INTRODUCCIÓN A LA ANALÍTICA DIGITAL

CÓDIGO	AUTOR	DURACIÓN ESTIMADA	NIVEL DE FORMACIÓN
11B05C02	Yago González	12 h	Medio/Avanzado

Dirigido a

Profesionales de área de marketing que quieran ampliar su conocimiento sobre Analítica Digital encarando el verdadero núcleo de cualquier proyecto, con un especial énfasis en directores y mandos intermedios de Pymes.

Descripción

Con este contenido de curso profesional el alumno aprenderá el concepto de Analítica Digital, abarcando las métricas habituales, así como su metodología.

COMPETENCIAS

1. Conceptualizar y definir qué es la Analítica Digital para poder valorar su importancia en los distintos tipos de negocio digital.
2. Conocer las métricas habituales y saber la diferencia entre éstas y los KPIs de un negocio para poder poner el foco en las métricas claves que realmente importan a un negocio.
3. Conocer qué es un plan de Analítica Digital y su metodología para tener claro la cronología, el coste en recursos y los beneficios que aporta a una organización.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN (Objetivos)

1. Saber indicar los objetivos de un site y como contribuyen a los objetivos de la empresa.
2. Seleccionar los KPIs adecuados que definen el éxito de un negocio digital.
3. Saber establecer Objetivos, KPIs, Segmentos, Análisis de situación, Alertas y Reporting.

CONTENIDOS

1. Qué es la Analítica Digital.
    1. Definición de Analítica Digital.
    2. Historia y evolución de la Analítica Digital.
    3. ¿Qué se puede medir en un producto digital?
    4. Tipos de herramientas según la procedencia de los datos.
    5. Evolución de las herramientas Site centric.

6. El ciclo de la Analítica Digital.
7. ¿Por dónde empezar? Por los objetivos de negocio.
8. ¿Por dónde continuar? Por los usuarios.
9. El Analista Digital.

2. Métricas vs KPIs.
    1. ¿Qué es una métrica y qué es un KPI? Diferencias.
    2. Métricas más comunes de la Analítica Digital.
    3. Métricas vs dimensiones. Algunas definiciones más.
    4. KPIs recomendables según el tipo de site.
        4.1 KPIs según el objetivo del producto digital.
        4.2 KPIs según el tamaño de la empresa o plataforma digital.
        4.3 KPIS según la persona a la que van dirigidos.
        4.4 Los KPIS y sus amigas.

3. El plan de Analítica Digital
    1. ¿Qué papel juega la Analítica Digital dentro del canal online de una empresa?
    2. Las herramientas del analista digital.
        2.1 Proceso y metodología para empezar un proyecto de Analítica Digital.
        2.2 La finalidad del proyecto de Analítica Digital.