6 pasos para crear tus canales personalizados en Google Analytics 4



Define tus canales de marketing

Define los canales de marketing enfocados a tu negocio ¿Cúal es tu ecosistema digital? ¿Dónde realizas acciones?

Crea tu metodología de enlaces UTM

Define si para el canal de Social Ads quieres poner en medio (ads o paid). A partir de los canales definidos marcamos cuales son las fuente/medio de cada uno de ellos. Herramientas: Campaign URL Builder /Google Analytics UTM builder by Assaf Trafikant





Configura tus canales en GA4

Entra en tu cuenta de Google Analytics En la propiedad de GA4, ve a Ajuste de datos, entra en grupos de canales - Crear grupo de canales. (Según tu definición de canales -punto 1)

¡Avisos en canales personalizados!

- 1.Solo se pueden crear 3 canales y 25 canales por agrupación
- 2. El orden de los canales afecta en la atribución
- 3.Mantener una configuración predeterminada "crear copia"
- 4. Tienen carácter retroactivo
- 5.Control de canal Unassigned





Integración como dimensión de G4

Podrás consultar los datos desde las dimensiones de los diferentes informes de GA4 (Tanto en adquisición, publicidad " para los modelos de atribución", personalizados y en el explorador

Toma decisiones según los datos de tus canales personalizados en GA4

A partir de las métricas, no los usuarios y conversiones, revisa interacciones,tiempo en página. Añade otras dimensiones (sociodemográficas, tecnológicas, títulos de página)





Andrea Gutiérrez Thenewskyline.com