



Análisis de tu blog

Estadísticas simplificadas
y otros consejos



Tabla de contenidos

Tabla de contenidos	2
Registro de cambios	3
Perspectiva.....	4
Introducción	5
Implementando estadísticas web en tu blog	7
Implementando estadísticas web en tu blog (método alternativo).....	11
Implementando estadísticas de los feeds de tu blog	12
Indexabilidad de tu blog	13
Sitemaps de Google.....	14
Midiendo el impacto de tu blog	16
1. <i>Número total de visitas</i>	16
2. <i>Número total de feeds</i>	17
3. <i>Enlaces hacia tu blog</i>	17
Objetivos del blog.....	18
1. <i>Captación de nuevos clientes</i>	18
2. <i>Retención de clientes</i>	20
3. <i>Promoción personal</i>	21
4. <i>Incremento de las ventas</i>	23
5. <i>Hobby</i>	23
Conclusiones	24
Glosario	25
Recursos	26



Registro de cambios

- Versión 1.03 Liberada 12/11/2007
Nuevo plugin de Google Sitemaps, y explicación para instalar.
- Versión 1.02 Liberada 23/02/2007
Nuevo plugin de FeedBurner, y explicación para instalar.
Modificaciones en el estilo del documento.
- Versión 1.01 Liberada 04/02/2007
Nuevo plugin de Google Analytics, y explicación de instalación y configuración.
Modificación de los títulos de la cabecera del blog.
- Versión 1.00 Liberada 28/01/2007

Próxima versión:

- Origen de la palabra "blog".
- Instalación del sistema de suscripción por eMail de FeedBurner.
- Alta en Technorati.
- Hacer ping a sitios de actualización.



Perspectiva

Estos últimos años hemos vivido una explosión de medios tecnológicos sociales en Internet. Uno de estos medios es, evidentemente, el blog. Un blog es una serie de noticias, artículos, que se organizan en orden cronológico descendente de manera que cualquier lector puede leer en primer lugar la última entrada.

La tecnología de los blogs ha mejorado de forma significativa. Hablamos sin manías de la "blogosfera", y también de la "catosfera" (blogosfera en catalán). Los blogs y su contenido ahora están interconectados, e incluso hay blogs que se alimentan de otros blogs. La popularidad de los blogs ha cambiado la forma en que los buscadores ordenan su contenido, y cómo las empresas y las personas comunican a través de la red. Era inevitable. Ahora se habla de "Optimización del medio social", o también en otras palabras, cómo podemos optimizar nuestro contenido para que la blogosfera y otros medios nos puedan encontrar, promocionar nuestro contenido, nuestra empresa, o incluso a nosotros mismos.

El propósito de esta guía no es enseñarte a escribir un blog. El propósito es facilitarte una nueva visión de cómo implementar técnicas de análisis, de manera que puedas observar qué pasa exactamente en tu blog. También quiero que te pueda servir de guía para ir mejorando ciertas prácticas. No me gusta ver cómo algunos blogs cometen algunos de los típicos "10 errores que no se deben cometer nunca en un blog", y por eso me he decidido a escribir este documento. He utilizado diversas fuentes: trabajos de otros, experiencia propia, y también webs especializados en el análisis. Espero que el resultado final te ayude a mejorar tu blog.

Y por último, recuerda que no puedes mejorar lo que no puedes medir, y los blogs no son diferentes.



Introducción

Si no has desarrollado tu propio software, el blog que utilizas se ha desarrollado de acuerdo a algunos estándares. Ejemplos de blogs muy populares son [WordPress](#), [LifeType](#), [sBlog](#) (que he traducido yo mismo al catalán) o [Blogger](#).

Normalmente tu blog se puede leer de dos formas: mediante un navegador web o leyendo un feed RSS (Really Simple Syndication). Un navegador web lee [únicamente] HTML (HyperText Markup Language), que muestra el contenido de forma amigable en la pantalla.

RSS utiliza XML (eXtensible Markup Language). En otras palabras, RSS es un estándar que elimina todo aquello que no es necesario para el navegador, de manera que puede ser leído por herramientas automatizadas. No son necesarios los colores, el color de fondo, el tipo de letra, ... nada. RSS sólo tiene la fecha, el título, el artículo, y pocas cosas más.

Mientras que el HTML tiene que ser leído con un navegador ([Firefox](#), Internet Explorer, Opera, ...), el RSS puede ser leído con otras herramientas, como por ejemplo otras páginas web, portales o agregadores. Agregadores hay muchos: [Google Reader](#), [NewsGator](#), [FeedReader](#), ...

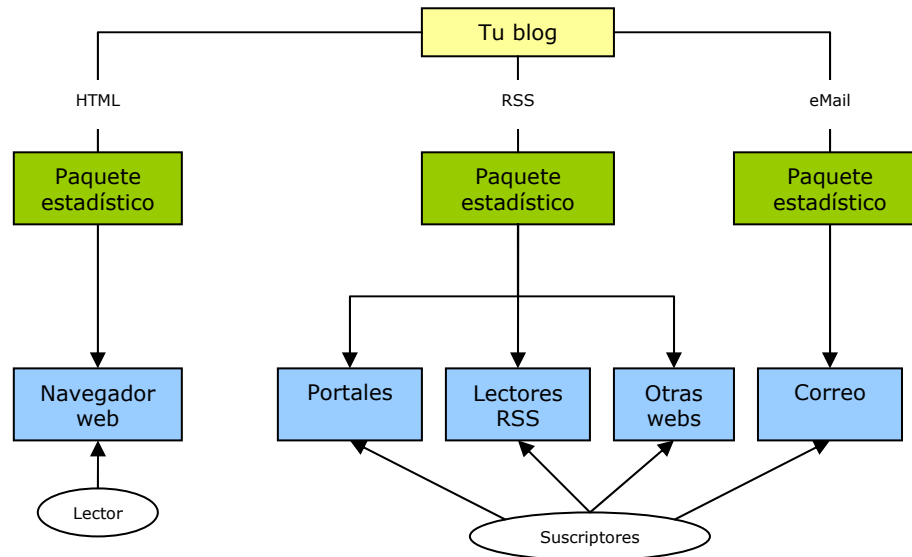
Los usuarios que leen tu blog en la web son conocidos como lectores. Los usuarios que leen tus *feeds* RSS son conocidos como suscriptores. Para analizar las estadísticas de tu blog deberás implementar el código necesario para medir tanto a lectores como a suscriptores.

El software que te permitirá leer y analizar a tu audiencia se llama "paquete estadístico". Hay paquetes estadísticos disponibles tanto para web como para *feeds*, e incluso los hay para ambas cosas. Sin embargo, normalmente utilizarás un paquete para cada cosa.

Yo utilizo [Google Analytics](#) y [FeedBurner](#).



El siguiente diagrama explica las tres formas de obtener tu contenido, y cómo se pueden capturar las medidas necesarias utilizando paquetes estadísticos.



En este documento utilizaré [Google Analytics](#) como ejemplo de las estadísticas de la web, y [FeedBurner](#) como ejemplo de las estadísticas de los *feeds*. Pondré ejemplos de implementación de ambos paquetes para [WordPress](#).

Te recomiendo que hagas servir el plugin para Google Analytics que se encuentra en el apartado de Recursos de este documento. Es el mejor que he encontrado hasta ahora.



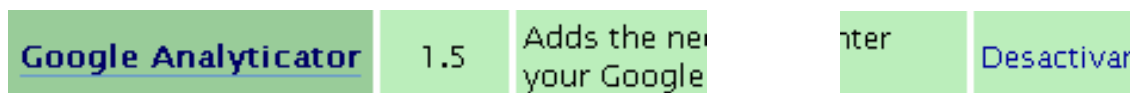
Implementando estadísticas web en tu blog

Google Analytics es un paquete gratuito y muy fácil de implementar. Una vez que te hayas registrado y hayas creado un "perfil de sitio web", te facilitan unas líneas de código (javascript, concretamente), que contienen un código especial que te identifica. Este código tiene este aspecto: `_uacct="XX-XXXXXX-X"`. Lo que nos interesa es el código alfanumérico que se encuentra entre comillas dobles.

Descarga y descomprime el plugin que se indica en el apartado de Recursos de este documento. Para instalarlo tienes que subirlo al servidor, en la carpeta de plugins: `/wp-content/plugins/`. Ahora hay que activarlo. En tu apartado de administración tienes que seleccionar la opción Plugins.



Busca en la lista de plugins el que acabas de subir. Se llama "Google Analyticator". A su derecha hay una opción llamada "Activar". Activa el plugin y ya podremos proceder a su configuración.



Ahora, todavía dentro del espacio de administración del blog, vamos a "Opciones", y dentro de opciones seleccionamos "Google Analytics".





Deja las opciones como ves en la siguiente imagen. Recuerda que tienes que poner tu código personal. En la imagen verás "XX-XXXXXX-X".

Google Analyticator Options

Basic Options

Google Analytics logging is:

Your Google Analytics' UID:

Aquí va tu código. Yo he cambiado el mío por unas 'X'.

Enter your Google Analyti
Your UID can be found by
your UID in between **_uar**
in the UID box.

Advanced Options

WordPress admin logging:

Disabling this option will
reports. A WordPress adrr

Outbound link tracking:

Disabling this option will
unless you're a privacy ac
causing some kind of wei

Footer tracking code:

Enabling this option will i
This will speed up your p
option on, be sure to che

Additional tracking code:

Enter any additional bits i
subdomain in your main i
information can be found

Download extensions to track:

Enter any extensions of fi
PDFs enter **mp3,pdf. Ou**

La opción "WordPress admin logging" está desactivada. Eso es así porque no nos interesa incrementar artificialmente el número de visitantes de nuestro blog. Cuando entres como administrador, el código de Google Analytics no aparece y, por tanto, no registra tu visita. Así el resultado es mucho más fiable.

En la última opción, "Download extensions to track", he puesto las extensiones que **a mi** me interesa seguir. Tú puedes poner las extensiones de tu conveniencia, evidentemente (mp3, avi, mpg, ...).

Ahora ya tenemos el Google Analyticator instalado. Vamos a informar a Google de que ya lo tenemos todo preparado. Vuelve a entrar en Google Analytics y ahora ya le podemos indicar que compruebe tu blog, haciendo clic en la opción 'Comprobar estado'.

Análisis de tu blog

Estadísticas simplificadas y otros consejos



- ⚠ No se ha instalado el seguimiento. - [Comprobar estado](#)
- ⚠ Objetivos de conversión (0)

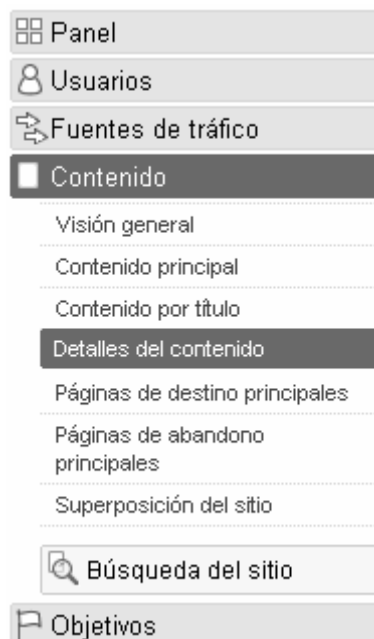
Cuando hayas hecho clic en "Comprobar estado", Google verificará que todo ha ido bien. Ya hemos implementado Google Analytics en el blog!

Un detalle importante: no verás las estadísticas inmediatamente. Le tenemos que dar unas 24 horas antes de que empiece a mostrar algunos resultados.

Con este plugin obtenemos varias ventajas. Primera, que no hace falta que toques el código fuente del blog, y eso es de agradecer. Pero hay más. Una cosa muy importante es que también registra los enlaces salientes y las descargas, y eso, si no fuera por el plugin, sería bastante farragoso de implementar.

Enlaces salientes son todos aquellos enlaces que van desde tu blog hacia cualquier otra web. Eso te puede servir para saber qué enlaces te funcionan mejor, y si te interesa potenciarlos o no.

Por otro lado, como decía, este plugin también nos informa de las descargas realizadas. En las estadísticas de mi blog se registran las descargas de este mismo documento, por ejemplo. Podemos analizar esta información en el siguiente menú, "Detalles del contenido".





Para ver qué actividad se ha generado podemos visualizar la siguiente información, donde tenemos dos opciones que lo indican claramente (en inglés, pero claramente): "download" y "outgoing".

9 URL se han visto in total de 441 veces.

Rendimiento del contenido		
Páginas vistas ? 441 Porcentaje del total del sitio: 100,00%	Páginas vistas únicas ? 346 Porcentaje del total del sitio: 100,00%	Tiempo en la página 00:01:42 Promedio del sitio: 00 (0,00%)
URL	Páginas vistas	
1. /index.php/	2	
2. /index.php	1	
3. /outgoing/		
4. /galeria/		
5. /archives.php		
6. /mesvotats.php		
7. /index.php?s=windows+vista&Submit=Cercar		
8. /search?q=cache:U8hl4a4DF8oJ:blog.oscarpascual.com/index.php/e:		

Si hacemos clic en la carpeta "outgoing" podremos ver el detalle de cada cosa. Así sabremos qué enlaces salientes se han seguido (o qué ficheros se han descargado, si saliera "download").

Para saber más sobre Google Analytics puedes buscar alguna guía por Internet.



Implementando estadísticas web en tu blog (método alternativo)

Si puedes instalar el plugin, hazlo. Este es el método alternativo.

Si no puedes instalar el plugin por algún motivo, siempre puedes utilizar este método alternativo. Lo que haremos es incluir manualmente el código de Google Analytics en el blog. Entra en tu espacio de administración y busca la opción "Presentación". Ve al Editor de temas, porque insertaremos las líneas de código obtenido en Google.



En esta página, selecciona el fichero "Pie de página" y baja hasta el final. Inserta las líneas de código javascript justo antes de la etiqueta: </body>.

```
<?php do_action('wp_footer', ''); ?>

<script src="http://www.google-analytics.com/urchin.js" type="text/javascript">
</script>
<script type="text/javascript">
_uacct = "UA-XXXXXX-X";
urchinTracker();
</script>

</body>
</html>
```

Aquí van unos números.
Yo he cambiado los míos
por unas 'X'.

Clica sobre Modificar para que quede grabado, y ya estaremos listos. Vuelve a entrar en Google Analytics y ahora ya le puedes decir que compruebe tu blog, haciendo clic en la opción "Comprobar estado".

⚠ No se ha instalado el seguimiento. - [Comprobar estado](#)
⚠ Objetivos de conversión (0)

Cuando hayas hecho clic sobre "Comprobar estado" Google verificará que todo ha ido bien. Ya hemos implementado Google Analytics en el blog!

Un detalle importante: no verás las estadísticas inmediatamente. Le tenemos que dar unas 24 horas antes de que empiece a mostrar resultados.

Para saber más sobre Google Analytics puedes buscar alguna guía por Internet.



Implementando estadísticas de los feeds de tu blog

Menos del 10% de los usuarios utilizan hoy los *feeds* RSS. De todas maneras, las últimas versiones de los navegadores ya lo integran, así que no podemos obviarlo.

La popularidad del RSS irá creciendo, previsiblemente. Es importante que seas capaz de medir el uso de tus *feeds* cuanto antes, ya que una vez que el usuario haya comenzado a leer tus *feeds*, ya no le podrás hacer cambiar a la nueva modalidad. En otras palabras, no podrás medir su uso. Bueno, eso si no sabes cómo utilizar el fichero `.htaccess`, pero eso no lo explicaré en esta guía, o al menos no lo haré en esta versión.

La forma más fácil, como casi siempre con WordPress, es utilizando un plugin. En este caso no daré la opción alternativa, porque es bastante más compleja. Lo dejaremos para una versión posterior.

Implementar FeedBurner también es muy fácil. En primer lugar debes registrarte (muy rápido y muy fácil) para obtener una nueva dirección de *feeds*. Cuando hayas obtenido esta nueva dirección deberás instalar el plugin `ol_feedburner`.

La instalación del plugin se hace como siempre. Subir el fichero `ol_feedburner` al directorio `/wp-content/plugins/` del servidor, y luego activar el plugin desde tu apartado de administración. Esto ya lo hemos visto con la instalación del plugin Google analyticator. Cuando vayamos a configurar el plugin veremos una cosa así:

Set Up Your FeedBurner Feed

This plugin makes it easy to redirect 100% of traffic for your feeds to a FeedBurner feed you have created. FeedBurner will apply a variety of features you choose to improve and enhance your original WordPress feed.

1. To get started, [create a FeedBurner feed for I si ens ho fem mirar?](#). This feed will handle all traffic for your
2. Once you have created your FeedBurner feed, enter its address into the field below (`http://feeds.feedburner.com/tufeed`)
3. Optional: If you also want to handle your WordPress comments feed using FeedBurner, [create a FeedBurner feed for your WordPress comments](#).

En el apartado 2 introducimos la dirección que nos ha dado FeedBurner. Si has creado un feed especial para los comentarios, lo tienes que introducir en el apartado 3. Cuando estés ya habrás implementado FeedBurner en tu blog! Más fácil, imposible.

Igual que con Google Analytics, FeedBurner no mostrará las estadísticas de tus *feeds* hasta al cabo de unas 24 horas. Sé paciente.



Indexabilidad de tu blog

En primer lugar, hay que recordar que los buscadores son máquinas (vale, es software, pero ejecuta instrucciones una tras otra). Como tales, a los buscadores no les gusta demasiado una dirección de este tipo:

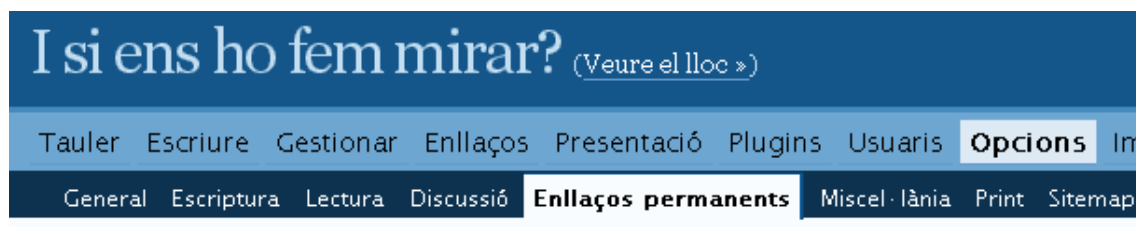
<http://www.blocsiblocs.com/index.php?p=212214>

No pueden extraer ninguna información relevante de esta dirección, y eso no te ayuda mucho. En cambio, si le presentas una dirección diferente, como la que se muestra a continuación, le gustará mucho más y le será más fácil de indexar, ya que contiene tu nombre y las palabras del título del artículo. Y ten en cuenta que eso es importante para ti, porque podrás "jugar" un poco con las palabras del título, utilizando las palabras clave más importantes de tu bloc.

<http://www.elteunom.com/index.php/el-titol-de-la-noticia/>

Por eso es importante, en primer lugar, tener un dominio propio. No cuesta tanto y te ayudará a ser visible en Internet.

En segundo lugar, hay que cambiar la forma de presentar las direcciones. Eso también lo puedes hacer tú mismo. Entra en tu área de administración y ve a la pestaña "Opciones". Busca la opción "Enlaces permanentes" (quizá ponga "Permalinks").



Selecciona la opción "*Personalizada, especificar aquí*". En el espacio destinado a la estructura personalizada escribe esto:

/index.php/%postname%/

De esta manera tu blog podrá ser indexado mucho mejor por los buscadores.

Y hablando de indexabilidad, sabes cuáles son las palabras clave más importantes de tu blog? Eso puedes saberlo mediante los *tag clouds*. Es una herramienta que ofrece [Technorati](http://www.technorati.com), y está muy, pero que muy bien. Haz servir a menudo tus palabras clave (sin abusar) para mejorar el posicionamiento de tu blog en los buscadores. Busca tus *tag clouds* en la siguiente URL, poniendo la dirección de tu blog al final.

<http://www.technorati.com/blogs/http://www.tublog.com>

De paso también obtendrás el ranking que Technorati te otorga. Intenta mejorarlo...



Sitemaps de Google

Quizás no sepas cómo funciona un buscador, como Google, por ejemplo. Su funcionamiento, de hecho, es muy sencillo: tiene un robot (un programa) que va leyendo todas las páginas de una web, las indexa, y extrae los enlaces. Cuando ha acabado con la página actual, sigue con los enlaces, y así continuamente.

Pero como Google sabe que tu blog se modifica muy a menudo, te quiere hacer un favor. Te permite decirle [a Google] cuándo has modificado el contenido, y además te permite que le digas cómo está estructurado tu blog. Genial, no? No? Que si, no sufras. Todo este trabajo lo hará un plugin.

Como hasta ahora, lo primero que hay que hacer es descargar el plugin que se indica en el apartado de recursos de este documento. Para instalarlo tienes que subirlo al servidor, a la carpeta de plugins: /wp-content/plugins/, y activarlo. Sencillo, como todos los plugins que he ido comentando con anterioridad.

Ahora vamos a configurarlo. Ve a "Opciones" y busca "sitemap", que es donde se encuentra la página de configuración del plugin. Vamos por partes. En primer lugar, vas a encontrar una opción que te permite añadir manualmente algunas páginas de tu blog. Yo tengo algunas páginas en mi blog a las que no se puede acceder fácilmente (tienen javascript). Yo las pongo aquí. En principio no es necesarios que pongas nada.

La segunda opción te presenta unos cuadros de verificación. Márcalos todos. De todos estos cuadros hay uno muy importante: "Auto-Ping Google Sitemaps". Este es el que avisa automáticamente a Google de los cambios que se han producido.

En la opción "Location of your sitemap file", selecciona "Automatic Locations", y escribe en el espacio indicado "sitemap.xml". Tendría que salir solo, pero lo digo por si no fuera así. Y en "Includings" selecciónalo todo, también. Estos cuadros indican que se deben incluir TODAS las páginas del blog en el fichero sitemap.xml.

Y por último, a continuación hay que decirle la frecuencia de cambio de las páginas, y algunas cosas más. La imagen muestra lo que he puesto yo, pero evidentemente puedes jugar un poco con las posibilidades que ofrece.

Ya está configurado el plugin.

Change frequencies

Note: Please note that the value of this tag is decisions, they may crawl pages marked "hou
crawlers will periodically crawl pages marked

- Homepage
- Posts
- Static pages
- Categories
- The current archive of th
- Older archives (Changes

Priorities

- Homepage
- Posts (If auto calculation is di
- Minimum post priority (Even i
- Static pages
- Categories
- Archives



Ahora vamos a por Google Sitemaps.

Vamos a configurar tu nueva cuenta de Google Sitemaps. Tu login y password son exactamente los mismos que para Google Analytics.

<http://www.google.com/webmasters/sitemaps/>

Ahora ya estás. Vamos a indicarle cuál es tu blog. Debajo de "sitios" tienes que poner la dirección completa de tu blog (incluyendo http://). Después haces clic en "Añadir sitio". El siguiente paso es verificar que esa web es tuya. Este es el paso más complicado. Haz clic sobre "". Tiene que decirte que no está verificado. Selecciona el método de verificación "Añadir una metaetiqueta". Google Sitemaps te mostrará un churro así:

```
<meta name="verify-v1" content="nlxZhzew67ZWk2ydct5L2uJ1KjO7jsHTSGMW3CzMSFs=" />
```

Selecciona todo este texto. Lo tienes que pegar en la cabecera de tu blog. Vamos al apartado "Presentación", y seleccionamos "Editor de temas". Busca el fichero de cabecera.

Cuando lo tengas a la vista, inserta el "churro" de más arriba justo debajo de "</title>".

```
</title>
```

```
<meta name="verify-v1" content="odOgSQVPFQ7vEPgqtwhAV11tk41MOWhfZ6fvYDfEtgg=" >
```

Después haces clic en el botón "Actualizar el fichero". Ya casi estamos.

Volvemos por última vez a Google Sitemaps, y hacemos clic sobre el botón "Verificar". Si todo ha ido bien debería decir **VERIFICADO** en verde.

Y ahora sí, ya está. Cada vez que escribas un artículo el propio WordPress avisará a Google de los cambios.

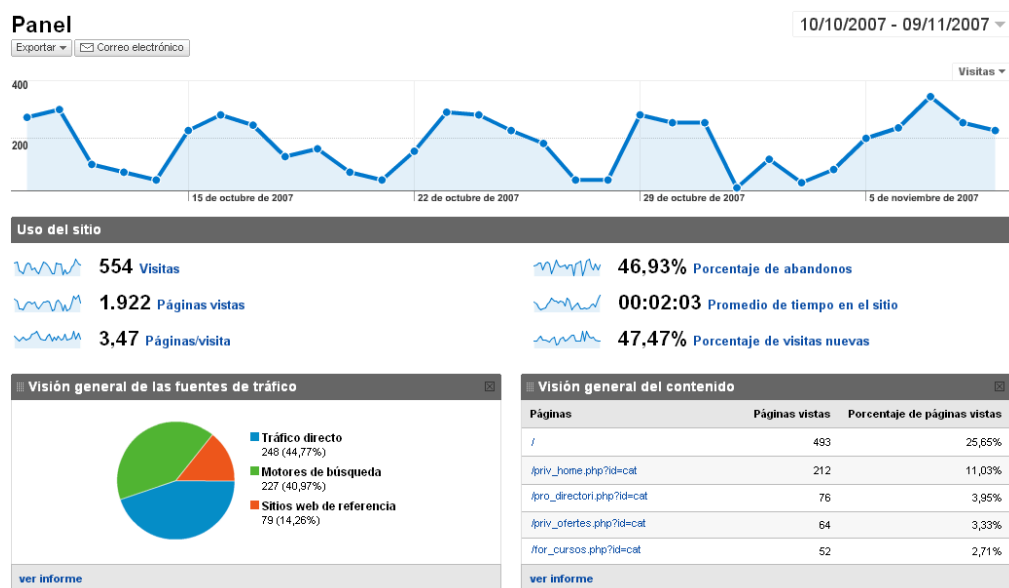


Midiendo el impacto de tu blog

Sin entrar en cuáles son los objetivos de tu blog, hay tres conceptos que debes analizar para saber qué impacto genera:

1. Número total de visitas

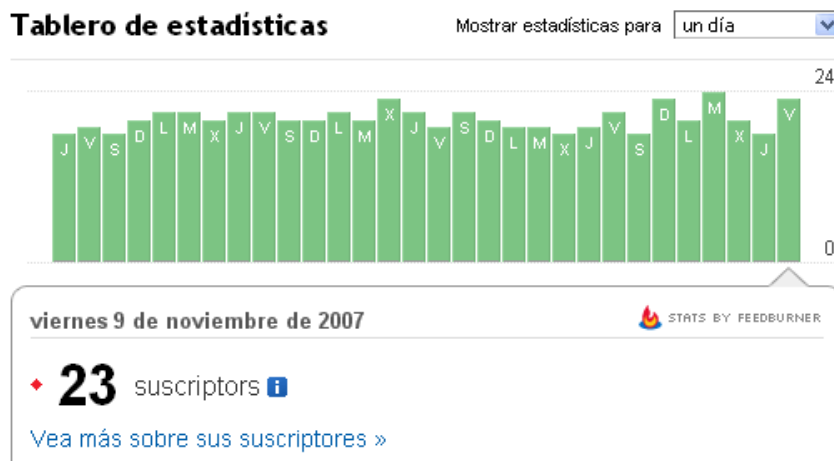
En un período de tiempo determinado, este dato muestra el número de lectores que ha tenido tu blog, y el número de páginas que se han mostrado. En la columna de la derecha vemos los porcentajes de abandono de la página principal, el tiempo promedio en la web y el porcentaje de visitas nuevas. Este nuevo format de Google es bastante más intuitivo que el anterior.





2. Número total de feeds

En un período de tiempo determinado, este dato devuelve el número de suscriptores que ha tenido tu blog. Esto lo puedes encontrar en FeedBurner, en tu información personal. Cuando pones el login y el password es la primera información que aparece.



Puedes crear más de un canal RSS. Yo tengo uno para los artículos, y otro para los comentarios.

3. Enlaces hacia tu blog

Los blogs son unas webs especiales. Son muy susceptibles a lo que en inglés se llama cross-pollination, la inter-polinización o polinización cruzada. Verás que cuanto más grande es el número de enlaces que llegan a tu blog, más importante y conocido se vuelve. Pero ten en cuenta que esto también vale para ti! Enlaza tu blog con otros. Utiliza un servicio como el de Technorati para saber qué posición ocupa, qué enlaces está recibiendo y cuáles son tus *tag clouds*.

Hay otra manera de saber qué webs enlazan con tu blog. Entra en Google y escribe "link:www.tublog.com". Google te mostrará todos los enlaces que van hacia tu web.

Un poco más adelante hablaré de los trackbacks. Son una forma especial de enlazar, y que además se ha convertido en algo absolutamente imprescindible en la blogosfera. Utiliza estos trackbacks para incrementar el número de enlaces hacia tu blog.



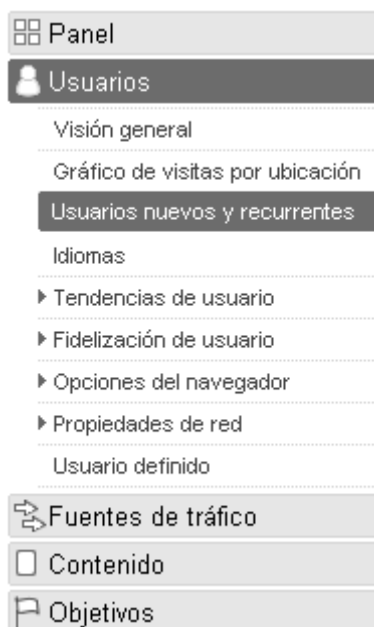
Objetivos del blog

Ya tenemos el blog en marcha, y los paquetes estadísticos trabajando. Ahora llega la pregunta del millón: qué objetivo tiene tu blog? A continuación especificaré algunos posibles objetivos.

1. Captación de nuevos clientes

Cuando hablo de clientes puedo estar hablando perfectamente de nuevos lectores o suscriptores. Si es así, lo que realmente te tiene que preocupar es cómo pueden recibir impactos de tu blog los potenciales clientes.

Por eso es necesario que analices **cómo** llegan tus clientes a tu blog. Puedes hacerlo usando Google Analytics, analizando los nuevos clientes.



Google te permite visualizar este segmento concreto de tus visitantes, y te da información de cómo llegan.

Cuando veas la información de los usuarios nuevos y recurrentes, clica sobre "Nuevo usuario" (New Visitor, porque parece que todavía no está traducido), y en el pequeño desplegable selecciona "Fuente".

Ahora puedes identificar cómo llegan los clientes a tu blog (Origen), y podrás optimizar tu estrategia en base a resultados, de forma objetiva. Vienen de comentarios que has hecho en otros blogs? Haz más comentarios! Vienen de buscadores? Asegúrate que las palabras clave son las apropiadas, y focaliza en el contenido. Quizá una campaña de [Google Adwords](#) te iría bien.



Consejo – Contenido por título

En la mayoría de temas de WordPress, el título de las páginas, que podrás encontrar en el fichero “Cabecera” del Editor de temas, es más o menos así:

```
<title><?php bloginfo('name'); ?> <?php if ( is_single() ) { ?> &raquo; Archive  
<?php } ?> <?php wp_title(); ?></title>
```

Cómo se traduce esto? Pues primero pone el nombre de tu blog, y luego el título de la página.

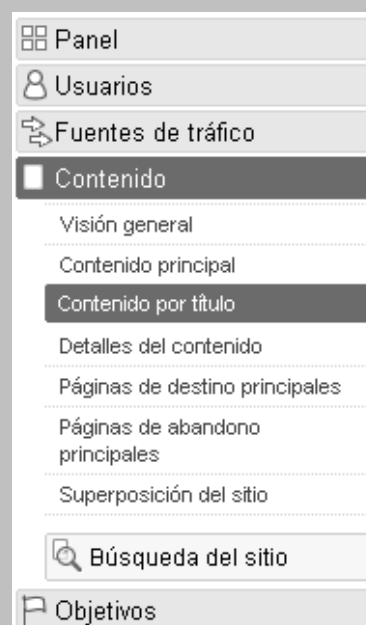
Si pones el título de la página en primer lugar ayudarás a Google a leer mejor las estadísticas de tus páginas, ayudarás a los buscadores a mejorar la puntuación de tus páginas, y a ti te será más cómodo mirar las estadísticas cuando mires el Contenido por Títulos.

Cambia el código anterior por:

```
<title>  
  <?php wp_title(); ?>  
  <?php if ( is_single() ) { ?> [Tu Nombre] &raquo; <?php } ?>  
  <?php bloginfo('name'); ?>  
  <?php if ( is_home() ) { ?> &raquo; [Tu Nombre] <?php } ?>  
</title>
```

Esto cambiará los títulos de todas las páginas, poniendo en primer lugar el título del artículo, seguido de tu nombre, y después el nombre del blog. Cuando lo hayas hecho, y Google haya podido analizar algunas páginas, puedes comprobar cómo lo muestra en el menú Contenido por títulos:

Además, has incorporado tu nombre al blog, con lo cual también estás haciendo un poco de promoción personal.



Ten en cuenta que con el contenido por título verás qué páginas se ven más de tu blog. Ajusta el contenido a estos artículos para mejorar el posicionamiento global de tu blog. Ahora tienes datos objetivos que antes no tenías. Actúa sobre tu blog, y comprueba qué comportamientos has provocado.



2. Retención de clientes

Si estás utilizando tu blog para mantener a clientes, tendrás que monitorizar los comentarios, las suscripciones a los *feeds* (ya sabes, FeedBurner), y el número de visitantes que repiten, para saber si lo que estás haciendo les gusta y les hace volver una y otra vez.

Los comentarios que he hecho antes en referencia a los nuevos clientes también valen aquí, evidentemente, pero seleccionando los visitantes recurrentes. Vuelve atrás para ver la metodología y la selección de menús de Google Analytics.

Ahora toca revisar qué hacen los usuarios recurrentes. Vete al menú Usuarios, y selecciona Usuarios nuevos y recurrentes. Cuando veas la información de los usuarios nuevos y recurrentes, clicas sobre "Usuario recurrente" (Returning Visitor, porque parece que aquí tampoco está traducido), y en el pequeño desplegable selecciona "Fuente". No hace falta que diga que ahora interesa que la cantidad de usuarios recurrentes sea más grande (tanto como quieras) que la cantidad de usuarios nuevos.

- Mira cuál es el origen de sus visitas, porque tienes que conseguir que vengan directamente. Míralo regularmente.
- Mira si ha utilizado palabras clave para llegar. Utilízalas.
- Comprueba si tu blog se ve bien con los dos navegadores mayoritarios: Internet Explorer y Firefox. En cualquier caso, vigila más el navegador que más se usa.
- Haz un seguimiento de usuarios exclusivos. Investiga.

La retención es importante (recuerda que es más fácil mantener a un usuario que conseguir nuevos). Tu blog se convierte en un diálogo con tus lectores y suscriptores... buscar nuevos clientes que estén interesados en tu temática es muy complicado. Mantenerlos es, por tanto, más importante si cabe. Sigue por tu camino, hazlo bien, sé transparente, sé frecuente (*be water, my friend*).

Analiza qué es lo que tus lectores y suscriptores leen y continúa escribiendo sobre estos temas.



3. Promoción personal

En este caso tienes que tener muchos aspectos en cuenta, como el ranking, el número de visitas, la autoridad que representas tu y tu blog en su temática, el número de enlaces, y también las visitas a tu página de contacto y, si tienes, a la página que habla de ti.

Eso no gustará a todos, es evidente, pero el hecho es que quieres que tu audiencia te considere una autoridad en la temática de tu blog. O no? Eso requiere que hables de ti mismo, que hagas promoción de tu persona, que escribas mucho y que lo hagas muy bien, y mucha, mucha comunicación. Aquel que atrae la atención de la gente es el que más grita... pero recuerda que debes mantener tensionada a tu audiencia. Si no mantienes la tensión la blogosfera te abandonará inmediatamente.

Una buena manera de promocionarte es haciendo uso del ranking de Technorati, que además te proporciona cuántos blogs te enlazan. Después de registrarte puedes visualizar tu información en la siguiente dirección:

<http://www.technorati.com/blogs/http://www.elteubloc.com>

Guárdala en tus favoritos y revísala regularmente.

Como ya he dicho en el apartado sobre indexabilidad, aquí también encontrarás los *tag clouds*, una información muy útil y visual para saber cuáles son tus palabras clave más importantes. Focaliza en ellas.

También te ofrece información sobre qué blogs te enlazan. Visítalos regularmente y deja tu opinión en forma de comentarios.

Y utiliza los retroenlaces! No pases por alto el siguiente consejo:



Consejo - retroenlaces

Cuando un blog te gusta o te enlaza sería interesante que hicieses algún comentario a modo de cortesía. A todos nos gusta eso.

También es muy interesante que, desde algún artículo tuyo, hagas una referencia a un artículo suyo. Haz servir la dirección permanente (permalink), porque así, seguramente, él o ella se darán cuenta de que lo has hecho.

Muchos blogs, además, tienen habilitada la opción de **trackback**, que traducido sería "retroenlace". Si encuentras esta opción hazla servir, porque justo después de publicar tu artículo la persona a la que haces referencia recibirá un comentario con lo que acabas de escribir, y un aviso de que lo has hecho. No es genial? Yo tengo mis retroenlaces visibles en todas partes. Espero que los hagas servir.

Cuando escribas una entrada busca:



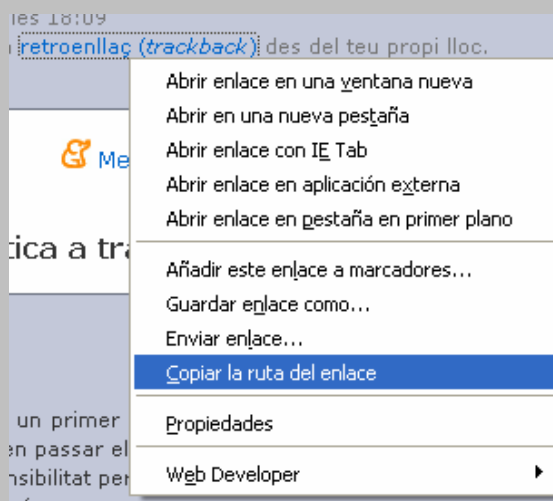
Retroenllaços

Enviar retroenllaços a: (Separa múltiples URI amb espais)

Escribes o copias su retroenlace (trackback) y listos!

Cómo copiar el retroenlace? Muy fácil. Haces clic con el **botón derecho** encima de su trackback y seleccionas la opción "Copiar la ruta del enlace". Vuelves al artículo que estás escribiendo, y en el cuadro de los retroenlaces vuelves a hacer clic con el botón derecho y seleccionas "Pegar".

Eso sólo es para los retroenlaces. Si no lo encuentras (eso pasa bastante) como mínimo usa la dirección permanente de su artículo, y haces referencia normal desde el texto que escribes. Habitualmente la dirección permanente es el título de su artículo, y la puedes copiar de la misma manera que el retroenlace. A veces le llaman "permalink".





4. Incremento de las ventas

En este caso es clave el seguimiento de las conversiones. Eso requiere un conocimiento más amplio de Google Analytics, porque debes establecer objetivos, hacer seguimientos de los visitantes que se convierten en clientes, etc.

Cómo? Cuando tu página de confirmación de ventas se muestra a un cliente, Google Analytics toma nota y sabe que has conseguido un objetivo. Después compara esta información con el total de visitas, y te ofrece un ratio de "conversión".

Otra posibilidad es echarle un vistazo a tu cuenta bancaria.... :-)

5. Hobby

Quizás todos los objetivos anteriores no te interesan para nada. También está bien, claro... :-)

Pero no dejes de escribir.



Conclusiones

Asegúrate de comparar siempre las mismas cosas. Lo puedes hacer utilizando el Calendario para filtrar las fechas de análisis. Para abrirlo clica en el triángulo que aparece a la derecha del intervalo actual.

11/10/2007 - 11/11/2007 ▾

Al clicarlo se abre el selector de fechas:

11/10/2007 - 11/11/2007 ▲

Calendario Orden cronológico

Septiembre							Octubre							Noviembre						
L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D
27	28	29	30	31	1	2	1	2	3	4	5	6	7	29	30	31	1	2	3	4
3	4	5	6	7	8	9	8	9	10	11	12	13	14	5	6	7	8	9	10	11
10	11	12	13	14	15	16	15	16	17	18	19	20	21	12	13	14	15	16	17	18
17	18	19	20	21	22	23	22	23	24	25	26	27	28	19	20	21	22	23	24	25
24	25	26	27	28	29	30	29	30	31	1	2	3	4	26	27	28	29	30	1	2

Intervalo: 11/10/2007 - 11/11/2007

Comparar con anterior

Aplicar intervalo cancelar

Aunque también puedes abrir la ventana de orden cronológico:

11/10/2007 - 11/11/2007 ▲

Calendario Orden cronológico

Intervalo: 08/07/2007 - 08/08/2007

Comparar con anterior

Aplicar intervalo cancelar

A mi me gusta revisar las estadísticas semana a semana, y mes a mes. Así puedo controlar si las visitas están aumentando, qué artículos se ven más, etc. Ten en cuenta que Google Analytics no es un software en tiempo real. Los datos que estás viendo son de hace algunas horas. Échale un vistazo a las estadísticas del día y verás hasta qué hora están actualizadas.

Los conceptos básicos del análisis del blog son fáciles. Es más difícil encontrar qué cosas interesan más a tus lectores y suscriptores. Puedes entretenerte un poco en el uso de este software y tratar de crear objetivos. Eso es un poco más divertido, y supone una motivación extra.

Cuando tengas los objetivos bien definidos, sólo tienes que analizar los datos, que actúes sobre el blog, y que revises los efectos que has generado. Acabarás encontrando la combinación ganadora.



Glosario

- **Blog** Inicialmente, se designaba a este tipo de webs como “Web **log**”, y de aquí surgió el término blog. En catalán se ha traducido como bloc, con ‘c’ final.
- **Paquete estadístico** Un programa que permite analizar qué pasa en tu blog, desde cuántas personas acceden, hasta las palabras que han buscado, pasando por el tipo de navegador, etc.
- **HTML** Acrónimo de “HyperText Markup Language”. Es una forma de organizar la información que llega al tu navegador, i que permite que se visualice de una determinada manera.
- **RSS** Acrónimo de “Really Simple Syndication”. Es una manera muy sencilla de organizar toda la información de tu blog sin los elementos decorativos del HTML, utilizando un estándar llamado XML.
- **XML** Acrónimo de “eXtensible Markup Language”. Es una manera de organizar la información con etiquetas, fácilmente interpretables por máquinas y humanos, y fácilmente transportable por Internet.
- **Tag cloud** Traducido sería “nube de etiquetas”, pero con eso no se aclara nadie. Se trata de una forma muy especial de visualizar las palabras clave de tu blog. Estas palabras “flotan” en una nube, donde las más grandes son las más importantes.
- **Retroenlace** Un [trackback](#).
- **Trackback** Es un mecanismo de comunicación entre blogs. Si en un blog A se hace referencia a un trackback del blog B, en el artículo referenciado del blog B aparecerá un comentario nuevo, que es parte del artículo publicado en el blog A
Mira qué dice [Wikipedia](#) sobre los trackbacks.
- **Plugin** Un programa adicional que se puede instalar en un blog. WordPress admite muchos plugins. En la sección de recursos de este documento encontrarás algunos.



Recursos

Wordpress

- <http://codex.wordpress.org> - Desde aquí puedes descargar el programa. Hay información sobre cómo instalarlo, y además encontrarás mucha información adicional.
- <http://www.wordpress.com> - La versión hosting de WordPress. Por tanto, no hace falta que tengas servidor.

Plugins de Wordpress

- <http://cavemonkey50.com/code/google-analyticator> - El mejor plugin de Google Analytics que he encontrado hasta ahora. Lo hace todo por ti, excepto crear la cuenta de usuario de Google.
- <http://orderedlist.com/wordpress-plugins/feedburner-plugin/> - El plugin que te permitirá modificar automáticamente todas las referencias a tus *feeds*.
- <http://www.arnebrachhold.de/projects/wordpress-plugins/google-xml-sitemaps-generator/> - El plugin que hace los sitemaps de Google.