



# ÀVALUAR ELS VISITANTS WEB AMB GOOGLE ANALYTICS

Sònia López

2a JORNADA

Observatori dels Públics del Patrimoni Cultural de Catalunya

# INDEX



1. El pla d'anàlisi digital.
2. Bones pràctiques en Google Analytics.
3. Interrogar Google Analytics.
4. Algunes consideracions finals.

# PLA D'ANÀLISI DIGITAL



1. Definir un pla de medicació.
2. Documentar la metodologia.
3. Crear el pla d'implementació.
4. Implementar.
5. Analitzar i corregir.

# PLA D'ANÀLISI DIGITAL



1. Definir un pla de medició.  
**Què mesurarem?**
2. Documentar la metodologia.  
**Amb quines eines?**
3. Crear el pla d'implementació.  
**Com ho hem de configurar?**
4. Implementar.  
**Començar.**
5. Analitzar i corregir.  
**Prendre decisions.**

# BONES PRÀCTIQUES EN GA



1. Diversos projectes, **mateix UA**.
2. **Filtrar el tràfic intern** de la nostra institució i col·laboradors habituals.
3. Habilitar les **cookies**.
4. Documenteu amb **notes la timeline** de GA.
5. **Etiquetar URLs** per insertar-les en diferents entorns i mesurar-ne fàcilment el retorn.
6. Crear **segments** segons els nostres interessos.
7. Mesurar accions amb **events** .



# INTERROGAR GA



Què li preguntem a Google Analytics?

# INTERROGAR GA



## L'ESTÀNDAR

1. Sessions.
2. Recurrència.
3. Rebot.
4. Permanència.
5. Pàgines més visitades.
6. Procedència geogràfica usuaris.
7. Dispositius.
8. Termes de cerca.

# INTERROGAR GA



## PELS DE MÀRQUETING

1. Les **URLs etiquetades** us poden ajudar molt en general.
2. **Procedència geogràfica** del públic.
3. **Tràfic referenciat**.
4. Tot el que té a veure amb **social media**.
5. Podeu fer seguiment de la **venda d'entrades**?
6. Heu activat les cookies i podeu accedir a les **tendències d'usuari** de Google?



# INTERROGAR GA



## PELS D'EDUCACIÓ

1. Assegureu-vos de tenir els continguts sota un únic **directori físic o virtual**.  
Per ex. /educacio
2. Apliqueu **segments**: recurrència, rebot, procedència geogràfica.
3. Exploreu el **resum de navegació**.  
D'on venen i a on van els usuaris.

# INTERROGAR GA



## FELS DE "HO VULL TOT A LA HOME"

1. Instal·leu l'**extensió de Chrome** per Google Analytics, obtindreu una aproximació dels clicks que tenen les diferents zones de la vostra home.
2. Observeu les **intencions de clic** en diferents zones de la pàgina.
3. Compareu-ho amb l'**índex de rebot** de la home i el seu **resum de navegació**.
4. Feu pedagogia del **posicionament de llarg recorregut**.

# INTERROGAR GA



## PELS GEEKS

1. Temps real. Experiments d'acció i retorn.
2. Analitzar cerques internes.
3. Relació amb el SEO.
4. Analitzar comportament del cercador Google en relació als nostres continguts.

# INTERROGAR GA



PELS QUE VOLEN XIFRES  
UN COP A L'ANY

Una síntesi de l'estàndar amb el de màrqueting:

1. Sessions.
2. Recurrència.
3. Rebot.
4. Pàgines més visitades.
5. Procedència geogràfica usuaris.
6. Dispositius.
7. Termes de cerca.
8. Tràfic referenciat.
9. Social media.
10. Venda d'entrades.

SORTIM

UN MOMENT?



<http://www.internationaleonline.org/>

[https://www.elespanol.com/cultura/arte/20170612/223227987\\_0.html](https://www.elespanol.com/cultura/arte/20170612/223227987_0.html)

[https://twitter.com/bbva\\_esp/status/915858264436477952](https://twitter.com/bbva_esp/status/915858264436477952)



# CONSIDERACIONS FINALS

1. El volum crític.
2. Reconsiderar el valor del creixement.
3. Podem trobar un mínim comú denominador?





# GRÀCIES!

@lopesita

