

Ga4 avanzado

Modalidad: curso e-Learning Duración: 30 horas

Categorías: Comercio y marketing

OBJETIVOS

1. Conocer los apartados avanzados de la configuración de GA4 y su utilidad.
2. Conocer las funcionalidades avanzadas de GA4 y cómo implementarlas.
3. Conocer cómo se gestiona la privacidad de los usuarios en GA4.
4. Saber crear informes personalizados.
5. Saber cómo crear un reporting para marketing.

CONTENIDOS

Unidad 1: Configuración avanzada de GA4

1. Configuración más allá de lo básico
 - 1.1. Activar Google signals
 - 1.2. Audiencias
 - 1.3. Excluir referencias (referrals)
 - 1.4. Configurar multidominio
 - 1.5. Excluir tráfico interno
 - 1.6. Atribución
2. Integraciones con otras herramientas
 - 2.1. Vinculación con Google Ads
 - 2.2. Vinculación con Google Search Console
 - 2.3. Vinculación con otras herramientas

Unidad 2: Implementación avanzada de GA4

1. Aumentando las posibilidades de GA4
2. Traquear eventos con GA4
 - 2.1. Categorías de eventos
 - 2.2. Parámetros personalizados en eventos
 - 2.3. Crear eventos desde GA4
 - 2.4. Los límites de eventos en GA4
3. Traquear conversiones con GA4
 - 3.1. Conversiones predefinidas
 - 3.2. Conversiones activables
 - 3.3. Crear eventos y marcarlos como conversión
 - 3.4. Probar las conversiones

3.5. Opciones de conversión

4. Traquear comercio electrónico con GA4

4.1. Eventos de comercio electrónico en GA4

4.2. Variables de ecommerce

4.3. Implementación de comercio electrónico con GTM

Unidad 3: Privacidad y consentimiento en GA4

1. La importancia de cuidar la privacidad

2. Conceptos previos

2.1. GDPR

2.1. Datos personales

2.3. Privacy Shield

2.4. Cookies

3. Proceso para cumplir la legalidad

4. Implementación de GA4 cumpliendo la ley de privacidad

4.1. El método fácil.

4.2. El método mejor: Consent mode

5. Configuración de la privacidad

5.1. Período de retención de los datos

5.2. Aceptar el acuerdo de procesamiento de datos

5.3. Google Signals y Google Ads

5.4. Borrar datos de usuarios

6. Textos legales

6.1. Privacidad

6.2. Cookies

Unidad 4: 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 5: 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