

Introducció a l'analítica web

Sessió adreçada a professionals i empreses del sector cultural i creatiu

Víctor de Francisco

vdf@reexporta.com

<https://es.linkedin.com/in/victordefrancisco>

1. Configuració inicial.

GA Classic VS GA Universal VS GA4. Diferències entre les versions. Configuració inicial de l'GA4. Configuració inicial. Punts necessaris del funcionament tècnic de Google Analytics 4.0 al nostre web. Alta, inserció del codi, definició i organització de la propietat. Definició del concepte d'esdeveniment (event) com a base del funcionament del nou GA 4.0.

2. Opcions generals

Conceptes bàsics de les dimensions i mètriques. Navegació per les opcions generals. Repàs i característiques principals del cicle de vida, l'usuari i els esdeveniments.

3. Informes personalitzats

Per poder comparar dades o analitzar-los per separat. Entendrem i treballarem amb els Esdeveniments i marcarem objectius de conversió.



GA és el sistema d'anàlisi web de Google, i serveix per saber tot el que passa a la vostra web, i poder definir futures estratègies de màrqueting digital.

L'última versió és [GA4], però Google recomana configurar les dues; Universal i 4.0.

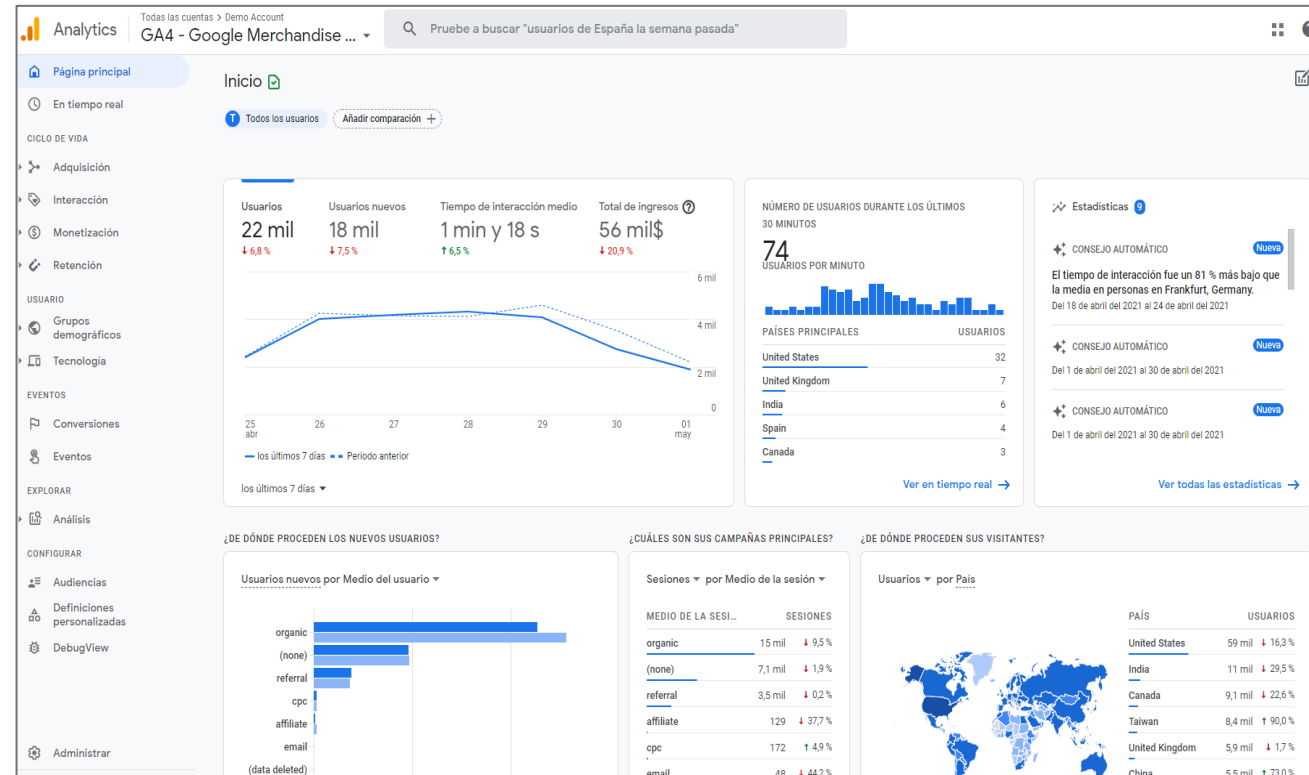
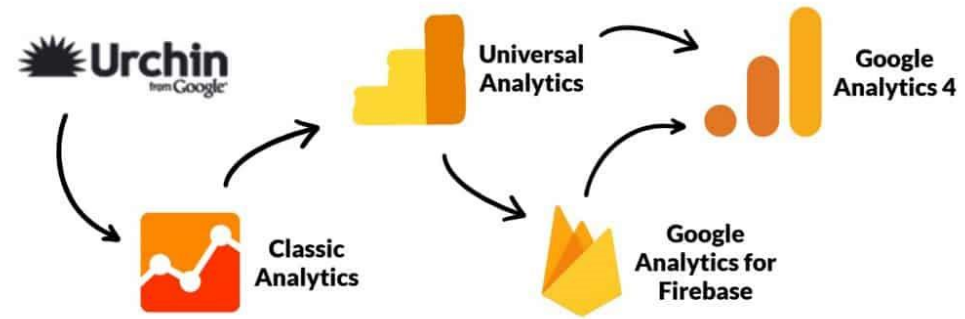
Quina tens?

Classic – analytics.js

Universal – gtag('config', 'UA-XXXXXX-1');

4.0 - gtag('config', 'G-XXXXXXXXXX');

Cap? Probablement teniu Google Tag Manager...



Què els diferencia?

Molts punts tècnics..., però conceptualment el principal canvi està en el model de recollida de dades.

GA Universal treballa amb **hits**, mentre que GA 4 amb **esdeveniments**.

GA 4 és molt més intuïtiu, més ben valorat pels que s'inicien en Analytics, no tant pel que venen de l'Universal. [GA4] està en versió Beta de manera que encara no han desplegat totes les funcionalitats.

Treballem amb les dues versions!

Tipo de hit en la propiedad Universal Analytics	Medición en la propiedad Google Analytics 4
Vista de página	Evento
Evento	Evento
Redes sociales	Evento
Transacción o comercio electrónico	Evento
Tiempo de usuario	Evento
Excepción	Evento
Vista de aplicación o pantalla	Evento

<https://support.google.com/analytics/answer/9964640?hl=es>

Compte DEMO

Farem servir el compte per docència que ofereix Google. Podeu iniciar la sessió amb qualsevol gmail.

Visualitza les dades del lloc web:

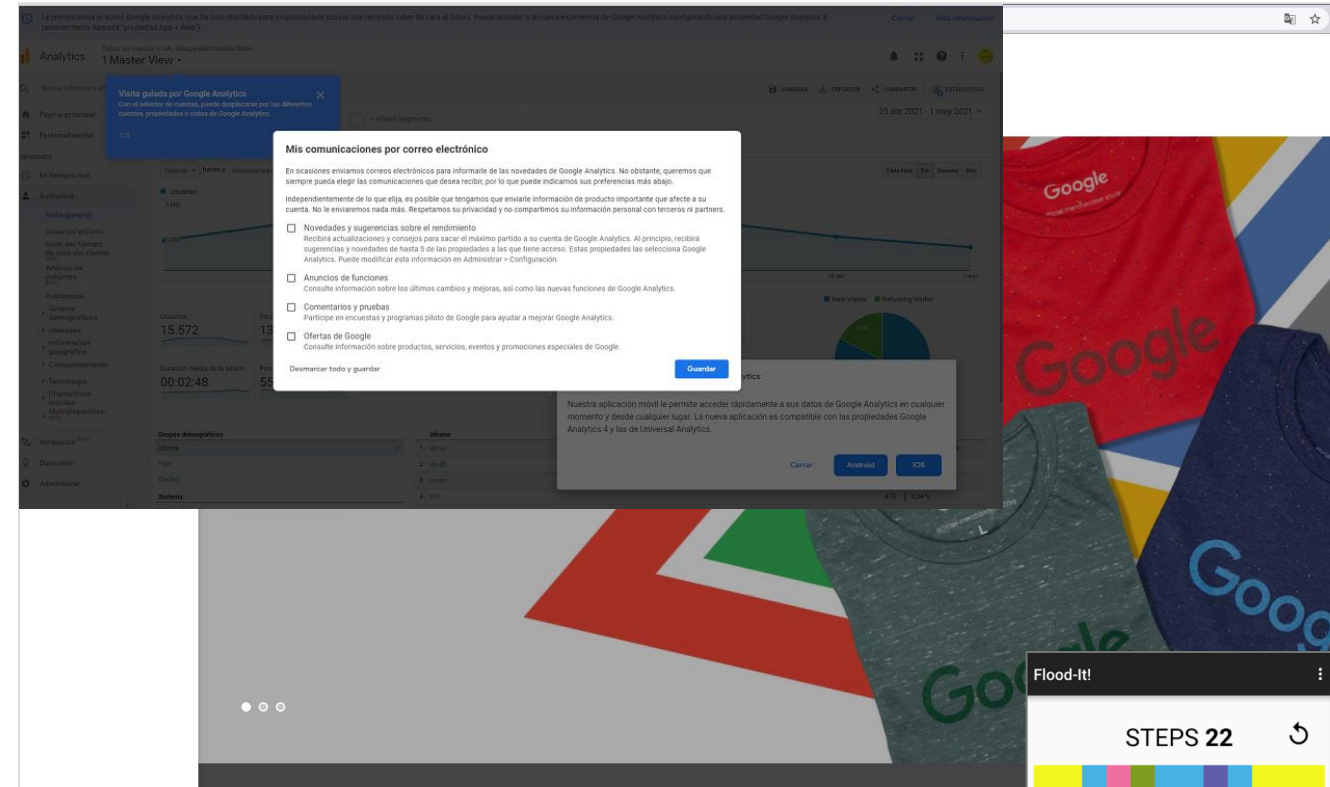
<http://shop.googlemerchandisestore.com/>

I l'app:

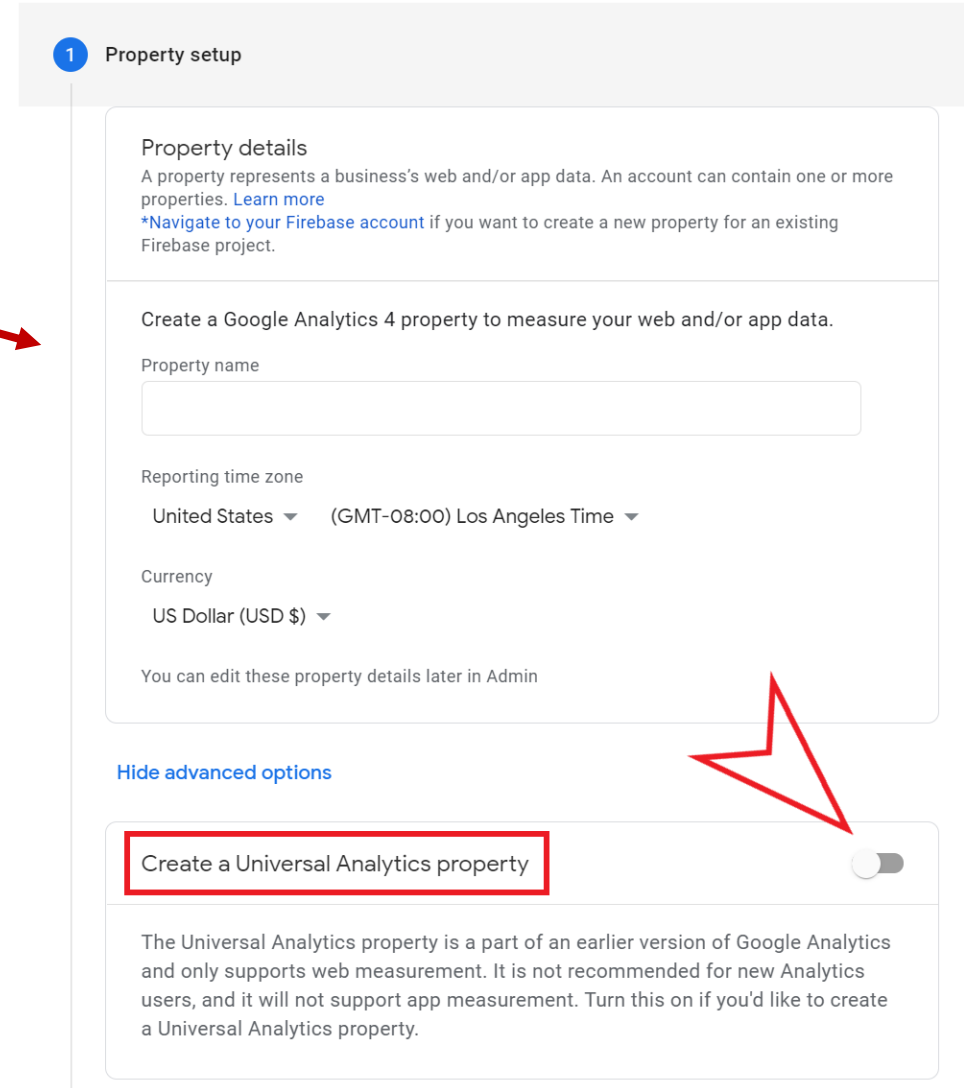
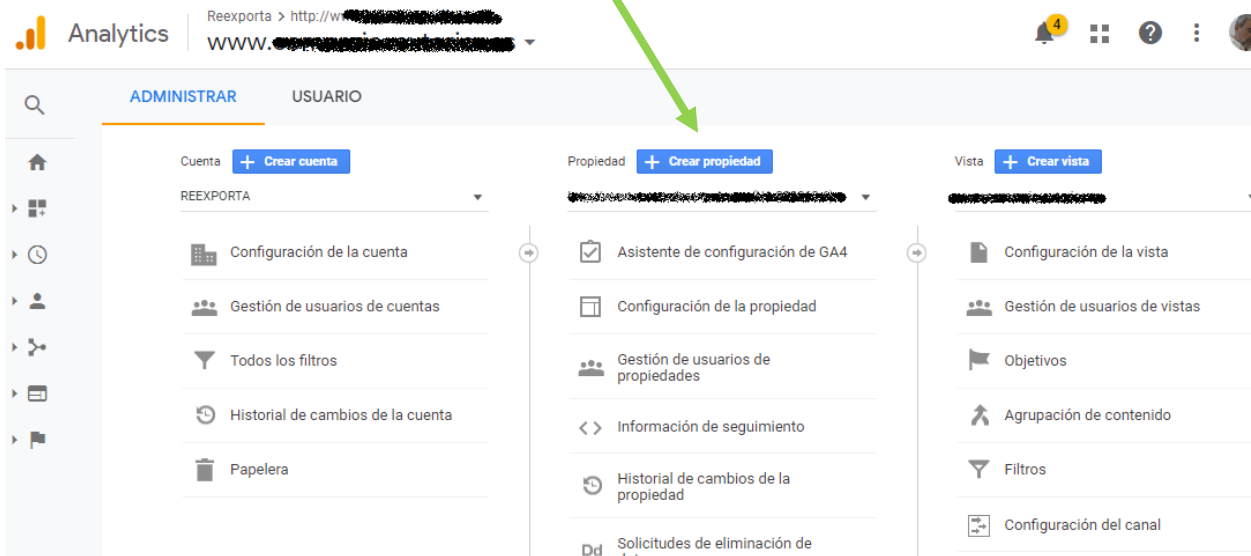
<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.labpixies.flood&hl=es&gl=US>

Accés al compte DEMO:

<https://analytics.google.com/analytics/web/demoAccount>



La casuística és variada, però les més comunes són les que s'instal·len per primera vegada, o les que creen una nova propietat 4.0. per conviure amb Universal:



Repassem algunes opcions de configuració de les propietats.

Analytics | Reexporta |

ADMINISTRAR | USUARIO

Propiedad [+ Crear propiedad](#)

http://www.comercio-exterior.es GA4 (...)

- Asistente de configuración
- Configuración de la propiedad
- Gestión de usuarios de propiedades
- Flujos de datos
- Ajustes de datos
 - Recogida de datos
 - Conservación de datos
 - Filtros de datos
- Importación de datos
- Identidad predeterminada para los informes
- Historial de cambios de la propiedad
- Solicitudes de eliminación de datos

VINCULACIÓN CON OTROS PRODUCTOS

- Vinculación con Google Ads
- Vinculación con BigQuery

MÁS OPCIONES

- Historial de búsqueda de

Asistente de configuración

Conectada a <http://www.comercio-exterior.es>

Saque el máximo partido a su nueva propiedad revisando los ajustes y las funciones siguientes. Si los configura ahora, tendrá datos más completos para sus futuros análisis.

[Más información sobre esta propiedad Google Analytics 4](#)

i Esta es su nueva propiedad GA4. Su propiedad Universal Analytics conectada no se verá afectada. [Abrir propiedad conectada](#)

Recogida

- Instalación de la etiqueta**
Añada la etiqueta global de sitio web a sus páginas web o el SDK de Firebase a su aplicación para poder recoger datos de eventos en su nueva propiedad. [Más información](#)
- Medición de eventos personalizados**
Mida eventos personalizados que sean importantes para su empresa. [Más información](#)
- ID de usuario**
Si su empresa genera IDs de usuario, úselos para crear informes multidispositivo y multiplataforma en Analytics. [Más información](#)
- Medición mejorada**
Mida automáticamente el comportamiento específico de los usuarios del sitio web y la eficacia del contenido. [Más información](#)

Configuración de la propiedad

- Activar Google signals**
Incluya datos agregados de usuarios de Google que han activado la función Personalización de Anuncios. [Más información](#)

Vinculando

Especialment les opcions del flux de dades.

✕ Detalles del flujo web

URL DEL FLUJO	NOMBRE DEL FLUJO	ID DE MEDICIÓN
http://www.comercio-exterior.es	http://www.comercio-exterior.es	G-GK2QZ8WKJ0

ID DEL FLUJO	ESTADO
2174044667	Ha recibido tráfico durante las últimas 48 horas. Más información

Medición mejorada

Mide las interacciones y el contenido de sus sitios web automáticamente, además de las páginas vistas. Es posible que se recojan datos de los elementos de las páginas, como enlaces y videos insertados, con los eventos correspondientes. Debe asegurarse de que no se envíe identificable a Google. [Más información](#)

Midiendo: 👁️ Páginas vistas 📍 Desplazamientos 👤 Clics de salida Y 3 más

Instrucciones de etiquetado

Use una de las siguientes etiquetas para empezar a recoger datos.

[Añadir etiqueta en la página](#) Usar etiqueta en la página

- Etiqueta global de sitio web (gtag.js) Elija esta etiqueta si usa un creador de sitios web o un sitio alojado en un CMS. Añadir la etiqueta de Analytics a un sitio web para empezar a ver datos en una propiedad.
- Google Tag Manager. Añada y gestione etiquetas a través de una interfaz web para enviar datos a Google Analytics, así como a otras herramientas de Google y de terceros.

Más opciones

- Etiquetas de sitio web conectadas**
Para cargar etiquetas en más propiedades o productos, utilice la etiqueta global de sitio web en la página de este flujo. [Más información](#)
- Secretos de la API de Protocolo de medición** ALFA
Permite crear un secreto para habilitar más eventos que se envíen a este flujo a través del Protocolo de medición. [Más información](#)
- Más ajustes de etiquetado**
Configure el comportamiento de etiquetado del cliente, como el enlace multidominio, el tráfico interno y las modificaciones de eventos.

✕ Medición mejorada GUARDAR

Páginas vistas

Capture un evento de página vista cada vez que se carga una página o que el sitio web cambia el estado del historial de navegación. Si quiere, también puede usar la configuración avanzada para desactivar los eventos basados en el historial de navegación. [Mostrar configuración avanzada](#)

Desplazamientos

Capture eventos de desplazamiento cada vez que un visitante llega al final de una página.

Clics de salida

Capture un evento de clic de salida cada vez que un visitante hace clic en un enlace que le dirige fuera de sus dominios. De manera predeterminada, los eventos de clic de salida se producirán en todos los enlaces que dirigen fuera del dominio actual. Los enlaces a dominios configurados para hacer la medición multidominio (en Configuración de etiquetado) no activarán eventos de clic de salida.

Búsquedas en el sitio

Capture un evento de visualización de resultados de búsqueda cada vez que un visitante haga una búsqueda en su sitio web, en función de un parámetro de consulta. De manera predeterminada, se activarán eventos de resultados de búsqueda siempre que una página se cargue con un parámetro de consulta de búsqueda común en la URL. Para determinar qué parámetro buscar, vaya a la configuración avanzada. [Mostrar configuración avanzada](#)

Interacción con videos

Capture eventos de reproducción, progreso y finalización de video cuando los visitantes vean un video insertado en su sitio web. De manera predeterminada, se activarán eventos de video automáticamente con los videos de YouTube insertados en su sitio web que sean compatibles con la API de JavaScript.

Descargas de archivos

Capture un evento de descarga de archivo cada vez que se haga clic en un enlace con una extensión común de documento, archivo comprimido, aplicación, video o audio.

Els informes d'Analytics es componen de **dimensions** i **mètriques**.

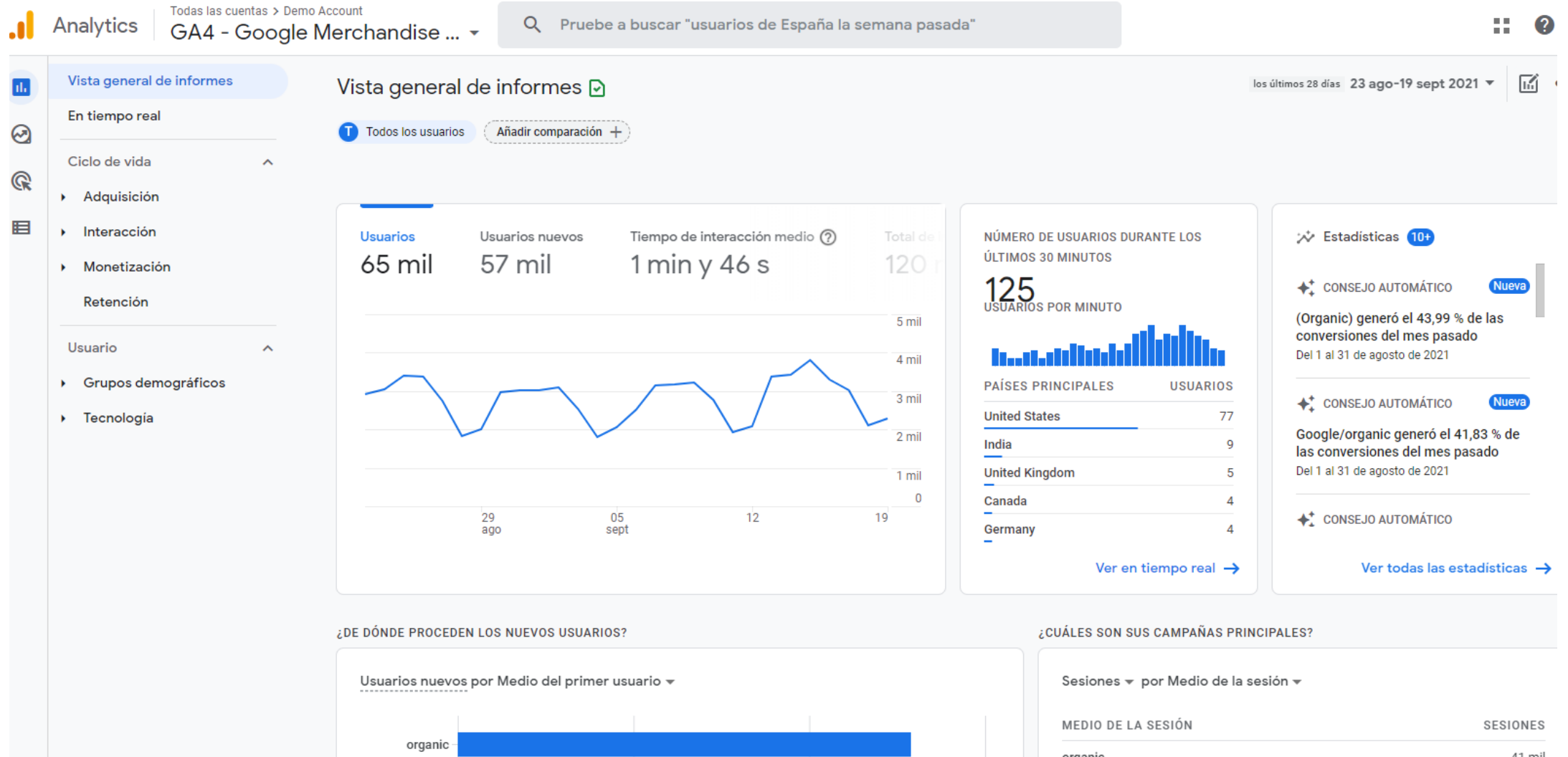
Les **dimensions** són atributs de les dades. Per exemple, la dimensió "Ciutat" indica la ciutat (com "Barcelona" o "Nova York") des de la qual s'origina una sessió.

Les **mètriques** són dades quantitatives. La mètrica Sessions és el nombre total de sessions. La mètrica Pàgines / sessió és el nombre mitjà de pàgines vistes per sessió.

A les taules de la majoria dels informes d'Analytics, els valors de dimensió s'organitzen per files i les mètriques per columnes. Per exemple, en aquesta taula es mostra una dimensió (Ciutat) i dues mètriques (Sessions i Pàgines / sessió).

DIMENSION	METRIC	METRIC
City	Sessions	Pages/Session
San Francisco	5,000	3.74
Berlin	4,000	4.55

Exemple de plantilla de l'escriptori: pàgina inicial



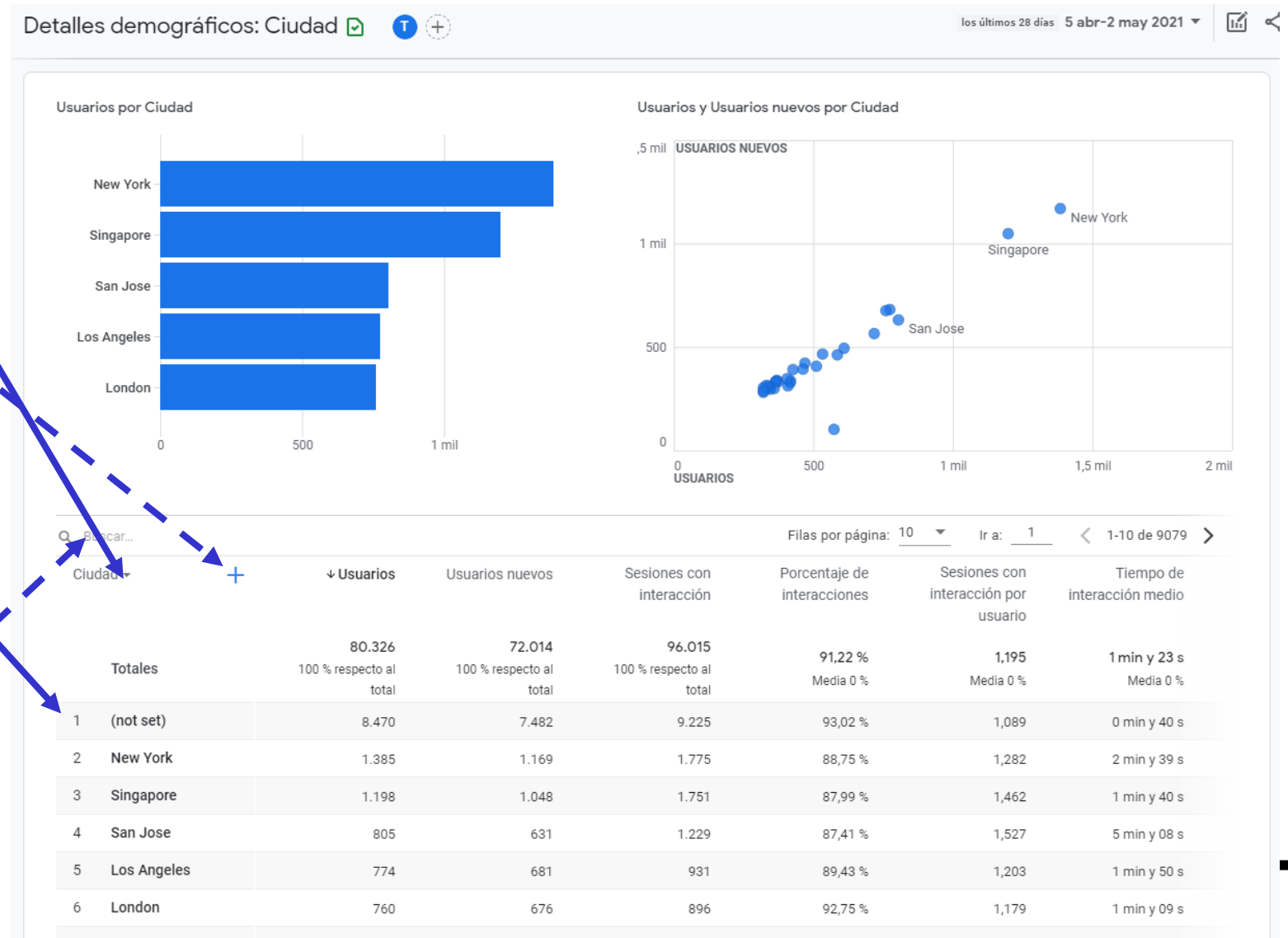
Exemple de plantilla d'explorador: Detalls demogràfics ->

A la majoria dels informes d'Analítics, podem **canviar** la **dimensió primària**. Per exemple, canviem a "ciutat".

També podem **canviar** la **dimensió secundària**. Per exemple, s'afegeix "Idioma".

I podem trobar la **dimensió desconeguda** 😊. (*not set*). Vol dir que no té dades o no les ha reconegut, En aquest cas, és quan Analítics no ha pogut identificar correctament la ciutat de l'usuari.

Però a l'afegir la dimensió secundària *idioma*, poden descobrir més detalls, cercant <<not set>>



Estadístiques o intel·ligent

Podem utilitzar el cercador directament i sol·licitar qualsevol dada que ens agradaria conèixer.

Sembla que funciona molt millor que el de GA Universal.

Estadístiques

Ha preguntado: ¿Cuántos usuarios tuve la semana pasada?

Usuarios
abr 25–may 1, 2021

Usuarios 22 mil

Google Merchandise ... Cargando...

Inicio

Todos los usuarios Añadir comparación

Usuarios **19 mil** ↓ 15,9%

Usuarios nuevos **16 mil** ↓ 17,5%

Tiempo de interacción medio **1 min y 27 s** ↑ 19,7%

Total de ingresos **67 mil\$** ↑ 5,9%

NÚMERO DE USUARIOS DURANTE LOS ÚLTIMOS 30 MINUTOS

118 USUARIOS POR MINUTO

PAÍSES PRINCIPALES

United States	55
Canada	8
India	5
Spain	4
France	3

Estadísticas

CONSEJO AUTOMÁTICO Nueva

Rendimiento semana a semana
Del 25 de abril del 2021 al 1 de mayo del 2021

CONSEJO AUTOMÁTICO Nueva

El tiempo de interacción fue un 80 % más bajo que la media en personas en Frankfurt, Germany.
Del 25 de abril del 2021 al 1 de mayo del 2021

Principal Fuente del usuario por Total de ingresos, Usuarios

abr 28–may 4, 2021

FUENTE DEL USUARIO	TOTAL DE INGRESOS	USUARIOS
(data deleted)	18 mil\$	850
mall...x.com	18 mil\$	592
google	16 mil\$	9,8 mil
(direct)	13 mil\$	5,9 mil
sites...e.com	503,24 \$	46
perks...k.com	475,04 \$	32
suppor...e.com	425,92 \$	23
mail...e.com	394,72 \$	15
bing	122,00 \$	57
shop...e.com	112,00 \$	1

ARIOS

↓ 18,4 %

↓ 32,3 %

↓ 22,7 %

↑ 47,3 %

↓ 14,0 %

↑ 71,7 %

↑ 3,4 %

ises →

Resum de dimensions i mètriques d'ADQUISICIÓ

Canals:

Per descobrir per quins mitjà/font arriben els usuaris

Font: l'origen del trànsit, com ara un motor de cerca (per exemple, google) o un domini (example.com).

Mitjà: la categoria general de la font, per exemple, cerca orgànica (orgànica), cerca de pagament o cost per clic (cpc), referència web (referència).

Font/mitjà és una dimensió que combina les dimensions "Font" i "Mitjà". Alguns exemples de la dimensió Font/mitjà serien els següents: Google/orgànica.

Canal	Descripció
Display	Interaccions amb un mitjà definit com a "display" o "cpm". També inclou les interaccions de Google Ads amb la xarxa de distribució d'anuncis definida com a <i>content</i> .
Paid Search	Trànsit provinent de la Xarxa de Cerca de Google Ads o d'altres motors de cerca amb un mitjà definit com a "cpc" o "ppc".
Other Advertising	Sessions etiquetades amb un mitjà definit com a "cpc", "ppc", "cpm", "cpv", "cpa", "cpp" o "affiliate" (s'exclou la cerca de pagament).
Organic Search	Trànsit provinent de la cerca gratuïta en qualsevol motor de cerca (per exemple, mitjà="organic").
Social Network	Trànsit provinent d'aproximadament 400 xarxes socials (que no s'hagin etiquetat com a anuncis).
Referral	Trànsit provinent de llocs web que no siguin xarxes socials.
Email	Sessions que s'hagin etiquetat amb un mitjà definit com a "email".
Direct	Sessions en què l'usuari hagi escrit el nom de l'URL del lloc web al navegador o durant les quals hi hagi arribat mitjançant una adreça d'interès (per exemple, font="(direct)" i mitjà="(not set)" o "(none)").
(unavailable) o (other)	Sessions que no coincideixin amb cap definició de canal.

Resum de dimensions i mètriques d'ADQUISICIÓ

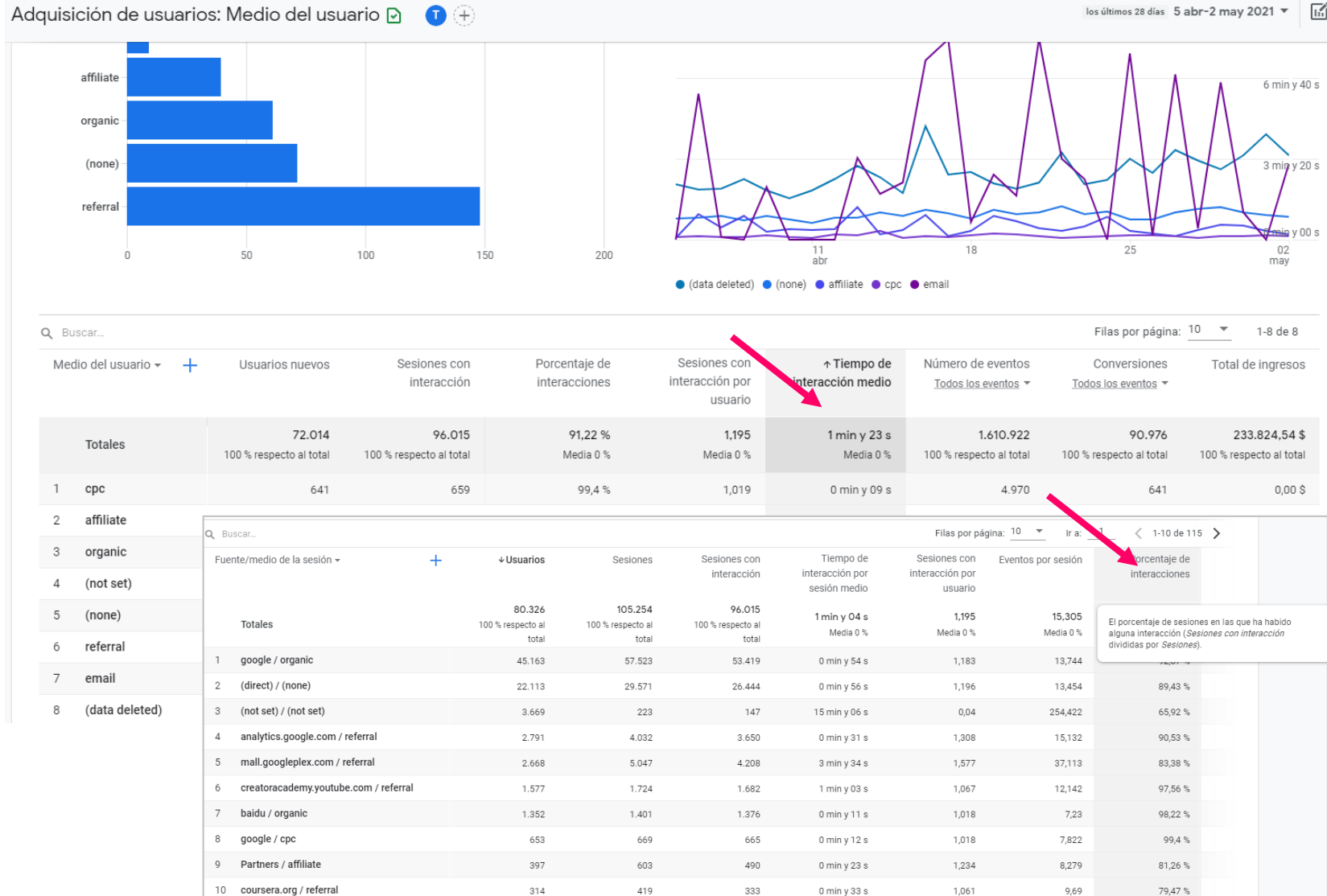
Exemple d'anàlisi a [GA4]:

A més de descobrir les fonts que aporten més tràfic, és important que aquest sigui de qualitat.

Es pot ordenar pel temps mitjà d'interacció per comparar i descobrir quins suports aporten usuaris de més qualitat, i quins no.

Podeu canviar la **dimensió**, com ara la font/mitjà.

Es pot filtrar pel **percentatge d'interaccions**, que podria ser l'equivalent al % rebot en Universal (invers).



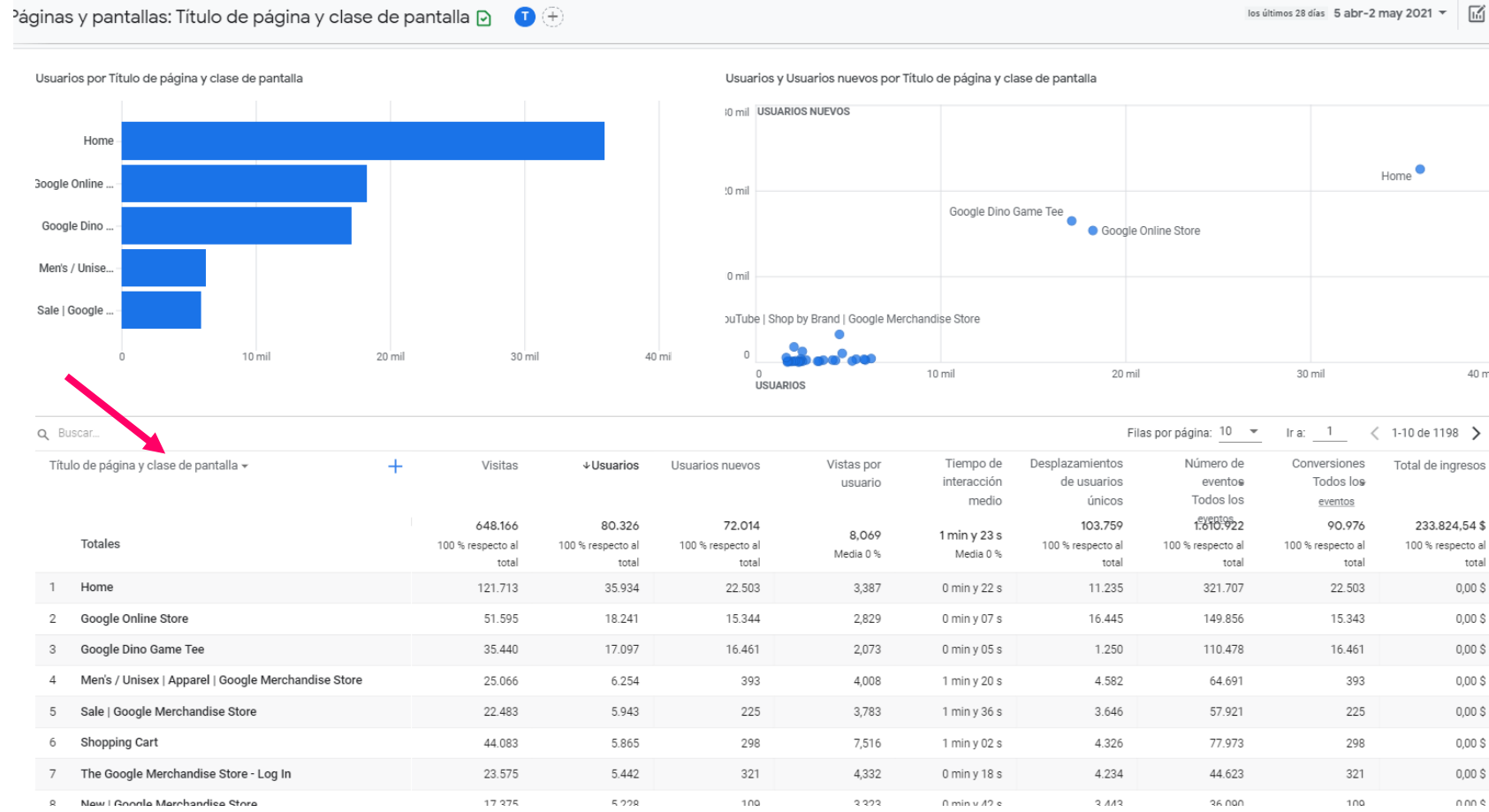
Resum de dimensions i mètriques d'INTERACCIÓ

Exemple d'anàlisi a [GA4]:

A l'opció pàgines i pantalles, podem esbrinar quines pàgines aporten més tràfic i ingressos.

De nou, es pot ordenar pel temps mitjà d'interacció per comparar i descobrir les més interessants.

Podeu canviar la **dimensió**.



Resum de dimensions i mètriques d'INTERACCIÓ

[UNIVERSAL] Exemple d'anàlisi a GUA: opció de comportament

Pàgines de destinació/sortida:

Mostra les principals pàgines on els usuaris aterren (destinació) o marxen (sortida).

Exemple d'anàlisi:

Destí: (la primera per sessió)

Pots filtrar per % de rebot per descobrir les pàgines que el contingut no és atractiu o rellevant per a l'usuari.

Sortida:

Mostra les pàgines on els usuaris surten de la pàgina web. Intenta revisar i optimitzar aquelles que tenen un % de sortides més elevat.

Fes servir els filtres

The screenshot shows the Google Analytics 'Comportamiento' (Behavior) section. A filter is applied to 'Páginas de destino' (Destination pages) with the metric 'Porcentaje de salidas' (Exit percentage) set to 'Mayor que' (Greater than) 80. A second filter is applied to 'Comportamiento' with the metric 'Porcentaje de rebote' (Bounce rate) set to 'Mayor que' (Greater than) 80. The table below shows the results of these filters.

Página de destino	Adquisición			Comportamiento
	Sesiones	% de nuevas sesiones	Usuarios nuevos	Porcentaje rebote
	1.096	73,11 %	837	47,18 %
	% del total: 0,62 % (176.409)	Media de la vista: 73,01 % (0,13 %)	% del total: 0,65 % (128.794)	Media de la vista: 47,18 % (0,13 %)
1. /google+redesign/electronics	280 (25,55 %)	87,14 %	244 (29,15 %)	86,11 %
2. /google+redesign/accessories/google+see+no+hear+no+set	262 (23,91 %)	82,82 %	217 (25,93 %)	85,11 %
3. /shop.axd/cart	147 (13,41 %)	93,20 %	137 (16,37 %)	91,16 %
4. /google+redesign/drinkware/google+cup+cap+tumbler+grey	36 (3,28 %)	52,78 %	19 (2,27 %)	80,56 %
5. /google+redesign/accessories/google+bot	33 (3,01 %)	78,79 %	26 (3,11 %)	81,82 %
6. /google+redesign/apparel/google+speckled+beanie+navy	24 (2,19 %)	41,67 %	10 (1,19 %)	83,33 %
7. /google+redesign/apparel/google+speckled+beanie+grey	22 (2,01 %)	77,27 %	17 (2,03 %)	81,82 %
8. /google+redesign/lifestyle/fun/google+kick+ball.axd	21 (1,92 %)	85,71 %	18 (2,15 %)	80,95 %
9. /google+redesign/accessories/google+blue+yoyo	18 (1,64 %)	94,44 %	17 (2,03 %)	88,89 %
10. /google+redesign/office/google+mural+sticky+note+pad	18 (1,64 %)	11,11 %	2 (0,24 %)	88,89 %

Resum de dimensions i mètriques de MONETITZACIÓ

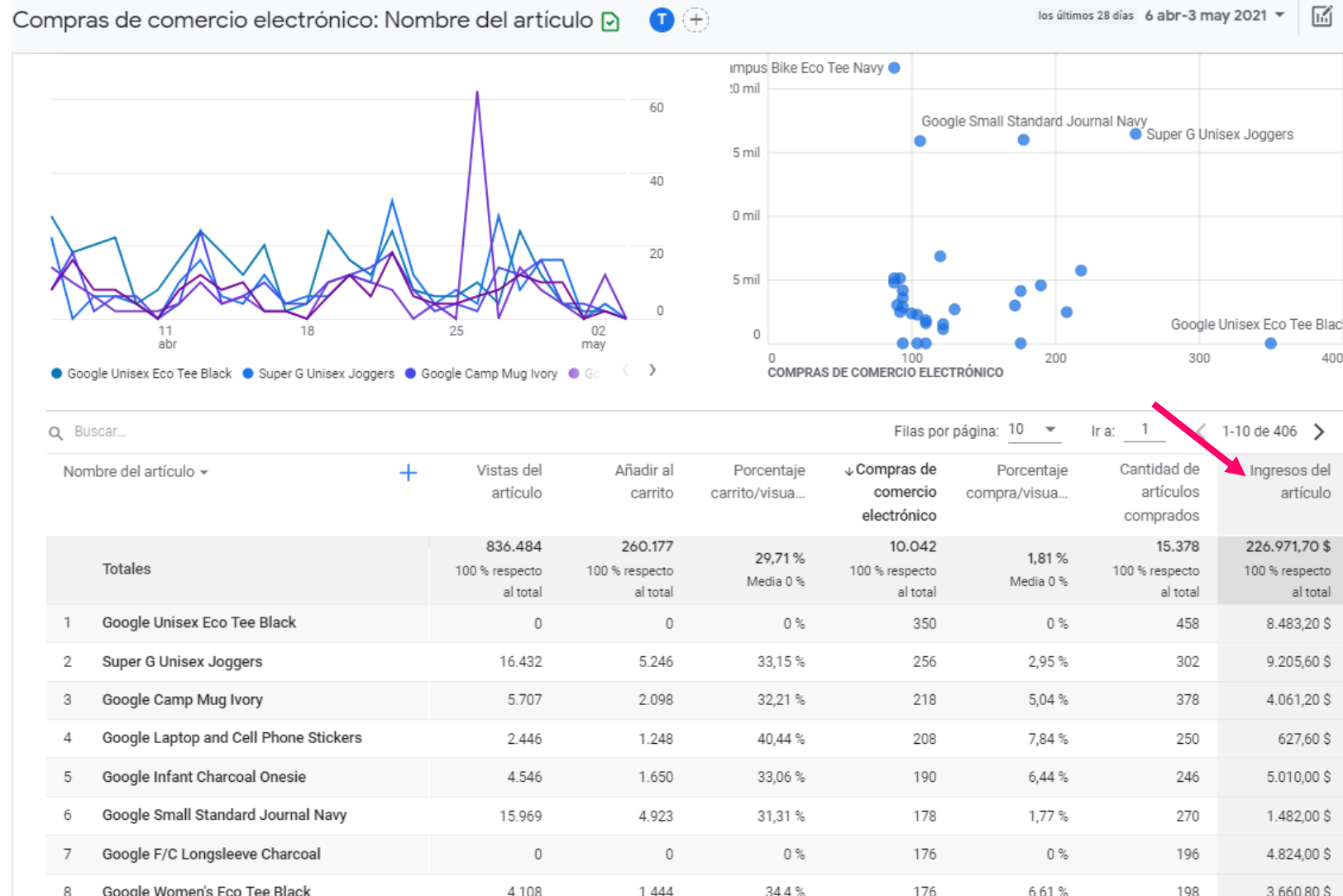
Exemple d'anàlisi a [GA4]:

L'opció de <<compres de comerç electrònic>>, podem descobrir els productes amb més visites i ingressos.

Una vegada més, podeu ordenar per compres o ingressos per comparar i esbrinar quins productes agraden més.

Podeu canviar la dimensió, per “**categoria del artículo**” per analitzar les famílies.

En aquest cas es poden filtrar per “**añadir al carrito**”, o per “**ingresos**”.



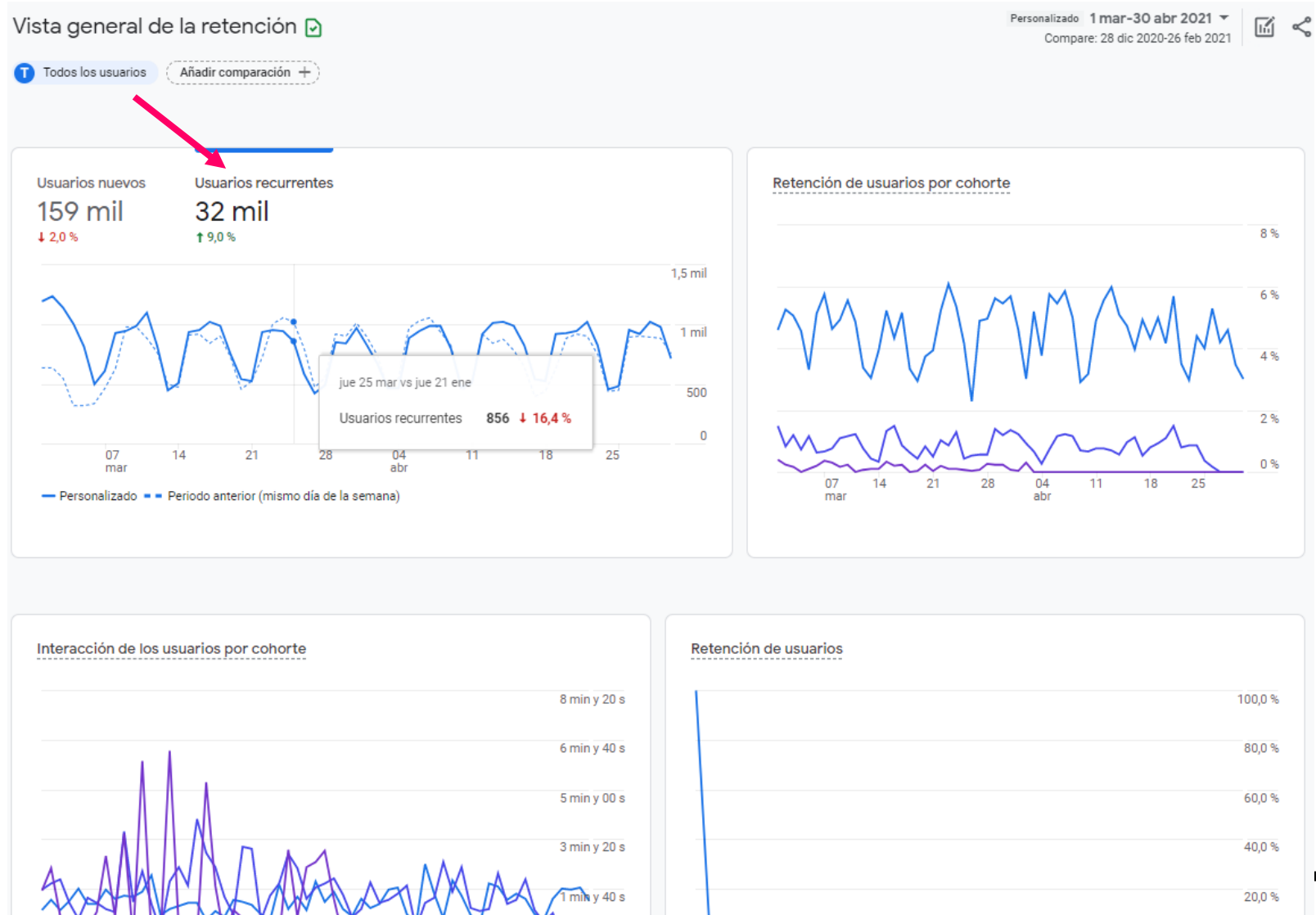
Resum de dimensions i mètriques de RETENCIÓ

Comportament:

Freqüència amb la qual els usuaris visiten i tornen.

Exemple d'anàlisi:

Detectar possibles canvis en la fidelitat dels usuaris recurrents.



Resum de dimensions i mètriques de GRUPS DEMOGRÀFICS

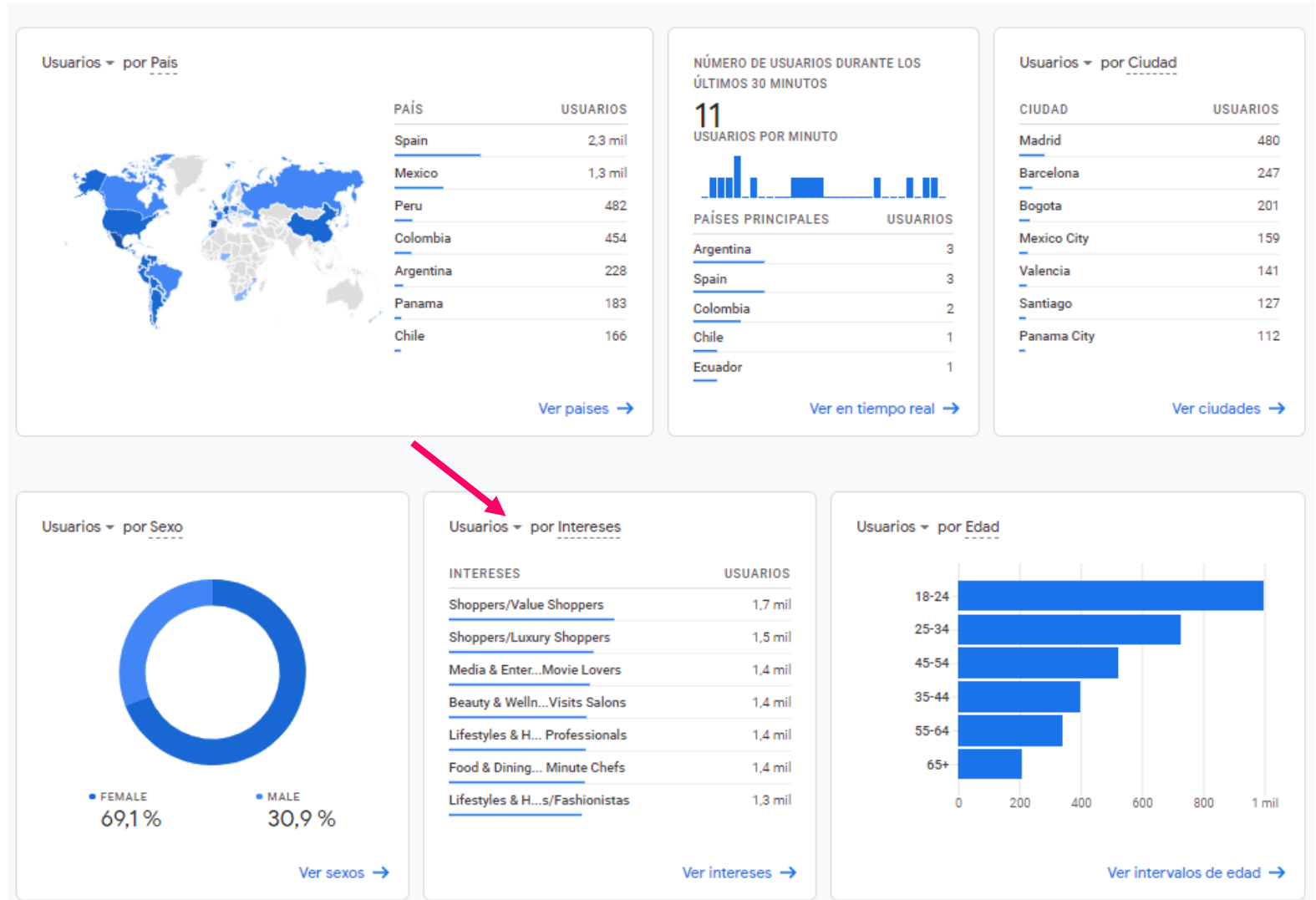
Dades demogràfiques:

Informació demogràfica i d'interessos.

A part de l'edat i el sexe, pots descobrir que temes tenen més interès pels teus usuaris per orientar l'estratègia de màrqueting i continguts.

Només es pot visualitzar aquesta informació si teniu activat Google Signals*.

*A la columna PROPIETAT, feu clic a Configuració de dades> Recollida de dades i, a continuació, activeu l'opció Habilitar la recollida de dades de Google signals.

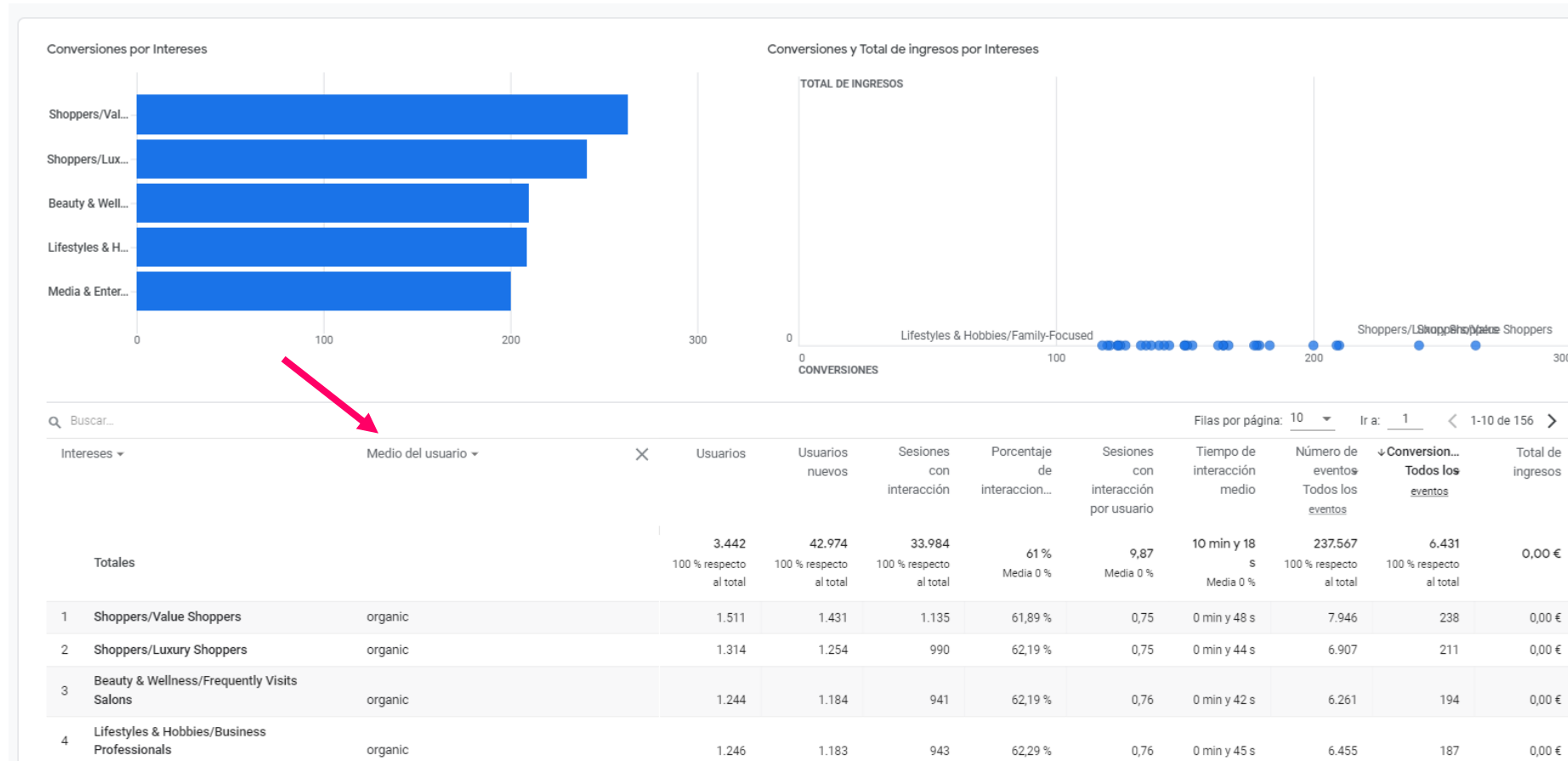


Resum de dimensions i mètriques de GRUPS DEMOGRÀFICS

Dades demogràfiques:

Informació demogràfica i d'interessos.

A part de l'edat i el sexe, pots descobrir que temes tenen més interès pels teus usuaris per orientar l'estratègia de màrqueting i continguts.



Exemple d'anàlisi:

1. Edat (Seleccionar el segment més interessant)
2. Sexe (Seleccionar)
3. Descobrir els Interessos
4. Afegim com a dimensió secundaria la tipologia de tràfic
5. Ordenació per objectius

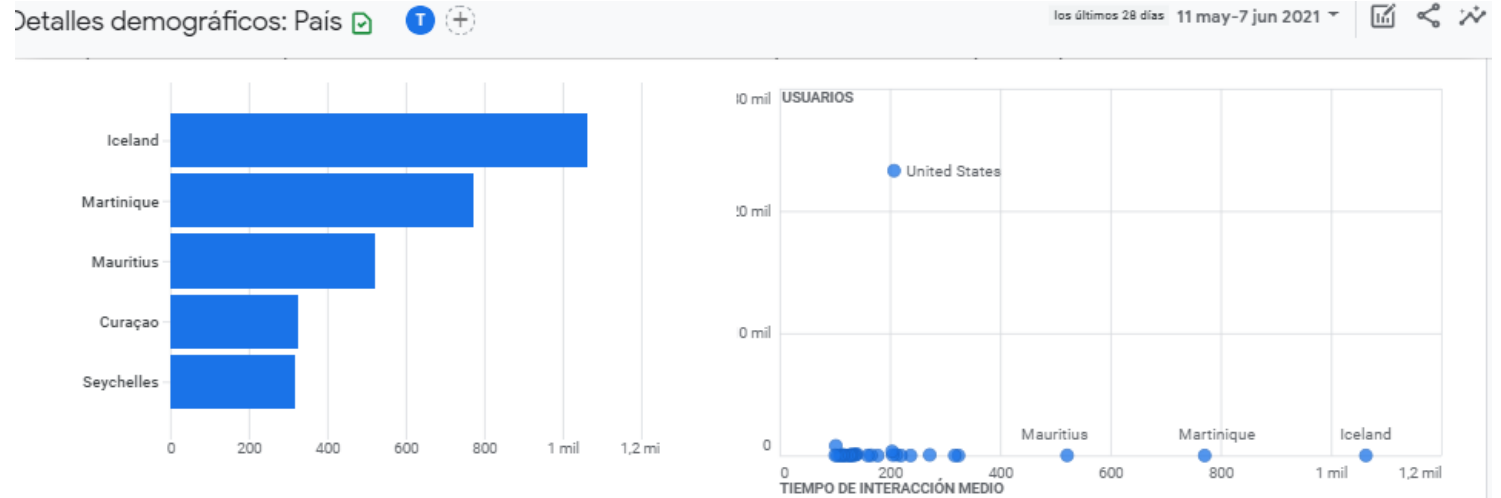
Resum de dimensions i mètriques de GRUPS DEMOGRÀFICS

Dades demogràfiques:

Informació demogràfica i d'interessos.

Exemple d'anàlisi:

1. Identifica els usuaris nous, i així veure tendències.
2. Utilitzant la taula, pots identificar àrees amb un % de conversió interessant però baix % de tràfic, que pot indicar mercats a explotar amb accions publicitàries.



País	Condició	Porcentaje de interacciones	Sesiones con interacción por usuario	↓ Tiempo de interacción medio	Número de eventos	Conversiones Todos los eventos	Total de ingresos
Totales	760	90,33 %	1,26	1 min y 59 s	1.506,895	75.664	282.295,88 \$
1 Iceland	12	100 %	2,40	17 min y 43 s	682	6	0,00 \$
2 Martinique	3	100 %	3,00	12 min y 51 s	161	7	0,00 \$
3 Mauritius	17	89,47 %	1,31	8 min y 41 s	183	13	0,00 \$
4 Curaçao	6	100 %	3,00	5 min y 24 s	141	2	0,00 \$
5 Seychelles	5	100 %	1,67	5 min y 17 s	202	3	0,00 \$
6 Panama	76	86,36 %	1,46	4 min y 32 s	1.611	67	173,20 \$
7 Andorra	4	80 %	2,00	3 min y 57 s	34	2	0,00 \$
8 Syria	0	0 %	0,00	3 min y 40 s	1	0	0,00 \$
9 Costa Rica	5	80,00 %	0,00	3 min y 21 s	0,00	4	0,00 \$

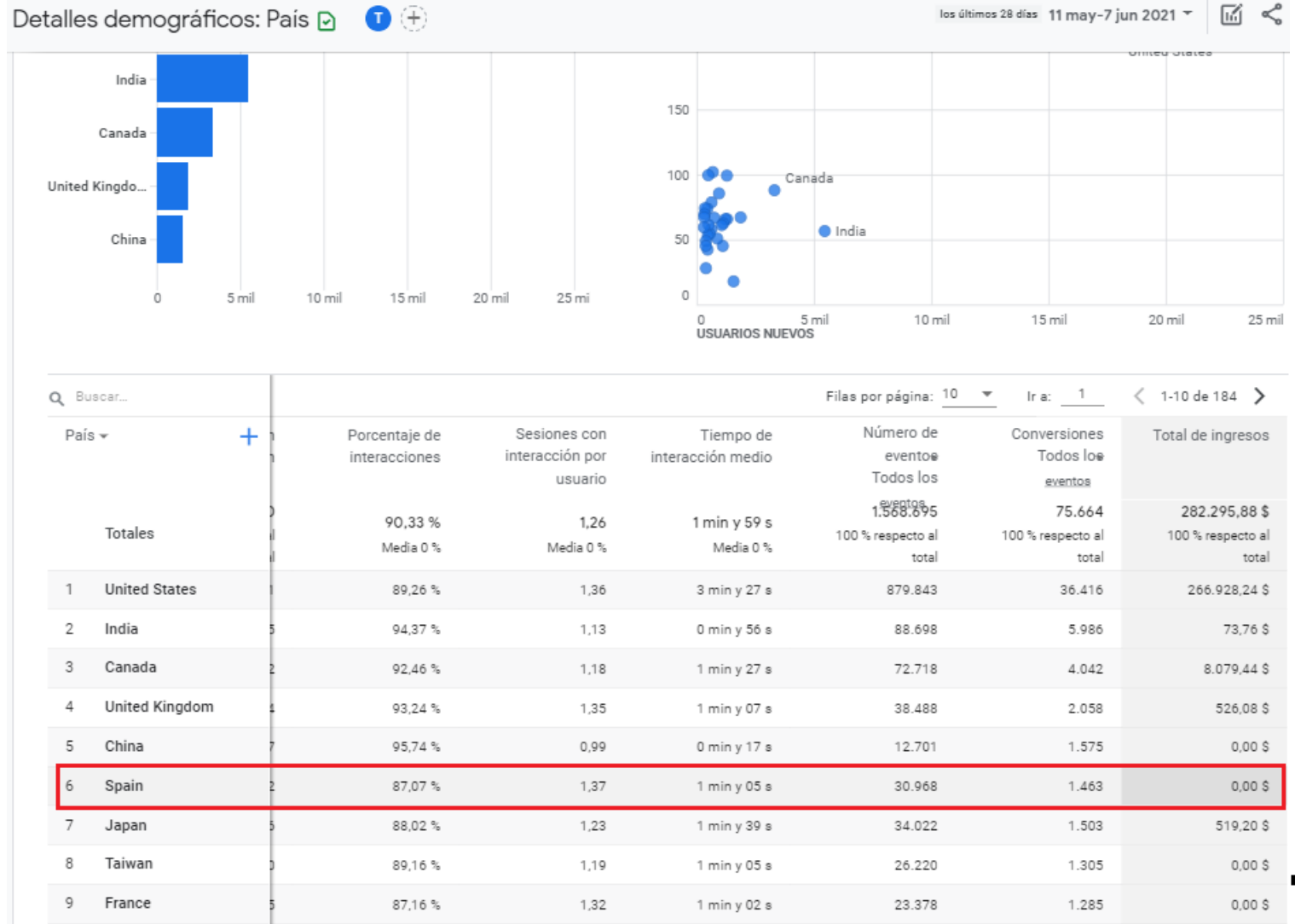
Resum de dimensions i mètriques de GRUPS DEMOGRÀFICS

Dades demogràfiques:

Informació demogràfica i d'interessos.

Exemple d'anàlisi:

1. També es pot identificar regions on ja tens gran audiència, però a la vegada pocs resultats. Pot indicar algun problema o que has d'optimitzar la publicitat, o ampliar idiomes locals, millorar els costos d'enviaments, problemes amb impostos, etc.



Resum de dimensions i mètriques de **TECNOLOGIA**

Tecnologia i dispositius:

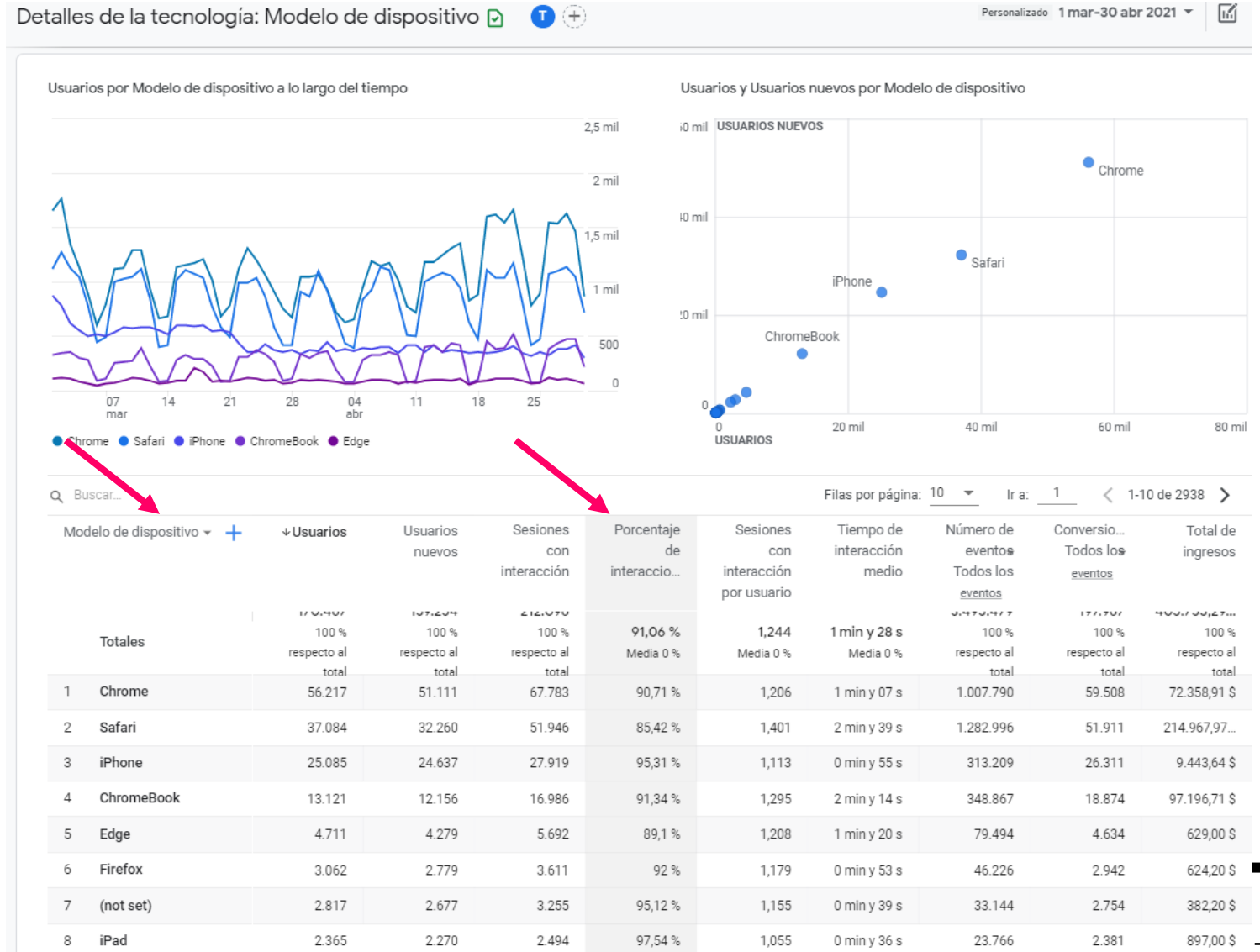
Aquests informes ajuden a millorar la funcionalitat del lloc web.

Exemple d'anàlisi a [GA4]:

Opció <<detalle de la tecnología>>, podem descobrir els models de dispositius amb més visites i ingressos.

De nou, es pot ordenar per % interaccions. Si hi ha un dispositiu específic amb % baix, pot indicar que necessiteu optimitzar el web o crear una versió localitzada.

Podeu canviar la **dimensió**, per “**categoría de dispositivo**” per analitzar de manera agrupada.



Què són?

L'eina Anàlisi és un conjunt de tècniques avançades que van més enllà dels informes estàndard per obtenir estadístiques més detallades sobre el comportament dels usuaris.

Els informes fets a mida són fàcils d'utilitzar si entenem el concepte de mètriques i dimensions.

Hi ha plantilles predeterminades amb informes, però podem crear les nostres pròpies.

Casos pràctics



Adquisició
¿Cómo de buenos son los resultados de sus iniciativas de marketing?



Conversión
¿Qué aspecto tiene el recorrido del cliente hasta completar una conversión?

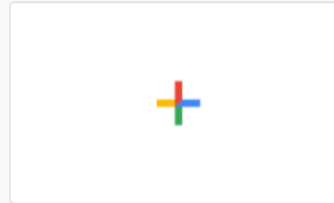


Comportamiento del usuario
¿Cómo se desplazan los usuarios por su aplicación o sitio web desde el lugar al que llegan?

Centro de análisis

Iniciar un nuevo análisis

Galería de plantillas



En blanco
Cree un análisis



Exploración
¿Qué estadísticas puede obtener con tablas y gráficos personalizados?



Análisis de embudo de conversión
¿Qué recorridos de los usuarios puede analizar, segmentar y desglosar con los embudos de conversión de varios pasos?



Análisis de rutas
¿Qué recorridos de los usuarios puede descubrir con los gráficos de árbol?

Tipo	Nombre ↓	Propietario	Última modificación ↓	Propiedad	
	Análisis de rutas	Víctor de Francisco	4 may 2021	GA4 - Google Merchandise Store	⋮
	Interés de las páginas	Víctor de Francisco	4 may 2021	GA4 - Google Merchandise Store	⋮
	Funnel	Kyle Blanchette	29 abr 2021	GA4 - Google Merchandise Store	⋮
	Shopping Behavior Funnel	Demo	29 ene 2021	GA4 - Google Merchandise Store	⋮
	Mobile / Paid / Direct Segment Overlap Demo		29 ene 2021	GA4 - Google Merchandise Store	⋮
	Checkout Behavior Funnel	Demo	29 ene 2021	GA4 - Google Merchandise Store	⋮
	Behavior Flow Path	Demo	29 ene 2021	GA4 - Google Merchandise Store	⋮

Exemple d'informe:

Podem descobrir l'interès de les pàgines del nostre lloc web, ordenant pel percentatge d'interaccions.

Variables

Nombre del anàlisis:
Interés de las páginas

los últimos 30 días
4 abr-3 may 2021

SEGMENTOS

- EE. UU.
- Tráfico directo
- Tráfico de pago
- Tráfico de móviles
- Tráfico de tablets

DIMENSIONES

- Nombre del evento
- Sexo
- País
- Categoría de dispo...
- Medio del usuario: ...
- Título de la página

MÉTRICAS

Configuración de la pes...

TÉCNICA
Exploración

VISUALIZACIÓN

COMPARACIONES DE SEGMENTOS
Suelta o seleccione un segmento

FILAS
Título de la página
Suelta o seleccione una dimensión

Fila inicial: 1
Mostrar filas: 100
Filas anidadas: Yes

COLUMNAS
Suelta o seleccione una dimensión

Interés de las ...

Título de la página	↓ Usuarios activos	Sesiones con interacción	Porcentaje de interacciones
Totales	82.316 <small>100 % respecto al total</small>	98.519 <small>100 % respecto al total</small>	91,22 % <small>Media 0 %</small>
1 Home	36.999	32.216	91,99 %
2 Google Online Store	18.796	20.483	97,67 %
3 Google Dino Game Tee	17.248	17.265	99,18 %
4 Men's / Unisex Apparel Google Merchandise Store	6.373	977	69,69 %
5 Sale Google Merchandise Store	6.127	684	65,14 %
6 Shopping Cart	6.034	948	75,6 %
7 The Google Merchandise Store - Log In	5.577	976	85,84 %
8 New Google Merchandise Store	5.357	678	67,33 %
9 Apparel Google Merchandise Store	4.826	1.643	86,16 %
10 YouTube Shop by Brand Google Merchandise Store	4.720	3.800	96,47 %
11 Campus Collection Google Merchandise Store	4.444	419	63,68 %
12 Eco-Friendly Google Merchandise Store	4.269	482	68,08 %
13 Bags Lifestyle Google Merchandise Store	3.754	423	72,68 %
14 Store search results	3.566	409	68,28 %

Víctor de Francisco
Director de REEXPORTA.
vdf@reexporta.com



Since 2004
BARCELONA – ALICANTE
902 104 184



Síguenos en LinkedIn

<https://www.linkedin.com/in/victordefrancisco/>
<http://www.linkedin.com/company/reexporta>



Victor de Francisco
Managing Director at REEXPORTA. Think
About Export, s.l.



SERVEI DE DESENVOLUPAMENT EMPRESARIAL (SDE)

Sergi Orobitg - sorobitg@gencat.cat

Laia Sanahuja - lsanahuja@gencat.cat

Lala Boldú - eboldu@gencat.cat

Tel. 935.565.199

sde.icec@gencat.cat

www.sde.cultura.gencat.cat