

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 márketing digital que quieran agregar un nuevo servicio altamente demandado y bien pagado a su portafolio.

🎯 **Este método incluye:**

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. Bienvenida
2. Cómo crear una cuenta en Google Tag Manager
3. Visión general de la cuenta
4. Instalación de GTM en el sitio web de pruebas
5. Instalación de Google Analytics 4
6. Prueba de etiquetas
7. Publicación de etiquetas
8. Cómo importar archivos de contenedor
9. Traqueo de enlaces
10. Traqueo de clicks general
11. Traqueo de formularios
12. Traqueo de páginas de gracias
13. Traqueo de videos de YouTube
14. Traqueo de visibilidad de elemento
15. Traqueo de Scroll
16. DataLayer o capa de datos
17. Traqueo de eventos personalizados
18. Medición de comercio electrónico (ecommerce) en GA4
19. Instalación del pixel de Facebook (Meta)

20. Traqueo de eventos de comercio electrónico (ecommerce) con el pixel de Facebook
21. Traqueo de eventos de Leads con el pixel de Facebook
22. Traqueo de conversiones con Google Ads
23. Traqueo de conversiones con Google Ads (Nueva interfaz)
24. Conversiones Avanzadas de Google Ads
25. Instalación del pixel de TikTok
26. Traqueo de eventos de comercio electrónico (ecommerce) con el pixel de Tiktok
27. Traqueo de eventos de Lead con el pixel de Tiktok
28. Traqueo de conversiones de LinkedIn Ads
29. Medición de clics a botón de WhatsApp
30. Traqueo de videos de Vimeo
31. Traqueo de videos de Wistia
32. Medición de formularios AJAX
33. Medición de formularios de Hubspot

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. GA4 cambia constantemente
3. Creación de cuenta y de propiedad

4. El panel de administración de GA4
5. ¿Cómo instalar GA4 con Google Tag Manager?
6. ¿Cómo trackear diferentes páginas web con una sola cuenta de GA4?
7. Sitio web de pruebas
8. ¿Qué son las dimensiones y métricas?
9. Usuarios, sesiones y vistas de página
10. Cuenta demo de GA4
11. Tipos de reportes en GA4
12. Comparaciones
13. Personalización de reportes
14. Exportar y compartir reportes
15. Parámetros y dimensiones personalizadas
16. Cómo crear conversiones en GA4
17. Medición de campañas publicitarias con parámetros UTM
18. Cómo optimizar tus pautas con datos de Google Analytics 4
19. Reportes de ecommerce
20. ¿Qué preguntas hacerle a los datos inicialmente?
21. Reportes de exploración - Free form
22. Segmentos
23. Segmentos VS Comparaciones VS audiencias
24. Reporte de embudo de conversión
25. Exploración de ruta
26. Compartir y exportar reportes de exploración
27. Cómo ver el tráfico de IA en GA4
28. Cómo medir códigos QR en GA4
29. Despedida

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. Creación de reportes con datos de redes sociales - Basado en las métricas de Felipe Vergara - Parte 1
23. Creación de reportes con datos de redes sociales - Basado en las métricas de Felipe Vergara - Parte 2
24. 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. Píxel de TikTok
13. API de eventos de TikTok
14. Agregar una URL personalizada a nuestro contenedor de Stape
15. Cómo cargar archivos de GTM y GA4 desde nuestro dominio para evitar bloqueadores
16. Cómo extender la vida de las cookies para mejorar la atribución
17. Cómo funciona el sistema de cobros en server side
18. Activación de analíticas en Stape
19. 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. Cómo usar Consent Mode con el banner de cookies open source
19. ¿Qué es un CMP?
20. Instalando el banner de cookies de CookieYes
21. Obteniendo el valor de la cookie de CookieYes
22. Creación de activadores y excepciones para el CMP
23. Consent Mode con CookieYes

24. Consent Mode avanzado con CookieYes
25. Consent Mode y manejo de Cookies usando Cookiebot
26. 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

Aumenta la calidad de eventos de Meta con Google Tag Manager del lado del servidor



Descubre cómo la "calidad de eventos" arruina tus resultados y aprende a optimizarla para convertir cada clic en impacto real.

Porque no basta solo con instalar el píxel o el API de conversiones. Si Meta no "entiende" bien las acciones de tus usuarios, estás gastando en publicidad... a ciegas.

Temario

1. Bienvenida

2. Que es la calidad de eventos y cómo funciona
3. Obteniendo datos del usuario de la capa de datos
4. Enviando datos de usuario por contenedor web
5. Enviando datos de usuario hacia el servidor
6. Obteniendo variables de usuario en el servidor
7. Enviar datos de usuario al API de conversiones
8. Cómo enriquecer los datos del usuario con datos del servidor
9. 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

10. Bienvenida
11. Requisitos para tomar este curso
12. Habilitar webhooks de Stape en tu sitio web
13. Cómo recibir Webhooks en Google Tag Manager del lado del servidor
14. Envío de conversiones a GA4 con Measurement Protocol
15. Obtener client_id y session_id desde las cookies del Webhook
16. Obtener el timestamp
17. Preparación de datos de comercio electrónico
18. Envío de datos a GA4 por Measurement Protocol
19. Identificadores de Meta: _fbp y _fbc
20. Envío de conversiones a Meta usando Webhooks
21. Despedida

[👉 Comienza ya mismo a estudiar haciendo clic aquí 👈](#)

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.»