



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

Alexis Reategui

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 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.

PC A
15/01/14



PC A
16/01/14



PC B
15/01/14

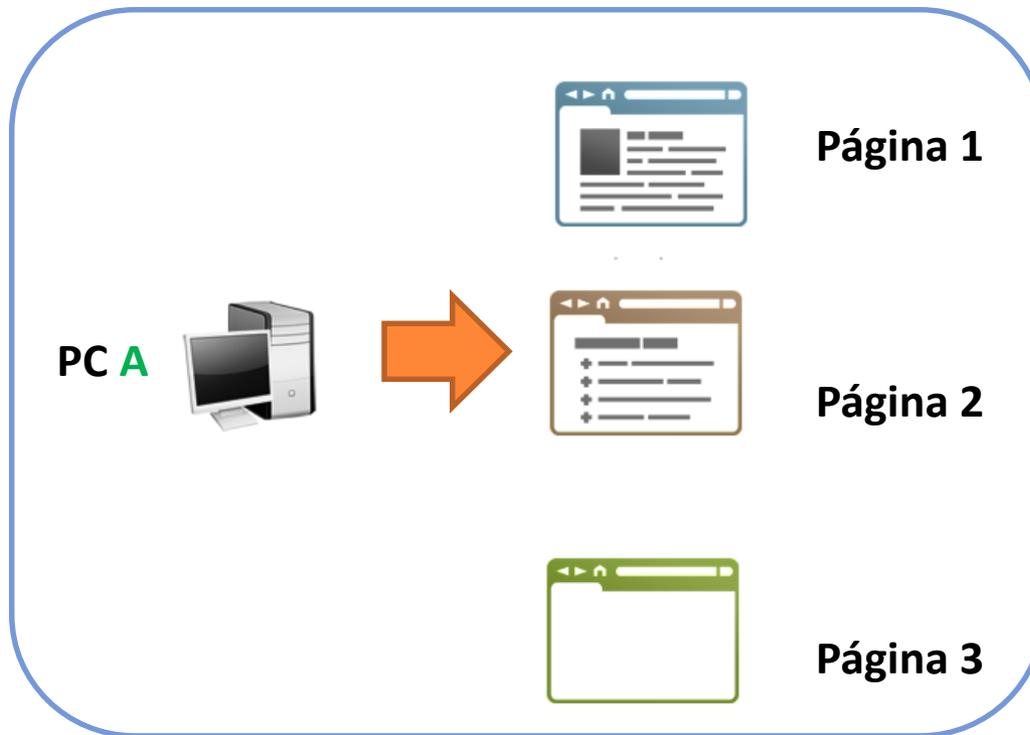


Web Site

3 sesiones
2 visitantes
únicos

Páginas vistas

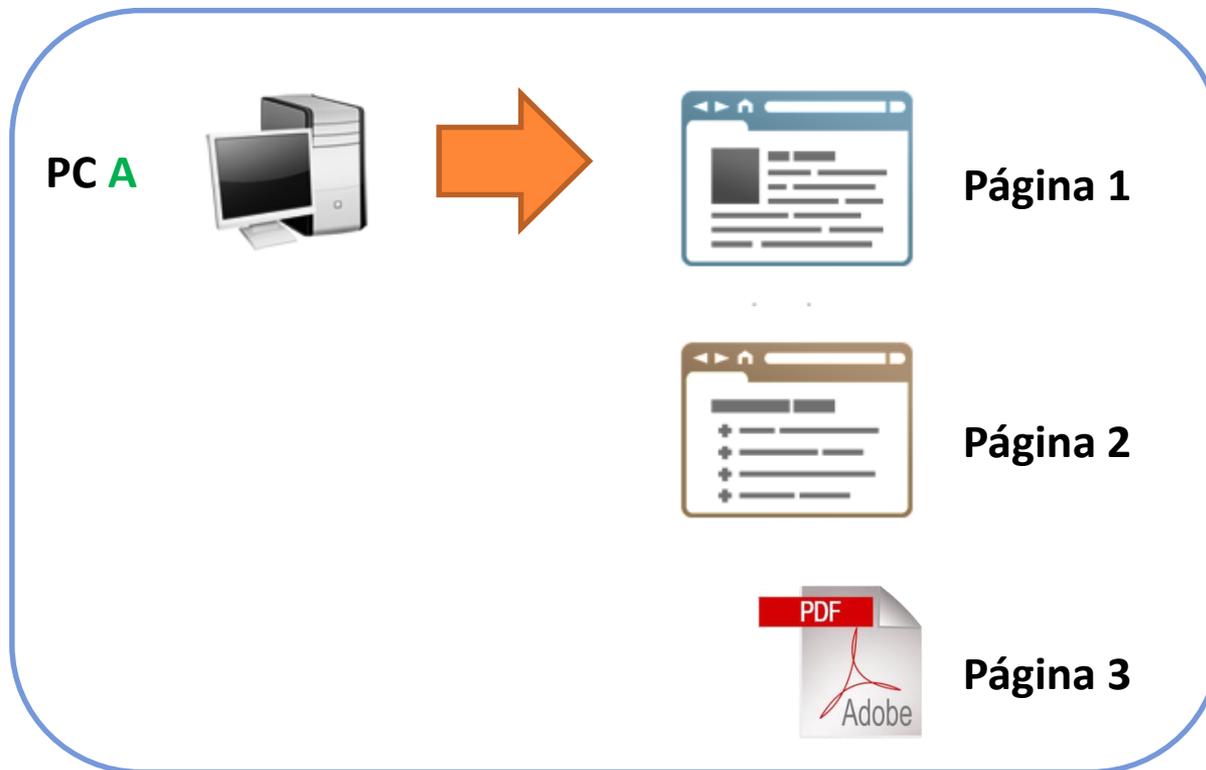
Como su nombre lo dice son las páginas que se han visto de nuestro Site.



3 páginas vistas

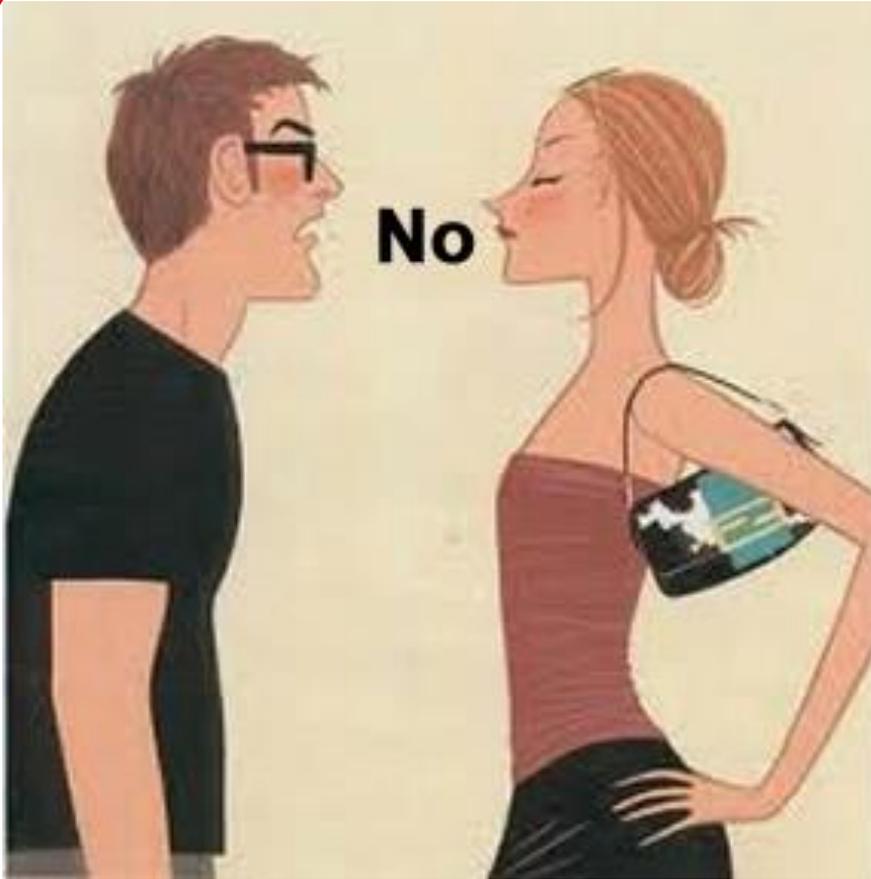
Páginas vistas

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



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.

Llegué



Me fui

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



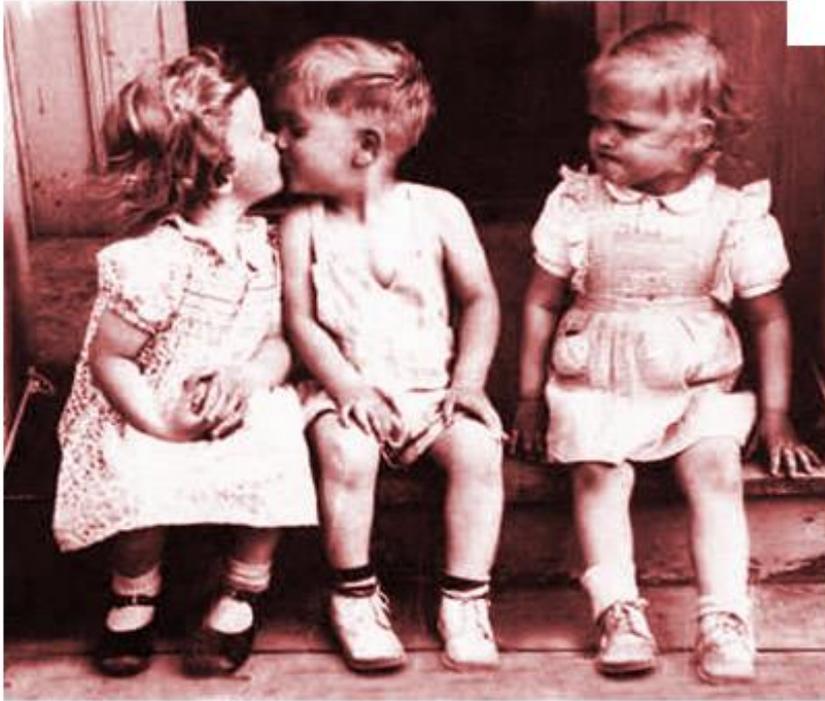
La función de estas herramientas es decirnos el Qué:

- 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



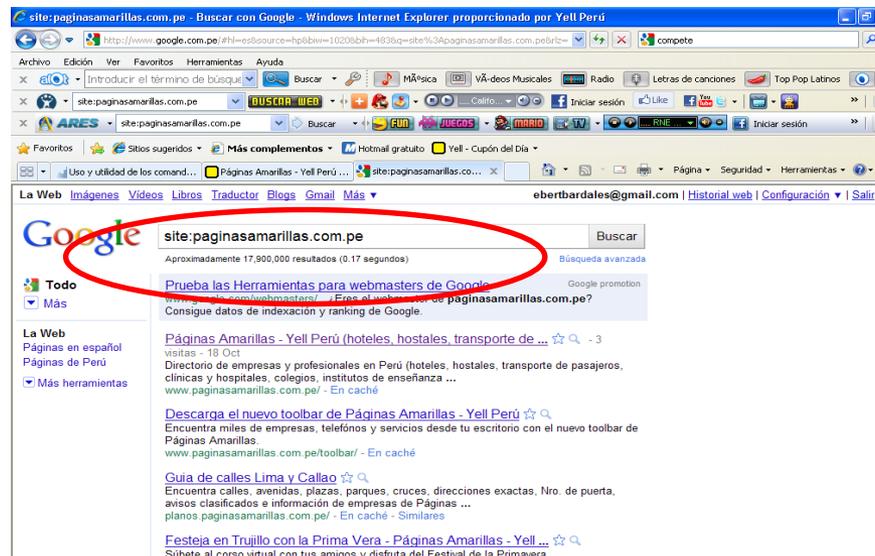
- Si no podemos compararnos con el resto es difícil saber si estamos bien, regular o mal.
- El Análisis competitivo nos permite saber –de manera ética- **qué otra cosa** están haciendo mis competidores.

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

A wide-angle photograph of a dirt road junction in a rural, open landscape. The road splits into two paths leading towards the horizon. In the center, a tall wooden utility pole stands with power lines extending across the sky. The background features rolling hills and mountains under a blue sky with scattered white clouds. The overall scene is desolate and expansive.



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

ANALYZES

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 tape with a ruler scale and numbers 13, 14, and 15. The tape is unrolled slightly, showing the texture of the material. The numbers are printed in black ink. The background is blurred, showing what appears to be a wooden surface and some other objects.

5. Mide nuevamente: Mejora o elimina



**Repite el proceso de manera
constante**

Gracias