

# Métricas y analítica del sitio Web para la toma de decisiones.

Alexis Reategui

[areategui@hibu.com](mailto:areategui@hibu.com)

2 de julio de 2014

Lima, Perú



# Agenda

- ¿Cómo medir la visibilidad de mi web?
- Concepto básicos.
- Errores comunes.
- Análisis cuantitativo (Herramientas)
- Análisis cualitativo
- Análisis competitivo

# Medición por logs



1. Al navegar se envía información al servidor siempre y cuando esté habilitado para este fin.
2. Esta información es almacenada en unos archivos.log
3. Mediante un software especializado se procesa esta información y se muestra de manera relevante

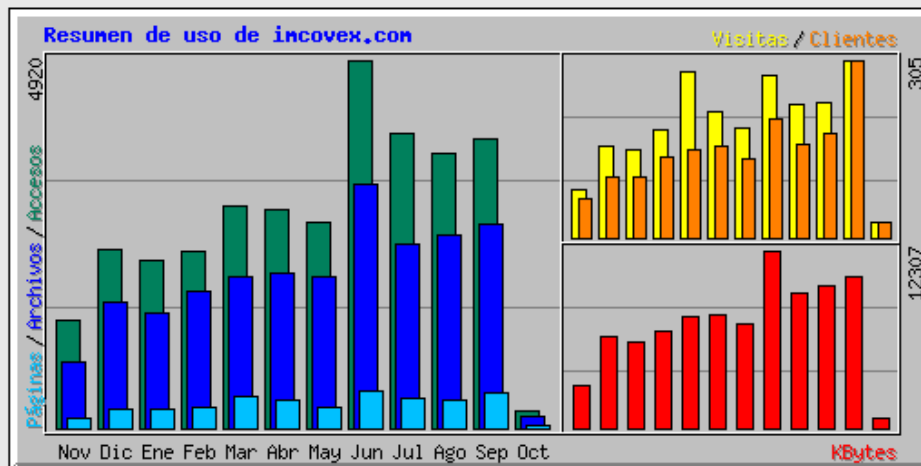
# Medición por logs

```

awstats012010.assafmuebles.com
Archivo Edici3n Formato Ver Ayuda
08:27 a.m. 12/01/2011awstats
# If you remove this file, a
# Position (offset in bytes)
# direct I/O access. If you
# also remove completely the
# update).
BEGIN_MAP 27
POS_GENERAL 1864
POS_TIME 2521
POS_VISITOR 6812
POS_DAY 9316
POS_DOMAIN 3207
POS_LOGIN 3437
POS_ROBOT 3592
POS_WORMS 4024
POS_EMAILSENDER 4155
POS_EMAILRECEIVER 4298
POS_SESSION 10064
POS_SIDER 10253
POS_FILETYPES 4433
POS_OS 4557
POS_BROWSER 4697
POS_SCREENSIZE 4908
POS_UNKNOWNREFERER 4982
POS_UNKNOWNREFERERBROWSER 52
POS_ORIGIN 5342
POS_SEREFERRALS 5479
POS_PAGEREFS 5640
POS_SEARCHWORDS 5984
POS_KEYWORDS 6136
POS_MISC 2184
POS_ERRORS 6195
POS_CLUSTER 3293
POS_SIDER_404 6296
END_MAP

```

```
# LastLine = Date of last
# FirstTime = Date of first
# LastTime = Date of last
# LastUpdate = Date of last
# TotalVisits = Number of visits
# TotalUnique = Number of unique visitors
# MonthHostsKnown = Number of known hosts for month
# MonthHostsUnknown = Number of unknown hosts for month
BEGIN_GENERAL 8
LastLine 20100201051304 1 0
FirstTime 0
LastTime 20100131134700
LastUpdate 20100202031227 1
TotalVisits 91
TotalUnique 60
```

  |

Resumen por meses										
Mes	Media diaria				Totales mensuales					
	Accesos	Archivos	Páginas	Visitas	Clientes	KBytes	Visitas	Páginas	Archivos	Accesos
<a href="#">Oct 2010</a>	80	56	10	8	28	672	25	31	168	240
<a href="#">Sep 2010</a>	129	90	15	10	305	10500	302	474	2729	3876
<a href="#">Ago 2010</a>	118	82	12	7	180	9919	233	386	2570	3670
<a href="#">Jul 2010</a>	127	79	12	7	159	9391	230	397	2472	3938
<a href="#">Jun 2010</a>	164	108	16	9	205	12307	280	493	3251	4920
<a href="#">May 2010</a>	88	65	8	6	134	7168	187	272	2021	2757
<a href="#">Abr 2010</a>	97	69	12	7	158	7878	216	368	2084	2913
<a href="#">Mar 2010</a>	95	65	13	9	152	7766	284	430	2024	2975
<a href="#">Feb 2010</a>	84	65	10	6	140	6707	185	289	1835	2358
<a href="#">Ene 2010</a>	72	49	8	4	105	5977	150	261	1532	2243
<a href="#">Dic 2009</a>	77									

og  
ord

# Medición por Tags



**Los Tags** son pequeñas partes de código javascript que se colocan dentro de una página web y envían información a un servidor que la procesa y la transforma en data relevante

**Javascript** es un lenguaje de programación que permite a los desarrolladores crear acciones en sus páginas web

# Algunas diferencias entre Log Vs Tags

## LOGS

- Se necesita un software para mostrar la data
- Dependiendo del volumen de data el software se puede demorar horas en procesar la data
- Poca flexibilidad para manejar la data

## TAGS

- Las herramientas de tags cuenta con un panel para mostrar la data
- Gran flexibilidad para manejar data
- Se puede procesar la data en poco tiempo y en algunos casos en tiempo real

*«Lo que no puede ser medido no  
puede ser mejorado»*

# Definir Metodología





Los primeros pasos.....



# Visitante o visitante único

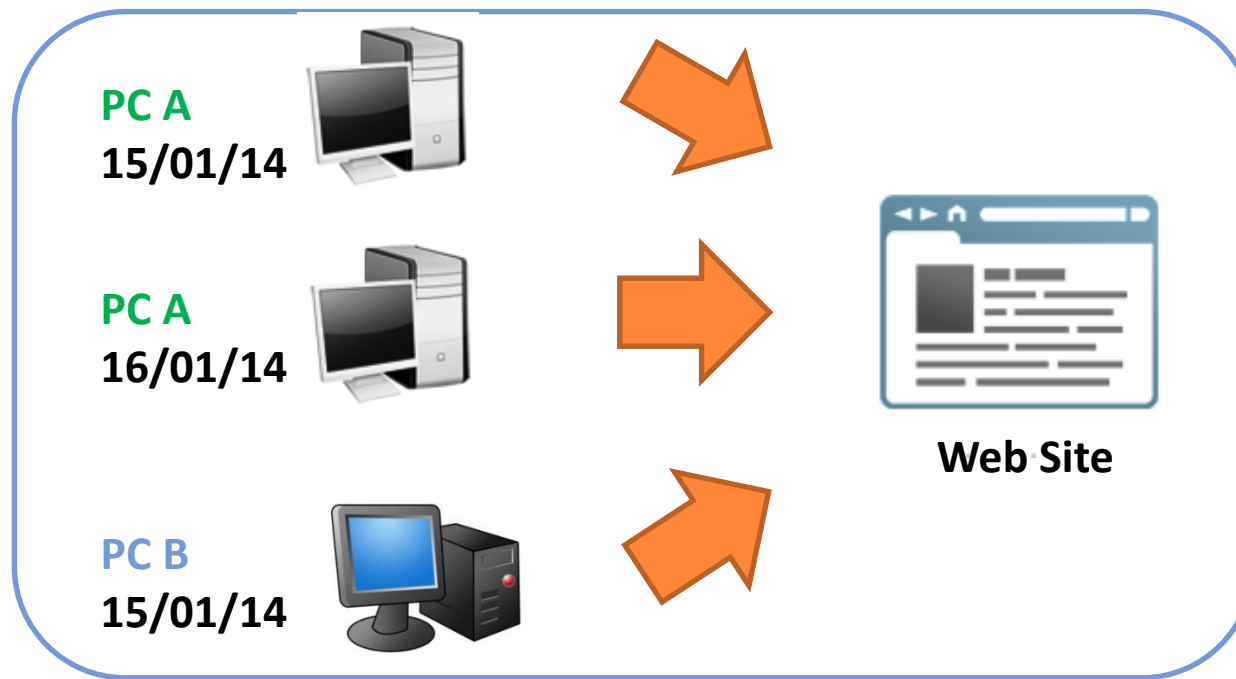
Se considera a un visitante único cuando una persona usa un navegador y visita un Web Site en un determinado período de tiempo.



**3 visitantes únicos**

# Sesión o visitas

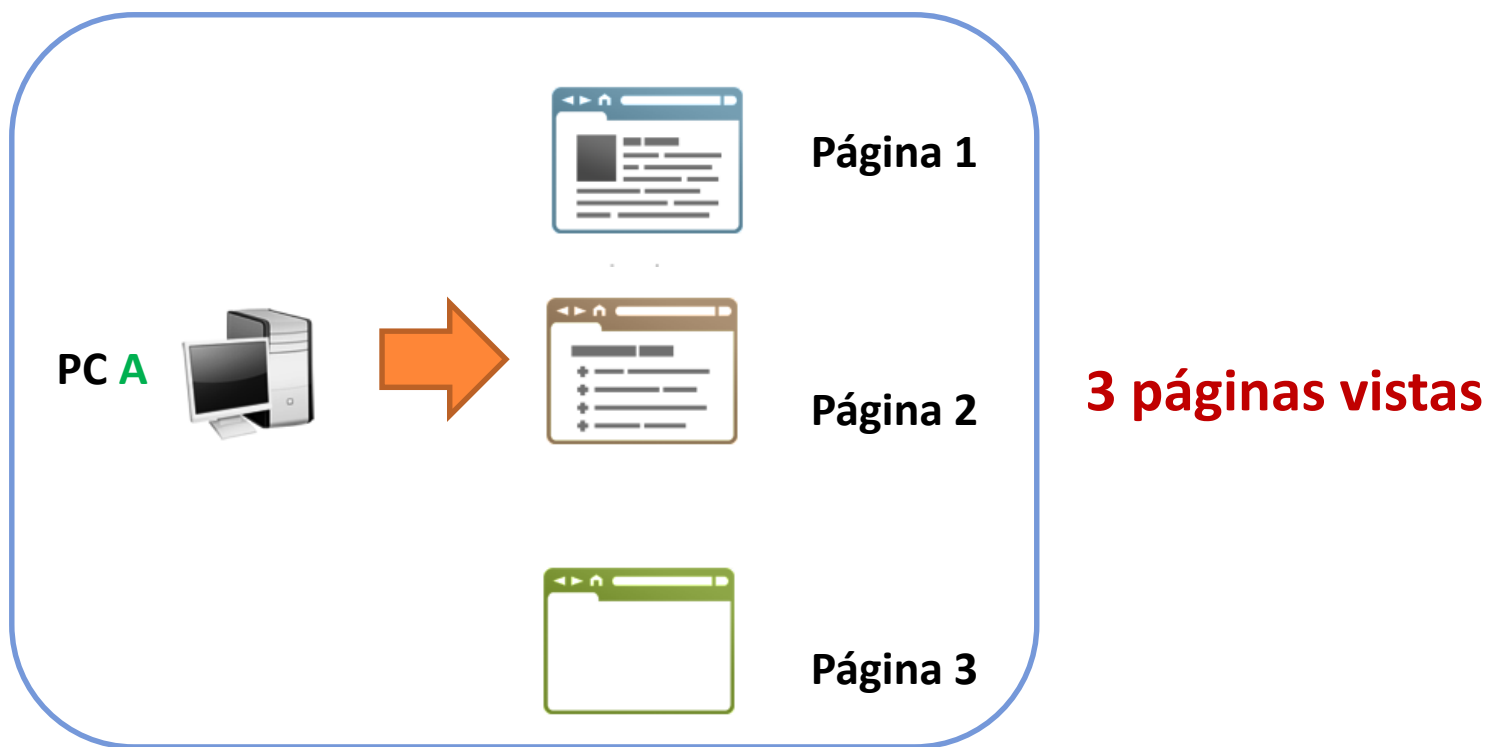
Cantidad de veces que un visitante único ingresa a un Web Site en un período de tiempo.



**3 sesiones**  
**2 visitantes**  
**únicos**

# Páginas vistas

Como su nombre lo dice son las páginas que se han visto de nuestro Site.



# Páginas vistas

Los archivos de Word, PPT y PDF también se puede considerar como páginas vistas.

PC A



Página 1



Página 2



Página 3

**3 páginas vistas**

# Porcentaje de rebote



Es cuando un usuario ingresa a una sola página y se retira sin realizar ninguna acción. Esto nos permite saber si estamos llevando a los visitantes correctos y si nuestras páginas «enganchan» al visitante.

# Porcentaje de rebote

Sin embargo existe una excepción. En los Blogs y portales normalmente se lee el artículo y el visitante se va sin hacer nada más. En realidad ya cumplió lo que queríamos pero no hay como medirlo.





# Evita errores comunes





# No etiquetar adecuadamente



Cuanto más grande es un **Sitio Web**, se tienen mayores problemas para colocar el código de seguimiento, por ello debe revisarse que todas las páginas que deseamos medir cuentan con el código.

# Sitio Web en Flash



# Algunas herramientas...

StatCounter



Google  
Analytics

 Alexa

 *prom*  
perú

# Análisis cuantitativo



La función de estas herramientas es decirnos el Qué:

- Qué sección fue la más vista.
- Qué productos se compraron.
- Qué visitantes vinieron de donde, etc.

Ejemplo: Google Analytics, Omniture, DigitalAnalytix

# Análisis cualitativo:

El análisis cualitativo nos permite saber el **¿Por qué?** de lo que sucede en nuestro Sitio Web.



¿Cómo sabes si las páginas más vistas de tu Sitio Web son lo que ellos realmente quieren ver?

Un producto puede ser el más visto de tu Site pero nadie compra **¿Por qué?**

**Ejemplo:** Herramientas de encuestas, testing

# Análisis Competitivo



- Si no podemos compararnos con el resto es difícil saber si estamos bien, regular o mal.
- El Análisis competitivo nos permite saber –de manera ética- **qué otra cosa** están haciendo mis competidores.

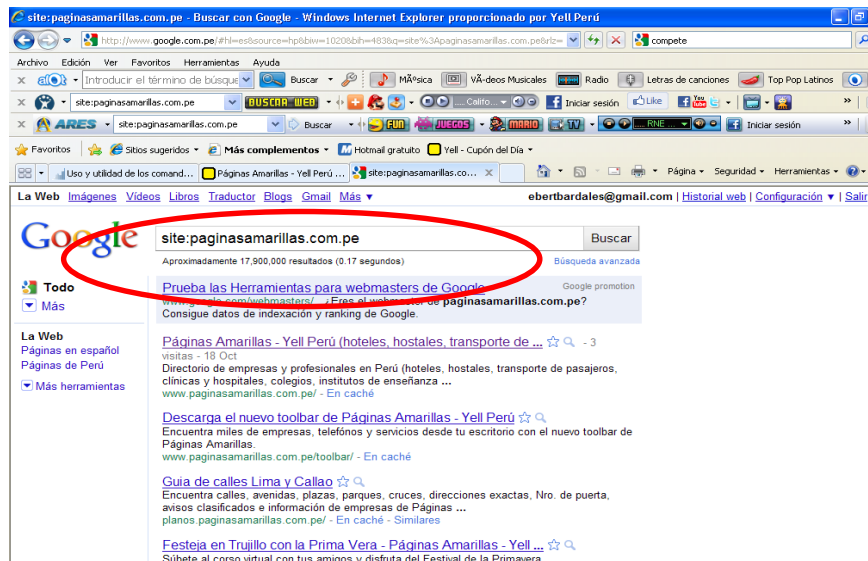
Ejemplo: Google Trends, Alexa



# Uso de operadores de búsqueda

## El operador **site:**

Sirve para obtener la cantidad de páginas indexadas en el buscador para un determinado sitio web.



¡Momento de  
la conversión!





# 1. Define







Depura lo que no sirve

**Por ello utiliza escoge sólo las métricas que son importantes para tu negocio.**

Elige sólo 3 o 4 métricas. Quita lo que *es bueno saber* por lo que *es vital saber*.

Las métricas deben ser:

- 1.Simples
- 2.Relevantes
- 3.A tiempo
- 4.Accionables





Segmenta

# Cuando ya tengas tus métricas –y sólo cuando las tengas- es momento de segmentar.

Algunas ideas de segmentación:

- Por fuente de adquisición (SEO, PPC, Banners, etc)
- Visitantes nuevos vs recurrentes
- Visitantes registrados vs no registrados
- Secciones: Categoría, Detalle de producto, etc



### 3. Analiza

Como se mencionó anteriormente las métricas cuantitativas sólo nos brinda el **qué**. Es nuestro trabajo averiguar el **por qué**.

Para ello, piensa en todas las variables que influyen en tus indicadores.





**4. Toma acción: Prioriza y cambia!**



A roll of yellow measuring tape is shown, partially unrolled, resting on a wooden surface. The tape features black markings and numbers, including '13', '14', and '15'. The background is blurred, showing a workshop or storage area with shelves.

**5. Mide nuevamente: Mejora  
o elimina**



**Repite el proceso de manera  
constante**

Gracias