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 GA41. Configuración más allá de lo básico1.1. Activar Google signals1.2. Audiencias1.3. Excluir referencias (referrals)1.4. Configurar multidominio1.5. Excluir tráfico interno1.6. Atribución2. Integraciones con otras herramientas2.1. Vinculación con Google Ads2.2. Vinculación con Google Search Console2.3. Vinculación con otras herramientasUnidad 2: Implementación avanzada de GA41. Aumentando las posibilidades de GA42. Traquear eventos con GA42.1. Categorías de eventos2.2. Parámetros personalizados en eventos2.3. Crear eventos desde GA42.4. Los límites de eventos en GA43. Traquear conversiones con GA43.1. Conversiones predefinidas3.2. Conversiones activables3.3. Crear eventos y marcarlos como conversión3.4. Probar las conversiones3.5. Opciones de conversión4. Traquear comercio electrónico con GA44.1. Eventos de comercio electrónico en GA44.2. Variables de ecommerce4.3. Implementación de comercio electrónico con GTMUnidad 3: Privacidad y consentimiento en GA41. La importancia de cuidar la privacidad2. Conceptos previos2.1. GDPR2.1. Datos personales2.3. Privacy Shield2.4. Cookies3. Proceso para cumplir la legalidad4. Implementación de GA4 cumpliendo la ley de privacidad4.1. El método fácil.4.2. El método mejor: Consent mode5. Configuración de la privacidad5.1. Período de retención de los datos5.2. Aceptar el acuerdo de procesado de datos5.3. Google Signals y Google Ads5.4. Borrar datos de usuarios6. Textos legales6.1. Privacidad6.2. CookiesUnidad 4: Los informes a medida de GA41. El reporting a medida en GA42. Tipos de informes a medida3. Componentes principales de los informes a medida3.1. Variables3.2. Configuración de la pestaña del informe3.3. El informe4. Exploración de forma libre4.1. Ejemplo: informe de Rendimiento de las ventas5. Exploración de embudo de conversión5.1. Configuración de la pestaña del informe de embudo5.2. Ejemplo de informe de embudo6. Exploración de rutas6.1. Configuración de la pestaña de informe de ruta6.2. El informe de ruta6.3. Ejemplo de informe de ruta7. Otros informesUnidad 5: Reporting para Marketing con GA41. Google Analytics 4 y el marketing1.1. Por qué es importante utilizar GA4 en el marketing digital2. Canales, fuentes, medios y campañas en Google Analytics 42.1. Agrupación de Canales2.2. Etiquetado de campañas3. Análisis de fuentes de tráfico y campañas de marketing3.1. Informes de Adquisición3.2. Informes a medida3.3. El informe de Páginas de destino3.4. Dimensiones secundarias4. Informes de Publicidad4.1. Informe de Rendimiento4.2. Informes de Atribución5. Cross-device