



COMM02. Analítica web.

Sku: PS_COMM02

Horas: 40

Formato: HTML

OBJETIVOS

- Identificar los conceptos básicos de la analítica web, sus métricas y distintas fases, como parte de la estrategia digital de una empresa.
- Aplicar las principales herramientas de medición y analítica para poder determinar cuál usar en cada proyecto según el tipo de datos que se obtiene de cada una de ellas.
- Clasificar, interpretar y poner en valor los datos recogidos por las diferentes herramientas para extraer información válida de los mismos y finalmente tomar decisiones basadas en datos.

CONTENIDOS

- **Unidad 1. Introducción a la analítica web.**
 - Conocimientos / capacidades cognitivas y prácticas
 - Comprensión de los conceptos clave de la analítica web
 - Importancia de la medición y su aplicación
 - Relevancia del análisis de los datos
 - Identificación de los diferentes tipos de métricas y conceptos clave
 - Tipología de las Métricas y definiciones
 - Definición de KPI (Key Performance Indicator)
 - Identificación de las fases del proceso de la analítica web
 - Fase 1. Establecimiento de estrategia
 - Fase 2. Selección de herramientas
 - Fase 3. Implementación
 - Fase 4. Análisis y toma de resultados
 - Habilidades de gestión, personales y sociales
 - Concienciación sobre la importancia y necesidad de utilizar la analítica web dentro de la estrategia global de una empresa.

- Planificación del trabajo y toma de decisiones basadas en el análisis e interpretación de los datos.
 - Valoración de las ventajas que supone el conocimiento del dato de los clientes en el marco de la estrategia global de la empresa.
- **Unidad 2. Herramientas de analítica web.**
 - Conocimientos / capacidades cognitivas y prácticas
 - Configuración, implementación y recogida de datos con Google Analytics
 - Ficha de la herramienta
 - Interfaz
 - Creación de informes
 - Procesamiento y recogida de datos
 - Técnicas de análisis avanzados
 - Remarketing y otras herramientas avanzadas
 - Configuración, implementación y recogida de datos con Hotjar, Smartlook y Yandex Métrica
 - Fichas de las herramientas
 - Interfaz y configuración
 - Procesamiento y recogida de datos
 - Configuración, implementación y recogida de datos con Google Tag Manager
 - Ficha de la herramienta
 - Interfaz: cuentas, contenedores y etiquetas.
 - Habilidades de gestión, personales y sociales
 - Desarrollo de la capacidad analítica y multitarea.
 - Puesta en valor de la importancia de seleccionar la herramienta correcta, para garantizar el éxito del proyecto a desarrollar.
 - Orientación al detalle pero sin perder el contexto de trabajo y la visión global del proyecto a implementar.
- **Unidad 3. Medición, análisis e interpretación de datos.**
 - Conocimientos / capacidades cognitivas y prácticas
 - Configuración de filtros y dimensiones de datos
 - Uso de filtros para aislar y/o poner en valor los datos de interés
 - Determinar comportamientos en determinados nichos de mercado
 - Comportamiento de los usuarios a través del seguimiento de eventos
 - Definición de eventos
 - Configuración del seguimiento de eventos
 - Identificación de los diferentes comportamientos de los usuarios
 - Aplicación de la segmentación y gestión de audiencias
 - Identificar cómo llevar a cabo la labor de segmentación
 - Uso de la gestión y análisis de audiencias
 - Uso de remarketing para la realización de campañas publicitarias
 - Qué es Conceptos y fundamentos del remarketing
 - Aplicación de la Ley de Cookies y reglamento general de protección de datos (RGPD)
 - Habilidades de gestión, personales y sociales

- Interés por buscar, explorar y querer siempre mejorar y optimizar el trabajo.
- Concienciación de la importancia de aplicar correctamente la interpretación y toma de decisiones basadas en datos.