



CLASE NÚMERO 15

# Sitios Web y Performance

El Centro del Ecosistema Digital



# Análisis de sitios web desde la óptica de marketing

Un sitio web no solo debe verse bien: debe estar alineado con los objetivos de negocio, facilitar la conversión y ofrecer una experiencia de usuario fluida. En esta sección se explican los principales elementos que un profesional de Paid Media debe observar al analizar un sitio.

## Aspectos clave para el análisis:

**1**

Claridad del mensaje principal (propuesta de valor).

**2**

Jerarquía visual y usabilidad.

**3**

Call to actions (CTAs) bien visibles y distribuidos.

**4**

Adaptación a dispositivos móviles.

**5**

Proceso de compra o contacto simplificado.

**6**

Velocidad de carga y rendimiento técnico.



# Cómo evaluar el rendimiento de un sitio con GA4

Google Analytics GA4 es la herramienta central para medir el comportamiento del usuario dentro del sitio. Esta parte de la clase se enfoca en identificar métricas clave y leer los informes correctos para evaluar si el sitio contribuye a las campañas de Paid Media.

## **Métricas útiles para este análisis:**

- Usuarios nuevos vs. recurrentes.
- Duración media de la sesión.
- Eventos importantes (scroll, clics, formularios).
- Páginas de entrada y salida.
- Tasa de rebote (engagement rate).
- Conversiones por página o funnel.

## **Exploraciones recomendadas:**

- Informe de landing pages más efectivas.
- Informe de páginas con mayor abandono.
- Flujo de usuarios (user journey).



## Acceso a plataformas y entorno de trabajo

Se proveerá acceso a herramientas prácticas como Google Analytics (demo o propiedad del curso), Google PageSpeed Insights, y Google Tag Manager para que los estudiantes puedan observar, analizar y familiarizarse con la estructura técnica detrás de un sitio web.

### **Plataformas que se utilizarán en clase:**

- Google Analytics GA4 – demo store
- Google Tag Manager
- PageSpeed Insights
- Web real o simulada (creada para prácticas de curso)



# Actividad: diagnóstico de sitio web

Los estudiantes realizarán un ejercicio práctico de análisis de un sitio web. Evaluarán la estructura, el contenido y el rendimiento de forma guiada, elaborando un pequeño diagnóstico con sugerencias de mejora orientadas a mejorar la tasa de conversión o la experiencia del usuario.

## **Pasos del ejercicio:**

- Ingresar a un sitio web asignado o sugerido.
- Observar estructura general y CTAs.
- Evaluar el tiempo de carga con PageSpeed.
- Consultar datos de comportamiento con GA4.
- Completar una plantilla de diagnóstico:
  - Lo que funciona bien.
  - Lo que debe mejorar.
  - Prioridades de optimización.



## Test de las clases anteriores

Para consolidar conocimientos, se aplicará un test integrador con preguntas sobre los contenidos de clases anteriores: Meta Ads, Google Ads, creatividad, KPIs y dashboards. Esto también sirve para evaluar el progreso antes del segundo bloque del curso.

### **Formato recomendado:**

- 15 preguntas mixtas (opción múltiple, verdadero/falso, casos breves).
- Temas: objetivos, estructura de campaña, tipos de anuncios, métricas clave.
- Corrección grupal y discusión de respuestas para reforzar el aprendizaje.



## Encuesta para Alumnos

¡Ayúdanos a mejorar el curso! Escanea el código QR a continuación para completar una breve encuesta y compartir tus valiosas opiniones.



También puedes acceder a la encuesta directamente desde este enlace: [eunoiacampus.com/encuesta-alumnos/](https://eunoiacampus.com/encuesta-alumnos/)