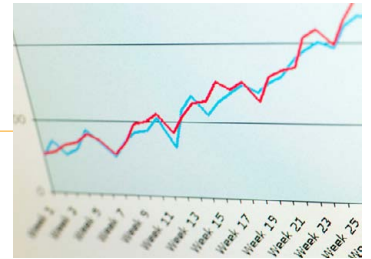


Capítulo 5

RETENCIÓN DE CLIENTES

Analytics: El análisis de métricas



El **análisis de métricas (analytics)** es una herramienta que proporciona información para optimizar el sitio y conocer mejor al usuario.

Monitoreo de visitas:

- Número de visitantes que entran al sitio.
- Mide el flujo de usuarios únicos al sitio.

Detalle de medición:

- Número de clicks recibidos en alguna publicidad, promoción, espacio específico dentro del mismo sitio, etc.
- Refleja el éxito de los anuncios, promociones, etc.

Procedencia del tráfico:

- Explica cómo llegaron los usuarios al sitio: tráfico directo, búsqueda en motores, anuncios, referencias de otras páginas, etc.

Comportamiento del usuario:

- Número de usuarios que entran a una sección específica del sitio.
- Refleja los intereses de los usuarios.

Índice de permanencia y porcentaje de rebote:

- Tiempo que permanecen los usuarios en el sitio y en secciones específicas.
- Mide los usuarios que efectivamente están interesados en el sitio o en productos específicos.

Análisis de Métricas (analytics)

Para realizar el análisis de métricas es necesario contar con una **plataforma de medición** que proporcione esta información (por ejemplo: Google analytics, Omniture, etc.).