GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

La transición de Google Universal Analytics hacia Google Analytics 4

Actualidad Empresarial | 14/03/2023 | 00:00

Actualmente, la digitalización avanza a pasos agigantados, por ello, las compañías necesitan herramientas diferentes que incorporen nuevas funcionalidades. En ese sentido, aunque desde el lanzamiento en 2005, Google Universal Analytics ha ayudado a numerosas empresas a recopilar información sobre el comportamiento de sus clientes, de forma que pudieran ofrecer productos y servicios adaptados, ha llegado la hora de actualizarse.

Por eso, la empresa tecnológica ha anunciado el lanzamiento de Google Analytics 4, que sustituirá definitivamente a su predecesora a partir del próximo 1 de julio de 2023. Data Crafts, empresa especializada en business inteligence y analítica web, destaca cuáles son las principales diferencias entre ambas plataformas. Además, ofrece su ayuda frente a los retos que supone esta actualización.

Conocer a los usuarios más a fondo

Una de las características que ha definido a Google Universal Analytics es que se basa en páginas y sesiones a la hora de presentar las cifras. Sin embargo, Google Analytics 4 propone un enfoque más dinámico, centrado en la observación de eventos. Esto se refiere a las diferentes acciones que un usuario lleva a cabo durante su estancia dentro de una página web. Con estos datos, se puede conocer en mayor profundidad el comportamiento online del cliente: cuánto tiempo permanece en la página, qué contenidos le interesan más, si adquiere o no algún producto…

Por otro lado, la nueva plataforma permite un seguimiento multicanal de los usuarios. Es decir, integra los datos del sitio web, las redes sociales y las aplicaciones de una misma empresa. Esto puede reflejarse, además, en los informes totalmente personalizados que se pueden generar.

La privacidad es otro elemento sobre el que repercute este cambio. Google Universal Analytics empezaba a tener algunos problemas legales con la Unión Europea, debido a que transfiere datos de usuarios europeos hacia Estados Unidos. Con esta transición, Google ha querido ofrecer mejores opciones de privacidad y protección de datos. Por mencionar un ejemplo, este sistema no basa su recolección de información únicamente en las cookies.

Adaptarse a la nueva plataforma

Expertos como los de Data Crafts no dudan en señalar que Google Analytics 4 puede aportar ventajas muy interesantes tanto a empresas como a expertos en marketing. Pese a esto, empezar a implementarla puede ser complicado, por lo que es mejor no esperar a que el cierre de la anterior versión sea definitivo.

Esta aplicación es más potente y optimizada, pero también más especializada y técnica. En este sentido, si no se tiene mucha experiencia en el uso de aplicaciones de analítica web, es conveniente hacer pruebas con las herramientas que incorpora para aprender a manejarlas.

El hecho de que ambas versiones pertenezcan a Google facilita el cambio en cierta medida. Google Analytics 4 permite a los usuarios de Google Universal Analytics importar perfiles y datos ya creados, por lo que no es necesario partir de cero. Sin embargo, algunos especialistas recomiendan crear una nueva propiedad y trabajar con ambas en paralelo hasta julio. La nueva plataforma permite funcionalidades distintas y analiza las métricas siguiendo otros parámetros, así que, dependiendo de las necesidades de cada empresa, empezar fijando criterios y objetivos diferentes puede tener un potencial mucho mayor.

En estos casos, contar con un partner como Data Crafts puede ser muy conveniente. Esta consultoría especializada es capaz de guiar a sus clientes a la hora de lanzar campañas y tomar decisiones estratégicas, gracias a su trabajo de recolección, transformación y presentación de datos sobre los consumidores.

Descubrir nuevas fortalezas y optimizar los procesos de las compañías puede ser mucho más sencillo con el apoyo conjunto de Data Crafts y Google Analytics 4.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/empresarial/200126-la-transicion-de-google-universal-analytics-hacia-google-analytics-4.htm