

CÓDIGO 11B10C03	AUTOR Yago González	DURACIÓN ESTIMADA 25 h	NIVEL DE FORMACIÓN Medio/Avanzado
---------------------------	-------------------------------	----------------------------------	---

Dirigido a

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

Descripción

Con este contenido de curso profesional el alumno aprenderá a elaborar el reporting para Marketing con GA4, así como la elaboración de informes en GA4 de tipo estándar y a medida.

COMPETENCIAS

1. Conocer los informes estándar de GA4 para extraer la información necesaria.
2. Conocer los informes personalizados de GA4 (libres, de embudo y de ruta) para obtener más información de la que te aportan los informes estándar.
3. Conocer los informes de marketing y atribución de GA4 para entender el rendimiento de las campañas.
4. Conocer los datos necesarios, saber extraerlos y convertirlos en información accionable para ayudar a cumplir los objetivos del producto digital.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN (Objetivos)

1. Saber utilizar los informes por defecto de la herramienta.
2. Saber crear informes personalizados.
3. Saber cómo crear un reporting para marketing.
4. Saber extraer la información necesaria que ayude a cumplir los objetivos del producto digital.



CONTENIDOS**Unidad 1: Los informes estándar de GA4**

1. El reporting en GA4
2. Conceptos previos
 - 2.1. Métricas y dimensiones
 - 2.2. Segmentos y comparaciones
 - 2.3. Filtros
 - 2.4. Agrupaciones de contenido.
 - 2.5. User ID y Client ID
3. Grupos de informes estándar
 - 3.1. Informe panorámico
 - 3.2. En tiempo real
 - 3.3. Adquisición
 - 3.4. Interacción
 - 3.5. Monetización
 - 3.6. Retención
 - 3.7. Grupos demográficos
 - 3.8. Tecnología
 - 3.9. Otros grupos de informes

Unidad 2: Los informes a medida de GA4

1. El reporting a medida en GA4
2. Tipos de informes a medida
3. Componentes principales de los informes a medida
 - 3.1. Variables
 - 3.2. Configuración de la pestaña del informe
 - 3.3. El informe
4. Exploración de forma libre
 - 4.1. Ejemplo: informe de Rendimiento de las ventas
5. Exploración de embudo de conversión
 - 5.1. Configuración de la pestaña del informe de embudo
 - 5.2. Ejemplo de informe de embudo
6. Exploración de rutas
 - 6.1. Configuración de la pestaña de informe de ruta
 - 6.2. El informe de ruta
 - 6.3. Ejemplo de informe de ruta
7. Otros informes



Unidad 3: Reporting para Marketing con GA4

1. Google Analytics 4 y el marketing
 - 1.1. Por qué es importante utilizar GA4 en el marketing digital
2. Canales, fuentes, medios y campañas en Google Analytics 4
 - 2.1. Agrupación de Canales
 - 2.2. Etiquetado de campañas
3. Análisis de fuentes de tráfico y campañas de marketing
 - 3.1. Informes de Adquisición
 - 3.2. Informes a medida
 - 3.3. El informe de Páginas de destino
 - 3.4. Dimensiones secundarias
4. Informes de Publicidad
 - 4.1. Informe de Rendimiento
 - 4.2. Informes de Atribución
5. Cross-device

Unidad 4: Obtener información del reporting

1. Saber responder preguntas con los informes
 - 1.1. Consideraciones previas a la hora de extraer información
 - 1.2. Preguntas sobre nuestros usuarios
 - 1.3. Preguntas sobre nuestros canales
 - 1.4. Preguntas sobre lo que ocurre en nuestra web
2. Analizar los datos de comercio electrónico
 - 2.1. Retail media con GA4
3. Conclusiones

