GSA Notas

# **Google Search Appliance**

Guía de integración de Google

Analytics

Marzo de 2014



© 2014 Google

## Guía de integración de Google Analytics

En este documento se proporcionan instrucciones detalladas sobre cómo integrar Google Analytics (GA) con Google Search Appliance (GSA). Para la implantación de GSA, Google recomienda a los clientes proporcionar una solución de análisis completa. Google Analytics y Google Search Appliance son dos productos distintos.

Temas tratados	En esta guía se ofrecen instrucciones sobre tres niveles distintos de integración de Google Analytics en Google Search Appliance.			
Público objetivo principal	Personas que van a administrar GSA por primera vez y administradores de GSA con experiencia, así como desarrolladores y diseñadores web que tengan tareas relacionadas con la evaluación del uso de GSA y con la cuantificación del ROI.			
Entorno de TI	Google Search Appliance			
Fases de implementación	Configuración inicial y posterior de la experiencia de usuario con GSA			
Otros recursos	<ul> <li><u>En Crear la experiencia de búsqueda</u> se incluye información sobre cómo utilizar las funciones de Google Search Appliance para crear la experiencia de búsqueda para los usuarios finales.</li> <li><u>LearnGSA.com</u> proporciona recursos formativos sobre GSA.</li> <li><u>En la documentación de producto de GSA</u> se ofrece toda la información sobre GSA.</li> <li><u>El Portal de asistencia de Google for Work</u> proporciona acceso a la asistencia de Google.</li> </ul>			

## Acerca de este documento

### Índice

Acerca de este documento Capítulo 1 Descripción general Capítulo 2 Integración básica Descripción general y caso práctico Implementación técnica Capítulo 3 Integración avanzada Descripción general Caso práctico Implementación técnica Capítulo 4 Analizar los datos Objetivos Comparar grupos de usuarios Resumen Apéndice Información adicional Otras consideraciones

## Capítulo 1 Descripción general

La integración básica de GA con GSA sigue el mismo proceso que la integración de GA con cualquier otro sitio web, pero se pueden aplicar algunas modificaciones específicas de GSA para conocer mejor el comportamiento de los usuarios de GSA.

Hay varios niveles de integración de Google Analytics en Google Search Appliance. GSA incluye funciones de integración de GA. Este es el primer nivel de integración y el más básico. Ofrece métricas sobre los visitantes y se puede utilizar para crear gráficos e informes sobre el uso básico. GA no está habilitado de forma predeterminada, pero se puede activar simplemente introduciendo un ID de seguimiento de GA válido en la Herramienta de modificación del diseño de página de cada interfaz que desee supervisar. En este nivel de integración, GSA envía automáticamente datos de análisis sobre las cargas de páginas y genera un informe de las principales consultas de búsqueda. Para obtener más información al respecto, consulte el <u>Capítulo 2 Integración básica</u>.

El segundo nivel de integración ofrece datos personalizables sobre el uso de muchas funciones de GSA. Para este nivel hay que aplicar algunas modificaciones en la hoja de estilo de la interfaz. Si desea obtener más información al respecto, consulte el <u>Capítulo 3 Integración avanzada</u>.

Los administradores de GSA deben encargarse de registrar y de configurar GA, o de obtener acceso a una cuenta de GA que ya exista, así como de integrar GA con GSA. Oficialmente, solo se admiten las opciones de integración estándar que se ofrecen con GSA.

## Capítulo 2 Integración básica

#### Descripción general y caso práctico

#### Análisis gratuito y simple

Con la integración básica, la secuencia de comandos de seguimiento de GA se añade a todas las páginas que se muestran desde una determinada interfaz de GSA. En GA puede ver el número de visitas, las páginas vistas, el tiempo medio en la página y páginas concretas que se hayan visitado. La pestaña "Búsquedas en el sitio" también está habilitada en GA y ofrece informes sobre los principales términos

de búsqueda y sobre el engagement de búsqueda. Con estos datos, puede proporcionar análisis simples, elegantes y gratuitos. Y junto con los Informes de búsqueda avanzados y los registros de búsqueda podrá determinar el ROI y cuantificar el valor empresarial que representan las búsquedas.

#### Cómo saber qué contenido es importante

En este caso práctico, GSA es la herramienta de búsqueda oficial del sitio web externo o interno de su empresa. Su objetivo es saber qué contenido es más relevante para los visitantes del sitio. Gracias a la integración de GSA con GA, puede generar gráficos e informes sobre estos aspectos:

- Términos de búsqueda más relevantes para los visitantes nuevos y para los visitantes recurrentes
- Porcentaje de visitantes del sitio web externo que realiza búsquedas
- Las páginas del sitio web externo en las que se originan las búsquedas
- Porcentaje de refinamientos de búsqueda y proporción de promedio de páginas vistas por búsqueda

Según estos datos, puede usar las funciones de GSA, por ejemplo, <u>Concordancia de palabra clave</u> o <u>Personalización de resultados</u> para promocionar el contenido.

En las siguientes capturas de pantalla se muestran ejemplos de informes disponibles con la integración básica de Google Analytics con GSA.

Home Standard Reporting Custom Reporting		Admin	Help 🖒
Visitors Overview	Jun 7, 20	12-Jun 14	, 2012 -
Advanced Segments Email BETA Export - Add to Dashboard			
% of visits : 100.00%			
Overview			
Visits - VS. Select a metric	Hour	iy Day Wee	k Month
• Visits			
6			
3			
Jun 8 Jun 9 Jun 10 Jun 11 Jun 12	Jun	13	
C manufacture the side			
o people visited this site			
Visits: 27			
Unique Visitors: 6			
Pageviews: 509			
Pages / Visit: 18.85			
Aver, Visit Duration: 00:23:52			
5 Visits			
Bounce Rate: 7.41%			
<b>% New Visits: 18.52%</b>			
Demographics Language	Visits	% Visits	
Language + 1. en-us	27		100.00%
Country/Territory		vie	w full report
City			

Visión general de los visitantes con la implementación básica de Google Analytics



Visión general del contenido con número de páginas vistas por URL de búsqueda

#### Implementación técnica

1. Cree una cuenta de <u>Google Analytics</u> o consiga acceso de administrador a una cuenta de su dominio.

Cuando se añade una propiedad web a una cuenta, Analytics crea el primer perfil de la propiedad.

- 2. Cree un perfil para cada una de las interfaces cuyos datos quiera recabar.
- 3. En Google Analytics, vaya a la Consola del administrador de su perfil y acceda a la pestaña Código de seguimiento.
- 4. En la Consola del administrador de GSA, vaya a Búsqueda > Funciones de búsqueda > Interfaces (en versiones anteriores a 7.2: Publicación > Interfaces) y modifique la interfaz que desee supervisar. En la Herramienta de modificación del diseño de página, amplíe la sección Atributos globales y pegue el ID de seguimiento de Analytics en el campo Cuenta de Google Analytics.
- 5. Si desea obtener más información sobre cómo conceder acceso a otros usuarios a los informes de GA, consulte <u>Agregar, modificar o suprimir usuarios</u>.
- Habilite el seguimiento de Búsquedas en el sitio tal y como se describe en <u>Implementar y</u> <u>configurar el informe Búsquedas en el sitio</u>.
   Le recomendamos que se familiarice con los distintos <u>parámetros de solicitud</u> de GSA que se pueden usar para configurar el seguimiento de Búsquedas en el sitio. El parámetro de consulta predeterminado es q .

Una vez que se haya habilitado el seguimiento de Búsquedas en el sitio, en GA aparecerá una pestaña nueva en **Contenido > Búsquedas en el sitio** donde verá los siguientes informes sobre el uso de la búsqueda en el sitio:



Visión general del seguimiento de Búsquedas en el sitio con datos útiles como, por ejemplo, el número de páginas de resultados vistas por búsqueda

Search Terms	Search Terms Jun 7, 2012 - Jun 14, 2012 -					
Advanced Segments Custor	nize Email BETA Export - Add to	Dashboard				
% of total unique searches :	100.00%					
Explorer						
Site Usage Ecommerce						
Total Unique Searches 🗸 VS.	Select a metric			Day	Week Month 🔬 🗣	
<ul> <li>Total Unique Searches</li> </ul>						
100						
50		/				
Jun 8	Jun 9	Jun 10	Jun 11	Jun 12 Jur	13	
Total Unique Searches	Results Pageviews/Search	% Search Exits	% Search Refinements	Time after Search	Search Depth	
176	1.65	11.93%	57.04%	00:02:51	0.72	
% of Total: 100.00% (176)	Site Avg: 1.65 (0.00%)	Site Avg: 11.93% (0.00%)	Site Avg: 57.04% (0.00%)	Site Avg: 00:02:51 (0.00%)	Site Avg: 0.72 (0.00%)	
Primary Dimension: Search Term	Primary Dimension: Search Term Site Search Category					
Secondary dimension . Sort	Type: Default -			Q advance	■ @ = % III	
Search Term		Total Unique Res Searches ↓ Pageviews	ults % Search Exits	% Search Time after S Refinements	earch Search Depth	
51. compiler		1	1.00 0.00%	100.00% 0	0:00:22 0.00	
52. compiler inmeta:author=	Donald E. Knuth	1	1.00 0.00%	100.00% 0	0.00	
53. compiler inmeta:author= inmeta:what=book	Donald E. Knuth	1	1.00 0.00%	100.00% 0	0:04:56 0.00	

GA ofrece datos detallados de los términos de búsqueda: los términos y su correspondiente popularidad

Si desea obtener información adicional sobre los datos de las búsquedas en el sitio, consulte el artículo sobre los <u>datos que ofrece el informe de términos de búsqueda</u> y el artículo <u>Cómo se calculan las</u> <u>métricas de búsqueda en el sitio</u>.

## Capítulo 3 Integración avanzada

#### **Descripción general**

La integración avanzada ofrece un análisis multidimensional para satisfacer necesidades de seguimiento concretas. Con el seguimiento de eventos, las variables personalizadas y las modificaciones de las hojas de estilo de interfaces de GSA puede crear análisis con datos como, por ejemplo, tipo de clic, URL de clic, búsquedas sin ningún resultado y otras métricas personalizadas.

Para obtener más información sobre la personalización avanzada de interfaces, consulte Crear la experiencia de búsqueda: personalización de la interfaz de usuario.

#### Caso práctico

#### Análisis del comportamiento de los usuarios en GSA

En este supuesto, su empresa ha decidido revaluar por completo la experiencia de búsqueda de los usuarios en la intranet corporativa. La mayoría de los empleados son trabajadores del conocimiento, con lo que las búsquedas son parte fundamental de su trabajo diario. Tras invertir una gran cantidad de recursos en la solución GSA, ha llegado el momento de dar el paso y ofrecer una experiencia de búsqueda excepcional.

Con la integración avanzada de GA podría recabar datos importantes sobre el comportamiento de los usuarios en GSA, lo que le permitiría incrementar la eficacia de la experiencia de búsqueda, tal y como se muestra en la tabla siguiente.

Datos de muestra	Observación	Recomendación
Solo el 21% de los eventos registrados pertenecen a la categoría de refinamiento ( <i>figura A</i> ).	Los usuarios no utilizan herramientas de refinamiento habilitadas y dedican aproximadamente 1,4 minutos a buscar en las páginas de búsqueda.	Si se habilitaran otras herramientas de refinamiento, como Agrupación de resultados dinámicos, los usuarios podrían acotar los resultados y dedicar menos tiempo a las búsquedas.
Solo el 3% de los eventos registrados son clics de resultados de Concordancia de palabra clave, pero los tres términos de búsqueda principales constituyen el 8% de las búsquedas únicas.	Al parecer, estos tres principales resultados de búsqueda son muy relevantes para los usuarios, tanto nuevos como recurrentes.	Si se añaden entradas de Concordancia de palabra clave de los principales términos de búsqueda, los resultados aparecerían en la parte superior de la página, de manera que los usuarios los encontrarían más fácilmente.
Aproximadamente el 12% de las búsquedas no ofrecen resultados ( <i>figura C</i> ).	Los usuarios necesitan algún tipo de sugerencia antes de realizar la búsqueda para evitar que la búsqueda no devuelva ningún resultado.	Introduzca funciones de búsquedas al escribir o sugerencias de consultas para que el usuario no pierda tiempo con consultas que no devuelven resultados.

15 of your visits sent event	s					
Total Events: 88						
Unique Events: 15	i					
Event Value: 100	Event Value: 100					
Avg. Value: 1.14	Avg. Value: 1.14					
Visits with Event: 8						
Events / Visit: 11.00						
Top Events	Event Category	Total Events	% Total Events			
Event Category >	1. Results	56	63.64%			

E١	vent Category	×.	1.	Results	56	63.64%
Event Action Event Label		2.	Sending Custom Variabl e	31	35.23%	
	3.	3.	Refinement	1	1.14%	
						view full report

*Figura A* Visión general de eventos con categorías de eventos de muestra para GSA (en Contenido > Eventos > Visión general)

		<b>T</b>				
Total Events	Unique Events	Event	Value	Av	g. Value	
<b>20</b> % of Total: <b>6.25%</b> (320)	<b>9</b> % of Total: <b>15.52%</b> (58)	9 0 % of Total: 15.52% (58) % of Total: 0.00%		Site Avg	0.00 0.60 (-100.00%)	
Primary Dimension: Event Action Event Label Event Category =						
Secondary dimension: Event Action 🔻 Sort Type: Default 👻					E 12 IIII	
Event Category	Event Action 💿		Total Events 🛛 🕹	Unique Events Even	t Value	Avg. Value
1. Refinement	Cluster Label Click		12	4	0	0.00
2. Refinement	Spelling Suggestion Click	Spelling Suggestion Click			0	0.00
3. Refinement	More results from Link Click		2	2	0	0.00
4. Refinement	Synonym Click		1	1	0	0.00

Figura B Vista detallada de los eventos de la categoría de refinamiento Según estos datos, las sugerencias de ortografía es el evento más usado. (en Contenido > Eventos > Principales eventos)

Visit Starts	Pages / Visit Start	Avg. Visit Duration	per Start	% New	Visits (Starts)	Bound	e Rate
1	71.00	00:48:46	5		0.00%	0.0	0%
76 OF FORM. 1.3376 (75)	T Total: 1.33% (75) Site Avg: 13.95 (409.08%) Site Avg: 00:19:21 (152.13%) Site Avg: 22.67% (-100.00%) Site Avg: 8.00% (-100.00%)				u 76 (-100.0076)		
Primary Dimension: Custo	Primary Dimension: Custom Variable (Value 03) Other -						
Plot Rows Secondar	y dimension 🔻 Sort Type:	Default 🔻			Q advanc	ed 🔳	<b>E</b> 72 (1111)
Custom Variab	le (Value 03)	Visit Starts	↓ Page St	es / Visit art	Avg. Visit Duration per Start	% New Visits (Starts)	Bounce Rate
<ul> <li>jibberjabberjib</li> </ul>	oberjabber		1	0.00	00:48:46	0.00%	0.00%
				Show	v rows: 10 ‡	Go to: 1 1 - 1	of 1 < >

#### *Figura C* Vista detallada de una clave de variable personalizada sin resultados (en Destinatarios > Personalizado > Variable personalizada)

#### Implementación técnica

#### Seguimiento de eventos

Si modifica el archivo JavaScript ASR, podrá registrar todos los datos que registre ASR en GA a través de la función <u>Seguimiento de eventos</u>. Para obtener más información sobre los tipos de clic de ASR que puede usar, consulte <u>Informes de búsqueda avanzada</u>. Crearemos cuatro categorías de evento:

- Página de Búsqueda
- Refinamiento
- Resultados
- Navegación

Dentro de estas cuatro categorías se pueden crear varias acciones posibles, tal y como se muestra en la tabla siguiente.

Categoría	Acciones		
Página de búsqueda	Clic en el enlace de Búsqueda avanzada		
	Clic en el enlace de Google Noticias		
Refinamiento	Clic en una sugerencia ortográfica		
	Clic en una etiqueta de agrupación		
	Clic en un sinónimo		
Resultados	Clic en el primer resultado de búsqueda		
	Clic en un resultado de búsqueda		
	Clic en un resultado en caché		
	Clic en un resultado de OneBox		
	Clic en un resultado de la base de datos		
Navegación	Clic en la siguiente página de resultados		
	Clic en la página de resultados anterior		

#### Variables personalizadas

Si desea incluir más aspectos de la búsqueda en el análisis, utilice las <u>variables personalizadas</u>. Puede incluir un fragmento en la hoja de estilo para realizar el seguimiento de varias métricas del visitante, la sesión y el nivel de páginas con GA. Si utiliza los fragmentos de Variable personalizada que se incluyen en la plantilla de la interfaz y el archivo snippets.xsl, podrá supervisar la elección de colecciones, cargas de página, uso de la navegación dinámica y sin resultados.

El seguimiento de eventos y las variables personalizadas se implementan con el código de seguimiento JavaScript en la página de resultados de búsqueda. Puede hacerlo modificando el XSLT predeterminado, con ayuda de nuestro ejemplo ga\_template.xsl. Si utiliza el protocolo XML de GSA, debería modificar la aplicación web para que incluya el código de seguimiento adicional.

#### Código del seguimiento de eventos y variables personalizadas

Los eventos se suelen usar para hacer un seguimiento de los clics. Se puede supervisar cualquier clic de la página de resultados con tan solo añadir un evento onclick:

```
<a href="..." onClick="_gaq.push(['_trackEvent', 'Dynamic Navigation Use', 'Category', 'Books']);">
```

Las variables personalizadas se suelen usar para asignar los visitantes a un segmento concreto (es decir, pruebas A/B) o bien a datos de registro de nivel de página (número de elementos mostrados). Las variables personalizadas se suelen definir al cargarse la página, como parte del código de inicialización de GA:

```
_gaq.push(['_setAccount', 'UA-#####=1']);
_gaq.push(['_setCustomVar', 1, 'ZeroResults', 'crufty', 3]);
_gaq.push(['_trackPageview']);
_gaq.push(['_trackPageLoadTime']);
```

#### Instrucciones

- 1. Siga las instrucciones de implementación de una integración básica.
- 2. Aloje el archivo *clicklog.js* en un servidor al que GSA tenga acceso.
- Modifique una interfaz. Para ello, vaya aBúsqueda > Funciones de búsqueda > Interfaces (en versiones anteriores a la 7.2: Publicación > Interfaces), seleccione Editar en la interfaz en cuestión y luego haga clic en Editar código XSLT subyacente.
- 4. Haga los cambios oportunos en la interfaz según la información de la tabla siguiente. Copie código de la plantilla a la hoja de estilo para reflejar los cambios en la plantilla o pegue todo el contenido de ga\_template.xsl. Defina el ID de Analytics en la sección "analytics information" de la hoja de estilo y la ruta al archivo clicklog\_GA.js alojado.
- 5. Haga algunas búsquedas de prueba en la interfaz y haga clic en algún resultado.
- 6. Inicie sesión en Google Analytics y seleccione el ID de propiedad/seguimiento que haya asociado con la interfaz.
- 7. Haga clic en Contenido > Eventos > Descripción general.
- 8. Seleccione el periodo correspondiente de la prueba en la parte superior derecha del informe. Deberían aparecer datos relacionados con los eventos.
- 9. Haga clic en **Destinatarios > Personalizado > Variable personalizada.**
- Seleccione la clave de la variable personalizada que desee examinar junto a Dimensión principal. Asegúrese de nuevo de haber seleccionado el periodo adecuado y se mostrarán datos relacionados con las variables.

Los informes personalizados permiten crear una vista concreta de los datos, lo que le ahorrará tiempo si la debe consultar con frecuencia. Para crear una informe personalizado:

- 1. Inicie sesión en Google Analytics y seleccione el ID de propiedad/seguimiento que haya asociado con la interfaz.
- 2. Haga clic en Informes personalizados.
- 3. Haga clic en Nuevo informe personalizado.
- 4. Asigne un nombre al informe en el campo Título.
- 5. Asigne un nombre a la pestaña de informe nuevo en el campo Nombre.
- Seleccione el grupo de métricas que desee mostrar en el informe.
   Para esta integración, los grupos más importantes son Contenido y Visitantes.
- Seleccione las opciones específicas de la dimensión. Para esta integración, las opciones específicas más importantes son las claves y los valores de variable personalizada.
- 8. Si no está seguro de qué dimensión y opciones específicas elegir, consulte los ejemplos de <u>Campos de informe de muestra</u>.
- 9. Seleccione Filtro.
- 10. Seleccione otras propiedades que desee incluir en el informe (preferiblemente otras interfaces).
- 11. Haga clic en Guardar. Cuando consulte el informe, elija el periodo adecuado.

#### Campos de informe de muestra

#### Información general

Título: Informe personalizado de GSA

Contenido del informe Nombre de la pestaña del informe: *promedio de ranking de clics* Tipo: *tabla sin formato* Dimensión/métricas:

Dimensión	Métrica	Uso
Acción de evento	Valor medio	Busca el promedio de ranking de clics para esta acción de evento. En este caso, le interesan los clics en los primeros resultados de búsqueda y los clics en los resultados de búsqueda.
Categoría de eventos	Valor medio	Busca el promedio de ranking de clics para esta categoría de evento. En este caso, le interesa el promedio de ranking de clics de la categoría de resultados.

#### Filtros (opcional):

Filtro	Valor	Uso
Variables personalizadas > Variable personalizada, valor 01	default_collection	Con este filtro solo se mostrará el promedio de ranking de clics de la colección que ha seleccionado. En este caso, ha seleccionado default_collection.
Visitantes > Ciudad	Minato	Este filtro muestra el promedio de ranking de clics de un determinado grupo de usuarios. En este caso, ha elegido ver solo el promedio de ranking de clics de los usuarios de Minato, Tokio.

Nombre de la pestaña del informe: clics satisfechos

Tipo: tabla sin formato

Dimensión/métricas:

Dimensión	Métrica	Uso
Variables personalizadas > Variable personalizada, clave 5	Visitas	Número de visitas que ha recibido este término de búsqueda.
Variables personalizadas > Variable personalizada, valor 5	Páginas/vista	Número de clics por sesión.

Nombre de la pestaña del informe: *sin resultados* Tipo: *tabla sin formato* Dimensión/métricas:

Dimensión	Métrica	Uso
Variables personalizadas > Variable personalizada, clave 3	Visitas	Si compara el término de búsqueda que ha activado la variable personalizada de cero resultados con el número de visitas que ha recibido, verá cuántas búsquedas no han devuelto ningún resultado.
Variables personalizadas > Variable personalizada, valor 3	Visitas	Junto con la dimensión anterior, sabrá qué términos de búsqueda no han devuelto resultados gracias a esta dimensión.

#### Recursos

Esta implementación es de una gran flexibilidad. Por lo tanto, se han incluido los recursos siguientes junto con esta guía para que los utilice como más le convenga para la implementación de GSA:

- clicklog.js de GSA de muestra modificado que debe alojarse en cualquier otro lugar y al que debe hacer referencia la hoja de estilo de la interfaz. Para optimizar este archivo, <u>compílelo</u> una vez que lo haya obtenido de su dispositivo GSA en <u>https://your\_gsa/clicklog.js</u>.
- Una hoja de estilo de interfaz, *ga\_template.xsl*, basada en la interfaz predeterminada de GSA con posibles ubicaciones de fragmentos de seguimiento. Antes de realizar cualquier prueba, inserte el código de seguimiento de GA en la sección de información sobre Analytics.
- Fragmentos de codigo XSL en *snippets.xsl* para implementar el código de seguimiento y las variables personalizadas en la hoja de estilo de la interfaz. Utilice los comentarios del archivo de fragmentos y esta guía para insertar fragmentos de código en las ubicaciones correspondientes de la hoja de estilo.

Archivo	Nombre del método/plantilla	Cambios realizados	Implicaciones
ga_template.xsl	analytics_custom_var	Se ha añadido una plantilla XSL que se puede insertar en distintas partes de la hoja de estilo. Se necesitan los parámetros index, name, value y scope para la plantilla.	Cuando esta se invoque, el código enviará datos de variable personalizada a GA.
ga_template.xsl	analytics_event_tracking	Se ha añadido una plantilla XSL que se puede insertar en distintas partes de la hoja de estilo.	Cuando esta se invoque, el código enviará datos de seguimiento de eventos a GA.

		Se necesitan los parámetros category, action, label y value para la plantilla.	
ga_template.xsl	<xsl:if test="\$render_dynamic_na vigation = '1'"&gt;</xsl:if 	Se ha añadido una invocación al archivo <i>clicklog_GA.js.</i> Cámbielo para que apunte al host del archivo.	Permite la integración avanzada de ASR y GA.
ga_template.xsl	my_page_header	Se ha añadido la invocación a la plantilla analytics.	Carga el código async de Analytics.
ga_template.xsl	no_RES	Se ha añadido una invocación a analytics_custo m_var que registra cuando no hay resultados.	Esto es un ejemplo de uso de una plantilla de variable personalizada.
clicklog_GA.js	cl_analytics_clk	Se ha añadido una instrucción switch que envía datos de seguimiento de eventos a GA de cada tipo de clic que se suele registrar en ASR.	Este código utiliza los mismos datos que ASR para registrar la información en GA.

Puede descargar copias de los archivos clicklog\_GA.js, ga\_template.xsl y snippets.xsl en <u>https://gsa-admin-toolkit.googlecode.com/files/GSA-GA.zip</u>.

## Capítulo 4 Analizar los datos

Mediante el uso de informes estándar o personalizados de GA puede reunir esta variedad de métricas y presentarlas sin necesidad de procesarlas. Pero antes de crear los informes debe averiguar qué métricas son importantes.¿Cuáles son los indicadores de rendimiento clave (KPI) para su empresa?

Estos son algunos de los KPI más habituales para la búsqueda empresarial:

- Porcentaje de visitantes que han realizado búsquedas
- Número de búsquedas por visita
- Número de búsquedas al día/semana/mes
- Número de búsquedas que no han mostrado resultados (o muy pocos)
- Número de clics en los resultados de la primera página
- Número de páginas vistas posteriores a la primera página de resultados

Estos son solo algunos de los KPI. Hay muchas otras métricas que pueden ser importantes, pero depende de cada caso.

#### **Objetivos**

Para una implementación de comercio electrónico, lo más habitual es que los KPI estén relacionados con los ingresos, pero los porcentajes de conversión no están necesariamente vinculados con las cifras. La formalización de compra y las compras son solo un tipo de objetivo. Ofrecen métricas interesantes que pueden estar relacionadas con los ingresos, pero cualquier acción que se realice en el sitio se puede considerar un objetivo.

Este es un aspecto de Google Analytics que se suele pasar por alto, pero se puede configurar para supervisar algunos objetivos bien definidos. Se suele usar para el seguimiento de las transacciones de comercio electrónico. También puede definir objetivos para medir cuándo se visita una determinada página o cuándo un usuario se suscribe a un boletín informativo o abre una incidencia.

Para obtener más información acerca de los objetivos, consulte el artículo sobre <u>cómo configurar</u> <u>objetivos</u>.

#### Comparar grupos de usuarios

Otra forma útil de ver los informes es comparar un grupo de usuarios con otro. En el caso de la búsqueda, puede empezar por ver los usuarios que han realizado una búsqueda y los que no. Para ello, utilice <u>Segmentos avanzados</u> en los informes de Google Analytics.



A continuación se muestra un informe simple con dos segmentos avanzados personalizados: uno para las visitas que han usado Búsquedas en el sitio y otro para las visitas que no han usado dicha función. Cuando se aplica al informe Páginas/visita, se observa que los usuarios que han realizado búsquedas estaban más implicados con el sitio.

Se pueden crear Segmentos avanzados para usar Eventos y Variables personalizadas. Así podrá comparar las tendencias o los objetivos de los usuarios en función de cómo usen la búsqueda.

## Resumen

Esta guía ofrece orientación detallada sobre la integración recomendada de Google Analytics en el dispositivo GSA. Es importante encontrar una forma de recopilar y presentar análisis de uso en GSA. Utilizar los datos de informe que GSA ofrece sin necesidad de configurarlos es una excelente forma de detectar puntos débiles y de mejorar la experiencia general del usuario.

Es fundamental comprobar la experiencia de usuario de vez en cuando, ya que las necesidades de este cambian y en GSA se van incorporando nuevas funciones. Google Analytics puede recopilar y presentar datos de uso para este fin.

## Apéndice Información adicional

#### **Otras consideraciones**

En caso de que se introduzcan cambios de servidor en ASR, modifique *clicklog\_GA.js* según los cambios del nuevo archivo *clicklog.js*. Concretamente, los parámetros que se envían a la función *cl\_link\_clicked* que posteriormente invoca *cl\_analytics\_clk* para registrar los datos de seguimiento de eventos de GA.