

El reporting en ga4

Modalidad: curso e-Learning Duración: 25 horas

Categorías: Comercio y marketing

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
 - 3.1. 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