



FORMACIÓN ONLINE

Google Analytics 4 para eCommerce

Impulsa tu carrera y aprende con
los mejores profesionales del
sector eCommerce.



Guía Didáctica

Guía Didáctica de Elev8 Your Digital Skills

Descripción de la acción formativa.....	2
Objetivos.....	3
Resumen de Contenidos.....	4
Módulo 01 Introducción Analítica Digital.....	4
Lección 01: Contexto y Conceptos: Google Analytics 4.....	4
Lección 02: Legislación y Cookies.....	4
Lección 03: Modo Consentimientos.....	4
Lección 04: Historia de la Analítica Digital.....	5
Módulo 02 Características y estructura de GA4.....	5
Lección 05: Medición en base a Eventos.....	5
Lección 06: Nueva Herramienta GA4.....	5
Lección 07: Métricas, Dimensiones y Ámbitos.....	5
Módulo 03 Herramientas de Analítica Digital.....	5
Lección 08: Benchmark de Herramientas de Analítica Digital.....	6
Módulo 04 Configuración y Administración GA4.....	6
Lección 09: Gestión y roles de usuarios.....	6
Lección 10: Configuración de la cuenta y flujos de datos.....	6
Módulo 05 Informes Predefinidos.....	6
Lección 11: Presentación de la Interfaz de GA4.....	6
Lección 12: Informe en Tiempo Real y Panorámico.....	6
Módulo 06 Ciclo de Vida.....	7
Lección 13: Informes de Interacción.....	7
Lección 14: Informes de Eventos.....	7
Lección 15: Informes de Retención.....	7
Lección 16: Informes de Adquisición.....	7
Lección 17: Agrupación del Tráfico.....	7
Lección 18: Informes de Monetización.....	7
Módulo 07 Informes de Usuario y Comportamiento.....	7
Lección 19: Informes de Usuario y comportamiento: Atributos y Tecnología.....	8
Módulo 08 Informes de Publicidad.....	8
Lección 20: Informes de Publicidad.....	8
Módulo 09 Biblioteca en GA4.....	8
Lección 21: Biblioteca en Google Analytics 4.....	8
Módulo 10 Informes Personalizados y Exploración.....	8
Lección 22: Formato Libre.....	9
Lección 23: Informes de Exploración de Embudos de Conversión y Segmentos..	9
Lección 24: Informes de Exploración de Rutas de conversión.....	9
Lección 25: Informes de Exploración de Usuarios.....	9
Lección 26: Exploración de Cohortes.....	9
Lección 27: Tiempo de Vida del Cliente.....	9

Descripción de la acción formativa

Nombre del curso: Curso Google Analytics 4 para eCommerce Managers

Modalidad: Teleformación

Número de horas: 36 horas

Duración del curso: 3 meses

Horas de dedicación semanal: 3 horas

Este **curso de Google Analytics 4 para eCommerce** está diseñado para dotar a los profesionales de conocimientos y habilidades prácticas avanzadas en el uso de esta herramienta en entornos de comercio electrónico. Con un enfoque intensivo y altamente aplicado, el curso profundiza en cómo optimizar la captación, análisis y segmentación de datos para maximizar los resultados en ventas online.

A lo largo de las sesiones, se abordarán los temas esenciales de Google Analytics 4, **aplicados a las necesidades específicas de eCommerce**, como la identificación de patrones de comportamiento de los clientes, el análisis de conversiones y la personalización de informes para la toma de decisiones estratégicas.

Al finalizar el curso, los alumnos serán capaces de desarrollar tareas propias de un especialista en Google Analytics 4 para eCommerce. Esto incluye configurar correctamente la herramienta para entornos de comercio electrónico, analizar en profundidad el comportamiento del cliente, crear y personalizar informes avanzados que faciliten la toma de decisiones estratégicas, y aplicar técnicas de segmentación para maximizar la conversión y fidelización de clientes.

Objetivos

A lo largo de este curso, los participantes adquirirán una comprensión integral de Google Analytics 4, abarcando desde conceptos clave de analítica digital hasta técnicas avanzadas para optimizar el rendimiento en entornos de eCommerce.

Los siguientes objetivos reflejan el enfoque práctico y especializado que permitirá a los alumnos desenvolverse con seguridad como especialistas en GA4:

1. **Comprender los conceptos clave de la analítica digital y la legislación:** A través de los temas de introducción a la analítica digital, legislación y manejo de cookies, los alumnos aprenderán los fundamentos de GA4, el impacto de las normativas como el GDPR y la importancia del consentimiento en la recopilación de datos.
2. **Configurar y administrar eficazmente Google Analytics 4:** Los estudiantes aprenderán a gestionar cuentas, establecer roles de usuario y configurar los flujos de datos para asegurar una recolección eficiente de información.

3. **Utilizar informes predefinidos y personalizados para obtener insights:** Dominar la interfaz de GA4 y aprender a interpretar informes en tiempo real, así como crear informes personalizados para analizar datos y optimizar estrategias.
4. **Analizar el comportamiento de los usuarios y optimizar el ciclo de vida:** Medir la interacción, retención y adquisición de usuarios, utilizando herramientas avanzadas como la agrupación de tráfico y el análisis de eventos y monetización.
5. **Evaluar el rendimiento de las campañas publicitarias y rutas de conversión:** Desarrollar la capacidad de analizar informes publicitarios, explorar embudos de conversión y rutas de usuario, y utilizar la segmentación para mejorar el retorno de inversión publicitaria.

Resumen de Contenidos

Los contenidos de esta formación se han dividido en **27 lecciones agrupadas en 10 módulos** en total.

Módulo 01 | Introducción Analítica Digital

Explora los fundamentos de la analítica digital, presentando conceptos clave, como la privacidad y el consentimiento, y explica cómo Google Analytics 4 (GA4) se posiciona como una herramienta de referencia en la industria.

- Comprender la importancia de la analítica digital y su evolución.
- Aprender sobre el impacto de la privacidad y la legislación en el análisis de datos.
- Familiarizarse con los conceptos clave y el enfoque de GA4.

Lección 01: Contexto y Conceptos: Google Analytics 4

Esta lección contextualiza la evolución de la analítica digital y el papel de GA4 como una herramienta clave. Se explican conceptos fundamentales, como la diferencia entre GA4 y Universal Analytics, y el enfoque en la medición basada en eventos en lugar de sesiones.

Lección 02: Legislación y Cookies

Se aborda la importancia de la privacidad y el cumplimiento normativo en la analítica digital. La lección explica cómo manejar cookies y obtener el consentimiento de los usuarios, destacando regulaciones como GDPR y CCPA.

Lección 03: Modo Consentimientos

Aquí se profundiza en el Consent Mode de Google y cómo permite ajustar la recopilación de datos en función del consentimiento del usuario. La lección muestra cómo configurar el Consent Mode para optimizar la medición de conversiones respetando las normativas.

Lección 04: Historia de la Analítica Digital

Se realiza un recorrido por la evolución de las herramientas de análisis web, desde los primeros contadores de visitas hasta las plataformas avanzadas como GA4. La lección destaca los hitos clave que han moldeado el campo de la analítica.

Módulo 02 | Características y estructura de GA4

Aborda las principales características de GA4, incluyendo la medición basada en eventos, su nueva estructura de datos y las diferencias con respecto a Universal Analytics. La lección también explica cómo GA4 proporciona un análisis más detallado y flexible del comportamiento del usuario.

- Aprender sobre la medición basada en eventos y su importancia en GA4.
- Conocer las principales funcionalidades y características de la herramienta.
- Diferenciar GA4 de su predecesor Universal Analytics.

Lección 05: Medición en base a Eventos

Se explica cómo en GA4 todos los datos se miden como eventos, lo que permite un análisis más granular del comportamiento del usuario. La lección detalla los tipos de eventos (automáticos, recomendados y personalizados) y su implementación.

Lección 06: Nueva Herramienta GA4

Una introducción a las funciones nuevas y mejoradas en GA4, incluyendo la capacidad de análisis predictivo, la integración con BigQuery y los informes personalizables. Se hace hincapié en cómo GA4 facilita el seguimiento del comportamiento del usuario en múltiples dispositivos.

Lección 07: Métricas, Dimensiones y Ámbitos

Se profundiza en los conceptos de métricas, dimensiones y ámbitos, explicando cómo se utilizan para analizar los datos en GA4. La lección también aborda las diferencias entre Universal Analytics y GA4 en cuanto a la estructura de los datos.

Módulo 03 | Herramientas de Analítica Digital

Compara GA4 con otras herramientas del mercado para destacar sus ventajas y limitaciones. Proporciona una guía para seleccionar la herramienta adecuada según el contexto y los requisitos del negocio.

- Evaluar las fortalezas y debilidades de GA4 frente a otras herramientas.
- Entender los factores que influyen en la selección de herramientas de analítica.
- Aprender a realizar un benchmark efectivo entre distintas plataformas.

Lección 08: Benchmark de Herramientas de Analítica Digital

Esta lección compara GA4 con otras herramientas de análisis de datos, como Adobe Analytics y Matomo. Se examinan sus características, facilidades de uso y costo, proporcionando una guía para elegir la herramienta más adecuada según las necesidades del negocio.

Módulo 04 | Configuración y Administración GA4

Enfocado en la configuración de cuentas, roles de usuario, y flujos de datos en GA4. Explica cómo establecer una estructura adecuada para recopilar y gestionar datos de manera eficiente y segura.

- Configurar cuentas y gestionar permisos de usuario en GA4.
- Establecer flujos de datos adecuados para la recopilación de información.
- Optimizar la administración de la plataforma para facilitar el análisis de datos.

Lección 09: Gestión y roles de usuarios

Explica cómo configurar roles y permisos en GA4, gestionando quién puede acceder a la información y realizar cambios en la configuración. La lección incluye ejemplos prácticos para asignar roles de administrador, editor, analista, entre otros.

Lección 10: Configuración de la cuenta y flujos de datos

Detalla los pasos para configurar una cuenta de GA4 y establecer los flujos de datos necesarios para recopilar información de diferentes fuentes, como sitios web y aplicaciones móviles.

Módulo 05 | Informes Predefinidos

Presenta la interfaz de GA4 y los informes predefinidos que la plataforma ofrece. Los alumnos aprenden a interpretar los datos de estos informes para obtener insights relevantes sobre el rendimiento de un sitio web o aplicación.

- Navegar y utilizar la interfaz de GA4 con eficacia.
- Interpretar los informes predefinidos para extraer información útil.
- Aprender a monitorear los datos en tiempo real.

Lección 11: Presentación de la Interfaz de GA4

Una introducción a la interfaz de usuario de GA4, cubriendo las secciones principales, como el panel de control, los informes predefinidos y la sección de exploración. La lección muestra cómo navegar por la plataforma y acceder a las funciones clave.

Lección 12: Informe en Tiempo Real y Panorámico

Se enfoca en cómo utilizar los informes en tiempo real para monitorear la actividad de los usuarios en el momento en que sucede. La lección explica cómo identificar picos de tráfico, detectar problemas y reaccionar rápidamente a situaciones específicas.

Módulo 06 | Ciclo de Vida

Enfocado en el análisis del ciclo de vida del usuario, este bloque enseña a utilizar informes que cubren la adquisición, interacción, retención y monetización de los usuarios. El objetivo es entender el recorrido del cliente y optimizar cada etapa.

- Analizar el comportamiento del usuario a lo largo de su ciclo de vida.
- Identificar oportunidades para mejorar la retención y monetización.
- Optimizar las estrategias de adquisición basadas en los datos.

Lección 13: Informes de Interacción

Analiza cómo los usuarios interactúan con el contenido del sitio o la aplicación, proporcionando información sobre las páginas vistas, la duración de las sesiones y los eventos activados.

Lección 14: Informes de Eventos

Ofrece una vista detallada de los eventos que los usuarios activan en el sitio, tales como clics, descargas o reproducciones de videos. La lección enseña a configurar y utilizar eventos personalizados.

Lección 15: Informes de Retención

Muestra cómo medir la lealtad de los usuarios y la retención a lo largo del tiempo, lo que es clave para evaluar el valor de los usuarios recurrentes y diseñar estrategias de fidelización.

Lección 16: Informes de Adquisición

Explica cómo analizar las fuentes de tráfico y evaluar su efectividad en la captación de nuevos usuarios. La lección detalla cómo identificar las mejores fuentes de adquisición y optimizar las campañas.

Lección 17: Agrupación del Tráfico

Detalla cómo agrupar y clasificar las fuentes de tráfico para un análisis más preciso, utilizando parámetros como fuente, medio y campaña.

Lección 18: Informes de Monetización

Enfocado en la medición de ingresos y conversiones, este informe permite rastrear el rendimiento económico del sitio o la aplicación.

Módulo 07 | Informes de Usuario y Comportamiento

Explora los informes relacionados con las características y el comportamiento de los usuarios. Este bloque permite a los alumnos segmentar audiencias y personalizar estrategias de marketing basadas en datos demográficos y de comportamiento.

- Analizar las características demográficas y tecnológicas de los usuarios.

- Comprender el comportamiento del usuario y sus interacciones.
- Utilizar los insights para personalizar campañas y mejorar la experiencia de usuario.

Lección 19: Informes de Usuario y comportamiento: Atributos y Tecnología

Analiza las características demográficas y tecnológicas de los usuarios, proporcionando información sobre su ubicación, dispositivos utilizados y comportamiento.

Módulo 08 | Informes de Publicidad

Este bloque aborda la medición y optimización de campañas publicitarias, incluyendo el análisis de la atribución y la efectividad de los diferentes canales. Los estudiantes aprenden a evaluar el impacto de las campañas y a tomar decisiones para mejorar el retorno de la inversión.

- Evaluar el rendimiento de las campañas publicitarias.
- Comprender la atribución y las rutas de conversión.
- Optimizar las estrategias publicitarias en función de los datos.

Lección 20: Informes de Publicidad

Evalúa el impacto de las campañas publicitarias y la efectividad de las estrategias de marketing. La lección cubre el análisis de la atribución y las rutas de conversión.

Módulo 09 | Biblioteca en GA4

Enseña a utilizar la biblioteca para organizar y acceder fácilmente a informes personalizados y paneles en GA4. La biblioteca permite personalizar el entorno de trabajo y mejorar la eficiencia en la gestión de datos.

- Organizar informes y paneles personalizados para un acceso rápido.
- Utilizar la biblioteca para mejorar la productividad.
- Personalizar el entorno de trabajo según las necesidades del análisis.

Lección 21: Biblioteca en Google Analytics 4

Enseña a organizar y acceder a informes personalizados, paneles y otros elementos analíticos, utilizando la biblioteca para mejorar la eficiencia en la gestión de datos.

Módulo 10 | Informes Personalizados y Exploración

Aborda la creación de informes personalizados y el uso de herramientas de exploración avanzadas. Los alumnos aprenden a adaptar los análisis a necesidades específicas y a profundizar en los datos para obtener insights más detallados.

- Crear informes personalizados y adaptados a las necesidades del negocio.
- Utilizar herramientas de exploración para un análisis más profundo.
- Optimizar la toma de decisiones basada en datos detallados.

Lección 22: Formato Libre

Introduce la creación de informes personalizados desde cero, utilizando las opciones de formato libre para adaptar los análisis a necesidades específicas.

Lección 23: Informes de Exploración de Embudos de Conversión y Segmentos

Explica cómo analizar los embudos de conversión y la segmentación avanzada para identificar cuellos de botella y oportunidades de mejora.

Lección 24: Informes de Exploración de Rutas de conversión

Ofrece una visión detallada de las rutas que los usuarios siguen antes de completar una conversión, permitiendo optimizar el recorrido del cliente.

Lección 25: Informes de Exploración de Usuarios

Se centra en el análisis detallado del comportamiento de los usuarios, ayudando a comprender sus patrones de navegación y su interacción con el contenido.

Lección 26: Exploración de Cohortes

Enseña a segmentar grupos de usuarios en función de su comportamiento a lo largo del tiempo, facilitando el análisis de la retención y la fidelización.

Lección 27: Tiempo de Vida del Cliente

Muestra cómo calcular el valor del cliente a lo largo de su ciclo de vida y cómo usar esta información para optimizar las estrategias de marketing y retención.



¿Hablamos?

Escríbenos a:

hola@elev8.school

Llámanos al:

+34 910 783 037