



# MASTERCLASS

## Las 5 métricas más importantes en Google Analytics

“



# Soy David Navarro

Consultor SEO en **Webpositer**  
we seo

# Las 5 métricas más importantes en Google Analytics

Conceptos previos

□ ¿Qué es una métrica?

Es una medida cuantitativa.

Ejemplo:

*Nº de visitas a nuestra página web.*

□ ¿Qué es un KPI?

Es un indicador de calidad de nuestro negocio.

Ejemplo:

*Nº de clics que hacen nuestros visitantes en los anuncios de nuestros clientes.*

□ ¿Qué es la monitorización?

Controlar el desarrollo de una acción.

Ejemplo:

*Evolución del número de clics que hacen nuestros visitantes en los anuncios de nuestros clientes.*

# Las 5 métricas más importantes en Google Analytics

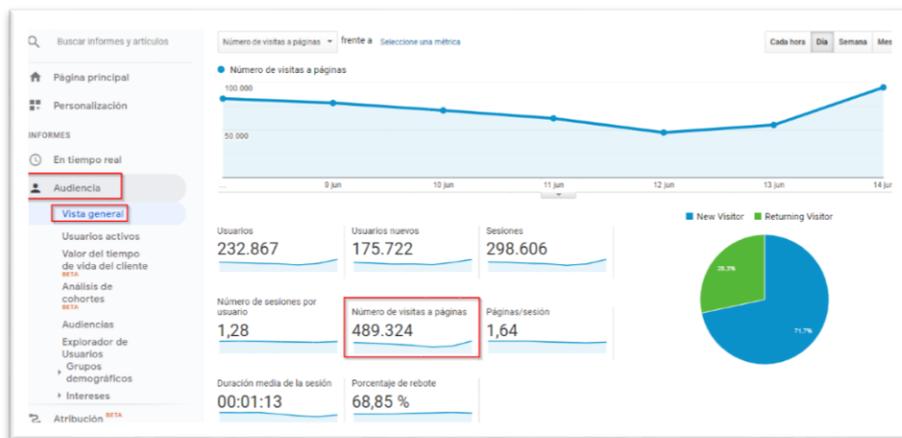
1. Número de visitas

# 1

El **número de visitas** es la métrica que contabiliza el número de veces que los usuarios visitan una página (URL).

*Importante: se contabilizan las visitas repetidas a una misma página.*

¿Cómo puedo saber el número de visitas de mi proyecto?



- Audiencia → Vista General → **Número de visitas a páginas**

# Las 5 métricas más importantes en Google Analytics

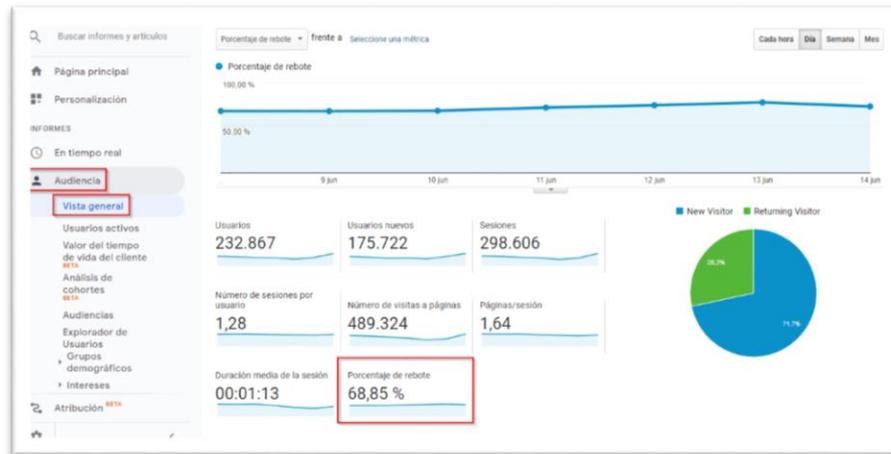
## 2. Tasa de Rebote

# 2

La **tasa de rebote** o porcentaje de rebote es la métrica que contabiliza el porcentaje de sesiones de una sola página en la que no se realiza ninguna interacción.

*Importante: **NO** siempre un porcentaje alto, es negativo*  
(Doc. Oficial: <https://support.google.com/analytics/answer/1009409?hl=es>).

¿Cómo puedo saber el porcentaje de rebote de mi proyecto?



- Audiencia → Vista General → **Porcentaje de rebote**

# Las 5 métricas más importantes en Google Analytics

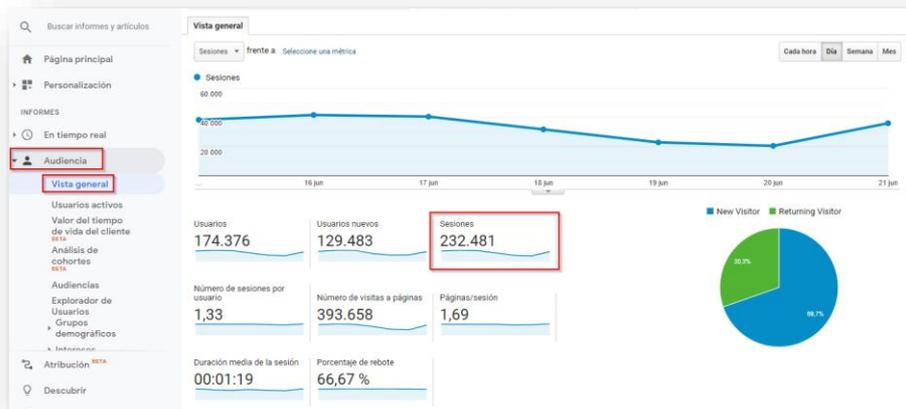
## 3. Número de Sesiones

# 3

El **número de sesiones** es el total de sesiones que se han realizado los usuarios en un determinado tiempo.

*Importante: La **sesión** es el periodo de tiempo donde un usuario realiza ciertas acciones o interacciones en nuestro proyecto.*

¿Cómo puedo saber el número de sesiones de mi proyecto?



- Audiencia → Vista General → **Sesiones**

# Las 5 métricas más importantes en Google Analytics

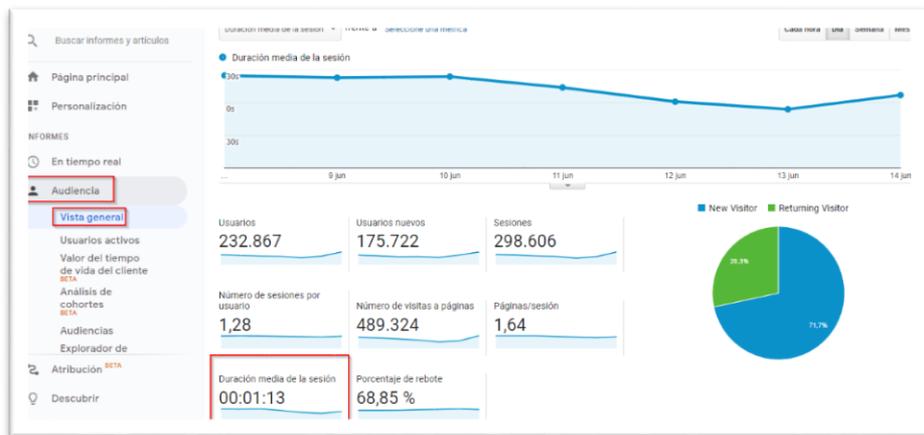
4. Tiempo de permanencia

# 4

El **tiempo de permanencia** o duración media de la sesión es la media de tiempo que permanecen los usuarios interactuando en una o varias páginas de nuestro proyecto.

*Importante: un tiempo de permanencia corto no tiene por qué ser negativo. **Depende del tipo de contenido.***

¿Cómo puedo saber el tiempo de permanencia de mi proyecto?



- Audiencia → Vista General → **Duración media de la sesión**

# Las 5 métricas más importantes en Google Analytics

## 5. Fuentes de tráfico

# 5

Las **fuentes de tráfico** son las vías por las que los usuarios entran en nuestro proyecto

*Disponemos de 5 canales normalmente (Organic Search, Direct, Referral, Social y Other)*

¿Cómo puedo saber las diferentes fuentes de tráfico de mi proyecto?

Default Channel Grouping	Adquisición			Comportamiento		
	Usuarios ↓	Usuarios nuevos	Sesiones	Porcentaje de rebote	Páginas/sesión	Duración media de la sesión
	325 % del total: 100,00 % (325)	296 % del total: 100,00 % (296)	378 % del total: 100,00 % (378)	15,08 % Media de la vista: 15,08 % (0,00 %)	3,11 Media de la vista: 3,11 (0,00 %)	00:01:29 Media de la vista: 00:01:29 (0,00 %)
<input type="checkbox"/> 1. Paid Search	212 (64,65 %)	199 (67,23 %)	232 (61,38 %)	20,69 %	2,90	00:01:18
<input type="checkbox"/> 2. Organic Search	77 (23,26 %)	63 (21,28 %)	97 (25,66 %)	5,15 %	3,37	00:01:47
<input type="checkbox"/> 3. Direct	27 (8,16 %)	22 (7,43 %)	33 (8,73 %)	12,12 %	3,91	00:02:09
<input type="checkbox"/> 4. Social	9 (2,72 %)	9 (3,04 %)	9 (2,38 %)	0,00 %	2,22	00:00:52
<input type="checkbox"/> 5. Referral	5 (1,51 %)	2 (0,68 %)	6 (1,59 %)	0,00 %	4,00	00:00:54
<input type="checkbox"/> 6. (Other)	1 (0,30 %)	1 (0,34 %)	1 (0,26 %)	0,00 %	2,00	00:00:54

• Adquisición → Todo el tráfico → **Canales**

# 5

**1. Organic Search** → tráfico proveniente de buscadores (Google, Bing, Yahoo, DuckDuckGo, Yandex, etc...)

**2. Direct** → tráfico proveniente directamente hacia nuestro proyecto (*poner en la barra del navegador la URL [www.example.com](http://www.example.com)*)

**3. Referral** → tráfico proveniente de otros proyecto web. (*[www.example.com](http://www.example.com) ha puesto en una pagina de su proyecto un enlace hacia nuestro proyecto*).

**4. Social** → tráfico proveniente de las RRSS (*Facebook, Pinterest, Instagram, etc...*)

**5. Other** → tráfico proveniente de otros canales que Google Analytics no es capaz de interpretar. (*p.e. emails mal etiquetados*)

# KPIs más importantes en Google Analytics

Dependen del proyecto



## Recordatorio KPI

- *Es un indicador de calidad de nuestro negocio.*



Existen tantos KPIs como se necesiten pero...

## **CUIDADO CON LA INFOXICACIÓN**

*Es mejor tener 3 KPIs de negocio que podamos monitorizar y analizar correctamente que 5 sin poder monitorizar y analizar.*

## Ejemplos de KPIs

- KPI Tienda de Ropa:

*Tasa de conversión por encima del 5% en 28 días.*



- KPI Blog de Viajes:

*Número de clics en enlaces de afiliado de Booking en 15 días.*



- KPI Web de Noticias:

*Número de clics en los anuncios de nuestros clientes en un mes.*



# Las 3 Claves del Éxito de la Analítica Web



## Clave 1

- *¿Qué quiero medir y por qué?*

“

## Clave 2

- *¿Qué implica en mi negocio dicha métrica?*



## Clave 3

- *Evolución a lo largo del tiempo.*



**¡GRACIAS POR ASISTIR!**