el cupo, una vez inscrito en el programa, se debe cancelar el valor para estar matriculado.

* El Programa se reserva el derecho de suspender la realización del curso si no cuenta con el mínimo de alumnos requeridos. En tal caso se devuelve a los alumnos matriculados la totalidad del dinero en un plazo aproximado de 15 días hábiles. A las personas matriculadas que se retiren de la actividad antes de la fecha de inicio, se les devolverá el total pagado menos el 10% del total del arancel.

REQUISITOS DE APROBACIÓN

El alumno aprobará al obtener como promedio de nota igual o superior a 4,0 y asistencia mínima de 75%.