

IV

● ● ● ● SESSIÓ 4: 13/10/20

Gestió, seguiment i avaluació

DOLORS GUILLÉN | FORMACIÓ PER A EMPRESES



1. Creator Studio
2. Google Analytics (intro)

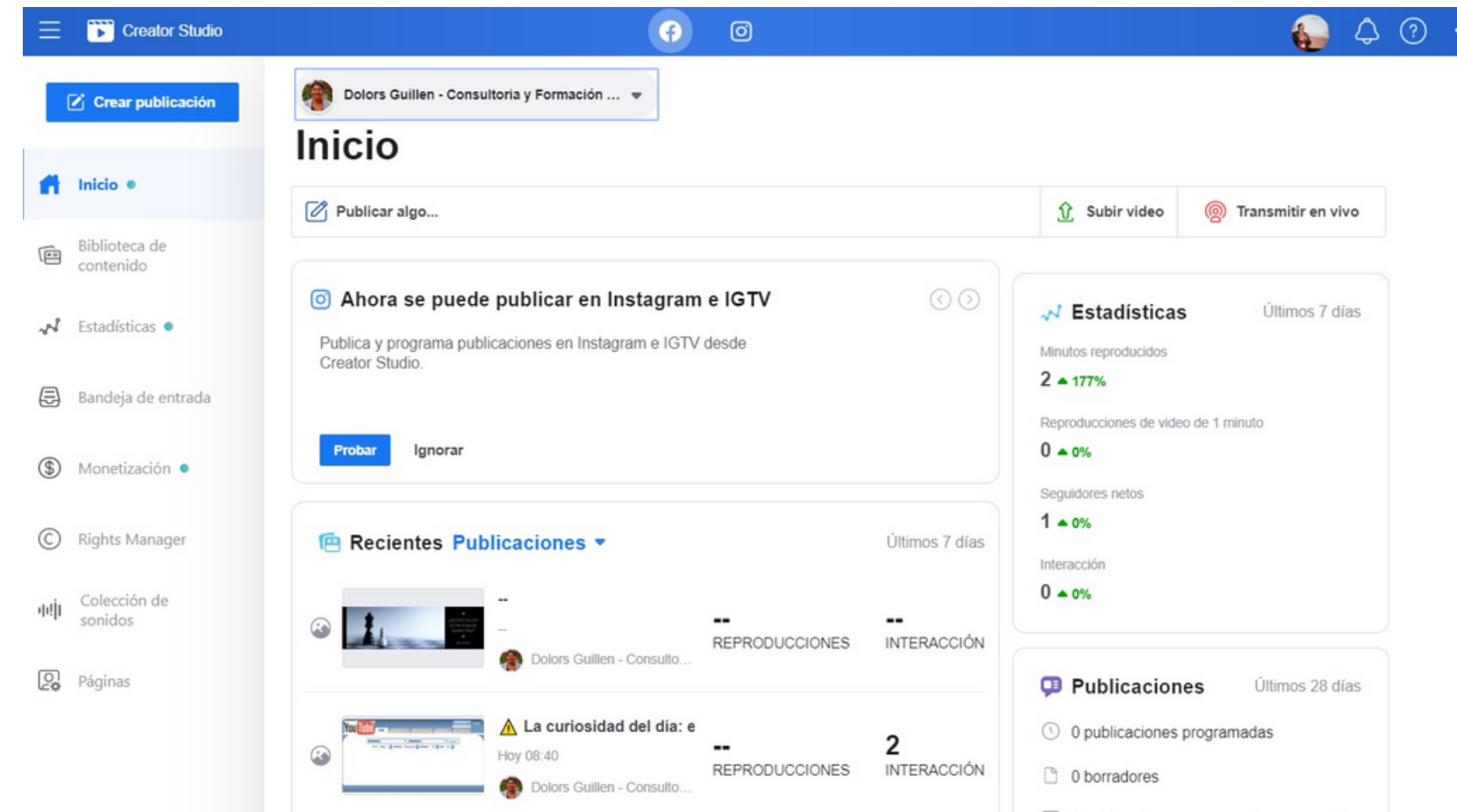
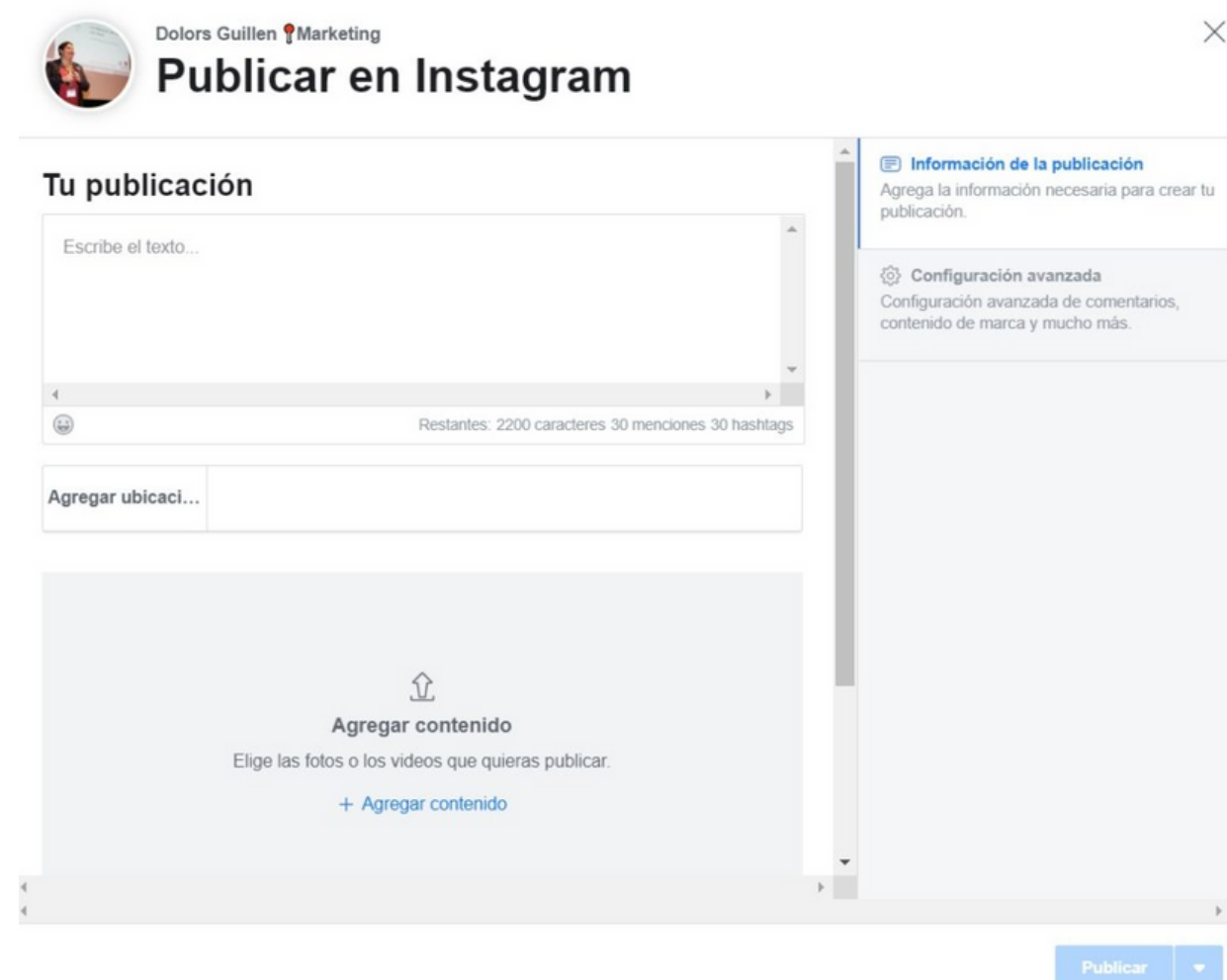


Creator Studio

◆ Què és?

És una eina de Facebook que permet gestionar els continguts de les pàgines de Facebook i dels perfils comercials a Instagram.

Permet treballar de manera nativa en aquestes xarxes socials. En poc temps, s'incorporarà també Whatsapp.



◆ Gestió dels continguts

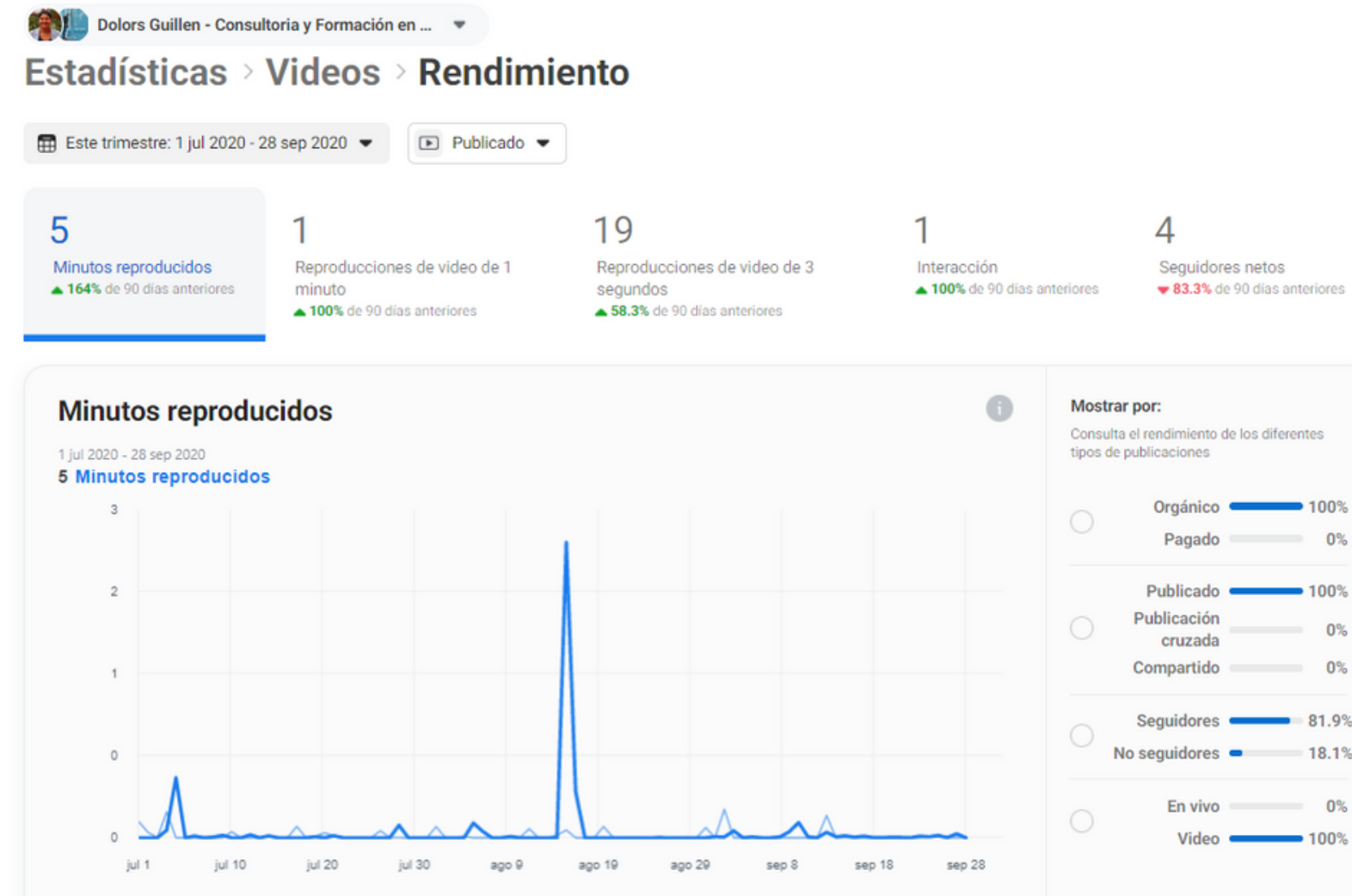
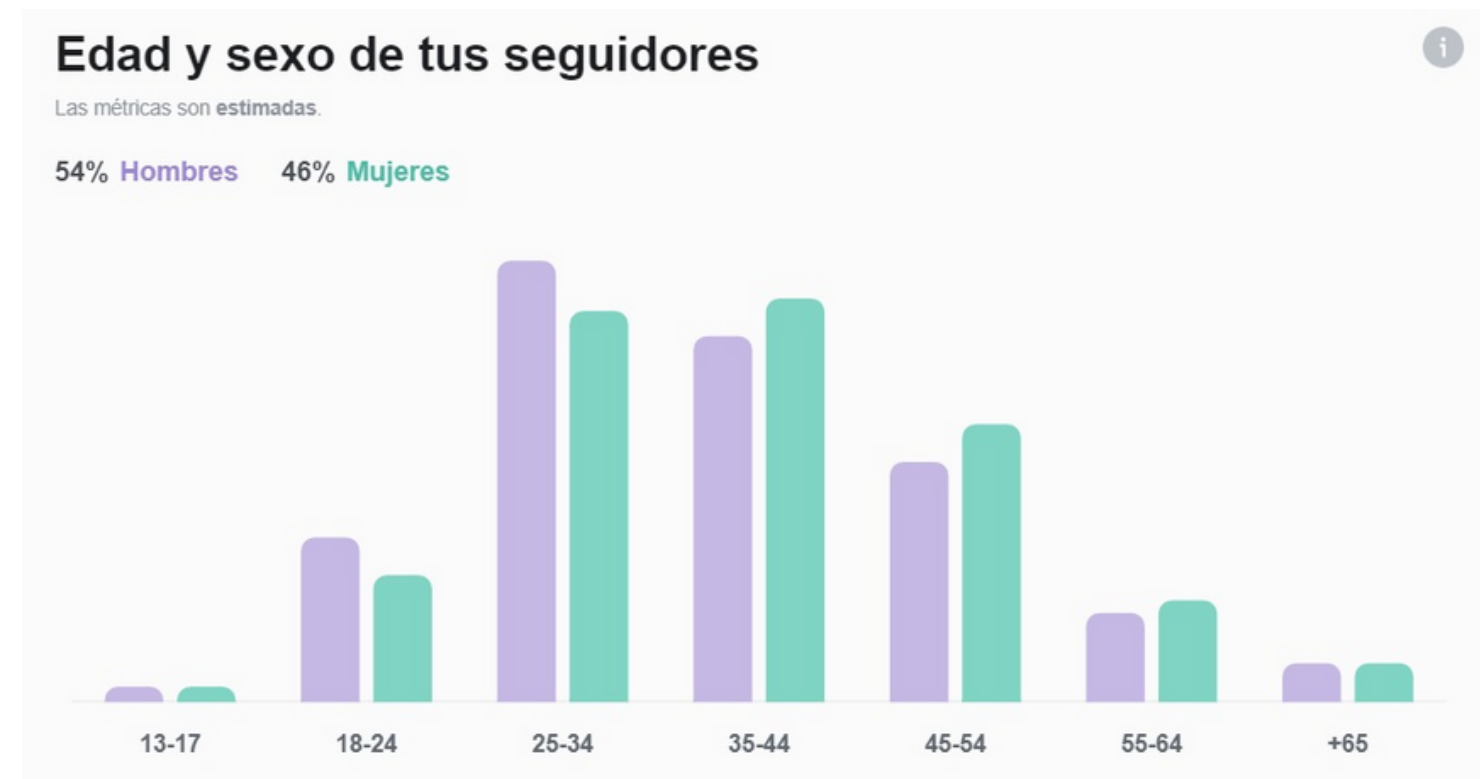
A Facebook es poden gestionar els continguts en temps real i programar publicacions, històries, vídeos i transmissions en directe.

A Instagram es poden gestionar els continguts del newsfeed i els de IGTV. Encara però, no els stories.

Creator Studio

◆ Altres accions

Ambdues xarxes socials també tenen disponibles les estadístiques, de manera que podem conèixer fàcilment què passa amb cada publicació, veure el perfil d'usuari que interactua amb el perfil o altres dades relacionades.



A Creator Studio també trobem diferents eines disponibles per afavorir els negocis locals i pimes com son les botigues, les retransmissions en directe o els articles instantànis.

Per altra banda també hi ha, disponibles per a Facebook, un banc de músiques i audios lliures de drets per poder utilitzar en els vídeos sense cap cost.



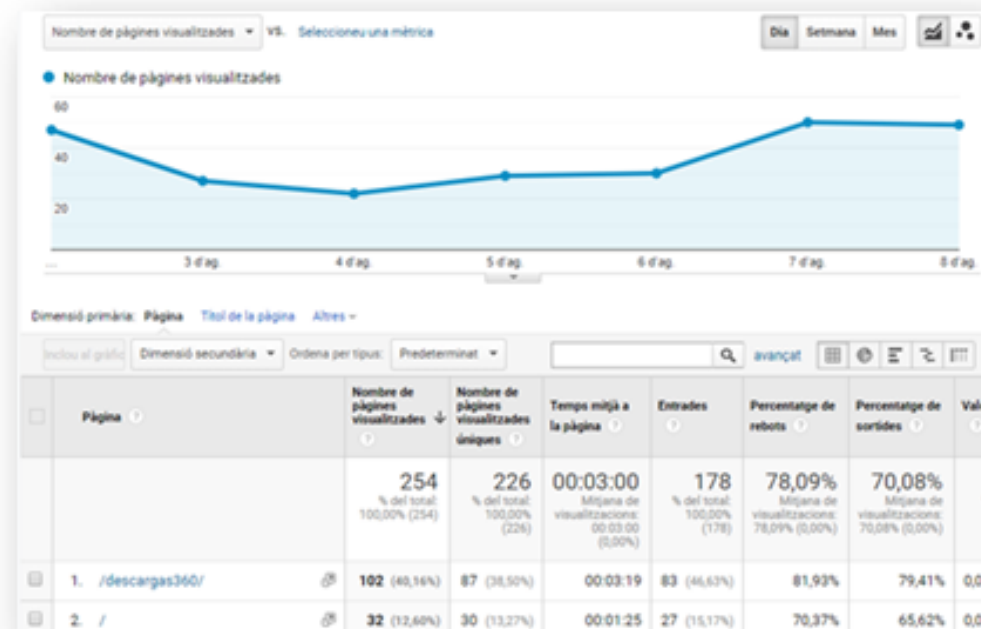
Google Analytics



◆ L'analítica web

Ens permet millorar la nostra estratègia i els ratis de conversió, és a dir, conèixer millor als clients potencials, el que passa a la web i obtenir millors resultats.

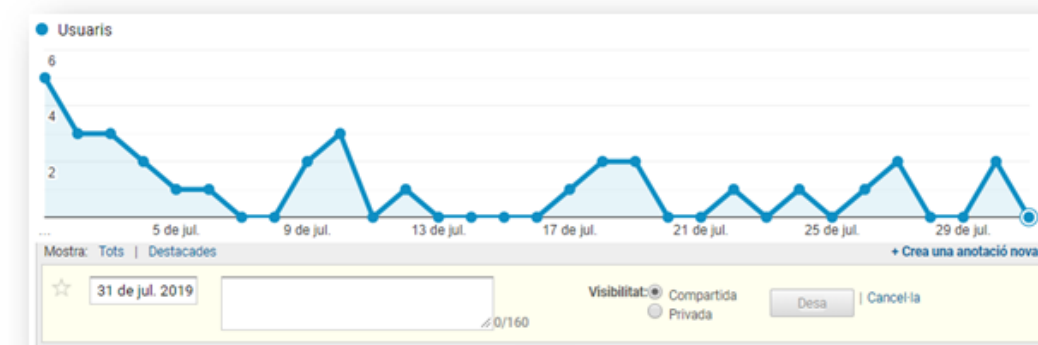
Google Analytics recopila dades de tot allò que passi a la web, les agrupa, les compara i les registra. Cada activitat es registre en períodes anomenats "sessions" i va des de que es connecta amb una web fins als 30 minuts. Després es converteix en una nova sessió (del mateix usuari).



◆ Informes generals de Google Analytics

Google Analytics disposa de 5 informes genèrics:

1. **Temps real:** permet veure el comportament dels usuaris en el lloc web en directe.
2. **Públic:** mostren característiques dels usuaris com l'edat, sexe, procedència, interessos, si son usuaris nous, quina tecnologia utilitzen...
3. **Adquisició:** es mostren els canals utilitzats pels usuaris per arribar al lloc web, entre ells: orgànics, pagament, referència, xarxes socials...
4. **Comportament:** es mostra la informació sobre com interactuen els usuaris a la web, quines pàgines consulten i quines son les pàgines de destí i de sortida.
5. **Conversions:** permeten realitzar un seguiment dels objectius de lloc web segons els objectius empresarials.



Google Analytics

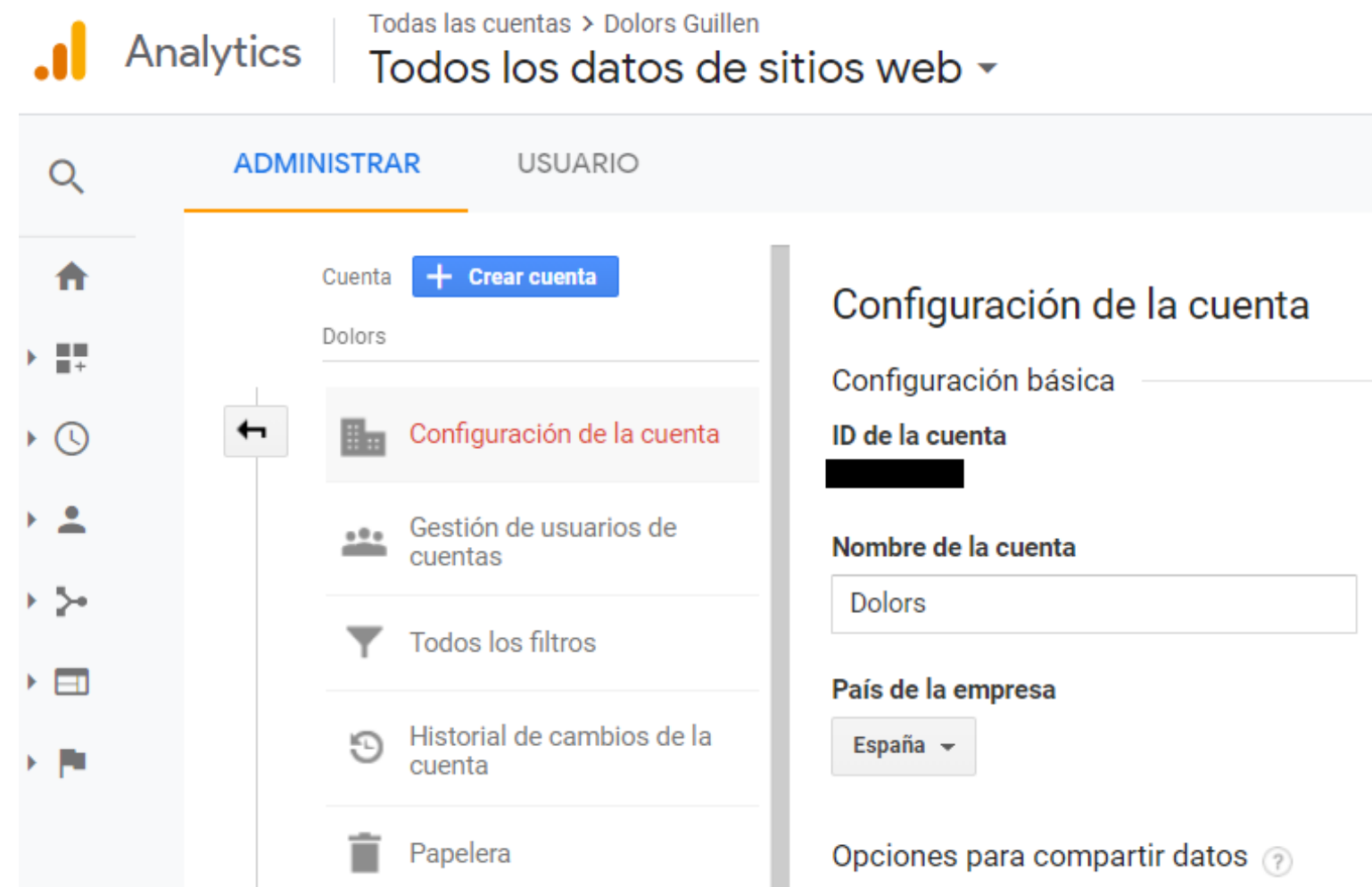


◆ Configuració del compte

Per configurar un compte haurem d'entrar a la web de Google Analytics i crear un compte d'una pàgina existent.

1. Dades del compte: li posarem el nom que vulguem com a identificatiu del compte (nom de l'empresa/marca).
2. Què es vol mesurar? haurem d'indicar si volem mesurar una pàgina web, una aplicació o la suma d'una app i una web (opció en fase beta).
3. Configuració de la propietat: haurem d'especificar el nom del web, la url, la categoria i la zona horaria.

Un cop fet aquesta configuració, Google Analytics ens atorgarà un número d'identificació (codi UA).



Google Analytics



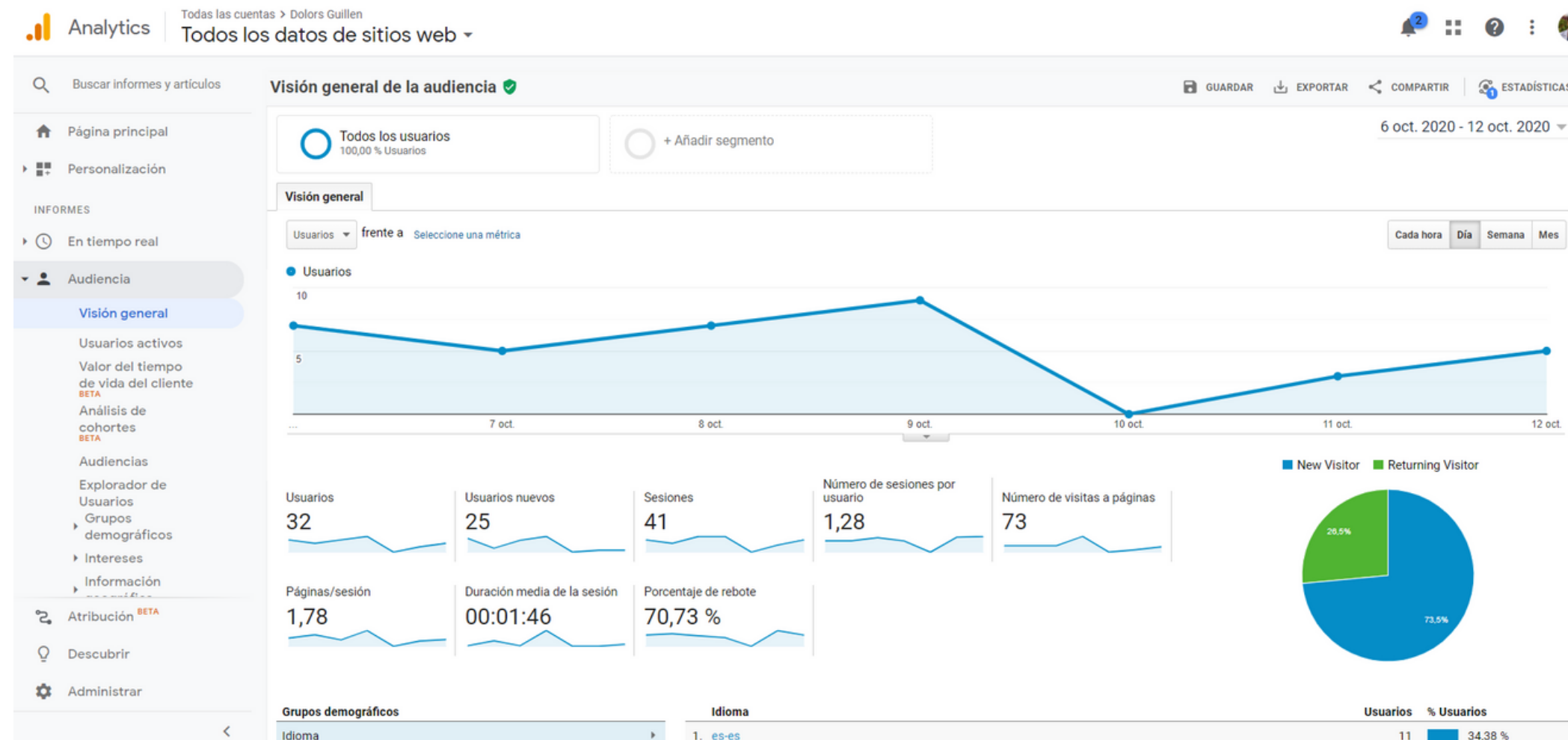
◆ Vinculació amb la web

Per configurar el compte de Google Analytics que acabem de crear amb la nostra pàgina web, hem d'instal·lar un plugin per tal de connectar l'identificador.

Hi ha alguns de diferents però un dels més utilitzats en pàgines creades amb Wordpress és Monster Insights que permet vincular les dades d'Analytics.

Un cop vinculada, podem accedir a algunes estadístiques directament des de la pàgina web a l'apartat del plugin, o podem anar directament a Google Analytics i accedir a tot el contingut recollit.

Des de que s'activa Google Analytics fins que dona dades reals poden passar 24-48 hores.



Gràcies

www.dolorsguillen.com | www.inboxpublicitat.cat

