

Temario Método Analista Digital: de Cero a Máster

Optimiza cualquier negocio online en menos de 15 días usando la analítica digital

🏆 Incluso si apenas estás comenzando con Google Analytics 🏆

Usa a tu favor las herramientas más populares de tracking de sitios web para recolectar, analizar y presentar datos para tomar decisiones estratégicas, optimizar conversión y aumentar las ventas.

Dirigido a: Profesionales del marketing digital que quieran agregar un nuevo servicio altamente demandado y bien pagado a su portafolio.

🎯 **Este método incluye:**

Curso de Google Analytics 4 para optimización de conversión



En este curso de Google Analytics 4 aprenderás desde cero a usar la nueva versión de la herramienta de analítica digital más usada en el mercado.

Conoce el método para comprender el negocio de tus clientes y crear un plan de medición estratégico para medir las acciones más importantes que realizan los usuarios en un sitio web, tomar decisiones estratégicas y optimizar las conversiones.

La analítica digital es parte fundamental de cualquier equipo de marketing, es usada esencialmente para saber si las estrategias están siendo exitosas o no.

Temario

1. Bienvenida
2. ¿Por qué debes medir?
3. ¿Qué es GA4 y qué tanto ha cambiado respecto a Universal Analytics?
4. ¿Qué es la analítica digital?
5. Preguntas necesarias para iniciar el proyecto
6. Identificando los objetivos de un negocio o proyecto
7. Definición de Metas SMART
8. Definiendo los KPIS
9. Creación del plan de medición
10. GA4 cambia constantemente
11. Creación de cuenta y de propiedad
12. Creación y configuración de un Stream
13. El panel de administración de GA4
14. ¿Cómo instalar GA4?
15. ¿Cómo trackear diferentes páginas web con una sola cuenta de GA4?

16. Sitio web de pruebas
17. ¿Qué son las dimensiones y métricas?
18. Usuarios, sesiones y vistas de página
19. Cuenta demo de GA4
20. Tipos de reportes en GA4
21. Comparaciones
22. Personalización de reportes
23. Exportar y compartir reportes
24. Implementación del plan de medición
25. Envío de datos a facebook ads y google ads
26. Medición de eventos con Google Tag Manager
27. Parámetros y dimensiones personalizadas
28. Medición de campañas publicitarias
29. Reportes de ecommerce
30. ¿Qué preguntas hacerle a los datos inicialmente?
31. Reportes de exploración - Free form
32. Segmentos
33. Segmentos VS Comparaciones VS audiencias
34. Reporte de embudo de conversión
35. Exploración de ruta
36. Compartir y exportar reportes de exploración
37. Despedida

Curso de Google Tag Manager para Marketers



En este curso de Google Tag Manager aprenderás desde cero a usar la herramienta de etiquetado más usada en el mercado.

Conoce el método para medir cada acción o evento estratégico que ocurre en tu sitio web y conocer cómo se comportan tus usuarios.

Aprende a enviar datos de eventos a las principales herramientas de pauta para alimentar y optimizar tus campañas, incrementando conversiones y generando más ganancias.

Temario

1. Cómo crear una cuenta en Google Tag Manager
2. Visión general de la cuenta
3. Instalación de GTM en el sitio web de pruebas
4. Instalación de Google Analytics 4
5. Prueba de etiquetas
6. Publicación de etiquetas
7. Cómo importar archivos de contenedor

8. Traqueo de enlaces
9. Traqueo de clicks general
10. Traqueo de formularios
11. Traqueo de páginas de gracias
12. Traqueo de videos de YouTube
13. Traqueo de visibilidad de elemento
14. Traqueo de Scroll
15. DataLayer o capa de datos
16. Traqueo de eventos personalizados
17. Identificación de eventos y variables de e-commerce
18. Configuración rápida de traqueo de e-commerce
19. Creación de variables e-commerce
20. Creación de eventos de e-commerce
21. Instalación de Facebook pixel
22. Traqueo de conversiones con Facebook Pixel
23. Traqueo de conversiones con Google Ads
24. Traqueo de conversiones de LinkedIn Ads
25. Traqueo de videos de Vimeo
26. Traqueo de videos de Wistia
27. Conversiones mejoradas de Google Ads
28. Medición de formularios AJAX

Curso de Google Looker Studio para automatizar reportes de Marketing



Crea reportes que aporten valor real, visualmente atractivos para tus clientes; y lo mejor de todo, que se actualizarán en tiempo real y se envían automáticamente.

En este curso de Google Looker Studio aprenderás desde cero a usar esta poderosa herramienta de visualización de datos para mostrar información relevante de una manera amigable que ayude a todo el equipo de marketing e inclusive a directivos a tomar mejores decisiones acerca de las estrategias que se están implementando y que se implementarán en un futuro.

Temario

1. Bienvenida al curso
2. Qué es Google Looker Studio
3. Qué vas a lograr
4. Cómo crear una cuenta en Google Looker Studio
5. Conectar fuentes de datos

6. La interfaz de Google Looker Studio
7. Definición de un tema y Configuración de un reporte
8. Control de fecha
9. Tarjetas de resultados
10. Filtros
11. Componentes estáticos - Imágenes, texto y formas
12. Gráfico de dona y de torta
13. Gráfico de línea de tiempo
14. Gráfico de tabla
15. Gráfico de barras
16. Reporte general de usuarios
17. Campos calculados
18. Gráfico de mapa
19. Reporte de contenidos
20. Reporte SEO
21. Compartir y exportar reportes
22. Despedida

Workshop – Google Tag Manager del lado del servidor con Stape



Aprende a crear un servidor de etiquetados para Google Tag Manager y toma el control total de tus datos.

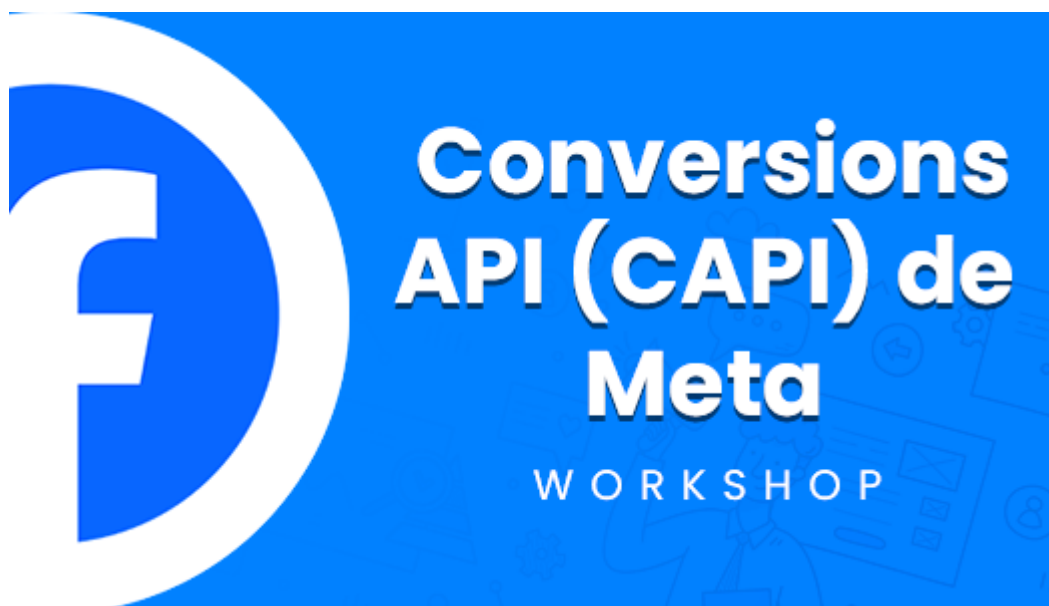
Evita los bloqueadores de anuncios y extiende la vida de las cookies para mejorar la medición y la atribución de tus conversiones.

Temario

1. Introducción
2. Ventajas de usar GTM del lado del servidor
3. El proyecto que vamos a migrar
4. Cómo funciona GTM del lado del servidor
5. Creación de cuenta y servidor en Stape
6. Integrar Stape con Google Tag Manager
7. Apuntar GA4 hacia el contenedor de servidor
8. Envío de información por CAPI hacia Meta (Solo servidor)
9. Envío de información por CAPI hacia Meta (Servidor + Pixel)
10. Envío de conversiones hacia Google Ads

11. Envío de conversiones mejoradas a Google Ads
12. Agregar una URL personalizada a nuestro contenedor de Stape
13. Cómo cargar archivos de GTM y GA4 desde nuestro dominio para evitar bloqueadores
14. Cómo extender la vida de las cookies para mejorar la atribución
15. Cómo funciona el sistema de cobros en server side
16. Activación de analíticas en Stape
17. Despedida

Workshop: Conversions API (CAPI) de Meta para WordPress y Shopify



Aprende a usar el API de conversiones de Meta para enviar información de conversiones incluso cuando el usuario usa bloqueadores de anuncios. Con este Workshop nunca perderás información de conversiones.

Temario

1. Bienvenida
2. Conceptos básicos: navegador y servidor
3. ¿Qué es el API de conversiones?
4. CAPI VS Píxel
5. GTM Server-side VS tu propio servidor
6. CAPI con WordPress y Woocommerce
7. Cómo probar la instalación de conversions API
8. CAPI con Shopify
9. Despedida

Workshop – Google Consent Mode, Privacidad y manejo de Cookies con Google Tag Manager



Aprende a crear un sistema de manejo de cookies donde el usuario podrá decidir cuáles de ellas se insertarán y cuáles no, cumpliendo así con leyes como GDPR de Europa.

Aprende a instalar Google Consent Mode en tu sitio web para cumplir con los estándares para envío de datos a Google.

Temario

1. Lo que vas a lograr con este Workshop
2. Cómo importar el contenedor de este Workshop
3. ¿Qué son las cookies y Cómo afectan las cookies la privacidad del usuario?
4. ¿Cómo detectar y borrar las cookies del navegador?
5. Agregando el banner de cookies
6. Configuración del banner de cookies
7. Clasificación de Cookies
8. Creación de activadores con eventos personalizados
9. Configuración de etiquetas dependiendo de la elección de cookies del usuario
10. Creación de activadores de excepción
11. Traducción y personalización de mensajes y textos
12. Personalización de colores del banner (requiere CSS)
13. Agregar un enlace de manejo de cookies
14. Publicación de cambios
15. ¿Qué es Consent Mode?
16. Consent mode basico
17. Consent Mode avanzado
18. ¿Qué es un CMP?
19. Instalando el banner de cookies de CookieYes
20. Obteniendo el valor de la cookie de CookieYes
21. Creación de activadores y excepciones para el CMP
22. Consent Mode con CookieYes
23. Consent Mode avanzado con CookieYes
24. Despedida

Mini curso – Auditoría de conversiones para Meta (Facebook) Ads



Aprende a detectar y resolver errores de medición en tus campañas de Meta Ads. Optimiza tus conversiones y maximiza tus resultados.

En este mini curso, aprenderás cómo auditar y corregir la medición de tus conversiones en Meta Ads, eliminando duplicaciones de eventos y optimizando cada inversión en publicidad.

Temario

1. Bienvenida
2. Conoce a tu cliente y a tu proyecto
3. Cómo identificar píxeles y eventos de conversión duplicados
4. Cómo consolidar la medición de eventos
5. Quitar eventos duplicados de la herramienta "Configuración de eventos"
6. Medición de eventos adicionales
7. Despedida

Curso de envío de conversiones con Webhooks usando Google Tag Manager del lado del servidor



Este es el método definitivo para medir todas tus conversiones como ventas o envíos de formularios, incluso cuando el usuario abandona tu sitio web.

¿Se te escapan las conversiones?

este curso de Envío de conversiones con Webhooks es para ti. Al finalizar, sabrás cómo enviar conversiones de la manera más confiable que existe, del lado del servidor, incluso si tu usuario abandona tu sitio web.

Temario

1. Bienvenida

2. Requisitos para tomar este curso
3. Habilitar webhooks de Stape en tu sitio web
4. Cómo recibir Webhooks en Google Tag Manager del lado del servidor
5. Envío de conversiones a GA4 con Measurement Protocol
6. Obtener client_id y session_id desde las cookies del Webhook
7. Obtener el timestamp
8. Preparación de datos de comercio electrónico
9. Envío de datos a GA4 por Measurement Protocol
10. Identificadores de Meta: _fbp y _fbc
11. Envío de conversiones a Meta usando Webhooks
12. Despedida

Workshop: Migración de dataLayer de GAU a GA4 para ecommerce



Usa el dataLayer que ya tienes en formato Analytics Universal para enviar eventos de comercio electrónico a GA4. Reutiliza las variables y los

activadores y aprende a convertir los datos de producto en items que Google Analytics 4 puede interpretar.

Con este workshop lograrás migrar cualquier tienda virtual que esté usando comercio electrónico mejorado de Google Analytics Universal, también conocido como Enhanced Ecommerce, hacia la nueva versión de la plataforma Google Analytics 4.

Todo esto desde Google Tag Manager y sin necesidad de cambiar nada en la estructura del código del sitio web.

Aprende a capturar las variables, eventos personalizados y a convertir la información de los productos a items que Google Analytics 4 puede interpretar.

Temario

1. Bienvenida al Workshop
2. Diferencias entre Comercio Electrónico Mejorado de GA4 y eventos de Ecommerce de GA4
3. Conversión de variables de productos a formato GA4
4. Creación de activadores con eventos personalizados
5. Creación de etiquetas de comercio electrónico para GA4
6. Prueba de proceso de compra
7. Publicación del contenedor y despedida

[!\[\]\(642aa997563f9a325b310230bb5078b7_img.jpg\) **Comienza ya mismo a estudiar haciendo clic aquí** !\[\]\(9bef82f5a53106f2ad06a2de7acf5bcf_img.jpg\)](#)

Instructor



Juan Sebastian Aparicio

Diseñador gráfico y desarrollador de software con más de 8 años de experiencia. Creador de Tutopress, uno de los canales de YouTube más vistos en analítica digital.

«Mi misión es que ningún profesional de marketing se quede atrás en el mundo de los datos. Por eso creé Tutopress: un lugar para aprender analítica digital sin complicaciones técnicas y con ejemplos prácticos. Te acompañaré en el proceso para que apliques todo lo aprendido en tus campañas reales.»