

Índice

Hablaremos sobre

- Entender el sector
- Necesito que me visiten
- Nuevas formas de trabajar
- Análisis Post Clic
- Analizando el ecommerce

SOBRE NOSOSTROS



**ANALÍTICA WEB
MARKETING EN BUSCADORES**

YAHOO! WEB ANALYTICS



URCHIN
AUTHORIZED
CONSULTANT



ANALYTICS
AUTHORIZED
CONSULTANT



WEBSITE
OPTIMIZER
AUTHORIZED
CONSULTANT



Overalia es miembro activo de:



Asociación internacional de
Profesionales en
Marketing en buscadores



Marketing en Buscadores y Analítica Web





¿Entender el sector?

Datos de interés

Fuentes: IAB, infoadex, INE

La Red crece sin parar, penetración, hogares, usuarios de la Red

- El 51,0% de los hogares españoles tiene acceso a la Red (7,7 M) frente al 44,6% en el 2007 (6,7 M). Incremento de un millón de hogares.
- Por comunidades autónomas Comunidad de Madrid (62,3%) y Cataluña (60,1%). País Vasco, Comunidad Foral de Navarra, Illes Balears, Cantabria, Principado de Asturias, Canarias, Aragón y La Rioja tienen una tasa superior al 50,0%.
- 17 millones son usuarios habituales, que se conectan a diario o al menos una vez por semana.
- Los principales servicios de internet utilizados por motivos particulares han sido la búsqueda de información sobre bienes y servicios (el 82,0% de los internautas), el correo electrónico (81,9%) y la utilización de servicios relacionados con viajes y alojamientos -información, reservas, compras...- (61,8%).

Fuente: Encuesta sobre equipamiento y uso de Tecnologías de la Información, INE Octubre 2008

Estudio Infoadex marzo 09

2
INFOADEx

Inversión Real Estimada Medios Convencionales 2007

MEDIOS	2007	% incr.	2006
diarios	1.894,4	5,8	1.790,4
dominicales	133,5	8,4	123,5
revistas	721,8	4,9	688,1
radio	678,1	6,5	636,7
cine	38,4	-5,3	40,6
tv's. nac. y aut.	3.356,0	8,4	3.096,5
canales temat.	60,1	35,0	44,5
tv's. locales	50,9	7,5	47,3
exterior	568,0	7,4	528,1
Internet (*)	482,4	55,4	310,4
TOTAL	7.983,6	9,3	7.306,9

(*) formatos gráficos+enlaces patrocinados

No paramos de crecer.
Es el único medio en todo el sector publicitario

Internet ya es 4º medio por inversión publicitaria

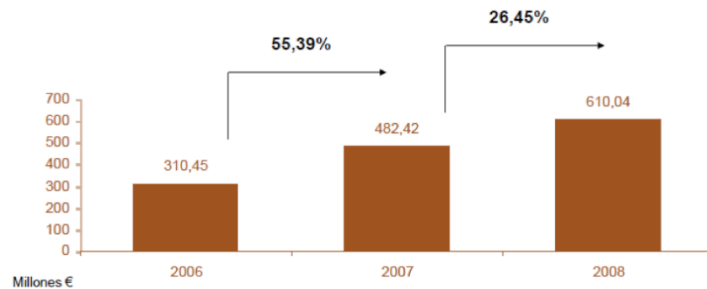
El año que viene será el tercero??

...y la inversión publicitaria, Evolución inversión en medios interactivos

El crecimiento no ha sido tan brutal como en los años anteriores pero es un 26%

Estudio sobre inversión publicitaria en medios interactivos. Resumen 2008

Evolución facturación anual 2006-2008



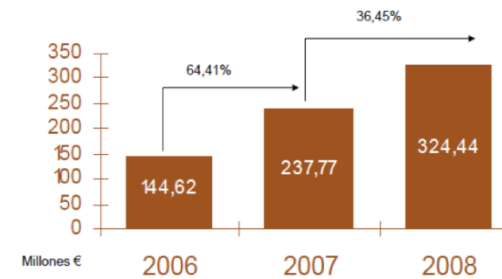
PRICEWATERHOUSECOOPERS

Patrocinado por



Estudio sobre inversión publicitaria en medios interactivos. Resumen 2008

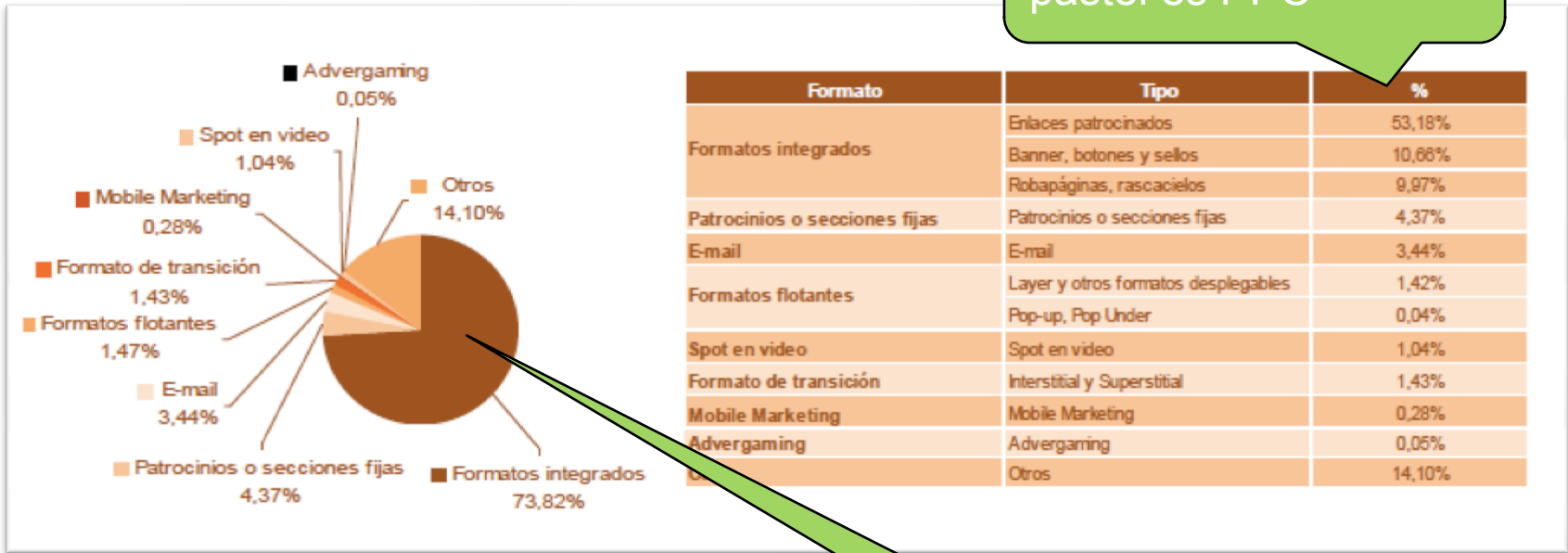
Evolución facturación anual de buscadores y enlaces patrocinados



Millones €

Los buscadores y el PPC lo más utilizado y sigue creciendo

Más de la mitad del pastel es PPC



FORMATOS INTEGRADOS: Formatos que tienen posición fija en la página

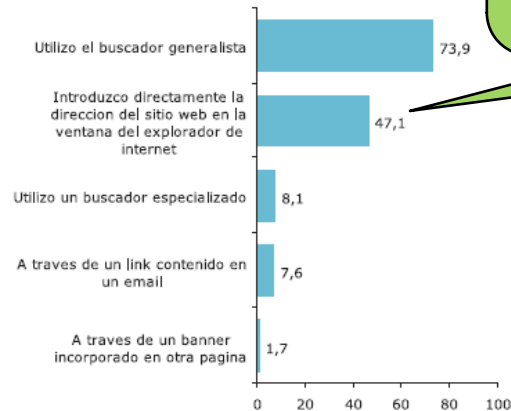
FORMATOS EXPANDIBLES: Formatos integrados que tienen capacidad de ganar pantalla mediante un segundo formato denominado panel, cuyo tamaño, dirección de expansión, y ejecución (*rollover* y *click*) vendrá determinado por el soporte. Todos los paneles deben llevar un asa de cierre.

FORMATOS FLOTANTES: Formatos que no tienen posición fija en la página

Sistema basado en pujas. Y solo hay 12 resultados

La importancia de los buscadores

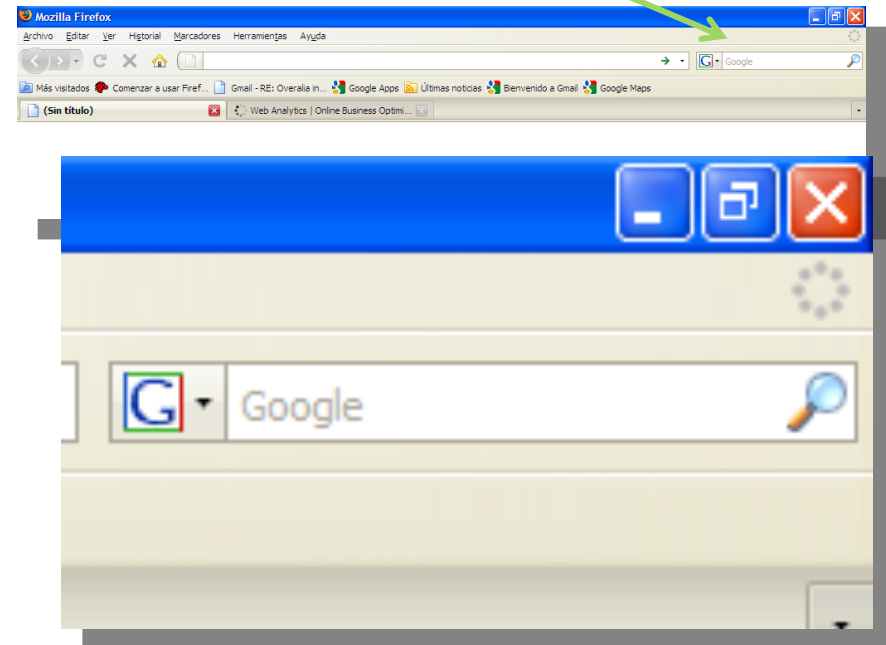
Gráfico 18. ¿De qué manera accede finalmente al sitio web en el que realiza la compra de servicios? (%)



Base: Total de internautas compradores

Fuente: ONTSI

Utilizamos los buscadores como puerta de entrada a Internet y lo hacemos mediante la barra de búsqueda



Comportamiento del usuario frente al buscador

- El 84% de los usuarios adultos utiliza Internet para encontrar información. Se calcula que cada usuario realiza 34 búsquedas al mes.
- El 88% de estos usuarios utiliza los buscadores como medio para encontrar lo que busca.
- El 40% de los usuarios On Line, teclean directamente (donde se introduce el término) el nombre de la web que buscan en el buscador (Nielsen)
- El 25 % de las búsquedas son nombres propios (por ejemplo Overalia)

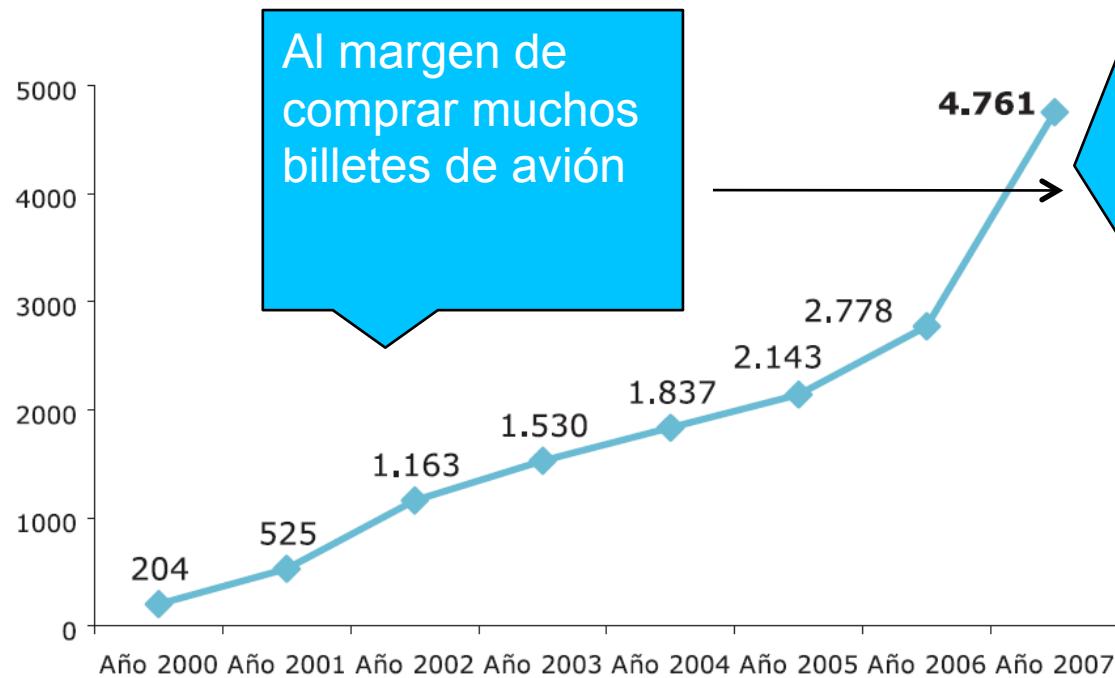
....y el volumen del comercio electrónico,

Evolución inversión en medios interactivos

El comercio electrónico ya ha despegado...

Yo compro las naranjas, bonito y anchoas x internet directamente al fabricante.

Gráfico 1. Volumen de comercio electrónico B2C (En millones de euros)

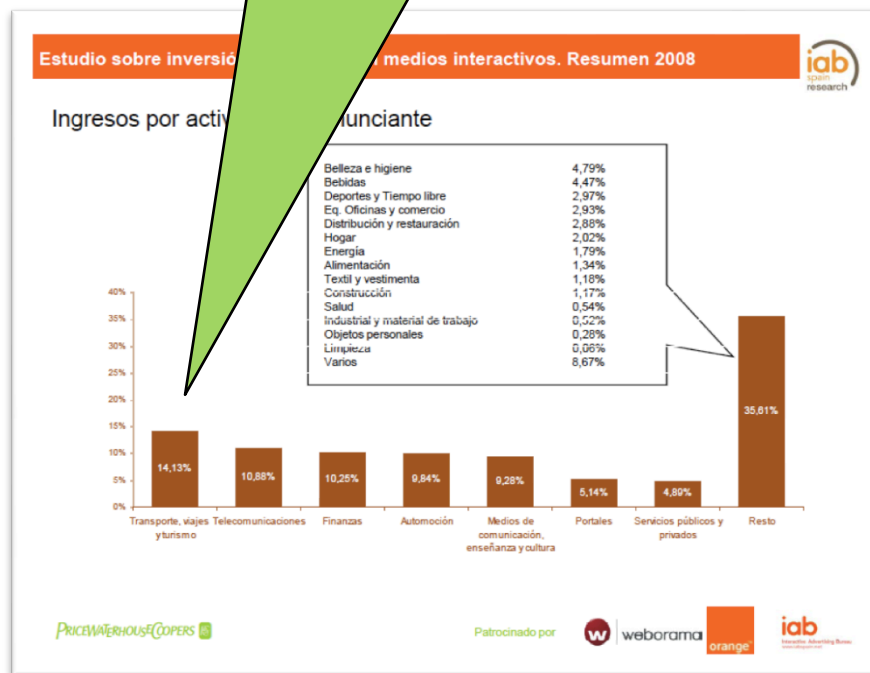


Fuente: ONTSI

Las compañías de avión y el sector turístico nos ha ayudado a despegar.....

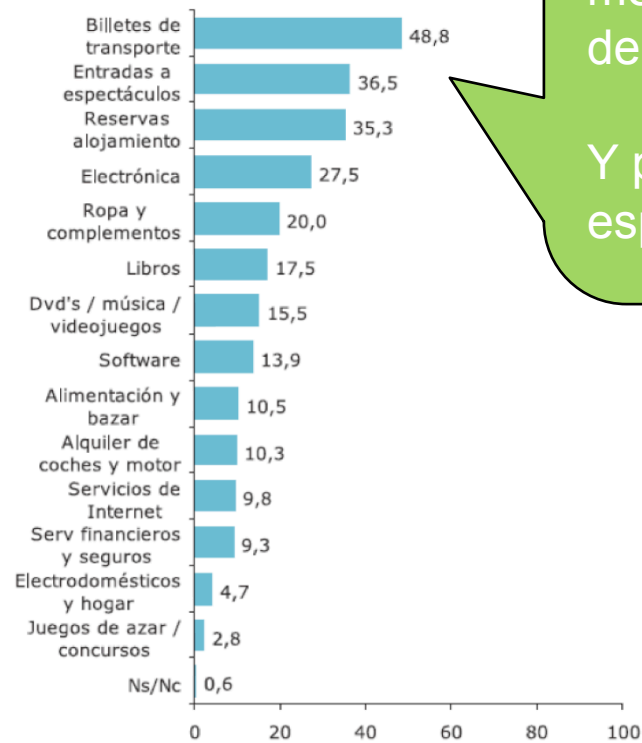
Travel es el sector más competitivo y con mayor nivel de inversión.

Aunque estos son los anunciantes con más inversión, hay oportunidad para las Pymes



Esto es lo que más se compra

Gráfico 21. Bienes y servicios comprados por Internet en 2007 (%)



Base: Total de internautas compradores

Fuente: ONTSI

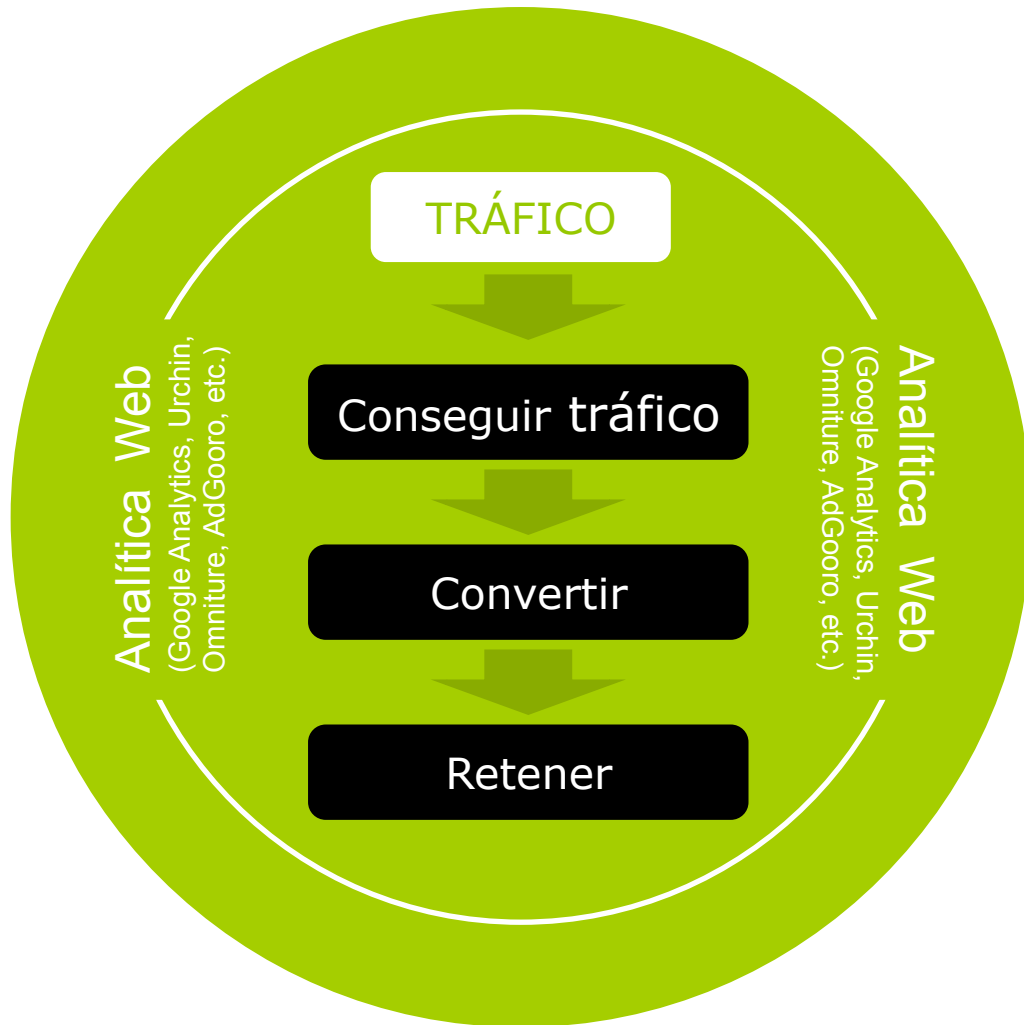
Buscamos los chollos, como billetes baratos, ofertas de hoteles, cámaras mejor de precio que en la tienda de debajo de casa.....

Y por comodidad las entradas de cine o espectáculos.

1

Necesito tener visibilidad!!!

Cómo vemos nosotros el Marketing online



0. Consultoría

Es necesaria para sentar las bases de cómo se deben plantear el sitio web y las acciones de Marketing online para lograr los objetivos marcados.

1. Conseguir tráfico

Atraer tráfico cualificado al sitio web a través de diversas vías (posicionamiento natural, Campañas de Pago por Clic, Linkbuilding, Social Media, etc.)

2. Convertir

Lograr que el tráfico cumpla nuestros objetivos (venta, descargas, contactos, etc.)

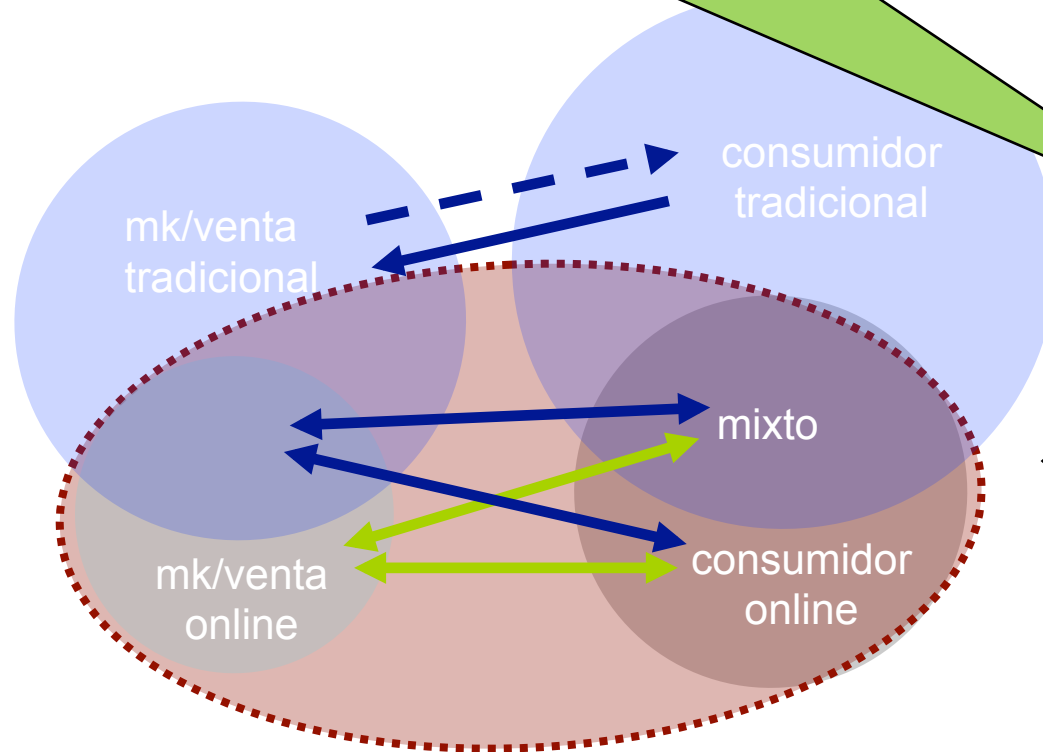
3. Retener

Conseguir la fidelidad del usuario que ha convertido para que se convierta en conversiones asiduas cuyo coste de gestión será ya mucho menor.

Es imprescindible medir todo esto a través de la Analítica Web, la cual, ofrecerá la información necesaria para poder tomar decisiones eficaces y rentables en todo momento.

Una vez llevados a cabo estos pasos, es necesario mantener continuamente un ciclo de mejora sobre los pasos 1, 2 y 3 (tráfico, conversiones y retención), a través de la metodología de prueba-error, para mejorar continuamente los resultados y ser lo más rentables posible.

Los consumidores Online ya no están donde estaban antes.









Las empresas, los organismos y el consumidor interactúan entre sí cada vez más y de forma más compleja, en un entorno cada vez mayor que denominamos **ecosistema interactivo**

La fragmentación de los medios hace su comportamiento impredecible



El desafío es alcanzar la audiencia

	ayer	hoy
La persona indicada		
el producto indicado		
el momento indicado		

Google Confidential and Proprietary 20

¿Dónde está realmente el usuario?

La televisión
ya no tiene el mismo impacto

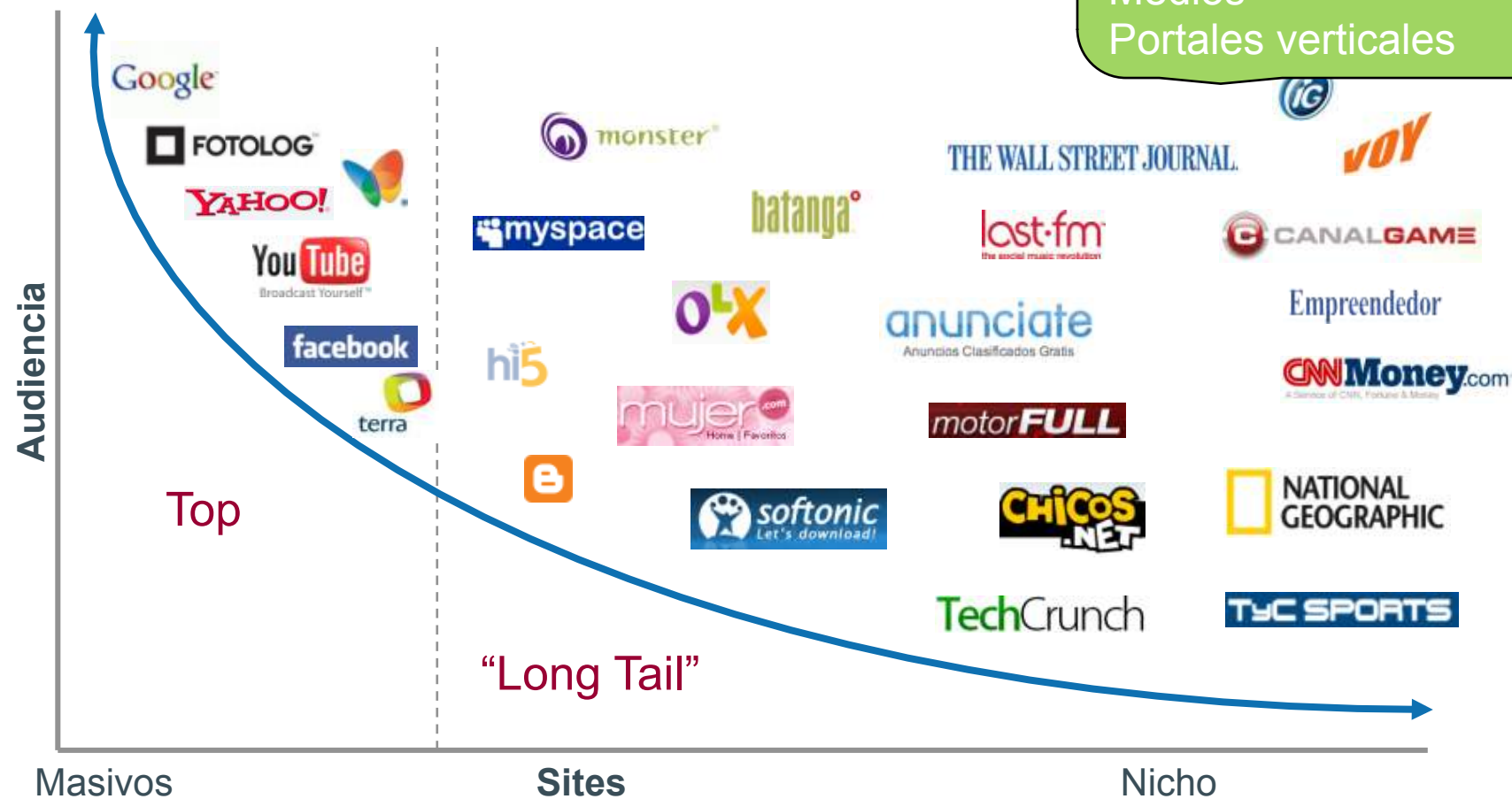


Ilega a un público
ocupado y distraído

Un nuevo
Marketing

One stop shop, nicho, cobertura, frecuencia y multiformato

Buscadores
Redes de publicidad
Redes Sociales
Medios
Portales verticales



Diapo original Fox

Nuevos formatos

Anuncios gráficos



- Visualmente atractivos
- Numerosos formatos

Anuncios de vídeo



- Anuncios de vídeo "Click to Play"
(Iniciados por el usuario)
- Estadísticas de rendimiento completas
(CTR, etc)
- Sin costes de alojamiento

Qué es SOCIAL MEDIA

Buscadores

Ordenan los resultados en base a la indexación y la popularidad en base a algoritmos.

Las máquinas hacen el trabajo

Buscadores de redes Sociales

Participamos los humanos en construir los índices

Los algoritmos ayudan a hacer el resto (ordenar los resultados y gestionar las relaciones)



Google [Búsqueda avanzada](#)
[Preferencias](#)
Buscar en: la Web páginas en español páginas de España

La Web Resultados 1 - 10 de aproximadamente 50.300.000 de **san sebastian**. (0,18 segundos)

San Sebastián [maps.google.es/maps](#) Sitúalo todo con Google Maps Encuentra fácilmente lo que buscas [Enlaces patrocinados](#)
Hoteles en San Sebastián
[SanSebastian.es](#) Ask.com Ofertas que te harán sentir como en casa. ¡Reserva aquí ahora!
Alojamiento San Sebastián
[Ofertas-SanSebastian](#) Excite.es Ofertas A Precios Como En Casa. Reserva Hoy Y Disfruta Tu Descuento
Se han almacenado 847 resultados en tu equipo - [Ocultar](#) - [Accerca de](#)
[IBERIA.COM en España](#) Los. - Pamplona Salamanca [San Sebastián](#) Santa



San Sebastián
[maps.google.es](#)
Dirección de origen
ción e lluyar
 Recordar esta población

Ayuntamiento de San Sebastián
Información municipal y turística sobre la capital de Gipuzkoa.
[www.donostia.org](#) - 24k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)
[Turismo](#) [Agenda](#)
[Trámites](#) [Galería de imágenes](#)
[Ciudad](#) [Lanzador](#)
[Semana Grande 2008](#) 15°C
[Más resultados de donostia.org >](#)

Kultur eta Turismo Ekinizbehea - Centro de Atracción y Turismo de ...
La llave maestra de **San Sebastián** por tan solo 12 + 17€ [* Ver folleto]. Más información Info ...
Boulevard, 8 - 20003 Donostia-San Sebastián ...
[www.donostia.org/CAI/Home.nsf/rmswPmpncialCA?OpenFrameset](#) - 36k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

San Sebastián - Wikipedia, la enciclopedia libre
San Sebastián (en euskera Donostia, y oficialmente Donostia **San Sebastián**) es una ciudad costera del golfo de Vizcaya situada en el norte de España. ...
[es.wikipedia.org/wiki/San_Sebastian](#) - 216k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

Resultados de noticias que contienen san sebastian
 San Sebastián [acogerá el domingo la acción participativa 'Bakerako ...'](#) - 16 Oct 2008
La playa de la Zumbilla de **San Sebastián** [acogerá el domingo, a las 11.30 horas, la acción participativa 'Bakerako hitzak'](#): crea un espacio-tiempo para la ...
[Europa Press](#) - 7 [artículos relacionados >](#)
Región española [invertirá en proyectos para rehabilitar zonas ...](#)
[Prensa Libre \(Guatemala\)](#) - 4 [artículos relacionados >](#)
San Sebastián [producirá energía solar en](#) ...
[El País \(España\)](#) - 4 [artículos relacionados >](#)

San Sebastián Donostia Hoteles Resto
Toda la información sobre Donostia **San Sebastián** ...
[www.pasvasco.com/donostia](#) - 16k - [En caché](#)

[www.sansebastianfestival.com](#)
Festival Internacional de cine de Donostia-San Sebastián y Ya Mienta Producciones ...
[www.sansebastianfestival.com/es/index.php](#) -

Estudiar en Chile - UNIVERSIDAD SA
Estudiar Derecho, Psicología, Arquitectura, Ciencias ...
[www.usc.cl](#) - 39k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

San Sebastian De Las Vegas Del Pe
Portal del pueblo contiene secciones de cultura ...
[www.sansebastianpr.com/](#) - 47k - [En caché](#) -

Webcam Donosti - San Sebastián .e
¿Esperando esta imagen? **San Sebastián** new short - long. Frame No.: Webcam de Donosti - web.jet.es/hot/webcam.htm - 20k - [En caché](#)

Fotos de San Sebastián y Guipuzco .a
Álbum de fotos de la capital guipuzcoana, ordenadas por fecha y comentadas por usuarios. ...
[www.fotosdonosti.com/](#) - 68k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

Heineken Jazzaldia
Donostiako Jazzaldia - Festival de Jazz de **San Sebastián** ... Se lo entregó el Alcalde de **San Sebastián**, Odoñ Elorza. Foto. 04/04/2008 ...
[www.jazzaldia.com/](#) - 24k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

Búsquedas relacionadas con: **san sebastian**
[san sebastian hoteles](#) [san sebastian alojamiento](#) [san sebastian pensiones](#) [san sebastian casas rurales](#)
[que ver en san sebastian](#) [san sebastian callejero](#) [bilbao](#) [guipuzco](#)

Google Blog Search
 Google Book Search
 Google Images
 Google Patent Search
 Google Product Search

Google [Búsqueda avanzada](#)
[Preferencias](#)
Buscar en: la Web páginas en español páginas de España

La Web Resultados 1 - 10 de aproximadamente 258.000.000 de **barcelona**. (0,11 segundos)

Barcelona [maps.google.es/maps](#) Sitúalo todo con Google Maps Encuentra fácilmente lo que buscas [Enlace Patrocinado](#)
Se han almacenado 1 848 resultados en tu equipo - [Ocultar](#) - [Accerca de](#)
[IBERIA.COM en España](#) Los. - Asturias Badajoz **Barcelona** Bilbao Burgos
[Ofertas de vuelos. Billet](#). - Asturias **Barcelona** Bilbao Fuerteventura



Barcelona
[maps.google.es](#)
Dirección de origen
ción e lluyar
 Recordar esta población

350 Hoteles en Barcelona
Reservar un hotel en **Barcelona**. ¡Con ofertas especiales!
[www.booking.com/Barcelona](#)
Hoteles Baratos Barcelona
Ofertas Todo el Año
Disfruta al Máximo por Poco Dinero
[Hotel Barcelona.es](#).Ask.com

Barcelona [CicloTour](#)
The Daily Guided Bike Tour
Discover **Barcelona** by Bike
[www.barcelonaclotour.com](#)
BCN

FCBarcelona .cat
[fcbarcelona.cat](#)
[www.fcbarcelona.com/](#) - 2k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

FCBarcelona .cat
Web oficial del FC **Barcelona**. Totes les notícies relacionades amb l'equip de futbol, el club i les seccions (bàsquet, handbol, hoquei patins, futbol sala).
[www.fcbarcelona.com/web/index_idiomes.html](#) - 6k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)
[Más resultados de www.fcbarcelona.com >](#)

El web de la ciutat de Barcelona - | Traducir esta página |
El web oficial de **Barcelona**, creat per l'Ajuntament de la ciutat, és un canal de comunicació amb els ciutadans; s'hi poden fer gestions amb l'Ajuntament i ...
[www.bcn.es/](#) - 59k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

Resultados de noticias que contienen barcelona
 La plantilla de Nissan se manifiesta ante la fábrica de Barcelona - hace 19 horas
Los trabajadores de Nissan se concentraron hoy ante la factoría catalana de la Zona Franca en **Barcelona** en la segunda jornada de movilizaciones contra el ...
[Europa Press](#) - 402 [artículos relacionados >](#)
El Barcelona [juega en Los Angeles ante los Lakers](#) [Simoncelli, a ...](#) -
[La Nueva España](#) - 146 [artículos relacionados >](#)
El test del VIH será gratis en las farmacias de Barcelona - [El País \(España\)](#) - 102 [artículos relacionados >](#)

Barcelona - Wikipedia, la enciclopedia libre
Barcelona es una ciudad española capital de Cataluña y de la provincia homónima así como de la comarca del Barcelonés, en el noreste de España ...

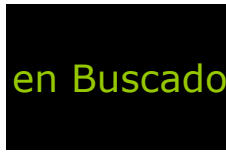
Google Scholar
 Google Special Searches
 Google Video
 Google Web Search
 Google Web Search Features

que tiene muchas ganas de jugar contra el Athletic en San Marnés, ...
[www.marca.com/decision/marca/futbol/l1_division/barcelona/es/index.html](#) - [Páginas similares](#)

Búsquedas relacionadas con: **barcelona**
[barcelona turismo](#) [callejero barcelona](#) [barcelona fotos](#) [hoteles barcelona](#)
[barcelona ocio](#) [visitar barcelona](#) [que ver en barcelona](#) [historia de barcelona](#)

Google

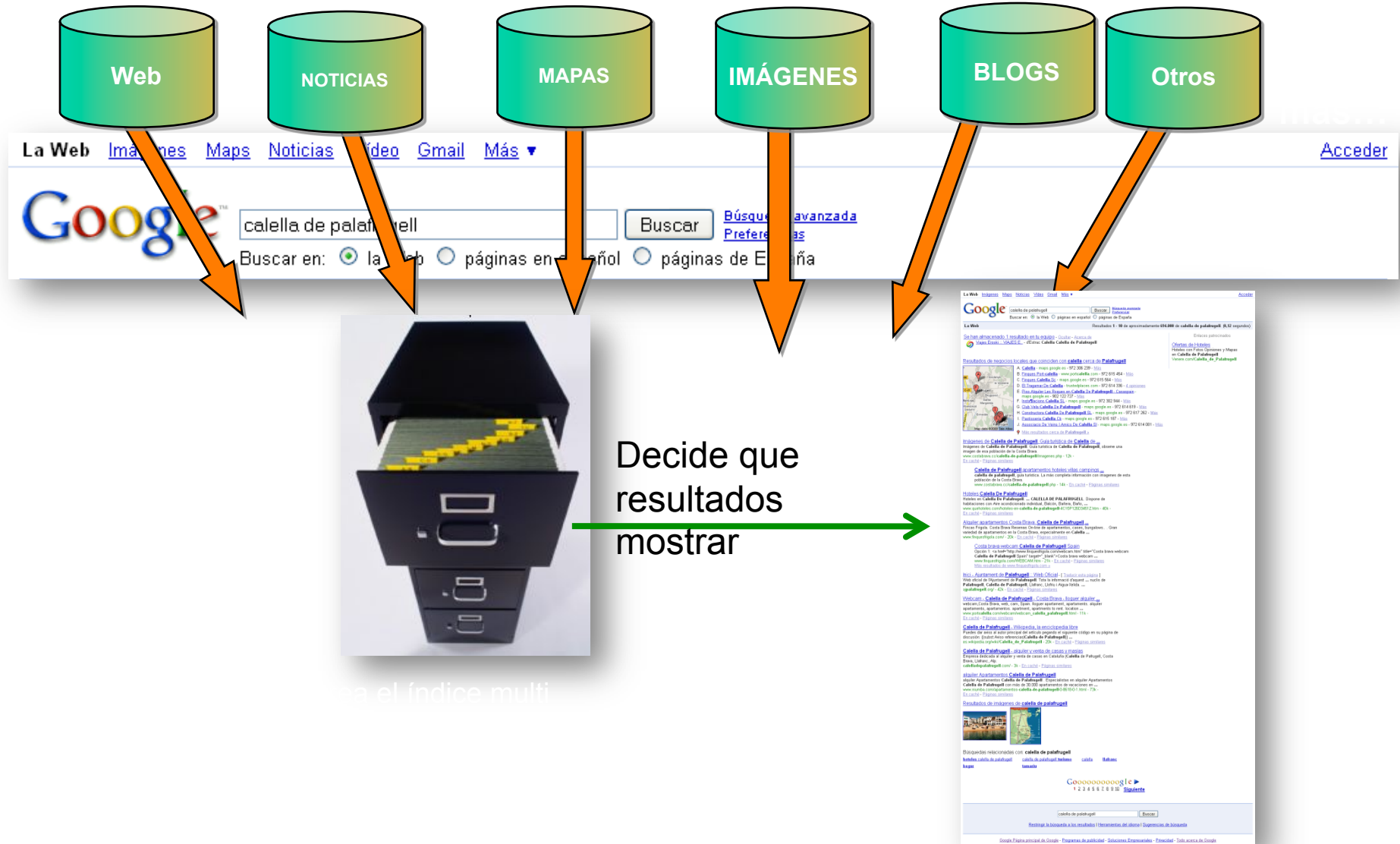
[Restringir la búsqueda a los resultados](#) | [Herramientas del idioma](#) | [Sugerencias de búsqueda](#)



[Restringir la búsqueda a los resultados](#) | [Herramientas del idioma](#) | [Sugerencias de búsqueda](#)



Arquitectura de la búsqueda a través de Universal Search



Google [Búsqueda avanzada](#)
[Preferencias](#)
 Buscar en: la Web páginas en español páginas de España

La Web

BIENVENIDOS A NUTRIBÉN
 No es posible visualizar esta página con su navegador actual. Por favor, inténtelo con Internet Explorer o Mozilla Firefox. ...
www.nutriben.es/ - 2k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

Nutribén Natal leche infantil iniciación : comparativas, precios y ...
Nutribén Natal leche infantil iniciación: Lee 32 opiniones de otros consumidores sobre **Nutribén** Natal leche infantil iniciación en Ciao.es.
www.ciao.es/Nutriben_Natal_Leche_infantil_iniciacion__149997 - 72k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

Nutriben Potitos de inicio : comparativas, precios y compras online
 Los potitos de inicio **Nutriben** de verduras llevan sal, aunque no azúcar, Opiniones que pueden ser de interés para **Nutriben** Potitos de inicio ...
www.ciao.es/Nutriben_potitos_de_inicio__279938 - 79k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)
 Más resultados de www.ciao.es »

POTITOS NUTRIBEN, ¿HIJOS DE PUTA? en s0y l0 p0r!
 La primera vez que vi el anuncio de los potitos **Nutriben**, en el que se simula una rueda presa en la que una niña cuenta las supuestas maravillas de los ...
www.soylopeor.com/weblog/archivo/potitos-nutriben-hijos-de-puta-¿.xhtml - 28k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

Foro de Nutribén : Índice
 24 Ene 2009 ... Foro de **Nutribén** En este foro tiene la posibilidad de añadir consultas sobre temas relacionados con **Nutribén** ...
foro.nutriben.es/ - 18k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

Categoría PRODUCTOS PARA EL BEBE -> LECHEs INFANTILES PARA BEBES ...
Nutriben continuación leche infantil 900 gr. , **Nutriben** Natal leche infantil 900 gr. , **Nutriben** leche infantil de crecimiento 900 gr. , **Nutriben** AE 1 leche ...
www.parafarmaciasolobebes.com/index.php?clase=cats&id=88 - 149k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

vídeo La verdad sobre el anuncio de potitos nutriben - television ...
 vídeo La verdad sobre el anuncio de potitos **nutriben** - En este montaje el anuncio esta en castellano pero el niño habla en italiano (la version original del ...
videos.orange.es/Video/iLyROoafJeR.html - 55k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

Nutribén : farmacia-morlan.com: tu farmacia y parafarmacia on-line ...
 farmacia-morlan.com: tu farmacia y parafarmacia on-line : **Nutribén** - CORPORAL CABELLO INFANTIL HOMBRE DENTAL HERBORISTERÍA DIETÉTICA FACIAL SOLARES OJOS ...
farmacia-morlan.com/index.php?main_page=index&manufacturers_id=15 - 54k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

Alimentación del bebé NUTRIBEN - Gooster, tu buscador de productos ...
Nutriben Nutriben Sin Lactosa 400gr. Alimento dietético destinado a usos ... **Nutriben Nutriben** Hidrolizada 400gr. **Nutribén** Hidrolizada es un alimento ...
www.gooster.es/bp/6070800/nutriben.htm - 42k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

Nutriben : Leche infantil - Mercamania.es
 Leche infantil: **Nutriben** Sin Lactosa 400gr. **Nutriben** Alimento dietético destinado a usos médicos especiales. Fórmula sin lactosa para lactantes, ...
www.mercamania.es/a/listado_productos/idx/5031105/mot/Nutriben/listado_productos.htm - 61k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)


Rank	Url/Site Title
1 RGE	www.nutriben.es/ No es posible visualizar esta página con su navegador actual. Por favor, inténtelo con Internet Explorer o Mozilla Firefox...
2 Directorio	www.ciao.es/Nutriben_Natal_Leche_infantil_iniciacion__149997 Nutribén Natal leche infantil iniciación: Lee 32 opiniones de otros consumidores sobre Nutribén Natal leche infantil iniciación en Ciao.es.
3 Directorio	www.ciao.es/Nutriben_potitos_de_inicio_279938 Los potitos de inicio Nutriben de verduras llevan sal, aunque no azúcar, ... Opiniones que pueden ser de interés para Nutriben Potitos de inicio...
4 RGU	www.soylopeor.com/weblog/archivo/potitos-nutriben-hijos-de-puta-¿.xhtml La primera vez que vi el anuncio de los potitos Nutriben, en el que se simula una rueda presa en la que una niña cuenta las supuestas maravillas...
5 RGE	http://foro.nutriben.es 24 Ene 2009...Foro de Nutribén En este foro tiene la posibilidad de añadir consultas sobre temas relacionados con Nutribén ...
6 e-commerce	www.parafarmaciasolobebes.com/index.php?clase=cats&id=88 Nutriben continuación leche infantil 900 gr., Nutriben Natal leche infantil 900 gr., Nutriben ...
7 RGU	http://videos.orange.es/video/iLyROoafJeR.html Vídeo La verdad sobre el anuncio de potitos nutriben – En este montaje el anuncio esta en castellano pero el niño habla en italiano (la version original del...
8 e-commerce	http://farmacia-morlan.com/index.php?main_page=index&manufacturers_id=15 Farmacia-morlan.com: tu farmacia y parafarmacia on-line: Nutribén – CORPORAL CABELLO INFANTIL HOMBRE DENTAL HERBORISTERÍA
9 Directorio	www.gooster.es/bp/6070800/nutriben.htm Nutriben Nutriben Sin Lactosa 400 gr. Alimento dietético destinado a usos... Nutriben Nutriben Hidrolizada 400 gr. Nutriben Hidrolizada...
10 Directorio	www.mercamania.es/a/listado_productos/idx/5031105/mot/Nutriben/listado_productos.htm Leche infantil: Nutriben Sin Lactosa 400 gr. Nutriben Alimento dietético destinado a usos médicos especiales. Fórmula sin lactosa para lactantes...


La Web [Imágenes](#) [Maps](#) [Noticias](#) [Video](#) [Gmail](#) [Más](#) ▼

Google [Búsqueda avanzada](#) [Preferencias](#)

Buscar en: la Web páginas en español páginas de España País

La Web Resultados 1 - 10 de aproximad

 [YouTube - Gallina Avecrem - Anuncio](#)
La pobre Gallinita Avecrem no sabe lo que le esperaría ...
59 s - ★★★★★
www.youtube.com/watch?v=qfPGiBsh7nc

 [YouTube - Spot Avecrem-Jaime Cantizano](#)
Spot de Avecrem con un invitado especial Jaime Cantizano ...
21 s - ★★★★★
www.youtube.com/watch?v=B8egFKmU9kl

[jordalgar videoteca - Avecrem](#)
Avecrem (60's)
www.jordalgar.com/videoteca/01-avecrem.htm - 3k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

[Gallina Blanca Corporate](#) - [[Traducir esta página](#)]
Avecrem enriches your dishes. Find the flavour you need for every occasion: ... **Avecrem** Especial Usos. Are you just cooking or are you enriching your food? ...
www.gallinablanca.com/brand_label.asp?idmarca=4 - 29k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

[Flickr: Avecrem's Photostream](#) - [[Traducir esta página](#)]
Flickr is almost certainly the best online photo management and sharing application in the world. Show off your favorite photos and videos to the world, ...
www.flickr.com/photos/avecrem/ - 30k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

[AvecRem.com - AboutUs Wiki Page](#) - [[Traducir esta página](#)]
From AboutUs: See what information we have on **AvecRem.com** and share your knowledge.
www.aboutus.org/AvecRem.com - 29k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

[Avecrem on Technorati](#) - [[Traducir esta página](#)]
Video: Thumbnail of **Avecrem**; Video: Thumbnail of Tote King y Puto Largo - Exclusivo -
Video: Thumbnail of Gallina **Avecrem** - Anuncio ...
www.technorati.com/videos/youtube.com%2Fwatch%3Fv%3DiX4jC9GfFqY - 27k -
[En caché](#) - [Páginas similares](#)

[Sazonadores Avecrem on Technorati](#) - [[Traducir esta página](#)]
Video: Thumbnail of Sazonadores **Avecrem**; Video: Thumbnail of Sazonadores **Avecrem** ;
Video: Thumbnail of Spot **Avecrem**-Jaime Cantizano ...
technorati.com/videos/youtube.com%2Fwatch%3Fv%3DNhcFic7SuXg - 27k -
[En caché](#) - [Páginas similares](#)
[Más resultados de technorati.com »](#)

[pastillas de avecrem™ - WordReference Forums](#) - [[Traducir esta página](#)]
pastillas de **avecrem™** General Vocabulary / Vocabulario General - Verde.
forum.wordreference.com/showthread.php?t=991433 - 46k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

[Avecrem Videos - Metacafe](#) - [[Traducir esta página](#)]
avecrem Videos. [1 Metacafe Videos] (Family Filter | Off) ... **Avecrem** User Channels.
Centro Culinario Gallina Blanca - Centro Culinari... By: gallinablanca ...
www.metacafe.com/tags/avecrem/ - 32k - [En caché](#) - [Páginas similares](#)

Rank	Url/Site Tittle
1 RGU	www.youtube.com/watch?v=qfPGiBsh7nc La pobre Gallinita Avecrem no sabe lo que le esperaría...
2 RGU	www.youtbe.com/watch?v=B8egFKmU9kl Spot de Avecrem con un invitado especial Jaime Cantizano...
3 RGU	www.jordalgar.com/videoteca/01-avecrem.htm Avecrem (60' s)
4 RGE	www.gallinablanca.com/brand_label.asp?idmarca=4 Avecrem enriches your dishes. Find the flavour you need for every ocasión... Avecrem Especial Usos. Are you cooking or are you...
5 RGU	www.flickr.com/photos/avecrem Flickr is almost certainly the best online photo management and sharing application in the world. Show off your favorite photos and...
6 RGE	www.aboutus.org/AvecRem.com From AboutUs: See what information we have on AvecRem.com and share your knowledge...
7 RGU	www.technorati.com/videos/youtube.com%2Fwatch%3Fv%3DiX4jC9GfFqY Video: Thumbnail of Avecrem ; Video: Thumbnail of Tote King y Puto Largo - Exclusivo...
8 RGU	http://technorati.com/videos/youtube.com%2Fwatch%3Fv%3DNhcFic7SuXg Video: Thumbnail of Sazonadores Avecrem ; Video: Thumbnail of Sazonadores Avecrem ; Video: Thumbnail of Spot Avecrem -Jaime
9 RGU	http://forum.wordreference.com/showthread.php?t=991433 Pastillas de avecrem General Vocabulary / Vocabulario General – Verde.
10 RGU	www.metacafe.com/tags/avecrem/ Avecrem Videos. [1 Metacafe Videos] (Family Filter Off) ... Avecrem User Channel. Centro Culinario Gallina Blanca...

¿Qué es Reputación on line?

"Si entra en Google con mi nombre verá como punto dos una **noticia acerca de mí, de hace veinte años**, nada agradable, que no quiero dejar a mis nietos. Máxime cuando es **francamente obsoleta**. (...) Le ruego tenga a bien ordenar su retiro"

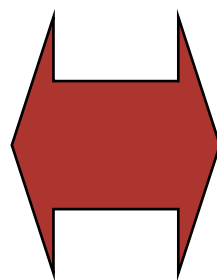
"Quiero agradeceros la atención que tuvisteis al publicar en el foro de EL PAÍS **la queja que envié**. Os escribo para solicitaros que la eliminéis, ya que ha quedado en el histórico, y todas las personas que buscan mi perfil **lo primero que encuentran es ese artículo**"

Es el caso de un cirujano cuya única referencia en Google es su **imputación** por negligencia a causa de un error médico del que más tarde **fue absuelto**; el de un **toxicómano ya rehabilitado**, cuyo pasado le persigue por un atraco en el que participó, o el de una mujer cuyo nombre remite a una noticia de cuando ella era menor y tuvo que presenciar **cómo su padre mataba a su madre**.

¿Qué es Reputación on line?

EL PAIS.com

Ana Ramos, explica: "Es una problemática muy seria, que **va en aumento** y que en ocasiones provoca situaciones muy dolorosas. Pero EL PAÍS no puede de ningún modo modificar sus archivos. Eso sería falsear la historia. **Los archivos son intocables.**"



Google

"Nosotros nos limitamos a rastrear e indexar páginas web de acceso público", responde Bárbara Navarro, directora de Relaciones Institucionales de Google. **"Cuando alguien nos pide que retiremos una información, le dirigimos al propietario de la página.** Es el único que puede eliminarla o modificarla".

Pérez Oliva: ¿Es lícito que publiquemos a cuatro columnas que alguien ha sido imputado y nunca informemos si ha sido condenado o absuelto?

5

Necesitamos un plan

Marketing On Line + Reputación
+ integración on y off

On line  Off line

Marketing:

ONLINE + OFFLINE = INTEGRACIÓN

Online Marketing:

SEARCH + DISPLAY + BLOGGING + SALAS DE PRENSA+ S.MEDIA= MEJOR

Social Media Marketing:

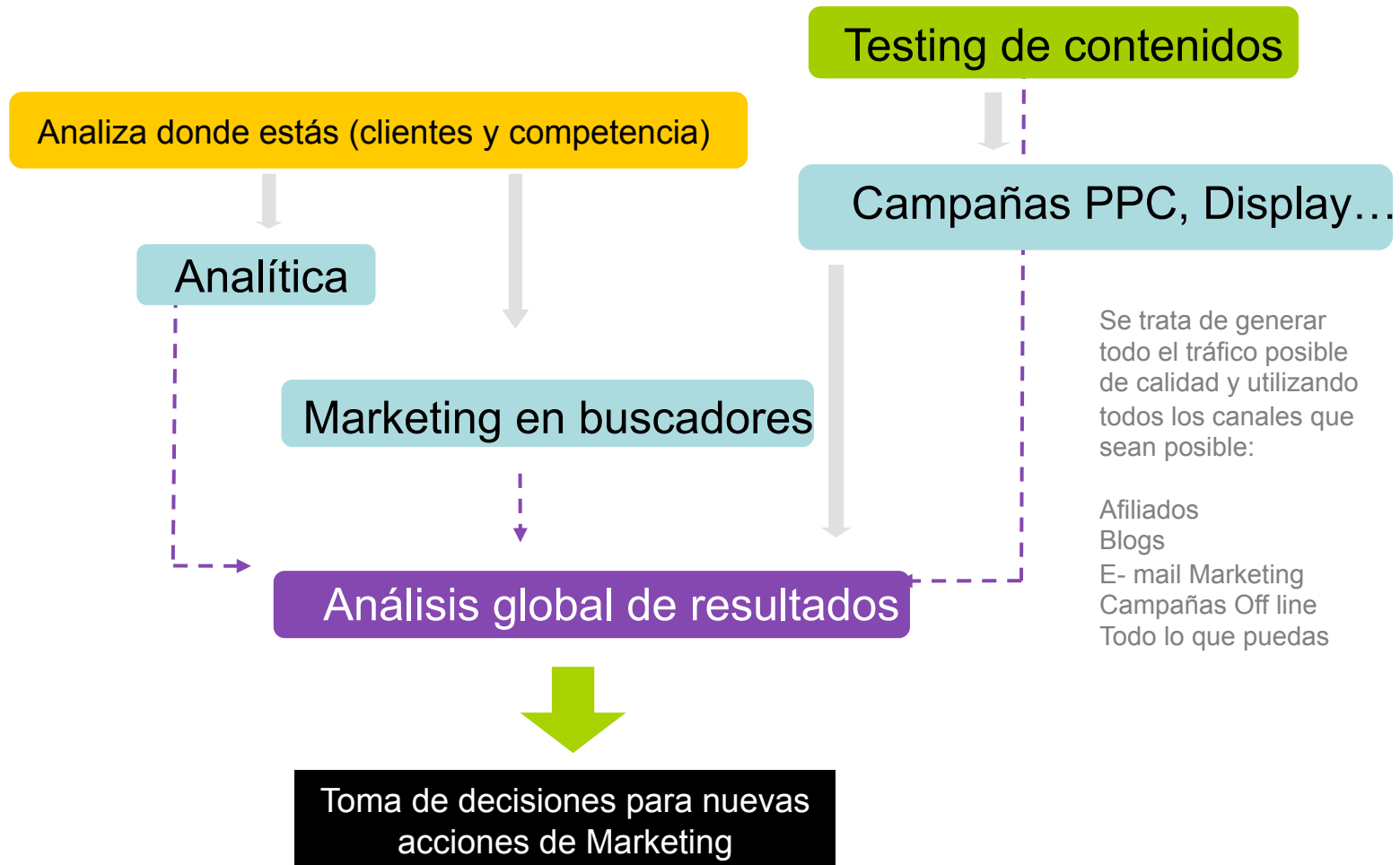
BLOGGING + APP + BANNERS = MEJOR

On Line Reputation Marketing

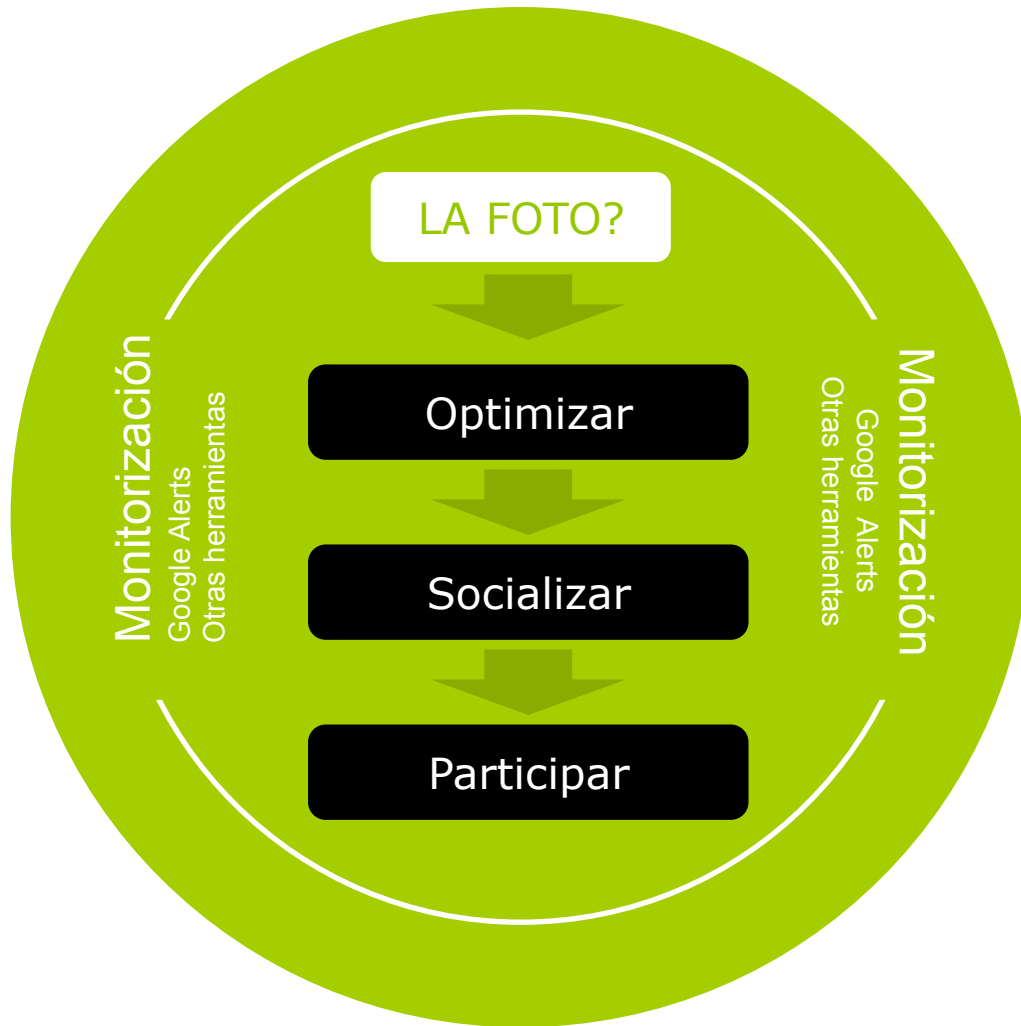
MONITORIZAR +CLASIFICAR + ACTUAR = MEJOR

**Analítica
web
+
Testing**

Esquema de Planificación: Marketing On Line analítica, a/b testing, sem/seo



Principios de la Reputación Online y Social Media



0. Auditoría Inicial

Estudio inicial de la presencia actual online de la organización o del individuo y tanto a nivel de página web como de participación en los buscadores, la blogosfera y las redes sociales.

1. Optimizar la presencia online

Introducir las modificaciones que sean necesarias para asegurarnos que nuestra página web cumple con los requisitos necesarios para convertirse en un *agente activo* de nuestra reputación y de nuestra imagen.

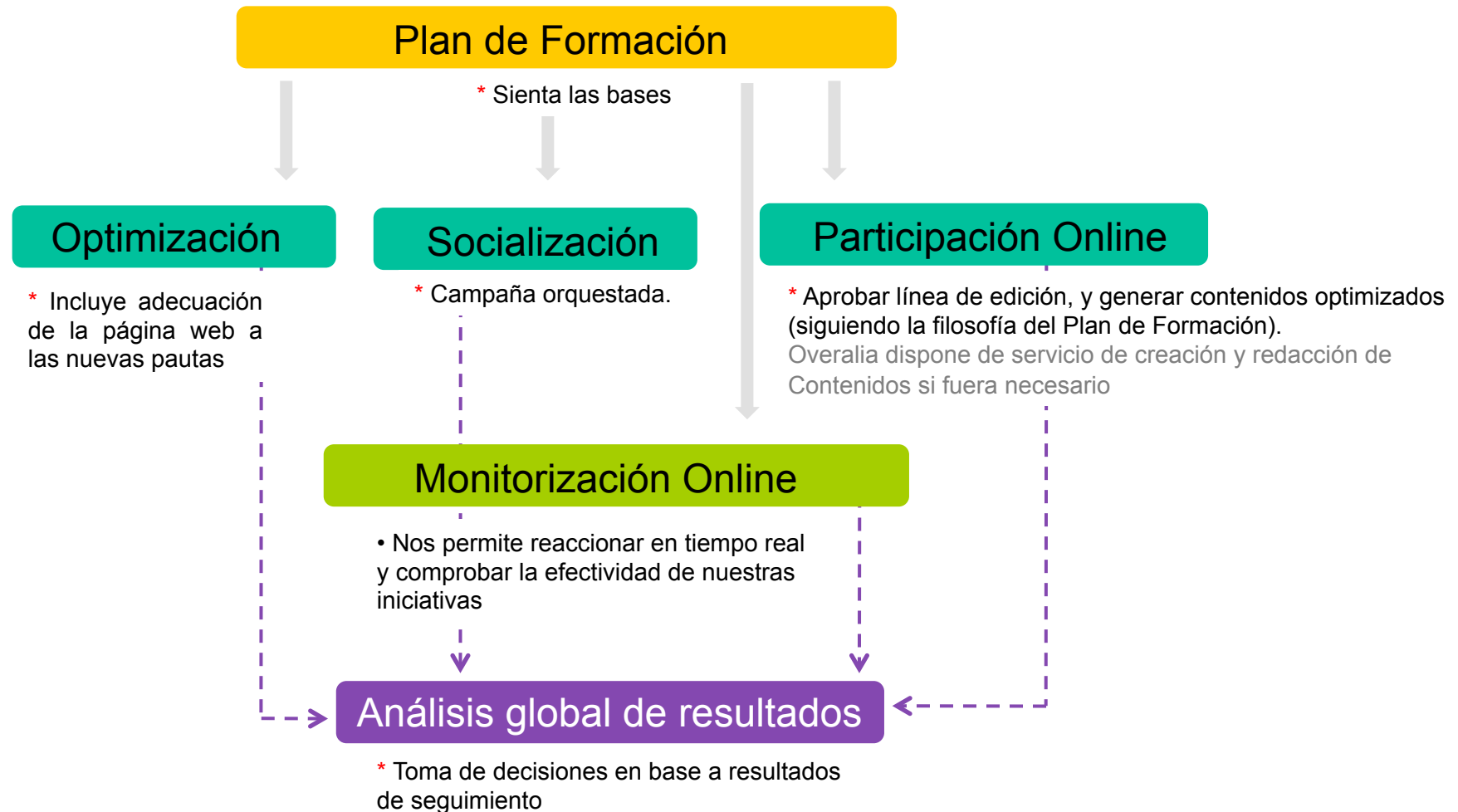
2. Socializar

Diseñar una *presencia activa* en las redes sociales y en la blogosfera que permitan que estemos conectados y debidamente indexados en los buscadores para fortalecer nuestra imagen corporativa.

3. Participar

Mantener una participación constante en el 'diálogo' de la Web 2.0. por medio de una generación permanente de contenidos optimizados en blogs, sala de prensa online, noticias, etc. invitando a nuestros interlocutores a tomar parte en un diálogo iniciado y dirigido por nosotros

Esquema de Planificación: gestión de la reputación



NECESITAMOS HERRAMIENTAS

Comportamiento

 **WebTrends.**
RELENTLESS ABOUT RESULTS

 **OMNITURE™**

 **Google** | Analytics

 **YAHOO!** WEB ANALYTICS

Optimización

 **Google™** Optimizador de sitios web

 **optimost®**

Competencia

 **hitwise®**
Real-time competitive intelligence

 **ComSCORE**
NETWORKS

Nielsen//NetRatings

Encuestas

 **FORESEE™**
RESULTS

 **DatStat illume™**

4

Nuevas formas de trabajar
“Necesitamos medir”

Qué es la analítica web



Web Analytics is the measurement, collection, analysis and reporting of Internet data for the purposes of understanding and optimizing Web usage.

Mis indicadores

KPIs Económicos

- Coste por conversión
- Coste conversión por campaña
- Coste por visita
- Conversión por landing page
- Coste por conversión por provincia

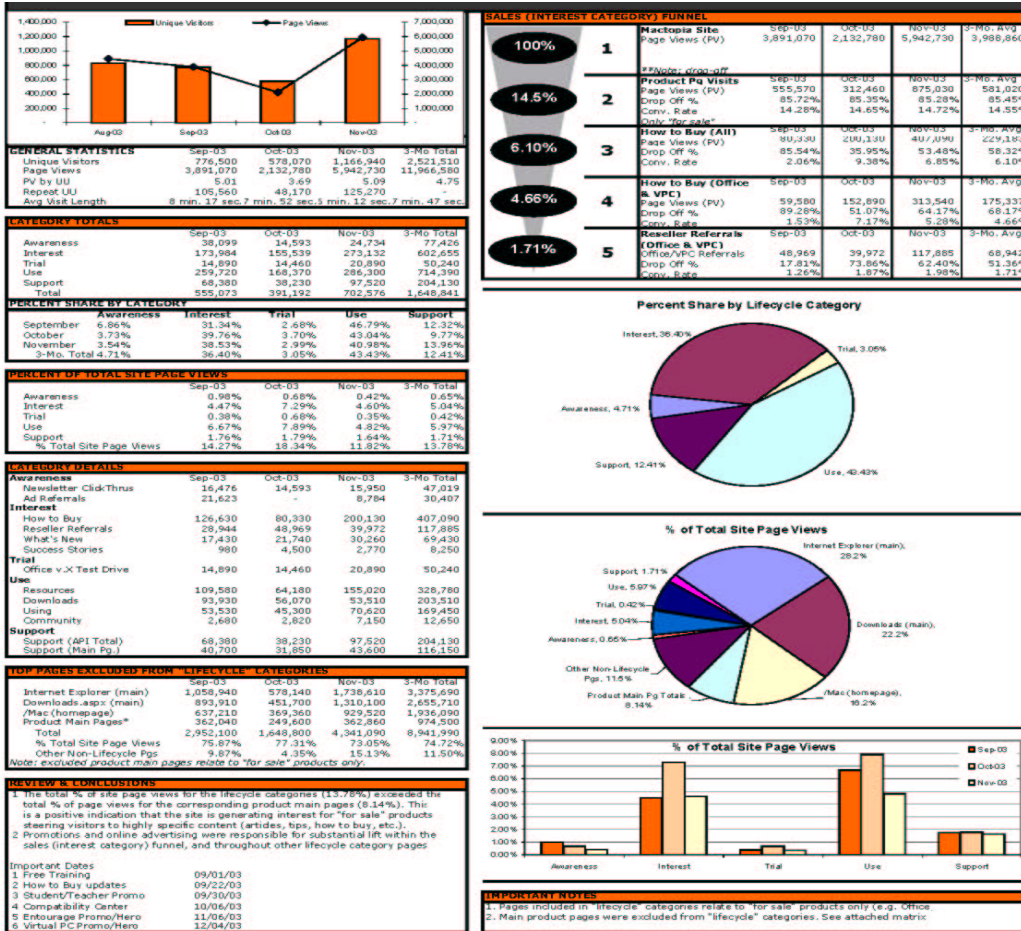
KPIs offline

- % Conversión cliente cualificado
- % de Contacto a cliente
- Margen por conversión

KPIs Generales

- Visitas vs. provincia (GeoTargeting)
- Visitas vs. landings (comparación de visitas vs. landing page)
- Visitas vs. landings vs. conversión (seguimiento geográfico Vs. landing - Qué funciona mejor)

KPI que se entiendan



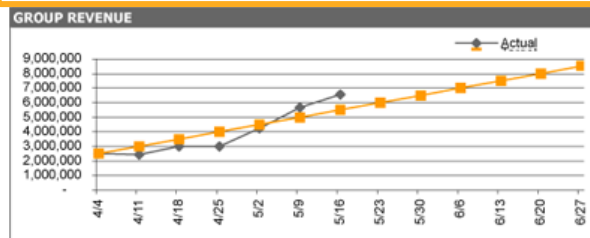
➤ **Crear** indicadores para poder medir la efectividad del sitio y al equipo que lo gestiona (agencia/cliente) en relación a los objetivos \$.

➤ **Distribuirlos** en la organización (todos ayudan)

Los usuarios los van a utilizar?

GOALS SUMMARY			
GOAL	Qtr. To Date	Tracking	QTR. GOAL
1. Online Revenue (Group)	28,866,962	◆	50,000,000
2. Influenced Revenue (Group)	50,266,948	▼	91,000,000
3. Online Cust. Sat. Score (Group)	94	◆	97
4. Prod. Line One Rev. (Ind.)	6,887,827	▲	10,750,000
5. Prod. Line One Avg. Order Val. (Ind.)	\$ 66.24	◆	\$ 70.00
6. Prod. Line One Con. Rate (Ind.)	2.31%	◆	2.50%
7. Campaign Cost Per Conv. (Ind.)	\$ 23.89	◆	\$ 20.00
8. Cust. Svc. Avg. Cost Per Touch	\$ 4.67	▲	\$ 4.50
9. Prod. Line One Marketshare (Ind.)	19.71%	◆	20.00%

GROUP GOALS

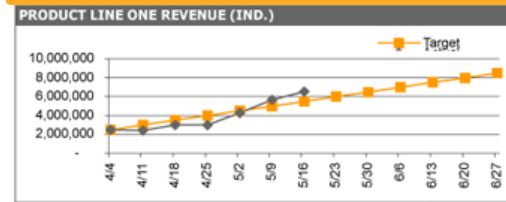


ONLINE REVENUE (GROUP)			
	Qtr. To Date	Tracking	QTR. GOAL
Online Revenue	28,866,962	◆	50,000,000
Apr-05	12,883,123	◆	13,500,000
May-05	15,983,839	▲	16,500,000
Jun-05	n/a	n/a	20,000,000
Influenced Revenue	50,266,948	◆	91,000,000
Apr-05	23,488,555	◆	25,000,000
May-05	26,778,393	▲	30,000,000
Jun-05	n/a	n/a	36,000,000

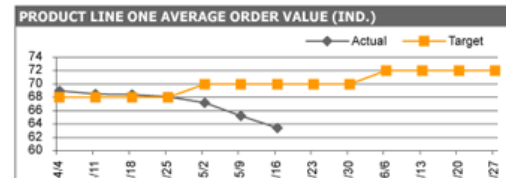
ONLINE CUSTOMER SATISFACTION SCORES (GROUP)			
	Qtr. To Date	Tracking	QTR. GOAL
Overall Online Satisfaction Score	94	▼	97
Business Line One Sat Score	98	◆	99
Business Line Two Sat Score	92	◆	93
Business Line Three Sat Score	91	◆	94

Legend			
▲	Positive - exceeding goal or trending positive.		
◆	Watch - Metric to be watched or explored further		
▼	Negative - below goal target or trending negative.		

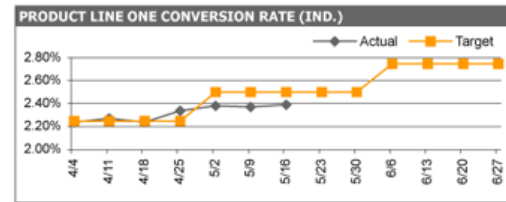
INDIVIDUAL GOALS



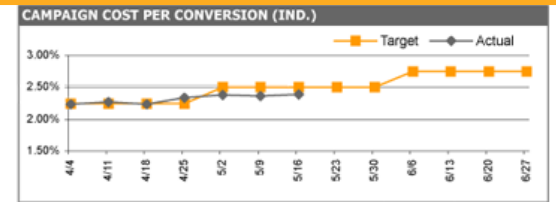
PRODUCT LINE ONE REVENUE (IND.)			
	Qtr. To Date	Tracking	QTR. GOAL
Product Line One Revenue	6,887,827	▲	10,750,000
Apr-05	3,299,444	◆	3,000,000
May-05	3,588,383	▲	3,750,000
Jun-05	n/a	n/a	4,000,000



PRODUCT LINE ONE AVERAGE ORDER VALUE (IND.)			
	Qtr. To Date	Tracking	QTR. GOAL
Product Line One Avg Order Value	\$ 66.24	◆	\$ 70.00
Apr-05	\$ 68.25	◆	\$ 68.00
May-05	\$ 64.22	◆	\$ 70.00
Jun-05	n/a	n/a	\$ 72.00



PRODUCT LINE ONE CONVERSION RATE (IND.)			
	Qtr. To Date	Tracking	QTR. GOAL
Product Line One Avg Order Value	2.31%	◆	2.50%
Apr-05	2.25%	◆	2.25%
May-05	2.36%	◆	2.50%
Jun-05	n/a	n/a	2.75%



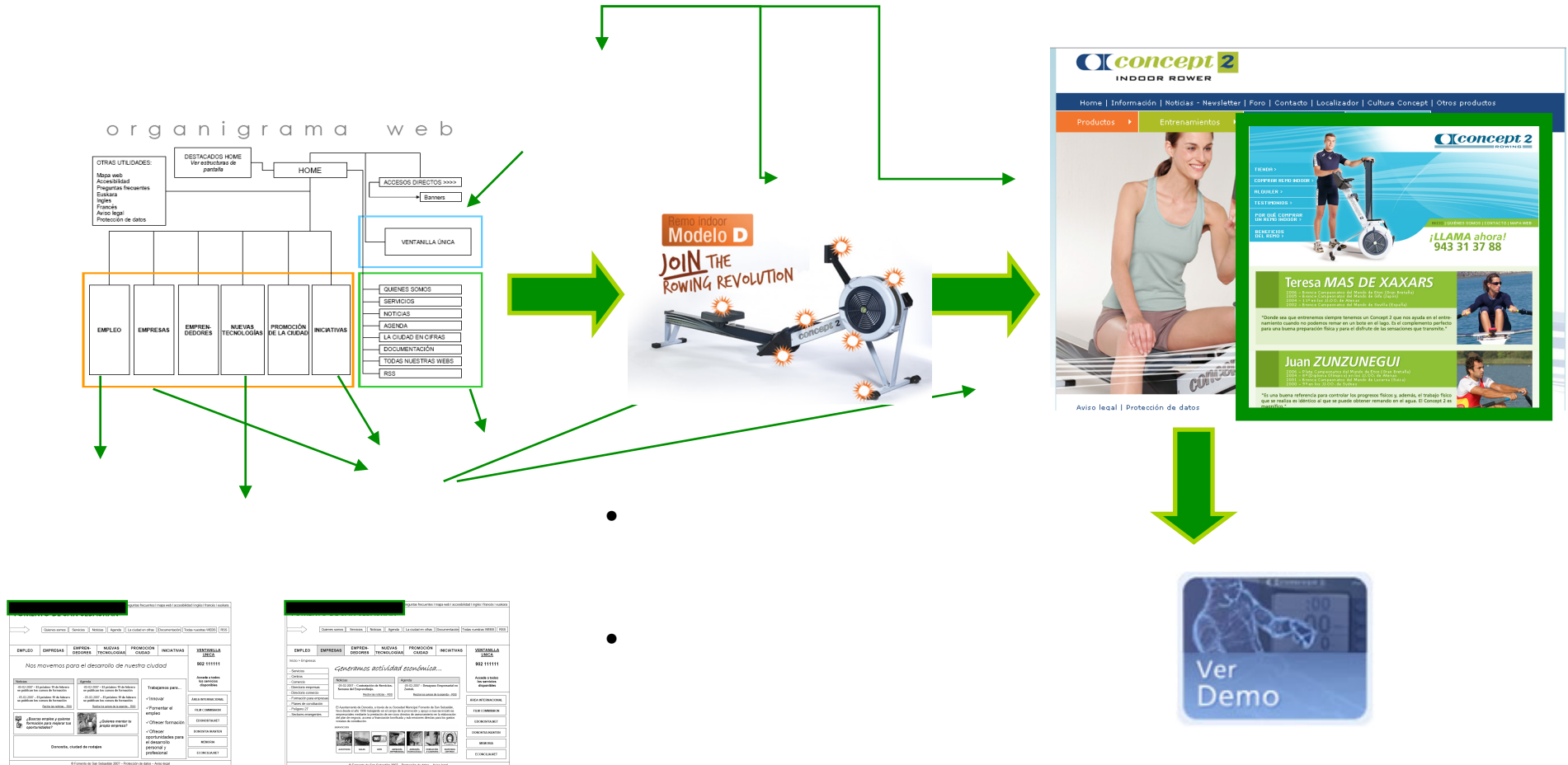
CAMPAIGN COST PER CONVERSION (IND.)			
	Qtr. To Date	Tracking	QTR. GOAL
Campaign Cost Per Conversion	\$ 23.89	◆	\$ 20.00
Apr-05	\$ 24.55	◆	\$ 21.00
May-05	\$ 23.22	◆	\$ 20.00
Jun-05	n/a	n/a	\$ 19.00

CUSTOMER SERVICE - AVG. COST PER TOUCH (IND.)			
	Qtr. To Date	Tracking	QTR. GOAL
Product Line One Avg Order Value	\$ 4.67	◆	\$ 4.50
Apr-05	\$ 5.22	◆	\$ 4.50
May-05	\$ 4.12	▲	\$ 4.50
Jun-05	n/a	n/a	\$ 4.50

PRODUCT LINE ONE MARKETSHARE (IND.)			
	Qtr. To Date	Tracking	QTR. GOAL
Product Line One Avg Order Value	19.71%	◆	20%
Apr-05	19.85%	◆	20%
May-05	19.56%	◆	20%
Jun-05	n/a	n/a	20%

Definir kpi de grupo e individuales.

Preparar la web para que reciba tráfico, convierta en objetivos y SE PUEDA MEDIR.



Esquema de Planificación



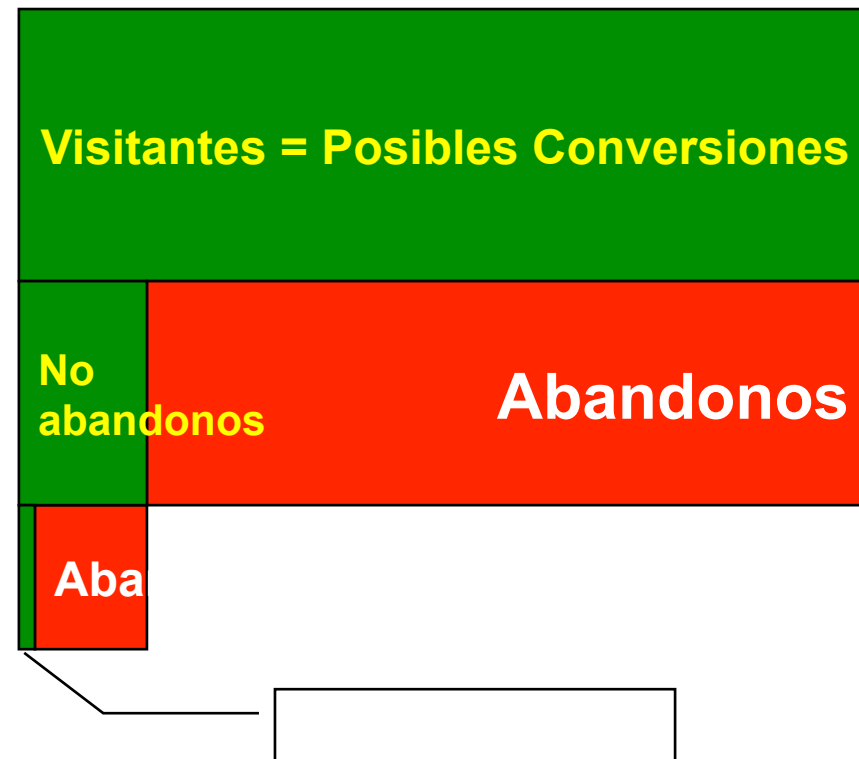


Analizar y convertir

La importancia del testing de contenidos

Entender lo que hay que medir

- Invertimos esfuerzos y presupuesto en SEO y SEM..
- Por eso es importante configurar correctamente GA.
- Y por eso es tan importante el prueba/error con Google Web Site Optimizer
- **AMAT**
(adquisición, medición, análisis y testing)



La eficacia combinada de Google Analytics + Google Web Site Optimizer

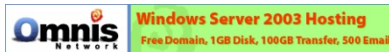
O..... Lo que es lo mismo

Demostrar como los usuarios encuentran tu sitio web, cómo navegan y si se consigue la conversión.

1 Encontrar



Online-Success
Este es el anuncio
Que todos utilizamos!
www.companyx.com



Y otras campañas de Marketing

2 Navegar



3 Convertir



Gráfico de Google

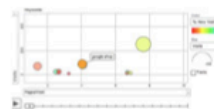
20 razones para utilizar Google Analytics

1. Interface en 25 idiomas
2. Ultra escalable
3. Pyme y Enterprise
4. 2 clics integrados con Adwords
5. Informes de campañas
6. Redireccionamiento de usuarios
7. Paneles personalizables
8. Superposición del sitio
9. Map Overlay
10. Segmentación cruzada de informes
11. Exportación y envío de informes
12. Comparación de rango de fechas e indicadores
13. Informes de comercio electrónico
14. Informes de búsqueda del sitio
15. Medición de eventos
16. Segmentación cruzada de datos
17. Acceso mediante el Api de GA
18. Motion Charts
19. Informes personalizados
20. Integración con Adsense

Segmentación avanzada de informes (nuevo)



Motion Charts (nuevo)



Comparación de datos en contexto (nuevo)



Comprar periodos



Envío programado de informes por mail



Paneles personalizables



Fácil implementación



Geolocalización superpuesta en mapa



Informes buscador interno



Informes personalizados y segmentados



Integración con Adwords



Superposición del sitio

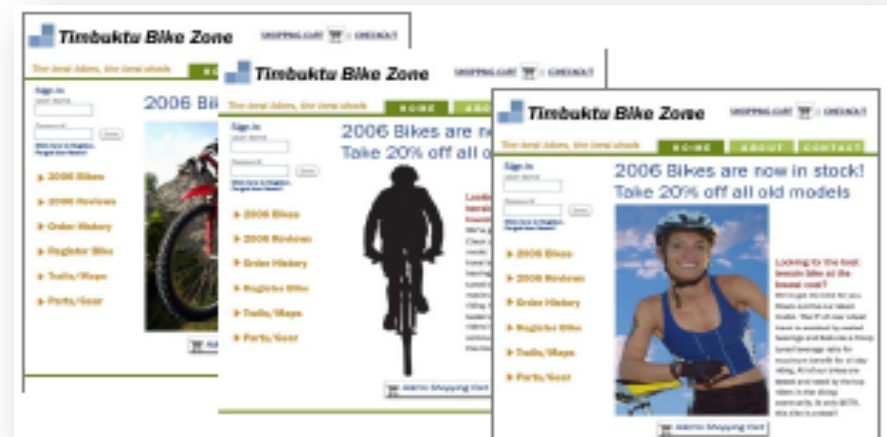


Fuente: Advanced Web Metrics with GA Brian Clifton

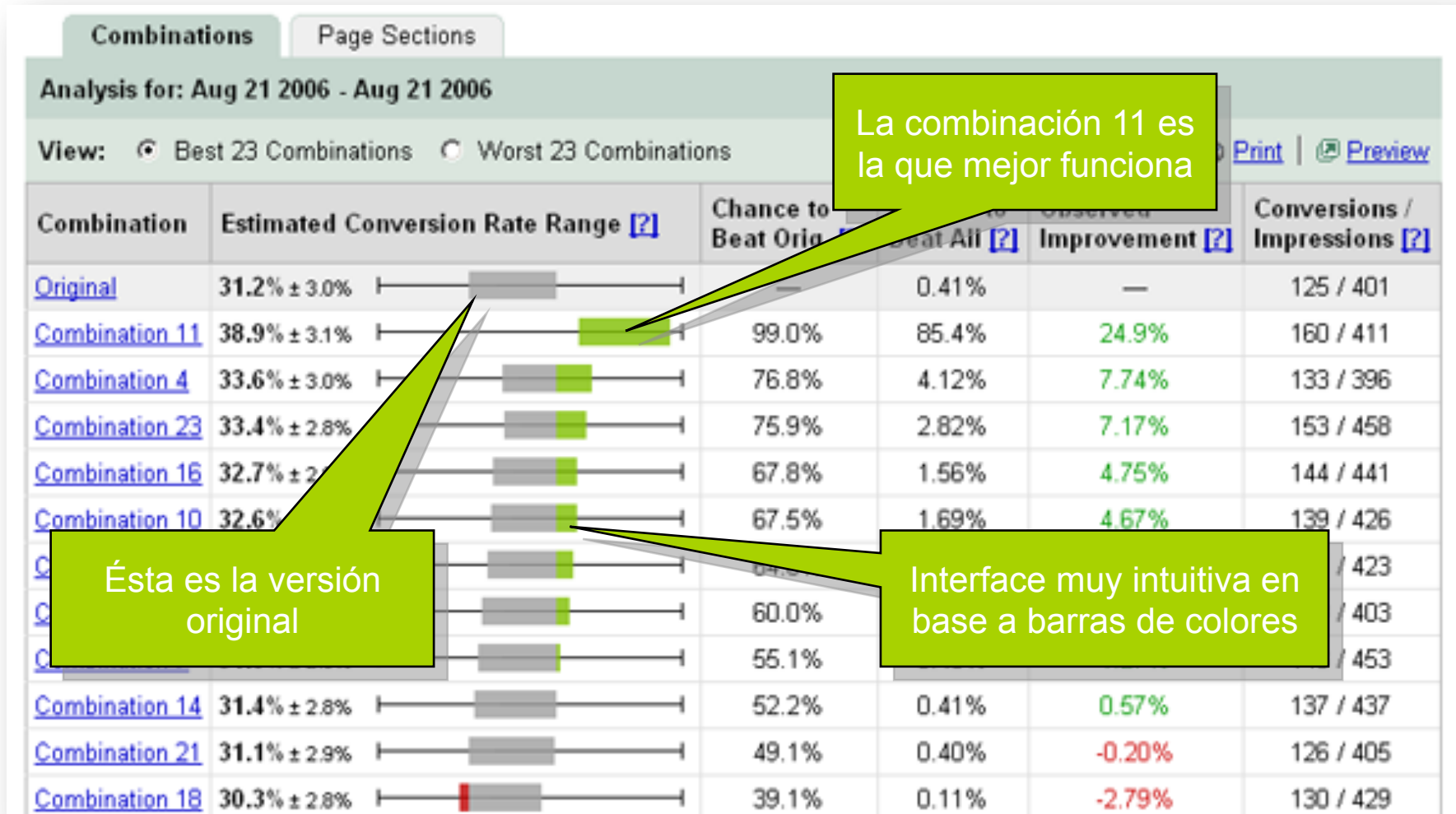
Mejorar los resultados con Web Site Optimizer



A/B TESTING DE CONTENIDOS CON EL SITE OPTIMIZER



Optimizar las campañas de PPC y plan de medios



Combinations Page Sections

Analysis for: Aug 1 2006 - Aug 1 2006

Sort By: Relevance Rating Order Created

[Print](#) | [Preview](#)

Relevance Rating [?]	Variation	Estimated Conversion Rate Range [?]	Cha Beat Ori	eat All [?]	Improvement [?]	Conversions / Impressions [?]
Section 3 3 / 5	Original	50.1% ± 0.4%	—	4.97%	—	12456 / 24859
	Variation 3	50.8% ± 0.4%	94.4%	91.0%	1.42%	12693 / 24978
	Variation 1	50.1% ± 0.4%	46.9%	4.02%	-0.07%	12539 / 25042
	Variation 2	49.4% ± 0.4%	5.18%	0.03%	-1.46%	12404 / 25121
Section 2 2 / 5	Original	50.2% ± 0.3%	—	14.0%	—	16818 / 33532
	Variation 3	50.8% ± 0.3%	86.0%	85.9%	0.82%	16936 / 33491
	Variation 1	49.4% ± 0.3%	5.65%	0.17%	-1.22%	16338 / 32977
Section 1 1 / 5	Original	—	—	94.6%	—	—
	Variation 1	—	5.37%	5.37%	—	—
Section 4 0 / 5	Original	50.1% ± 0.5%	—	10.0%	—	—
	Variation 3	50.5% ± 0.5%	73.0%	58.0%	0.41%	9964 / 19815
	Variation 2	50.3% ± 0.5%	66.1%	24.2%	0.41%	9964 / 19815
	Variation 1	50.2% ± 0.5%	57.3%	14.9%	0.18%	9994 / 19921
	Variation 4	49.4% ± 0.5%	10.0%	0.21%	-1.27%	9992 / 20209

[Go to Experiment List »](#)

Esta variación es la que mejor funciona en la sección 3 variation

Sección que mejor funciona

variaciones 1-3 promoten, pero el conjunto de la sección contribuyen poco a las conversiones

Ejemplo de diferentes diseños para la misma página

concept 2
INDOOR ROWER

Home | Información | Noticias - Newsletter | Foro | Contacto | Localizador | Cultura Concept | Otros pro

Productos ▶ Entrenamientos ▶ Competiciones ▶ Motivación ▶ Tienda ▶

PÉRDIDA DE PESO

Modelo E
REMO INDOOR

COMPRAR ALQUILAR

JOIN THE ROWING REVOLUTION

8 RAZONES
para comprar un REMO INDOOR

VERMONT
Distribuciones Exclusivas VERMONT, S.A.
C/ Wiesbaden, 9 bajo. (Ent. C/ Iruña 12)
20009 San Sebastián
tel: 943 31 37 98 / 943 31 37 97 | fax: 943 21 88 97
e-mail: tienda@vermontc2.com

Aviso legal | Protección de datos

concept 2
ROWING

TIENDA >

COMPRAR REMO INDOOR >

ALQUILER >

TESTIMONIOS >

POR QUÉ COMPRAR UN REMO INDOOR >

BENEFICIOS DEL REMO >

INICIO | QUIÉNES SOMOS | CONTACTO | MAPA WEB

¡LLAMA ahora!
943 31 37 88

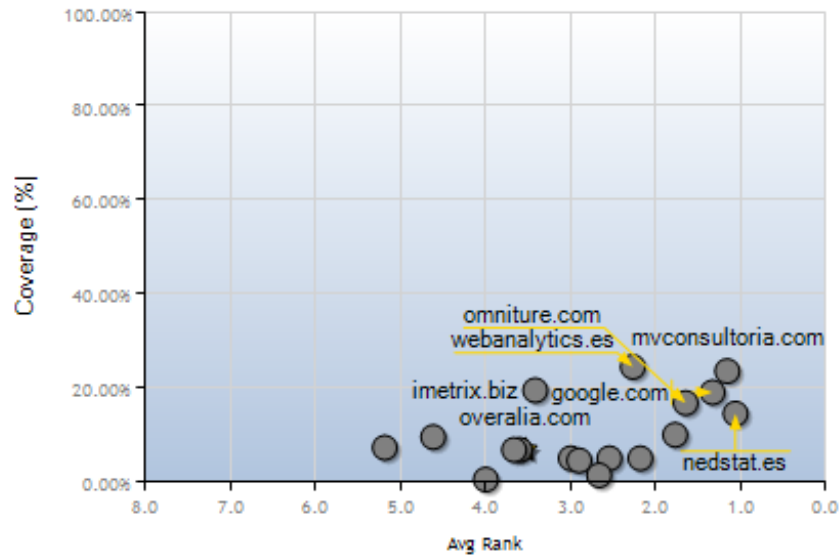
Teresa MAS DE XAXARS
2006 – Bronce Campeonatos del Mundo de Eton (Gran Bretaña)
2005 – Bronce Campeonatos del Mundo de Gifu (Japón)
2004 – 11º en los JJ.OO. de Atenas
2002 – Bronce Campeonatos del Mundo de Sevilla (España)

"Donde sea que entrenemos siempre tenemos un Concept 2 que nos ayuda en el entrenamiento cuando no podemos remar en un bote en el lago. Es el complemento perfecto para una buena preparación física y para el disfrute de las sensaciones que transmite."

Juan ZUNZUNEGUI
2006 – Plata Campeonatos del Mundo de Eton (Gran Bretaña)
2004 – 8º (Diploma Olímpico) en los JJ.OO. de Atenas
2001 – Bronce Campeonatos del Mundo de Lucerna (Suiza)
2000 – 9º en los JJ.OO. de Sydney

"Es una buena referencia para controlar los progresos físicos y, además, el trabajo físico que se realiza es idéntico al que se puede obtener remando en el agua. El Concept 2 es magnífico."

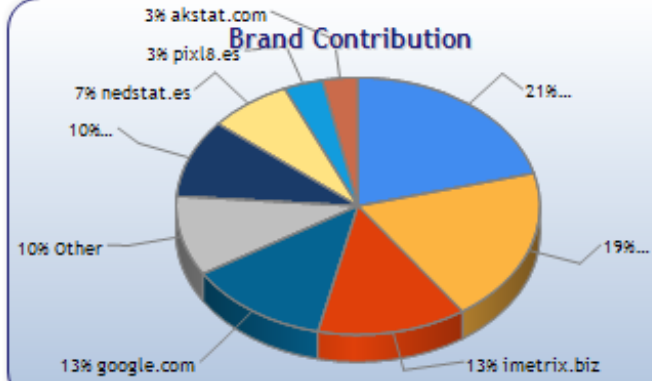
PPC Rankings: "Analitica web"



Keyword Group: Analitica web
 Keyword: All keywords
 8/2/2008 - 8/4/2008
 Search Engine: All All

Powered By
ADGOOROO

Brand Contribution



Competitive Intensity

— Data
 — Data2

DATA NOT AVAILABLE



Metodología e Implantación herramienta

La analítica Web

Plan de Asesoramiento, desarrollo e implantación.

IMPLEMENTACIÓN DE LA HERRAMIENTA

Definir los objetivos de negocio del proyecto:
Key Performance Indicators KPIs (Indicadores).

Definición de Informes y métricas que ayuden a hacer seguimiento de los objetivos.

Se trata de definir e interpretar los objetivos de negocio y trasladarlos a variables y funciones en el código de Google Analytics, con la finalidad de verificar que los informes y métricas responden a los a los objetivos de negocio.

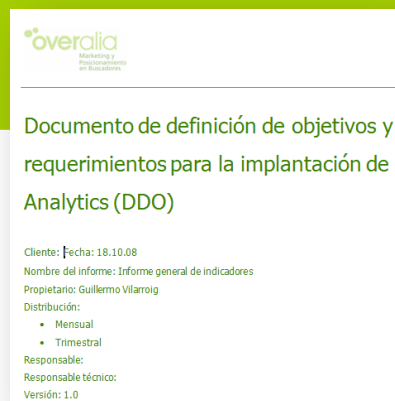
Plan de Asesoramiento, desarrollo e implantación.

IMPLEMENTACIÓN DE LA HERRAMIENTA

➤ PARTE DE NEGOCIO

- Recogida de información y requerimientos en este documento
- Traslado a un entorno métrico
- Definir los indicadores

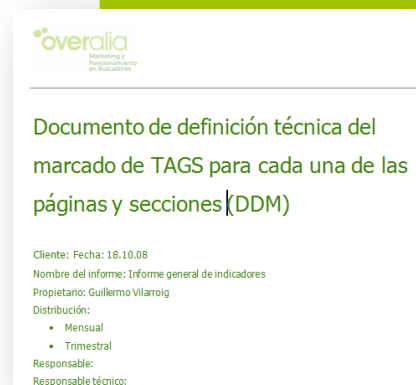
Documento que recoge las necesidades de los informes



➤ PARTE TÉCNICA

- Definición de las variables que tiene que tener el tag de GA
- Especificaciones especiales para algunos informes

Documento que recoge la configuración del código para todas las páginas



DEFINICIÓN

Definir

- Definir objetivos de negocio
- Trasladarlos a un entorno métrico
- [Business Requirement Document] BRD

IMPLEMENTACIÓN

Diseñar

- Diseñar la solución técnica
- Personalizar el código
- [Solution Design Document] SDD

Implementar

- Poner el código en las páginas
- Validar que el código funciona correctamente

POST - IMPLEMENTACIÓN

Asimilar

- Formación al usuario final
- Digerir la herramienta
- Sacarle partido

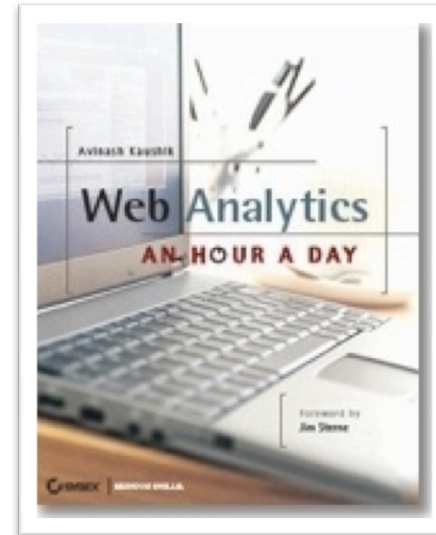
Optimizar

- Analizar los informes
- Mejorar, tunear para mejorar los resultados
- Usuario semi-experto



*Y lo último unas lecturas
imprescindibles*

Antes de empezar: 2 Libros imprescindibles

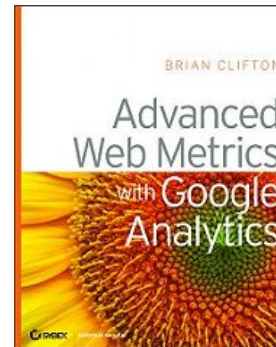


Os paso un código de
descuento del 20% para
comprarlo On line

VA268

<http://eu.wiley.com/>

Antes de empezar: 2 Libros imprescindibles



Os paso un código de
descuento del 20% para
comprarlo On line

VA268

<http://eu.wiley.com/>

Antes de empezar: bueno 3 Libros más.....



http://www.webanalyticsdemystified.com/buy/buy_now.asp


Y 2 blogs

Google Analytics

HOME | PRODUCT | SUPPORT | EDUCATION | BLOG

New "Data Driven Discussions" video: Avinash and Nick give each other a piece of their minds

Thursday, July 09, 2009 | 9:10 AM



Data Driven Discussions: The Practitioners Debate
★ ★

SEARCH THIS BLOG

con la tecnología de Google™

SUBSCRIBE

Subscribe to RSS Feed

762096 readers
BY FEEDBURNER

LABELS

- Advanced Topics (44)
- AdWords (5)
- Analytics API (4)
- Announcements (62)
- Back to Basics Series (16)
- Beginner Topics (29)
- Business Insights (39)
- Code and Configuration (28)

Google Central de Conversiones

El Blog oficial de las herramientas de medición de Google



Los diez mitos principales sobre Google Analytics

viernes 5 de junio de 2009 | 15:08

Labels: [API](#), [Código](#), [Google Analytics](#), [Gráficos Dinámicos](#), [Nivel básico](#), [Nivel intermedio](#), [Reportes Personalizados](#), [Segmentación Avanzada](#), [Website Optimizer](#)

Hemos observado algunos conceptos equivocados sobre Google Analytics y trataremos de corregir los más comunes. Sin más ni más, aquí están los diez mitos principales sobre Google Analytics derrumbados.

MITO 1: "Obtenemos por lo que pagamos." Google Analytics es gratuito, lo que significa que con frecuencia se cae el sistema.

Site Feed

Google

762 readers
BY FEEDBURNER

Buscar en este Blog

Archivos

2009 (24)

Etiquetas

Ad Planner (1)

Y el centro de asistencia de GA

The screenshot shows the Google Analytics Help center. At the top left is the Google logo and the text "Analytics Help". Below the logo are links for "Analytics Home" and "Help topics", with "Help forum" highlighted. A search bar is present with "Search Analytics Help" and "Search the Web" buttons. The main content area is organized into several columns:

- Getting Started**
 - [Getting Started Guide](#)
 - [About Google Analytics](#)
 - [Installation troubleshooting](#)
 - [Glossary](#)
 - [Installing the tracking code](#)
- Account administration**
 - [User permissions](#)
 - [Other account issues](#)
- Tracking central**
 - [Tracking basics](#)
 - [Ad campaigns](#)
 - [E-commerce revenue](#)
 - [Flash, downloads, and more](#)
 - [Domains and directories](#)
 - [Troubleshooting tracking](#)
- Reports central**
 - [Reporting basics](#)
 - [Report access](#)
 - [Report types](#)
 - [Controlling report data](#)
 - [Troubleshooting reports](#)
- Common tasks**
 - [Goals and funnels](#)
 - [Filters](#)
 - [Tagging links](#)
 - [Managing profiles](#)
- AdWords**
 - [Linking Analytics to AdWords](#)
 - [AdWords cost data](#)
 - [Online campaigns](#)
 - [Traditional media campaigns](#)

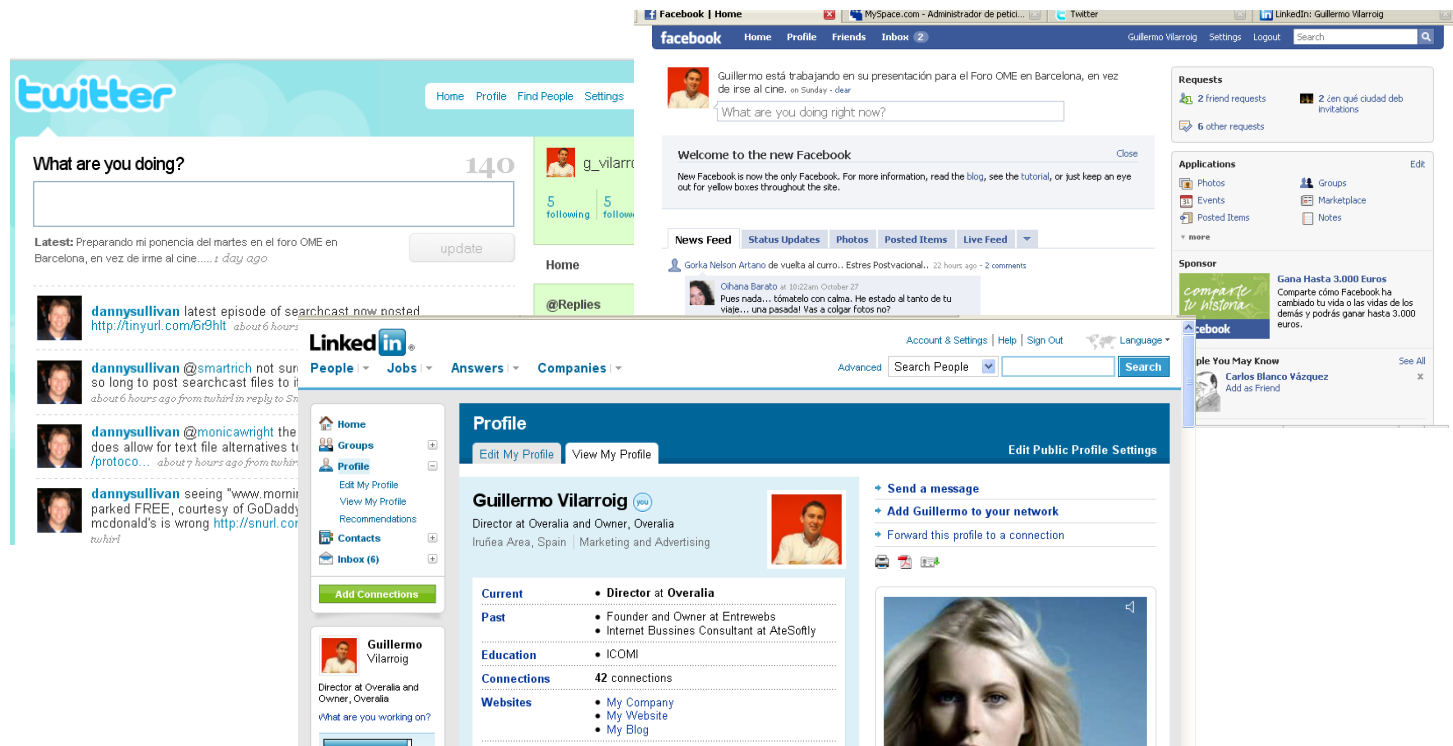
On the right side, there are three sections:

- Top searches**
 - [how to add tracking](#)
 - [IP addresses](#)
 - [e-commerce](#)
 - [site overlay](#)
 - [no data in reports](#)
 - [multiple domains](#)
 - [subdomains](#)
 - [domain aliases](#)
 - [goals](#)
 - [_trackPageview](#)
- Learn from other users**

Find answers, ask questions, and share your expertise with others in the [Analytics help forum](#).
- Known Issues**

[Report problems or view recent bug fixes.](#)
- Google Analytics FAQ**

[Print entire Google Analytics FAQ](#)



Gracias

Guillermo Vilarroig
gvila@overalia.com

