20 Trucos Para Dominar Google Adwords Y Analytics

Mirando por encima y gestionar los datos de visitantes sitio web es crucial para el éxito de su empresa. Si se está ejecutando un nuevo arranque de su pagina o un simple blog, usted debe hacer el seguimiento de su registro de visitantes. Sin embargo, algunos webmasters podría estar buscando en los números equivocados, y no analizar lo suficiente como para llegar a conclusiones sólidas. Mediante el estudio de las métricas adecuadas se puede aprender mucho acerca de su audiencia y lo que necesitan.

En este artículo me gustaría presentar 20 trucos para dominar Google Adwords y Google Analytics para un enfoque más refinado. Dependiendo de sus objetivos, es posible estudiar cómo los usuarios están encontrando su sitio web, donde vienen, y cuánto tiempo permanecen en sus páginas.

Toda esta información puede ser muy difícil de controlar a la vez. Por lo tanto, asegúrese de saber la información que necesita y mantenerse enfocado en los resultados finales.

Las métricas de tráfico son las mejores estadísticas para analizar la forma en que su sitio web está creciendo y las áreas que son más importantes. Espero que algunas de estas ideas puedan ofrecer una visión de obtener nuevos conceptos de marketing para impulsar los visitantes más específicos.

1. Estadísticas a largo plazo

Quiero comenzar con una idea general a tener en cuenta al examinar cada una de las páginas de estadísticas de datos. Para cada conjunto de parámetros que debe tener en cuenta tanto los valores locales y los valores a largo plazo.

Por defecto Google Analytics mostrará los resultados de los últimos 30 días. Esto es bueno para el estudio de sus páginas y publicaciones más recientes para ver qué temas han prosperado.

Sin embargo, al ampliar el gráfico para abarcar a los 3-6 meses que va a retomar las tendencias más grandes. Usted será capaz de determinar las páginas que están atrayendo la mayor parte del tráfico de buscadores, páginas vistas y visitas diarias de los usuarios.

Si usted ha estado en línea por un tiempo intente ampliar sus estadísticas a un año o incluso más!

Patrones de crecimiento a largo plazo son lo que necesita para atraer a nuevos visitantes durante años de comercialización. Es muy agresivo salir corriendo de un sitio web con contenido y esperar grandes resultados en pocos meses. El método más fuerte de crecimiento es la estabilidad y el mantenimiento de su sitio web en línea por más tiempo (en comparación con la competencia).

Ser estable y fiable es algo que premiará sus esfuerzos en el corto y largo plazo.

2. Examinar las actividades de los visitantes

Otra cosa a tener en cuenta es que usted no está solo mirando números basados en visitas o visitantes totales. También quiere saber cuántas de esas personas están encontrando su contenido útil. Están alojados en cada página para una cantidad significativa de tiempo? ¿Cuántos de los nuevos visitantes se marchan de inmediato?

Usted debe prestar mucha atención a cada valor de las entradas, de rebote, y porcentaje de Salidas

La columna Entradas mostrará el número total de visitantes que entraron a su sitio web en una página determinada. Esta podría ser su página de inicio, o una entrada de blog, o algo más que llame la atención de los lectores.

El porcentaje de abandonos y porcentaje de salida son muy similares, con un factor decisivo. El Porcentaje de rebote medirá el número de usuarios que llegaron a una determinada página, luego salió sin visitar ninguna otra página. Porcentaje salida cuenta el número de personas que dejaron su sitio luego de visitar esta misma página, pero podría haber estado navegando por otras páginas de antemano.

Aquí está un breve artículo que explica las diferencias de menor importancia.

Toda esta información se puede encontrar en la misma tabla que las demás estadísticas. Familiarizarse con el estudio de estos números para entender lo que realmente quieren decir.

La mayoría de los visitantes del sitio sólo toman la información que necesitan y se van para no volver otra vez. Ofreciendo el contenido adecuado para su atención puede atraer a explorar aún más su sitio antes de irse. Y por armarse con el conocimiento de las estadísticas de tráfico se puede medir un éxito bastante plausible, o la tasa de fracaso.

3. Ubicaciones Audiencia

Es posible que se sorprenda al saber cómo los usuarios acceden a su sitio web desde diferentes lugares del mundo. Google ofrece una gran cantidad de países de origen con su lengua regional, y es común encontrarse clasificación dentro de los resultados de búsqueda extranjeros.

A continuación le da una idea de dónde vienen sus visitantes geográficamente desde: Audiencia> Demografía> Ubicación.

El mapa muestra un porcentaje del total de visitantes que vienen a su sitio web desde un país o territorio específico. Los tonos más oscuros de verde representan a más visitantes y más tráfico de un determinado lugar. Usted puede ser sorprendido por la gran cantidad de visitantes extranjeros que encuentran su sitio web a través de motores de búsqueda.

Estos datos ofrece un uso sinceramente práctico. Usted puede encontrar que una gran cantidad de tráfico de otro sitio web está impulsando una nueva audiencia en tu blog o página web. Puede valer la pena capitalizar este tráfico a través de anuncios, o regalos, junto con otras ideas afines marketing.

Además webmasters veces publicará contenido traducido en su sitio. Usted puede estudiar estas tendencias y determinar cuántos visitantes están utilizando estas páginas traducidas en comparación con los originales.

4. Comprobación de los navegadores web

HTML5 y CSS3 son tendencias que han llevado más hacia una red más unificada, pero no estamos tan ahí todavía. Un montón de sitios web en línea todavía no son compatibles con los navegadores más antiguos e incluso algunas modernas también.Google Analytics le proporciona los siguientes datos relacionados con el navegador sobre sus visitantes:

- Número y versión del navegador Web
- Sistema Operativo
- Resolución de la pantalla
- Flash / Version de Java

Para cambiar entre estos diferentes estadísticas, haga clic en cualquiera de los enlaces con la etiqueta «Dimensión primaria»

por encima de la tabla de datos. He aquí un ejemplo de cómo se puede ordenar estos datos:

Usted puede estudiar los datos y encontrar que la mayoría de los usuarios de IE abandonan el sitio web dentro de los primeros segundos. Esto podría ser causado por un error en el diseño, o algún otro efecto de los tiempos de carga que sean lentos. El estudio de las estadísticas del examinador y el número de versión le ayudará a localizar los errores que deben corregirse y los navegadores que desee admitir.

Si su audiencia está compuesta de> 90% de apoyo navegadores CSS3 entonces usted no necesita preocuparse por los métodos de retorno.

5. Contenido Palabras clave populares

Su sitio web puede tener un número muy pequeño de visitantes, pero lo más probable es que la mayoría de ellos provienen de los motores de búsqueda. ¿Te has preguntado qué palabras clave que escriben que los llevó a su sitio web? O lo que encuentran entre las palabras clave más populares son las que llevan la mayoría de los visitantes a su sitio web?

Por supuesto, esta información se puede encontrar en Google Webmaster Tools si ha agregado que a su sitio web. Sin embargo, Google Analytics puede proporcionar un conjunto mucho más amplio de datos.

Mientras que Google Webmaster Tools explica cómo su sitio obtiene ranking de palabras clave específicas y cuántos visitantes terminan en su sitio web (o página), Google Analytics le dice «qué» están haciendo en su sitio. Usted puede estudiar qué páginas visitan, cuántas páginas visitan y cuánto tiempo permanecieron en cada página. Prácticamente se

puede seguir cada acción del usuario en Google Analytics y estudiar los datos para descubrir tendencias más amplias entre los visitantes.

Después de la comprensión y el análisis de las palabras clave que utilizan los visitantes y qué páginas han visitado, su pregunta de oro es probablemente: ¿Qué puedo hacer al respecto?

Una idea es aprender cómo la gente busca en la web y, a continuación, ofrecer contenidos de nicho específico aún si no está disponible utilizando palabras clave específicas. Por ejemplo, cuando alguien busca en Google para las palabras clave «esquinas redondeadas IE6» habrá más resultados en comparación que usar los terminos «cómo se hace IE6 truco CSS3 esquinas redondeadas». El segundo conjunto de palabras clave es más compleja y devolvera menos resultados, pero en general ofrece posicionamiento web más útil y específico.

Si una página en su sitio web incluye algo muy similar a estas palabras clave de cola larga entonces es probable que clasifique en la primera página de resultados. Mejor aún si las palabras clave son en las título de la página por lo que aparecen en negrita en el ranking de Google.

6. Diagramas de flujo de los visitantes

Esta característica es algo que no se ve a menudo mencionado en relación a Google Analytics. No todo el mundo le importa exactamente cómo sus visitantes realizan, pero la información es mucho más fácil de digerir.

El punto de partida es cómo cada usuario ha introducido su sitio web y el primer bloque es la página de destino. Las líneas azules conectan los bloques, juntos representan a los

usuarios que llegaron a la primera página y seguir su cadena para visitar otras páginas. Usted puede estudiar el flujo de estas líneas para trazar las páginas que un usuario típico seguirá al visitar su sitio web.

Inicialmente se puede sentir un poco abrumado, pero los gráficos se suponía que era un poco desordenado. Usted se dará cuenta de las líneas más gruesas entre los bloques de página si más usuarios están siguiendo el mismo camino. Esto puede ser que los visitantes que aterrizan en un blog popular los lleva de vuelta a la página de inicion luego de revisar su artículo recientemente publicado.

Los patrones son dignos de estudio para ver si se puede duplicar cualquier efecto con contenido similar.

7. Estudio de tráfico

La participación de los visitantes es la medición de la cantidad de visitantes se quedan en su sitio durante largos períodos de tiempo. Visitantes comprometidos probablemente permanecerán durante más de 60 segundos y a menudo visitan más de una página. Cada visitante se mide por el tiempo en el sitio y se agrupan en base a la duración.

La tabla registra visitas únicas y el número total de páginas vistas en base a la cantidad de tiempo dedicado a su sitio web.

Usted puede considerar el estudio de los gráficos de barras que se encuentra en la parte inferior de la tabla. Los dos últimos visitantes miden los visitantes que se encuentran en su sitio durante 10-30 minutos, o más de 30 minutos. Este dato es importante porque estos son los visitantes más comprometidos fuera de todo su tráfico.

Echa un vistazo a la cantidad de páginas vistas en comparación con el número total de visitantes. A menudo es cierto que a pesar de que no encontrará tantas personas en su sitio

dedicado durante largos períodos de tiempo.

8. Backlinks a través de referencias

Miro a las referencias con una mentalidad específica de determinar cómo llegaron mis enlaces a otros sitios web, y si es posible continuar con la construcción de tráfico de estos dominios.

Las estadísticas de su referencia a corto plazo y a largo plazo le ayudarán a determinar qué sitios web están enviando la mayor cantidad de visitantes. Ahora usted tendrá que comprobar la participación de este tráfico para ver en cuánto tiempo regresan y posiblemente el número de páginas que visitan.

Pero en algunos casos, el tráfico de referencia se publica en un sitio web donde usted tiene cierto margen de maniobra. Los sitios web de redes sociales como Reddit y Hacker News son dos grandes fuentes de tráfico a los diseñadores y desarrolladores web. Esto se debe a que las redes se han basado las comunidades en torno al diseño, la programación y son tendencias generales de Internet relacionadas con la cultura de arranque.

Sin embargo, hay otras situaciones en las que usted está construyendo el tráfico de un sitio web que no ha publicado o envíado. Piense en cosas como enlaces de afiliados, blogs, galerías de diseño, y otras situaciones donde alguien puede haber añadido su enlace en su página.

En este escenario, no tiene mucha posibilidad de añadir más enlaces, pero se puede llegar al propietario/escritor y darle las gracias por su apoyo backlink.

9. Latencia HTTP

La velocidad Sitio Web es más importante de lo que podría suponer. Hoy en día las velocidades de Internet son mucho más rápidos de lo que han sido antes y pueden enviar datos aún más rápido. Esto significa que si el servidor Web no está en condiciones de manejar una afluencia de tráfico los visitantes eventualmente se cansan y se van.Se puede determinar un montón de ideas sobre todo en los tiempos de las páginas, que detalla cada página junto con el tiempo medio de carga total (en segundos).

Algunas páginas con muchas imágenes o contenido de vídeo puede tardar más en terminar que una entrada de blog con el texto estático. Hay que tener en cuenta la información en un sentido más amplio, de averiguar dónde están empezando los problemas. Con demasiada frecuencia veo sitios web vinculados con enlaces a plugins JS o bibliotecas CSS.

Existen los escenarios cuando esta técnica ahorra tiempo, sino que también pueden dañar su velocidad si no es controlado.

10. Conducir redes sociales

Referencias de redes sociales hablan de sitios web que por lo general se construyen a través de la entrada del usuario. Estos pueden ser de twitter o mensajes de Facebook o comentar también las discusiones sobre artículos de prensa o sitios web de medios sociales para compartir. Estos datos proporcionan una idea de hacia que cantidad de sus seguidores están compartiendo enlaces en línea, y cuántas personas están haciendo clic en ellos.

Las páginas de destino más populares son especialmente útiles porque se puede determinar cuál es el contenido más interesante orgánicamente. Los visitantes no están obligados a

compartir sus enlaces, lo hacen por su propia elección del libre albedrío.

Si usted nota que una página está atrayendo mucha atención de los medios de comunicación social, el tráfico, entonces puede ser seguro asumir que hay una atracción natural. Asegúrese de mirar hacia atrás en meses y posiblemente años para recoger las tendencias más grandes en el proceso.

11. Flujos Redes Sociales

Tip # 10 en «conducir las redes sociales» nos permite mirar hacia el tráfico social y averiguar qué páginas están recibiendo la mayor atención. Mirando en referencias de la red es mucho más fácil ver donde este tráfico está viniendo.

También el tráfico de datos social tiene su propia página de diagrama de flujo donde se pueden ver los sitios web referentes originales y su flujo en el aterrizaje en su página: Sources > Social > Visitors Flow.

Considero que los enlaces a medios sociales son tan importantes como el tráfico de motores de búsqueda natural. Todavía vivimos en una etapa bastante infantil de los medios sociales en los que estamos todos tratando de conectarse a través de diferentes redes y sitios web. Y hemos recorrido un largo camino en los últimos 10 años a partir de MySpace, Facebook, Twitter, y muchos otros.

Ahora bien, es posible que te encuentres con una afluencia de tráfico de medios sociales durante un período de semanas o de un mes. Estudiar las redes en las que su sitio web está realizando el mejor desempeño y tratar de mantener a la gente que comparta y discuta sus vínculos.

A medida que pasa el tiempo esto se sigue el efecto bola de nieve y, potencialmente, puede escalar su sitio.

12. Conversiones de objetivos

En el pasado hemos escrito sobre las conversiones de objetivos en Google Analytics. No todos los sitios web necesitan utilizar estos parámetros pero es un concepto importante de entender. Si tiene contenido que impulsa a los visitantes a participar de una acción específica que vale la pena estudiar su tasa de éxito. Puede que tenga que arreglar la página de destino para un mayor impacto.

Aprender a dibujar conversiones es un gran paso en la comercialización de su sitio web. El objetivo no puede ser para vender cualquier cosa, más que sólo para que los usuarios se registren para el nuevo foro o aplicación web de redes sociales.

Los objetivos son útiles cuando se tiene un curso predefinido de acciones exitosas que desea que sus visitantes sigan. Las estadísticas capturadas por Google Analytics sólo ayuda aún más a perfeccionar el arte de la creación de interfaces de usuario útiles y atractivos.

13. Localice las Páginas de rebote

Las personas son en su mayoría interesados □□en las páginas más visitadas. Pero ¿qué pasa con las páginas que alejan más tráfico? Los datos Analytics son buenos para escoger lo que estás haciendo bien y lo que está haciendo mal. Cuando usted tiene una página con un 90% de salidas Usted sabrá que existe alguna razón para que la gente no esté interesada en profundizar en el sitio web. Es cierto que esto no es tan raro que al publicar artículos o páginas sobre temas bastante fuera de lo común. Nunca se sabe de donde su público vendrá y es difícil de complacer a todos todo el tiempo.

Usted no debe atarse luchando para «arreglar» el porcentaje de abandonos como muchas veces el contenido es sólo una falta de coincidencia con el sitio web.

14. Lectura métrica de AdSense

Nunca he conectado personalmente mis Analytics a una cuenta de AdSense, sino de la guía de soporte de Google el proceso parece bastante sencillo.

Google Analytics le ayudará a determinar qué usuarios están convirtiendo y procesamiento de los porcentajes de clics en las páginas. Estos datos pueden ayudar a determinar buenos lugares para bloques de anuncios en el diseño de su sitio web.

El panel de control AdSense puede proporcionar algunas de estas estadísticas, pero no es perfecto. El software de análisis está diseñado para comprobar contra el tráfico y usted puede ser sorprendido por la calidad de la información.

Si usted nunca ha utilizado AdSense No recomendaría hacer una cuenta sólo para esta función. Pero si usted es un anunciante existente de los beneficios valen la pena el tiempo de configuración.

15. El análisis de contenido en la página

Aparte de los diagramas de flujo de esta función ha de ser mi otro favorito potencial. Nunca supe acerca de los datos de análisis de la página hasta hace unos meses.

Google en realidad recupera todo su diseño de la página web y información de herramientas de visualización para el porcentaje de clics de los usuarios. Este es otro gráfico visual que puede proporcionar más valor que los gráficos

matemáticos.

Usted puede ser sorprendido por el número de estadísticas de Los datos que se extraen en este gráfico. Analytics ofrecerán números de seguimiento sólidos por encima de la vista previa de la página que se extiende a sus calificaciones generales.

Esta característica es un poco novedosa una vez que haya tocado con la suficiente frecuencia. Sin duda, tiene un tipo y sí pone el flujo de tráfico en una mejor perspectiva. También puedes ver las opciones en la esquina superior derecha, donde se pueden aplicar los colores de fondo y determinar tamaños medios de la ventana del navegador.

La primera vez que noté esta función mi suposición era que muy pocos usuarios accedían a la búsqueda en mi sitio web. Pero estaba equivocado, e irónicamente un montón de páginas vistas en nuestro blog mayores fueron conducido a través de la búsqueda web.

Los proveedores de Internet suelen deducir que Google tendrá en cuenta la necesidad de un usuario para buscar contenido. Pero si usted está ofreciendo esta característica puede valer la pena rastreando qué palabras clave son las más populares en su sitio y el número de visitantes los encuentran útiles los resultados de búsqueda.

Usted puede incluso considerar el rediseño de la página de resultados de búsqueda utilizando una prueba A/B.

17. Frecuencia visitantes

El tipo de contenido publicado en su sitio afectará en gran medida la forma en que muchas personas están volviendo a utilizarlo. Si no hay nada de la interacción del usuario a continuación la mayoría de los visitantes sólo se quedan por el contenido que les interesa. Pero esta es otra situación en

la que estamos mirando los gráficos de barras de las tendencias individualesy no estadísticas de de tráfico diario.

¿Quieres comparar ambas visitas únicas y páginas vistas para ver si los visitantes que regresan con frecuencia vuelven a varias páginas?. Usted puede notar que el número de visitas disminuyen hacia el centro y repuntar nuevamente en el «Conteo de Visitas».

Las tendencias de los visitantes no son algo que se puede manipular directamente al margen de comercialización a un público más específico. Mantenga los que tienen un interés genuino hacia su nicho definido a volver a su sitio web y estas cifras aumentarán.

18. Mirando hacia los dispositivos moviles

El tráfico móvil puede tomar mucho más de sus fuentes web de lo que usted puede creer. Más personas están accediendo a Internet en sus teléfonos inteligentes y tabletas. La sección móvil de Google Analytics definirá que visitantes usan dispositivos moviles para acceder a su sitio web. Esto también incluye las visitas y el tiempo promedio en el sitio web, además de las otras métricas que todos conocemos.

Pero mi característica adicional de los favoritos de esta página son las fotos del dispositivo. Cuando Analytics reconoce un dispositivo OS éste incluirá una serie de fotos que se pueden ver haciendo clic en el icono de la cámara situado en la misma fila. Esto ayudará si no está familiarizado con el estilo de dispositivo o el tipo de navegadores web que puede ejecutar.

Además, si su sitio está diseñado con sistema responsive o diseñado para pantallas de retina, puede observar un mayor número de visitantes que regresan de los mismos dispositivos móviles.

19. Indicadores específicos de la página

Siento que las páginas de contenido, son algunas de las piezas más importantes de información pueden estudiar. Esta característica mostrará sus páginas más vistas de arriba a abajo, incluyendo el tiempo de visitas en cada página y el porcentaje de abandonos.

Definitivamente usted debería ajustar el rango de fechas para volver 3 o 4 meses y tomar decisiones sobre diversas tendencias generales.

A veces no notará que un determinado mensaje o que la página está consiguiendo toda la atención hasta que vea los números que le indican un aumento. Y al volver más de 6 meses es más fácil ver las tendencias recurrentes que puede capitalizar al escribir el contenido futuro.

¿Quiere ofrecer a los lectores información que les interesa a la vez que el uso de encabezados optimos, llaman la atención en los resultados de búsqueda de Google?. Mantenerse al día con las páginas web más populares, usted aprenderá rápidamente qué contenido está impulsando la atención de su sitio web.

20. Analytics en tiempo real

Puedo haber dejado lo mejor para el final con la página de seguimiento en tiempo real de Google Analytics.Todo esto es bastante adictivo para ser honesto, puede que te encuentres perdiendo el tiempo mirando las estadísticas todo el día!

Sin embargo, esta página web ofrece una visión más profunda

hacia el estudio de las interacciones de sus visitantes en el sitio. En cualquier momento del día o de la noche se puede ver quién está viendo su sitio web y las páginas que está viendo.

Usted también encontrará los gráficos para sus referencias o palabras clave de Google. Y si se desplaza hacia abajo a la parte inferior de la página podrás ver un mapa del mundo donde la localización de cada usuario que está navegando en su sitio.Los datos en sí no pueden ayudar a reunir los resultados a largo plazo, pero sin duda es una muestra como se comporta su sitio web.