INFORME DE EJEMPLO · Despacho ficticio y datos inventados · Mismo formato que el informe real que recibes

Conclusiones

> Esta semana el despacho ha recibido 13 contactos medidos (6 formularios y 7 llamadas), frente a 10 la semana anterior (+30 %). Las visitas suben de 368 a 412 (+12 %) y quien llega se queda más: la duración media pasa de 2 min 21 s a 2 min 48 s. Pero hay dos avisos sobre la medición que conviene leer antes que nada: el formulario se cuenta dos veces en algunos envíos (GA4 marca 9, los reales son 6) y los clics en WhatsApp no se están midiendo. Donde más gente se pierde es en la página de contacto: de 61 personas que la abren, solo 6 envían el formulario. Recomiendo arreglar primero la medición y después revisar el formulario en móvil.

Lo que va bien

- Los contactos medidos suben de 10 a 13 (+30 %): 6 por formulario y 7 llamadas desde la web.
- Google Ads es el canal que mejor convierte: 121 visitas y 7 de los 13 contactos (5,8 % de las visitas acaban en contacto, frente al 2,4 % de la búsqueda gratuita de Google).
- ChatGPT y otros asistentes de IA ya traen 22 visitas y 1 contacto. Es poco, pero es un canal nuevo que antes no aparecía.
- La gente se implica más: el 60,0 % de las visitas interactúa con la web (antes, el 56,0 %).

Dónde mejorar

- Medición: el formulario se registra dos veces en 3 de los 9 envíos. Los contactos reales por formulario son 6, no 9. Si Google Ads aprende de esa cifra inflada, puja por gente que no existe.
- Medición: la web tiene botón de WhatsApp, pero GA4 no registra ni un solo clic. Esos contactos existen y nadie los está contando.
- 38 de las 412 visitas son robots desde otro país (duran 0 segundos). Las visitas reales rondan las 374.
- Página de contacto: de 61 personas que la abren, solo 6 envían el formulario. Casi 7 de cada 10 visitas llegan desde el móvil, donde un formulario largo cuesta más.

Próximos pasos

- Arreglar la medición con Google Tag Manager: que cada formulario cuente una sola vez y que cada clic en WhatsApp quede registrado.
- Excluir el tráfico de robots para que las cifras reflejen solo a personas reales.
- Simplificar el formulario de contacto en móvil (menos campos) y medir si suben los envíos.
- Vigilar las visitas que llegan desde ChatGPT y reforzar las páginas que ya las atraen.

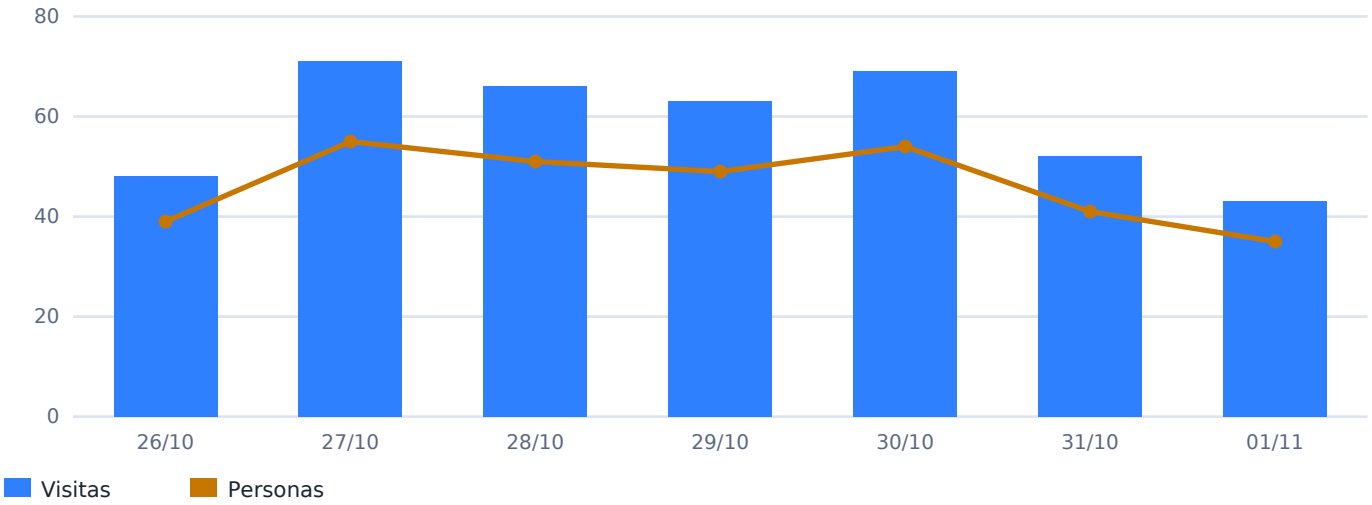
Los datos clave

Visitas	Personas	Páginas vistas	Contactos medidos	Se fueron enseguida
412	**318**	**1.036**	**13**	**40,0 %**
+12,0 % vs. ant.	+9,3 % vs. ant.	+8,1 % vs. ant.	+30,0 % vs. ant.	−4 puntos vs. ant.

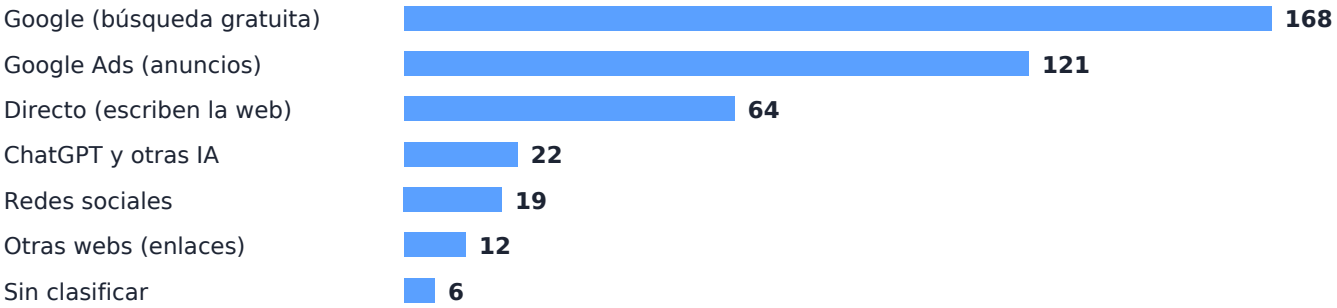
Comparado con el periodo anterior de la misma duración. Visitas = entradas a la web; páginas vistas = todas las páginas que se abren en esas visitas. En «se fueron enseguida», bajar es bueno.

INFORME DE EJEMPLO · Despacho ficticio y datos inventados · Mismo formato que el informe real que recibes

Evolución diaria



De dónde viene la gente



Canal	Visitas	Personas	Contactos medidos
Google (búsqueda gratuita)	168	131	4
Google Ads (anuncios)	121	102	7
Directo (escriben la web)	64	41	1
ChatGPT y otras IA	22	19	1
Redes sociales	19	17	0
Otras webs (enlaces)	12	9	0
Sin clasificar	6	6	0

Una misma persona puede llegar por más de un canal en la semana, por eso la suma de personas por canal es algo mayor que el total. Los contactos por WhatsApp no aparecen porque hoy no se miden.

Desde qué dispositivo



INFORME DE EJEMPLO · Despacho ficticio y datos inventados · Mismo formato que el informe real que recibes

Esto es lo que recibe un dueño de negocio.
Sin gráficos de relleno. Sin tecnicismos.

Este informe es de un despacho que no existe y sus números son inventados. Pero el formato es exactamente el del informe real: lo que va bien, lo que falla, las trampas en la medición y qué hacer la semana que viene. Con tus datos, consultados en directo en tu Google Analytics, en solo lectura.

01

Diagnóstico
Leo tu Google Analytics y te explico qué pasa, qué está mal medido y dónde pierdes dinero. Gratis.

02

Arreglo
Monto con Google Tag Manager la medición que falta: WhatsApp, formulario, llamadas o compras. Nada se toca sin tu permiso.

03

Seguimiento
Cada mes, un informe como este y la comprobación de que todo sigue midiendo bien.

La pregunta incómoda

¿Cuántos contactos de tu web se están contando dos veces, o no se están contando? Si no lo sabes, estás decidiendo a ciegas dónde poner tu dinero.

¿Quieres el tuyo? El diagnóstico es gratis.

WhatsApp: +34 711 223 566

Francisco Blanco
Consultor Google Ads · Barcelona
franciscoblanco.net · franciscoblanco@franciscoblanco.net · +34 711 223 566