

Google Analytics: Actualizaciones y Cambios 2024

Comparte tus dudas y descarga el temario



byteIT



TEMARIO

Resumen de Google Analytics

4

Puntos generales de la herramienta (métricas, dimensiones y tráfico de datos)

Key Events

9

¿Qué son los key events? y cómo pueden facilitar el uso de métricas

Audiencias

12

Generación de audiencias y cómo aplicarlas

Detección de cambios en tendencias

16

Aplicación de la IA para mostrar diferencias en dimensiones y creación de alertas

Segmentos

20

Diferencias entre segmentos y audiencias.

Comparativas

25

¿Cómo la data de Google Analytics nos puede mostrar la tendencia de un sector empresarial?

Nuevo diagnóstico en etiquetas

29

¿Cómo la data de Google Analytics nos puede mostrar la tendencia de un sector empresarial?

Informe de las fuentes de tráfico

33

¿Cómo podemos revisar de donde llegan nuestros usuarios?

Predicciones

36

Qué son las predicciones y cuando aplican?



MÉTRICAS



Total Users

- Número total de usuarios únicos que interactuaron con tu sitio/app en el periodo seleccionado.



Active Users

- Usuarios que tuvieron una interacción en los últimos 28 días (por defecto), aunque puede variar según el rango de fechas.



Sessions

- Conjunto de interacciones del usuario dentro de un marco temporal.



Views o Page Views / Screen Views

- Número de veces que se visualizó una página o pantalla.



Engaged Sessions

- Duraron más de 10 segundos, tuvieron al menos 1 conversión, tuvieron al menos 2 vistas de pantalla o eventos.



Engagement Rate

- Porcentaje de sesiones que fueron sesiones con interacción. Se calcula como $(\text{Engaged Sessions} / \text{Total Sessions}) * 100$

3

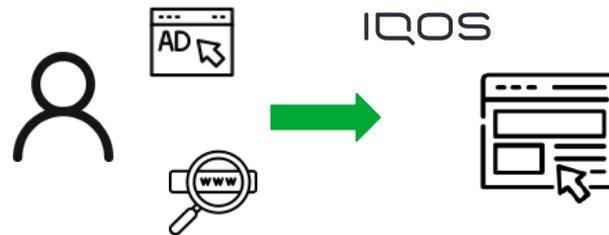
Event Count

- Número total de eventos registrados.

Dimensiones

Adquisición

Se refiere a **cómo llegan los usuarios a tu sitio web o aplicación**. Es decir, los canales, fuentes, medios o campañas que generan visitas

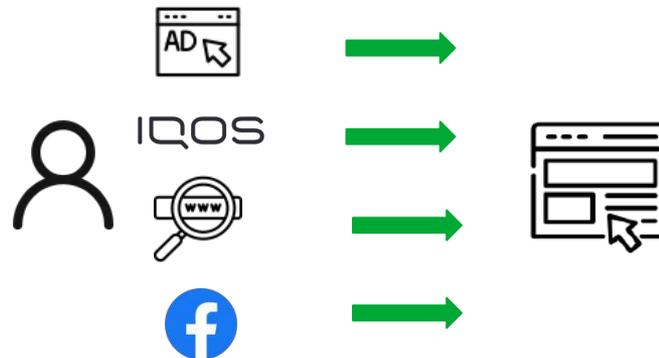


Adquisición de usuario

- Muestra cómo llegó un usuario por primera vez
- Se basa en la primera fuente de tráfico registrada
- No cambia aunque el usuario regrese desde otras fuentes

Adquisición de tráfico

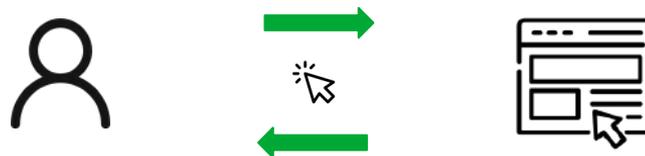
- Muestra cómo llegaron los usuarios en cada sesión individual
- Cambia en cada visita si usan diferentes fuentes
- Útil para entender qué canales generan tráfico en general, no solo en la primera visita



Dimensiones

Engagement

Mide el nivel de interacción de los usuarios, es un indicador clave para saber el interés y que usuarios están activos .



Retention

Representa el comportamiento de los usuarios después de su primera visita, permite ver cuántos usuarios regresan en los días o semanas siguientes



Retention Rate

Es el porcentaje de usuarios que regresan después de su primera visita. Se calcula $(\text{Usuarios que no regresan en un periodo} / \text{Usuarios originales de un día}) * 100$



Retention Churn

Es el porcentaje de usuarios que no regresan después de su visita inicial. Se calcula $100\% - \text{retention date}$

Cohorts

Es un grupo de usuarios que comparten una acción en un mismo periodo, y se analiza cómo ese grupo se comporta con el tiempo. Es una herramienta clave para ver tendencias de retención, engagement y fidelización.

- Para entender el comportamiento de usuarios a lo largo del tiempo
- Para medir la retención, conversión o interacción después de un evento inicial.
- Ideal para optimizar estrategias de marketing y experiencia de usuario



Evento: interacción



Engagement Rate



Vista : Home



Source

Indica de dónde provienen los usuarios, como Google, Facebook, Direct, etc.



Medium

Es el tipo de tráfico como organic (orgánico), cpc (pago por clic), referral (referencia), etc.



Campaign

Identifica la campaña de marketing que atrajo a los usuarios, definida a través del parámetro.





KEY EVENTS

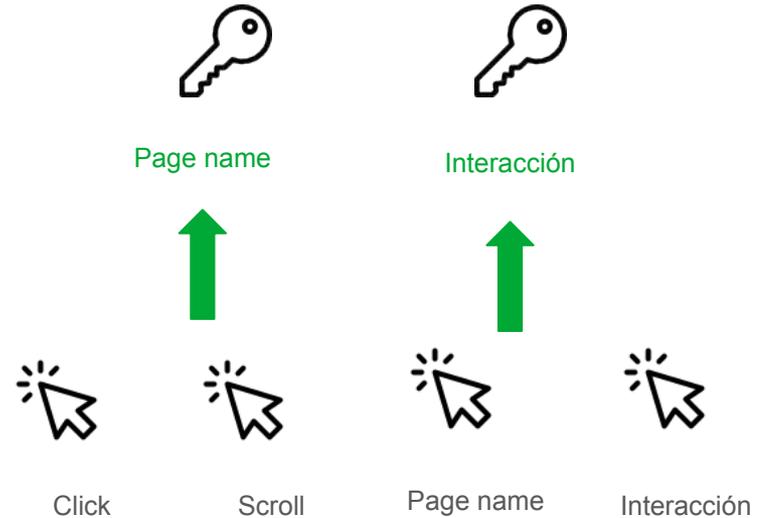
¿Qué son los Key Events?

Son eventos marcados como importantes para medir conversiones en GA4 (antes llamados conversiones en Universal Analytics).

Cualquier evento puede convertirse en key event, ya sea un evento predefinido o un evento personalizado.

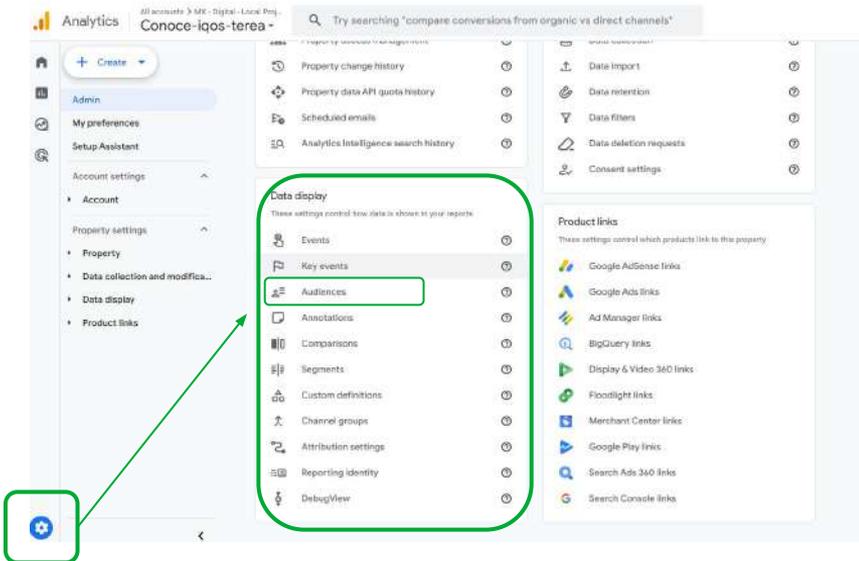
Características clave

- Se pueden marcar hasta 30 eventos como clave.
- Ayudan a medir los objetivos del negocio: registros, compras, formularios, etc.

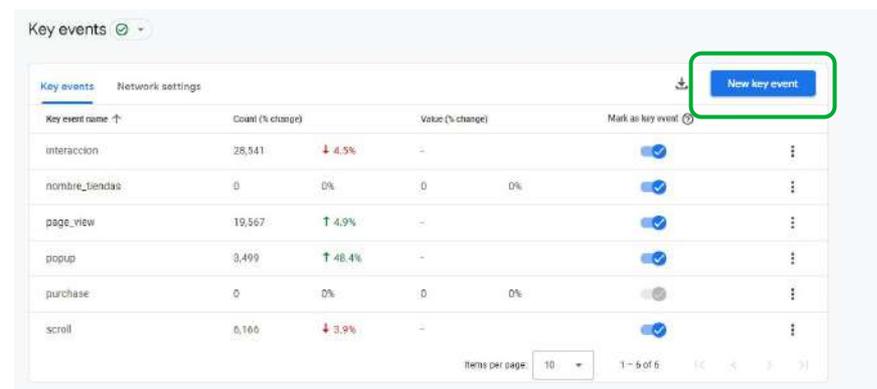


Creación de un key event

1.- En el menú lateral se ingresa a la opción “Admin”; buscar la pestaña “Data Display” e ingresar a “Key events”

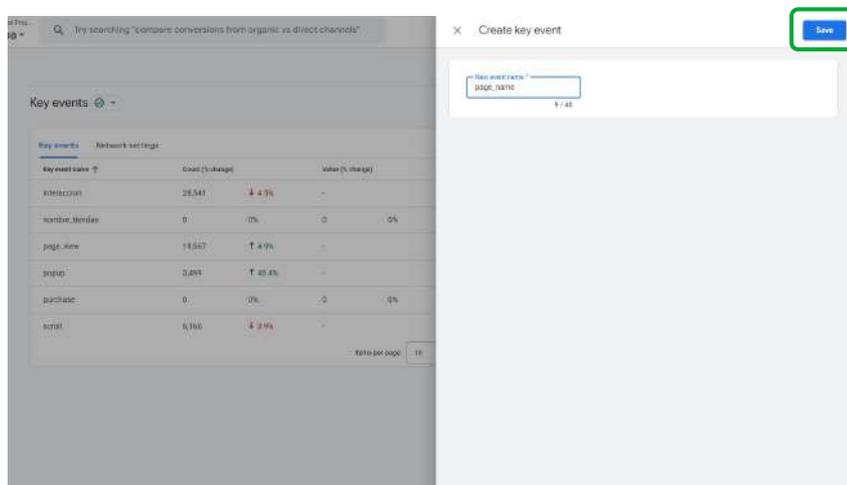


2.- Se mostrará los key events generados; para generar uno nuevo ingresar a “New key event”.



Creación de un key event

3.- Se mostrará una ventana donde se ingresará el nombre exacto del evento y dar click en el botón **“Save”**



4.- Se mostrará el nuevo key event generado.

The screenshot shows the 'Key events' table with the following data:

Key event name	Count (% change)	Value (% change)	Mark as key event
interaccion	28,541 ↓ 4.5%	-	<input checked="" type="checkbox"/>
nombre_bienidas	0 0%	0 0%	<input checked="" type="checkbox"/>
page_name	0 0%	0 0%	<input checked="" type="checkbox"/>
page_view	19,567 ↑ 4.9%	-	<input checked="" type="checkbox"/>
popup	3,499 ↑ 48.4%	-	<input checked="" type="checkbox"/>
purchase	0 0%	0 0%	<input type="checkbox"/>
scroll	6,166 ↓ 3.9%	-	<input checked="" type="checkbox"/>



AUDIENCIAS

¿Qué son las audiencias?

Son **grupos de usuarios** que cumplen con ciertos criterios, como el **comportamiento del usuario**, **datos demográficos**, **eventos**, etc.

Con la creación de audiencias se puede mostrar los comportamientos o condiciones específicas para el sitio web y/o para algún objetivo en específico de marketing.

Componentes clave

- Condiciones - Reglas que los usuarios deben cumplir
- Secuencias - Eventos que ocurren
- Tiempo relativo - Usuarios que han realizado acciones en un plazo específico



Audiencia 1



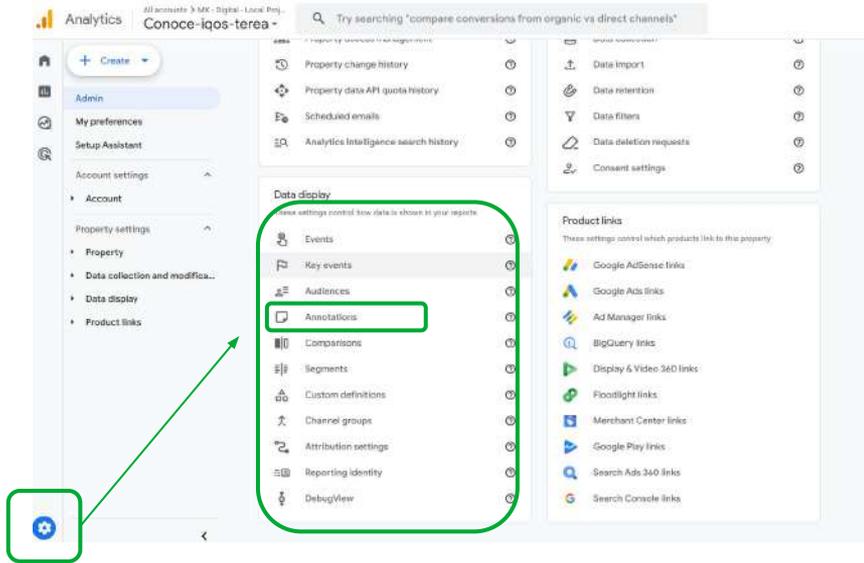
Audiencia 2



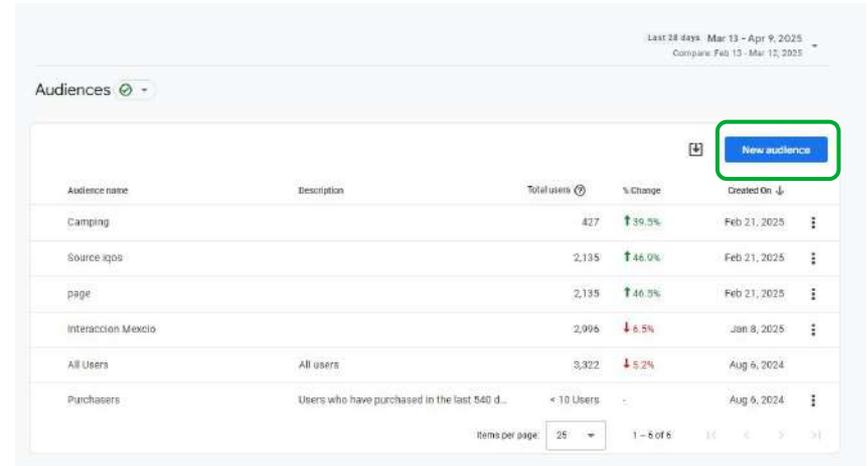
20 25

Creación de una audiencia

1.- En el menú lateral se ingresa a la opción **“Admin”**; buscar la pestaña **“Data Display”** e ingresar a **“Audiences”**.

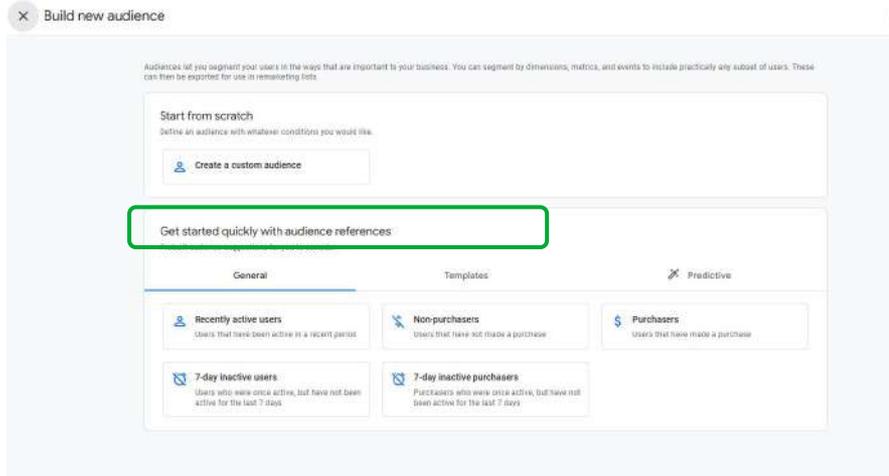


2.- Se mostrará las audiencias generadas; para generar uno nuevo ingresar a **“New audience”**.

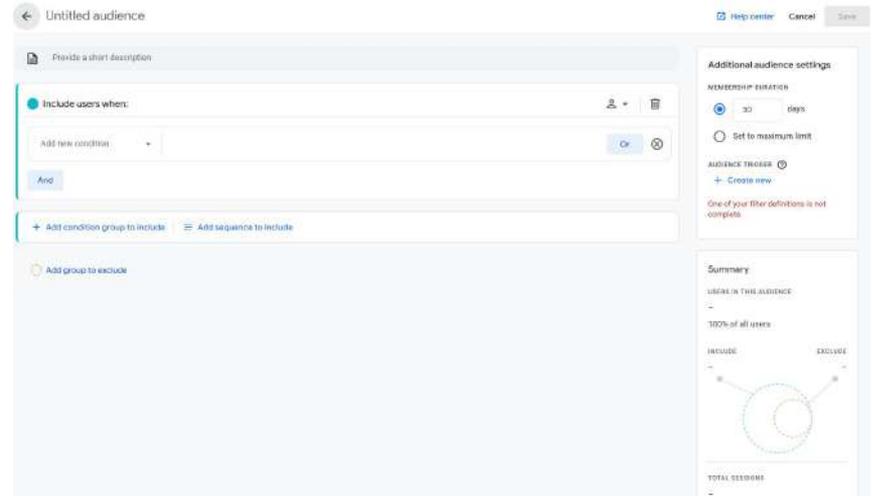


Creación de una audiencia

3.- Para generar una audiencia desde cero ingresamos a **“Create custom audience”**

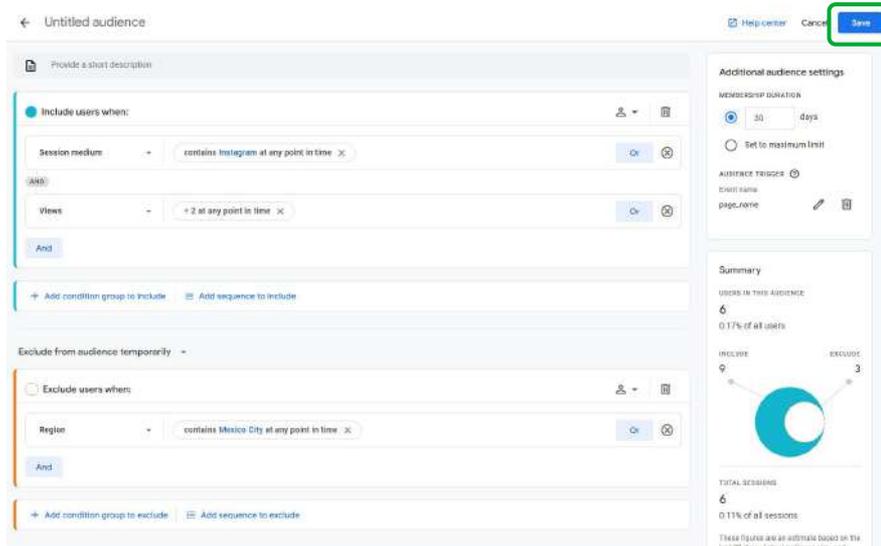


4.- Se mostrará una pantalla de configuración donde se pueden agregar dimensiones. Se pueden agregar datos para incluir dentro de la audiencia y/o excluir a un grupo de usuarios.



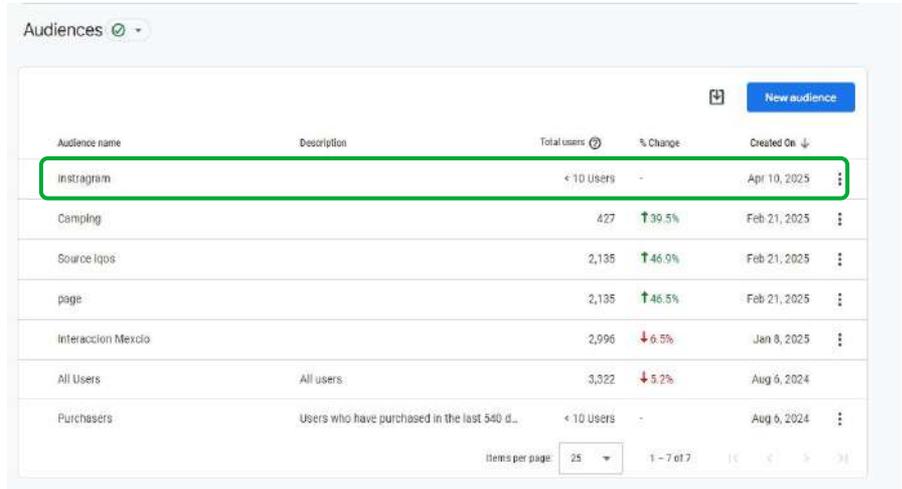
Creación de una audiencia

5.- Al finalizar la configuración, se mostrará el resultado de la audiencia con los datos incluidos y/o excluidos. Para guardar la configuración damos click en el botón **“Save”**



The screenshot shows the 'Untitled audience' configuration page. It includes sections for 'Include users when' and 'Exclude from audience temporarily'. The 'Include users when' section has two conditions: 'Session medium' containing 'Instagram' and 'Views' of '+ 2 at any point in time'. The 'Exclude from audience temporarily' section has one condition: 'Region' containing 'Mexico City'. A 'Save' button is highlighted with a green box in the top right corner. A summary section on the right shows 'USERS IN THIS AUDIENCE' with 6 users (0.17% of all users) and 'TOTAL SESSIONS' with 6 sessions (0.11% of all sessions). A donut chart visualizes the split between 'INCLUDE' (9) and 'EXCLUDE' (3) users.

6.- Se mostrará la nueva audiencia generada.



The screenshot shows the 'Audiences' list table. The 'Instagram' row is highlighted with a green box. The table columns are Audience name, Description, Total users, % Change, and Created On.

Audience name	Description	Total users	% Change	Created On
Instagram		< 10 Users	-	Apr 10, 2025
Camping		427	↑ 39.5%	Feb 21, 2025
Source ips		2,135	↑ 46.9%	Feb 21, 2025
page		2,135	↑ 46.5%	Feb 21, 2025
Interaccion Mexico		2,996	↓ 6.5%	Jan 8, 2025
All Users	All users	3,322	↓ 5.2%	Aug 6, 2024
Purchasers	Users who have purchased in the last 540 d...	< 10 Users	-	Aug 6, 2024



DETECCIÓN DE CAMBIOS EN TENDENCIAS

¿Qué son los cambios de tendencias?

Es el **análisis automático** e inteligencia artificial de la plataforma, **ayuda a identificar anomalías o cambios inesperados** en los datos.

Los cambios en tendencias son llamados **“Insights”** y se pueden configurar para informar sobre una variación importante

¿Beneficios?

- Ahorro de tiempo
- Detección proactiva de problemas
- Mejores decisiones de marketing
- Enfoque en lo que realmente importa



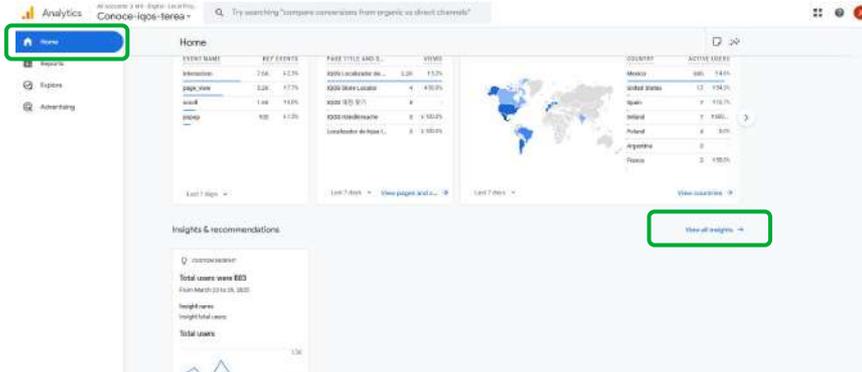
+75%
Fecha A



-25%
Fecha B

Creación de un insight

1.- En el menú lateral se ingresa a la opción **“Home”**; buscar la sección **“Insight % recommendations”** e ingresar a **“View all insight”**



2.- Ingresamos a **“Create”** para realizar la configuración del nuevo insight



Creación de un insight

3.- Nos mostrará los diferentes campos de configuración:

- La frecuencia de de evaluación
- **Segmento:** Se puede seleccionar una dimensión; dentro se puede elegir la audiencia creada en el punto anterior.
- **Métrica:** El dato que estará bajo la revisión.
- **Condición:** Podemos configurar si tiene una tendencia a la alta o baja ya sea por cantidad o porcentaje
- Se pueden agregar emails para cuando se cumpla esta función se le informe al usuario.

The screenshot shows a web interface for creating a custom insight. The title is 'Create Custom Insight' with a close button (X) on the left and a 'Create' button on the right. Below the title is a descriptive paragraph: 'Custom insights let you automatically monitor performance of your property. All users in this property will see insights in the Insights dashboard when the conditions are triggered. Users can also subscribe to receive these insights via email.' The form is divided into three main sections: 1. 'Set Conditions': This section contains a dropdown for 'Evaluation frequency' set to 'Daily', a 'Segment' dropdown set to 'All users' with a 'Change' link, and a 'Metric' dropdown set to 'Revenue' and a 'Condition' dropdown set to 'Has anomaly'. 2. 'Choose insight name': This section has a text input field with a placeholder: 'This is the name you'll see in the notifications, so use a descriptive name. For example: daily-revenue-is-less-than-100% or weekly-users-increase-more-than-50%'. 3. 'Manage notifications': This section includes a text input field for 'Send email notifications to (separate emails by comma)' with the example email 'analyst@byteit.com.mx'.

Creación de un insight

4.- Al final de la configuración se dará click en el botón **“Create”**.

Create Custom Insight

Create

Custom Insights let you automatically monitor performance of your property. All users in this property will see insights in the insights dashboard when the conditions are triggered. Users can also subscribe to receive these insights via email.

Set Conditions

Evaluation frequency

Daily

Segment

All Users [Change](#)

Metric:

Engagement rate

Condition:

Has anomaly

Choose insight name

This is the name you'll see in the notifications so use a descriptive name

Example

7/88

Manage notifications

When this insight is triggered, all users on the property can see it in the insights dashboard. Users you list below will also receive an email notification, if they have access to the property.

Send email notifications to (separate emails by comma)

insights@byte-it.com.mx

SEGMENTOS

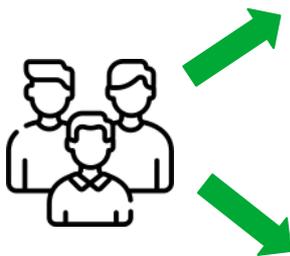
¿Qué son los segmentos?

Los segmentos al igual que las audiencias son subconjuntos de datos de usuarios o sesiones las cuales **podemos utilizar en reportes personalizados**.

A diferencia de las audiencias sólo pueden ser utilizados dentro de los reportes personalizados.

¿Puntos más comunes entre comparativas?

- Comparar diferentes tipos de usuarios.
- Analizar el comportamiento por canal.
- Ver cómo interactúan distintos dispositivos.
- Medir resultados de campañas específicas



Crear segmentos

1.- Ingresar a **“Admin”** desde el menú lateral, en la card de Data Display ingresamos a la opción **segmentos**.

The screenshot shows the Google Analytics Admin interface. The left sidebar has 'Admin' selected. The main content area is divided into sections: 'Property details', 'Data streams', 'Product links', and 'Data display'. The 'Data display' section is highlighted with a green box, and within it, the 'Segments' option is also highlighted with a green box. The 'Product links' section is also visible, showing various links like Google AdSense, Google Ads, and BigQuery.

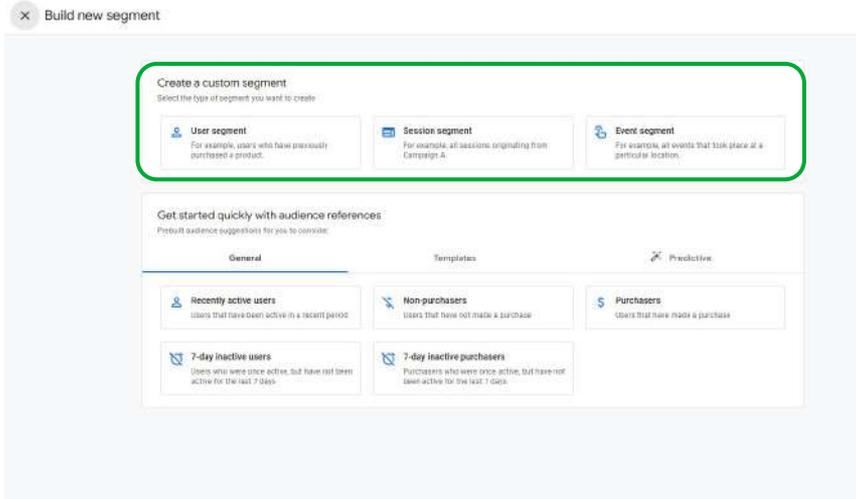
2.- Se mostrará una ventana con los segmentos creados por default y los segmentos personalizados; **Ingresamos a la opción “New segment”**

The screenshot shows the Google Analytics Segments page. The 'New segment' button is highlighted with a green box. The page displays a list of segments with the following columns: Segment name, Description, Created by, Last updated, and Conditions. The segments listed are: Source qr_code, Popup Event, All Users, Direct traffic, Email, SMS & push notifications traffic, Mobile traffic, Organic traffic, Paid traffic, Referral & affiliates traffic, Tablet traffic, and Web traffic.

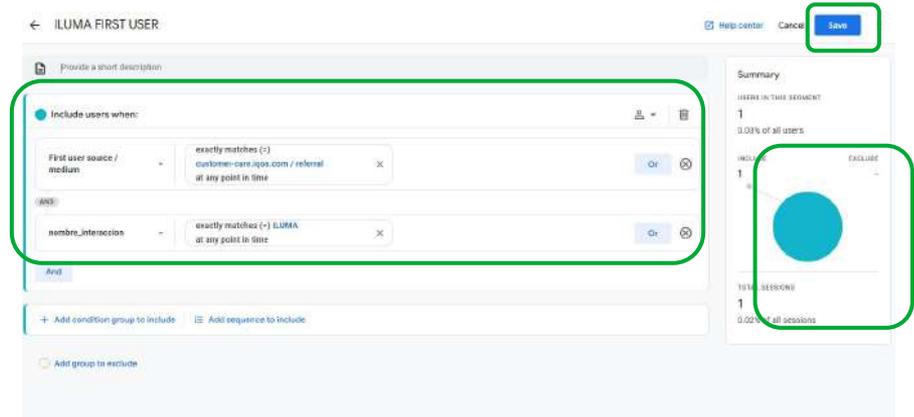
Segment name	Description	Created by	Last updated	Conditions
Source qr_code	Region matches	Analitica ByteIT	Feb 21, 2025	Session source matches qr_code EXCLUDING Duritana Roo
Popup Event		Analitica ByteIT	Feb 13, 2025	(popup) AND Session campaign matches Iuma_Launch
All Users	Includes all your data.			
Direct traffic	Sessions acquired directly.			Session default channel group = Direct
Email, SMS & push notifications traffic	Sessions acquired via emails, SMS or push notifications.			Session default channel group in "Email, SMS, Mobile Push Notifications"
Mobile traffic	Traffic on mobile phones.			Device category = mobile
Organic traffic	Sessions acquired via organic channels.			Session default channel group in "Organic Search, Organic Video, Organic Social, Organic Shopping"
Paid traffic	Sessions acquired via paid channels.			Session default channel group in "Paid Shopping, Paid Search, Paid Social, Paid Other, Paid Video, Display, Cross-network, Audio"
Referral & affiliates traffic	Sessions acquired via referrals or affiliates.			Session default channel group in "Referral, Affiliates"
Tablet traffic	Traffic on tablets.			Device category = tablet
Web traffic	Traffic on desktops.			Device category = desktop

Crear segmentos

3.- Ingresamos a cualquiera de las opciones dependiendo del tipo de segmento que se requiera crear.



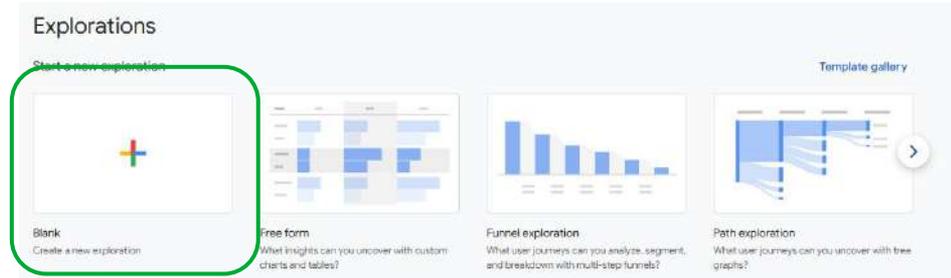
4.- Nos mostrará una pantalla donde podemos realizar la configuración; se pueden incluir datos o excluir en el caso de que se requiera.



Crear segmentos

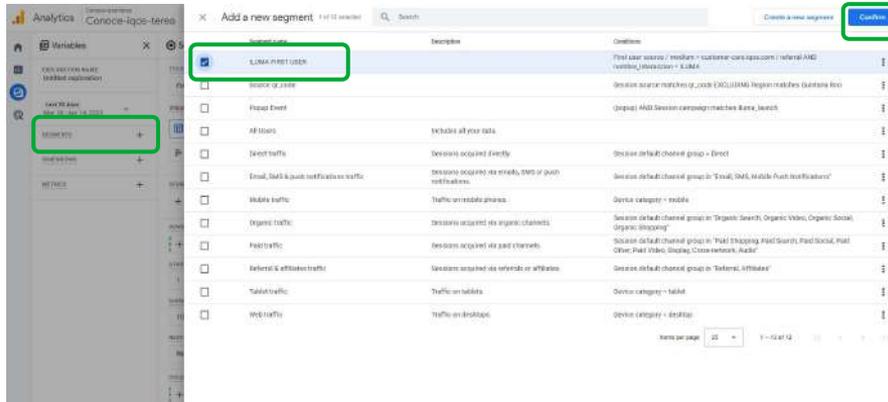
5.- Para utilizar los segmentos ingresamos a la opción “Explore” para entrar en los reportes personalizados.

6.- Se mostrarán varios tipos de plantillas de reportes, se utilizará un reporte en blanco para ejemplificar los segmentos.

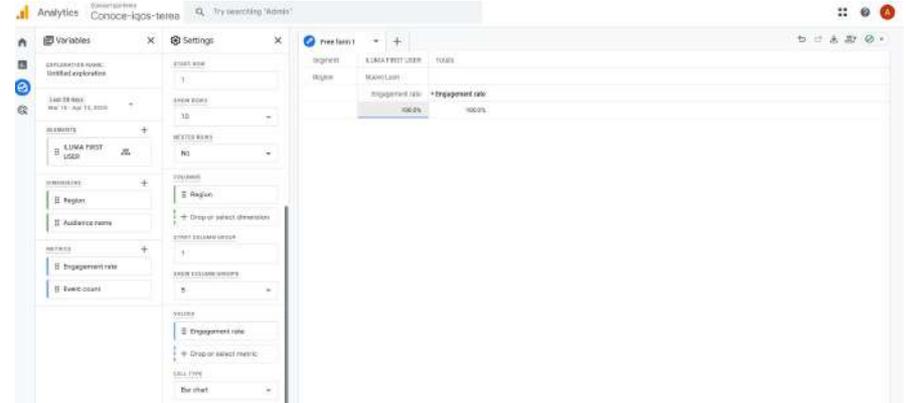


Crear segmentos

6.- Dentro del reporte seleccionaremos la opción “Segments” nos mostrará otra pantalla con los segmentos creados y por default; seleccionamos un segmento y le damos click al botón “Confirm”



7.- Finalizando las configuraciones adicionales como métricas y dimensiones podemos ver el resultado de combinación de parámetros.





COMPARATIVAS

¿Qué es una comparativa?

Es una herramienta que permite realizar **comparación por métricas con otras empresas o sitios** que pueden compartir el **mismo mercado o sector de industrial**.

Google analytics no comparte datos personales como nombre de eventos, tráfico y nombres o datos sensibles de las empresas.

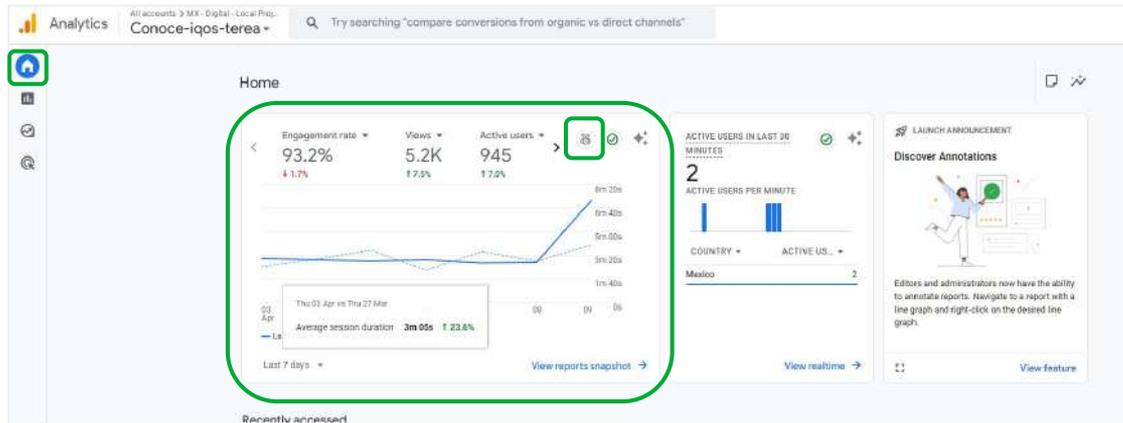
¿Puntos más comunes entre comparativas?

- Tráfico Tota
- Duración Media de la Sesión
- Objetivos cumplidos
- Dispositivo más usado

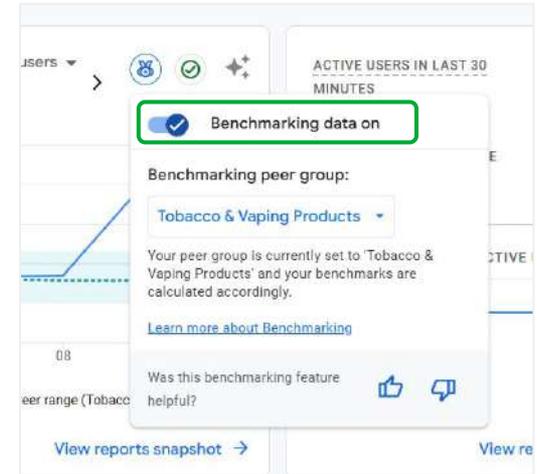


Habilitar comparativas

1.- Ingresar al **“Home”** desde el menú lateral (solo en esta sección se pueden hacer comparaciones), en la primer card de overview se selecciona el ícono que tiene medallas.



2.- Se mostrará una ventana en donde activaremos la casilla **“Benchmarking data on”**

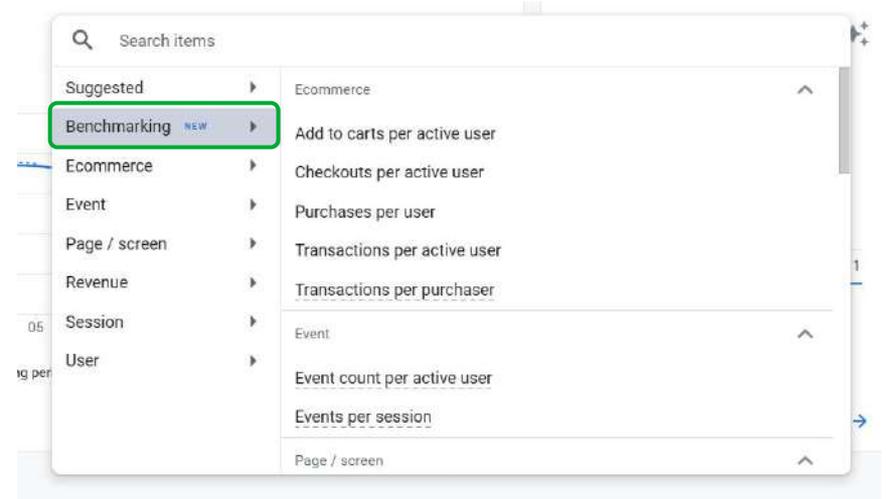


Habilitar comparativas

3.- Realizado la selección del mercado, se seleccionara cualquier metrica y en la flecha se desplegará un menú.

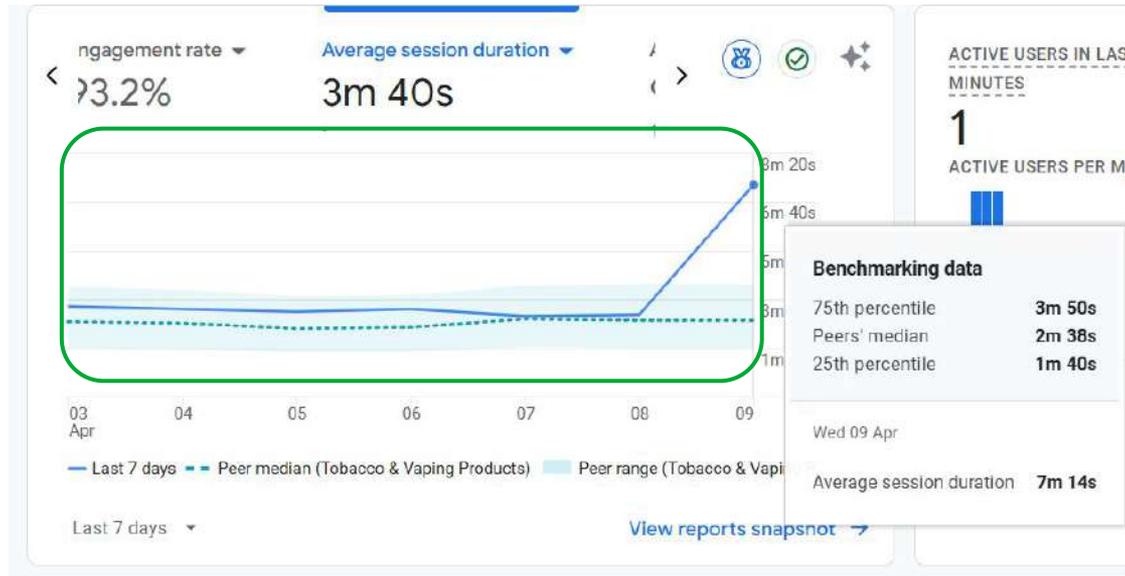


4.- Se seleccionará la opción **“Benchmarking”**. Y nos desplegará metricas que podemos comparar.



Habilitar comparativas

5.- Se mostrará la comparativa de la métrica, en donde aparece el rango en promedio de la métrica.



NUEVO DIAGNÓSTICO DE ESTIQUETAS

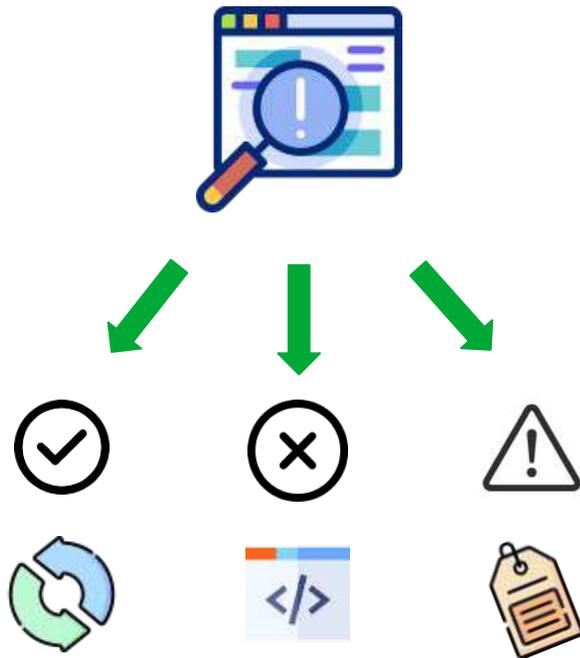
¿Qué es el diagnóstico de etiquetas?

Es una herramienta que **permite visualizar si existe alguna advertencia o error en la recopilación de datos**, ayuda a identificar problemas de implementación de etiquetas en el sitio.

Se basa principalmente en **etiquetas mal configuradas**, la ausencia de etiquetas dentro del sitio o en páginas dentro del sitio.

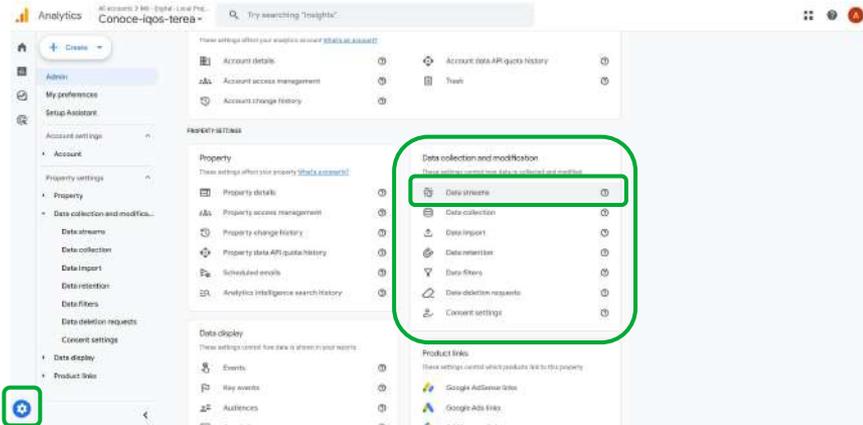
Beneficios del diagnóstico de etiquetas

- Detecta errores en la implementación
- Evita la pérdida de datos clave
- Asegura que todos los eventos se estén midiendo

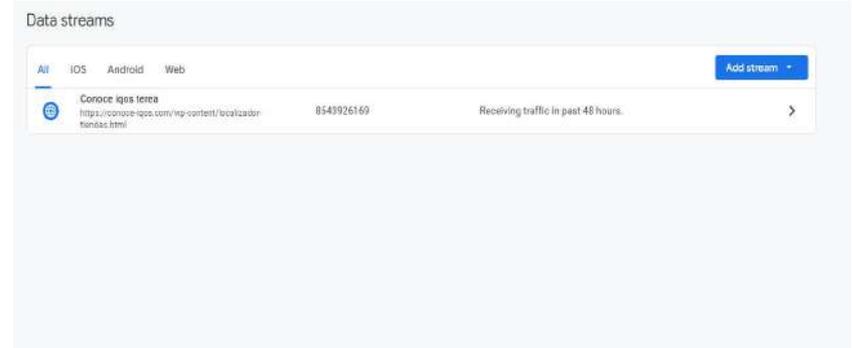


Verificar Etiquetas

1.- Ingresar al **“Home”** desde el menú lateral, en la sección de **“Data collection and modification”**, ingresamos a la opción **“Data streams”**.

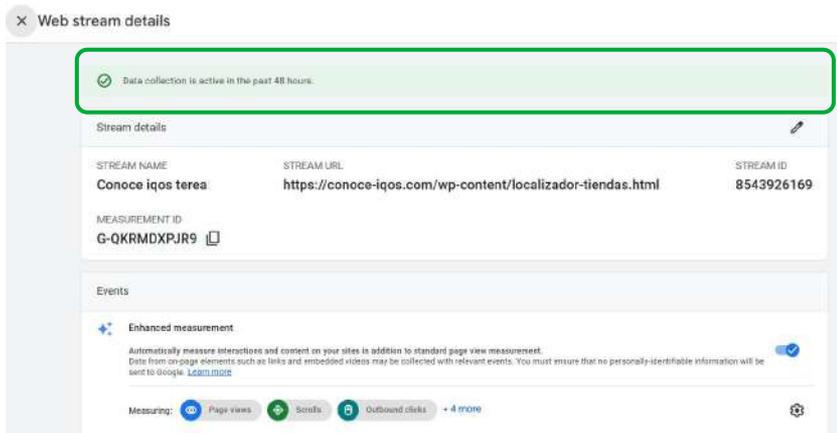


2.- Nos mostrará los data streams configurados y seleccionamos el que se requiera analizar.



Verificar Etiquetas

3.- Nos mostrará los datos de configuración del stream, y en la parte superior el **status general** de la recopilación de datos.



Web stream details

✔ Data collection is active in the past 48 hours.

Stream details

STREAM NAME	STREAM URL	STREAM ID
Conoce iqos terea	https://conoce-iqos.com/wp-content/localizador-tiendas.html	8543926169

MEASUREMENT ID
G-QKRMDXPJ9

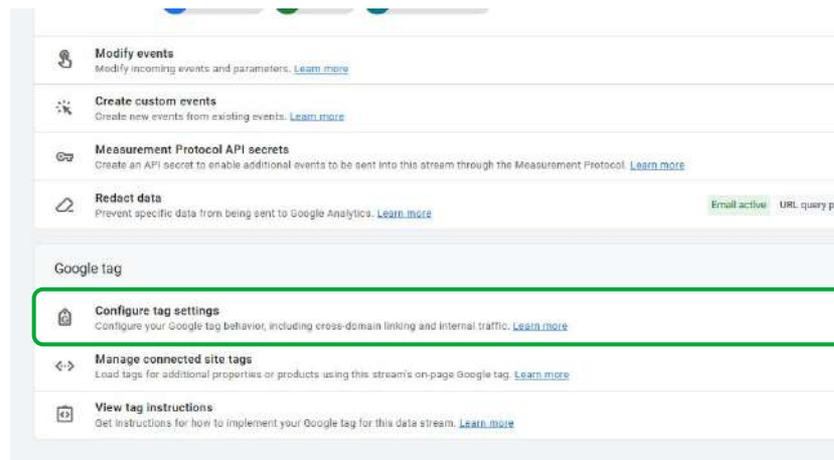
Events

Enhanced measurement

Automatically measure interactions and content on your sites in addition to standard page view measurement. Data from on-page elements such as links and embedded videos may be collected with relevant events. You must ensure that no personally-identifiable information will be sent to Google. [Learn more](#)

Measuring: Page views, Socials, Outbound clicks, + 4 more

4.- En la parte inferior ingresamos a la opción de **“Configure tag settings”**.



Modify events
Modify incoming events and parameters. [Learn more](#)

Create custom events
Create new events from existing events. [Learn more](#)

Measurement Protocol API secrets
Create an API secret to enable additional events to be sent into this stream through the Measurement Protocol. [Learn more](#)

Redact data
Prevent specific data from being sent to Google Analytics. [Learn more](#) Email active URL query p...

Google tag

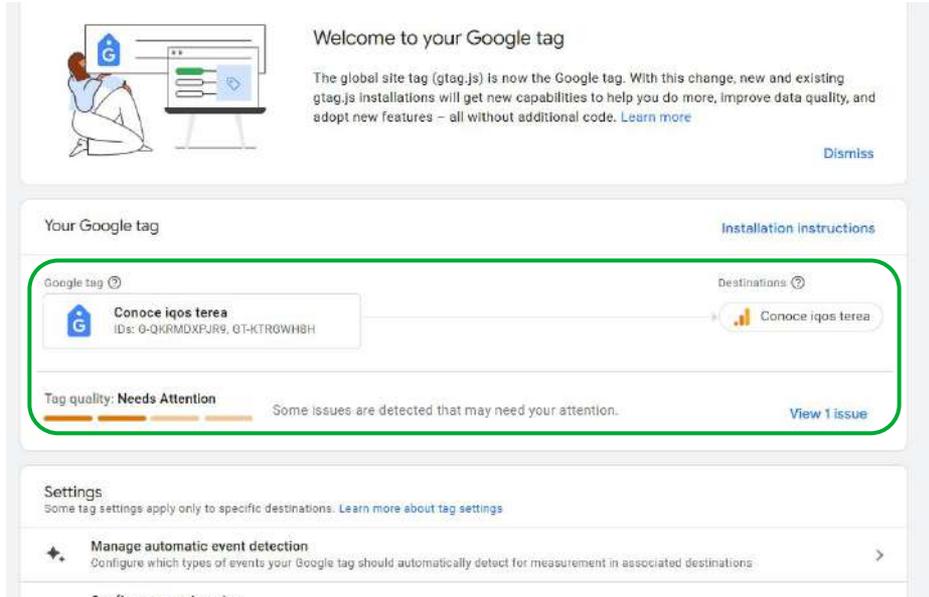
Configure tag settings
Configure your Google tag behavior, including cross-domain linking and internal traffic. [Learn more](#)

Manage connected site tags
Lead tags for additional properties or products using this stream's on-page Google tag. [Learn more](#)

View tag instructions
Get instructions for how to implement your Google tag for this data stream. [Learn more](#)

Verificar Etiquetas

5.- En esta sección nos mostrará **el estatus de la etiqueta configurada.**



The screenshot displays the Google Tag Manager interface. At the top, a welcome message reads "Welcome to your Google tag" and explains that the global site tag (gtag.js) is now the Google tag. Below this, the "Your Google tag" section is highlighted with a green border. It shows a tag named "Conoce iqos terea" with ID "G-QKRMDXFPJ9, QT-KTR0WH8H" and a status of "Needs Attention". A progress bar indicates the tag quality, and a "View 1 issue" link is provided. The "Settings" section below shows "Manage automatic event detection" with a right-pointing arrow.

Welcome to your Google tag

The global site tag (gtag.js) is now the Google tag. With this change, new and existing gtag.js installations will get new capabilities to help you do more, improve data quality, and adopt new features – all without additional code. [Learn more](#)

Dismiss

Your Google tag [Installation instructions](#)

Google tag ⓘ Destinations ⓘ

 **Conoce iqos terea**
IDs: G-QKRMDXFPJ9, QT-KTR0WH8H

 **Conoce iqos terea**

Tag quality: **Needs Attention** Some issues are detected that may need your attention. [View 1 issue](#)

Settings
Some tag settings apply only to specific destinations. [Learn more about tag settings](#)

✦ **Manage automatic event detection**
Configure which types of events your Google tag should automatically detect for measurement in associated destinations >

Configure your domains



DIMENSIONES E INFORMES DE LAS FUENTES DE TRÁFICO MANUALES

¿Para qué sirven las fuentes de tráfico manuales?

Es la **información que se puede recopilar y analizar** cuando se realiza un **seguimiento manual del origen del tráfico** al que llega el sitio.

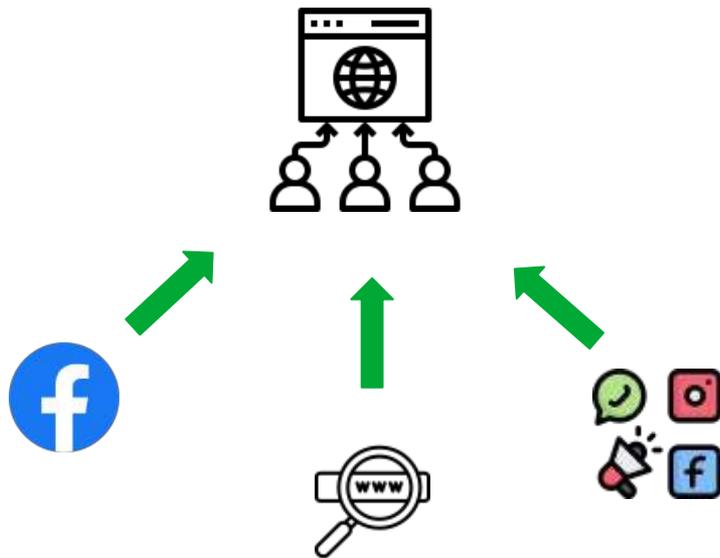
Se definen manualmente **al agregar parámetros UTM a las URLs**, lo cual permite rastrear de forma detallada de dónde viene el tráfico.

Dentro de las diferentes UTMS que existen las más utilizadas son:

- Utm_source
- Utm_medium
- Utm_campaign

Beneficios del tráfico de fuentes manuales

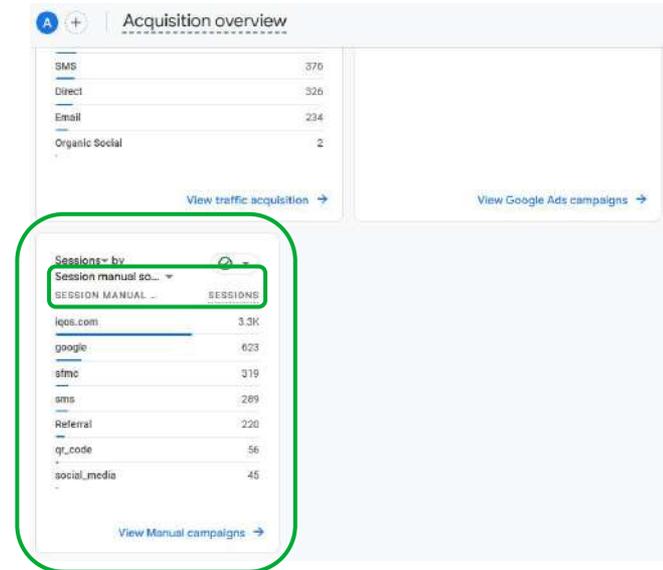
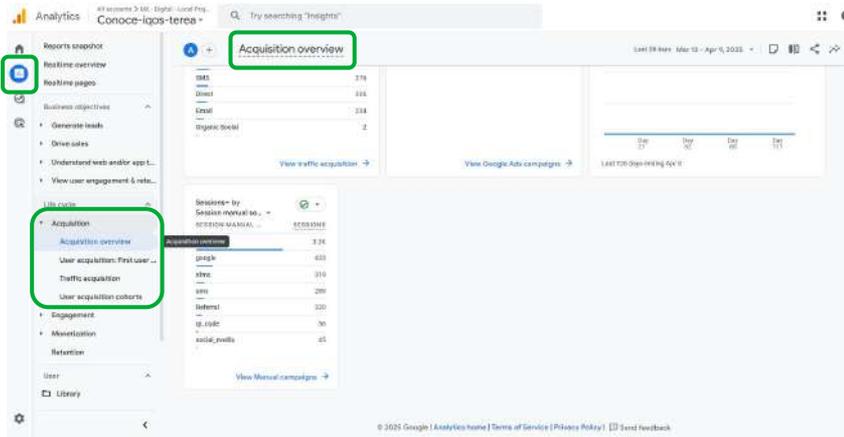
- Identificación precisa del tráfico de campañas.
- Separación clara de fuentes
- Mejora la segmentación de usuarios



Ver las fuentes de tráfico manuales

1.- Ingresar al **“Reports”**, ingresar a **“Acquisition”**; en todas las opciones de ésta sección podemos visualizar las diferentes formas en que el usuario a llegado al sitio. En este caso ingresamos al overview.

2.- En la última card podemos realizar un filtro por **sesiones manuales o engagement session**; también podemos ingresar para ver datos más específicos.



Ver las fuentes de tráfico manuales

3.- Nos mostrará una **gráfica donde podemos visualizar las diferentes métricas**, podemos realizar cambios en el tipo de sesión manual y realizar filtros .

Manual: Session manual campaign name		Active users	Sessions	Engaged sessions	Average engagement time per session	Engaged sessions per active user	Events per session	Engagement rate	Key events	Event count
Session manual campaign name									All events	All events
<input checked="" type="checkbox"/>	Total	3,323 100% of total	5,359 100% of total	5,113 100% of total	46s Avg 0%	1.54 Avg 0%	13.21 Avg 0%	95.41% Avg 0%	57,999.00 100% of total	70,775 100% of total
<input checked="" type="checkbox"/>	1 (referral)	2,331 (70.15%)	3,616 (67.48%)	3,473 (67.92%)	52s	1.49	14.66	96.05%	43,723.00 (75.39%)	53,006 (74.89%)
<input checked="" type="checkbox"/>	2 (organic)	332 (9.99%)	646 (12.05%)	602 (11.77%)	45s	1.81	11.15	93.19%	5,863.00 (10.11%)	7,202 (10.18%)
<input type="checkbox"/>	3 (not set)	225 (6.77%)	369 (6.89%)	329 (6.43%)	20s	1.46	8.55	89.16%	2,492.00 (4.3%)	3,154 (4.46%)
<input checked="" type="checkbox"/>	4 ilumina_launch	171 (5.15%)	312 (5.82%)	303 (5.93%)	26s	1.77	9.17	97.12%	2,300.00 (3.97%)	2,862 (4.04%)
<input checked="" type="checkbox"/>	5 MX_IQOS_EMAIL_ES_IQOS-LAUS-MARCH-CAMPAIGN_Day_9_tu6e756s	72 (2.17%)	96 (1.79%)	93 (1.82%)	27s	1.29	9.39	96.88%	710.00 (1.22%)	901 (1.27%)
<input checked="" type="checkbox"/>	6 MX_IQOS-ILUMA_SMS_ES_HESITATOR-ILUMA_Day-55_9f8ob5wx	64 (1.93%)	74 (1.38%)	73 (1.43%)	23s	1.14	9.58	98.65%	566.00 (0.98%)	709 (1%)
<input type="checkbox"/>	7 MX_IQOS-ILUMA_EMAIL_ES_IQOS-LEADS-MARCH_Day-14_c4hkqh0j	52 (1.56%)	66 (1.23%)	64 (1.25%)	33s	1.23	11.68	96.97%	620.00 (1.07%)	771 (1.09%)
<input type="checkbox"/>	8 Conversion_tool	41 (1.23%)	53 (0.99%)	52 (1.02%)	15s	1.27	9.81	98.11%	414.00 (0.71%)	520 (0.73%)
<input type="checkbox"/>	9 Trial	42 (1.26%)	42 (0.78%)	42 (0.82%)	27s	1.00	12.74	100%	431.00 (0.74%)	535 (0.76%)
<input type="checkbox"/>	10 linktreeh	23 (0.69%)	36 (0.67%)	35 (0.68%)	20s	1.52	7.75	97.22%	215.00 (0.37%)	279 (0.39%)



PREDICCIONES

Las predicciones permiten anticipar comportamientos de los usuarios en tu sitio web. Se utilizan principalmente dos tipos la Probabilidad de compra y Ingresos previstos.

Para la probabilidad de compra se requieren los siguientes requisitos:

- Tener implementado el evento de “**purchase**” para comenzar la recopilación de datos
- Tener registrados como mínimo 1000 usuarios que hayan realizado una compra.
- Tener registrados como mínimo 1000 usuarios que no realizaron ninguna compra.
- Esta recopilación de datos debe realizarse en 28 días.

Dentro de las fórmulas generales que utiliza Google analytics para realizar predicciones se utiliza la siguiente:

Probabilidad de compra % = (usuarios que generaron una compra / total de usuarios) * 100

¡Gracias por su atención!

Por favor, califícanos



byteIT