Guía:
Google Analytics 4 para hoteles

myHotel | Google Analytics 4

myHotel I Guest Experience

myHotel

En la era digital actual, contar con una estrategia efectiva de análisis de datos es esencial para el éxito de cualquier hotel. **Google Analytics 4** es la última versión de la popular herramienta de análisis de Google y ofrece una amplia gama de funciones y características mejoradas que pueden beneficiar a los hoteles en la comprensión de su público objetivo, la optimización de la experiencia del usuario y la toma de decisiones basada en datos.

En esta guía, exploraremos en detalle cómo los hoteles pueden aprovechar Google Analytics 4 para obtener información valiosa sobre sus visitantes, medir el rendimiento de sus estrategias de marketing y mejorar la rentabilidad de sus canales de adquisición.



¿Qué es Google Analytics 4?

Google Analytics 4, también conocido como GA4, es la nueva generación de la plataforma de análisis de Google. A diferencia de su predecesor, Universal Analytics, GA4 se basa en una arquitectura de medición centrada en eventos, lo que significa que se enfoca en el seguimiento y análisis de eventos clave en el sitio web de un hotel.

Esta nueva versión de Google Analytics ofrece una serie de beneficios y características mejoradas que permiten a los hoteles obtener una visión más completa de su público objetivo y tomar decisiones informadas para mejorar su rendimiento en línea.



Beneficios de Google Analytics 4 para hoteles



1. SEGUIMIENTO MEJORADO DE LA EXPERIENCIA DEL USUARIO

Google Analytics 4 ofrece una mayor visibilidad sobre cómo los usuarios interactúan con el sitio web de un hotel. Permite el seguimiento de eventos clave, como la reproducción de videos, desplazamiento de página y presentación de formularios, lo que brinda información valiosa para optimizar la experiencia del usuario.

2. ANÁLISIS DE AUDIENCIA MÁS PROFUNDO

GA4 proporciona información detallada sobre las características demográficas y los intereses de los visitantes de un hotel. Esto permite a los hoteleros comprender mejor a su público objetivo y adaptar sus estrategias de marketing en consecuencia.

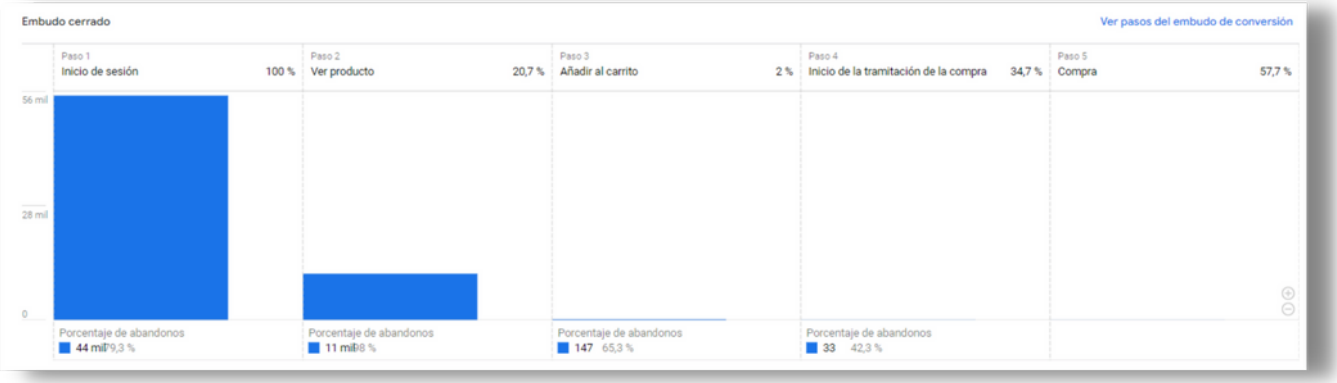


3. INTEGRACIÓN CON GOOGLE ADS

Con Google Analytics 4, es posible realizar un seguimiento más preciso de las campañas publicitarias en Google Ads. Esto facilita la medición del rendimiento y el retorno de la inversión en publicidad para los hoteles.

4. ANÁLISIS DE EMBUDOS DE CONVERSIÓN

GA4 permite a los hoteles visualizar y analizar el recorrido completo del cliente, desde la primera interacción hasta la conversión. Esto proporciona información valiosa sobre los puntos de contacto más efectivos y las áreas de mejora en el proceso de reserva.



5. MEDICIÓN DE LA RENTABILIDAD DE LOS CANALES DE ADQUISICIÓN

Con Google Analytics 4, los hoteles pueden comprender qué canales de adquisición están generando un mayor retorno de la inversión. Esto les permite optimizar sus estrategias de marketing y asignar sus recursos de manera más efectiva.

myHotel

Cómo configurar Google Analytics 4 para tu hotel

La configuración de Google Analytics 4 para tu hotel es un proceso sencillo y requiere seguir los siguientes pasos:

1. CREACIÓN DE UNA PROPIEDAD DE GOOGLE ANALYTICS 4

Accede a tu cuenta de Google Analytics y crea una nueva propiedad para tu hotel. Selecciona la opción **"Crear propiedad de GA4"** y proporciona la información necesaria, como el nombre de tu hotel y la URL del sitio web.

2. INSTALACIÓN DEL CÓDIGO DE SEGUIMIENTO DE GA4

Una vez que hayas creado la propiedad de GA4, recibirás un código de seguimiento único. Copia este código y pégalo en todas las páginas de tu sitio web, justo antes de la etiqueta de cierre "</head>".

3. CONFIGURACIÓN DE EVENTOS PERSONALIZADOS

GA4 se basa en el seguimiento de eventos para recopilar datos. Define los eventos que deseas rastrear en tu sitio web, como la reproducción de videos, clics en botones importantes y envío de formularios. Utiliza el Editor de etiquetas de Google para configurar estos eventos personalizados.

4. CONFIGURACIÓN DE OBJETIVOS Y CONVERSIONES

Define los objetivos y conversiones que deseas medir en tu sitio web. Esto puede incluir la reserva de habitaciones, el envío de consultas de contacto o cualquier otro objetivo relevante para tu hotel. Utiliza el Editor de objetivos de Google Analytics para configurar estos eventos.

5. CONFIGURACIÓN DE ENLACES DE COMERCIO ELECTRÓNICO

Si tu hotel ofrece servicios adicionales en línea, como reservas de restaurantes o compras en la tienda de regalos, configura los enlaces de comercio electrónico para realizar un seguimiento de estas transacciones en GA4.

Una vez que hayas completado estos pasos, tu hotel estará listo para comenzar a aprovechar todas las características y funcionalidades de Google Analytics 4.

myHotel

Comprender los informes en Google Analytics 4

Una vez que hayas configurado Google Analytics 4 y has comenzado a recopilar datos, es importante comprender los informes disponibles para obtener información valiosa sobre el rendimiento de tu hotel en línea.

Los informes en GA4 se dividen en varias secciones clave:

ANÁLISIS EN TIEMPO REAL

Este informe te proporciona información en tiempo real sobre los usuarios que están interactuando con tu sitio web en ese momento. Puedes ver la ubicación de los usuarios, las páginas que están visitando y los eventos que están activando.



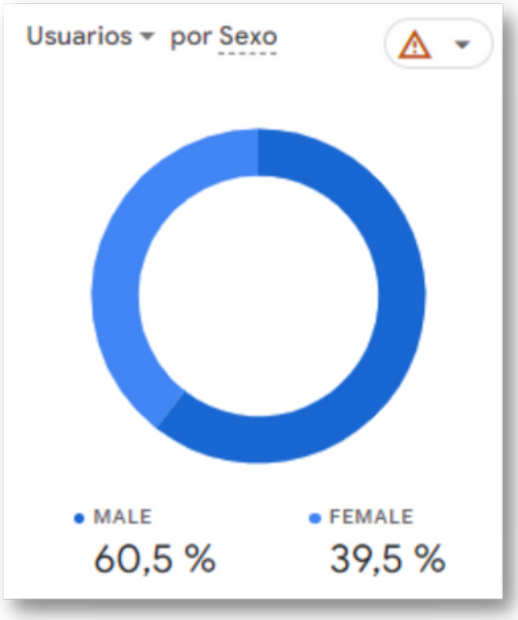
ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO

Este informe te muestra cómo los usuarios interactúan con tu sitio web en términos de páginas vistas, tiempo de permanencia y eventos. También puedes ver el flujo de navegación de los usuarios y las páginas de entrada y salida más comunes.

	Grupo de canale...o de la sesión	↓ Usuarios	Sesiones	Sesiones con interacción	Tiempo de interacción por sesión medio	Sesiones con interacción por usuario	Eventos por sesión	Porcentaje de interacciones	Número de eventos Todos los eventos
		59.183 100 % respecto al total	83.632 100 % respecto al total	72.856 100 % respecto al total	1 min y 18 s Media 0 %	1,23 Media 0 %	17,82 Media 0 %	87,11 % Media 0 %	1.490.074 100 % respecto al total
1	Direct	19.862	29.006	26.174	1 min y 32 s	1,32	20,12	90,24 %	583.658
2	Organic Search	16.904	23.922	21.641	1 min y 13 s	1,28	17,54	90,46 %	419.599
3	Cross-network	14.226	16.972	16.470	1 min y 07 s	1,16	10,49	97,04 %	178.064
4	Unassigned	5.630	5.239	317	1 min y 35 s	0,06	33,09	6,05 %	173.371
5	Paid Search	3.579	5.577	5.494	0 min y 12 s	1,54	4,96	98,51 %	27.647
6	Referral	1.584	2.424	2.163	1 min y 23 s	1,37	23,44	89,23 %	56.826
7	Organic Social	592	941	843	2 min y 02 s	1,42	23,16	89,59 %	21.794
8	Email	268	527	478	1 min y 47 s	1,78	51,27	90,7 %	27.018
9	Affiliates	87	109	98	0 min y 25 s	1,13	19,24	89,91 %	2.097

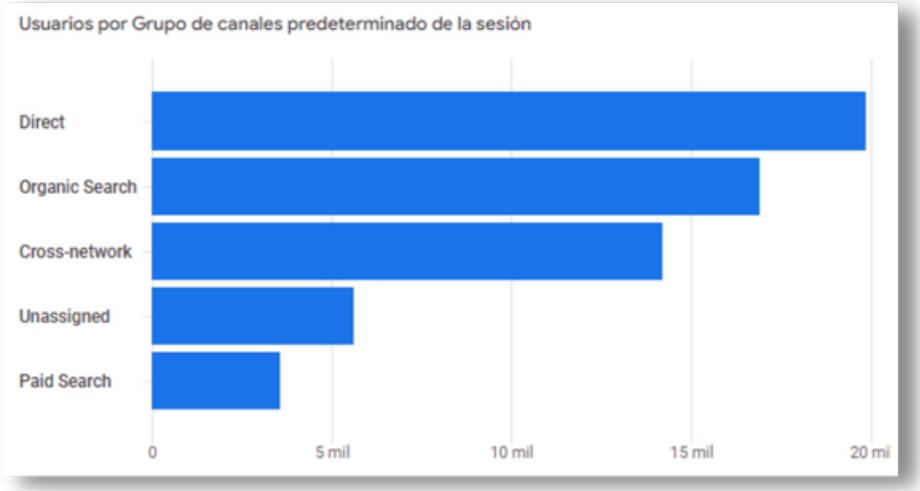
ANÁLISIS DE AUDIENCIA

Aquí puedes obtener información demográfica y de intereses sobre los visitantes de tu sitio web. Descubre la edad, el género, los intereses y la ubicación geográfica de tu público objetivo.



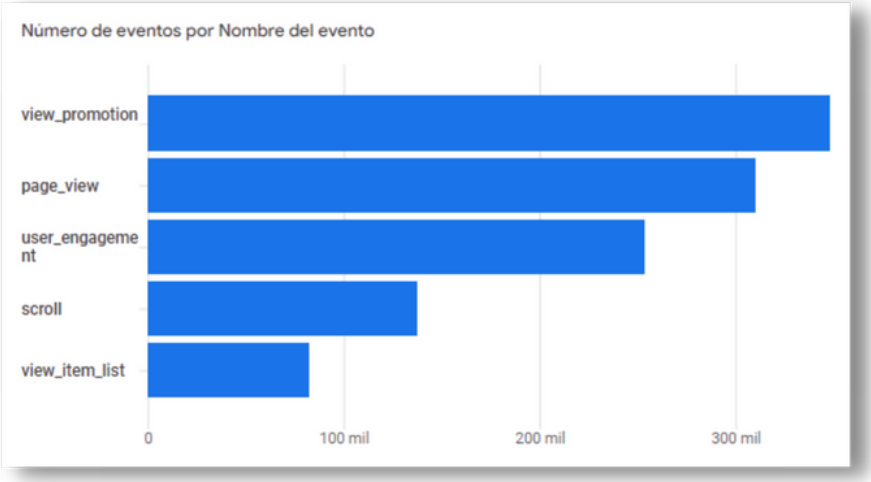
ANÁLISIS DE ADQUISICIÓN

Este informe te muestra cómo los usuarios llegan a tu sitio web. Puedes ver qué canales de adquisición están generando más tráfico y conversiones, como búsqueda orgánica, redes sociales o campañas de correo electrónico.



ANÁLISIS DE CONVERSIONES

Este informe te brinda información sobre las conversiones en tu sitio web, como las reservas de habitaciones o las consultas de contacto. Puedes ver qué eventos están llevando a las conversiones y realizar un seguimiento de tus objetivos y metas de conversión.



Utiliza estos informes de manera regular para obtener información valiosa sobre el rendimiento de tu hotel en línea y realizar ajustes en tu estrategia de marketing según sea necesario.

myHotel

Seguimiento de las conversiones en Google Analytics 4

El seguimiento de las conversiones es fundamental para medir el éxito de tu hotel en línea y comprender qué acciones llevan a los visitantes a convertirse en clientes. Con Google Analytics 4, puedes realizar un seguimiento preciso de las conversiones y obtener información detallada sobre los eventos que las desencadenan.

Para realizar un seguimiento de las conversiones en GA4, debes seguir estos pasos:

DEFINIR LOS EVENTOS DE CONVERSIÓN



Identifica los eventos que deseas rastrear como conversiones en tu sitio web. Pueden ser acciones como la reserva de una habitación, el envío de un formulario de contacto o la suscripción a una lista de correo.

CONFIGURAR OBJETIVOS DE CONVERSIÓN



En Google Analytics 4, puedes configurar objetivos para medir las conversiones. Define tus objetivos y asigna los eventos de conversión correspondientes.

DEFINIR LOS EVENTOS DE CONSIGNAR VALORES A LAS CONVERSIONES



Si deseas asignar valores a las conversiones, puedes hacerlo en la configuración de objetivos de GA4. Esto te permite medir la rentabilidad de tus esfuerzos de marketing y comprender el retorno de la inversión en publicidad.

REALIZAR UN SEGUIMIENTO DE LOS EMBUDOS DE CONVERSIÓN



GA4 te permite analizar los embudos de conversión y ver cómo los usuarios interactúan con tu sitio web antes de realizar una conversión. Esto te ayuda a identificar posibles áreas de mejora y optimizar el proceso de conversión.

Al realizar un seguimiento preciso de las conversiones en Google Analytics 4, podrás evaluar el rendimiento de tu hotel en línea y tomar decisiones informadas para mejorar la rentabilidad de tus estrategias de marketing.

myHotel

Optimización de la experiencia del usuario en el sitio web del hotel

La experiencia del usuario juega un papel crucial en las reservas directas. Google Analytics 4 proporciona herramientas y métricas importantes para evaluar y optimizar la experiencia del usuario en el sitio web de tu hotel.

Aquí hay algunas estrategias clave para mejorar la experiencia del usuario en tu sitio web:

ANÁLISIS DEL TIEMPO DE CARGA DE LA PÁGINA

Utiliza los informes de velocidad de página en Google Analytics 4 para identificar las páginas que tienen un tiempo de carga lento. Optimiza estas páginas para mejorar la experiencia del usuario y reducir la tasa de rebote.

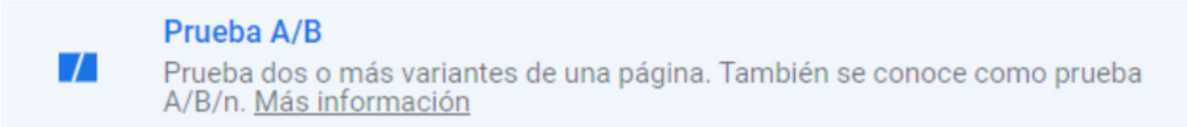


SEGUIMIENTO DEL DESPLAZAMIENTO DE LA PÁGINA

GA4 te permite realizar un seguimiento del desplazamiento de los usuarios en tu sitio web. Analiza los informes de desplazamiento para identificar las áreas en las que los usuarios pierden interés y realiza mejoras para mantenerlos comprometidos.

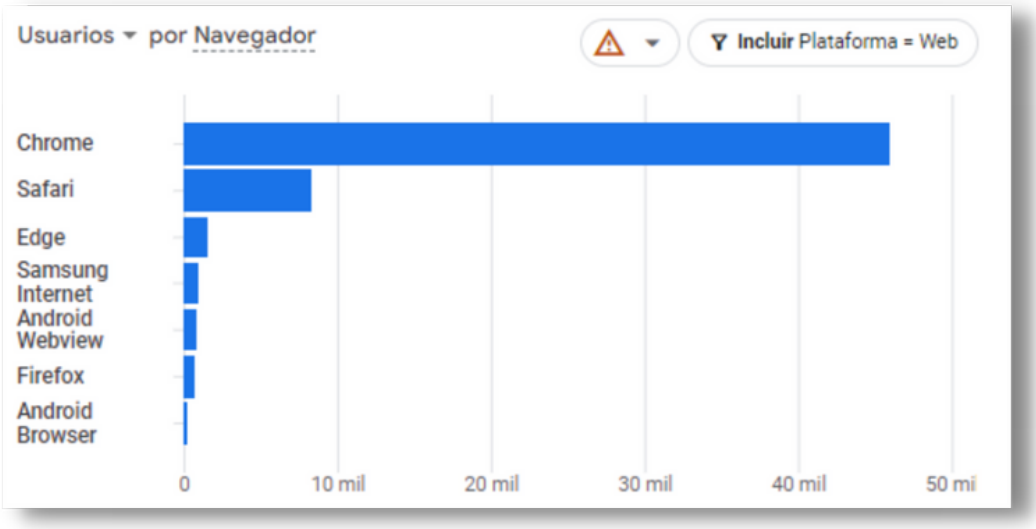
PRUEBAS DE USABILIDAD

Utiliza herramientas como **Google Optimize** para realizar pruebas de usabilidad en tu sitio web. Realiza cambios y mejoras basados en datos para garantizar que los usuarios encuentren fácilmente lo que están buscando.



OPTIMIZACIÓN DE LA NAVEGACIÓN

Analiza los informes de flujo de usuarios en GA4 para entender cómo los usuarios navegan por tu sitio web. Simplifica la navegación y asegúrate de que la información más importante sea fácilmente accesible.



DISEÑO RESPONSIVE

Asegúrate de que tu sitio web esté optimizado para dispositivos móviles. Con el creciente uso de dispositivos móviles, es crucial ofrecer una experiencia de usuario fluida en todos los dispositivos.



Al optimizar la experiencia del usuario en el sitio web de tu hotel, puedes aumentar la satisfacción de los visitantes, mejorar la tasa de conversión y fomentar la fidelidad de los clientes.

myHotel

Integración de Google Analytics 4 con otras herramientas de marketing

Google Analytics 4 se puede integrar con otras herramientas de marketing para obtener una visión más completa del rendimiento de tu hotel en línea. Estas integraciones te permiten conectar datos de diferentes fuentes y aprovechar al máximo tus estrategias de marketing.

Aquí hay algunas integraciones clave que puedes considerar:

GOOGLE ADS



Conecta tu cuenta de Google Ads con Google Analytics 4 para realizar un seguimiento de las conversiones y el rendimiento de tus campañas publicitarias. Utiliza los informes de Google Analytics 4 para comprender cómo las campañas de Google Ads están generando tráfico y conversiones en tu sitio web.

GOOGLE TAG MANAGER



Utiliza Google Tag Manager para implementar y gestionar etiquetas en tu sitio web sin necesidad de modificar el código. Conecta Google Tag Manager con Google Analytics 4 para realizar un seguimiento de eventos personalizados y mejorar la recopilación de datos.

PLATAFORMAS DE AUTOMATIZACIÓN DE MARKETING



Si utilizas una plataforma de automatización de marketing, como HubSpot o Mailchimp, puedes integrarla con Google Analytics 4 para obtener una visión más completa del ciclo de vida del cliente y realizar un seguimiento de las interacciones en todos los canales.

REDES SOCIALES



Conecta tus perfiles de redes sociales con Google Analytics 4 para realizar un seguimiento del tráfico y las conversiones generadas desde las redes sociales. Esto te permite evaluar el rendimiento de tus estrategias de redes sociales y optimizar tus campañas.

Al integrar Google Analytics 4 con otras herramientas de marketing, puedes obtener información más detallada y precisa sobre el rendimiento de tu hotel en línea. Esto te ayuda a tomar decisiones informadas y optimizar tus estrategias de marketing para obtener mejores resultados.

myHotel

Uso de eventos personalizados en Google Analytics 4

Los eventos personalizados en Google Analytics 4 permiten realizar un seguimiento más detallado de las acciones y el comportamiento de los usuarios en tu sitio web. Puedes definir eventos personalizados que sean relevantes para tu hotel y recopilar datos específicos sobre esas interacciones.

Aquí hay algunos ejemplos de eventos personalizados que puedes configurar en GA4:

REPRODUCCIÓN DE VIDEOS



Si tu sitio web incluye videos promocionales o recorridos virtuales, puedes realizar un seguimiento de cuántos usuarios reproducen esos videos y durante cuánto tiempo los ven.

CLICS EN BOTONES IMPORTANTES



Si tienes botones de "Reserva ahora" o "Consulta de disponibilidad" en tu sitio web, puedes realizar un seguimiento de cuántos usuarios hacen clic en esos botones y generan conversiones.

ENVÍO DE FORMULARIOS

Si tienes formularios de contacto en tu sitio web, puedes realizar un seguimiento de cuántos usuarios completan y envían esos formularios.



DESCARGAS DE FOLLETOS O CATÁLOGOS

Si ofreces folletos o catálogos descargables en tu sitio web, puedes realizar un seguimiento de cuántos usuarios descargan esos archivos.

Al utilizar eventos personalizados en Google Analytics 4, puedes obtener una visión más detallada del comportamiento de los usuarios en tu sitio web y entender qué acciones son más efectivas para impulsar conversiones y generar interés en tu hotel.

Guía:

Google Analytics 4 para hoteles

¿Cómo estás gestionando los datos de tus huéspedes?
www.myhotel.cl

myHotel I Guest Experience