

Primeros pasos en la analítica web. Logs y tags

A través de la analítica web se puede conocer grandes cantidades de información que desprenden los usuarios cuando visitan la web, a continuación las claves para saber analizarlas.

La analítica web se centra en la recopilación y el análisis de los datos de visita a la web, estudiando el comportamiento de los usuarios dentro del site para optimizar el sitio web y apoyar las estrategias de marketing.

Business analytics conceptCon las herramientas de analítica web es posible saber qué hacen nuestros usuarios, cuáles son sus intereses, cómo han encontrado la web, qué segmentos del sitio web son más rentables o qué problemas tienen.

Asimismo, un buen análisis permite optimizar el sitio web en procesos clave del site: formularios, procesos de compra, etc. La analítica web es un elemento clave en la estrategia general, la de marketing en especial, contribuye a la usabilidad y permite conseguir los objetivos planteados por la empresa.

Los modelos de medición del comportamiento dentro de una web se basan en logs y en tags. Los logs son aquellos archivos que contienen el registro de toda la información referente la navegación del usuario, se envían al servidor y son procesados mediante software de analítica especializados. Por otro lado, con la evolución de la analítica web se empezó a demandar el análisis en tiempo real y la medición por tags o etiquetas, es decir, partes de código JavaScript que se colocan dentro de una página web y envían la información al servidor, que la procesa y la transforma en datos relevantes.

Las principales diferencias entre logs y tags es:

Los logs recogen una dirección IP como visitante único, mientras que las tags toman cada PC como visitante único.

Los logs miden las veces que pasa un robot de un buscador por la web, y los tags no permiten medir esto.

Los logs permiten medir cuando se descargan los archivos y los tags solo miden clics.

Los logs no cuentan la visita a páginas ya descargadas que se vuelven a visitar y las tags si la validan.

Los logs necesitan un software que analice los datos y los muestre de forma comprensible.

Los logs no son tan flexibles como las tags y no procesan la información en tiempo real como si hacen las tags.

Datos de contacto:

maite

marketing

Nota de prensa publicada en: [29590](#)

Categorías: [Marketing](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>