



ANALITICA WEB EN EL CONTEXTO DE LOS MEDIOS LOCALES

EL ARTE DE GESTIONAR LA INFORMACIÓN

Guillermo Vilarroig
#gvillarroig



A man in a dark tuxedo with a white shirt and black bow tie stands with his arms outstretched, levitating a woman in a blue, patterned dress. The woman is lying horizontally in the air. The background is a dark blue curtain. In the bottom right corner, a blue, diamond-shaped pill with the word "VIAGRA" written on it lies on the floor.

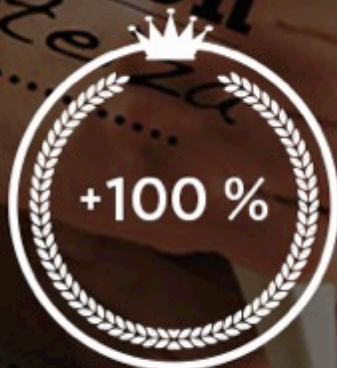
¿¿PARA QUÉ UTILIZAMOS LOS DATOS??



hogarutil

EL PORTAL DE KARLOS ARGUIÑANO,
BRICOMANÍA Y DECOGARDEN

CONSULTORÍA SEO Y ANALÍTICA



TRÁFICO WEB
EN 4 MESES



INCREMENTO
DE VISITAS



INCREMENTO DE
PÁGINAS VISTAS



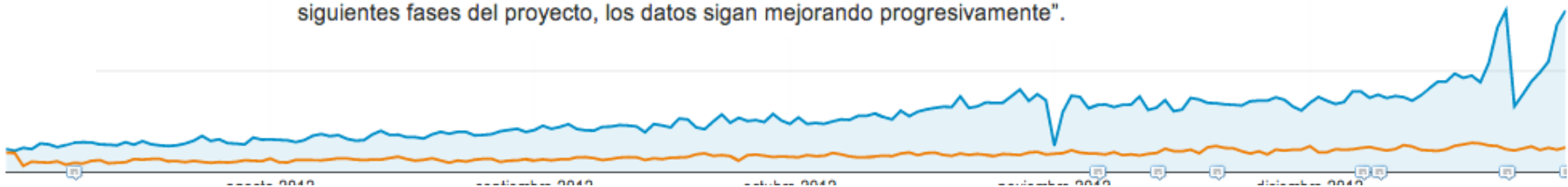
- **Acciones:**

- Consultoría SEO
- Consultoría Analítica
- Formación
- Seguimiento

- **Resultados obtenidos en 6 meses:**

- **+215%** de incremento en **visitas** (non branding): de **879k** a **2.775k**
- **+247%** de incremento en **pág. vistas** (non branding): de **2.568K** a **8.909K (\$)**

El proyecto para www.hogarutil.com está en sus primeras fases de desarrollo. Según Eduardo Aduna, responsable del área web de Hogar Útil, "los resultados están siendo muy positivos hasta el momento aunque esperamos que con las mejoras que se vayan introduciendo en las siguientes fases del proyecto, los datos sigan mejorando progresivamente".





Knight Frank

LA MAYOR CONSULTORA INMOBILIARIA
PRIVADA DEL MUNDO

GESTIÓN DE CAMPAÑAS PPC



CONTACTOS
COMERCIALES



PORCENTAJE
DE CONVERSIÓN



COSTE POR
CONTACTO

Overalia



FABRICANTE DE MAQUINARIA PARA EL
PROCESADO DE ALIMENTOS Y BEBIDAS POR
ALTAS PRESIONES

PROYECTO INTEGRAL



FACTURACIÓN
EN 3 AÑOS



INCREMENTO
DE VISITAS



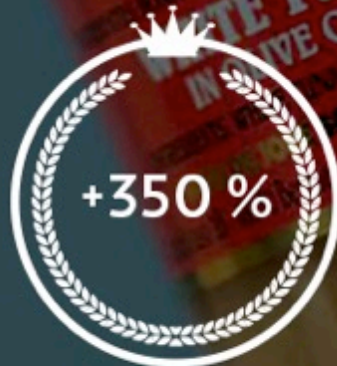
CONTACTOS
WEB

Overalia

SERRATS

EMPRESA CONSERVERA

CONVIRTIENDO EN LIDER ONLINE
A UNA EMPRESA OFFLINE



CRECIMIENTO
FACTURACIÓN ONLINE



RECETAS DE
USUARIOS DEL BLOG



MEJORA DE VISITAS
EN SÓLO 2 MESES


Overalia



GA UNIVERSITY

**LA IMPLEMENTACIÓN Y
EXPLOTACIÓN DE LOS DATOS**

**ALGUNAS HERRAMIENTAS Y PAPER
PARA MEDIOS**

**CÓMO PENSAMOS LAS AGENCIAS DE
PERFORMANCE**

PREGUNTAS

Analytics Academy Courses



Digital Analytics Fundamentals

Learn the core principles of digital analytics including how to create a Google Analytics account, collect data, and navigate reports.

[LEARN MORE](#)



Google Analytics Platform Principles

Learn how the Google Analytics Platform collects, configures, and processes the business data you need for reporting and analysis.

[LEARN MORE](#)



Ecommerce Analytics: From Data to Decisions

Discover how to use Enhanced Ecommerce reports in Google Analytics to make informed ecommerce business decisions.

[LEARN MORE](#)



Mobile App Analytics Fundamentals

Learn how to use Google Analytics to attract new users to your mobile app and increase revenue.

[LEARN MORE](#)



Google Tag Manager Fundamentals

Discover how Google Tag Manager can simplify the tag implementation and management process for marketers, analysts, and developers.

[LEARN MORE](#)



Course My Profile Announcements FAQs

Course > Unit 3 > Lesson 2


Unit 3 - Understanding and using Google Analytics data

- Unit 1
- Unit 2
- Unit 3**
- How Google Analytics works
- Key metrics and dimensions defined**
- Unit 4
- Unit 5
- Unit 6

Final assessment

Key metrics and dimensions defined Test version

Digital Analytics Fundamentals - Lesson 3.2 Key Metrics and Dimensions Defined



Lesson objectives

- Define the terms "metrics" and "dimensions" and identify examples of each in Google Analytics
- Understand how key metrics like "visitors," "visits," "source rate" and other interaction metrics are calculated
- Understand how time metrics are calculated

Additional resources

- The Google Analytics Dimensions & Metrics Reference
- About Events
- How to customize session timeout length

Activity 3.2 - Key metrics & dimensions defined

1. Which of the following are metrics? Check all that apply.

- Avg. Visit Duration
- Pages/vis
- City
- Browser

1. Entender y utilizar los datos de Google Analytics

1.1 Cómo funciona Google Analytics

1.2 Principales métricas y dimensiones

1. Entender y utilizar los datos de Google Analytics

1.1 Cómo funciona Google Analytics

1. Recogida de datos
2. Proceso
3. Configuración
4. Reporte

2. La importancia de MEDIR

2.1 La importancia de la medición

2.2 Las técnicas más importantes de medición

2.3 Conversiones y atribuciones

2.4 Crear un plan de medición

<http://goo.gl/d7Epg6>



Audiencia

Visión general

Usuarios activos

Análisis de grupo **BETA**

Explorador de usuario

▸ Datos demográficos

▸ Intereses

▸ Información geográfica

▸ Comportamiento

▸ Tecnología

▸ Móvil

▸ Personalizado

▸ Comparativas

Flujo de usuarios



Adquisición

Visión general

▸ Todo el tráfico

▸ AdWords

▸ Search Console **NUEVA**

▸ Social

▸ Campañas



Comportamiento

Visión general

Flujo del comportamie...

▸ Contenido del sitio

▸ Velocidad del sitio

▸ Búsquedas en el sitio

▸ Eventos

▸ Editor

Experimentos

Analítica de página

Segmentar, segmentar, , segmentar, segmentar,
segmentar, segmentar, segmentar, segmentar,
segmentar, segmentar



UI interface for segment management. It includes a sidebar for visualization, a main table of segments, and a bottom bar with 'Aplicar' and 'Cancelar' buttons.

Visualizar Segmentos:

- Todos
- Sistema
- Personalizados
- Compartidos
- Destacados
- Seleccionados

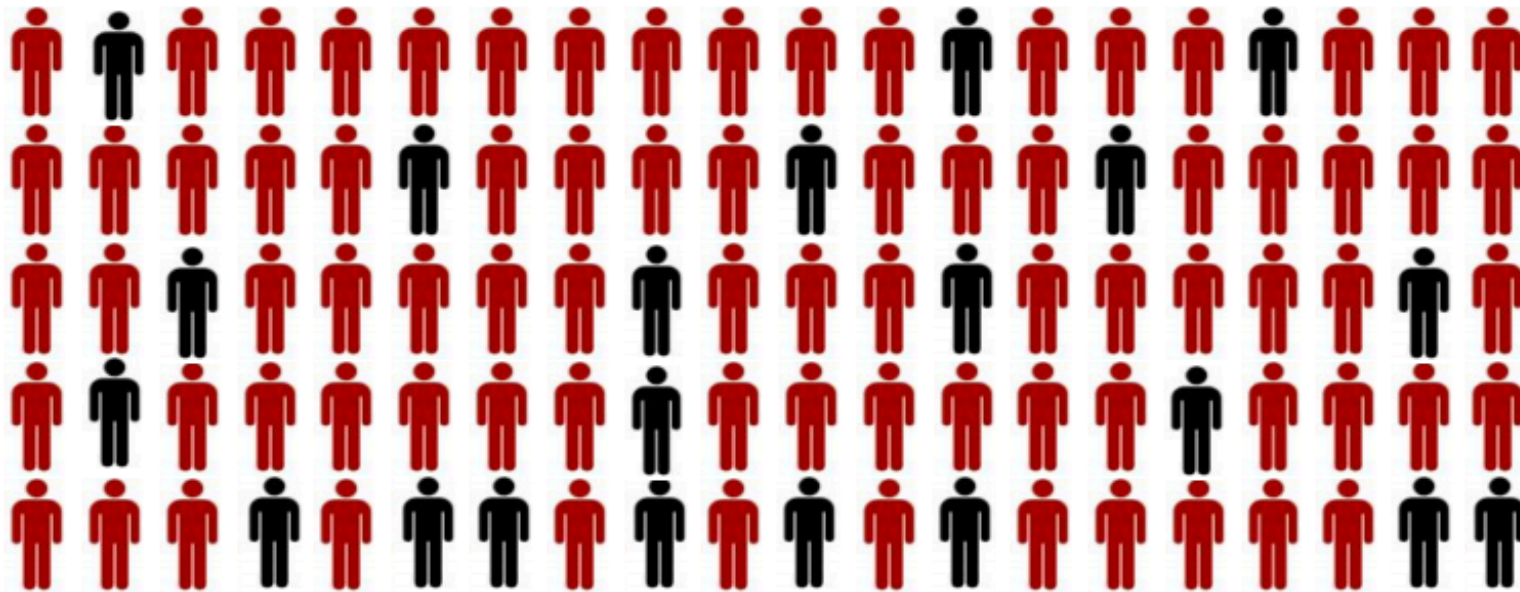
Nombre del segmento	Creado	Modificado	Acciones
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Búsqueda realizada en el sitio			Acciones
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Emergencias y Seguridad	8 ago. 2012	16 sept. 2013	Acciones
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Excluir Trámites	16 sept. 2013	16 sept. 2013	Acciones
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Hizo una compra			Acciones
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Organic Branding Estanda	21 jul. 2014	21 jul. 2014	Acciones
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Orgánico sin Branding (SS)	16 sept. 2013	16 sept. 2013	Acciones
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Orgánico solo Branding (SS)	16 sept. 2013	16 sept. 2013	Acciones
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Pestaña Trámite Online	22 may. 2012	16 sept. 2013	Acciones
<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Redes sociales	16 sept. 2013	16 sept. 2013	Acciones

Buttons: Aplicar, Cancelar

Creando el anuncio perfecto para todo el mundo

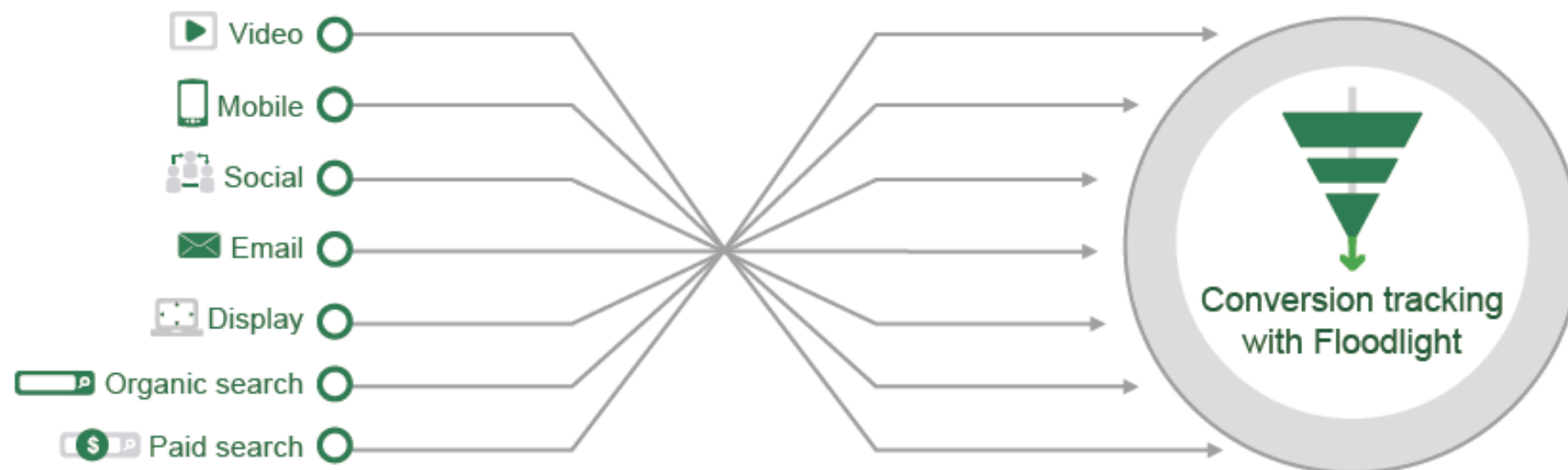
+ de 40

Formas de orientar tu publicidad a través de las plataformas de Google



Single tag technology is the foundation of a frictionless, cross-channel experience

Reacts to emerging channels



Holistic view
of audience
and cross-channel
customer insights

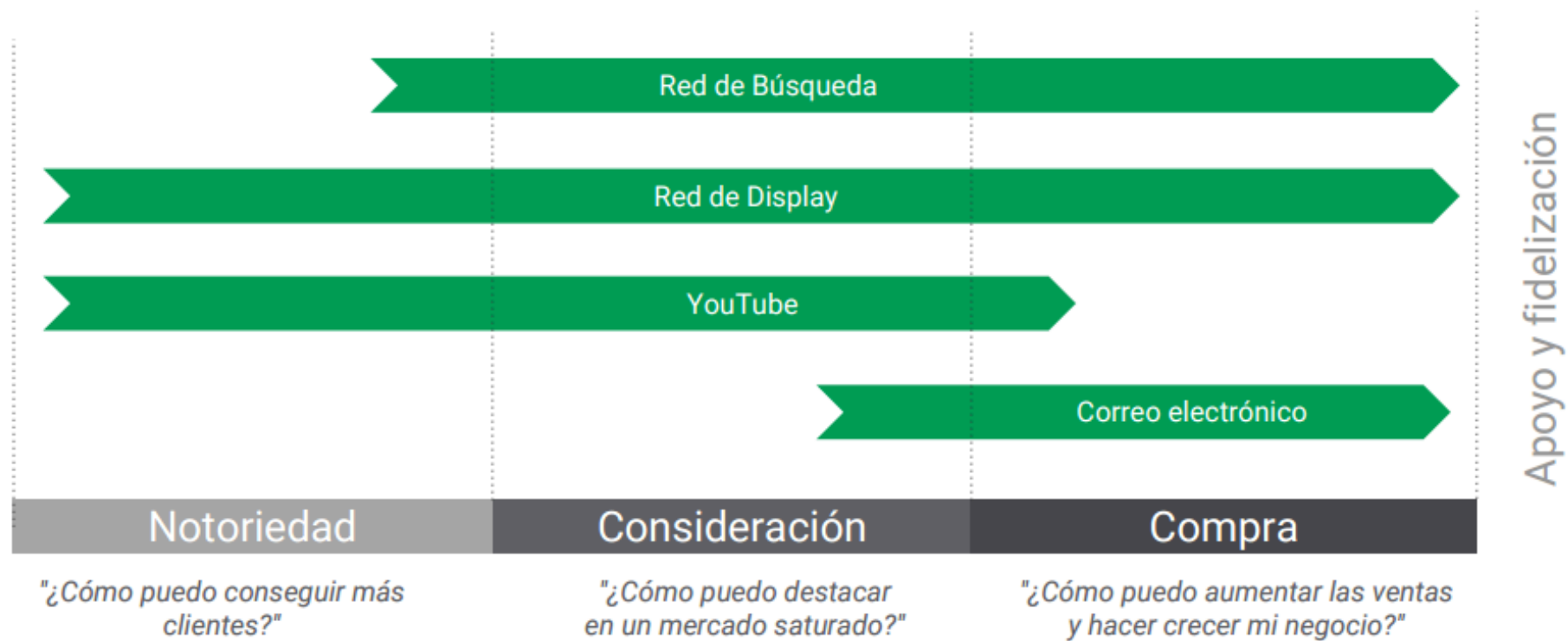
True,
deduplicated
conversions

Unified
reporting for
clear attribution

Data
integrity from
a common source

Correspondencia entre Plataformas y Objetivos

Proprietary + Confidential





GA UNIVERSITY

**LA IMPLEMENTACIÓN Y
EXPLOTACIÓN DE LOS DATOS**

**ALGUNAS HERRAMIENTAS Y PAPER
PARA MEDIOS**

**CÓMO PENSAMOS LAS AGENCIAS DE
PERFORMANCE**

PREGUNTAS

Todo pasa por una buena definición e implementación para luego, poder explotar bien los datos





GA UNIVERSITY

**LA IMPLEMENTACIÓN Y
EXPLOTACIÓN DE LOS DATOS**

**ALGUNAS HERRAMIENTAS Y PAPER
PARA MEDIOS**

**CÓMO PENSAMOS Y ACTUAMOS LAS
AGENCIAS DE PERFORMANCE**

PREGUNTAS



KULTURA URIBE KOSTA | 2016-11-11 13:00

Otxandiotik Iruñerako bidea egingo du 20. Korrikak



KULTURA SOPELA
Ondareari b...
dira bukatu



Ondarearen Europako Jardunaldien barruan,

4 Rastreadores

hallado en

hiruka.eus



Fiable

Restringida

Interrumpir Gh...

Rastreadores

Bloquear todo

Publicidad

3 Rastreadores

DoubleClick

Google Adsense

Google Publisher Tags

Análisis de sitios web

1 Rastreador

Google Analytics



elpais.com

11 NOVIEMBRE 2016 | ACTUALIZADO 16:46 CET

ESPAÑA | AMÉRICA

INTERNACIONAL OPINIÓN ESPAÑA ECONOMÍA CIENCIA


worten Hoy es el Singles Day

Ramón Espinar gana las primarias de Podemos en Madrid

F. MANETTO / E. GARCÍA DE BLAS | Madrid 246

El candidato de Iglesias se impone a Rita Maestre, del sector de Errejón

ELECCIONES ESTADOS UNIDOS



29 Rastreadores hallado en elpais.es

29

Fiable

Restringida

Interrumpir Gh...

Ubicar estos rastreadores

Rastreadores Bloquear todo

Publicidad 25 Rastreadores

- Admeta
- Advert Stream
- Amazon Associates
- AppNexus
- BidSwitch
- Criteo
- cXense
- DoubleClick
- Facebook Custom Audience
- Google Adsense
- Google Dynamic Remarketing
- Google Publisher Tags

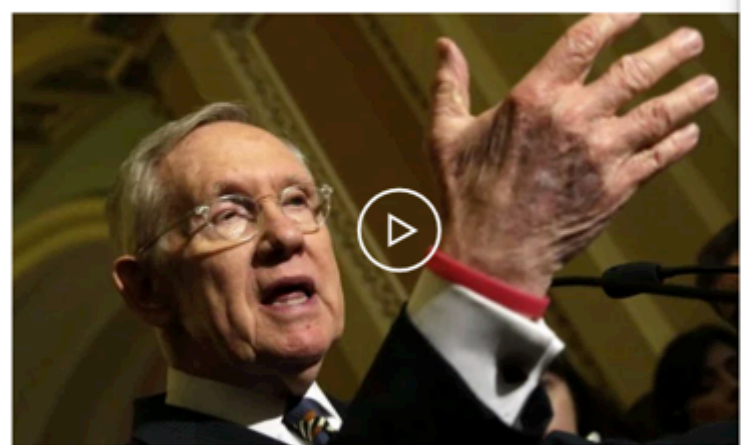
- JUST POSTED**
- Dave Chappelle Isn't Making Any Promises About Hosting Saturday Night Live 10:48 AM ET
 - Please, Stop Making These Dumb Credit Card Mistakes 10:35 AM ET
 - JK Rowling Says 'Rise of Populism' Inspired Fantastic Beasts 10:32 AM ET

showpad

Bridge sales & marketing

LEARN MORE

THE BRIEF



Yuri Gripas—AFP/Getty Images

Harry Gives 'Em Hell

Harry Reid broke his silence on Donald Trump's victory, denouncing Trump as "sexual predator" who "lost the popular vote" and "emboldened the forces of hate and bigotry in

67 Rastreadores hallado en time.com

67

Fiable
 Restringida
 Interrumpir Gh...

Ubicar estos rastreadores

Rastreadores Bloquear todo

Publicidad 53 Rastreadores

- Adap.tv
- AddThis
- Adform
- adingo
- Admeta
- AdScale
- Advertising.com
- Aggregate Knowledge
- Amazon Associates
- AppNexus
- Audience Science
- BidSwitch

TIME

The Making of a President

Subscribe



GA UNIVERSITY

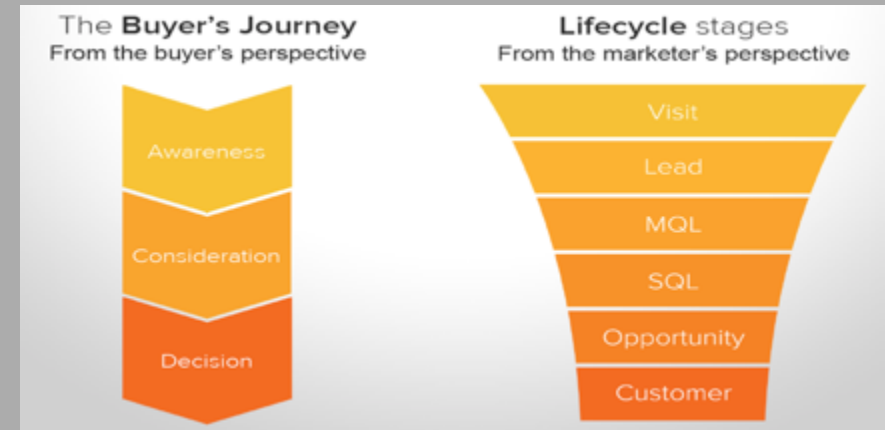
**LA IMPLEMENTACIÓN Y
EXPLOTACIÓN**

**ALGUNAS HERRAMIENTAS
COMPLEMENTARIAS**

**CÓMO PENSAMOS LAS AGENCIAS DE
PERFORMANCE**

PREGUNTAS

- ✓ En función del tamaño de la empresa
- ✓ En función del país
- ✓ En función de la competencia...
- ✓ **PERSONALIZAR, PERSONALIZAR**



MAPEO DEL PROCESO DE COMPRA



Gerente taller de subcontratación



Responsable de compras



Responsable Técnico (ingeniero)



Comité de sabios

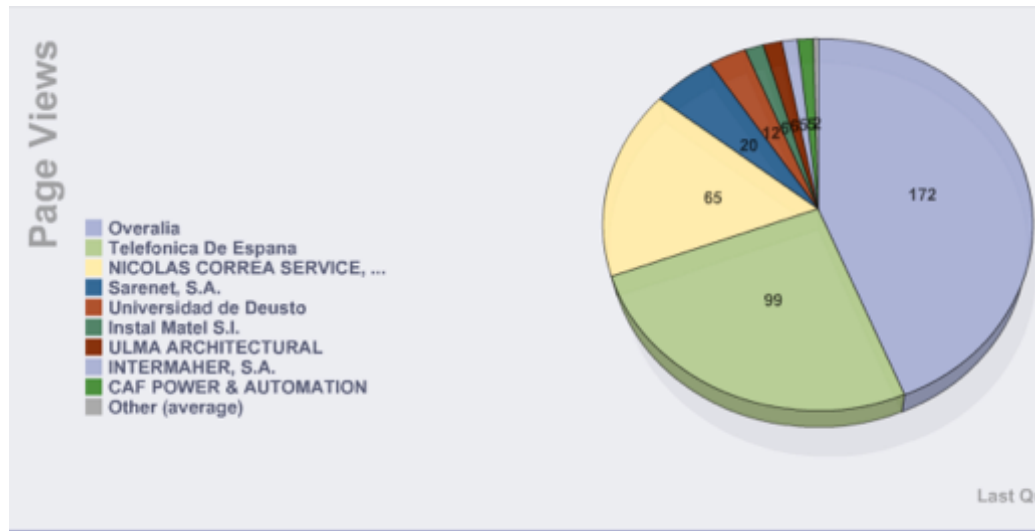
FIRST PARTY DATA



Cientes, Ex-clientes, Prospects



Nuevos Prospects



Company	Inferred Company ...	Pag...	Lea...	Country	State/Region	City
Overalia	Telefonica de Esp...	172	4	Spain	Castilla y Le...	Valladolid
Telefonica De Espa...	Telefonica De Esp...	99	4	Spain	Castilla y Le...	Valladolid
NICOLAS CORREA ...	Telefonica De Esp...	65	1	Spain	Burgos	Burgos
Sarenet, S.A.	Sarenet, S.A.	20	1	Spain	Madrid	Ambite
Universidad de De...	Universidad de D...	12	2	Spain	Pais Vasco	Bilbao
Instal Matel S.I.	Instal Matel S.I.	6	1	Spain		
ULMA ARCHITECT...	Euskaltel S.A.	6	1	Spain	Gipuzkoa	O♦ate
INTERMAHER, S.A.	Telefonica de Esp...	5	1	Spain	Pais Vasco	Vitoria
CAF POWER & AUT...	Instal Matel S.I.	5	1	Spain	Gipuzkoa	Donostia
LANTEK SHEET ME...	SPC Net Solucione...	3	2	Spain	♦lava	Mi♦ano
ULMA HANDLING	SAREnet, S.A.	3	1	Spain	Gipuzkoa	O♦ate
Vodafone Spain	Vodafone Spain	2	1	Spain	Pais Vasco	Getxo
CAFES FORTALEZA	Vodafone Spain	2	1	Spain	Bizkaia	Bilbao
DANOBAT GROUP	Jazz Telecom S.A.	2	1	Spain	Pais Vasco	Donostia-sa...
Entidad Publica Em...	Entidad Publica E...	2	1	Spain		
Interoptik Winter	Telefonica De Esp...	2	1	Spain	Catalonia	Castelldefels



LEAD STATUS

invitado, abierto la invitación (1-3), clic enlace, registro web, confirmación, añadido al calendario, atiende, se baja la presentación

Filtro: Ninguno

Identific...	Fecha/hora (CET)	Tipo de actividad	Detalle	Nombre de la campaña
15652	20-Ene-2016 9:06	Hacer clic en el corr...	LE 2016-02-11 Google Accelerate.EMAIL-Invitation	LE 2016-02-11 Google Accelerate.01-Send I...
15540	20-Ene-2016 8:46	Visitar página web	LE-2016-02-11-Google-Accelerate_LP-Registration	LE 2016-02-11 Google Accelerate.01-Send I...
15556	20-Ene-2016 8:46	Hacer clic en el corr...	LE 2016-02-11 Google Accelerate.EMAIL-Invitation	LE 2016-02-11 Google Accelerate.01-Send I...
15522	20-Ene-2016 8:43	Hacer clic en el corr...	LE 2016-02-11 Google Accelerate.EMAIL-Invitation	LE 2016-02-11 Google Accelerate.01-Send I...
15508	20-Ene-2016 8:39	Abrir correo electró...	LE 2016-02-11 Google Accelerate.EMAIL-RegistrationConfirmation	LE 2016-02-11 Google Accelerate.04-Regist..
15500	20-Ene-2016 8:31	Correo electrónico e...	LE 2016-02-11 Google Accelerate.EMAIL-RegistrationConfirmation	LE 2016-02-11 Google Accelerate.04-Regist..
15492	20-Ene-2016 8:31	Enviar correo electr...	LE 2016-02-11 Google Accelerate.EMAIL-RegistrationConfirmation	LE 2016-02-11 Google Accelerate.04-Regist..
15491	20-Ene-2016 8:31	Visitar página web	LE-2016-02-11-Google-Accelerate_LP-ThankYou	LE 2016-02-11 Google Accelerate.01-Send I...
15490	20-Ene-2016 8:31	Cambiar el estado d...	LE 2016-02-11 Google Accelerate "Invited" ⇒ "Registered"	LE 2016-02-11 Google Accelerate.04-Regist..
15489	20-Ene-2016 8:31	Completar formulario	Formulario.Formulario	LE 2016-02-11 Google Accelerate.01-Send I...
15488	20-Ene-2016 8:31	Cambiar valor de da...	Se cambió Rol de [null] a "Tecnico Marketing"	
15486	20-Ene-2016 8:31	Visitar página web	LE-2016-02-11-Google-Accelerate_LP-Registration	LE 2016-02-11 Google Accelerate.01-Send I...
15496	20-Ene-2016 8:31	Hacer clic en el corr...	LE 2016-02-11 Google Accelerate.EMAIL-Invitation	LE 2016-02-11 Google Accelerate.01-Send I...
15484	20-Ene-2016 8:30	Abrir correo electró...	LE 2016-02-11 Google Accelerate.EMAIL-Invitation	LE 2016-02-11 Google Accelerate.01-Send I...
14135	20-Ene-2016 7:00	Cambiar el estado d...	Se omitió Status unchanged	LE 2016-02-11 Google Accelerate.01-Send I...
14849	20-Ene-2016 7:00	Correo electrónico e...	LE 2016-02-11 Google Accelerate.EMAIL-Invitation	LE 2016-02-11 Google Accelerate.01-Send I...
13386	20-Ene-2016 7:00	Enviar correo electr...	LE 2016-02-11 Google Accelerate.EMAIL-Invitation	LE 2016-02-11 Google Accelerate.01-Send I...

Página 1 de 1 64 elementos



LEAD STATUS

Gestión de resultados y costes en base a canales de adquisición (CRM, Display, PPC..)

Filtro: Ninguno

Identific...	Fecha/hora (CET)	Tipo de actividad	Detalle
15652	20-Ene-2016 9:06	Hacer clic en el corr...	LE 2016-02-11 Google Accelerate.EMAIL-Invitatic
15540	20-Ene-2016 8:46	Visitar página web	LE-2016-02-11-Google-Accelerate_LP-Registratio
15556	20-Ene-2016 8:46	Hacer clic en el corr...	LE 2016-02-11 Google Accelerate.EMAIL-Invitatic
15522	20-Ene-2016 8:43	Hacer clic en el corr...	LE 2016-02-11 Google Accelerate.EMAIL-Invitatic
15508	20-Ene-2016 8:39	Abrir correo electró...	LE 2016-02-11 Google Accelerate.EMAIL-Registra
15500	20-Ene-2016 8:31	Correo electrónico e...	LE 2016-02-11 Google Accelerate.EMAIL-Registra
15492	20-Ene-2016 8:31	Enviar correo electr...	LE 2016-02-11 Google Accelerate.EMAIL-Registra
15491	20-Ene-2016 8:31	Visitar página web	LE-2016-02-11-Google-Accelerate_LP-ThankYou
15490	20-Ene-2016 8:31	Cambiar el estado d...	LE 2016-02-11 Google Accelerate "Invited" => "Registered"
15489	20-Ene-2016 8:31	Completar formulario	Formulario.Formulario
15488	20-Ene-2016 8:31	Cambiar valor de da...	Se cambió Rol de [null] a "Tecnico Marketing"
15486	20-Ene-2016 8:31	Visitar página web	LE-2016-02-11-Google-Accelerate_LP-Registration
15496	20-Ene-2016 8:31	Hacer clic en el corr...	LE 2016-02-11 Google Accelerate.EMAIL-Invitation
15484	20-Ene-2016 8:30	Abrir correo electró...	LE 2016-02-11 Google Accelerate.EMAIL-Invitation
14135	20-Ene-2016 7:00	Cambiar el estado d...	Se omitió Status unchanged
14849	20-Ene-2016 7:00	Correo electrónico e...	LE 2016-02-11 Google Accelerate.EMAIL-Invitation
13386	20-Ene-2016 7:00	Enviar correo electr...	LE 2016-02-11 Google Accelerate.EMAIL-Invitation

Página 1 de 1

Búsqueda rápida...

64 elementos

Results

Total Members: 0

Acquired By: 0

Socially Acquired: [Calculate](#)

Success: ✔ 0

Members by Program Status

Invited: 0

Registered: 0

Attended: ✔ 0

Meeting Scheduled: ✔ 0



VÍDEO. LA GRAN OPORTUNIDAD

Enviar vídeos personalizados en base al comportamiento

**Se integra en el CRM
MIL POSIBILIDADES**

spacemanwithguitar@gmail.com

Name: Chris Hadfield
Company: NASA
Position: Astronaut

Location: Kitchener, ON, CA
Device: Chrome (Desktop)
Views: 6

Attention Spans

- Space Camp Live Stream - October 6th 2015, 8:00 pm
- Vidayr - Integrating Salesforce - October 3rd 2015, 8:00 pm

A large black arrow points from the 'Views: 6' section to the right.

salesforce 13

Search... Search

Micro St

Customize Page | Edit Layout | Printable View | Help for this Page

Show Feed

Back to List: Identity Provider

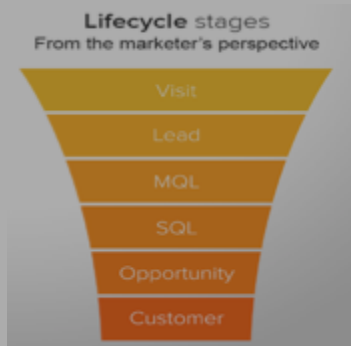
Opportunities | Cases | Queues/Activities | Activity History | Campaign History | Notes & Attachments | HTML Email Status | Video Views

Action	Video Name	Date	Views	Seconds Watched	Video Amount Watched
Edt Del	ABC Songs from Super Simple Songs	06/07/2013	1	28	41.79
Edt Del	Zoo Legends - Africa	06/07/2013	5	16	2.66
Edt Del	Zoo Legends - Africa	06/07/2013	2	601	100.00
Edt Del	Meal Tank - Epic Meal Time	06/07/2013	3	92	37.66
Edt Del	LOL Cats	06/07/2013	2	18	12.08



ACCIONES AUTOMATIZADAS DESDE VENTAS PREPRADAS POR MK

Si un usuario cumple una regla.....



Behavior Scoring

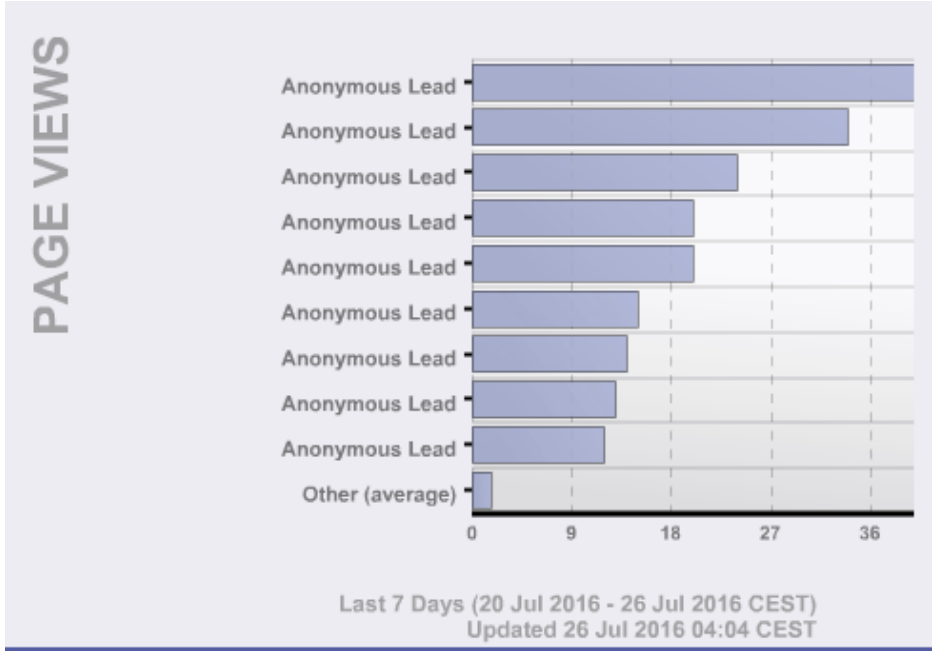
Interactions


- Clicks Link in Any Email
- Downloads Any PDF
- Fills Out Any Form
- Key Search Queries
- Multiple Web Visits in 1 Day
- Opens Any Email
- PPC Scoring
- Vists Key Web Pages





Prospects
QUE NO CONOCEIS

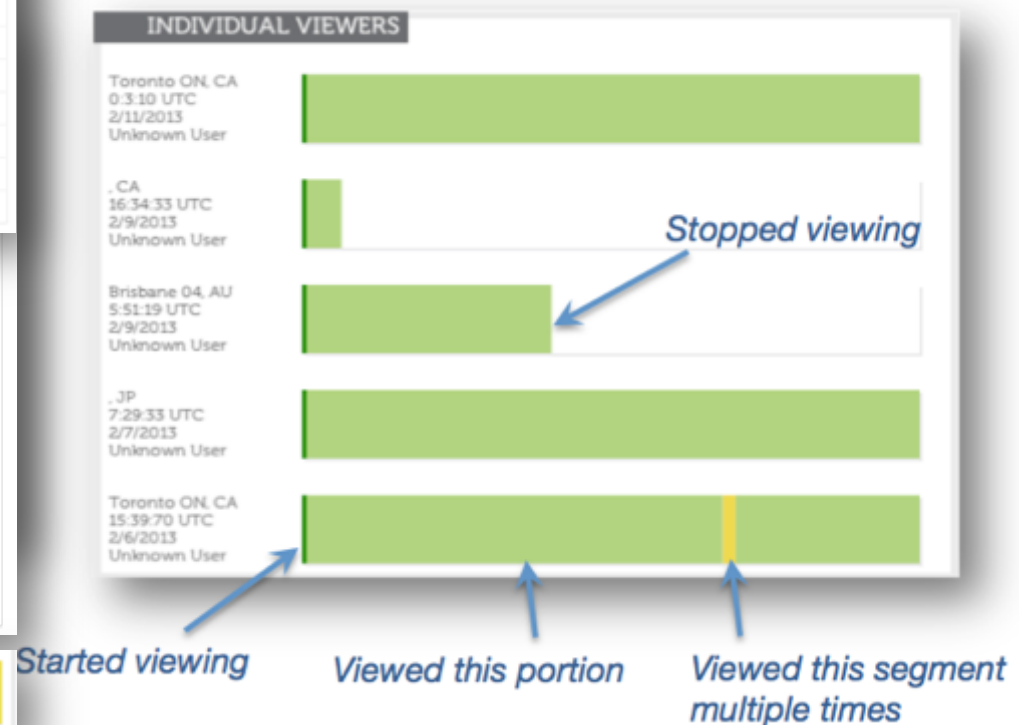
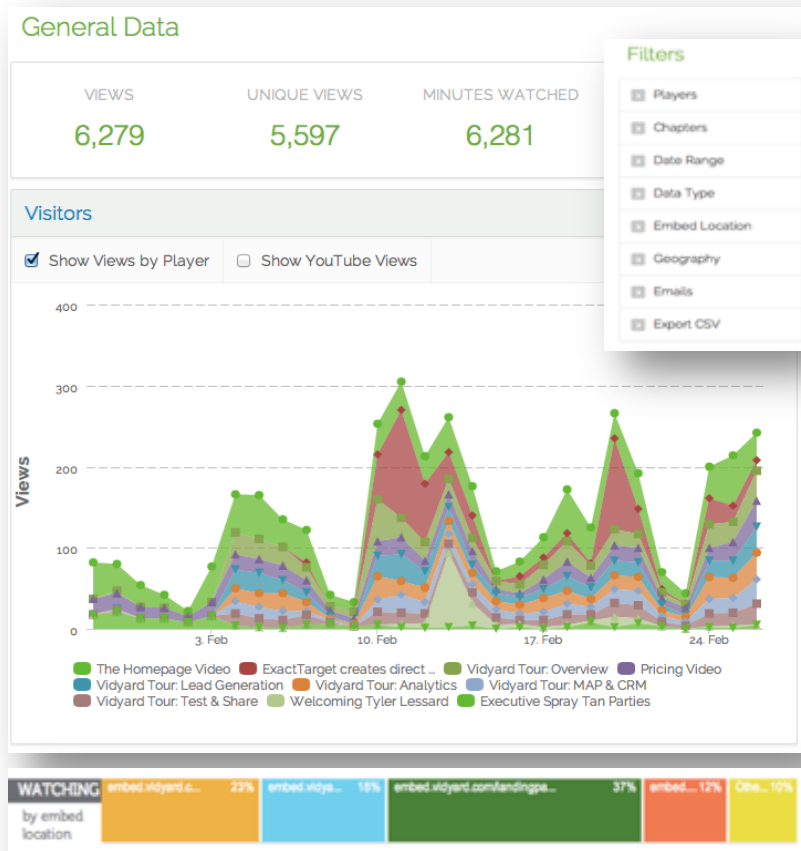


 **Date of Activity:** Last 7 Days (20 Jul 2016 - 26 Jul 2016 CEST)

Smart

Lead	First Visit (CEST)	Pa...	HTTP Referer	Entry Page
<u>Anonymous Lead</u> Telefonica de Espana Spain	20 Jul 2016 12:44	<u>43</u>	https://www.google...	/
<u>Anonymous Lead</u> Telefonica de Espana Spain	21 Jul 2016 12:58	<u>34</u>	https://www.google...	/estrategia-online/consultori...
<u>Anonymous Lead</u> Telefonica de Espana Spain	20 Jul 2016 11:50	<u>24</u>	https://www.google...	/estrategia-online/consultori...
<u>Anonymous Lead</u> Universitat Politecnica de Val Spain	20 Jul 2016 19:09	<u>20</u>	https://www.google...	/
<u>Anonymous Lead</u> Orange Espana Spain	21 Jul 2016 16:28	<u>20</u>	https://www.google...	/glosario/sesion
<u>Anonymous Lead</u> Tomelloso BEST Service S.L Spain	20 Jul 2016 11:51	<u>15</u>		/estrategia-online/consultori...
<u>Anonymous Lead</u> Intel Metal S.L Spain	20 Jul 2016 11:23	<u>14</u>	http://www.google.e...	/

POR FAVOR QUIÉN ESTÁ VIENDO MIS VÍDEOS.....





GA UNIVERSITY

**LA IMPLEMENTACIÓN Y
EXPLOTACIÓN DE LOS DATOS**

**ALGUNAS HERRAMIENTAS Y PAPER
PARA MEDIOS**

**CÓMO PENSAMOS Y ACTUAMOS LAS
AGENCIAS DE PERFORMANCE**

PREGUNTAS



ESKERRIK ASKO