

*IBM Digital Analytics Explore Guía del
usuario*



Contents

- IBM Digital Analytics Explore..... 1**
- Visión general de IBM Digital Analytics Explore1
- Características clave de Digital Analytics Explore.....1
- Integración de Digital Analytics Explore con IBM Tealeaf..... 4
- Requisitos del sistema..... 5
- Acceso a Digital Analytics Explore..... 5
- Visualización de informes..... 5
- Paneles de control, informes y comentarios..... 5
- Hacer que los informes Explore estén disponibles en otra aplicación..... 6
- Exportar datos de sesión de visitante a IBM Tealeaf..... 7
- Cómo trabajar con paneles de control.....7
- Cómo cambiar el tipo de gráfico..... 9
- Controles de cabeceras de informes 10
- Controles de lista de informes..... 13
- Configuración de informe..... 13
- Tabla de datos..... 13
- Vista de tendencia..... 14
- Comparación de periodos de tiempo..... 15
- Adición de anotaciones a un informe..... 15
- Compilación de informes de Digital Analytics Explore..... 16
- Elección de segmentos o filtros..... 16
- Métricas calculadas..... 18
- Métricas personalizadas..... 19
- Métricas de atribución de pulsación..... 20
- Notificación en todos los sitios..... 22
- Informes de lista sin formato..... 23
- Informes de jerarquía..... 32
- Informes de grupos personalizados 40
- Informes de comparación de segmentos..... 48
- Informes en directo..... 52
- Ciclo de vida..... 55
- Compilación de informes de Lifecycle..... 56
- Visualización de informes Lifecycle: ciclo de vida del comprador..... 59
- Ciclos de vida múltiples..... 62
- Integración de IBM Digital Analytics y de IBM Campaign..... 62
- Cómo integrar IBM Digital Analytics y Campaign..... 63
- Gestionar..... 63
- Informes..... 64
- Paneles de control..... 65
- Anotaciones..... 66
- Filtros..... 67
- Gestión de segmentos..... 67
- Métricas calculadas..... 68
- Métricas personalizadas..... 69
- Difusión de métricas personalizadas y calculadas 71
- Asignación del informe..... 71
- Atributos..... 72
- Mensajes de correo electrónico..... 72
- Supervisión de créditos de informe..... 73
- Módulos..... 73
- Módulo de registro..... 73

Módulo de atribución de impresión.....	74
Módulo multicanal.....	76
Módulo de extensiones de datos.....	78
Resolución de problemas.....	79
Preguntas más comunes	79
Precisión de datos.....	82
Recopilación de datos.....	82
Coherencia de datos.....	83
Sin dirección URL de referencia de página.....	84
Actualización de la resolución de problemas.....	84
Término no proporcionado.....	84
Atributos.....	84
Recopilación de atributos a través de etiquetas.....	85
Video_Measurement.....	87
Medición de Web 2.0.....	88
Medición de margen.....	89
Atributos de prácticas recomendadas.....	89
Información adicional de contacto.....	94
Soporte.....	96
Avisos.....	96
Marcas registradas	98
Términos y condiciones para la documentación del producto.....	98
Consideraciones de la política de privacidad	99

IBM Digital Analytics Explore

Bienvenido a la documentación de IBM® Digital Analytics Explore, donde puede encontrar información acerca de cómo crear y utilizar los informes de Digital Analytics Explore.

Para obtener los vídeos de instrucciones y los archivos PDF de la documentación de Digital Analytics Explore, [pulse aquí](#).

Visión general de IBM Digital Analytics Explore

Con IBM Digital Analytics Explore, puede utilizar los datos de Digital Analytics para diseñar, crear, distribuir y analizar sus propios informes mediante selecciones avanzadas de filas, columnas, filtros y segmentos.

Utilice Digital Analytics Explore para crear informes personalizados de todas sus iniciativas de marketing. Puede personalizar sus informes de varias maneras:

- Seleccione los tipos de informes flexibles para generar vistas de datos adecuadas para su negocio.
- Utilice las funciones de segmentación y filtrado para informar únicamente sobre los elementos de datos que considere importantes.
- Visualice datos de diferentes maneras y pase rápidamente de un gráfico a otro para descubrir relaciones de datos no descubiertas sin tener que exportar sus datos a una hoja de cálculo.
- Personalice su diseño de informe definiendo el rango de fechas y la recurrencia y seleccionando los campos de datos y métricas.

Retención de informes

Los informes se retienen en el sistema de Digital Analytics durante 13 meses (400 días). Cualquier informe con datos más antiguos de los 400 días es elegible para ser depurado, independientemente de la fecha de creación.

Por ejemplo, un informe puntual creado hoy para un rango de fechas de un día hace 400 días puede ser elegido para ser depurado mañana. Las mismas reglas se aplican a los informes recurrentes. Sin embargo, con los informes semanales, el último día en la semana fiscal marca el fin del periodo de 400 días, lo que da lugar a una retención de datos adicional de 6 días. Con los informes semanales, el último día en el mes fiscal marca el fin del periodo de 400 días, lo que da lugar a una retención de datos adicional de 30 días.

Retención de datos

Los datos de Explore se retienen 13 meses (400 días). Se pueden crear informes sobre datos de 13 meses anteriores si el sistema de Digital Analytics Explore ha procesado al menos 13 meses (400 días) de datos.

Características clave de Digital Analytics Explore

Explore contiene características que le ayudarán a analizar sus datos y a crear informes que le ayudarán con su negocio.

Tabla 1: Características de Explore

Característica	Descripción
Informes de prácticas recomendadas	¿Por dónde empiezo? ¿Qué tipo de análisis me proporciona valor de negocio inmediato? Obtenga nuevas perspectivas rápidamente con el cambio de canal de marketing, el compromiso del visitante y la oportunidad inmediata, analizando los nuevos informes estándar de prácticas recomendadas. Estos informes se aprovechan de la segmentación de zoom relacional, de grupo por capacidad y de sesión cruzada. Los informes también proporcionan comentarios para ayudarle a guiar las acciones que realiza con los datos.
Paneles de control	Quiero ofrecerle a mi gestor un panel de control estático sobre la campaña de 17 días que hemos llevado a cabo el mes pasado. Quiero crear un panel de control con todo el contenido filtrado para mi línea de negocio. Cree paneles de control de forma flexiva de cualquier combinación de informes de Digital Analytics Explore añadiendo informes a una vista de panel de control. También puede descargar los informes en un único cuaderno de Excel de varios separadores que consolidará sus informes valiosos.
IBM Digital Analytics Lifecycle	Necesito entender el ciclo de vida de un cliente y qué motiva a los clientes a seguir con la próxima meta. Necesito entender qué metas ya han alcanzado mis visitantes y cuáles son las campañas, productos y contenido que hacen avanzar a los clientes a través del ciclo de vida.
Zoom relacional	Para cada producto adquirido, ¿qué países han traído a los visitantes a mi sitio web? ¿Qué programas de marketing los han traído? Para facilitar la exploración rápida de sus escenarios de análisis, puede aprovechar el zoom relacional. Esta característica permite a los usuarios relacionar un conjunto de datos con uno u dos conjuntos de datos más y visualizar la actualización en pantalla a medida que aplica zoom.
Segmentación de sesión cruzada	¿Los visitantes que han realizado una búsqueda utilizando las palabras clave "hoteles en San Francisco" vuelven al sitio web utilizando palabras clave más específicas (por ejemplo, "Holiday Inn del aeropuerto de San Francisco")? Utilice el perfil LIVE para comprender cómo las acciones en las sesiones anteriores influyen en la actividad de otras sesiones y fechas.
Analítica en dispositivos móviles	¿Ha diseñado su sitio web para dar soporte a dispositivos móviles? ¿Debería? Utilice un conjunto de datos analíticos, incluida la información sobre dispositivos y soportes móviles. Correlacione esa información para entender el tipo de contenido visualizado, las zonas de los usuarios, las fuentes de marketing que se han tocado y otro tipo de datos analíticos.
Análisis de categorías cruzadas	¿Necesita ejecutar informes en los campos de datos? ¿Quizás necesita ver las promociones de marketing y las zonas en conjunto o la búsqueda natural y los eventos de conversión? Puede crear informes con cualquier combinación de campos de datos.
Comparación	¿A qué debo prestar atención? ¿Cuáles son los motivos principales o las anomalías? Añada contexto a cualquier informe recurrente seleccionando un rango de datos de comparación. Entonces podrá comparar ese rango de datos con otro rango de datos y ver el porcentaje de cambio.
Anotaciones de fecha	¿Este aumento o descenso es resultado de un evento o acción particular? Anote las fechas o rangos de fechas con comentarios sobre una campaña, un cambio de diseño en un sitio web u otro tipo de información que pueda ayudar a los usuarios a entender mejor el contexto de las fluctuaciones de datos.

Tabla 1: Características de Explore (continuado)

Característica	Descripción
Campos nuevos, métricas y criterios	¿Cómo de rápida es su conexión de usuario normal? ¿Cómo se comportan los visitantes que repiten en nuestro sitio web? Utilice campos de datos como la velocidad de conexión, el tipo de conexión, dispositivos móviles y redes móviles, además de nuevos criterios de segmentos como visitante nuevo/que repite, sesiones de los destacados y eventos iniciados, para crear el informe.
Mejoras en la experiencia del usuario	Para que la aplicación de Digital Analytics Explore sea más fácil de utilizar, los usuarios pueden utilizar las opciones de filtro actualizado y gestión de segmentos, la capacidad de seleccionar las columnas en la pantalla de gestión, una pantalla consolidada de administración/gestión, un menú de visualización izquierdo renovado, opciones de lista desplegable de vista de informe, incluido % del total y otras facilidades.
Analítica de atributos	<p>Recopile, informe, filtre y segmente en los siguientes tipos de atributos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Páginas (por ejemplo, búsqueda por autor, lengua y facetas) • Productos (por ejemplo, puntuación de revisión de marca y usuario) • Cestas (por ejemplo, color o tamaño) • Transacciones (por ejemplo, latencia de la reserva o código de promoción) • Elementos (por ejemplo, duración de vídeo o ubicación de pantalla) • Eventos de conversión (por ejemplo, tipo de registro o formato de descarga)
Informes aislados	<p>Informes aislados a solo su vista del mundo. Por ejemplo, puede diseñar informes que se centren en las siguientes áreas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Su unidad de negocio (por ejemplo, Software Group) • Su línea de producto (por ejemplo, zapatillas Reebok fabricadas en China), • Su área de contenidos (por ejemplo, editoriales escritas por Smith, Jones o Williams) • Otras áreas con filtros avanzados
Análisis relacional multidimensional	Aplique un único segmento multidimensional (por ejemplo, visitantes que vienen de Google utilizando un navegador Internet Explorer 7 y que han mirado el área de contenido de deportes) para cada informe o compare varios segmentos conjuntamente.
Agrupaciones Ad Hoc	Cree agrupaciones específicas (por ejemplo los estados del medio oeste incluyen Michigan, Illinois, Minnesota, Wisconsin y Ohio). Utilice estas agrupaciones para asegurar la categorización adecuada de sus datos en vez de un archivo de definición de categorías (CDF) obsoleto, o porque quiere agrupar datos de forma diferente al resto de su organización.
Visualizaciones dinámicas	Explore los informes resultantes como tablas y gráficos de datos. Cambie entre las vistas de sus datos como los gráficos de barra, burbuja, tarta y tendencias (línea). También puede elegir las filas que va a incluir en los gráficos y restringir los resultados buscando en las cadenas para que pueda ver la actualización dinámica de visualización.
Acceso restringido	Comparta de forma selectiva sus informes con unidades de negocio claves, organizaciones de terceros u otros. Puede guardar el informe, compartirlo con todos o con grupos de usuarios específicos.

Tabla 1: Características de Explore (continuado)

Característica	Descripción
Velocidad y escala	El procesamiento de informes de Explore se realiza a través de una arquitectura de servidor distribuida para asegurar que los sistemas puedan escalar para entregar informes complejos en conjuntos de datos amplios de forma rápida. La interfaz de usuario se crea en la plataforma de Adobe Flex para asegurar una rápida respuesta con cada selección de usuario.
Acceso de usuario ilimitado	Las organizaciones pueden proporcionar acceso a Digital Analytics Digital Analytics Explore a tantos usuarios como desee sin incurrir en gastos adicionales.
Exploración	Aproveche la libertad de crear cientos de informes para descubrir resultados clave, hipótesis de prueba y habilitar una organización controlada por analítica.
Analítica de Multi-Channel	Quiero una vista más amplia de mis clientes y evaluar la efectividad de los gastos de marketing en línea en las conversiones que se producen en mi sitio web. Importe la transacción fuera de línea y los datos de registro para crear informes que combinen actividades y conversiones en línea con compras completadas por los clientes en su tienda, centro de atención telefónica u otros canales fuera de línea.

Integración de Digital Analytics Explore con IBM Tealeaf

Los usuarios de Digital Analytics Explore y IBM Tealeaf pueden realizar el análisis cruzado de los datos de comportamiento de los visitantes capturados por separado mediante las dos soluciones.

Están disponibles las características siguientes en los entornos de Digital Analytics Explore integrados con IBM Tealeaf:

Analizar segmentos de Tealeaf en Digital Analytics Explore

Utilice los informes de Digital Analytics Explore para analizar los datos de la sesión del visitante que se importan desde IBM Tealeaf. Un segmento de Tealeaf consta de los valores de ID de sesión y los metadatos importados, incluido el nombre de segmento de Tealeaf y el rango de fechas.

Los segmentos de Tealeaf se pueden guardar en Explore mediante un enlace directo en la interfaz de usuario de IBM Tealeaf CX. Los segmentos de Tealeaf se pueden utilizar en informes de Lista sin formato, Jerarquía, Comparación de segmentos y Lifecycle en Explore.

Exportar datos de sesión a IBM Tealeaf

Puede exportar datos de sesión de visitantes como un segmento desde un informe de Explore para reproducir la sesión en IBM Tealeaf.

Conceptos relacionados

Segmentos de IBM Tealeaf en informes de Digital Analytics Explore

Puede utilizar las funciones de generación de informes de Digital Analytics Explore para analizar los datos de la sesión del visitante que se importan desde IBM Tealeaf. Un segmento de Tealeaf consta de los valores de ID de sesión y los metadatos importados, incluido el nombre de segmento de Tealeaf y el rango de fechas.

Tareas relacionadas

Exportar datos de sesión de visitante a IBM Tealeaf

Puede exportar a IBM Tealeaf los datos de sesión de visitante como un segmento desde informes de Lista sin formato, Jerarquía, Grupos filtrados, Comparación de segmentos o Lifecycle. A continuación, las sesiones del visitante se pueden reproducir en IBM Tealeaf.

Dirigirse a segmentos de visitantes de Lifecycle en otras aplicaciones

Puede dirigirse a segmentos seleccionados de visitantes desde un informe de Lifecycle a IBM LIVEmail, IBM Campaign o IBM Tealeaf.

Requisitos del sistema

Para ejecutar los productos de IBM Digital Analytics, debe ejecutar versiones específicas de software y navegadores que tienen una cantidad necesaria mínima de memoria.

Mantenga los siguientes requisitos de sistema:

- Software: Adobe Flash Player, V10 o V11
- Navegadores: Microsoft Internet Explorer, V9 o posterior. Mozilla Firefox, V29 o posterior. Chrome, V34 o posterior.
- Memoria: 1 GB RAM o más

Acceso a Digital Analytics Explore

Puede acceder directamente a IBM Digital Analytics Explore o desde otra aplicación de Digital Analytics.

Si su cuenta está habilitada para IBM Digital Analytics Explore, puede acceder de dos maneras:

- Si ya ha iniciado una sesión en una aplicación de IBM Digital Analytics, pulse **Explore** en el menú de navegación de la cabecera. La aplicación se abre y es autenticado de forma automática.
- Vaya al URL que se proporcionó a su organización al configurar la cuenta. En la página **Inicio de sesión**, especifique su ID de cliente y su contraseña y, a continuación, pulse **Iniciar una sesión**.

Si no conoce el URL, póngase en contacto con el soporte de software de IBM.

Visualización de informes

Vista es la primera ventana que aparece cuando accede a Digital Analytics Explore.

Inicialmente, la pantalla está vacía. Seleccione el [panel de control o informe](#) que desea visualizar. Al [ver un informe](#), esta ventana consta de tres paneles.

Panel	Los temas que describe
Izquierda	Paneles de control, informes y comentarios
Parte superior derecha	Gráfico de informe
Parte inferior derecha	Tabla de datos

Al [ver un panel de control](#), esta ventana consta de dos paneles.

Panel	Los temas que describe
Izquierda	Paneles de control, informes y comentarios
Derecha	Informes de paneles de control

Redimensione los cursores  que aparecen entre los paneles para que pueda redimensionar los paneles.

Ocultar  o **Mostrar**  oculta o muestra los paneles a los que señalan.

Paneles de control, informes y comentarios

El menú de navegación izquierdo contiene opciones de panel de control e informe ampliables, así como un panel de comentarios que se llena con información sobre el panel de control o informe seleccionado.

Redimensione el panel de control y el de informes utilizando los cursores de redimensionamiento  u oculte el panel utilizando el botón de ocultar .

Comentarios

La sección de comentarios muestra los comentarios para un informe seleccionado.

Visualización de paneles de control

Utilice este procedimiento para visualizar los paneles de control en Digital Analytics Explore.

Procedimiento

1. Para mostrar los paneles de control, pulse en **Paneles de control**, lo que abre la lista de las categorías de panel de control.
2. Para visualizar los paneles de control dentro de una categoría de panel de control, pulse en  al lado del nombre de categoría.
Aparecen los paneles de control en la categoría seleccionada. Para ocultar los paneles de control en una categoría, pulse en  al lado del nombre de categoría.
3. Pulse en el nombre de categoría para visualizar el panel de control y los informes que contiene.

Visualización de informes

Utilice este procedimiento para visualizar informes en Digital Analytics Explore.

Procedimiento

1. Al pulsar **Informes** se abre la lista de categorías de informe.
2. Para mostrar los informes dentro de una categoría de informe, pulse en  al lado del nombre de categoría.
Aparecen los informes en la categoría seleccionada. Para ocultar los informes en una categoría, pulse en  al lado del nombre de categoría.
3. Pulse en el nombre del informe para visualizar el [informe](#).

Hacer que los informes Explore estén disponibles en otra aplicación

Puede hacer que un informe de Explore esté disponible en otra aplicación de IBM Digital Analytics Explore creando un marcador para el informe. Los cambios efectuados en el informe en Explore se mostrarán en el informe cuando los usuarios lo vean en la otra aplicación.

Antes de empezar

Debe pertenecer a un grupo de usuarios con el permiso de Añadir marcadores para crear o eliminar marcadores. No puede marcar como favoritos los paneles de control ni los informes de ciclo de vida.

Acerca de esta tarea

Crear un marcador para un informe le permite compartir el informe con usuarios que no tienen acceso a Explore. Puede restringir el acceso a Explore para usuarios avanzados mientras realiza informes Explore disponibles a usuarios menos avanzados. Los informes marcados aparecen en la lista de informes en el panel de navegación lateral de la aplicación.

Puede crear marcadores para varios informes a la vez en la página que se abre cuando pulsa **Gestionar > Informes**.

Procedimiento

1. Visualice el informe que desea añadir como marcador.
2. Pulse el icono Añadir marcador ().
Aparece un menú de aplicaciones.
3. Seleccione la aplicación en la que desee colocar el marcador.

Exportar datos de sesión de visitante a IBM Tealeaf

Puede exportar a IBM Tealeaf los datos de sesión de visitante como un segmento desde informes de Lista sin formato, Jerarquía, Grupos filtrados, Comparación de segmentos o Lifecycle. A continuación, las sesiones del visitante se pueden reproducir en IBM Tealeaf.

Acerca de esta tarea

Utilice este procedimiento para exportar datos desde informes de Lista sin formato, Jerarquía, Grupos filtrados o Comparación de segmentos. Para exportar datos de Lifecycle a IBM Tealeaf, consulte [“Dirigirse a segmentos de visitantes de Lifecycle en otras aplicaciones”](#) en la página 61.

Procedimiento

1. Abra el informe que contiene las sesiones que desea exportar.
2. Pulse el icono **Destino** () .
3. Seleccione **IBM Tealeaf: Reproducir sesiones de segmento en IBM Tealeaf**.
4. En el diálogo emergente, especifique la siguiente información para completar la exportación:
 - a) Especifique un nombre de segmento o acepte el nombre predeterminado.
 - b) Si el informe incluye varias columnas de visualización, seleccione la columna que desea utilizar para crear el segmento.
 - c) Escriba una dirección de correo electrónico donde desea que se le envíe una notificación cuando se haya completado la exportación.
5. Pulse **Exportar**.

Conceptos relacionados

[Integración de Digital Analytics Explore con IBM Tealeaf](#)

Los usuarios de Digital Analytics Explore y IBM Tealeaf pueden realizar el análisis cruzado de los datos de comportamiento de los visitantes capturados por separado mediante las dos soluciones.

Cómo trabajar con paneles de control

Puede crear o eliminar paneles de control y añadir y reorganizar informes en un panel de control siguiendo los pasos específicos.

Creación de un panel de control

Utilice este procedimiento para crear un panel de control en Digital Analytics Explore.

Procedimiento

1. Seleccione **Paneles de control** en el menú de navegación izquierdo.
2. Pulse en  o seleccione **Acciones > Crear panel de control**.

Se abre la ventana **Crear panel de control**.
3. Especifique un nombre para el panel de control y seleccione una categoría existente.

Para crear una nueva categoría, seleccione **Nueva categoría** del menú y escriba el nombre de la categoría.
4. Pulse en **Añadir panel de control**.

Resultados

Aparece el nuevo panel de control.

Qué hacer a continuación

Añadir informes al nuevo panel de control.

Adición de informes al visualizar un panel de control

Utilice este procedimiento para añadir informes a un panel de control existente.

Antes de empezar

Debe haber intervalos disponibles en el panel de control antes de añadir informes.

Procedimiento

1. Al visualizar el panel de control, pulse en  en la parte superior derecha o el  en la columna Paneles de control a la izquierda de la pantalla.

En los intervalos libres aparece Arrastrar y soltar informe aquí.

2. Pulse en **Informes** en el menú de navegación izquierdo y localice el informe deseado.
3. Pulse en el informe y arrástrelo al intervalo deseado.

El informe se muestra en esta posición en su formato predeterminado (gráfico de barras, gráfico de tarta o gráfico de burbujas).

4. Pulse en **Guardar** en la parte superior derecha.

Adición de informes al visualizar informes

Utilice este procedimiento para añadir informes a un panel de control al visualizar informes.

Antes de empezar

Debería tener un informe abierto.

Procedimiento

1. Pulse en  en la parte superior derecha del informe.

Aparece la ventana **Añadir a panel de control**.

2. Seleccione una de las siguientes opciones.

- **Añadir a nuevo panel de control** para crear un nuevo panel de control y añadir el informe actual. Utilice nombre significativos para la categoría de panel de control y para el nombre de panel de control y, a continuación, pulse en **Añadir panel de control**.

La categoría de panel de control y el panel de control vacío se crean y se añaden a la lista de paneles de control. El informe aparece cuando abre este panel de control.

- **Añadir a un panel de control existente** para añadir el informe a una categoría de panel de control existente.
 - a. Pulse en el botón  antes de que una categoría de panel de control muestre los paneles de control que contiene.
 - b. Pulse en el nombre de panel de control al que va a añadir el informe.

Reorganización de informes en un panel de control

Utilice este procedimiento para reorganizar informes en un panel de control.

Antes de empezar

Debe tener un panel de control abierto antes de seguir.

Procedimiento

1. Pulse en  en la parte superior derecha o  en la columna del panel de control a la izquierda de la pantalla.

Aparecen los controles para cada informe en el panel de control.

2. Pulse en **Pulse aquí para arrastrar** y suelte el informe en el centro del intervalo deseado del panel de control. Si ya existe un panel de control en esta posición, los informes cambian las posiciones.

Supresión de un panel de control

Utilice este procedimiento para eliminar un panel de control.

Antes de empezar

Debe visualizar el panel de control que quiere eliminar.

Procedimiento

- Pulse en  en la columna de Paneles de control a la izquierda de la pantalla.

Cómo cambiar el tipo de gráfico

Existe la posibilidad de seleccionar varios tipos de gráfico al visualizar un informe de Digital Analytics Explore.

Procedimiento

Pulse en el icono apropiado para seleccionar el formato de barra () , pastel () o burbuja (). Pulse en **CTRL** y en el icono adecuado para seleccionar dos o más formatos de gráfico.

Cada gráfico muestra solo información para las filas seleccionadas de la tabla de datos. Los valores de las columnas de visualización para las filas seleccionadas aparecen a la derecha de cada gráfico.

Tabla 2: Tipos de gráfico y notas de uso

Icono de gráfico	Notas de uso
	<p>Para un gráfico de barra, el eje X (horizontal) es la primera columna seleccionada cuando se crea el informe. Si su informe tiene más de una métrica, puede seleccionar una métrica alternativa para que aparezca en la métrica del eje Y de la lista que está situada por encima del gráfico.</p> <p>Al mover el cursor por encima de cada barra aparecen los valores precisos de las columnas de visualización y la métrica seleccionada. mover el cursor por encima de cada barra aparecen los valores precisos de las columnas de visualización y la métrica seleccionada.</p> <p>Si ha seleccionado Comparar, los valores del segundo periodo aparecen a la derecha del gráfico y en color más claro.</p>
	<p>Para obtener un gráfico de tarta, seleccione la métrica que va a utilizar de la lista disponible. Si el informe tiene más de una métrica, puede cambiar a una métrica diferente utilizando el menú de métricas.</p> <p>Al mover el cursor sobre cada porción de tarta, aparece su valor y el porcentaje del total que comprende la métrica.</p> <p>Si ha seleccionado Comparar, aparecerán dos gráficos de tarta separados.</p> <p>Nota: La tarta siempre refleja las filas seleccionadas como 100% incluso si las filas seleccionadas no son iguales al 100% de su conjunto de datos.</p>

Tabla 2: Tipos de gráfico y notas de uso (continuado)

Icono de gráfico	Notas de uso
	<p>Para una gráfica de burbujas, aparecen las listas que le permiten seleccionar las métricas del eje X y del Y y la métrica que se va a utilizar para el tamaño de burbuja. Los gráficos de burbuja solo están disponibles si ha seleccionado dos o más métricas.</p> <p>Al mover el cursor sobre cada burbuja aparece el valor preciso de cada métrica.</p> <p>Si ha seleccionado Comparar, las burbujas del segundo periodo están enlazadas con líneas punteadas en color más claro.</p>

De forma predeterminada, las 10 filas superiores se pasan a una gráfica de barras o en el caso de un informe de grupos filtrados, se realiza una gráfica de cada grupo. Para cambiar las filas o el número de filas, consulte los valores descritos en la [Tabla de datos](#).

Controles de cabeceras de informes

Los informes de Digital Analytics Explore muestran controles que puede utilizar para alterar el informe.

Tabla 3: Controles de informes en Digital Analytics Explore

Gráfico de control en imagen	Descripción
	Muestra si el informe se ha creado para utilizar todos los datos o una muestra de los datos.
	Muestra el gráfico como un <u>informe</u> o <u>vista de tendencia</u> .
	Abre la ventana <u>Configuración de informe</u> . (Pulsar en el calendario tiene el mismo efecto). Para los informes recurrentes, defina el periodo o el número de periodos en los que quiere mostrar las tendencias, si son los adecuados. Para un informe puntual, este control muestra los datos de informes.
	Pulse para renovar la lista de informes.
	<p>El periodo que utiliza para los datos. Si este es un informe recurrente, el informe se establece de forma predeterminada en el último periodo procesado y puede seleccionar el periodo mostrado de una lista.</p> <p>Nota: Ni el cuadro de comparación ni el segundo botón de fecha se muestran para informes únicos.</p> <p>Si selecciona esta casilla de verificación, se lleva a cabo una comparación entre los dos periodos de tiempo. Los informes puntuales no muestran una segunda fecha.</p>

Tabla 3: Controles de informes en Digital Analytics Explore (continuado)

Gráfico de control en imagen

Descripción



Pulse para ejecutar un informe completo desde un informe de ejemplo. Esta acción vuelve a ejecutar el informe actual contra todos los datos y consume el crédito adicional de un informe (Conjunto de datos completo). El nuevo informe se guarda en la misma carpeta de informe que el informe actual y el sufijo " - Todos los datos" se añade al nombre del informe.



(Vista de informe) Muestra un menú de los métodos para seleccionar los visitantes seleccionados.

Si está habilitado en IBM Campaign y tiene acceso a Export, puede ir destinado a usuarios o segmentos a través de IBM Campaign.

Al seleccionar un método se abre una ventana con las opciones que debe configurar para este método.



Pulse para crear un marcador para este informe en una aplicación o eliminar un marcador existente. Seleccione la aplicación bajo **Añadir marcador en** o **Eliminar marcador desde** en el menú que se despliega al pulsar el icono.



Indica que la configuración del informe actual incluye un filtro. Pulsando en este icono se abre la configuración del informe.

Tabla 3: Controles de informes en Digital Analytics Explore (continuado)

Gráfico de control en imagen	Descripción
	<p>Envía por correo electrónico un informe configurado previamente a una lista de distribución y puede incluir valores de distribución más avanzados. La frecuencia del informe determina la frecuencia del correo electrónico enviado. Un informe puntual se entrega "de forma instantánea y solo una vez". Puede configurar un informe diario para que se entregue "de forma instantánea y solo una vez", "diariamente", "semanalmente" o "mensualmente". Puede configurar un informe semanal para que se proporcione "instantáneamente o sólo una vez" o "semanalmente". Puede configurar un informe mensual para que se proporcione "instantáneamente y sólo una vez" o "mensualmente". Puede configurar un informe en directo para que se proporcione "instantáneamente y sólo una vez".</p> <p>De forma opcional, en todos los tipos de informes excepto para los informes en directo, puede seleccionar cuántos periodos incluir. Por ejemplo, es posible que desee enviar un informe semanalmente que contenga una granularidad de los últimos siete días. También puede elegir distribuir solo las filas seleccionadas o todas las filas y declarar el tipo de archivo adjunto deseado como Excel o CSV. Si configura un informe para que se ejecute con frecuencia (no de forma instantánea y solo una vez), podrá editar, eliminar o detener el correo electrónico desde Gestionar correos electrónicos.</p>
	<p>(Solo Vista de tendencia) Abre la ventana Añadir anotación de fecha, para que pueda anotar la vista de tendencia. Este control sólo se visualiza en la vista de tendencia.</p>
	<p>Abre la ventana Añadir a panel de control, por lo que puede añadir el informe actual al panel de control.</p>
	<p>Descarga la tabla de datos para un informe. Seleccione Excel o CSV o PNG para especificar el formato de descarga. Los gráficos no se incluyen en las descargas Excel o CSV. La descarga de Excel incluye metadatos de informe (por ejemplo, filtros aplicados y criterios de segmentos).</p>
	<p>Abre el diálogo del navegador estándar para imprimir las páginas web.</p>

Nota: Los informes en directo también incluyen un icono de renovación  a la derecha del icono de impresión, que actualiza los datos en tiempo real que se visualizan en el informe.

Controles de lista de informes

La lista de informes a la izquierda de la pantalla contiene iconos para controlar los informes.

Tabla 4: Controles de lista de informes

Icono	Descripción
	Este control inicia el diálogo Crear informe nuevo .
	<p>Si es el creador del informe o un administrador, este control abre el diálogo Editar informe del informe. Si la configuración de informe está inhabilitada no podrá editar.</p> <p>Las ediciones en un informe puntual o recurrente detenido no se vuelven a procesar. Sólo puede editar el nombre del informe, la categoría del informe y los comentarios. Para realizar ediciones más relevantes, utilice la opción Guardar como.</p> <p>Las ediciones en un informe recurrente activo se reflejan en las nuevas ejecuciones del informe, pero no cambian los informes procesados históricamente.</p> <p>Las ediciones de los informes en directo se aplica cuando se actualizan los resultados de informes. Puede editar cualquier de los parámetros de un informar en directo.</p>
	Elimina el informe seleccionado.

Configuración de informe

Esta ventana aparece cuando pulsa en **Configuración de informe**.

El contenido de la ventana depende del tipo de informe que está visualizando.

Informes puntuales

Para un informe puntual, la ventana muestra detalles de informe y comentarios de usuario.

Informes recurrentes

Además de los detalles de informe y comentarios, la ventana incluye un calendario. Puede seleccionar un periodo del informe diferente del calendario.

Tendencia

Además de los detalles de informe y comentarios, la ventana incluye un calendario. Puede seleccionar el número de periodos de informe en los que quiere definir una tendencia para este periodo y el último periodo incluido.

Pulse en **Actualizar informe** para aceptar los cambios hechos y volver a la ventana del visor o **Cancelar** para cerrar sin realizar cambios.

Tabla de datos

La tabla de datos muestra los datos para el informe en una tabla.

La tabla de datos para el informe seleccionado aparece inicialmente en el panel inferior derecho, aunque se puede redimensionar utilizando los cursores de redimensión  , ocultar utilizando el botón de ocultar , o ampliar para llenar el panel completo utilizando el botón de ampliación .

Puede controlar la información en la tabla de datos a través de los diferentes controles y opciones de la tabla.

- Los recuadros de selección le permiten seleccionar las filas que van a aparecer en la gráfica del informe. Al seleccionarlos, un recuadro de selección muestra el color de la barra correspondiente, de la porción de tarta o de la burbuja en el gráfico. Asimismo, puede utilizar el menú desplegable en el encabezado

de la primera columna para mostrar los 5, 10 o 20 resultados destacados, en lugar de pulsar cada recuadro de selección.

- El **filtro de búsqueda** restringe las filas mostrando solo aquellas que contienen una cadena específica. Se busca en todas las columnas de visualización el texto especificado.
- Si se selecciona, **Comparar** muestra dos columnas adicionales para cada métrica. Una muestra el valor para el segundo periodo, la otra muestra el cambio de porcentaje entre las dos.
- Pulse en la flecha del encabezado para cada columna y métrica en la tabla de datos (incluidas las columnas de comparación de métricas y de cambio de porcentaje) para ordenarlas utilizando la columna seleccionada. Puede ordenarlas de forma ascendente o descendente.
- Utilice el menú desplegable en el encabezado de la primera columna para mostrar todos los resultados o solo los 5, 10 o 20 resultados destacados del menú de la primera columna.

Informes diferentes tienen funciones de visualización diferentes.

Informes de lista sin formato

Para los informes de lista sin formato, se muestra una fila por combinación de columna de visualización seleccionada cuando se crea el informe además de una fila de totales en la parte superior de la tabla. Las columnas se muestran para cada métrica seleccionada.

Si ha creado [Zooms relacionales](#) para un informe de lista sin formato, cada fila con datos relacionales tendrá un botón de lupa  por cada combinación de columna de visualización. Pulse aquí para abrir el zoom relacional correspondiente.

Informes de jerarquía

Para informes de jerarquía, se muestra una fila por cada valor para la primera columna de visualización. Puede ampliar cualquier fila para ver los valores asociados a la segunda columna de visualización. En caso de que haya más de dos columnas de visualización, puede ampliar cualquier fila secundaria para ver los valores asociados a las columnas de visualización adicionales. Puede ampliar o contraer las filas pulsando en **+** o **-**, respectivamente.

Informes de grupos filtrados

Para los informes de grupo filtrado, se muestra una fila para cada grupo con columnas para una métrica seleccionada. Puede ampliar o contraer las filas pulsando en **+** o **-**, respectivamente.

Informes de comparación de segmentos

Para los informes de comparación de segmentos, se muestra una fila para cada periodo de informe que contenga columnas para cada segmento seleccionado cuando el informe fue creado.

Informes de Lifecycle

Para los informes de Lifecycle, aparece una tabla de datos al aplicar zoom en una meta o en un segmento de visitantes migradores.

Informes en directo

Para los informes en directo, se muestra una fila por combinación de columna de visualización seleccionada cuando se crea el informe. Las columnas se muestran para cada métrica seleccionada.

Informes en directo predeterminados del día actual. Puede seleccionar solo días individuales dentro de los últimos ocho días para ver los datos en tiempo real.

Vista de tendencia

Para los informes de frecuencia diaria, semanal o mensual, el botón de tendencia  está activado y se ofrece como una opción en el menú de Informe. La vista de tendencia muestra una fila por fecha que le permite representar una métrica seleccionada en el tiempo mostrando los totales de periodo o los totales acumulativos.

Si el informe tiene más de una métrica, puede cambiar a una métrica diferente utilizando el menú de métricas. De forma opcional, puede visualizar la gráfica de tendencias como una tendencia acumulativa seleccionando la opción de acumulación en la parte superior de la página de tendencias.

En la vista de tendencias, puede:

- Seleccionar el número de periodos y el periodo final desde la ventana [Configuración de informe](#).
- Seleccionar la métrica que se va a representar desde la lista que está más a la izquierda.
- Seleccionar el tipo de tendencia, si es estándar o acumulativa, de la lista que está más a la derecha.

La vista de tendencia también soporta [Anotaciones](#) para todos los informes excepto los informes en directo.

Para los informes en directo, se muestra la vista de tendencia de datos en tiempo real de todas las horas del día actual. Informes en directo predeterminados del día actual, también puede seleccionar otros días individuales dentro de los últimos ocho días.

Comparación de la vista de tendencia para informes en directo

Con los informes en directo, puede comparar las tendencias por hora del día seleccionado con otro día. Seleccione el recuadro de selección para el segundo periodo en la cabecera del informe y seleccione el día utilizando la ventana de Configuración de informe. Puede escoger el tipo de tendencia estándar y acumulativo para ver la comparación.

Comparación de periodos de tiempo

En un informe recurrente o en un informe de Live, se puede seleccionar un segundo periodo de tiempo para la comparación.

Acerca de esta tarea

Con los informes de Live se pueden comparar periodos de tiempo en la vista de tendencia. Para otros informes recurrentes, seleccione la vista de informe para comparar periodos de tiempo.

Procedimiento

En un informe recurrente o en un informe de Live, pulse el recuadro de selección **Comparar** en el recuadro Periodo B encima del gráfico del informe.

El diagrama visualiza los resultados para ambos periodos. Cada periodo se etiqueta como A y B, y los segmentos del diagrama correspondientes al segundo periodo aparecen en color más claro. La tabla de datos muestra columnas para ambos periodos.

Adición de anotaciones a un informe

La función de anotación le permite señalar eventos importantes (por ejemplo, vacaciones, campañas, temporadas o acontecimientos poco usuales) en los gráficos de tendencia que aparecen en Digital Analytics Explore.

Acerca de esta tarea

Pueden ser de fecha única o un periodo de tiempo. Puede publicar anotaciones para que todos los usuarios puedan verlas o para que solo sean visibles para su cuenta.

También puede elegir mostrar anotaciones que haya configurado al marcar **Mis anotaciones** o mostrar anotaciones configuradas por otros usuarios al marcar **Anotaciones compartidas**.

Al mover el cursor sobre un botón de anotación aparecen detalles sobre el evento, o puede editar o suprimir la anotación.

[Tabla 5 en la página 16](#) muestra los colores de la anotación y su significado.

Tabla 5: Colores de anotación

Icono	Color	Significado
	Púrpura	La fecha de inicio de anotación es anterior a la primera fecha incluida en la vista de tendencias
	Rojo	Una anotación de día único.
	Azul	Una anotación de varios días. El periodo de anotación aparece en azul claro. Si se solapan dos periodos de varios días, el solapamiento aparece en azul oscuro.
	Doble	Se han añadido dos o más anotaciones con la misma fecha de inicio. Pulse en esta anotación para mostrar los detalles de todas las anotaciones con la misma fecha de inicio.

Procedimiento

Pulse en el botón de anotación () en la parte superior derecha de una vista de tendencias para mostrar la ventana Añadir fecha de anotación.

También puede configurar anotaciones en la pantalla Gestión de anotaciones.

Compilación de informes de Digital Analytics Explore

Elija cualquiera de los tipos de informe disponibles para crear un nuevo informe de Digital Analytics Explore: Lista sin formato, Jerarquía, Comparación de segmentos de Lifecycle (para los usuarios con licencia) y en directo.

Para acceder a la página Crear informe nuevo, pulse **Crear informe nuevo** en el lateral del panel de navegación. A continuación, pulse **Crear** para acceder a la página de configuración de informes para el tipo de informe seleccionado. Utilice las pestañas en la página para configurar el informe. Las pestañas marcadas con un asterisco (*) son obligatorias para finalizar el informe.

Para todas las pestañas, las tablas de ejemplo que muestran columnas y métricas seleccionadas aparecen en la parte superior de la pantalla. Se pueden ocultar pulsando en el icono , se pueden visualizar pulsando en el icono de  o redimensionar con el icono de redimensión .

Después de configurar los valores del informe, pulse en **Enviar**. Si la configuración es válida, se guarda un mensaje que hace constar el informe y se muestran los enviados. Una vez generados la lista sin formato, jerarquía y comparación de segmentos Si la configuración es válida en la pestaña de informe en el panel de navegación lateral. Los informes en directo y los de ciclo de vida están disponibles en las pestañas de informes en directo y de ciclos de vida. Todos los informes están disponibles desde en la pestaña Gestionar.

Elección de segmentos o filtros

Gran parte de la potencia de Digital Analytics Explore radica en sus flexibles funciones de segmentación y filtrado.

¿Cuál es la diferencia entre un segmento y un filtro?

Un filtro reduce el informe a las filas que coinciden exactamente con sus criterios. Un segmento limita su informe a las sesiones que coinciden con sus criterios. Por ejemplo, supongamos que hay han tenido lugar 3 sesiones en su sitio web:

- En la sesión 1 ha visitado INICIO, a continuación DEPORTES y, finalmente, INICIO y ha salido.
- En la sesión 2 ha visitado INICIO, a continuación NEGOCIOS, DEPORTES, NEGOCIOS y ha salido.
- En la sesión 3 ha visitado INICIO, a continuación NEGOCIOS y ha salido.

Un resultado de la actividad se parecería a [Tabla 6 en la página 17](#).

Tabla 6: Un ejemplo de la actividad total para el sitio

Página	Sesiones	Páginas vistas
TOTAL	3	9
INICIO	3	4
DEPORTES	2	2
NEGOCIOS	2	3

Si aplica un filtro de **Página** de **deportes** usted solo tiene en cuenta las filas que coinciden con su criterio y el informe se parece a [Tabla 7 en la página 17](#).

Tabla 7: Actividad de ejemplo filtrada para deportes

Página	Sesiones	Páginas vistas
TOTAL	2	2
DEPORTES	2	2

Si aplica un segmento de **Página** de **deportes** usted tiene en cuenta todas las sesiones que coinciden con sus criterios y obtiene los resultados de la sesión 1 y la sesión 2 (pero no de la sesión 3) tal como se indica en [Tabla 8 en la página 17](#).

Tabla 8: Actividad de ejemplo segmentada para deportes

Página	Sesiones	Páginas vistas
TOTAL	2	7
INICIO	2	3
DEPORTES	2	2
NEGOCIOS	1	2

Utilice un filtro para aislar el conjunto de informes para su visión del mundo (por ejemplo, solo artículos que haya escrito Smith o solo productos de la marca Reebok). Cada fila de datos en el conjunto de resultados coincidirá con sus criterios de filtros.

Utilice un segmento para:

- Realizar un análisis relacional (por ejemplo, de los que llegaron a través de las campañas de correo electrónico y han visualizado 3 o más páginas en su sesión, ¿quiénes completan los eventos de conversión?)
- Entender las afinidades (por ejemplo, los que miran los productos en la categoría de pesca, ¿a qué otras categorías de productos miran durante la sesión?)
- Entender el estilo de los visitantes (por ejemplo, visitantes comprometidos en relación con los que utilizan google y a los aficionados al deporte)

Consideraciones de tipo de informe

- Para los informes de lista sin formato, puede aplicar de manera opcional tanto un filtro como un segmento.

- Para los informes de grupos filtrados, utilice filtros para crear hasta diez grupos por informe y aplicar de forma opcional un segmento.
- Para los informes de comparación de segmentos, los filtros no son aplicables y puede realizar informes de hasta diez segmentos.
- Los segmentos no están disponibles para informes en directo.
- Los segmentos de IBM Tealeaf sólo se pueden utilizar en informes puntuales (informes que se ejecutan de forma instantánea y una sola vez) de Lista sin formato, Comparación de segmentos, Jerarquía o Lifecycle.

Conceptos relacionados

Métricas personalizadas

Una métrica personalizada es una métrica definida por el usuario en base a una métrica estándar o un campo de atributo. Puede definir tres tipos de métricas personalizadas: métricas de segmento, métricas de filtro y métricas de atributo. Además, puede utilizar la característica de métricas personalizadas para crear un alias de una métrica estándar con un nombre personalizado.

Segmentos de IBM Tealeaf en informes de Digital Analytics Explore

Puede utilizar las funciones de generación de informes de Digital Analytics Explore para analizar los datos de la sesión del visitante que se importan desde IBM Tealeaf. Un segmento de Tealeaf consta de los valores de ID de sesión y los metadatos importados, incluido el nombre de segmento de Tealeaf y el rango de fechas.

Puede utilizar los segmentos de Tealeaf en informes de Lista sin formato, Jerarquía, Comparación de segmentos o Lifecycle que se ejecutan una sola vez, sin datos de zoom relacionales. Para utilizar un segmento de Tealeaf en un informe, debe haber al menos una fecha en el rango de fechas del segmento de Tealeaf dentro del rango de fechas del informe. Si ninguna de las fechas del segmento de Tealeaf están dentro del rango de fechas del informe, no se podrá seleccionar el segmento para el informe. El informe devuelve datos únicamente para el rango de fechas del segmento.

Los segmentos de Tealeaf se listan dentro de la categoría Tealeaf en la página Segmentos (**Gestionar > Segmentos**). No puede editar el segmento de Tealeaf dentro del Explorador.

Para obtener más información acerca de cómo exportar los ID de sesión de IBM Tealeaf en Digital Analytics, consulte la sección Exportar datos de la sesión en la publicación *IBM Tealeaf cxImpact Guía del usuario*.

Conceptos relacionados

Integración de Digital Analytics Explore con IBM Tealeaf

Los usuarios de Digital Analytics Explore y IBM Tealeaf pueden realizar el análisis cruzado de los datos de comportamiento de los visitantes capturados por separado mediante las dos soluciones.

Métricas calculadas

Una métrica calculada en Digital Analytics Explore es una métrica definida por el usuario que consta de una fórmula que se construye a partir de una o más métricas existentes, operadores, o constantes. Puede incluir métricas calculadas en informes de Lista sin formato, Jerarquía, Comparación de segmentos y Ciclo de vida. Las métricas calculadas no están disponibles en los informes en directo.

Puede crear métricas calculadas y añadirlas a un informe solo cuando esté creando o editando un informe. Para obtener detalles, consulte los temas para el tipo de informe que esté creando.

Puede editar, copiar y suprimir métricas calculadas al crear o editar un informe o utilizando la página **Gestionar > Métricas calculadas**. Para obtener detalles sobre la página de métricas calculadas, vea “Métricas calculadas” en la página 68.

Puede trabajar con métricas calculadas utilizando cualquiera de las pestañas de creación de informes que le permiten añadir métricas a un informe. Consulte los temas del tipo de informe que está creando para obtener detalles sobre cómo acceder y utilizar dichas las pestañas.

Nota: Una métrica calculada basada en una métrica de atribución de pulsación puede necesitar un tiempo de proceso adicional.

Directrices para trabajar con métricas calculadas

Las directrices siguientes se aplican a trabajo con métricas calculadas.

- Algunas pestañas de creación de informes, incluidas Columnas y métricas, zoom relacional y zoom, requieren que se seleccione una o más columnas que se visualizarán antes puede trabajar con métricas calculadas. Después de seleccionar columnas, la pestaña calculada muestra las métricas calculadas existentes que utilizan solamente las métricas estándar disponibles que se pueden aplicar a las columnas de visualización seleccionadas. Además, las métricas disponibles para generar una fórmula de métricas calculadas incluye solo métricas que se pueden aplicar a las columnas seleccionadas.
- Las constantes en una fórmula de métrica calculada pueden ser números enteros o decimales.
- Si los errores de la fórmula dan lugar a una expresión no válida, se muestra un error. Debe solucionar los errores para poder guardar la métrica calculada.
- Una métrica calculada se puede suprimir o editar solo por el usuario que la creó o un administrador.
- Si edita una métrica calculada que está siendo usada por un informe, los valores editados únicamente se aplican a los informes que no han sido procesados. La nueva fórmula de la métrica se aplica a informes en adelante; los informes recurrentes de Explore no están retroprocesados para utilizar la nueva métrica. Los informes actuales para fechas pasadas siguen visualizando valores de basados en la fórmula original de la métrica calculada.
- Si trata de suprimir una métrica calculada que está utilizando un informe, aparecerá un mensaje, en el que se listan todos los informes que utiliza la métrica calculada. Los informes que utilizan la métrica calculada deben suprimirse para poder suprimir la métrica calculada.

Métricas personalizadas

Una métrica personalizada es una métrica definida por el usuario en base a una métrica estándar o un campo de atributo. Puede definir tres tipos de métricas personalizadas: métricas de segmento, métricas de filtro y métricas de atributo. Además, puede utilizar la característica de métricas personalizadas para crear un alias de una métrica estándar con un nombre personalizado.

Puede utilizar cualquier campo de métrica o atributo estándar como base de una métrica personalizada. No puede utilizar una métrica calculada u otra métrica personalizada como base de una métrica personalizada.

Utilice la página **Gestionar > Métricas personalizadas** para crear, editar, copiar y suprimir métricas personalizadas.

Métricas de segmento

Una métrica de segmento devuelve datos de métrica solo para sesiones que coinciden con una definición de segmento. Por ejemplo, puede aplicar un segmento a la métrica estándar de Ventas/Sesión que limita los resultados a sesiones desde usuarios de dispositivo móvil. La lógica de segmentación se aplica solo a la métrica base seleccionada y no a todo el informe.

Puede crear un segmento o un segmento existente. Los segmentos que cree al definir una métrica personalizada pueden también aplicarse a informes sin utilizar la métrica personalizada.

Nota: Se aplican las siguientes restricciones para personalizar métricas:

- No puede añadir un segmento que contenga criterios de sesión cruzada o de registro a una métrica personalizada.
- Si un informe contiene una métrica personalizada segmentada, no puede contener un segmento que utilice criterios de sesión cruzada o de registro.
- No puede añadir un segmento Multi-Channel a una métrica personalizada.

Métricas de filtro

Una métrica de filtro devuelve solo datos de métricas que coinciden con una definición de filtro. Por ejemplo, puede utilizar la métrica estándar de páginas vistas para crear una métrica personalizada que

limite los resultados a una categoría de páginas, como electrónica. La lógica de filtrado se aplica solo a la métrica base y no a todo el informe.

Puede crear un filtro o seleccionar un filtro existente. Los filtros que cree al definir una métrica personalizada pueden también aplicarse a informes sin utilizar la métrica personalizada.

Métricas de atributo

Una métrica de atributo se basa en los valores de un campo de atributo. Por ejemplo, si el sitio está configurado para recopilar nombres de autor como un atributo de una etiqueta de páginas vistas, puede seleccionar este atributo para que produzca una métrica como "Páginas vistas - Smith". Las métricas de atributo ofrecen opciones de cálculo diferentes, en función de si el atributo seleccionado está basado en texto o es numérico. No puede aplicar un segmento o filtro a una métrica de atributo.

A un campo de atributo se le debe asignar un alias en la consola Admin antes de que esté disponible para utilizarlo en definiciones de métrica personalizada. Los campos de atributo se pueden basar en etiquetas o datos importados.

Adición de métricas personalizadas a informes

Utilice métricas personalizadas en informes de lista sin formato, jerarquía y ciclo de vida. No se da soporte a las métricas personalizadas para informes de grupos filtrados, comparación de segmentos o en directo.

Puede añadir métricas personalizadas a un informe desde cualquier pestaña de creación de informes utilizada para añadir métricas a un informe. Para obtener detalles, consulte los temas para el tipo de informe que esté creando.

Nota: Una métrica personalizada basada en una métrica de atribución de pulsación puede necesitar un tiempo de proceso adicional.

Conceptos relacionados

[Elección de segmentos o filtros](#)

Gran parte de la potencia de Digital Analytics Explore radica en sus flexibles funciones de segmentación y filtrado.

[Métricas personalizadas](#)

Seleccione **Gestionar > Métricas personalizadas** en el panel de navegación lateral para acceder a la página Métricas personalizadas, donde puede crear, editar, copiar y suprimir métricas personalizadas.

[Atributos](#)

Los atributos de Digital Analytics Explore ayudan a describir el contenido utilizado de modo que responda a las preguntas sobre cómo ha llegado el visitante del sitio web a una página en concreto.

Métricas de atribución de pulsación

Las métricas de atribución de pulsación utilizan la lógica de atribución de marketing para asignar crédito de conversión a sus iniciativas de marketing. Utilice estas métricas en informes de Digital Analytics Explore para evaluar cómo contribuyen sus programas de marketing en las conversiones en sentido descendente durante un periodo de tiempo concreto.

Digital Analytics Explore da soporte a la atribución hacia atrás, que se remonta en el tiempo a partir de un evento de conversión y atribuye crédito a sus iniciativas de marketing de acuerdo con la lógica definida en la configuración de la ventana de atribución.

Las ventanas de atribución se deben definir en la página Valores de atribución de la consola Admin antes de que las métricas de atribución de pulsación estén disponibles para su uso en informes. Para obtener más detalles acerca de la consola de administración, consulte la publicación *IBM Digital Analytics Guía del administrador*.

Puede combinar métricas de atribución de pulsación con otras métricas estándares, métricas calculadas y métricas personalizadas en un único informe. Los usuarios con licencia del módulo de atribución de impresión pueden combinar las métricas de atribución de impresión y de atribución de pulsación en un

único informe. También puede utilizar una métrica de atribución de pulsación como métrica base de una métrica calculada o personalizada.

Conceptos relacionados

[“Módulo de atribución de impresión” en la página 74](#)

El módulo de atribución de impresión le permite comprender las métricas clave relacionadas con la atribución de marketing y correlacionar el comportamiento en el sitio web del visitante con las campañas que ha visualizado. El resultado es una comprensión de cuáles son las impresiones de marketing que influyen en la conversión en sentido descendente y como consecuencia cuáles son las actividades de creación de marca que debería investigar.

Ventanas de atribución

Digital Analytics Explore utiliza un periodo de tiempo especificado, llamado ventana de atribución, para atribuir crédito a iniciativas de marketing. Estas ventanas pueden variar en longitud para coincidir con la duración del ciclo empresarial. Digital Analytics Explore da soporte a ventanas de atribución hacia atrás de 1 - 120 días de duración.

Digital Analytics Explore y IBM Digital Analytics utilizan las mismas configuraciones de ventana de atribución hacia atrás que se definen en la consola Admin. Digital Analytics Explore no da soporte a las ventanas de atribución hacia adelante. Las ventanas de atribución hacia adelante se despliegan solo en IBM Digital Analytics.

Lógica de atribución

La configuración de la ventana de atribución también determina la lógica utilizada por las métricas de atribución de pulsación. Se pueden definir tres tipos de lógicas de atribución de pulsación:

- La **Primera pulsación** atribuye crédito al primer origen de marketing de la ventana de atribución.
- La **Última pulsación** atribuye crédito al último origen de marketing de la ventana de atribución.
- **Media de todas las pulsaciones** atribuye crédito de forma igualitaria a todos los orígenes de la ventana de atribución.

Para obtener más información sobre los modelos de atribución de pulsación, consulte la sección de ventanas de atribución de marketing de la *Guía de prácticas recomendadas de IBM Digital Analytics*.

Cambios a las ventanas de atribución

Si una ventana de atribución se cambia en la consola Admin, las métricas de atribución de pulsación que utilicen esta ventana se actualizan para utilizar la nueva ventana. La ventana anterior pasa a estar inactiva.

Los informes recurrentes que utilizan estas métricas de atribución de pulsación se actualizan automáticamente para utilizar la nueva ventana. Los informes que utilizan métricas calculadas basados en métricas de atribución que tienen ventanas de atribución actualizadas también se actualizan automáticamente para utilizar la nueva ventana.

Añadición de métricas de atribución de pulsación a informes de Digital Analytics Explore

Puede añadir métricas de atribución de pulsación a informes de lista sin formato, jerarquía y grupos filtrados. No puede utilizar métricas de atribución de pulsación en informes de comparación de segmentos, ciclo vital o en directo.

Acerca de esta tarea

Las métricas de atribución de pulsación están disponibles solo cuando una o varias de las siguientes columnas de la categoría de marketing se seleccionan para visualizarlas:

- Categoría de marketing
- Canal de marketing
- Artículo de marketing
- Localización de marketing

- Programa de marketing
- Proveedor de marketing
- Buscador basado en lenguaje natural
- Término de búsqueda de lenguaje natural
- Sitio web de referencia
- URL de referencia

Cuando una columna compatible se muestra en la pestaña **Columnas & Métricas**, las métricas de atribución de pulsación están disponibles en la pestaña **Estándar** en Seleccionar métricas disponibles. Para identificar métricas de atribución de pulsación, Digital Analytics Explore muestra la lógica de duración, dirección y atribución de la métrica a la derecha del nombre de métrica, como en los siguientes ejemplos:



Ventana de atribución dos días atrás con lógica de atribución de primera pulsación.



Ventana de atribución 14 días atrás con lógica de atribución de última pulsación.



Ventana de atribución 20 días atrás con lógica de atribución media.

Nota: Los informes que contienen métricas de atribución de pulsación pueden necesitar un tiempo de proceso adicional.

Especificación de una métrica de atribución de pulsación como métrica base de una métrica calculada o personalizada

Puede utilizar una métrica de atribución de pulsación como métrica base de una métrica calculada o personalizada.

Acerca de esta tarea

Antes de que pueda utilizar una métrica de atribución de pulsación en una métrica calculada, debe seleccionar una o varias columnas de visualización compatibles en la pestaña **Columnas y métricas** en la interfaz de creación de informes. También se debe seleccionar una columna compatible antes de poder añadir la métrica calculada o personalizada al informe. Para obtener más información, consulte el apartado [“Adición de métricas de atribución de pulsación a informes de Digital Analytics Explore” en la página 21.](#)

Nota: Las métricas personalizadas basadas en métricas de atribución de pulsación puede necesitar un tiempo de proceso adicional.

Conceptos relacionados

[“Métricas calculadas” en la página 18](#)

Una métrica calculada en Digital Analytics Explore es una métrica definida por el usuario que consta de una fórmula que se construye a partir de una o más métricas existentes, operadores, o constantes. Puede incluir métricas calculadas en informes de Lista sin formato, Jerarquía, Comparación de segmentos y Ciclo de vida. Las métricas calculadas no están disponibles en los informes en directo.

[“Métricas personalizadas” en la página 19](#)

Una métrica personalizada es una métrica definida por el usuario en base a una métrica estándar o un campo de atributo. Puede definir tres tipos de métricas personalizadas: métricas de segmento, métricas de filtro y métricas de atributo. Además, puede utilizar la característica de métricas personalizadas para crear un alias de una métrica estándar con un nombre personalizado.

Notificación en todos los sitios

Si su organización tiene IBM Digital Analytics Multisite, también puede utilizar el ID de sitio o el Alias de sitio como dimensión en un informe.

Acerca de esta tarea

Con todo, tenga en cuenta las siguientes consideraciones al utilizar las dimensiones de Alias de sitio o ID de sitio en un informe.

Procedimiento

- Si la sesión de un visitante se amplía hasta ocupar dos subsitios, a cada sitio se le asignará una sesión y un visitante. De este modo, la suma de cada fila puede llegar a exceder el total real.
- Las métricas reflejan sólo las acciones que han ocurrido en dicho sitio. Por ejemplo, si una sesión de visitante ocupa dos subsitios (sitio A y sitio B) y el visitante realiza un pedido en el sitio B, se atribuirán vistas de página, sesiones y visitantes a ambos sitios. Con todo, sólo el sitio B recibiría crédito para el pedido.
- La métrica Clicks hace referencia a los clics en una campaña fuera de sitio (clics de enlace MMC). Puede utilizar un informe jerárquico para detallar más otras métricas de clic (por ejemplo, una promoción de sitio o un campo de propiedad inmobiliaria).

Resultados

Informes de lista sin formato

Los informes de lista sin formato muestran datos en una estructura plana (es decir, sin jerarquías). Este tipo de informe es ideal para analizar un conjunto amplio de datos.

Los informes de Lista sin formato ofrecen opciones para una fila **Total**, además de una fila **Otro** que proporciona un suma de los valores que no están incluidos en la selección de valores n superiores si desea restringir el número de filas individuales que se muestran.

Selección de columnas y métricas

Utilice el **Creador de informes** para seleccionar las columnas de desglose y métricas del informe. Puede elegir hasta tres columnas de visualización y 10 métricas.

Acerca de esta tarea

Cuando selecciona más de una columna de visualización, las métricas resultantes disponibles para la configuración de informes se corresponden con una combinación exclusiva de las columnas de visualización elegidas. Por ejemplo, si elige mostrar **Páginas** e **Idioma de página** al mismo tiempo, la página vista para la página de inicio se dividirá en Inicio-Inglés, Inicio-Alemán, Inicio-Español, etc. Tiene sentido ver algunos datos juntos (por ejemplo, Página y Categoría o Página y Atributo de página: Autor) pero otras combinaciones no tienen sentido (por ejemplo, Nombre de producto y País). Como resultado, dependiendo del primer campo seleccionado, las opciones de columna de visualización restantes estarán limitadas.

Las columnas de visualización están divididas en cuatro paneles: **Columnas de visualización disponibles**, **Columnas de visualización de arrastrar y soltar**, **Métricas disponibles** y **Métricas de arrastrar y soltar**.

Las **columnas de visualización disponibles** se completan inicialmente con tipos de campo de datos. Cada uno de los tipos de campo se puede expandir pulsando en el botón  para mostrar las columnas de visualización disponibles.

Nota: Si tiene previsto exportar los datos de sesiones a IBM Tealeaf, incluya la métrica Sesiones cuando cree el informe, de modo que pueda ver el número de sesiones en cada fila.

Procedimiento

1. Arrastre la primera columna de visualización que desee utilizar a las columnas de arrastrar y soltar.
Puede seleccionar hasta tres columnas.

Después de seleccionar una columna, se muestra en la parte superior izquierda de la pantalla. Las métricas disponibles estarán numeradas en las pestañas **Estándar**, **Calculada** y **Personalizada** en la columna Seleccionar métricas disponibles. Algunas de las columnas de visualización restantes se eliminan del panel **Columnas de visualización disponibles**. Estas columnas se han eliminado debido a que no están disponibles para su combinación con la columna seleccionada.

2. Arrastre las métricas deseadas desde la pestaña **Estándar**, **Calculada** o **Personalizada** de la columna Seleccionar métricas disponibles de la columna Métricas de arrastrar y soltar.

Las métricas disponibles para un informe se basan en las columnas de visualización seleccionadas. Solo las métricas compatibles con las columnas de visualización seleccionadas se pueden seleccionar.

Su informe puede incluir hasta diez métricas, que pueden ser cualquier combinación de métricas estándares, calculadas o personalizadas.

Puede crear o editar métricas calculadas utilizando la pestaña **Calculada** o utilizar la página **Gestionar > Métricas calculadas**.

Para crear o editar métricas personalizadas, utilice la página **Gestionar > Métricas personalizadas**.

Después de seleccionar una métrica, se muestra en la esquina superior derecha de la pantalla.

Conceptos relacionados

[“Métricas calculadas” en la página 18](#)

Una métrica calculada en Digital Analytics Explore es una métrica definida por el usuario que consta de una fórmula que se construye a partir de una o más métricas existentes, operadores, o constantes. Puede incluir métricas calculadas en informes de Lista sin formato, Jerarquía, Comparación de segmentos y Ciclo de vida. Las métricas calculadas no están disponibles en los informes en directo.

[“Métricas personalizadas” en la página 19](#)

Una métrica personalizada es una métrica definida por el usuario en base a una métrica estándar o un campo de atributo. Puede definir tres tipos de métricas personalizadas: métricas de segmento, métricas de filtro y métricas de atributo. Además, puede utilizar la característica de métricas personalizadas para crear un alias de una métrica estándar con un nombre personalizado.

Establecimiento de la frecuencia del informe y del intervalo de fechas

Utilice la pestaña **Fechas y conjunto de datos** para definir la frecuencia de informes e intervalo de fechas.

Acerca de esta tarea

La frecuencia de informe es el número de veces que se ejecuta un informe. El sistema soporta los informes recurrentes y los informes puntuales.

Informe recurrente

Un informe recurrente (definido por la frecuencia de informe diariamente, semanalmente o mensualmente) se ejecuta durante el periodo de tiempo especificado, empezando con el primer periodo o después de que haya elegido la fecha de inicio.

- Puede ejecutar el informe recurrente en los datos hasta los 13 días anteriores (400 días) siempre que el sistema de Digital Analytics Explore haya procesado al menos 13 meses de datos. El rango de fechas predeterminado es de 400 días.
- Para ejecutar el informe indefinidamente (hasta que se detenga o se suprima), seleccione una fecha de inicio en los 400 días siguientes a la fecha actual y seleccione **Sin fecha de finalización** para la **Fecha de finalización**. La elección de una fecha de inicio histórica rellena con anterioridad los informes y define tendencias hasta el periodo de tiempo actual.
- Se puede acceder a los informes procesados durante los próximos 13 meses.

Informe puntual

Un informe puntual se ejecuta una vez en el rango de fecha seleccionado con una duración de informe de hasta 93 días.

- Se puede acceder a los informes procesados durante los próximos 93 días.

- No puede cambiar a una fecha alternativa porque, por definición, un informe puntual se ejecuta solo una vez en el rango de fecha especificado.
- La opción **Sin fecha de finalización** no está disponible para un informe puntual.
- Si selecciona fechas futuras, el informe no se ejecuta hasta que haya pasado la fecha de finalización.

Establecimiento del límite de fila

La selección del **Número de filas** en la pestaña **Fechas y conjunto de datos** determina el volumen de la información contenida en el informe que se basa en el tipo de informe.

Acerca de esta tarea

Para los informes de lista sin formato, la selección del **número de filas** define el número máximo de filas que se devuelven en el informe. Por ejemplo, una selección de 10.000 filas devuelve las 10.000 filas principales para el informe ordenadas por la primera métrica seleccionada. De forma adicional, todos los informes de lista sin formato muestran una fila de Total. Si el informe definido contiene más del número seleccionado de filas, el resto de los datos están resumidos en una fila de Otros. Los valores posibles son 50, 100, 1.000 y 10.000. También se pueden seleccionar 50.000 filas si se habilita esta opción en su ID de cliente. El valor por defecto es 50 filas.

Para el tipo de informe de jerarquía, la selección del **Número de filas** define el número máximo de filas que se devuelven a cada nivel cuando se amplía un nivel de jerarquía en el informe. Por ejemplo, si define el límite en 100 filas, los informes de jerarquía devuelven 100 filas de nivel superior, 100 de segundo nivel y 100 de tercer nivel. Los valores posibles son 50 y 100. El predeterminado es 50.

Para los informes de grupos personalizados, la selección del **número de filas** define el número máximo de filas que se devuelven después de expandir cada grupo en el informe. Por ejemplo, una selección de 100 filas devuelve las 100 filas principales dentro de cada grupo ordenadas por la primera métrica seleccionada. Puede seleccionar hasta 1.000 filas por grupo para los informes que consisten en 10 o menos grupos. Si el informe definido contiene más del número seleccionado de filas en cada grupo, el resto de los datos están resumidos en una fila de Otros.

La selección del **Número de filas** no está disponible en los Informes de comparación de segmentos.

Selección del conjunto de datos

Utilice la pestaña **Fechas y conjunto de datos** para especificar el conjunto de datos para utilizarlo en el informe.

Acerca de esta tarea

La elección de **Informes de conjuntos de datos completos** o de **Informes muestreados** determina cuánta información se procesa y la cantidad de tiempo que un informe tarda en procesarse.

Informes de conjuntos de datos completos

Devuelve todos los datos de cliente aplicables en el rango dado de tiempo de informe.

Informes muestreados

Informa sobre una muestra de la cantidad de visitantes de cliente para el rango dado de tiempo de informe y tiene en cuenta de forma exhaustiva todas las sesiones y registros de esos visitantes. Digital Analytics determina la tasa de muestreo adecuada dependiendo de los volúmenes de datos del cliente. La tasa de muestreo se encuentra en el área de configuración abierta de cada informe muestreado.

Un informe que se ejecuta en el conjunto de datos de muestra lo hace más rápido porque solo utiliza un subconjunto de visitantes y sus actividades y extrapola los resultados. Este informe puede ser útil para crear y visualizar un informe de prueba antes de ejecutarlo en todos los datos para obtener una vista representativa de los números y para ver qué aspecto tiene el informe antes de crear un informe de conjunto de datos completo.

Generación de un archivo de informe CSV ampliado

Puede generar una versión descargable del informe de Lista sin formato con un máximo de 1.000.000 de filas de datos. Esta función debe habilitarse para el ID de cliente antes de poder acceder a ésta.

Acerca de esta tarea

El archivo de informe CSV ampliado se encuentra disponible además de los archivos Excel y CSV estándar que contienen un máximo de las mismas filas especificadas en la configuración del informe. Puede utilizar la opción de informe CSV ampliado para cualquier informe de lista sin formato independientemente del número de filas que haya especificado en la configuración del informe. Por ejemplo, si especifica 50 filas en el informe, se mostrarán 50 filas en la interfaz de Digital Analytics Explore, mientras que el archivo CSV ampliado contiene un máximo de 1.000.000 filas.

El archivo del informe CSV ampliado se puede descargar durante siete días después de que se haya generado. Después de este periodo, si desea obtener el archivo CSV ampliado, deberá volver a ejecutar el informe, lo cual incurrirá en crédito de informe adicional.

Si el informe ya se ha configurado y ejecutado sin esta opción, puede editar la configuración del informe para incluir la opción de CSV ampliado. A continuación, deberá ejecutar de nuevo el informe, lo que incurrirá en crédito de informe adicional.

Nota: Se muestra un informe de lista sin formato en la interfaz de Digital Analytics Explore con un límite de 10.000 filas (o 50.000 si esta opción está habilitada en su ID de cliente). Si los resultados del informe contienen menos filas que las indicadas por el límite de su ID de cliente, el archivo de informe CSV ampliado tendrá el mismo tamaño que el archivo de informe CSV.

Procedimiento

1. Pulse el icono Descargar () en la vista de Informe.
2. Seleccione **Ejecutar el archivo del informe de CSV ampliado**.

Filtros

Un filtro consiste en uno o más criterios que se han añadido en un informe de Digital Analytics Explore para reducir el ámbito de los resultados del informe. Estos criterios comparan una métrica seleccionada con un valor especificado e incluyen o excluyen registros dependiendo de la métrica.

Por ejemplo, puede restringir el informe a visitantes de los EE.UU. Un criterio consiste en una métrica y en una o más comparaciones.

Utilice la pestaña **Filtro** para crear, copiar o editar un filtro para un informe o utilizar un filtro existente. También puede cambiar el nombre de filtros existentes y editarlos para que cumplan sus requisitos específicos. Los filtros se agrupan en categorías de filtros.

Cómo utilizar un filtro existente

Utilice este procedimiento para añadir un filtro existente a un informe.

Procedimiento

1. Seleccione la categoría de filtro de la lista de **Categoría de filtro**. Los filtros de la categoría seleccionada aparecen en el panel **Filtros disponibles**.
2. Arrastre el filtro o filtros para aplicarlos en el panel **Arrastrar y soltar**.

Cómo crear un filtro

Utilice este procedimiento para crear un filtro.

Antes de empezar

Nota: Debe definir las columnas de visualización y la métrica a utilizar antes de crear un filtro para un informe.

Procedimiento

1. Pulse en **Nuevo** en la parte inferior del panel de **Filtros disponibles**. Aparece el cuadro de diálogo Nuevo filtro.
2. Seleccione una categoría para este filtro de la **Categoría de filtros** o seleccione **Nueva categoría** de la lista y escriba un nombre de categoría en el campo.
3. Especifique un nombre para el filtro en el campo que está situado a la derecha.
4. Seleccione la métrica de comparación que va a utilizar de la lista **Criterios**.
5. Especifique uno o más valores para este criterio utilizando uno de los métodos siguientes:

- Para especificar manualmente un valor, pulse **Añadir** y especifique el texto en el cuadro de texto que aparece.
- Si la característica Quick Picks se ha habilitado para su ID de cliente, pulse el icono **Quick Picks**



() para visualizar una lista alfabética de los valores únicos utilizados con más frecuencia para los criterios seleccionados según la actividad reciente del sitio. Seleccione el valor que desea utilizar para este criterio en la lista Registros de Quick Pick. Utilice las teclas Mayús o Control si desea seleccionar varios valores. Para buscar valores específicos, utilice el cuadro de búsqueda de la parte superior del diálogo. Una vez que haya seleccionado uno o varios valores, pulse **Aceptar**. Si selecciona varios valores, se añaden utilizando uniones OR.

Sólo se muestran los valores únicos principales para el criterio seleccionado en la lista Quick Picks. Es posible que otros valores no identificados como valores principales también sean válidos para el criterio.

Nota: Para ayudarle a realizar una selección, pulse **Registros de ejemplo** para visualizar valores de ejemplo para el criterio que ha seleccionado.

6. Seleccione el operador de la lista que aparece.
 - Si la métrica tiene un valor numérico, los criterios pueden ser: igual, mayor que o igual, menor que o igual, o entre métricas.
 - Si la métrica es un valor de cadena, el operador puede ser: Es, Empieza por, Acaba en, Contiene, o un comodín.

Si son los apropiados, marque **NOT** para que el criterio sea exclusivo (es decir, los registros están incluidos si no cumplen este criterio).

7. Elija una de las opciones siguientes para aplicar criterios a su filtro:
 - Si no necesita definir ningún otro criterio para este filtro, pulse **Aplicar**.
El criterio se visualiza en el lado derecho de la ventana.
 - Para añadir criterios con un operador AND, seleccione **Aplicar** y vuelva al paso 4.
 - Para añadir más valores a este criterio utilizando un operador OR, pulse **+ Añadir criterio utilizando "O"**, vuelva al paso 5 y utilice las instrucciones para especificar un valor de forma manual.
 - Para aplicar filtros existentes al nuevo filtro, expanda una categoría de filtro y seleccione los filtros necesarios en el panel de la parte inferior izquierda de la pantalla. Después de seleccionar, pulse en **Aplicar**. Los criterios se unen a otros criterios con un operador AND. Si un filtro no contiene filtros de métrica (por ejemplo, páginas vistas >=3), puede seleccionar de manera optativa **NOT**.
 - Cuando los criterios de más de un tipo están dispuestos de forma conjunta, siempre se unen con un operador AND.

Una vez se crean y se aplican los criterios, aparecen en el panel situado más a la derecha. Puede editarlos pulsando en el icono de edición (✎) para volver a abrir el criterio en el panel de la izquierda o suprimirlos pulsando en el icono de supresión (✖). Puede eliminar filtros existentes que hayan sido aplicados pulsando el icono de eliminación (🗑), que no elimina el filtro, pero lo elimina del filtro que está creando.

8. Pulse en **Guardar filtro** al cerrar esta ventana y volver a la pestaña **Filtro**.

Cómo copiar un filtro

Utilice este procedimiento para copiar un filtro.

Acerca de esta tarea

Puede copiar un filtro existente, asignarle un nombre nuevo y utilizarlo tal cual, o bien editar, añadir o suprimir criterios.

Procedimiento

1. Seleccione la categoría de filtro desde **Categoría de filtro**. Los filtros de la categoría aparecen en el panel Filtros disponibles.
2. Seleccione el filtro que se va a copiar y pulse en **Copiar**. El cuadro de diálogo de **Editar filtro** muestra los criterios para el filtro existente.
3. Seleccione o cree una categoría de filtro en la que guardar este filtro.
4. Especifique un nombre nuevo para el filtro.
5. Seleccione y edite los criterios existentes pulsando el icono de edición (✎), suprima los criterios pulsando el icono de suprimir (✖) o añada criterios nuevos.

Edición de un filtro

Utilice este procedimiento para editar un filtro existente.

Antes de empezar

Si ha creado un filtro o tiene derechos de administración para acceder a él, puede editar el filtro y guardarlo con el mismo nombre. Si no tiene privilegios de edición para un filtro, el icono **Editar** solo le permite copiar el filtro.

Nota: Los cambios en un filtro son globales y afecta a todos los informes que los utilizan, incluidos los informes que han creado otros usuarios.

Procedimiento

1. Seleccione la categoría de filtro de la lista de **Categoría de filtro**. Los filtros en esta categoría aparecen en el panel Filtros disponibles.
2. Seleccione el filtro que se va a editar y pulse en el icono **Editar**. Un mensaje de advertencia le muestra los informes que se verán afectados por este filtro.
3. El cuadro de diálogo Editar filtro muestra los criterios que se han configurado para el filtro existente.

Nota: El nombre o la categoría de filtro no se pueden cambiar.

Resultados

Seleccione y edite los criterios existentes pulsando el icono de edición (✎), suprima los criterios pulsando el icono de suprimir (✖) o añada criterios nuevos. Si ha aplicado un filtro existente, puede eliminarlo pulsando en el icono de eliminación (🗑).

Segmentos

Utilice el separador Segmento para crear, copiar o editar un segmento para un informe de Digital Analytics Explore o utilizar un segmento existente. También puede cambiar el nombre de segmentos existentes y editarlos para que cumplan sus requisitos específicos. Los segmentos están agrupados en categorías de segmento.

Nota: No pulse en **Enviar** hasta que haya completado todas las pestañas no opcionales.

Añadir un segmento a un informe

Puede añadir un segmento existente a una configuración de informe cuando crea el informe.

Procedimiento

1. Pulse el separador **Segmentos**.
2. Seleccione la categoría de segmento desde **Categoría de segmento**. Los segmentos en esta categoría aparecen en el panel Segmentos disponibles.
3. Arrastre el segmento o segmentos para aplicarlos en el panel de **Arrastrar y soltar**.

Cómo crear un segmento

Utilice este procedimiento para crear un segmento.

Procedimiento

1. Pulse en **Nuevo** en la parte inferior del panel de Segmentos disponibles. Aparece la ventana Nuevo segmento.
2. Seleccione el tipo de segmento.
 - **Misma sesión** - Todas las sesiones que coincidan con los criterios especificados durante el rango de tiempo de informe.
 - **Sesión cruzada** - Todas las sesiones de visitante durante el rango de tiempo de informe que coinciden con los criterios especificados entre las fechas seleccionadas. Si selecciona **Sesión cruzada** tendrá que especificar una fecha de inicio o de finalización o seleccionar **Anterior** para utilizar el periodo finalizado anteriormente al cual aplica el segmento.

Nota: El tipo de segmento de sesión cruzada no está disponible para informes que utilizan datos importados en un archivo de extensión de datos basado en el registro.
 - **Cliente de varios canales** - Incluye la actividad en línea y fuera de línea de los clientes registrados únicamente.

Nota: No puede crear segmentos de IBM Tealeaf utilizando la ventana Nuevo segmento. IBM Digital Analytics crea un segmento de Tealeaf cuando un usuario de Tealeaf exporta los ID de sesión de Tealeaf a Digital Analytics.
3. Seleccione una categoría para este segmento desde la **Categoría de conjunto de segmentos** o seleccione **Nueva categoría** desde la lista y escriba un nombre de categoría en el cuadro.
4. Especifique un nombre para el segmento en el campo que está situado a la derecha.
5. Seleccione la métrica de comparación que va a utilizar de la lista **Criterios**.
6. Especifique uno o más valores para este criterio utilizando uno de los métodos siguientes:
 - Para especificar manualmente un valor, pulse **Añadir** y especifique el texto en el cuadro de texto que aparece.
 - Si la característica Quick Picks se ha habilitado para su ID de cliente, pulse el icono **Quick Picks**  para visualizar una lista alfabética de los valores únicos utilizados con más frecuencia para los criterios seleccionados según la actividad reciente del sitio. Seleccione el valor que desea utilizar para este criterio en la lista Registros de Quick Pick. Utilice las teclas Mayús o Control si desea seleccionar varios valores. Para buscar valores específicos, utilice el cuadro de búsqueda de la parte superior del diálogo. Una vez que haya seleccionado uno o varios valores, pulse **Aceptar**. Si selecciona varios valores, se añaden utilizando uniones OR.

Sólo se muestran los valores únicos principales para el criterio seleccionado en la lista Quick Picks. Es posible que otros valores no identificados como valores principales también sean válidos para el criterio.

Nota: Para ayudarle a realizar una selección, pulse **Registros de ejemplo** para visualizar valores de ejemplo para el criterio que ha seleccionado.
7. Seleccione el operador de la lista que aparece.
 - Si la métrica tiene un valor numérico, los criterios pueden ser: igual, mayor que o igual, menor que o igual, o entre métricas.

- Si la métrica es un valor de cadena, el operador puede ser: Es, Empieza por, Acaba en, Contiene, o un comodín.

Si son los apropiados, marque **NOT** para que el criterio sea exclusivo (es decir, los registros están incluidos si no cumplen este criterio).

8. Elija una de las opciones siguientes para aplicar criterios a su segmento:

- Si no necesita definir ningún otro criterio para este segmento, pulse **Aplicar**.
El criterio se visualiza en el lado derecho de la ventana.
- Para añadir criterios con un operador AND, seleccione **Aplicar** y vuelva al paso 5.
- Para añadir más valores a este criterio utilizando un operador OR, pulse **+ Añadir criterio utilizando "O"**, vuelva al paso 6 y utilice las instrucciones para especificar un valor de forma manual.
- Para aplicar segmentos existentes al nuevo segmento, expanda una categoría de segmento y seleccione los segmentos necesarios en el panel de la parte inferior izquierda de la pantalla. Después de seleccionar, pulse en **Aplicar**. Los criterios se unen a otros criterios con un operador AND. Si un segmento no contiene segmentos de métrica (por ejemplo, páginas vistas ≥ 3), puede seleccionar de manera optativa **NOT**.
- Cuando los criterios de más de un tipo están dispuestos de forma conjunta, siempre se unen con un operador AND.

Una vez se crean y se aplican los criterios, aparecen en el panel situado más a la derecha. Puede editarlos pulsando en el icono de edición (✎) para volver a abrir el criterio en el panel de la izquierda o suprimirlos pulsando en el icono de supresión (✖). Puede eliminar segmentos existentes que hayan sido aplicados pulsando el icono de eliminación (🗑), que no elimina el segmento, pero lo elimina del segmento que está creando.

9. Pulse en **Guardar segmento** al cerrar esta ventana y vuelva a la pestaña **Aplicar segmento**.

Resultados

Cómo copiar un segmento

Utilice este procedimiento para copiar un segmento.

Acerca de esta tarea

Puede copiar un segmento existente y asignarle un nombre nuevo. Puede utilizar el segmento sin modificarlo o editar, añadir o eliminar criterios.

Procedimiento

1. Seleccione la categoría de segmento desde **Categoría de segmento**. Los segmentos en esta categoría aparecen en el panel **Segmentos disponibles**.
2. Seleccione el segmento que se va a copiar y pulse en el botón Copiar. El cuadro de diálogo Editar segmento muestra los criterios configurados para el segmento existente.
3. Seleccione o cree una **Categoría de segmento** en la que guardar este segmento.
4. Especifique un nombre nuevo para el segmento.
5. Seleccione y edite los criterios existentes pulsando el icono de edición (✎), suprima los criterios pulsando el icono de suprimir (✖) o añada criterios nuevos.

Edición de un segmento

Utilice este procedimiento para editar un segmento.

Antes de empezar

Si ha creado un segmento o tiene derechos de administración para el segmento, puede editarlo y guardarlo con el mismo nombre. Si intenta editar un segmento que no creado y no tiene derechos de administración, el botón **Editar segmento** actúa como un botón de Copiar segmento.

Nota: Los cambios en los segmentos son globales y afectan a los informes creados por otros usuarios utilizando este segmento.

Procedimiento

1. Seleccione la categoría de segmento desde **Categoría de segmento**. Los segmentos en esta categoría aparecen en el panel **Segmentos disponibles**.
2. Seleccione el segmento que se va a editar y pulse en el botón **Editar**. Un mensaje de advertencia le muestra los informes que se verán afectados por este segmento.

El cuadro de diálogo Editar segmento muestra los criterios configurados para el segmento existente.

Nota: El nombre y la categoría del segmento no se pueden cambiar.

Resultados

Seleccione y edite los criterios existentes pulsando el icono de edición (✎), suprima los criterios pulsando el icono de suprimir (✕) o añada criterios nuevos. Si se ha aplicado un segmento existente, puede eliminarlo pulsando el icono de eliminación (↻).

Zoom relacional

El zoom relacional le permite relacionar inmediatamente un conjunto de datos con uno o dos conjuntos de datos. La pantalla se va actualizando de forma dinámica a medida que se selecciona cada destino.

Utilice el separador Zoom relacional para seleccionar los campos de datos y métricas en los que desea aplicar zoom. Cuando selecciona más de una columna de visualización, las métricas resultantes se corresponden con una combinación exclusiva de las columnas de visualización elegidas. Por ejemplo, si elige mostrar Páginas e Idioma de página al mismo tiempo, la página vista para la página de inicio se dividirá en Inicio-Inglés, Inicio-Alemán, Inicio-Español, etc. Tiene sentido ver algunos datos juntos (por ejemplo, Página y Categoría o Página y Atributo de página: Autor) pero otras combinaciones no tienen sentido (por ejemplo, Nombre de producto y País). Dependiendo del primer campo seleccionado, las opciones de la columna de visualización están limitadas.

Una vez se ha ejecutado el informe, existen unos iconos lupa a lado de cada una de las primeras diez (10) filas de su informe. Al seleccionar la lupa, aparecen 1 o 2 paneles de informe en la parte inferior de la pantalla aplicando el zoom a los datos en su selección. El zoom relacional es como aplicar un segmento de misma sesión con la fila de destino como criterio. A medida que pulsa en los iconos de lupa en otras filas, los datos de zoom se actualizan de forma dinámica.

Al crear un informe, la pestaña del zoom relacional es similar a la pantalla de columnas y métricas. La pestaña está dividida en cuatro paneles: **Columnas de visualización disponibles**, **Columnas de visualización de arrastrar y soltar**, **Métricas disponibles** y **Métricas de arrastrar y soltar**.

Inicialmente, las Columnas de visualización disponibles se completan con tipos de campos de datos. Cada columna se puede ampliar pulsando en el icono más (+) para mostrar las columnas de visualización disponibles.

Cómo visualizar el zoom

Utilice este procedimiento para mostrar el zoom.

Antes de empezar

Debe visualizar el informe sobre el que quiere aplicar el zoom.

Procedimiento

1. Arrastre la primera columna de visualización que vaya a utilizar en la columna **Arrastrar y soltar columnas de visualización**. Algunas de las columnas de visualización restantes son eliminadas del panel de las Columnas de visualización disponibles porque no están disponibles para combinarlas con la columna seleccionada.

Puede seleccionar hasta tres columnas. A medida que seleccione las columnas, estas irán apareciendo en la parte superior izquierda de la pantalla y las métricas disponibles para el informe aparecerán en la columna **Métricas disponibles**.

2. Arrastre las métricas necesarias de la columna **Métricas disponibles** a la columna **Métricas de arrastrar y soltar**. Puede seleccionar hasta 10 métricas, que pueden ser cualquier combinación de métricas estándar o métricas calculadas. Puede filtrar la lista de métricas calculadas seleccionando una categoría en la lista desplegable encima de la columna.

Para obtener información sobre cómo trabajar con métricas calculadas, consulte [“Métricas calculadas” en la página 18](#).

3. Pulse en **Añadir zoom**.

El zoom relacional se guarda y las columnas de visualización aparecen en la sección del zoom relacional en la parte más a la derecha de la pantalla.

Definición del nombre del informe y los métodos de distribución

Utilice el separador **Nombre y Distribución** para definir un nombre, categoría y métodos de distribución para su informe.

Procedimiento

1. Especifique un nombre de informe (hasta 50 caracteres, por ejemplo, página destacada o latencia de la reserva para pasajeros de primera clase) para el informe nuevo en **Nombre de informe**.
2. Seleccione una **Categoría de informe** o especifique un nuevo nombre de categoría.
Cada informe debe tener un nombre de informe exclusivo - Combinación de categoría de informe.
3. Opcional: Utilice hasta 250 caracteres en el cuadro **Comentarios** para describir el informe.
4. Opcional: Seleccione el método de distribución.
 - Marque **Recibir por correo electrónico** para que pueda recibir el informe directamente como un archivo adjunto en un correo electrónico. Escriba su dirección de correo electrónico y seleccione **Excel** o **CSV** como el formato de archivo adjunto. El archivo adjunto contiene metadatos sobre el informe (por ejemplo, nombre, filtro y segmentos) y la tabla de datos, pero no sobre los gráficos.
 - Marque **Notificar por correo electrónico** para que se le notifique cuando se genera el informe. Escriba la dirección de correo electrónico a la que quiere que se le envíe la notificación.

Informes de jerarquía

Los informes de jerarquía muestran valores de una columna de visualización basados en el valor de otra columna de visualización. Por ejemplo, puede visualizar las marcas más importantes en cada categoría de producto.

Selección de columnas y métricas

Utilice el **Creador de informes** para seleccionar las columnas de desglose y métricas del informe. Puede elegir hasta cinco columnas de visualización y 10 métricas.

Acerca de esta tarea

Cuando selecciona más de una columna de visualización, las métricas resultantes disponibles para la configuración de informes se corresponden con una combinación exclusiva de las columnas de visualización elegidas. Por ejemplo, si elige mostrar **Páginas e Idioma de página** al mismo tiempo, la página vista para la página de inicio se dividirá en Inicio-Inglés, Inicio-Alemán, Inicio-Español, etc. Tiene sentido ver algunos datos juntos (por ejemplo, Página y Categoría o Página y Atributo de página: Autor) pero otras combinaciones no tienen sentido (por ejemplo, Nombre de producto y País). Como resultado, dependiendo del primer campo seleccionado, las opciones de columna de visualización restantes estarán limitadas.

Las columnas de visualización están divididas en cuatro paneles: **Columnas de visualización disponibles**, **Columnas de visualización de arrastrar y soltar**, **Métricas disponibles** y **Métricas de arrastrar y soltar**.

Las **columnas de visualización disponibles** se completan inicialmente con tipos de campo de datos. Cada uno de los tipos de campo se puede expandir pulsando en el botón  para mostrar las columnas de visualización disponibles.

Nota: Si tiene previsto exportar los datos de sesiones a IBM Tealeaf, incluya la métrica Sesiones cuando cree el informe, de modo que pueda ver el número de sesiones en cada fila.

Procedimiento

1. Arrastre la primera columna de visualización que desee utilizar a las columnas de arrastrar y soltar.

Puede seleccionar hasta cinco columnas.

Después de seleccionar una columna, se muestra en la parte superior izquierda de la pantalla. Las métricas disponibles estarán numeradas en las pestañas **Estándar**, **Calculada** y **Personalizada** en la columna Seleccionar métricas disponibles. Algunas de las columnas de visualización restantes se eliminan del panel **Columnas de visualización disponibles**. Estas columnas se han eliminado debido a que no están disponibles para su combinación con la columna seleccionada.

2. Arrastre las métricas deseadas desde la pestaña **Estándar**, **Calculada** o **Personalizada** de la columna Seleccionar métricas disponibles de la columna Métricas de arrastrar y soltar.

Las métricas disponibles para un informe se basan en las columnas de visualización seleccionadas. Solo las métricas compatibles con las columnas de visualización seleccionadas se pueden seleccionar.

Su informe puede incluir hasta diez métricas, que pueden ser cualquier combinación de métricas estándares, calculadas o personalizadas.

Puede crear o editar métricas calculadas utilizando la pestaña **Calculada** o utilizar la página **Gestionar > Métricas calculadas**.

Para crear o editar métricas personalizadas, utilice la página **Gestionar > Métricas personalizadas**.

Después de seleccionar una métrica, se muestra en la esquina superior derecha de la pantalla.

Conceptos relacionados

[“Métricas calculadas” en la página 18](#)

Una métrica calculada en Digital Analytics Explore es una métrica definida por el usuario que consta de una fórmula que se construye a partir de una o más métricas existentes, operadores, o constantes. Puede incluir métricas calculadas en informes de Lista sin formato, Jerarquía, Comparación de segmentos y Ciclo de vida. Las métricas calculadas no están disponibles en los informes en directo.

[“Métricas personalizadas” en la página 19](#)

Una métrica personalizada es una métrica definida por el usuario en base a una métrica estándar o un campo de atributo. Puede definir tres tipos de métricas personalizadas: métricas de segmento, métricas de filtro y métricas de atributo. Además, puede utilizar la característica de métricas personalizadas para crear un alias de una métrica estándar con un nombre personalizado.

Establecimiento de la frecuencia del informe y del intervalo de fechas

Utilice la pestaña **Fechas y conjunto de datos** para definir la frecuencia de informes e intervalo de fechas.

Acerca de esta tarea

La frecuencia de informe es el número de veces que se ejecuta un informe. El sistema soporta los informes recurrentes y los informes puntuales.

Informe recurrente

Un informe recurrente (definido por la frecuencia de informe diariamente, semanalmente o mensualmente) se ejecuta durante el periodo de tiempo especificado, empezando con el primer periodo o después de que haya elegido la fecha de inicio.

- Puede ejecutar el informe recurrente en los datos hasta los 13 días anteriores (400 días) siempre que el sistema de Digital Analytics Explore haya procesado al menos 13 meses de datos. El rango de fechas predeterminado es de 400 días.

- Para ejecutar el informe indefinidamente (hasta que se detenga o se suprima), seleccione una fecha de inicio en los 400 días siguientes a la fecha actual y seleccione **Sin fecha de finalización** para la **Fecha de finalización**. La elección de una fecha de inicio histórica rellena con anterioridad los informes y define tendencias hasta el periodo de tiempo actual.
- Se puede acceder a los informes procesados durante los próximos 13 meses.

Informe puntual

Un informe puntual se ejecuta una vez en el rango de fecha seleccionado con una duración de informe de hasta 93 días.

- Se puede acceder a los informes procesados durante los próximos 93 días.
- No puede cambiar a una fecha alternativa porque, por definición, un informe puntual se ejecuta solo una vez en el rango de fecha especificado.
- La opción **Sin fecha de finalización** no está disponible para un informe puntual.
- Si selecciona fechas futuras, el informe no se ejecuta hasta que haya pasado la fecha de finalización.

Establecimiento del límite de fila

La selección del **Número de filas** en la pestaña **Fechas y conjunto de datos** determina el volumen de la información contenida en el informe que se basa en el tipo de informe.

Acerca de esta tarea

Para los informes de lista sin formato, la selección del **número de filas** define el número máximo de filas que se devuelven en el informe. Por ejemplo, una selección de 10.000 filas devuelve las 10.000 filas principales para el informe ordenadas por la primera métrica seleccionada. De forma adicional, todos los informes de lista sin formato muestran una fila de Total. Si el informe definido contiene más del número seleccionado de filas, el resto de los datos están resumidos en una fila de Otros. Los valores posibles son 50, 100, 1.000 y 10.000. También se pueden seleccionar 50.000 filas si se habilita esta opción en su ID de cliente. El valor por defecto es 50 filas.

Para el tipo de informe de jerarquía, la selección del **Número de filas** define el número máximo de filas que se devuelven a cada nivel cuando se amplía un nivel de jerarquía en el informe. Por ejemplo, si define el límite en 100 filas, los informes de jerarquía devuelven 100 filas de nivel superior, 100 de segundo nivel y 100 de tercer nivel. Los valores posibles son 50 y 100. El predeterminado es 50.

Para los informes de grupos personalizados, la selección del **número de filas** define el número máximo de filas que se devuelven después de expandir cada grupo en el informe. Por ejemplo, una selección de 100 filas devuelve las 100 filas principales dentro de cada grupo ordenadas por la primera métrica seleccionada. Puede seleccionar hasta 1.000 filas por grupo para los informes que consisten en 10 o menos grupos. Si el informe definido contiene más del número seleccionado de filas en cada grupo, el resto de los datos están resumidos en una fila de Otros.

La selección del **Número de filas** no está disponible en los Informes de comparación de segmentos.

Selección del conjunto de datos

Utilice la pestaña **Fechas y conjunto de datos** para especificar el conjunto de datos para utilizarlo en el informe.

Acerca de esta tarea

La elección de **Informes de conjuntos de datos completos** o de **Informes muestreados** determina cuánta información se procesa y la cantidad de tiempo que un informe tarda en procesarse.

Informes de conjuntos de datos completos

Devuelve todos los datos de cliente aplicables en el rango dado de tiempo de informe.

Informes muestreados

Informa sobre una muestra de la cantidad de visitantes de cliente para el rango dado de tiempo de informe y tiene en cuenta de forma exhaustiva todas las sesiones y registros de esos visitantes. Digital Analytics determina la tasa de muestreo adecuada dependiendo de los volúmenes de datos del

cliente. La tasa de muestreo se encuentra en el área de configuración abierta de cada informe muestreado.

Un informe que se ejecuta en el conjunto de datos de muestra lo hace más rápido porque solo utiliza un subconjunto de visitantes y sus actividades y extrapola los resultados. Este informe puede ser útil para crear y visualizar un informe de prueba antes de ejecutarlo en todos los datos para obtener una vista representativa de los números y para ver qué aspecto tiene el informe antes de crear un informe de conjunto de datos completo.

Filtros

Un filtro consiste en uno o más criterios que se han añadido en un informe de Digital Analytics Explore para reducir el ámbito de los resultados del informe. Estos criterios comparan una métrica seleccionada con un valor especificado e incluyen o excluyen registros dependiendo de la métrica.

Por ejemplo, puede restringir el informe a visitantes de los EE.UU. Un criterio consiste en una métrica y en una o más comparaciones.

Utilice la pestaña **Filtro** para crear, copiar o editar un filtro para un informe o utilizar un filtro existente. También puede cambiar el nombre de filtros existentes y editarlos para que cumplan sus requisitos específicos. Los filtros se agrupan en categorías de filtros.

Cómo utilizar un filtro existente

Utilice este procedimiento para añadir un filtro existente a un informe.

Procedimiento

1. Seleccione la categoría de filtro de la lista de **Categoría de filtro**. Los filtros de la categoría seleccionada aparecen en el panel **Filtros disponibles**.
2. Arrastre el filtro o filtros para aplicarlos en el panel **Arrastrar y soltar**.

Cómo crear un filtro

Utilice este procedimiento para crear un filtro.

Antes de empezar

Nota: Debe definir las columnas de visualización y la métrica a utilizar antes de crear un filtro para un informe.

Procedimiento

1. Pulse en **Nuevo** en la parte inferior del panel de **Filtros disponibles**. Aparece el cuadro de diálogo Nuevo filtro.
2. Seleccione una categoría para este filtro de la **Categoría de filtros** o seleccione **Nueva categoría** de la lista y escriba un nombre de categoría en el campo.
3. Especifique un nombre para el filtro en el campo que está situado a la derecha.
4. Seleccione la métrica de comparación que va a utilizar de la lista **Criterios**.
5. Especifique uno o más valores para este criterio utilizando uno de los métodos siguientes:
 - Para especificar manualmente un valor, pulse **Añadir** y especifique el texto en el cuadro de texto que aparece.
 - Si la característica Quick Picks se ha habilitado para su ID de cliente, pulse el icono **Quick Picks** () para visualizar una lista alfabética de los valores únicos utilizados con más frecuencia para los criterios seleccionados según la actividad reciente del sitio. Seleccione el valor que desea utilizar para este criterio en la lista Registros de Quick Pick. Utilice las teclas Mayús o Control si desea seleccionar varios valores. Para buscar valores específicos, utilice el cuadro de búsqueda de la parte superior del diálogo. Una vez que haya seleccionado uno o varios valores, pulse **Aceptar**. Si selecciona varios valores, se añaden utilizando uniones OR.

Sólo se muestran los valores únicos principales para el criterio seleccionado en la lista Quick Picks. Es posible que otros valores no identificados como valores principales también sean válidos para el criterio.

Nota: Para ayudarle a realizar una selección, pulse **Registros de ejemplo** para visualizar valores de ejemplo para el criterio que ha seleccionado.

6. Seleccione el operador de la lista que aparece.

- Si la métrica tiene un valor numérico, los criterios pueden ser: igual, mayor que o igual, menor que o igual, o entre métricas.
- Si la métrica es un valor de cadena, el operador puede ser: Es, Empieza por, Acaba en, Contiene, o un comodín.

Si son los apropiados, marque **NOT** para que el criterio sea exclusivo (es decir, los registros están incluidos si no cumplen este criterio).

7. Elija una de las opciones siguientes para aplicar criterios a su filtro:

- Si no necesita definir ningún otro criterio para este filtro, pulse **Aplicar**.
El criterio se visualiza en el lado derecho de la ventana.
- Para añadir criterios con un operador AND, seleccione **Aplicar** y vuelva al paso 4.
- Para añadir más valores a este criterio utilizando un operador OR, pulse **+ Añadir criterio utilizando "O"**, vuelva al paso 5 y utilice las instrucciones para especificar un valor de forma manual.
- Para aplicar filtros existentes al nuevo filtro, expanda una categoría de filtro y seleccione los filtros necesarios en el panel de la parte inferior izquierda de la pantalla. Después de seleccionar, pulse en **Aplicar**. Los criterios se unen a otros criterios con un operador AND. Si un filtro no contiene filtros de métrica (por ejemplo, páginas vistas >=3), puede seleccionar de manera optativa **NOT**.
- Cuando los criterios de más de un tipo están dispuestos de forma conjunta, siempre se unen con un operador AND.

Una vez se crean y se aplican los criterios, aparecen en el panel situado más a la derecha. Puede editarlos pulsando en el icono de edición (✎) para volver a abrir el criterio en el panel de la izquierda o suprimirlos pulsando en el icono de supresión (✖). Puede eliminar filtros existentes que hayan sido aplicados pulsando el icono de eliminación (🗑), que no elimina el filtro, pero lo elimina del filtro que está creando.

8. Pulse en **Guardar filtro** al cerrar esta ventana y volver a la pestaña **Filtro**.

Cómo copiar un filtro

Utilice este procedimiento para copiar un filtro.

Acerca de esta tarea

Puede copiar un filtro existente, asignarle un nombre nuevo y utilizarlo tal cual, o bien editar, añadir o suprimir criterios.

Procedimiento

1. Seleccione la categoría de filtro desde **Categoría de filtro**. Los filtros de la categoría aparecen en el panel Filtros disponibles.
2. Seleccione el filtro que se va a copiar y pulse en **Copiar**. El cuadro de diálogo de **Editar filtro** muestra los criterios para el filtro existente.
3. Seleccione o cree una categoría de filtro en la que guardar este filtro.
4. Especifique un nombre nuevo para el filtro.
5. Seleccione y edite los criterios existentes pulsando el icono de edición (✎), suprima los criterios pulsando el icono de suprimir (✖) o añada criterios nuevos.

Edición de un filtro

Utilice este procedimiento para editar un filtro existente.

Antes de empezar

Si ha creado un filtro o tiene derechos de administración para acceder a él, puede editar el filtro y guardarlo con el mismo nombre. Si no tiene privilegios de edición para un filtro, el icono **Editar** solo le permite copiar el filtro.

Nota: Los cambios en un filtro son globales y afecta a todos los informes que los utilizan, incluidos los informes que han creado otros usuarios.

Procedimiento

1. Seleccione la categoría de filtro de la lista de **Categoría de filtro**. Los filtros en esta categoría aparecen en el panel Filtros disponibles.
2. Seleccione el filtro que se va a editar y pulse en el icono **Editar**. Un mensaje de advertencia le muestra los informes que se verán afectados por este filtro.
3. El cuadro de diálogo Editar filtro muestra los criterios que se han configurado para el filtro existente.

Nota: El nombre o la categoría de filtro no se pueden cambiar.

Resultados

Seleccione y edite los criterios existentes pulsando el icono de edición (✎), suprima los criterios pulsando el icono de suprimir (✖) o añada criterios nuevos. Si ha aplicado un filtro existente, puede eliminarlo pulsando en el icono de eliminación (🗑).

Segmentos

Utilice el separador Segmento para crear, copiar o editar un segmento para un informe de Digital Analytics Explore o utilizar un segmento existente. También puede cambiar el nombre de segmentos existentes y editarlos para que cumplan sus requisitos específicos. Los segmentos están agrupados en categorías de segmento.

Nota: No pulse en **Enviar** hasta que haya completado todas las pestañas no opcionales.

Añadir un segmento a un informe

Puede añadir un segmento existente a una configuración de informe cuando crea el informe.

Procedimiento

1. Pulse el separador **Segmentos**.
2. Seleccione la categoría de segmento desde **Categoría de segmento**. Los segmentos en esta categoría aparecen en el panel Segmentos disponibles.
3. Arrastre el segmento o segmentos para aplicarlos en el panel de **Arrastrar y soltar**.

Cómo crear un segmento

Utilice este procedimiento para crear un segmento.

Procedimiento

1. Pulse en **Nuevo** en la parte inferior del panel de Segmentos disponibles. Aparece la ventana Nuevo segmento.
2. Seleccione el tipo de segmento.
 - **Misma sesión** - Todas las sesiones que coincidan con los criterios especificados durante el rango de tiempo de informe.
 - **Sesión cruzada** - Todas las sesiones de visitante durante el rango de tiempo de informe que coinciden con los criterios especificados entre las fechas seleccionadas. Si selecciona **Sesión**

cruzada tendrá que especificar una fecha de inicio o de finalización o seleccionar **Anterior** para utilizar el periodo finalizado anteriormente al cual aplica el segmento.

Nota: El tipo de segmento de sesión cruzada no está disponible para informes que utilizan datos importados en un archivo de extensión de datos basado en el registro.

- **Cliente de varios canales** - Incluye la actividad en línea y fuera de línea de los clientes registrados únicamente.

Nota: No puede crear segmentos de IBM Tealeaf utilizando la ventana Nuevo segmento. IBM Digital Analytics crea un segmento de Tealeaf cuando un usuario de Tealeaf exporta los ID de sesión de Tealeaf a Digital Analytics.

3. Seleccione una categoría para este segmento desde la **Categoría de conjunto de segmentos** o seleccione **Nueva categoría** desde la lista y escriba un nombre de categoría en el cuadro.

4. Especifique un nombre para el segmento en el campo que está situado a la derecha.

5. Seleccione la métrica de comparación que va a utilizar de la lista **Criterios**.

6. Especifique uno o más valores para este criterio utilizando uno de los métodos siguientes:

- Para especificar manualmente un valor, pulse **Añadir** y especifique el texto en el cuadro de texto que aparece.
- Si la característica Quick Picks se ha habilitado para su ID de cliente, pulse el icono **Quick Picks**



() para visualizar una lista alfabética de los valores únicos utilizados con más frecuencia para los criterios seleccionados según la actividad reciente del sitio. Seleccione el valor que desea utilizar para este criterio en la lista Registros de Quick Pick. Utilice las teclas Mayús o Control si desea seleccionar varios valores. Para buscar valores específicos, utilice el cuadro de búsqueda de la parte superior del diálogo. Una vez que haya seleccionado uno o varios valores, pulse **Aceptar**. Si selecciona varios valores, se añaden utilizando uniones OR.

Sólo se muestran los valores únicos principales para el criterio seleccionado en la lista Quick Picks. Es posible que otros valores no identificados como valores principales también sean válidos para el criterio.

Nota: Para ayudarle a realizar una selección, pulse **Registros de ejemplo** para visualizar valores de ejemplo para el criterio que ha seleccionado.

7. Seleccione el operador de la lista que aparece.

- Si la métrica tiene un valor numérico, los criterios pueden ser: igual, mayor que o igual, menor que o igual, o entre métricas.
- Si la métrica es un valor de cadena, el operador puede ser: Es, Empieza por, Acaba en, Contiene, o un comodín.

Si son los apropiados, marque **NOT** para que el criterio sea exclusivo (es decir, los registros están incluidos si no cumplen este criterio).

8. Elija una de las opciones siguientes para aplicar criterios a su segmento:

- Si no necesita definir ningún otro criterio para este segmento, pulse **Aplicar**.

El criterio se visualiza en el lado derecho de la ventana.

- Para añadir criterios con un operador AND, seleccione **Aplicar** y vuelva al paso 5.
- Para añadir más valores a este criterio utilizando un operador OR, pulse **+ Añadir criterio utilizando "O"**, vuelva al paso 6 y utilice las instrucciones para especificar un valor de forma manual.
- Para aplicar segmentos existentes al nuevo segmento, expanda una categoría de segmento y seleccione los segmentos necesarios en el panel de la parte inferior izquierda de la pantalla. Después de seleccionar, pulse en **Aplicar**. Los criterios se unen a otros criterios con un operador AND. Si un segmento no contiene segmentos de métrica (por ejemplo, páginas vistas ≥ 3), puede seleccionar de manera optativa **NOT**.

- Cuando los criterios de más de un tipo están dispuestos de forma conjunta, siempre se unen con un operador AND.

Una vez se crean y se aplican los criterios, aparecen en el panel situado más a la derecha. Puede editarlos pulsando en el icono de edición (✎) para volver a abrir el criterio en el panel de la izquierda o suprimirlos pulsando en el icono de supresión (✖). Puede eliminar segmentos existentes que hayan sido aplicados pulsando el icono de eliminación (🗑), que no elimina el segmento, pero lo elimina del segmento que está creando.

9. Pulse en **Guardar segmento** al cerrar esta ventana y vuelva a la pestaña **Aplicar segmento**.

Resultados

Cómo copiar un segmento

Utilice este procedimiento para copiar un segmento.

Acerca de esta tarea

Puede copiar un segmento existente y asignarle un nombre nuevo. Puede utilizar el segmento sin modificarlo o editar, añadir o eliminar criterios.

Procedimiento

1. Seleccione la categoría de segmento desde **Categoría de segmento**. Los segmentos en esta categoría aparecen en el panel **Segmentos disponibles**.
2. Seleccione el segmento que se va a copiar y pulse en el botón Copiar. El cuadro de diálogo Editar segmento muestra los criterios configurados para el segmento existente.
3. Seleccione o cree una **Categoría de segmento** en la que guardar este segmento.
4. Especifique un nombre nuevo para el segmento.
5. Seleccione y edite los criterios existentes pulsando el icono de edición (✎), suprima los criterios pulsando el icono de suprimir (✖) o añada criterios nuevos.

Edición de un segmento

Utilice este procedimiento para editar un segmento.

Antes de empezar

Si ha creado un segmento o tiene derechos de administración para el segmento, puede editarlo y guardarlo con el mismo nombre. Si intenta editar un segmento que no creado y no tiene derechos de administración, el botón **Editar segmento** actúa como un botón de Copiar segmento.

Nota: Los cambios en los segmentos son globales y afectan a los informes creados por otros usuarios utilizando este segmento.

Procedimiento

1. Seleccione la categoría de segmento desde **Categoría de segmento**. Los segmentos en esta categoría aparecen en el panel **Segmentos disponibles**.
2. Seleccione el segmento que se va a editar y pulse en el botón **Editar**. Un mensaje de advertencia le muestra los informes que se verán afectados por este segmento.

El cuadro de diálogo Editar segmento muestra los criterios configurados para el segmento existente.

Nota: El nombre y la categoría del segmento no se pueden cambiar.

Resultados

Seleccione y edite los criterios existentes pulsando el icono de edición (✎), suprima los criterios pulsando el icono de suprimir (✖) o añada criterios nuevos. Si se ha aplicado un segmento existente, puede eliminarlo pulsando el icono de eliminación (🗑).

Definición del nombre del informe y los métodos de distribución

Utilice el separador **Nombre y Distribución** para definir un nombre, categoría y métodos de distribución para su informe.

Procedimiento

1. Especifique un nombre de informe (hasta 50 caracteres, por ejemplo, página destacada o latencia de la reserva para pasajeros de primera clase) para el informe nuevo en **Nombre de informe**.
2. Seleccione una **Categoría de informe** o especifique un nuevo nombre de categoría.
Cada informe debe tener un nombre de informe exclusivo - Combinación de categoría de informe.
3. Opcional: Utilice hasta 250 caracteres en el cuadro **Comentarios** para describir el informe.
4. Opcional: Seleccione el método de distribución.
 - Marque **Recibir por correo electrónico** para que pueda recibir el informe directamente como un archivo adjunto en un correo electrónico. Escriba su dirección de correo electrónico y seleccione **Excel** o **CSV** como el formato de archivo adjunto. El archivo adjunto contiene metadatos sobre el informe (por ejemplo, nombre, filtro y segmentos) y la tabla de datos, pero no sobre los gráficos.
 - Marque **Notificar por correo electrónico** para que se le notifique cuando se genera el informe. Escriba la dirección de correo electrónico a la que quiere que se le envíe la notificación.

Informes de grupos personalizados

Utilice informes de grupos personalizados para crear grupos específicos (o categorías ampliables) utilizando la lógica de filtro avanzado. Este tipo de informe es ideal para crear hasta 10 categorías en los elementos de vuelo o de datos de agrupamiento para que cumplan sus necesidades.

Las métricas se suman y se desduplican en niveles de grupo. También hay una opción para una fila **Otro** que proporciona una suma de los valores no mostrados dentro de cada grupo.

Selección de columnas y métricas

Utilice el **Creador de informes** para seleccionar las columnas de desglose y métricas para el informe. Puede elegir hasta tres columnas de visualización y 10 métricas. Cuando se crea el informe, se crea también una tabla de datos a partir de las combinaciones de la columna de visualización seleccionada y de las métricas.

Acerca de esta tarea

Cuando selecciona más de una columna de visualización, las métricas resultantes se corresponden con una combinación exclusiva de las columnas de visualización elegidas. Por ejemplo, si elige mostrar **Páginas e Idioma de página** al mismo tiempo, la página vista para la página de inicio se dividirá en Inicio-Inglés, Inicio-Alemán, Inicio-Español, etc. Tiene sentido ver algunos datos juntos (por ejemplo, Página y Categoría o Página y Atributo de página: Autor) pero otras combinaciones no tienen sentido (por ejemplo, Nombre de producto y País). Como resultado, dependiendo del primer campo seleccionado, las opciones de columna de visualización restantes estarán limitadas.

Las columnas de visualización están divididas en cuatro paneles: **Columnas de visualización disponibles**, **Columnas de visualización de arrastrar y soltar**, **Métricas disponibles** y **Métricas de arrastrar y soltar**.

Las **columnas de visualización disponibles** se completan inicialmente con tipos de campo de datos. Cada uno de los tipos de campo se puede expandir pulsando en el botón  para mostrar las columnas de visualización disponibles.

Nota: Si tiene previsto exportar los datos de sesiones a IBM Tealeaf, incluya la métrica Sesiones cuando cree el informe, de modo que pueda ver el número de sesiones en cada fila.

Procedimiento

1. Arrastre la primera columna de visualización que desee utilizar a las columnas de arrastrar y soltar.
Puede seleccionar hasta tres columnas.

Después de seleccionar una columna, se muestra en la parte superior izquierda de la pantalla. Las métricas disponibles estarán numeradas en las pestañas Estándar y Calculada en la columna Seleccionar métricas disponibles. Algunas de las columnas de visualización restantes se eliminan del panel **Columnas de visualización disponibles**. Estas columnas se han eliminado debido a que no están disponibles para su combinación con la columna seleccionada.

2. Arrastre las métricas necesarias desde la pestaña **Estándar**, **Calculada** de la columna Seleccionar métricas disponibles de la columna Métricas de arrastrar y soltar.

Las métricas disponibles para un informe se basan en las columnas de visualización seleccionadas. Solo las métricas compatibles con las columnas de visualización seleccionadas se pueden seleccionar.

Su informe puede incluir hasta diez métricas, que pueden ser cualquier combinación de métricas estándares, calculadas.

Puede crear o editar métricas calculadas utilizando la pestaña **Calculada** o utilizar la página **Gestionar > Métricas calculadas**.

Las métricas personalizadas no están disponibles en los informes de grupos personalizados.

Después de seleccionar una métrica, se muestra en la esquina superior derecha de la pantalla.

Conceptos relacionados

[“Métricas calculadas” en la página 18](#)

Una métrica calculada en Digital Analytics Explore es una métrica definida por el usuario que consta de una fórmula que se construye a partir de una o más métricas existentes, operadores, o constantes. Puede incluir métricas calculadas en informes de Lista sin formato, Jerarquía, Comparación de segmentos y Ciclo de vida. Las métricas calculadas no están disponibles en los informes en directo.

Grupos

Utilice el separador Grupos para generar un informe de Grupos personalizados para crear, copiar o editar un grupo para un informe o utilizar un grupo existente. Los grupos existentes se pueden volver a nombrar y editar para que se correspondan con sus requisitos. Los grupos están agrupados en categorías de grupo.

Acerca de esta tarea

Un grupo se compone de uno o más criterios. Estos criterios comparan una métrica seleccionada con un valor especificado e incluyen o excluyen un registro que depende de la métrica. Por ejemplo, puede restringir el informe a visitantes de EE.UU. Un criterio consiste en una métrica y en una o más comparaciones.

Utilización de grupos

Utilice este procedimiento para manipular grupos personalizados existentes.

Procedimiento

1. Seleccione la categoría de grupo desde la **Categoría de grupo**.
Los grupos en esta categoría aparecen en el panel Grupos disponibles.
2. Arrastre el grupo o grupos que se van a aplicar hacia **Arrastrar y soltar**.
3. Submit the request.

Creación de grupos

Utilice este procedimiento para crear grupos personalizados.

Procedimiento

1. Pulse en **Nuevo** en la parte inferior del panel de Grupos disponibles. Aparece la ventana Grupo nuevo.
2. Seleccione una categoría para este grupo desde la **Categoría de conjunto de grupos** o seleccione **Nueva categoría** desde la lista y escriba un nombre de categoría en el cuadro.
3. Escriba un nombre para el grupo en **Nombre de grupo**.
4. Seleccione la métrica de comparación que va a utilizar de la lista **Criterios**.

5. Especifique uno o más valores para este criterio utilizando uno de los métodos siguientes:

- Para especificar manualmente un valor, pulse **Añadir** y especifique el texto en el cuadro de texto que aparece.
- Si la característica Quick Picks se ha habilitado para su ID de cliente, pulse el icono **Quick Picks** () para visualizar una lista alfabética de los valores únicos utilizados con más frecuencia para los criterios seleccionados según la actividad reciente del sitio. Seleccione el valor que desea utilizar para este criterio en la lista Registros de Quick Pick. Utilice las teclas Mayús o Control si desea seleccionar varios valores. Para buscar valores específicos, utilice el cuadro de búsqueda de la parte superior del diálogo. Una vez que haya seleccionado uno o varios valores, pulse **Aceptar**. Si selecciona varios valores, se añaden utilizando uniones OR.

Sólo se muestran los valores únicos principales para el criterio seleccionado en la lista Quick Picks. Es posible que otros valores no identificados como valores principales también sean válidos para el criterio.

Nota: Para ayudarle a realizar una selección, pulse **Registros de ejemplo** para visualizar valores de ejemplo para el criterio que ha seleccionado.

6. Seleccione el operador de la lista que aparece.

- Si la métrica tiene un valor numérico, los criterios pueden ser: igual, mayor que o igual, menor que o igual, o entre métricas.
- Si la métrica es un valor de cadena, el operador puede ser: Es, Empieza por, Acaba en, Contiene, o un comodín.

Si son los apropiados, marque **NOT** para que el criterio sea exclusivo (es decir, los registros están incluidos si no cumplen este criterio).

7. Elija una de las opciones siguientes para aplicar criterios a su grupo:

- Si no necesita definir ningún otro criterio para este grupo, pulse **Aplicar**.
El criterio se visualiza en el lado derecho de la ventana.
- Para añadir criterios con un operador AND, seleccione **Aplicar** y vuelva al paso 4.
- Para añadir más valores a este criterio utilizando un operador OR, pulse **+ Añadir criterio utilizando "O"**, vuelva al paso 5 y utilice las instrucciones para especificar un valor de forma manual.
- Para aplicar grupos existentes al nuevo grupo, expanda una categoría de grupo y seleccione los grupos necesarios en el panel de la parte inferior izquierda de la pantalla. Después de seleccionar, pulse en **Aplicar**. Los criterios se unen a otros criterios con un operador AND. Si un grupo no contiene filtros de métrica (por ejemplo, páginas vistas ≥ 3), puede seleccionar de manera optativa **NOT**.
- Cuando los criterios de más de un tipo están dispuestos de forma conjunta, siempre se unen con un operador AND.

Una vez se crean y se aplican los criterios, aparecen en el panel situado más a la derecha. Puede editarlos pulsando en el icono de edición () para volver a abrir el criterio en el panel de la izquierda o suprimirlos pulsando en el icono de supresión (). Puede eliminar grupos existentes que hayan sido aplicados pulsando el icono de eliminación (), que no elimina el grupo, pero lo elimina del grupo que está creando.

8. Pulse en **Guardar grupo** al cerrar esta ventana y volver a la pestaña **Grupos**.

Copia de grupos

Utilice este procedimiento para copiar grupos personalizados.

Acerca de esta tarea

Si un grupo ya ha sido definido por otro usuario puede copiar los criterios y asignarles un nombre nuevo. Después puede utilizarlo sin modificar o editar, añadir o eliminar criterios.

Procedimiento

1. Seleccione la categoría de grupo desde la **Categoría de grupo**. Los grupos en esta categoría aparecen en el panel Grupos disponibles.
2. Seleccione el grupo que se va a copiar y pulse en el botón **Copiar**. Aparece el cuadro de diálogo Editar grupo que muestra los criterios que se han definido para el grupo existente.
3. Seleccione o cree una **Categoría de grupo** en la que guardar este grupo.
4. Especifique un nombre nuevo para el grupo.

Resultados

Ahora puede seleccionar y editar los criterios existentes pulsando en el icono de edición (✎), suprimirlos pulsando en el icono de supresión (✖), o añadir nuevos criterios tal como se describe en [“Creación de grupos”](#) en la página 41.

Edición de grupos

Utilice este procedimiento para editar grupos personalizados.

Acerca de esta tarea

Si ha creado un grupo o tiene derechos de administración para el grupo, puede editarlo y guardarlo con el mismo nombre. Si intenta editar un grupo que no ha creado y no tiene derechos de administración el botón de **Editar grupo** actúa como el botón **Copiar grupo**.

Nota: Los cambios en los grupos son globales y afectan a otros grupos creados por otros usuarios de este grupo.

Procedimiento

1. Seleccione la categoría de grupo del menú desplegable de **Categoría de grupo**. Los grupos en esta categoría aparecen en el panel Grupos disponibles.
2. Seleccione el grupo que se va a editar y pulse en el botón **Editar**. Un mensaje de advertencia le muestra los informes afectados si edita este grupo.
3. El cuadro de diálogo de **Editar grupo** muestra los criterios para el grupo existente.

Nota: El nombre y categoría de grupo no se pueden cambiar.

Resultados

Ahora puede seleccionar y editar los criterios existentes pulsando en el icono de edición (✎), suprimirlos pulsando en el icono de supresión (✖), o añadir nuevos criterios tal como se describe en [“Creación de grupos”](#) en la página 41. Si se ha aplicado un grupo existente, puede eliminarlo pulsando en el icono de eliminación (🗑).

Segmentos

Utilice el separador Segmento para crear, copiar o editar un segmento para un informe de Digital Analytics Explore o utilizar un segmento existente. También puede cambiar el nombre de segmentos existentes y editarlos para que cumplan sus requisitos específicos. Los segmentos están agrupados en categorías de segmento.

Nota: No pulse en **Enviar** hasta que haya completado todas las pestañas no opcionales.

Añadir un segmento a un informe

Puede añadir un segmento existente a una configuración de informe cuando crea el informe.

Procedimiento

1. Pulse el separador **Segmentos**.
2. Seleccione la categoría de segmento desde **Categoría de segmento**. Los segmentos en esta categoría aparecen en el panel Segmentos disponibles.

3. Arrastre el segmento o segmentos para aplicarlos en el panel de **Arrastrar y soltar**.

Cómo crear un segmento

Utilice este procedimiento para crear un segmento.

Procedimiento

1. Pulse en **Nuevo** en la parte inferior del panel de Segmentos disponibles. Aparece la ventana Nuevo segmento.

2. Seleccione el tipo de segmento.

- **Misma sesión** - Todas las sesiones que coincidan con los criterios especificados durante el rango de tiempo de informe.
- **Sesión cruzada** - Todas las sesiones de visitante durante el rango de tiempo de informe que coinciden con los criterios especificados entre las fechas seleccionadas. Si selecciona **Sesión cruzada** tendrá que especificar una fecha de inicio o de finalización o seleccionar **Anterior** para utilizar el periodo finalizado anteriormente al cual aplica el segmento.

Nota: El tipo de segmento de sesión cruzada no está disponible para informes que utilizan datos importados en un archivo de extensión de datos basado en el registro.

- **Cliente de varios canales** - Incluye la actividad en línea y fuera de línea de los clientes registrados únicamente.

Nota: No puede crear segmentos de IBM Tealeaf utilizando la ventana Nuevo segmento. IBM Digital Analytics crea un segmento de Tealeaf cuando un usuario de Tealeaf exporta los ID de sesión de Tealeaf a Digital Analytics.

3. Seleccione una categoría para este segmento desde la **Categoría de conjunto de segmentos** o seleccione **Nueva categoría** desde la lista y escriba un nombre de categoría en el cuadro.

4. Especifique un nombre para el segmento en el campo que está situado a la derecha.

5. Seleccione la métrica de comparación que va a utilizar de la lista **Criterios**.

6. Especifique uno o más valores para este criterio utilizando uno de los métodos siguientes:

- Para especificar manualmente un valor, pulse **Añadir** y especifique el texto en el cuadro de texto que aparece.
- Si la característica Quick Picks se ha habilitado para su ID de cliente, pulse el icono **Quick Picks**



() para visualizar una lista alfabética de los valores únicos utilizados con más frecuencia para los criterios seleccionados según la actividad reciente del sitio. Seleccione el valor que desea utilizar para este criterio en la lista Registros de Quick Pick. Utilice las teclas Mayús o Control si desea seleccionar varios valores. Para buscar valores específicos, utilice el cuadro de búsqueda de la parte superior del diálogo. Una vez que haya seleccionado uno o varios valores, pulse **Aceptar**. Si selecciona varios valores, se añaden utilizando uniones OR.

Sólo se muestran los valores únicos principales para el criterio seleccionado en la lista Quick Picks. Es posible que otros valores no identificados como valores principales también sean válidos para el criterio.

Nota: Para ayudarle a realizar una selección, pulse **Registros de ejemplo** para visualizar valores de ejemplo para el criterio que ha seleccionado.

7. Seleccione el operador de la lista que aparece.

- Si la métrica tiene un valor numérico, los criterios pueden ser: igual, mayor que o igual, menor que o igual, o entre métricas.
- Si la métrica es un valor de cadena, el operador puede ser: Es, Empieza por, Acaba en, Contiene, o un comodín.

Si son los apropiados, marque **NOT** para que el criterio sea exclusivo (es decir, los registros están incluidos si no cumplen este criterio).

8. Elija una de las opciones siguientes para aplicar criterios a su segmento:

- Si no necesita definir ningún otro criterio para este segmento, pulse **Aplicar**.
El criterio se visualiza en el lado derecho de la ventana.
- Para añadir criterios con un operador AND, seleccione **Aplicar** y vuelva al paso 5.
- Para añadir más valores a este criterio utilizando un operador OR, pulse **+ Añadir criterio utilizando "O"**, vuelva al paso 6 y utilice las instrucciones para especificar un valor de forma manual.
- Para aplicar segmentos existentes al nuevo segmento, expanda una categoría de segmento y seleccione los segmentos necesarios en el panel de la parte inferior izquierda de la pantalla. Después de seleccionar, pulse en **Aplicar**. Los criterios se unen a otros criterios con un operador AND. Si un segmento no contiene segmentos de métrica (por ejemplo, páginas vistas >=3), puede seleccionar de manera optativa **NOT**.
- Cuando los criterios de más de un tipo están dispuestos de forma conjunta, siempre se unen con un operador AND.

Una vez se crean y se aplican los criterios, aparecen en el panel situado más a la derecha. Puede editarlos pulsando en el icono de edición (✎) para volver a abrir el criterio en el panel de la izquierda o suprimirlos pulsando en el icono de supresión (✖). Puede eliminar segmentos existentes que hayan sido aplicados pulsando el icono de eliminación (🗑), que no elimina el segmento, pero lo elimina del segmento que está creando.

9. Pulse en **Guardar segmento** al cerrar esta ventana y vuelva a la pestaña **Aplicar segmento**.

Resultados

Cómo copiar un segmento

Utilice este procedimiento para copiar un segmento.

Acerca de esta tarea

Puede copiar un segmento existente y asignarle un nombre nuevo. Puede utilizar el segmento sin modificarlo o editar, añadir o eliminar criterios.

Procedimiento

1. Seleccione la categoría de segmento desde **Categoría de segmento**. Los segmentos en esta categoría aparecen en el panel **Segmentos disponibles**.
2. Seleccione el segmento que se va a copiar y pulse en el botón Copiar. El cuadro de diálogo Editar segmento muestra los criterios configurados para el segmento existente.
3. Seleccione o cree una **Categoría de segmento** en la que guardar este segmento.
4. Especifique un nombre nuevo para el segmento.
5. Seleccione y edite los criterios existentes pulsando el icono de edición (✎), suprima los criterios pulsando el icono de suprimir (✖) o añada criterios nuevos.

Edición de un segmento

Utilice este procedimiento para editar un segmento.

Antes de empezar

Si ha creado un segmento o tiene derechos de administración para el segmento, puede editarlo y guardarlo con el mismo nombre. Si intenta editar un segmento que no creado y no tiene derechos de administración, el botón **Editar segmento** actúa como un botón de Copiar segmento.

Nota: Los cambios en los segmentos son globales y afectan a los informes creados por otros usuarios utilizando este segmento.

Procedimiento

1. Seleccione la categoría de segmento desde **Categoría de segmento**. Los segmentos en esta categoría aparecen en el panel **Segmentos disponibles**.
2. Seleccione el segmento que se va a editar y pulse en el botón **Editar**. Un mensaje de advertencia le muestra los informes que se verán afectados por este segmento.

El cuadro de diálogo Editar segmento muestra los criterios configurados para el segmento existente.

Nota: El nombre y la categoría del segmento no se pueden cambiar.

Resultados

Seleccione y edite los criterios existentes pulsando el icono de edición (✎), suprima los criterios pulsando el icono de suprimir (✖) o añada criterios nuevos. Si se ha aplicado un segmento existente, puede eliminarlo pulsando el icono de eliminación (🗑).

Establecimiento de la frecuencia del informe y del intervalo de fechas

Utilice la pestaña **Fechas y conjunto de datos** para definir la frecuencia de informes e intervalo de fechas.

Acerca de esta tarea

La frecuencia de informe es el número de veces que se ejecuta un informe. El sistema soporta los informes recurrentes y los informes puntuales.

Informe recurrente

Un informe recurrente (definido por la frecuencia de informe diariamente, semanalmente o mensualmente) se ejecuta durante el periodo de tiempo especificado, empezando con el primer periodo o después de que haya elegido la fecha de inicio.

- Puede ejecutar el informe recurrente en los datos hasta los 13 días anteriores (400 días) siempre que el sistema de Digital Analytics Explore haya procesado al menos 13 meses de datos. El rango de fechas predeterminado es de 400 días.
- Para ejecutar el informe indefinidamente (hasta que se detenga o se suprima), seleccione una fecha de inicio en los 400 días siguientes a la fecha actual y seleccione **Sin fecha de finalización** para la **Fecha de finalización**. La elección de una fecha de inicio histórica rellena con anterioridad los informes y define tendencias hasta el periodo de tiempo actual.
- Se puede acceder a los informes procesados durante los próximos 13 meses.

Informe puntual

Un informe puntual se ejecuta una vez en el rango de fecha seleccionado con una duración de informe de hasta 93 días.

- Se puede acceder a los informes procesados durante los próximos 93 días.
- No puede cambiar a una fecha alternativa porque, por definición, un informe puntual se ejecuta solo una vez en el rango de fecha especificado.
- La opción **Sin fecha de finalización** no está disponible para un informe puntual.
- Si selecciona fechas futuras, el informe no se ejecuta hasta que haya pasado la fecha de finalización.

Establecimiento del límite de fila

La selección del **Número de filas** en la pestaña **Fechas y conjunto de datos** determina el volumen de la información contenida en el informe que se basa en el tipo de informe.

Acerca de esta tarea

Para los informes de lista sin formato, la selección del **número de filas** define el número máximo de filas que se devuelven en el informe. Por ejemplo, una selección de 10.000 filas devuelve las 10.000 filas principales para el informe ordenadas por la primera métrica seleccionada. De forma adicional, todos los informes de lista sin formato muestran una fila de Total. Si el informe definido contiene más del número

seleccionado de filas, el resto de los datos están resumidos en una fila de Otros. Los valores posibles son 50, 100, 1.000 y 10.000. También se pueden seleccionar 50.000 filas si se habilita esta opción en su ID de cliente. El valor por defecto es 50 filas.

Para el tipo de informe de jerarquía, la selección del **Número de filas** define el número máximo de filas que se devuelven a cada nivel cuando se amplía un nivel de jerarquía en el informe. Por ejemplo, si define el límite en 100 filas, los informes de jerarquía devuelven 100 filas de nivel superior, 100 de segundo nivel y 100 de tercer nivel. Los valores posibles son 50 y 100. El predeterminado es 50.

Para los informes de grupos personalizados, la selección del **número de filas** define el número máximo de filas que se devuelven después de expandir cada grupo en el informe. Por ejemplo, una selección de 100 filas devuelve las 100 filas principales dentro de cada grupo ordenadas por la primera métrica seleccionada. Puede seleccionar hasta 1.000 filas por grupo para los informes que consisten en 10 o menos grupos. Si el informe definido contiene más del número seleccionado de filas en cada grupo, el resto de los datos están resumidos en una fila de Otros.

La selección del **Número de filas** no está disponible en los Informes de comparación de segmentos.

Selección del conjunto de datos

Utilice la pestaña **Fechas y conjunto de datos** para especificar el conjunto de datos para utilizarlo en el informe.

Acerca de esta tarea

La elección de **Informes de conjuntos de datos completos** o de **Informes muestreados** determina cuánta información se procesa y la cantidad de tiempo que un informe tarda en procesarse.

Informes de conjuntos de datos completos

Devuelve todos los datos de cliente aplicables en el rango dado de tiempo de informe.

Informes muestreados

Informa sobre una muestra de la cantidad de visitantes de cliente para el rango dado de tiempo de informe y tiene en cuenta de forma exhaustiva todas las sesiones y registros de esos visitantes. Digital Analytics determina la tasa de muestreo adecuada dependiendo de los volúmenes de datos del cliente. La tasa de muestreo se encuentra en el área de configuración abierta de cada informe muestreado.

Un informe que se ejecuta en el conjunto de datos de muestra lo hace más rápido porque solo utiliza un subconjunto de visitantes y sus actividades y extrapola los resultados. Este informe puede ser útil para crear y visualizar un informe de prueba antes de ejecutarlo en todos los datos para obtener una vista representativa de los números y para ver qué aspecto tiene el informe antes de crear un informe de conjunto de datos completo.

Definición del nombre del informe y los métodos de distribución

Utilice el separador **Nombre y Distribución** para definir un nombre, categoría y métodos de distribución para su informe.

Procedimiento

1. Especifique un nombre de informe (hasta 50 caracteres, por ejemplo, página destacada o latencia de la reserva para pasajeros de primera clase) para el informe nuevo en **Nombre de informe**.
2. Seleccione una **Categoría de informe** o especifique un nuevo nombre de categoría.
Cada informe debe tener un nombre de informe exclusivo - Combinación de categoría de informe.
3. Opcional: Utilice hasta 250 caracteres en el cuadro **Comentarios** para describir el informe.
4. Opcional: Seleccione el método de distribución.
 - Marque **Recibir por correo electrónico** para que pueda recibir el informe directamente como un archivo adjunto en un correo electrónico. Escriba su dirección de correo electrónico y seleccione **Excel** o **CSV** como el formato de archivo adjunto. El archivo adjunto contiene metadatos sobre el informe (por ejemplo, nombre, filtro y segmentos) y la tabla de datos, pero no sobre los gráficos.

- Marque **Notificar por correo electrónico** para que se le notifique cuando se genera el informe. Escriba la dirección de correo electrónico a la que quiere que se le envíe la notificación.

Informes de comparación de segmentos

Utilice informes de comparación de segmentos para analizar segmentos de visitante en los indicadores clave de rendimiento. Este tipo de informe es ideal para las comparaciones rápidas de segmentos de comportamiento (hasta 10 por informe) entre segmentos de usuario o estilos definidos.

Segmentos y métricas

Utilice el **Creador de informes** para seleccionar las columnas de desglose y métricas en su informe Comparación de segmentos.

Puede elegir hasta 10 segmentos y 10 métricas. Las métricas pueden ser cualquier combinación de métricas estándar o métricas calculadas. Puede filtrar la lista de métricas calculadas seleccionando una categoría en la lista desplegable encima de la columna.

Para obtener más información sobre métricas calculadas, consulte [“Métricas calculadas” en la página 18](#).

Nota: Si tiene previsto exportar los datos de sesiones a IBM Tealeaf, incluya la métrica Sesiones cuando cree el informe, de modo que pueda ver el número de sesiones en cada fila.

Cuando se crea el informe, se crea también una tabla de datos a partir de los segmentos y métricas seleccionadas.

Añadir un segmento a un informe

Puede añadir un segmento existente a una configuración de informe cuando crea el informe.

Procedimiento

1. Pulse el separador **Segmentos**.
2. Seleccione la categoría de segmento desde **Categoría de segmento**. Los segmentos en esta categoría aparecen en el panel Segmentos disponibles.
3. Arrastre el segmento o segmentos para aplicarlos en el panel de **Arrastrar y soltar**.

Cómo crear un segmento

Utilice este procedimiento para crear un segmento.

Procedimiento

1. Pulse en **Nuevo** en la parte inferior del panel de Segmentos disponibles. Aparece la ventana Nuevo segmento.
 2. Seleccione el tipo de segmento.
 - **Misma sesión** - Todas las sesiones que coincidan con los criterios especificados durante el rango de tiempo de informe.
 - **Sesión cruzada** - Todas las sesiones de visitante durante el rango de tiempo de informe que coinciden con los criterios especificados entre las fechas seleccionadas. Si selecciona **Sesión cruzada** tendrá que especificar una fecha de inicio o de finalización o seleccionar **Anterior** para utilizar el periodo finalizado anteriormente al cual aplica el segmento.

Nota: El tipo de segmento de sesión cruzada no está disponible para informes que utilizan datos importados en un archivo de extensión de datos basado en el registro.
 - **Cliente de varios canales** - Incluye la actividad en línea y fuera de línea de los clientes registrados únicamente.
- Nota:** No puede crear segmentos de IBM Tealeaf utilizando la ventana Nuevo segmento. IBM Digital Analytics crea un segmento de Tealeaf cuando un usuario de Tealeaf exporta los ID de sesión de Tealeaf a Digital Analytics.
3. Seleccione una categoría para este segmento desde la **Categoría de conjunto de segmentos** o seleccione **Nueva categoría** desde la lista y escriba un nombre de categoría en el cuadro.

4. Especifique un nombre para el segmento en el campo que está situado a la derecha.
5. Seleccione la métrica de comparación que va a utilizar de la lista **Criterios**.
6. Especifique uno o más valores para este criterio utilizando uno de los métodos siguientes:
 - Para especificar manualmente un valor, pulse **Añadir** y especifique el texto en el cuadro de texto que aparece.
 - Si la característica Quick Picks se ha habilitado para su ID de cliente, pulse el icono **Quick Picks** () para visualizar una lista alfabética de los valores únicos utilizados con más frecuencia para los criterios seleccionados según la actividad reciente del sitio. Seleccione el valor que desea utilizar para este criterio en la lista Registros de Quick Pick. Utilice las teclas Mayús o Control si desea seleccionar varios valores. Para buscar valores específicos, utilice el cuadro de búsqueda de la parte superior del diálogo. Una vez que haya seleccionado uno o varios valores, pulse **Aceptar**. Si selecciona varios valores, se añaden utilizando uniones OR.

Sólo se muestran los valores únicos principales para el criterio seleccionado en la lista Quick Picks. Es posible que otros valores no identificados como valores principales también sean válidos para el criterio.

Nota: Para ayudarle a realizar una selección, pulse **Registros de ejemplo** para visualizar valores de ejemplo para el criterio que ha seleccionado.

7. Seleccione el operador de la lista que aparece.
 - Si la métrica tiene un valor numérico, los criterios pueden ser: igual, mayor que o igual, menor que o igual, o entre métricas.
 - Si la métrica es un valor de cadena, el operador puede ser: Es, Empieza por, Acaba en, Contiene, o un comodín.

Si son los apropiados, marque **NOT** para que el criterio sea exclusivo (es decir, los registros están incluidos si no cumplen este criterio).

8. Elija una de las opciones siguientes para aplicar criterios a su segmento:
 - Si no necesita definir ningún otro criterio para este segmento, pulse **Aplicar**.
El criterio se visualiza en el lado derecho de la ventana.
 - Para añadir criterios con un operador AND, seleccione **Aplicar** y vuelva al paso 5.
 - Para añadir más valores a este criterio utilizando un operador OR, pulse **+ Añadir criterio utilizando "O"**, vuelva al paso 6 y utilice las instrucciones para especificar un valor de forma manual.
 - Para aplicar segmentos existentes al nuevo segmento, expanda una categoría de segmento y seleccione los segmentos necesarios en el panel de la parte inferior izquierda de la pantalla. Después de seleccionar, pulse en **Aplicar**. Los criterios se unen a otros criterios con un operador AND. Si un segmento no contiene segmentos de métrica (por ejemplo, páginas vistas >=3), puede seleccionar de manera optativa **NOT**.
 - Cuando los criterios de más de un tipo están dispuestos de forma conjunta, siempre se unen con un operador AND.

Una vez se crean y se aplican los criterios, aparecen en el panel situado más a la derecha. Puede editarlos pulsando en el icono de edición () para volver a abrir el criterio en el panel de la izquierda o suprimirlos pulsando en el icono de supresión (). Puede eliminar segmentos existentes que hayan sido aplicados pulsando el icono de eliminación () , que no elimina el segmento, pero lo elimina del segmento que está creando.

9. Pulse en **Guardar segmento** al cerrar esta ventana y vuelva a la pestaña **Aplicar segmento**.

Resultados

Cómo copiar un segmento

Utilice este procedimiento para copiar un segmento.

Acerca de esta tarea

Puede copiar un segmento existente y asignarle un nombre nuevo. Puede utilizar el segmento sin modificarlo o editar, añadir o eliminar criterios.

Procedimiento

1. Seleccione la categoría de segmento desde **Categoría de segmento**. Los segmentos en esta categoría aparecen en el panel **Segmentos disponibles**.
2. Seleccione el segmento que se va a copiar y pulse en el botón Copiar. El cuadro de diálogo Editar segmento muestra los criterios configurados para el segmento existente.
3. Seleccione o cree una **Categoría de segmento** en la que guardar este segmento.
4. Especifique un nombre nuevo para el segmento.
5. Seleccione y edite los criterios existentes pulsando el icono de edición (✎), suprima los criterios pulsando el icono de suprimir (✕) o añada criterios nuevos.

Edición de un segmento

Utilice este procedimiento para editar un segmento.

Antes de empezar

Si ha creado un segmento o tiene derechos de administración para el segmento, puede editarlo y guardarlo con el mismo nombre. Si intenta editar un segmento que no creado y no tiene derechos de administración, el botón **Editar segmento** actúa como un botón de Copiar segmento.

Nota: Los cambios en los segmentos son globales y afectan a los informes creados por otros usuarios utilizando este segmento.

Procedimiento

1. Seleccione la categoría de segmento desde **Categoría de segmento**. Los segmentos en esta categoría aparecen en el panel **Segmentos disponibles**.
2. Seleccione el segmento que se va a editar y pulse en el botón **Editar**. Un mensaje de advertencia le muestra los informes que se verán afectados por este segmento.

El cuadro de diálogo Editar segmento muestra los criterios configurados para el segmento existente.

Nota: El nombre y la categoría del segmento no se pueden cambiar.

Resultados

Seleccione y edite los criterios existentes pulsando el icono de edición (✎), suprima los criterios pulsando el icono de suprimir (✕) o añada criterios nuevos. Si se ha aplicado un segmento existente, puede eliminarlo pulsando el icono de eliminación (🗑).

Establecimiento de la frecuencia del informe y del intervalo de fechas

Utilice la pestaña **Fechas y conjunto de datos** para definir la frecuencia de informes e intervalo de fechas.

Acerca de esta tarea

La frecuencia de informe es el número de veces que se ejecuta un informe. El sistema soporta los informes recurrentes y los informes puntuales.

Informe recurrente

Un informe recurrente (definido por la frecuencia de informe diariamente, semanalmente o mensualmente) se ejecuta durante el periodo de tiempo especificado, empezando con el primer periodo o después de que haya elegido la fecha de inicio.

- Puede ejecutar el informe recurrente en los datos hasta los 13 días anteriores (400 días) siempre que el sistema de Digital Analytics Explore haya procesado al menos 13 meses de datos. El rango de fechas predeterminado es de 400 días.

- Para ejecutar el informe indefinidamente (hasta que se detenga o se suprima), seleccione una fecha de inicio en los 400 días siguientes a la fecha actual y seleccione **Sin fecha de finalización** para la **Fecha de finalización**. La elección de una fecha de inicio histórica rellena con anterioridad los informes y define tendencias hasta el periodo de tiempo actual.
- Se puede acceder a los informes procesados durante los próximos 13 meses.

Informe puntual

Un informe puntual se ejecuta una vez en el rango de fecha seleccionado con una duración de informe de hasta 93 días.

- Se puede acceder a los informes procesados durante los próximos 93 días.
- No puede cambiar a una fecha alternativa porque, por definición, un informe puntual se ejecuta solo una vez en el rango de fecha especificado.
- La opción **Sin fecha de finalización** no está disponible para un informe puntual.
- Si selecciona fechas futuras, el informe no se ejecuta hasta que haya pasado la fecha de finalización.

Selección del conjunto de datos

Utilice la pestaña **Fechas y conjunto de datos** para especificar el conjunto de datos para utilizarlo en el informe.

Acerca de esta tarea

La elección de **Informes de conjuntos de datos completos** o de **Informes muestreados** determina cuánta información se procesa y la cantidad de tiempo que un informe tarda en procesarse.

Informes de conjuntos de datos completos

Devuelve todos los datos de cliente aplicables en el rango dado de tiempo de informe.

Informes muestreados

Informa sobre una muestra de la cantidad de visitantes de cliente para el rango dado de tiempo de informe y tiene en cuenta de forma exhaustiva todas las sesiones y registros de esos visitantes. Digital Analytics determina la tasa de muestreo adecuada dependiendo de los volúmenes de datos del cliente. La tasa de muestreo se encuentra en el área de configuración abierta de cada informe muestreado.

Un informe que se ejecuta en el conjunto de datos de muestra lo hace más rápido porque solo utiliza un subconjunto de visitantes y sus actividades y extrapola los resultados. Este informe puede ser útil para crear y visualizar un informe de prueba antes de ejecutarlo en todos los datos para obtener una vista representativa de los números y para ver qué aspecto tiene el informe antes de crear un informe de conjunto de datos completo.

Definición del nombre del informe y los métodos de distribución

Utilice el separador **Nombre y Distribución** para definir un nombre, categoría y métodos de distribución para su informe.

Procedimiento

1. Especifique un nombre de informe (hasta 50 caracteres, por ejemplo, página destacada o latencia de la reserva para pasajeros de primera clase) para el informe nuevo en **Nombre de informe**.
2. Seleccione una **Categoría de informe** o especifique un nuevo nombre de categoría.
Cada informe debe tener un nombre de informe exclusivo - Combinación de categoría de informe.
3. Opcional: Utilice hasta 250 caracteres en el cuadro **Comentarios** para describir el informe.
4. Opcional: Seleccione el método de distribución.
 - Marque **Recibir por correo electrónico** para que pueda recibir el informe directamente como un archivo adjunto en un correo electrónico. Escriba su dirección de correo electrónico y seleccione **Excel** o **CSV** como el formato de archivo adjunto. El archivo adjunto contiene metadatos sobre el informe (por ejemplo, nombre, filtro y segmentos) y la tabla de datos, pero no sobre los gráficos.

- Marque **Notificar por correo electrónico** para que se le notifique cuando se genera el informe. Escriba la dirección de correo electrónico a la que quiere que se le envíe la notificación.

Informes en directo

Los informes en directo son informes de listas sin formato que actualizan datos en tiempo real con granularidad por horas. Utilice los informes en directo para ver los datos más recientes en un sitio web y analizar las tendencias por horas.

Los informes en directo siempre se ejecutan en un completo conjunto de datos en el tiempo de visualización del informe. Por lo tanto, muestreo, conjunto de datos, y las opciones disponibles de distribución para otros informes no están disponibles para los informes en directo. Además de las métricas calculadas, segmentación definición de objetivo, anotación, zoom relacional y opciones de distribución no están disponibles para los informes en directo.

Se retienen los datos del informe en directo un mínimo de ocho días y permite comparar datos del día actual con el mismo día de la semana anterior.

Adición de informes y métricas a los informes de Live

El informe de Live puede incluir hasta tres columnas de visualización y 10 métricas. Cuando se genera el informe, se crea también una tabla de datos a partir de las columnas y métricas seleccionadas.

Acerca de esta tarea

Cuando selecciona la columna de visualización, las columnas y métricas restantes disponibles están limitadas según la columna escogida. Por ejemplo, si elige mostrar **Páginas** e **Idioma de página** al mismo tiempo, la página vista para la página de inicio se dividirá en Inicio-Inglés, Inicio-Alemán, Inicio-Español, etc. Tiene sentido ver algunos datos juntos (por ejemplo, Página y Categoría o Página y Atributo de página: Autor) pero otras combinaciones no tienen sentido (por ejemplo, Nombre de producto y País). Como resultado, la columna de visualización restante y las opciones métricas son limitadas dependiendo de las columnas seleccionadas actualmente.

Utilice la pestaña **Columnas y métricas** para seleccionar las columnas y las métricas. Las columnas de visualización están divididas en cuatro paneles: **Columnas de visualización disponibles**, **Columnas de visualización de arrastrar y soltar**, **Seleccionar Métricas disponibles** y **Métricas de arrastrar y soltar**.

Las **Columnas de visualización disponibles** se completan inicialmente con una lista de tipos de campo de datos. Cada tipo de campo se puede expandir pulsando  para mostrar las columnas de visualización disponibles en cada tipo de campo.

Procedimiento

1. Arrastre la primera columna de visualización que desee utilizar para **Arrastrar y soltar columnas de visualización**.

Puede seleccionar hasta tres columnas.

Después de seleccionar una columna, se muestra en la parte superior izquierda de la pantalla. Algunas de las columnas de visualización restantes se eliminan del panel **Columnas de visualización disponibles**. Estas columnas se han eliminado debido a que no están disponibles para su combinación con la columna seleccionada.

Las métricas disponibles estarán numeradas en la pestaña **Estándar** en la columna Seleccionar métricas disponibles.

2. Arrastre las métricas necesarias de la columna Seleccionar métricas disponibles de la columna Métricas de arrastrar y soltar.

Su informe puede incluir hasta cinco métricas.

Nota: Las métricas calculadas y métricas personalizadas no están disponibles en los informes en directo.

Después de seleccionar una métrica, se muestra en la esquina superior derecha de la pantalla.

Filtros en informes de Live

Un filtro consiste en uno o más criterios que se han añadido en un informe para reducir el ámbito de los resultados del informe. Estos criterios comparan una métrica seleccionada con un valor especificado e incluyen o excluyen registros dependiendo de la métrica.

Por ejemplo, puede restringir el informe a visitantes de los EE.UU. Un criterio consiste en una métrica y en una o más comparaciones.

Utilice la pestaña **Filtro** para crear, copiar o editar un filtro para un informe o utilizar un filtro existente. También puede cambiar el nombre de filtros existentes y editarlos para que cumplan sus requisitos específicos. Los filtros se agrupan en categorías de filtros.

La pestaña **Filtro** para los informes en directo también contiene una columna de filas seleccionadas donde puede seleccionar el número máximo de filas que incluyen los resultados del informe.

Cómo utilizar un filtro existente

Utilice este procedimiento para añadir un filtro existente a un informe.

Procedimiento

1. Seleccione la categoría de filtro de la lista de **Categoría de filtro**. Los filtros de la categoría seleccionada aparecen en el panel **Filtros disponibles**.
2. Arrastre el filtro o filtros para aplicarlos en el panel **Arrastrar y soltar**.

Cómo crear un filtro

Utilice este procedimiento para crear un filtro.

Antes de empezar

Nota: Debe definir las columnas de visualización y la métrica a utilizar antes de crear un filtro para un informe.

Procedimiento

1. Pulse en **Nuevo** en la parte inferior del panel de **Filtros disponibles**. Aparece el cuadro de diálogo Nuevo filtro.
2. Seleccione una categoría para este filtro de la **Categoría de filtros** o seleccione **Nueva categoría** de la lista y escriba un nombre de categoría en el campo.
3. Especifique un nombre para el filtro en el campo que está situado a la derecha.
4. Seleccione la métrica de comparación que va a utilizar de la lista **Criterios**.
5. Especifique uno o más valores para este criterio utilizando uno de los métodos siguientes:
 - Para especificar manualmente un valor, pulse **Añadir** y especifique el texto en el cuadro de texto que aparece.
 - Si la característica Quick Picks se ha habilitado para su ID de cliente, pulse el icono **Quick Picks** () para visualizar una lista alfabética de los valores únicos utilizados con más frecuencia para los criterios seleccionados según la actividad reciente del sitio. Seleccione el valor que desea utilizar para este criterio en la lista Registros de Quick Pick. Utilice las teclas Mayús o Control si desea seleccionar varios valores. Para buscar valores específicos, utilice el cuadro de búsqueda de la parte superior del diálogo. Una vez que haya seleccionado uno o varios valores, pulse **Aceptar**. Si selecciona varios valores, se añaden utilizando uniones OR.

Sólo se muestran los valores únicos principales para el criterio seleccionado en la lista Quick Picks. Es posible que otros valores no identificados como valores principales también sean válidos para el criterio.

Nota: Para ayudarle a realizar una selección, pulse **Registros de ejemplo** para visualizar valores de ejemplo para el criterio que ha seleccionado.

6. Seleccione el operador de la lista que aparece.

- Si la métrica tiene un valor numérico, los criterios pueden ser: igual, mayor que o igual, menor que o igual, o entre métricas.
- Si la métrica es un valor de cadena, el operador puede ser: Es, Empieza por, Acaba en, Contiene, o un comodín.

Si son los apropiados, marque **NOT** para que el criterio sea exclusivo (es decir, los registros están incluidos si no cumplen este criterio).

7. Elija una de las opciones siguientes para aplicar criterios a su filtro:

- Si no necesita definir ningún otro criterio para este filtro, pulse **Aplicar**.
El criterio se visualiza en el lado derecho de la ventana.
- Para añadir criterios con un operador AND, seleccione **Aplicar** y vuelva al paso 4.
- Para añadir más valores a este criterio utilizando un operador OR, pulse **+ Añadir criterio utilizando "O"**, vuelva al paso 5 y utilice las instrucciones para especificar un valor de forma manual.
- Para aplicar filtros existentes al nuevo filtro, expanda una categoría de filtro y seleccione los filtros necesarios en el panel de la parte inferior izquierda de la pantalla. Después de seleccionar, pulse en **Aplicar**. Los criterios se unen a otros criterios con un operador AND. Si un filtro no contiene filtros de métrica (por ejemplo, páginas vistas >=3), puede seleccionar de manera optativa **NOT**.
- Cuando los criterios de más de un tipo están dispuestos de forma conjunta, siempre se unen con un operador AND.

Una vez se crean y se aplican los criterios, aparecen en el panel situado más a la derecha. Puede editarlos pulsando en el icono de edición (✎) para volver a abrir el criterio en el panel de la izquierda o suprimirlos pulsando en el icono de supresión (✖). Puede eliminar filtros existentes que hayan sido aplicados pulsando el icono de eliminación (🗑), que no elimina el filtro, pero lo elimina del filtro que está creando.

8. Pulse en **Guardar filtro** al cerrar esta ventana y volver a la pestaña **Filtro**.

Cómo copiar un filtro

Utilice este procedimiento para copiar un filtro.

Acerca de esta tarea

Puede copiar un filtro existente, asignarle un nombre nuevo y utilizarlo tal cual, o bien editar, añadir o suprimir criterios.

Procedimiento

1. Seleccione la categoría de filtro desde **Categoría de filtro**. Los filtros de la categoría aparecen en el panel Filtros disponibles.
2. Seleccione el filtro que se va a copiar y pulse en **Copiar**. El cuadro de diálogo de **Editar filtro** muestra los criterios para el filtro existente.
3. Seleccione o cree una categoría de filtro en la que guardar este filtro.
4. Especifique un nombre nuevo para el filtro.
5. Seleccione y edite los criterios existentes pulsando el icono de edición (✎), suprima los criterios pulsando el icono de suprimir (✖) o añada criterios nuevos.

Edición de un filtro

Utilice este procedimiento para editar un filtro existente.

Antes de empezar

Si ha creado un filtro o tiene derechos de administración para acceder a él, puede editar el filtro y guardarlo con el mismo nombre. Si no tiene privilegios de edición para un filtro, el icono **Editar** solo le permite copiar el filtro.

Nota: Los cambios en un filtro son globales y afecta a todos los informes que los utilizan, incluidos los informes que han creado otros usuarios.

Procedimiento

1. Seleccione la categoría de filtro de la lista de **Categoría de filtro**. Los filtros en esta categoría aparecen en el panel Filtros disponibles.
2. Seleccione el filtro que se va a editar y pulse en el icono **Editar**. Un mensaje de advertencia le muestra los informes que se verán afectados por este filtro.
3. El cuadro de diálogo Editar filtro muestra los criterios que se han configurado para el filtro existente.

Nota: El nombre o la categoría de filtro no se pueden cambiar.

Resultados

Seleccione y edite los criterios existentes pulsando el icono de edición (✎), suprima los criterios pulsando el icono de suprimir (✕) o añada criterios nuevos. Si ha aplicado un filtro existente, puede eliminarlo pulsando en el icono de eliminación (🗑).

Cómo establecer el límite de filas en los informes de Live

De forma predeterminada, los informes en directo muestran un máximo de 50 filas de datos. Los valores posibles son 50, 100, 1.000 y 10.000. La opción de fila de 50.000 no está disponible para los informes en directo.

Procedimiento

- En la columna de Filas seleccionadas de la pestaña **Filtro**, seleccione el número máximo de filas para devolver al informe.

Resultados

El informe devuelve los resultados hasta el límite de fila seleccionado, con filas ordenadas por la primera métrica seleccionada. Si los resultados del informe contienen más del número máximo seleccionado de filas, el resto de los datos están resumidos en una fila de Otros.

Definición del nombre del informe de Live

Utilice la pestaña **Nombre** para especificar un nombre de informe y seleccione una categoría del informe.

Procedimiento

1. Introduzca un nombre (hasta 50 caracteres) para el nuevo informe en el campo **Nombre del informe**.
2. Seleccione una **Categoría de informe** o especifique un nuevo nombre de categoría.
3. Opcional: Utilice hasta 250 caracteres en el cuadro **Comentarios** para describir el informe.

Ciclo de vida

Lifecycle es un módulo con licencia que nos ofrece una mayor comprensión del ciclo de vida del cliente y de lo que le motiva para continuar con la siguiente meta.

Lifecycle le ayuda a entender qué metas han alcanzado sus visitantes y cuáles son las campañas, productos y contenido que hace avanzar a los clientes por el ciclo de vida. Estos visitantes pueden ser su objetivo para desencadenar el progreso. Mover más rápido a los clientes por su vía de acceso ayudará a mejorar los resultados de los negocios.

La vista de Lifecycle crea un segmento para los clientes en metas principales y proporciona información sobre ese segmento de clientes y sobre los clientes que han migrado de una meta o un segmento a otro durante el intervalo de tiempo del informe. Esta información le permite:

- Adaptar el contenido de marketing y del sitio web a las preferencias de sus segmentos de ciclo de vida

- Centrarse en los segmentos de ciclo de vida de que utilizan de forma automática la integración de IBM LIVEmail
- Descubrir perspectivas que animen a los clientes a avanzar con la siguiente meta

Compilación de informes de Lifecycle

Los usuarios con licencia del módulo Lifecycle tienen diferentes opciones de creación de informes cuando seleccionan **Lifecycle** en la pantalla **Crear un nuevo informe**.

Las siguientes pestañas de configuración están disponibles para los informes de Lifecycle.

Metas

Utilice el separador de **Metas** para definir metas para un informe.

- **Añadir meta** define hasta seis metas para el informe. Después de añadir cada meta, **Añadir meta** mueve a la derecha. Puede arrastrar metas para cambiar su posición.
- **Mostrar progreso de meta** está seleccionado de forma predeterminada. Si lo deselecciona, el informe no tiene flechas entre los recuadros y no se calculan las métricas Días entre y Sesiones entre.

Lógica del proceso de metas

Puede seleccionar una de las dos opciones para procesar los datos de metas:

Embudo

Se informa acerca de los visitantes en cada meta que alcanzan y deben alcanzar las metas previas en una secuencia ordenada.

Independiente

Solo se informa acerca de los visitantes en las metas que coinciden con el criterio de la última sesión del periodo de tiempo.

Lógica del seguimiento de visitantes entre sesiones

Cada sesión tiene asociado un ID de visitante. El ID de visitante es un valor establecido por Digital Analytics que se almacena en una cookie persistente en el navegador del visitante del sitio. En los resultados de las metas, se informa acerca de cada ID de visitante como un visitante exclusivo.

Digital Analytics mantiene una correlación de tipo "muchos a muchos" entre los valores de ID de visitante y los valores de ID de registro. Por ejemplo, si un visitante accede a un sitio web desde un cuaderno, teléfono móvil y tableta, Digital Analytics crea tres valores de ID de visitante diferentes para cada dispositivo. Cuando el visitante se registra en cada dispositivo (por ejemplo, realizando una compra), se puede utilizar el ID de registro exclusivo (por ejemplo, la dirección de correo electrónico) para correlacionar toda la actividad del visitante entre los tres dispositivos.

Adicionalmente, si el visitante suprime las cookies en uno de estos dispositivos, la próxima vez que visite el sitio web desde dicho dispositivo, se creará un cuarto ID de visitante. Si, a continuación, el visitante completa un suceso de registro en dicho dispositivo, Digital Analytics puede correlacionar la actividad de la sesión que se ha rastreado bajo el cuarto ID de visitante como perteneciente al ID de registro individual.

Si está habilitado el rol adecuado para su ID de cliente, puede seleccionar una de las dos opciones para realizar un seguimiento de los visitantes entre sesiones:

ID de visitante exclusivo

Utilizar únicamente el ID de visitante para identificar a los visitantes entre sesiones.

ID de registro y visitante

Utilizar los valores de ID de visitante y de ID de registro para identificar a los visitantes entre sesiones. Cuando esta opción está seleccionada, Digital Analytics Explore puede detectar si varios ID de visitante están correlacionados con un ID de registro. Esta información puede mejorar el análisis del ciclo de vida del visitante. Es decir, puede ampliar el conjunto de datos en el que se ejecutan los análisis de ciclo de vida. Por ejemplo, puede utilizar este tipo de lógica para mejorar el rastreo del

comportamiento del visitante en varios dispositivos, esto es, cuando un usuario se ha registrado en su sitio desde varios dispositivos.

Adición de metas a un informe de ciclo de vida

Utilice el separador Metas para añadir hasta seis metas a su informe.

Acerca de esta tarea

Añada las metas para definir la vía de acceso del ciclo de vida. Después de crear una meta, puede pulsarla y arrastrarla para cambiar su posición en el progreso de la meta. También puede editar o suprimir una meta utilizando los iconos que se encuentran junto al nombre de la meta.

Procedimiento

1. Pulse en **Añadir meta** para iniciar el diálogo **Nueva meta**.
2. Especifique un nombre de meta y los criterios de entrada.
3. Pulse en **Aplicar** para añadir criterios a la meta.
4. Cuando haya añadido todos los criterios, pulse en **Guardar meta**.
5. Continúe añadiendo metas para definir la vía de acceso del ciclo de vida.
6. Seleccione la lógica de proceso para aplicar el informe: **Embudo** o **Independiente**.
7. Seleccione la lógica de proceso de visitantes entre sesiones que se aplicará al informe: **ID de visitante exclusivo** o **ID de registro y visitante**.

Resultados

Las metas aparecen en la página.

Qué hacer a continuación

Cuando haya completado la adición de metas al informe, pulse en la pestaña **Métricas** para continuar.

Métricas en los informes de Lifecycle

La pestaña métricas contiene inicialmente tres métricas preseleccionadas: Visitantes únicos, Días que faltan y Sesiones que faltan. Puede arrastrar y soltar 5 métricas adicionales para añadirlas en el informe, que puede incluir métricas estándar, calculadas o personalizadas.

Puede filtrar la lista de métricas calculadas seleccionando una categoría en la lista desplegable encima de la columna. Cuando visualiza los visitantes migratorios, "Días que faltan" se convierte en "Días entre" y "Sesiones que faltan" se convierte en "Sesiones entre". Para ambas métricas, un cambio negativo es un buen resultado.

Conceptos relacionados

[“Métricas calculadas” en la página 18](#)

Una métrica calculada en Digital Analytics Explore es una métrica definida por el usuario que consta de una fórmula que se construye a partir de una o más métricas existentes, operadores, o constantes. Puede incluir métricas calculadas en informes de Lista sin formato, Jerarquía, Comparación de segmentos y Ciclo de vida. Las métricas calculadas no están disponibles en los informes en directo.

[“Métricas personalizadas” en la página 19](#)

Una métrica personalizada es una métrica definida por el usuario en base a una métrica estándar o un campo de atributo. Puede definir tres tipos de métricas personalizadas: métricas de segmento, métricas de filtro y métricas de atributo. Además, puede utilizar la característica de métricas personalizadas para crear un alias de una métrica estándar con un nombre personalizado.

Fechas

Utilice la pestaña Fechas para seleccionar si ejecutar el informe semanalmente, mensualmente o puntualmente (en general). Mensualmente es el predeterminado.

- Para los informes puntuales, especifique o seleccione una fecha de inicio y una fecha de finalización. Los rangos de fechas de informes puntuales no pueden exceder de 93 días.

- Para los informes mensuales, la fecha de inicio es el primer día del mes anterior.
- Para los informes semanales, la fecha de inicio es el primer día de la primera semana completa del mes anterior.
- Para un periodo de ciclo de vida, especifique un valor relativo hasta los últimos 400 días.

Segmentos en informes de Lifecycle

Utilice el separador Segmentos para aplicar un segmento a su informe. Los segmentos limitan el informe con un segmento de la población de visitantes que satisface un criterio. Si no aplica un segmento, el informe analiza todos los visitantes. Los segmentos son opcionales para los informes de Lifecycle.

Aplicación de segmentos de Tealeaf de sesión cruzada a informes de Lifecycle

Es posible aplicar un segmento de sesión cruzada a ID de visitantes desde un IBM Tealeaf a un informe de Lifecycle para analizar conversiones, sucesos de dificultad y progreso a través de metas. Por ejemplo, se podría utilizar un segmento de Tealeaf para identificar los visitantes que han dejado de migrar a una meta debido a los sucesos de dificultad identificados en IBM Tealeaf. A continuación, se podría redefinir como objetivo el segmento de los visitantes no migradores para IBM Tealeaf para examinar su experiencia en el sitio.

Cómo utilizar el separador de zoom

Utilice la pestaña de **Zooms** para definir un total de tres zooms disponibles para cada segmento de meta y el conjunto de nuevos participantes en la meta. El zoom de **Canales de marketing** está seleccionado de manera predeterminada. Puede seleccionar hasta dos zooms adicionales.

Acerca de esta tarea

La pestaña le permite seleccionar los zooms que necesite en el informe.

Procedimiento

- Para seleccionar un zoom adicional, arrastre y suelte las columnas de visualización deseadas (hasta tres) y las métricas (hasta cinco) y pulse en **Guardar zoom relacional**.
Puede utilizar métricas estándar como métricas calculadas en el zoom. Puede filtrar la lista de métricas calculadas seleccionando una categoría en la lista desplegable encima de la columna. Para obtener más información sobre métricas calculadas, consulte [“Métricas calculadas” en la página 18](#).
El zoom aparece en la lista en la parte superior derecha de la ventana.
- Para editar un zoom guardado, pulse en el icono **Editar** ().
- Para eliminar un zoom guardado, pulse en el icono **Eliminar** ().

Definición del nombre del informe y los métodos de distribución

Utilice el separador **Nombre y Distribución** para definir un nombre, categoría y métodos de distribución para su informe.

Procedimiento

1. Especifique un nombre de informe (hasta 50 caracteres, por ejemplo, página destacada o latencia de la reserva para pasajeros de primera clase) para el informe nuevo en **Nombre de informe**.
2. Seleccione una **Categoría de informe** o especifique un nuevo nombre de categoría.
Cada informe debe tener un nombre de informe exclusivo - Combinación de categoría de informe.
3. Opcional: Utilice hasta 250 caracteres en el cuadro **Comentarios** para describir el informe.
4. Opcional: Seleccione el método de distribución.
 - Marque **Recibir por correo electrónico** para que pueda recibir el informe directamente como un archivo adjunto en un correo electrónico. Escriba su dirección de correo electrónico y seleccione **Excel** o **CSV** como el formato de archivo adjunto. El archivo adjunto contiene metadatos sobre el informe (por ejemplo, nombre, filtro y segmentos) y la tabla de datos, pero no sobre los gráficos.

- Marque **Notificar por correo electrónico** para que se le notifique cuando se genera el informe. Escriba la dirección de correo electrónico a la que quiere que se le envíe la notificación.

Visualización de informes Lifecycle: ciclo de vida del comprador

Este ejemplo describe un informe de descripción general de ciclo de vida del comprador. Analiza de forma específica los visitantes que han entrado en el sitio web en julio del 2010 y muestra las metas que han alcanzado en los últimos 400 días.

El informe de ejemplo responde a estas preguntas sobre los visitantes:

- ¿Son compradores potenciales?
- ¿Son compradores de tiempo múltiple?
- ¿Cuántos visitantes pasaron a la siguiente meta?
- ¿Cuánto tiempo se ha tardado en moverlos?
- ¿En cuántos de nuestros programas de marketing han pulsado?
- ¿En qué canales de marketing han pulsado? ¿Qué productos han comprado? ¿Qué contenido han visualizado?
- ¿Los esfuerzos en este periodo de tiempo tienen un impacto positivo en el progreso? ¿Cómo se compara este periodo con el anterior? ¿Cómo se compara el periodo en el tiempo (tendencia)?

Fechas y comparación

Fechas

Seleccione cualquier rangos de fechas que se haya procesado. Cuanto más tiempo haya estado activo el informe, más periodos de comparación se podrán seleccionar.

Comparación

Al seleccionarlo, **Comparación** muestra el cambio de % al lado de cada métrica. El periodo (B) hereda el mismo segmento que el periodo (A).

Población de visitantes

Esta sección contraíble (expandida de forma predeterminada) muestra métricas sobre visitantes que han venido en este periodo y han cumplido los criterios de segmentos mostrados.

Metas

Utilice la pestaña de **Metas** para definir metas para un informe.

- **Añadir meta** define hasta 6 metas para el informe. Después de añadir cada meta, **Añadir meta** mueve a la derecha. Puede arrastrar metas para cambiar su posición.
- **Mostrar progreso de meta** está seleccionado de forma predeterminada. Si lo deselecciona, el informe no tiene flechas entre los cuadros y las métricas Días entre y Sesiones entre no son calculadas.

Migradores

Cada cuadro de **Migradores** representa el segmento de visitantes que es nuevo para esa meta durante el periodo del calendario.

La información mostrada es:

- Visitantes únicos: el número total de visitantes que es nuevo para esa meta en el periodo A y el cambio de % comparado con el periodo de **Comparación**.
- Días entre
- Sesiones entre
- Métricas seleccionadas durante la configuración del informe.

Métricas adicionales

Los informes de Lifecycle proporcionan las siguientes métricas adicionales:

Población de visitantes

El número de visitantes exclusivos que han hecho una visita al menos una vez en el periodo A y cumplen los criterios de segmento.

Promedio de días que faltan

El número medio de días que transcurren entre el tiempo en el que un visitante ha alcanzado una meta y el tiempo de la primera sesión del visitante en el periodo de ciclo de vida.

Promedio de días entre

El número medio de días que transcurren entre el tiempo en el que un visitante ha alcanzado una meta y el tiempo en el que el visitante ha alcanzado la meta anterior (solo se aplica si **Mostrar progreso** está marcado).

Promedio de sesiones que faltan

El número medio de sesiones entre el tiempo en el que un visitante ha alcanzado una meta y el tiempo de la primera sesión del visitante en el periodo de ciclo de vida.

Promedio de sesiones entre

El número medio de sesiones entre el tiempo en el que un visitante ha alcanzado una meta y el tiempo en el que el visitante ha alcanzado la meta anterior (solo se aplica si **Mostrar progreso** está marcado).

Nota: Las métricas bajo + Más métricas en los cuadros de meta representan el comportamiento de los visitantes en el periodo A y no en el periodo del ciclo de vida.

Zoom

Pulse el icono Zoom  en un segmento para obtener más detalles sobre el mismo. Un menú presenta los zooms disponibles para el segmento.

Puede pasar el cursor por las métricas para obtener más contexto.

Nota: Las métricas bajo + Más métricas en los cuadros de meta representan el comportamiento de los visitantes en el periodo A y no en el periodo del ciclo de vida.

Si selecciona la opción Productos destacados, se mostrarán los detalles del zoom en la sección inferior de la ventana.

Tendencia

Seleccione **Tendencia** para poner en una gráfica los cambios de métricas por meta. El número de periodos disponibles para las tendencias dependen de cuánto tiempo se ha estado ejecutando el informe. De forma predeterminada, la aplicación muestra los últimos 5 periodos.

Los recuadros de selección en la descripción controlan los valores que ve en el gráfico y en la tabla de datos que está situada debajo de los gráficos.

Perspectivas

Seleccione Perspectivas para ver un resumen de las perspectivas principales recogidas de los informes entre las que se encuentran: influenciadores en los proveedores de marketing destacados, principales ponentes y métricas principales.

Los influenciadores en los proveedores de marketing destacados incluye:

Meta

Enumera cada meta y cada uno de los migrados a meta.

Proveedor de marketing

Enumera los proveedores de marketing destacados en términos de Visitantes únicos.

Visitantes influenciados

Muestra el número correspondiente de Visitantes únicos.

% Influenciados

Muestra el % de visitantes influenciados o de visitantes de metas

Influencia de marca (carga directa)

Muestra el % de visitantes de únicos de carga directa visitantes únicos de meta

Ponentes principales incluye:

Métrica

Enumera los Visitantes únicos, Días que faltan, Sesiones que faltan, días entre, sesiones entre.

Nota: Son codificados todos excepto Días entre y Sesiones entre. Días entre y Sesiones entre solo aparecen si el Lifecycle se ha establecido para mostrar las flechas de **Progresión de metas** en la pestaña Metas del asistente de creación.

Meta

Enumera los nombres de las metas con el mayor cambio positivo o negativo entre el periodo A y el B.

Cambio

Enumera los valores de cambio.

Nota: Los valores bajos para Días que faltan para alcanzar la meta y Días entre metas son convenientes. Los números negativos aparecen en color verde y los positivos en color rojo.

Nota: Principales ponentes no aparece si el periodo B no está activado.

Métricas principales incluye:

Métrica

Lista las métricas que haya seleccionado en la pestaña Métricas del asistente Crear informe.

Meta

Enumera los nombres de las metas que tienen el valor más alto para esa métrica.

Valor

Enumera el valor de métrica correspondiente.

Dirigirse a segmentos de visitantes de Lifecycle en otras aplicaciones

Puede dirigirse a segmentos seleccionados de visitantes desde un informe de Lifecycle a IBM LIVEmail, IBM Campaign o IBM Tealeaf.

Antes de empezar

Para dirigirse a segmentos de visitantes para IBM Campaign, debe tener habilitado IBM Campaign y tener acceso a IBM Export.

Acercas de esta tarea

Puede elegir entre cualquier de las siguientes opciones de redefinición de objetivos:

Población de visitantes

Redefine como objetivos los ID de visitantes de todos los visitantes únicos durante el rango de fechas del informe.

Metas

Redefine como objetivo los ID de los visitantes que alcanzaron una meta especificada dentro del periodo de retención (hasta 400 días).

Migradores

Redefine como objetivo los ID de los visitantes que alcanzaron una meta determinada durante el rango de fechas del informe.

Datos de visitantes no migradores

Redefine como objetivo los ID de los visitantes que no alcanzaron una meta determinada durante el rango de fechas del informe.

Nota: No puede redefinir como objetivo los visitantes no migradores para IBM Campaign.

Se pueden seleccionar una o varias metas, segmentos de migrador o segmentos de no migrador para redefinir como objetivos. Si elige la opción de visitantes no migradores, no puede seleccionar segmentos de migrador.

Procedimiento

1. Pulse el icono **Visitantes objetivo** () para dirigirse a usuarios o segmentos.
2. Seleccione una opción de objetivo.
 - a) Seleccione **LIVEmail: visitantes objetivo a través de correo electrónico** para enviar correo electrónico a todos los visitantes que pertenecen a los segmentos que ha seleccionado.
 - b) Seleccione **IBM Campaign: Visitantes objetivos a través de marketing entre canales** para redefinir como objetivo para IBM Campaign.

Se transfiere Export y el segmento seleccionado se puede encontrar en el formulario de segmento IBM Campaign. Para obtener más información, consulte la Guía del usuario de *IBM Digital Analytics Export*.
 - c) Seleccione **IBM Tealeaf: reproducir sesiones de segmento en IBM Tealeaf** para redefinir objetivos para IBM Tealeaf para la reproducción de sesiones.
3. Elija entre las opciones de redefinición de objetivos disponibles para la aplicación seleccionada.
4. Pulse **Continuar**.

Conceptos relacionados

Integración de Digital Analytics Explore con IBM Tealeaf

Los usuarios de Digital Analytics Explore y IBM Tealeaf pueden realizar el análisis cruzado de los datos de comportamiento de los visitantes capturados por separado mediante las dos soluciones.

Ciclos de vida múltiples

Puede utilizar ciclos de vida que se hayan proporcionado o definir ciclos de vida personalizados.

Además del ciclo de vida del comprador, otros ciclos de vida predeterminados en la aplicación incluyen:

Ciclo de vida de frecuencia

Visitante de 1 sesión > visitante de 2 sesiones > visitante de 3-5 sesiones > visitante de 6-10 sesiones > visitante de 10+ sesiones

Ciclo de vida de evento

No hay iniciador de evento > iniciador de evento > finalizador de 1x eventos > finalizador de 2x eventos > finalizador de 3-5x eventos > finalizador de 6x+ eventos

Ciclo de vida de valor

Visitantes de valor 0 € > visitantes de valor 1-100 € > visitantes de valor 101-500 € > visitantes de valor 501-1.000 € > visitantes de valor 1.001-10.000 € > visitantes de valor +10.000 €

Puede crear ciclos de vida personalizados, por ejemplo:

Ciclo de vida de descargador

Descargador de libro blanco 1 > descargador de libro blanco 2 > descargador de libro blanco 3, etc.

Ciclo de vida general principal

Clientes potenciales de fase 1 > clientes potenciales de fase 2 > clientes potenciales de fase 3 > clientes potenciales de fase 4, etc.

Ciclo de vida de estudiante

Navegador > usuario > solicitante > matriculado

Integración de IBM Digital Analytics y de IBM Campaign

Cuando Digital Analytics y IBM Campaign están integrados, los segmentos en línea y los datos asociados desde Digital Analytics se pueden combinar con datos de perfil fuera de línea en IBM Campaign.

IBM Campaign puede seleccionar segmentos definidos en Digital Analytics y seleccionarlos en campañas de marketing, en base al comportamiento y a la actividad web.

Los beneficios de un sistema integrado son:

- Los analistas web pueden dar seguimiento de forma rápida a las tendencias en línea, definiendo los segmentos que IBM Campaign debe considerar.
- Los gestores de Campaign pueden alinear sus campañas tácticas con demandas de los expertos.
- Los expertos en negocios pueden activar y dar seguimiento a las campañas tácticas, midiendo el éxito y el ROI entre canales de las campañas.

Cómo integrar IBM Digital Analytics y Campaign

Este tema explica como integrar Digital Analytics Web Analytics y IBM Campaign, para utilizar segmentos en línea definidos en los productos Digital Analytics en una campaña.

Acerca de esta tarea

Para integrar Digital Analytics y Campaign, debe completar estos pasos:

1. (Opcional): Configure SSO para que los usuarios puedan acceder a los productos con facilidad.
El inicio de sesión único (SSO) permite a los usuarios acceder a Digital Analytics desde la interfaz de usuario de IBM Marketing Platform sin que se les solicite el inicio de sesión. Para obtener más información, consulte *Autenticación de usuario global* en la Guía del administrador de Digital Analytics.
2. Haga que sus segmentos estén disponibles para ser utilizados en IBM Campaign. Para obtener más información sobre los informes de Lifecycle, consulte [“Dirigirse a segmentos de visitantes de Lifecycle en otras aplicaciones”](#) en la página 61. Para Segmentos de exploración, consulte [“Gestión de segmentos”](#) en la página 67.
3. Gestione sus nuevos segmentos en Digital Analytics Export. Para obtener más información, consulte la Guía de usuario de IBM Digital Analytics Export.
4. En Campaign, complete estos pasos:
 - a. Configure una tabla de conversión para convertir las claves Digital Analytics en ID de público IBM Marketing Platform.
 - b. Configure la integración del segmento.
 - c. Asigne credenciales a una cuenta IBM Marketing Platform.
 - d. Correlacione la tabla de conversión.
La correlación de una tabla permite que los datos de IBM Digital Analytics estén accesibles para Campaign.
 - e. Especifique qué usuarios de Campaign pueden utilizar segmentos de Digital Analytics en los diagramas de flujo.
 - f. Active la integración para particiones individuales de Campaign.
 - g. Configure los permisos en sus productos Digital Analytics.
 - h. Ahora los usuarios de Campaign pueden empezar a utilizar segmentos de Digital Analytics en diagramas de flujo.

Nota: Para obtener información de cómo completar tareas de integración en IBM Campaign, consulte la Guía del usuario de IBM Campaign.

Gestionar

Existen ocho opciones de administración en Gestionar.

Informes

La página **Gestionar > Informes** muestra una visión general de los informes en su ID de cliente. Utilice esta página para buscar informes, detener los informes recurrentes y realizar acciones en varios informes.

Tabla de informes

La tabla de informe agrupa los informes por categoría. Pulse  antes del nombre de la categoría para expandir la lista de informes. Pulse  para ocultar la lista.

De forma predeterminada la tabla muestra todos los informes, pero puede filtrar la lista utilizando la opción **Mostrar tipo de informe** encima de la tabla. También puede buscar informes.

Puede cambiar las columnas en la tabla pulsando la flecha en cualquier cabecera de columna y seleccionando **Configurar columnas**.

Acciones globales

Realice una acción en varios informes a la vez seleccionando los recuadros de selección junto al informe o nombres de categoría y pulsando un icono de acción global. Los iconos de acción global se encuentran encima de la tabla de informes. Si carece de los permisos de usuario para una acción, ese icono no está disponible.

Icono	Descripción
	Crea un marcador en otra aplicación para cada informe seleccionado o elimina un marcador existente.
	Detenga el procesamiento futuro de informes recurrentes seleccionados.
	Elimina completamente los informes del sistema seleccionado.

Acciones individuales

Utilice los iconos en las filas del informe para efectuar acciones en informes individuales. Si carece de los permisos de usuario para una acción, ese icono no está disponible.

Tabla 10: Acciones individuales



Editar un informe. Si es el creador del informe o tiene derechos de administración, puede editar algunos componentes de los informes existentes:

- Las ediciones en un informe puntual o recurrente detenido no se vuelven a procesar. Sólo puede editar el nombre del informe, la categoría del informe y los comentarios. Para realizar ediciones más relevantes, utilice la opción **Guardar como**.
- Las ediciones en un informe recurrente activo se reflejan en las nuevas ejecuciones del informe, pero no cambian los informes procesados históricamente.
- Las ediciones de los informes en directo se aplica cuando se actualizan los resultados de informes. Puede editar cualquier de los parámetros de un informar en directo.

Tabla 10: Acciones individuales (continuado)

	Guardar/modificar: utilice un informe existente como una plantilla para un nuevo informe pulsando en este icono. La acción le sitúa en la pantalla de configuración del informe. La configuración del informe se rellena previamente desde el informe existente, pero debe especificar una combinación exclusiva de nombre de informe y categoría de informe. Puede editar o expandir cualquiera de los valores rellenos previamente.
	Si es el creador del informe o tiene derechos de administración, puede detener un informe recurrente. La acción de detección no elimina los informes procesados, pero interrumpe procesamientos futuros. Esta acción no está disponible para informes puntuales.
	Si aparece este icono, es que existen comentarios para este informe. Pulse el icono para mostrarlos.
	Si es el creador del informe o tiene derechos de administración, puede compartir informes de forma . Pulse el icono para cambiar el compartimiento para este informe. Puede elegir compartir o no con otros usuarios (predeterminado), con todos los usuarios o uno o varios usuarios que ha seleccionado en una lista. El icono muestra quién tiene acceso al informe: <ul style="list-style-type: none"> Ningún otro usuario Todos los usuarios Uno o más usuarios diferentes
	Si es el creador del informe o tiene derechos de administración, puede eliminar el informe. Esta acción elimina completamente el informe del sistema y, si es el caso de un informe recurrente, interrumpe todos los procesamientos futuros.
	Cree un marcador para este informe en otra aplicación o elimine un marcador existente. Seleccione la aplicación bajo Añadir marcador en o Eliminar marcador desde en el menú que se despliega al pulsar el icono.

Paneles de control

Seleccione los paneles de control de la pestaña Gestionar para visualizar la lista de paneles de control que se han creado utilizando Digital Analytics Explore.

Pulse en **Crear un panel de control** para crear un nuevo panel de control.

Escriba una cadena de texto en **Buscar nombre de panel de control** para buscar la lista de paneles de control y obtener los resultados coincidentes. El cuadro de búsqueda utiliza un comodín en ambos lados de la cadena de texto.

Al pulsar en la flecha desplegable al lado de cada encabezado de columna, se le presenta con opciones como:

- Ordenar descendentemente.
- Ordenar ascendentemente.
- Expandir todas: expande todas las categorías para ver los nombres de los paneles de control.
- Contraer todas: contrae todas las categorías para mostrar solo las categorías de panel de control.
- Seleccionar columnas: le permite visualizar las columnas de creador, fecha de creación y última fechas de actualización.

Los paneles de control están agrupados por categoría de usuario. Pulse en el botón  antes del nombre para mostrar todos los informes, pulse en el botón  para ocultarlos.

Puede acceder y realizar las tareas que aparecen en [Tabla 11](#) en la [página 66](#) si tiene permiso.

<i>Tabla 11: Tareas disponibles</i>	
Nombre de panel de control	El nombre del panel de control. Pulse en este nombre para acceder al panel de control.
Para cada tipo de informe se pueden configurar las siguientes columnas.	
Creador	El id de usuario de Digital Analytics para el cuadro del panel de control.
Fecha de creación	La fecha en la que se ha creado el panel de control.
Última fecha de actualización	La fecha en la que el panel de control se ha editado y guardado por última vez.
Los botones situados a la derecha de los paneles de control muestran los derechos y acciones específicas del panel de control.	
	Edite el panel de control. Si es el creador del panel de control o tiene derechos de administración, puede editar el panel de control.
	Si es el creador del panel de control o tiene derechos de administración, puede compartir paneles de control. Pulse en este botón para compartir este panel de control. Una ventana emergente le permite especificar si compartir o no con otros usuarios (predeterminado), con todos los usuarios o seleccionar uno o más grupos de usuarios con los que compartir de una lista. El icono que aparece muestra quién tiene acceso al informe: <ul style="list-style-type: none"> •  Ningún otro usuario •  Todos los usuarios •  Uno o más usuarios diferentes • <p>Nota: El usuario de un panel de control compartido debe tener acceso compartido a cada informe dentro del panel de control para visualizarlos todos.</p>
	Si es el creador del panel de control o tiene derechos de administración, puede eliminar el panel de control. Esta acción elimina completamente el panel de control del sistema. Si un informe recurrente está en el panel de control, interrumpa todos los procesamientos futuros.

Anotaciones

Los anotaciones proporcionan una lista práctica de todas las anotaciones utilizadas en Digital Analytics Explore que le permiten editarlas y eliminarlas en un lugar.

La lista de anotaciones muestra el nombre de la anotación, el rango de fechas, creador y las acciones que se pueden realizar en cada anotación tal y como se muestra en [Tabla 12](#) en la [página 66](#).

<i>Tabla 12: Acciones disponibles</i>			
	<table border="0"> <tr> <td>Editar anotación</td> <td>Al pulsar en este botón aparece la ventana de Editar filtro.</td> </tr> </table>	Editar anotación	Al pulsar en este botón aparece la ventana de Editar filtro.
Editar anotación	Al pulsar en este botón aparece la ventana de Editar filtro.		
	<table border="0"> <tr> <td>Borrar anotación</td> <td>Al pulsar en este botón aparece un mensaje que le avisa de que está a punto de eliminar este filtro. Pulse en Sí para confirmar que desea eliminar la anotación.</td> </tr> </table>	Borrar anotación	Al pulsar en este botón aparece un mensaje que le avisa de que está a punto de eliminar este filtro. Pulse en Sí para confirmar que desea eliminar la anotación.
Borrar anotación	Al pulsar en este botón aparece un mensaje que le avisa de que está a punto de eliminar este filtro. Pulse en Sí para confirmar que desea eliminar la anotación.		

Filtros

El separador Filtros proporciona una lista práctica de todos los filtros creados en Digital Analytics Explore, que le permite editar, copiar y suprimir filtros en una ubicación.

Seleccione una categoría y los filtros incluidos en la categoría aparecerán enumerados mostrando Nombre de filtro, Creado por, Fecha de creación, Última fecha de creación y los botones para las acciones que se pueden realizar en cada uno.

	Editar filtro	Al pulsar en este botón aparece un mensaje que le avisa de que si edita este filtro se verán afectados todos los informes que utilizan el filtro y una lista de informes afectados. Pulse en Sí para confirmar que desea editar el filtro y aparecerá la ventana Editar.
	Copiar filtro	Al pulsar en este botón, se abre la ventana Copiar para este filtro que le permite crear una copia de este filtro con un nuevo nombre. Puede ajustar cualquiera de los parámetros de filtro para el nuevo filtro.
	Eliminar filtro	Al pulsar en este botón aparece un mensaje que le avisa de que si elimina este filtro se verán afectados todos los informes que utilizan el filtro y una lista de los informes afectados. Pulse en Sí para confirmar que desea eliminar el filtro.

Gestión de segmentos

Utilice la página Segmentos en Digital Analytics Explore para crear, editar, copiar y suprimir segmentos.

Seleccione una categoría de la lista situada por encima de la lista de segmentos y los segmentos de la lista mostrarán el nombre de segmento, creador, fecha de creación y última actualización. La columna final contiene los botones para las acciones (en [Tabla 14 en la página 67](#)) que se pueden realizar en las secciones.

	Editar segmento	Al pulsar en este botón aparece un mensaje que le avisa de que si edita este segmento se verán afectados todos los informes que utilicen ese segmento. Aparece una lista de estos informes. Pulse en Sí para confirmar que desea editar el segmento y aparecerá la ventana Editar.
	Copiar segmento	Al pulsar en este botón se abre la ventana Copiar para este segmento, permitiéndole crear una copia de este segmento con un nuevo nombre. Puede ajustar cualquiera de los parámetros de segmento para el nuevo segmento.
	Copiar segmento en Marketing Center	Si tiene acceso a IBM Marketing Center, puede configurar el segmento para utilizarlo en Marketing Center.
	Eliminar segmento	Al pulsar en este botón aparece un mensaje que le avisa de que si elimina este segmento se verán afectados todos los informes que utilicen ese segmento. Aparece una lista de estos informes. Pulse en Sí para confirmar que desea eliminar el segmento.

También puede crear un segmento en esta página pulsando en **Crear nuevo segmento**, lo que abrirá la ventana de Nuevo segmento.

Nota: No puede crear, editar o copiar segmentos de IBM Tealeaf en esta página.

Compartición de segmentos de Digital Analytics Explore con IBM Campaign

Haga que sus segmentos de Digital Analytics Explore estén disponibles para ser utilizados en IBM Campaign.

Antes de empezar

Debe estar habilitado en IBM Campaign y tener acceso a IBM Digital Analytics Export para completar este procedimiento.

Acerca de esta tarea

Procedimiento

1. Pulse **Gestionar > Segmentos** en el panel de navegación izquierdo.
2. Encuentre los segmentos que desea exportar en la tabla.
3. Pulse el icono de Difusión para exportar los segmentos seleccionados en IBM Campaign.

Se transfiere a IBM Digital Analytics Export y el segmento seleccionado se puede encontrar en el formulario de segmento Campaign. Para obtener más información, consulte la publicación *IBM Digital Analytics Export Guía del usuario*.

Métricas calculadas

Seleccione **Gestionar > Métricas calculadas** en el panel de navegación lateral para acceder a la página métricas calculadas, donde puede editar, copiar y suprimir métricas calculadas creadas en Digital Analytics Explore.

No puede crear una métrica calculada desde esta página. Las métricas calculadas sólo puede crearse al crear o editar un informe. Consulte [“Métricas calculadas”](#) en la [página 18](#).

Seleccione una categoría en la lista desplegable en la parte superior de la página. Todas las métricas calculadas en la categoría seleccionada se listan. La página muestra el nombre de la métrica, el creador, fecha de creación y última fecha de actualización para cada métrica. Pulse en la cabecera de cualquiera de estas columnas para clasificar las filas de forma ascendente o descendente.

La columna Acción muestra iconos para editar, copia y suprimir métricas calculadas.

Tabla 15: Acciones disponibles en la página métricas calculadas

	Editar métrica calculada	<p>Un métrica calculada sólo se puede editar por el usuario que la creó o un administrador.</p> <p>Puede eliminar métricas estándar de la fórmula, pero no podrá añadir métricas adicionales.</p> <p>Si edita una métrica calculada que está siendo usada por un informe, los valores editados únicamente se aplican a los informes que no han sido procesados. La nueva fórmula de la métrica se aplica a informes en adelante; los informes recurrentes de Explore no están retroprocesados para utilizar la nueva métrica. Los informes actuales para fechas pasadas siguen visualizando valores de basados en la fórmula original de la métrica calculada.</p>
---	--------------------------	--

Tabla 15: Acciones disponibles en la página métricas calculadas (continuado)

	Copiar métrica calculada	<p>Crear una copia de la métrica calculada con un nombre nuevo. Puede editar cualquier de los parámetros de los nueva métrica calculada.</p> <p>Puede eliminar métricas estándar de la fórmula, pero no podrá añadir métricas adicionales.</p>
	Suprimir la métrica calculada	<p>Un métrica calculada se puede suprimir sólo por el usuario que la creó o un administrador.</p> <p>Si trata de suprimir una métrica calculada que está utilizando un informe, aparecerá un mensaje, en el que se listan todos los informes que utiliza la métrica calculada. Los informes que utilizan la métrica calculada deben suprimirse para poder suprimir la métrica calculada.</p>

Métricas personalizadas

Seleccione **Gestionar > Métricas personalizadas** en el panel de navegación lateral para acceder a la página Métricas personalizadas, donde puede crear, editar, copiar y suprimir métricas personalizadas.

Cómo crear una métrica personalizada

Para crear una métrica personalizada, pulse **Crear una nueva métrica personalizada** en la esquina superior derecha.

Utilice los siguientes valores para definir la métrica personalizada.

Valor	Descripción
Nombre, categoría, comentarios	Escriba un nombre, seleccione una categoría (o cree una nueva) y, opcionalmente, escriba comentarios acerca de la métrica.
Métrica o atributo	Seleccione una métrica o atributo estándar como base para la métrica personalizada. No puede seleccionar varias métricas o atributos base.
Formato (solo atributos)	<p>Seleccione un formato para mostrar los datos de atributo.</p> <p>Si selecciona una métrica como base de una métrica personalizada, el formato se establece automáticamente en el formato asociado con la métrica base. No puede cambiar esta configuración.</p>
Lógica de cálculo (solo atributos)	<p>Las opciones de lógica de cálculo dependen del atributo que seleccione.</p> <p>Para campos de atributo basados en texto, las opciones disponibles son Recuento y Recuento distinto. Para campos de atributo numérico, las opciones disponibles son Suma y Promedio.</p> <p>Si selecciona una métrica como base de una métrica personalizada, la lógica de cálculo se establece automáticamente en la lógica asociada con la métrica base. No puede cambiar esta configuración.</p>

Valor	Descripción
Aplique Segmento o Aplicar filtro (solo métricas base)	<p>Puede reducir los datos de usuario para analizarlos aplicando un segmento o filtro a una métrica base. No puede aplicar un segmento o filtro a un atributo.</p> <p>Puede crear un nuevo segmento o filtro, o utilizar uno existente. Solo los segmentos o filtros compatibles con la métrica base seleccionada se pueden seleccionar.</p> <p>Para crear un alias de una métrica base con un nombre personalizado, deje esta área en blanco.</p>

Gestión de métricas personalizadas

Para trabajar con métricas personalizadas existentes, seleccione una categoría del menú en la parte superior de la página Métricas personalizadas. Todas las métricas personalizadas en la categoría seleccionada se listan. La página muestra el nombre de la métrica, la categoría, el creador, la fecha de creación y la última fecha de actualización para cada métrica. Pulse en la cabecera de cualquiera de estas columnas para clasificar las filas de forma ascendente o descendente.

La columna Acción muestra iconos para editar, copia y suprimir métricas personalizadas.

Tabla 16: Acciones disponibles en la página métricas personalizadas

	Editar métricas personalizadas	<p>Un métrica personalizada solo se puede editar por el usuario que la creó o un administrador.</p> <p>Si edita una métrica personalizada que está siendo usada por un informe, los valores editados únicamente se aplican a los informes recurrentes que no han sido procesados. Informes recurrentes de Explore no están retroprocesados para utilizar la nueva métrica. Los informes actuales para fechas pasadas siguen visualizando valores de basados en la definición original de la métrica personalizada.</p>
	Copiar una métrica personalizada	<p>Crear una copia de la métrica personalizada con un nombre nuevo. Puede editar cualquiera de los parámetros de la nueva métrica personalizada.</p>
	Suprimir métrica personalizada	<p>Un métrica personalizada se puede suprimir sólo por el usuario que la creó o un administrador.</p> <p>Si trata de suprimir una métrica personalizada que está utilizando un informe, aparecerá un mensaje, en el que se listan todos los informes que utiliza la métrica calculada. Los informes que utilizan la métrica personalizada deben detenerse y suprimirse para poder suprimir la métrica personalizada.</p>

Conceptos relacionados

Métricas personalizadas

Una métrica personalizada es una métrica definida por el usuario en base a una métrica estándar o un campo de atributo. Puede definir tres tipos de métricas personalizadas: métricas de segmento, métricas de filtro y métricas de atributo. Además, puede utilizar la característica de métricas personalizadas para crear un alias de una métrica estándar con un nombre personalizado.

[“Métricas personalizadas” en la página 19](#)

Una métrica personalizada es una métrica definida por el usuario en base a una métrica estándar o un campo de atributo. Puede definir tres tipos de métricas personalizadas: métricas de segmento, métricas de filtro y métricas de atributo. Además, puede utilizar la característica de métricas personalizadas para crear un alias de una métrica estándar con un nombre personalizado.

[“Gestión de segmentos” en la página 67](#)

Utilice la página Segmentos en Digital Analytics Explore para crear, editar, copiar y suprimir segmentos.

[“Filtros” en la página 67](#)

El separador Filtros proporciona una lista práctica de todos los filtros creados en Digital Analytics Explore, que le permite editar, copiar y suprimir filtros en una ubicación.

Difusión de métricas personalizadas y calculadas

Si su organización tiene IBM Digital Analytics Multisite, puede copiar en otros sitios de su empresa una métrica personalizada o calculada que ha sido creada en un sitio. También puede copiar las métricas desde un sitio al ID global o desde el ID global a otros sitios.

Acerca de esta tarea

Puede seleccionar los sitios en los que se copiarán las métricas. Sin embargo, si una métrica está basada en un atributo, el atributo debe estar disponible en el sitio en el que está copiando, y debe estar asignada al mismo campo en ambos sitios.

Si un sitio contiene una métrica con el mismo nombre que la métrica que está difundiendo, se le solicitará que cambie el nombre de la métrica que está difundiendo o que sobrescriba la métrica del sitio.

Procedimiento

1. Seleccione **Gestionar > Métricas personalizadas o Gestionar > Métricas calculadas**.
2. Pulse el icono **Difusión** (🔗) situado junto a la métrica que desea copiar en otros sitios.
3. Para copiar la métrica en uno o varios sitios, seleccione el recuadro de selección junto a cada ID de cliente del sitio. Para copiar la métrica en todos los sitios, seleccione el recuadro de selección en la fila de cabecera.
4. Pulse **Publicar**.

Asignación del informe

Esta página habilita a un administrador para asignar los informes restantes no utilizados durante un mes a través de los grupos de usuario en un ID de usuario de acuerdo con las necesidades de una organización. No necesita asignar el 100% de los informes disponibles.

Según el paquete de Digital Analytics Explore que se haya adquirido, a su empresa se le asignan x informe de conjuntos de datos completos y y informes muestreados. (A los usuarios de Lifecycle con licencia se les asignan z Lifecycle informes de ciclo de vida).

Los administradores asignan los informes contratados al ID de cliente con la aplicación Administración Digital Analytics.

Utilización de los créditos de informe

Desde una perspectiva de asignación o consumo, un informe definido es una solicitud de informe enviado para un informe con un nombre exclusivo. Es decir, puede utilizar una asignación de informe cuando pulse en **Enviar** en el creador. Editar un informe existente no cuenta como un informe nuevo. Consulte [“Informes” en la página 64](#) para obtener más información. Además, un informe recurrente (es decir, un informe diario, semanal o mensual) cuenta como un informe para el mes pero cuenta para el mes siguiente si no se detiene.

He aquí algunas preguntas:

Cuando empieza un nuevo mes, ¿nos devuelven todos los créditos de informe?

Los créditos de informe utilizados el mes anterior en informes puntuales o los informes recurrentes detenidos son devueltos a su asignación para que pueda utilizarlos el siguiente mes. Los informes recurrentes que todavía se están ejecutando contarán para cada mes en el que se ejecuten hasta que se detengan.

¿Cómo sé cuántos créditos de informe le quedan a mi grupo de usuarios?

Puede encontrar esta información en la parte superior de las pantallas **Crear** y **Gestionar**.

¿Cómo obtengo más créditos?

Póngase en contacto con su administrador para ver si puede proporcionar más créditos para su grupo de usuarios. En caso contrario, póngase en contacto con el representante de ventas de Digital Analytics para comprar un paquete de mayor tamaño.

Atributos

Los atributos opcionales e importados que pasan etiquetas deben contar con un alias definido antes de que pueda utilizarlos en los informes. La página **Gestionar > Atributos** contiene un enlace para la página en la consola de administración donde puede especificar el tipo de datos y los alias para los atributos.

Para obtener información sobre atributos, opciones de recopilación y casos de uso de ejemplo, consulte [Atributos](#).

Mensajes de correo electrónico

Seleccione **Mensajes de correo electrónico** en la pestaña Gestionar para mostrar la lista de mensajes de correo electrónico recurrentes que se han creado mediante Digital Analytics Explore.

Escriba una cadena de texto en **Buscar** para buscar la tabla para los resultados coincidentes. Puede buscar en los campos de nombre de informe, creador o dirección de correo electrónico del destinatario. El cuadro de búsqueda utiliza un comodín en ambos lados de la cadena de texto.

Al pulsar en la flecha desplegable al lado de cada encabezado de columna aparecen opciones como:

- Ordenar descendentemente
- Ordenar ascendentemente
- Expandir todas: expande todas las categorías para ver los nombres de informes
- Contraer todas: contrae todas las categorías para mostrar solo las categorías de informe.
- Seleccionar columnas: le permite visualizar las columnas de creador, enviar correo electrónico, fecha de creación, última fecha de actualización, incluir, filas y columnas de archivo adjunto.

Los correos electrónicos están numerados por nombre de informe y agrupados por categoría de usuario. Pulse en el botón antes del nombre para mostrar todos los informes, pulse en el botón para ocultarlos.

Si tiene el permiso adecuado, puede acceder y realizar las tareas que aparecen en [Tabla 17](#) en la [página 72](#).

Nombre del informe	El nombre del informe programado para la distribución de correos electrónicos recurrentes.
Creador	El ID de usuario del creador del correo electrónico recurrente.
Enviar correo electrónico	La frecuencia con la que el correo electrónico está programado para ser entregado.
Incluir	El número de periodos incluidos en cada distribución de correo electrónico.
Filas	Distribuir todas las filas del informe o solo las seleccionadas.

Tabla 17: Tareas disponibles (continuado)

Archivo adjunto	El tipo de archivo adjunto que se va a entregar.
Fecha de creación	La fecha en la que se ha programado el correo electrónico originalmente.
Última fecha de actualización	La fecha en la que se ha editado y guardado el correo electrónico por última vez.
Los iconos bajo la columna Acción de correo electrónico muestran las acciones y derechos específicos de correo electrónico	
	Edite el correo electrónico recurrente. Si es el creador del correo electrónico y tiene derechos de administración, podrá editar el correo electrónico.
	Si es el creador del correo electrónico y tiene derechos de administración, podrá detener  un correo electrónico recurrente o reiniciar  .
	Si es el creador del correo electrónico y tiene derechos de administración, podrá detener el correo electrónico recurrente. Esta acción no elimina el informe. Si elige volver a programar el correo electrónico después de la eliminación, debe revisar el informe, pulse en el icono de correo electrónico y guarde el correo electrónico de nuevo.

Supervisión de créditos de informe

Utilice la página Utilización de crédito de informe para supervisar el uso de crédito de los informes en Digital Analytics Explore para el mes seleccionado. La página muestra los créditos completos, de ejemplo y de ciclo de vida para cada informe. Las filas superior e inferior muestran el total de uso de crédito de los informes mostrados actualmente.

Acerca de esta tarea

El mes actual se muestra por defecto. Utilice la lista desplegable Mes para mostrar otro mes.

Puede filtrar la lista en la columna Nombre de informe, Categoría de informe, Grupo de usuarios, Creador, Estado o Frecuencia. Elija una columna en la que aplicar el filtro desde la lista desplegable Búsqueda y especifique el texto de filtro en el cuadro de texto. La página muestra los informes que coinciden con los criterios del filtro. Para volver a mostrar todos los informes, desmarque el cuadro de texto.

Módulos

En IBM Digital Analytics Explore hay disponibles módulos que proporcionan acceso a datos adicionales para utilizar en sus informes.

Módulo de registro

El módulo de registro permite analizar información acerca de los visitantes registrados que se recopila a través de la etiqueta Registro.

Los siguientes campos están disponibles para realizar informes, filtrar y segmentar cuando está habilitado el módulo Registro:

- ID del visitante
- ID de registro
- Dirección de correo electrónico (disponible sólo para ID de clientes con IBM LIVEmail)
- Edad
- Sexo

- Ciudad registrada
- Región registrada
- País registrado
- Código postal registrado
- Nivel de ingresos
- Nivel educativo
- Usuario registrado
- Comprador que repite/nuevo (Reservador que repite/nuevo para la vertical Viajes)
- 50 campos de Registro adicionales

En caso de que esté utilizando el módulo de registro, puede también utilizar el archivo de importación de campos de registro de visitante para importar hasta 50 atributos de registro además de los 50 que puede pasar a la etiqueta Registro. Asimismo, puede utilizar el módulo Extensiones de datos para importar datos relacionados con cualquier campo de registro importado o etiquetado.

Nota: Es posible que la organización no llene todos los campos de registro posibles. Los campos de registro no están disponibles para la segmentación de sesión cruzada.

Lógica de registro

Cuando un visitante no especifica un ID de registro para una sesión, Digital Analytics utiliza la lógica para asignar la cookie al ID de registro con más probabilidad. Cuando se asocia una cookie a varios ID de registro (por ejemplo, cuando los cónyuges comparten un ordenador pero cuentan con diferentes ID de registro), el código aporta un mayor peso al ID de registro que se ha especificado más próximo a la fecha de la sesión en cuestión.

Lógica en el tiempo

Si el valor para un campo de registro se modifica con el tiempo, Digital Analytics utiliza el valor que fue actual durante el periodo de tiempo que se muestra en el informe. Por ejemplo, supongamos que un visitante dice que en enero tuvo un hijo y el mismo visitante dice que en febrero tuvo dos hijos. Si ejecuta un informe en abril con fecha de enero, ese visitante se agruparía en los visitantes con un solo hijo. Si ejecuta un informe en abril con fecha de febrero (o cualquier mes posterior a febrero), el visitante se agruparía en los visitantes con dos hijos.

Lógica diferente a IBM Digital Analytics

La lógica de registro de Digital Analytics Explore se diferencia de la lógica de Digital Analytics. En Digital Analytics, una cookie está correlacionada a todos los ID de registro asociados (en lugar de adivinar cuál es el más apropiado). Como consecuencia, en Digital Analytics es posible que un visitante esté considerado tanto hombre como mujer si dos personas comparte un ordenador pero cuentan con diferente ID de registro. Además, cuando un valor se modifica con el tiempo, Digital Analytics sustituye el valor antiguo por el nuevo. En caso de que un visitante tenga un hijo en enero y dos hijos en febrero y usted ejecute un informe de Digital Analytics en abril con fecha de enero, el visitante se agrupará con los visitantes con dos hijos.

Módulo de atribución de impresión

El módulo de atribución de impresión le permite comprender las métricas clave relacionadas con la atribución de marketing y correlacionar el comportamiento en el sitio web del visitante con las campañas que ha visualizado. El resultado es una comprensión de cuáles son las impresiones de marketing que influyen en la conversión en sentido descendente y como consecuencia cuáles son las actividades de creación de marca que debería investigar.

Las impresiones de marketing incluyen lo siguiente:

- Visualización de publicidad
- Vistas de widget

- Vídeos sindicados
- Micrositios
- Promociones en el sitio web

Métricas de atribución de impresión

Las siguientes métricas están disponibles en el módulo Atribución de impresión.

<i>Tabla 18: Métricas</i>	
Nombre de métrica	Descripción
Impresiones	Número de veces que se ha visualizado la impresión de marketing
Tasa de clickthrough de impresión	Impresiones de marketing divididas por las pulsaciones del programa de marketing.
Visitantes de impresión únicos	Número de visitantes únicos (determinados por valor de cookie) que han visualizado las impresiones de marketing.
Visitantes de impresión únicos/Impresiones	Impresiones divididas por los visitantes de impresión únicos.
Visitantes únicos/Impresiones	Impresiones divididas por los visitantes únicos.
Eventos (IMP {Window} {Logic})	Número de eventos de conversión completados atribuidos a visitantes que han visualizado la impresión de marketing en la ventana de atribución especificado.
Puntos de eventos (IMP {Window} Logic)	Número de puntos de eventos atribuidos a visitantes que han visualizado la impresión de marketing en la ventana de atribución especificado.
Ventas (IMP {Window} Logic) * Ingresos (IMP {Window} Logic) en la vertical Viajes	Volumen de ventas atribuidos a visitantes que han visualizado la impresión de marketing en la ventana de atribución especificado.
Pedidos (IMP {Window} Logic) * Reservas (IMP {Window} Logic) en la vertical Viajes * Aplicaciones (IMP {Window} Logic) en la vertical Servicios financieros	Número de pedidos atribuidos a visitantes que han visualizado la impresión de marketing en la ventana de atribución especificado.
Páginas vistas (IMP {Window} Logic)	Número de páginas vistas atribuidas a visitantes que han visualizado la impresión de marketing en la ventana de atribución especificado.
Sesiones (IMP {Window} Logic)	Número de sesiones atribuidas a visitantes que han visualizado la impresión de marketing en la ventana de atribución especificado.
Impresiones (IMP {Window} All)	Número total de impresiones de marketing vistas durante la ventana de atribución por aquellos que han visitado el sitio durante el rango de fechas del informe.

La ventana de atribución (entre 1 y 93 días de duración) y lógica (promedio, primero o último) están definidas por el administrador cuando se implementa el módulo.

La métrica Ventas (IMP|30|Avg) significa que las ventas para el periodo de informe se deben atribuir de igual modo para cada impresión que mencione el visitante en los últimos 30 días.

Habilitación de la atribución de impresión

Utilice la atribución de impresión para analizar las impresiones que llevan a conversiones.

Acerca de esta tarea

Los siguientes pasos proporcionan una visión general del flujo de trabajo para habilitar la atribución de impresión.

Procedimiento

1. Marque el contenido con la etiqueta de impresión de marketing. Es posible que necesite primero una actualización de la biblioteca de etiquetas.

Consulte la *IBM Digital Analytics Guía de implementación* para obtener detalles sobre cómo utilizar las etiquetas de impresión de marketing.

Cuando se muestre el contenido marcado a los visitantes, Digital Analytics almacena un historial de las impresiones de cada visitante.

Cuando un visitante llega al sitio, a través de cualquier medio, Digital Analytics asocia cualquier historial de impresión al visitante con el valor de cookie que se ha utilizado para realizar un rastreo de la actividad del visitante en el sitio.
2. Cree informes que utilicen métricas de atribución de impresión. Estas métricas están disponibles en los informes que se basan en el campo Programa de marketing, sus derivados (Proveedor, Categoría, Artículo o Localización) o sus atributos.

Resultados

Nota: No puede aplicar la segmentación a un informe con una métrica de impresión, puesto que las impresiones no forman parte de una sesión. Puede aplicar la segmentación a las métricas de impresión (por ejemplo, Ventas (IMP|90|Avg)).

Nota: Las métricas de impresión no están disponibles en los informes que utilizan un atributo de extensión de datos como una columna de visualización.

Módulo multicanal

El módulo multicanal permite analizar la información importada acerca de los visitantes registrados y las transacciones fuera de línea junto con datos capturados a través de la implementación de etiquetas de sitio.

Importe la información mediante las configuraciones de importación multicanal y registro de visitantes en IBM Digital Analytics Import. Consulte la *IBM Digital Analytics Import Guía del usuario* para obtener detalles sobre los campos que puede importar y cómo configurar las importaciones.

Cómo utilizar el módulo Multicanal

El módulo Multicanal está asociado a tres archivos de importación: Registro de visitantes, tienda de Multichannel y pedidos multicanal. Repita este proceso de nuevo para cada archivo de importación que desee utilizar.

Procedimiento

1. Establezca la configuración de importación en IBM Digital Analytics Import.
2. Descargue la plantilla para la configuración de importación
3. Dependiendo de la plantilla, cree un archivo que contenga los datos que quiera importar.
4. Importe los datos en Import.
5. En IBM Digital Analytics Admin, defina un alias para cada atributo al que está importando datos.

6. Utilice los atributos de extensiones de datos cuando cree los informes.

Los atributos de extensión de datos disponibles dependen de los datos importados.

Los informes con atributos de extensión de datos no pueden contar con filtros de métricas o métricas de atribución de impresión. Los informes con columnas de visualización desde una importación de extensiones de datos basados en el registro no pueden utilizar segmentación de sesión cruzada.

Métricas multicanal

El módulo Multicanal proporciona nuevas métricas que puede utilizar cuando crea informes. Estas nuevas métricas son los equivalentes fuera de línea o multicanal (fuera de línea y en línea) de las métricas en línea que ya están disponibles.

En caso de que haya desplegado el módulo Multicanal, las métricas que informan sobre los datos que se envían a través de etiquetas incluirán el prefijo En línea: por lo tanto está claro cuáles son las métricas que se aplican a la actividad en línea, cuáles se aplican a la actividad fuera de línea y cuáles se aplican a la actividad multicanal (en línea y fuera de línea).

Nota:

- La opción zoom relacional no está disponible para informes con una o más métricas multicanal o fuera de línea. El zoom relacional es eficaz en segmentos de la misma sesión y los segmentos de la misma sesión no se aplican a los datos fuera de línea.
- En un informe de comparación de segmentos, las métricas multicanal y fuera de línea están sólo disponibles si el informe incluye únicamente los segmentos del cliente multicanal.

Venta al por menor y verticales de comercio de contenido

- Multicanal: Valor medio de pedido
- Multicanal: Envío y manipulación medios
- Multicanal: COGS
- Multicanal: Artículos/Pedido
- Multicanal: Artículos pedidos
- Multicanal: Margen
- Multicanal: Pedidos
- Multicanal: Ventas de artículos
- Multicanal: Envío y manipulación total
- Sin conexión: Valor medio de pedido
- Sin conexión: Envío y manipulación medios
- Sin conexión: COGS
- Sin conexión: Artículos/pedidos
- Sin conexión: Artículos pedidos
- Sin conexión: Margen
- Sin conexión: Pedidos
- Sin conexión: Ventas de artículos
- Sin conexión: Total de envío y manipulación
- Ventas sin conexión/Ventas de Multichannel
- Ventas en línea/Ventas de Multichannel
- Pedidos sin conexión/Pedidos de Multichannel
- Pedidos en línea/Pedidos de Multichannel
- Artículos vendidos sin conexión/Artículos vendidos de Multichannel
- Artículos vendidos en línea/Artículos vendidos de Multichannel

- Compradores multicanal
- Compradores fuera de línea/Compradores multicanal
- Compradores en línea/Compradores multicanal

Vertical Servicios financieros

- Multichannel: Aplicaciones completadas
- Sin conexión: Aplicaciones completadas
- Aplicaciones en línea completadas/Aplicaciones de Multichannel completadas
- Aplicaciones sin conexión completadas/Aplicaciones de Multichannel completadas

Vertical de servicios de viajes

- Multichannel: Valor medio de reserva
- Multichannel: Reservas
- Multicanal: COGS
- Multichannel: Artículos/reservas
- Multichannel: Artículos reservados
- Multicanal: Margen
- Multichannel: Ingresos
- Sin conexión: Valor medio de reserva
- Sin conexión: Reservas
- Sin conexión: COGS
- Sin conexión: Artículos/Reservas
- Sin conexión: Artículos reservados
- Sin conexión: Margen
- Sin conexión: Ingresos
- Reservas sin conexión/Reservas de Multichannel
- Reservas en línea/Reservas de Multichannel
- Artículos reservados sin conexión/Artículos reservados de Multichannel
- Artículos reservados en línea/Artículos reservados de Multichannel
- Ingresos sin conexión/Ingresos de Multichannel
- Ingresos en línea/Ingresos de Multichannel

Módulo de extensiones de datos

El módulo de extensiones de datos le permite añadir datos de otras fuentes a los informes que analizan el comportamiento en línea de los visitantes.

Puede importar hasta 50 campos de atributo asociados a un tipo de etiqueta de datos específica o de una lista selecta de objetos de datos. Los 50 atributos son adicionales a los 50 atributos que puedes pasar a través de las etiquetas de página.

Los datos importados a los módulos de extensión de datos se notifican en letras mayúsculas, a pesar del caso del valor cargado. En caso de que cargue *Smith*, en los informes aparece como *SMITH*.

Para utilizar el módulo de extensiones de datos

Para incorporar extensiones de datos en los informes

Procedimiento

1. Establezca la configuración de importación de extensiones de datos en IBM Digital Analytics Import.

2. Descargue la plantilla para la configuración de importación
3. Dependiendo de la plantilla, cree un archivo que contenga los datos que quiera importar.
4. Importe los datos en Import.
5. En IBM Digital Analytics Admin, defina un alias para cada atributo al que está importando datos.
6. Utilice los atributos de extensiones de datos cuando cree los informes.

Los atributos de extensión de datos disponibles dependen de los datos importados.

Los informes con atributos de extensión de datos no pueden contar con filtros de métricas o métricas de atribución de impresión. Los informes con columnas de visualización desde una importación de extensiones de datos basados en el registro no pueden utilizar segmentación de sesión cruzada.

Resolución de problemas

Utilice estos temas para la resolución de problemas en Digital Analytics Explore.

Preguntas más comunes

Algunas preguntas y respuestas comunes que le pueden ayudar a solucionar problemas.

[“Definición de etiquetas” en la página 79](#) [“Definición de etiquetas” en la página 79](#) [“Filtros y segmentos” en la página 80](#) [“Móvil” en la página 80](#) [“Misceláneo” en la página 81](#)

Definición de etiquetas

P: ¿Los datos de las etiquetas personalizados aparecerán en Digital Analytics Explore?

R: No, los datos de las etiquetas personalizados no aparecen en Digital Analytics Explore.

P: A medida que empezamos a recopilar atributos, ¿aumenta esto las llamadas de mi servidor (la métrica por la que pago por los servicios mensuales)?

R: No, ya que los atributos se recopilan en las etiquetas existentes y no afecta a los cálculos de llamada de servidor.

P: ¿Los campos adicionales y los campos de atributo son lo mismo?

R: No, se pasan a Digital Analytics del mismo modo, pero la biblioteca de etiquetas determina si el valor entra en un campo extra, en un campo de atributo o en otro campo.

P: Si estoy pasando datos actualmente a un campo adicional y quiero utilizar ahora la función de Digital Analytics Explore para los campos de atributo, ¿qué puedo hacer?

R: Debe pasar igualmente el mismo valor a un campo de atributo. En la mayoría de los casos, Digital Analytics puede actualizar su biblioteca de etiquetas para albergar de forma automática esta solicitud.

P: ¿Puedo recopilar más de 15 atributos en un único tipo de etiqueta?

A: El límite actual es de 50 campos por tipo de etiqueta. Asimismo, puede sobrecargar cualquier campo con más de un valor. Por ejemplo, si necesita recopilar Autor e Idioma en el campo de atributo de página vista 1, puede pasar Author=Smith|Language=German. A continuación, puede definir el alias para el campo como Autor+Idioma. Puede hacer lo mismo si necesita recopilar más de un valor. Por ejemplo, puede tener 3 colores en una página de producto y pasar "Azul|Verde|Amarillo" y definir el alias para el campo como Color.

Nota: Lo que pase es lo que aparecerá en el informe. Sin embargo, puede utilizar filtros para realizar informes específicos sobre lo que quiera (por ejemplo, Idioma=Alemán).

P: ¿Se pueden exportar los datos de atributos utilizando el creador de IBM Digital Analytics Export o IBM LIVEmail?

R: Actualmente, los datos de atributos solo están disponibles para su selección en Digital Analytics Explore. Si esto es un requisito, pulse en **Feedback** y háganoslo saber.

Métricas

P: ¿Puedo seleccionar las métricas de asignación de marketing en Digital Analytics Explore?

R: Actualmente no, pero la visión es dar soporte a las métricas de asignación de marketing en Digital Analytics Explore. Si esto es un requisito, pulse en **Feedback** y háganoslo saber.

Filtros y segmentos

P: ¿Tengo un número limitado de segmentos?

R: No, puede aplicar un segmento a cada informe y, para los informes de comparación de segmentos, puede analizar hasta 10 segmentos en un único informe.

P: ¿Estoy limitado a un número de criterios de filtro o de segmento que pueda utilizar al crear un filtro o segmento?

R: No, no hay límites.

P: ¿Cómo se unen los criterios de filtro y segmento?

R: Los usuarios tienen la opción de aplicar la lógica [y] o [o] entre criterios del mismo tipo de campo (por ejemplo, Categoría de contenido es Deportes [o] Categoría de contenido es Negocio o Nombre de producto contiene portátil [y] Nombre de producto contiene T61). Entre tipos de campo, el operador de unión es un [y] (por ejemplo, el navegador contiene IE [y] los Sistemas operativos contienen Win).

P: ¿Mis segmentos clave actuales se transfieren a Digital Analytics Explore?

R: No, pero en la mayoría de los casos (los criterios de las etiquetas de registro no están disponibles para la selección) puede recrear los mismos segmentos y analizar más. También, puede aumentar sus segmentos utilizando atributos.

P. Estoy creando un informe y cumplimentándolo con criterios de filtro, pero no estoy seguro de la sintaxis apropiada (por ejemplo, ¿escribo IE_7 o Internet Explorer)?

R. En las pantallas de filtro y definición de segmentos, existe un enlace denominado **Registros de ejemplo**. Este diálogo le ayuda a entender la sintaxis de ejemplo por tipo de campo de datos.

P. Quiero especificar criterios con un único comodín de caracteres. ¿Cómo lo hago?

R. Utilice el operador COMODÍN y utilice un ? para el espacio único. Por ejemplo, para filtrar todas las variaciones de sus URL de referencia de página de inicio de sitio web. (xyz.com/us, xyz.com/ca, xyz.com/zn, etc.) pero informar solo sobre las páginas de inicio (es decir, que quiere excluir xyz.com/us/abc.html), especifique un filtro en el COMODÍN *xyz.com/?? que informe sobre todas las referencias xyz.com seguidas de una / y 2 caracteres. Si de verdad está buscando un ? en su filtro de COMODÍN, puede utilizar un carácter de escape \? (por ejemplo, WILDCARD *support*/?abc=*)

P. ¿Cómo filtro un segmento o en base a un valor nulo?

A. Si desea eliminar los valores nulos de su informe, deberá especificar ?* en su filtro WILDCARD. La sintaxis para un informe de solo campos nulos podría ser: NOT WILDCARD ?*.

Móvil

P: ¿Quedarán registrados todos los accesos de dispositivos móviles?

R: No. Muchos dispositivos móviles no soportan JavaScript. Si el dispositivo no soporta JavaScript, la etiqueta de Digital Analytics estándar no se puede ejecutar. De forma adicional, no todos los dispositivos móviles soportan cookies. Si el dispositivo no soporta cookies, el tráfico se considera anónimo y no se informará sobre él. Si está creando un sitio web o aplicación de dispositivos móviles, consulte *Implementación de dispositivos móviles* en <http://support.coremetrics.com> para obtener detalles sobre cómo utilizar una solicitud de imagen directa - "etiqueta sin script" y sobre cómo trabajar con cookies.

P: ¿Cómo conoce la información de dispositivo móvil?

R: La cadena de agente de usuario (el conjunto de datos que contiene información de navegador y sistema operativo) proporciona información con respecto al dispositivo móvil (por ejemplo, APPLE IPHONE) utilizado. Como resultado, Digital Analytics mantiene un archivo grande de asignación de miles de dispositivos móviles. Cualquier cadena de agentes de usuario que no coincide con las

asignaciones de dispositivos móviles existentes (incluidos aquellos visitantes que utilizan un ordenador) aparecen numerada como ";Dispositivo no móvil".

P: ¿Cómo conoce la información de red de dispositivo móvil?

R: El proveedor de información de ubicación geográfica Digital Analytics, Quova, proporciona a Digital Analytics un dirección IP para la asignación de red de dispositivos móviles. Como consecuencia, Digital Analytics busca las direcciones IP que acceden a su sitio y determina la red móvil (por ejemplo, T-Mobile USA). Cualquier dirección IP que no se encuentra en una red de dispositivo móvil aparece enumerada como "Red no móvil".

Misceláneo

P: ¿Cuánto tiempo tarda un informe en procesarse?

R: Digital Analytics intenta entregar todos los informes programados sobre las 8 a.m. en la zona horaria de informe cada día. Los informes diarios reciben la prioridad más alta, seguidos de los informes puntuales, informes semanales e informes mensuales. Los informes puntuales pueden finalizar, como mínimo, en 5 minutos, pero las características del informe como rangos de tiempo amplios, conjuntos de datos grandes, gran cantidad de filtros y la selección de métricas exclusivas (por ejemplo, visitantes exclusivos, compradores y demás) pueden hacer que el informe se ejecute durante más tiempo.

P: ¿De dónde proceden los datos de Geografía? ¿Por qué algunos de los datos están etiquetados como "AOL"?

R: Digital Analytics tiene una relación con una empresa de geolocalización de terceras partes. Esta empresa nos proporciona una asignación de rangos de direcciones IP para campos de datos clave entre los que se encuentran país, estado, ciudad, DMA y dominio de segundo nivel. Todo el tráfico de AOL pasa por servidores proxy en ubicaciones particulares. Si es el tráfico de los EE.UU., el tráfico pasa por Virginia. Como resultado, en vez de sesgar números para que parezca que hay mucho tráfico desde Virginia, se etiqueta únicamente como "AOL".

P: ¿Puedo tener más de un informe abierto al mismo tiempo?

R: Sí, puede iniciar instancias adicionales de Digital Analytics Explore en pestañas nuevas dentro del mismo navegador.

P: ¿Existe alguna manera de distribuir de forma digital el informe con gráficos incluidos?

R: La mejor manera de capturar el gráfico junto con los datos para la distribución electrónica es hacer una captura de pantalla, recortar el área que necesite y pegarla en un correo electrónico, PowerPoint u otro tipo de archivo. Estamos considerando añadir PDF como una futura opción para Digital Analytics Explore. Si necesita soporte para PDF, pulse en "Feedback" y háganoslo saber.

P: Puedo restringir el acceso de usuario a informes creados pero, ¿puedo restringir el acceso a los componentes del creador?

R: No en este momento. Si esto es un requisito, pulse en **Feedback** y explique cómo quiere que funcione.

P. ¿Cómo puedo decir cuántos informes muestreados y completos he utilizado hasta el momento?

R. Puede ver cuántos informes se han utilizado en la parte superior de las pantallas de Crear y Gestionar. Para ver la asignación por grupo, utilice [Asignación de informe](#).

P: ¿Qué define un informe desde una perspectiva de asignación o consumo?

R: La definición de un informe desde una perspectiva de asignación o consumo es una solicitud de informe enviada para un informe con un nombre exclusivo. Al pulsar en **Enviar** en el creador se incluye una solicitud. Sin embargo, editar un informe no cuenta como informe nuevo. Además, un informe recurrente (por ejemplo, un informe diario, semanal o mensual) cuenta como un informe para el mes, pero también cuenta para el mes siguiente si no se detiene.

P: Cuando empieza un nuevo mes, ¿nos devuelven todos los créditos de informe?

Los créditos de informe utilizados el mes anterior en informes puntuales o los informes recurrentes detenidos son devueltos a su asignación para que pueda utilizarlos el siguiente mes. Los informes recurrentes que todavía se están ejecutando cuentan para cada mes en el que se ejecuten hasta que se detengan.

P: ¿Qué pasa si alcanzamos nuestro límite de informes?

R: La interfaz de usuario impide que procese otro informe ese mismo mes.

P. ¿Puedo crear informes anidados en Digital Analytics Explore? Por ejemplo, ¿puedo crear un informe que agregue todas las instancias de dominios de referencia únicos y que anide los URL de referencia individuales que hay debajo de forma similar a los informes de búsqueda en lenguaje natural?

A. Sí. Cada uno de los tipos de informe de jerarquía y grupos personalizados crea un informe anidado. Un informe de grupos personalizados anida los valores de la columna de visualización bajo los grupos que define. Un informe de jerarquía anida los valores para la columna de visualización secundaria bajo los valores de la columna de visualización primaria.

P. ¿Es posible crear un informe nuevo basándose en un informe existente?

R. Sí, utilizando la opción Guardar como. Si pulsa en **Gestionar** y, a continuación, pulsa en el botón de disco, podrá crear el mismo informe con la misma configuración, pero con un nombre diferente. Puede editar cualquiera de los valores rellenos previamente.

P. ¿Por qué no puedo editar los campos en un informe puntual existente o recurrente detenido que no sean los nombres, categorías y comentarios?

R. Las ediciones en un informe puntual o recurrente detenido no se vuelven a procesar. Si se volviesen a procesar, los usuarios no utilizarían nunca un crédito de informe porque podrían seguir editando un informe puntual. Si quiere utilizar un informe como plantilla (o punto de inicio) para crear otros informes, utilice la opción Guardar como.

P. ¿Las tendencias están disponibles en informes puntuales?

R. No. Los informes puntuales no soportan tendencias porque son informes únicos para periodos entre fechas x e y. Si ejecuta un informe recurrente, puede crear una tendencia o seleccionar un fecha de inicio histórica para rellenar con anterioridad la tendencia.

P. ¿Es posible cambiar el informe de datos muestreados por un informe de datos completo o cambiar los rangos de fechas?

R. Para cambiar de un informe de muestreo por un informe de datos completo, utilice la característica de Guardar como, seleccione **conjunto de datos completo** y póngale al informe un nombre nuevo. Si ejecuta un informe recurrente, tiene la opción de cambiar entre rangos de fechas y visualizar un vista de tendencias.

P. He enviado mi informe hace un momento, ¿por qué no ha vuelto el informe todavía (aunque va con fondo gris)?

R. En primer lugar, pruebe a pulsar en **actualizar** en la barra de herramientas superior de su navegador. Si el informe está todavía en "gris", compruebe el rango de fechas del informe. Un informe puntual con una fecha de finalización posterior al día anterior, no será procesado hasta esa fecha. Un informe recurrente con una fecha de inicio posterior al día anterior no será procesado hasta esa fecha.

Precisión de datos

Algunos causas comunes de informes incorrectos provocados por la precisión de datos.

Suponiendo que esté recopilando los datos y que entiende los términos de coherencia de los datos, los números de su informe puede que no sean los esperados porque:

- Ha elegido ejecutarlos en los datos de muestra en vez de en un conjunto de datos completo
- La aplicación de un filtro (compruebe sus selecciones de filtro para asegurarse de que son las esperadas)
- El segmento aplicado (compruebe sus selecciones de filtro para asegurarse de que son las que esperaba)
- La combinación exclusiva de columnas de visualización (si el informe se refiere a más de una)

Recopilación de datos

La calidad de los datos en Digital Analytics Explore se basa en la aplicación efectiva de las etiquetas de Digital Analytics por parte del cliente.

La Tabla 19 en la página 83 lista la fuente de etiquetas que se corresponde con los campos de datos comunes para los que los clientes pueden no estar recopilando datos:

Tabla 19: Etiquetas por fuente

Marketing	
Campo de datos	Fuente de recopilación de datos
Programa de marketing, proveedor de marketing, categoría de marketing, localización de marketing, artículo de marketing	Parámetros MMC (cm_mmc=)
Ventas/Productos	
Campo de datos	Fuente de recopilación de datos
Categoría del producto	La variable de categoría en la etiqueta de producto visto o en el archivo de definición de categorías (CDF)
Propiedades técnicas	
Campo de datos	Fuente de recopilación de datos
Tipo de navegador, sistema operativo, idioma, zona horaria, resolución de pantalla, intensidad de color, versión de JavaScript	Etiqueta de propiedades técnicas
Contenido	
Campo de datos	Fuente de recopilación de datos
Categoría de contenido	La variable de categoría en la etiqueta de página vista o en el archivo de definición de categorías (CDF)
Término de búsqueda en sitio web	La variable de búsqueda en sitio web en la etiqueta de página vista
Categoría de evento, nombre de evento	Etiqueta Evento de conversión
Categoría de elemento, nombre de elemento	Etiqueta de elemento
Análisis físico del sitio web: completo, página, versión, área de página, enlace	Parámetros del análisis físico del sitio web (cm_re=)
Promoción del sitio web: completa, tipo, promoción, enlace, nombre de página	Parámetros de promoción de sitio web (cm_sp=)

De forma adicional, todos los campos de datos de atributo se basan en cómo el cliente pasa valores relevantes a los campos de atributo dentro de las etiquetas (Consulte [“Recopilación de atributos a través de etiquetas”](#) en la página 85).

Coherencia de datos

Algunas causas comunes por las que los datos pueden parecer incoherentes.

Los números presentados en Digital Analytics Explore puede que no coincidan con los números en IBM Digital Analytics para lo que parece ser un informe similar porque:

- Ha elegido ejecutarlos en los datos de muestra en vez de en un conjunto de datos completo
- Ha repetido algún pedido o ID de transacción. En Digital Analytics, se descarta un ID duplicado (considerado un registro negativo). En Digital Analytics Explore, se descarta un ID de pedido duplicado si el sistema ha encontrado el mismo ID de pedido en las últimas 48 horas.

- Está comparando con métricas anónimas de destacados. Digital Analytics Explore no informa sobre datos anónimos (datos a los que les falta una cookie).
- Debe encontrar valores desconocidos. Los valores desconocidos se encuentran normalmente en el informe de Geografía y propiedades técnicas. Para el informe de Geografía, en algunos casos no existe asignación conocida para una dirección IP. En otros casos existe una asignación, pero con un nivel de confianza muy bajo. En ambos casos, el valor se notifica como desconocido. Para las propiedades técnicas, si una sesión de usuario nunca lanza una etiqueta de propiedades técnicas, la sesión se notifica como desconocida.
- Está recopilando datos multibyte en una codificación diferente de UTF-8. Actualmente, las codificaciones diferentes de UTF-8 (por ejemplo, SHIFT-JIS o GB-2312) no son decodificadas.
- Está comparando la información de carga directa. Digital Analytics descarta todas las sesiones de carga directa que tengan más de 100 páginas vistas de longitud porque la actividad se considera excesiva. Digital Analytics Explore realiza un recuento de una sesión de carga directa independientemente de su longitud.
- Está comparando visitantes nuevos y visitantes que repiten. En Digital Analytics, si un usuario tiene una sesión de página vista 0, su valor de cookie no está almacenado y, por lo tanto, la próxima vez que vuelvan, serán considerados nuevos. En Digital Analytics Explore, se considera que el usuario repite.
- Está sumando datos de segmentos cuando un visitante podría pertenecer a varios segmentos en la misma sesión o diferentes sesiones.

Sin dirección URL de referencia de página

Al visualizar un informe en las direcciones URL de referencia de página, puede encontrar un valor de "SIN DIRECCIÓN URL DE REFERENCIA DE PÁGINA".

Si el visitante ha accedido a una página directamente (por ejemplo, a través de un marcador o escribiendo la dirección URL), no existe dirección URL de referencia. Estas visitas no se etiquetan como Carga directa porque un visitante puede tener una página sin dirección URL de referencia en el medio de una sesión y no solo al inicio.

Actualización de la resolución de problemas

En la mayoría de los casos, la interfaz de usuario de Digital Analytics Explore se actualiza con la siguiente pulsación.

Para asegurarse de que tiene la vista más actualizada (por ejemplo, para ver si un informe con fondo gris está activo ahora), pulse en **Actualizar** en su navegador en la barra de navegación superior.

Término no proporcionado

También puede encontrar valores como "TÉRMINO NO PROPORCIONADO" en los informes de búsqueda natural.

En algunos casos, la dirección URL de referencia será la de un motor de búsqueda conocido (por ejemplo, Google o Yahoo!), pero no incluirá un término de búsqueda.

Atributos

Los atributos de Digital Analytics Explore ayudan a describir el contenido utilizado de modo que responda a las preguntas sobre cómo ha llegado el visitante del sitio web a una página en concreto.

¿Sus cliente visualizan un producto por su situación en el sitio web, por su precio o por la marca? ¿Este artículo se lee frecuentemente por su autor o por su contenido? ¿Los segmentos de visitantes particulares tienden a reservar artículos de primera calidad más de una vez al mes antes de ir de viaje? ¿Sus páginas de servicio en inglés sobre la industria médica son más leídas que las páginas en alemán sobre la industria de la automoción? ¿Qué códigos de promoción controlan las adquisiciones de Google Checkout? ¿Qué opciones de delimitación de búsqueda controlan la conversión?

Cada vez más, los propietarios de sitios web están buscando modos de describir el contenido servido. Tanto si se capturan como no los atributos de un página, un producto, una transacción, una búsqueda en el sitio, un evento o un elemento, este nivel de descripción permite a los propietarios del sitio comprender en su totalidad el impacto de su sitio web. En última instancia, deben descubrir las correlaciones de datos que sugieren cambios vitales para el contenido, medios, gama de productos, ofertas, localización de sitio web y resultados de búsqueda.

Los datos de atributo pueden proceder de las etiquetas o de los archivos de importación de datos. Para obtener detalles acerca de cómo importar los datos de atributos, consulte la publicación *IBM Digital Analytics Import Guía del usuario*.

Conceptos relacionados

Métricas personalizadas

Una métrica personalizada es una métrica definida por el usuario en base a una métrica estándar o un campo de atributo. Puede definir tres tipos de métricas personalizadas: métricas de segmento, métricas de filtro y métricas de atributo. Además, puede utilizar la característica de métricas personalizadas para crear un alias de una métrica estándar con un nombre personalizado.

Recopilación de atributos a través de etiquetas

Utilice este procedimiento para recopilar atributos mediante etiquetas. La recopilación de atributos no requiere una etiqueta nueva. Además, la recopilación de atributos no influye en los volúmenes de llamadas al servidor (la métrica por la que se le realiza un cargo por los servicios mensuales).

Procedimiento

1. Despliegue una biblioteca de etiquetas compatible (cmdatagutils.js) que pueda reconocer los nuevos campos de atributo.
 - Si esta es una nueva implementación de ID de cliente, póngase en contacto con el representante de su equipo de implementación para solicitar la biblioteca adecuada.
 - Si esta es un ID de cliente existente, póngase en contacto con el soporte técnico de Digital Analytics para solicitar una biblioteca actualizada.
2. Identifique los tipos de atributos que son significativos para su negocio y sus análisis.
Consulte [Atributos de prácticas recomendadas](#).
3. Pase datos a los campos de atributos que contengan uno o más de los tipos de etiqueta disponibles
4. Ofrezca al administrador un nombre significativo para cada campo nuevo en la página Atributos de exploración en Admin.

Consulte [Campos de atributo de alias](#).

Campos de atributo

Puede recopilar, informar, filtrar y segmentar atributos de páginas vistas, productos vistos, cestas, transacciones/pedidos, eventos de conversión, elementos, programas de marketing y registros.

Para recopilar estos atributos, pase los datos a los campos de atributo de las etiquetas correspondientes. Para cada tipo de etiqueta, puede pasar hasta 50 atributos. [Tabla 20 en la página 86](#) ofrece el método de recopilación y los atributos de muestra por tipo de atributo. Puede pasar atributos de una delimitación de búsqueda en sitio web como un atributo de página, un atributo de producto o atributo de compra dependiendo de sus necesidades. Los valores de campo de atributo recopilados utilizando etiquetas se pueden almacenar en mayúsculas o en la misma combinación de mayúsculas y minúsculas con la que se pasaron en las etiquetas. Un administrador puede utilizar la página Atributos de exploración en la consola de administración para elegir la opción de mayúsculas/minúsculas para todos los atributos en un ID de cliente.

Tabla 20: Método de recopilación de muestra de tipo de atributo

Tipo de atributo	Muestra	Método de recopilación
Página vista	Idioma, autor	Campos de atributo de la etiqueta de página vista: (pv_a1, pv_a2, ..., pv_a50)
Producto visto	Marca, puntuación de revisión	Campos de atributo de la etiqueta de producto visto: (pr_a1, pr_a2, ..., pr_a50)
Compra	Tamaño, color	Campos de atributo de etiqueta de compra: (s_a1, s_a2, ..., s_a50)
Pedido/transacción	Modalidad de pago, latencia de la reserva	Campos de atributo de la etiqueta de pedido: (o_a1, o_a2, ..., o_a50)
Evento de conversión	Extensión de descarga, tipo de miembro	Campos de atributo de etiqueta de evento de conversión: (c_a1, c_a2, ..., c_a50)
Elemento	Género, ubicación	Campos de la etiqueta de atributo de elemento: (e_a1, e_a2, ..., e_a50)
Programa de marketing	Tamaño, diseñador	Pares de valor de nombre adjuntos a la etiqueta de impresión de marketing o utilizados en los URL de destino para los programas de marketing (cm_mmca1=, cm_mmca2=, ...cm_mmca50=)
Registro	Profesión, empresa, tipo de miembro	Campos "adicionales" de la etiqueta de registro (rg1, rg2, ..., rg50)

Tamaño máximo de campo de atributo

El tamaño máximo de campo de atributo por valor de atributo es de 256 caracteres.

A medida que añada valores a una etiqueta, acuérdesse de que Internet Explorer tiene una longitud de URL máxima de 2083 caracteres.

Nota: Dentro del límite de 256 caracteres, puede sobrecargar un único atributo con varios valores. Por ejemplo, puede capturar más de un color para un único producto visto y, como resultado, puede pasar "Rojo|Verde|Azul" como el valor de un atributo de color.

Sintaxis de atributo de muestra

Para entender cómo se pasan estos valores a Digital Analytics en las etiquetas, observe este escenario.

Suponga que una etiqueta de página vista al que necesita pasar 5 atributos que describen la página vista (tipo, autor, versión de prueba de división, valor de página e idioma). La sintaxis estándar para la etiqueta de página vista es

```
cmCreatePageviewTag("PageID", "CategoryID", "SearchTerm", "SearchResults");
```

Una etiqueta ejecutable podría ser algo como

```
cmCreatePageviewTag("Spurs Win Northwest Division", "Basketball", "Tim Duncan", "32");
```

Para describir esta página, puede pasar tipo, autor, versión de test de división, valor de página e idioma. Ahora, la sintaxis estándar se parece a

```
cmCreatePageviewTag("PageID", "CategoryID", "SearchTerm", "SearchResults", "Type-_-Author-_-Split Test Version-_-Page Value-_-Language");
```

Y ahora puede ejecutar una etiqueta que se parece a

```
cmCreatePageviewTag("Spurs Win Northwest Division", "Basketball", "Tim Duncan", "32", "Article_-_Smith_-_C_-_150_-_Spanish");
```

Para Digital Analytics, ya que los valores se han pasado en orden: pv_a1=Type, pv_a2=Author, pv_a3=Split_Test_Version, pv_a4=Page_Value y pv_a5=Language, no es necesario hacer referencia al nombre de campo en la sintaxis de la etiqueta. En su lugar, el nombre de campo se especifica en el archivo de biblioteca de Digital Analytics. Este orden de campo debe permanecer constante por todas las páginas incluso cuando no pueda pasar una variable en ciertas páginas.

Campos de atributo de alias

Debe tener definido un alias antes de que pueda utilizar un atributo en un informe.

Un administrador puede definir alias de atributos en la página Atributos de exploración en Admin.

Video_Measurement

Para medir y analizar el consumo de vídeo en su sitio web, utilice la etiqueta de elemento. Las etiquetas de elemento están diseñados para las vistas entre páginas. Ya que los vídeos se visualizan como el componente de una página vista tradicional, la práctica recomendada es utilizar la etiqueta de elemento.

Con la etiqueta de elemento utilice:

Categoría de elemento

Pase la categoría del vídeo (por ejemplo, vídeos de fitness)

Nombre de elemento

Pase el nombre del vídeo (por ejemplo, abd. seis minutos)

Campo de atributos de elemento 13 (e_a13)

Pase el "Estado de vídeo:" "0"=Inicio; "1"=Pausa; "2"=Reproducción; "3"=Finalización. A continuación, defina el alias para el atributo 13 como "Estado de vídeo".

Campo de atributo de elemento 14 (e_a14)

Pase la "Marca de tiempo de vídeo"(en segundos) de la acción del estado. Por ejemplo, si el usuario detiene el vídeo en el minuto 1:23, pase el valor "83" y, a continuación, defina el alias para el atributo de elemento 14 como "Marca de tiempo de vídeo".

Campo de atributo de elemento 15 (e_a15)

Pase la "Duración del vídeo" en segundos. Por ejemplo, si el vídeo dura 3:10, pase el valor "190". A continuación, defina el alias para el atributos de elemento 14 como "Duración del vídeo".

Al utilizar las etiquetas descritos, se calculan las siguientes métricas:

Nombre	Definición	Formato
Se inicia el vídeo	Recuento de 0 en el campo de estado	1.350
El vídeo realiza una pausa	Recuento de 1 en el campo de estado	45
Reproducciones de vídeo	Recuento de 2 en el campo de estado	65
Finalizaciones de vídeo	Recuento de 3 en el campo de estado	135
Media de reproducciones de vídeo/Visitante	Recuento medio de (Campo de estado -0) dividido por visitantes exclusivos	1,23
Media de duración de reproducción de vídeo	Promedio de marca de tiempo de vídeo cuando el estado de vídeo es = 3	0:02:13

Nombre	Definición	Formato
Media de vídeo reproducido	Promedio de marca de tiempo de vídeo cuando el estado de vídeo es = 3 dividido por la duración del vídeo	78,43%
Media de tasa de finalización de vídeo	Recuento del estado de vídeo = 3 cuando la marca de tiempo >= (0.98*Duración de vídeo) dividida por el recuento del estado de vídeo=0	63,54%

Como práctica recomendada, tenga en cuenta los atributos de vídeo adicionales recopilados como:

- Tipo de vídeo: (por ejemplo, vídeo o anuncio en vídeo)
- Reproductor de vídeo: (por ejemplo, Windows Media Player, Real Player o Quick Time)
- Nombre de anuncio en vídeo (por ejemplo, paquete de descanso de Holiday Inn)

Medición de Web 2.0

Web 2.0 puede significar muchas cosas para muchas organizaciones. Para simplificar las diferentes tecnologías, se agrupan en tres grupos: adquisición, entrega y comunidad.

Objetivo	Ejemplo de tecnologías	Qué y cómo medir
Adquisición: expandir el alcance de audiencia potencial; proporcionar medios alternativos para llegar y consumir.	RSS, widgets, blogs, redes sociales.	¿Qué? Fuentes, interés, orígenes, creación de marcas de forma exhaustiva, impacto en objetivos. ¿Cómo? Parámetros MMC.
Entrega: proporcionar una experiencia en línea más rápida, rica, personalizada, interactiva y relevante.	Web 2.0 Storefront, AJAX, Flash/Flex, móvil, mashups, vídeo, podcasts, portales, búsqueda por navegación.	¿Qué? Interacciones, popularidad, impacto en objetivos. ¿Cómo? Elementos y eventos.
Comunidad: Permita a los usuarios contribuir al contenido, añadir valores o desarrollar la comunidad.	Revisiones de usuario, foros, blogs publicados, wikis.	¿Qué? Interacciones, contribuidores, consumidores, impacto en objetivos. ¿Cómo? Página y atributos.

Medición de adquisiciones

Para la medición relacionada con las adquisiciones, despliegue los parámetros MMC en los enlaces entrantes.

Por ejemplo, si tiene un hilo RSS y un widget con un enlace para volver a su sitio web, aplique los parámetros MMC en el enlace entrante. Por ejemplo, en vez de tener el enlace **Más información** en el widget apuntando a www.yoursite.com, téngalo apuntando al widget tal y como se muestra a continuación.

```
www.yoursite.com?cm_mmc=Widgets-_-News-_-TopStories-_-SpursWinDecisiveGame
```

Medición de entrega

Para la medición relacionada con la entrega, despliegue las etiquetas de elemento o de evento de conversión dependiendo del caso de uso.

Utilice las etiquetas de evento de conversión para que le ayuden a analizar los eventos de conversión no comerciales (por ejemplo, registros, descargas clave, suscripción a un canal de información, enviar a amigos, pulsar para descargar un podcast, registros o vistas de localizador de tiendas) y ofrézcales una ponderación (por ejemplo, un registro de oro vale 50 puntos en contraposición a la descarga de un catálogo que vale 10 puntos). Utilice las etiquetas de elemento para que le sea más fácil analizar las

vistas entre páginas. Ya que los sitios web lanzan más contenido web 2.0, en el que el contenido se entrega de forma asíncrona (o sin una carga de página vista tradicional), considere la página como un contenedor para las subvistas y las acciones. Como resultado, las etiquetas de elemento son una manera de medir cosas como las ventanas emergentes de Ajax, las interacciones de las pestañas de Ajax, las pulsaciones de Flash, acciones de vídeo, etc.

Al desplegar las etiquetas de elemento o de evento de conversión, tenga en cuenta que puede merecer la pena capturar otros atributos sobre la interacción. Por ejemplo, con una ventana emergente de producto de Ajax, podrá ir más allá simplemente registrando el hecho de que se ha visualizado la ventana emergente del producto y recopilando atributos sobre la ventana emergente como la ubicación en la pantalla (por ejemplo, columna 1, fila 2) o el contenedor en el que se ha servido (por ejemplo, el módulo de página central).

Medición de comunidad

El contenido relacionado con la comunidad se puede encontrar en muchos formularios.

Por ejemplo, se puede recopilar información sobre las revisiones de los usuarios como por ejemplo un atributo de producto visto y la actividad de compra (por ejemplo, la puntuación de revisión, el nº de puntuaciones, etc.). Los foros y blogs que publica su sitio web dan lugar normalmente a una página vista (con algunos atributos significativos). La elección del método de etiquetas que funciona mejor depende de cómo se presenta el contenido y cómo quiere enfocarlo.

Medición de margen

Si necesita medir y analizar la información de margen de producto dentro de Digital Analytics Explore, importe la información del coste productos vendidos (COGS) como un atributo de compra con el archivo de importación de la etiqueta de compra o de la compra de Multi-Channel (MCS).

Al utilizar el campo de atributo de compra 15 en las etiquetas y el archivo de importación de compra de Multi-Channel, se calculan las siguientes métricas:

Nombre	Definición	Formato
COGS	Coste de productos vendidos	25,00 €
Margen	Ventas de artículos - COGS	25,00 €

Atributos de prácticas recomendadas

La recopilación de atributos en Digital Analytics Explore es extremadamente flexible. Puede pasar lo que necesite a los campos de atributo e informar sobre ellos consecuentemente.

Dependiendo del tipo de sitio web que mantenga, tenga en cuenta los siguientes atributos.

Atributos de contenido sugerido

Aquí hay algunos atributos de contenido que le pueden ayudar a crear informes más significativos.

Atributos de página vista

- Versión de prueba de división (por ejemplo, Versión A)
- Autor (por ejemplo, Smith)
- Tipo de página (por ejemplo, artículo)
- Valor de página (por ejemplo, 25)
- Fecha de publicación (por ejemplo, 25-03-2008)

Atributos de delimitación de búsqueda en sitio web (pasados como atributos de página)

- Por autor (por ejemplo, Smith)

- Por fecha (por ejemplo, 25-03-2008)
- Por categoría (por ejemplo, electrónica)

Atributos de elemento

- Contenedor (por ejemplo, nombre de página)
- Ubicación (por ejemplo, C1R1)
- Anuncio en vídeo (por ejemplo, paquete de descanso de Holiday Inn)
- Reproductor de vídeo (por ejemplo, Windows Media Player)
- Estado de vídeo (por ejemplo, 2)
- Marca de tiempo de vídeo (por ejemplo, 38)
- Duración de vídeo (por ejemplo, 145)

Atributos de evento de conversión

- Tipo de objetivo (por ejemplo, probabilidades altas)
- Contenedor (por ejemplo, nombre de página)
- Tipo de suscripción (por ejemplo, boletín de noticias)
- Tipo de podcast (por ejemplo, educación)

Atributos de servicios financieros sugeridos

Aquí hay algunos atributos de servicios financieros que le pueden ayudar a crear informes más significativos.

Atributos de página vista

- Versión de prueba de división (por ejemplo, Versión A)
- Línea de negocio (por ejemplo, crédito, hipoteca, pequeños negocios)
- Tipo de página (por ejemplo, artículo, aplicación, marketing)
- Valor de página (por ejemplo, 25)
- Fecha de publicación (por ejemplo, 25-03-2008)
- Asunto (por ejemplo, comprar una casa, préstamo para estudiante)
- Idioma (por ejemplo, español)

Atributos de delimitación de búsqueda en sitio web (pasados como atributos de página)

- Por producto (por ejemplo, tarjeta de crédito, préstamo, cuenta corriente)
- Por categoría (por ejemplo, individuos, pequeños negocios, comercial)
- Utilidad de los resultados (por ejemplo, muy útil, no útil)

Atributos (de compra) de aplicación

- Idioma (por ejemplo, español)
- Versión de prueba de división (por ejemplo, Versión B)
- Producto (por ejemplo, cuenta sobre capital de vivienda, tarjeta de crédito)
- Estado (por ejemplo, Texas)
- Tipo de cuenta (por ejemplo, conjunta)
- Edad (por ejemplo, 25)
- Nacionalidad (por ejemplo, EE.UU., residente permanente)
- Estado civil (por ejemplo, soltero)
- Capacidad de endeudamiento [numérica o categoría] (por ejemplo, 720 o A)
- Ingresos (por ejemplo, bajos, medios, altos)
- Estado de empleo (por ejemplo, desempleado)

- Productos existentes seleccionados (por ejemplo, comprobación, hipoteca)
- Puntuación de revisión (por ejemplo, 3,4 estrellas)

Atributos de evento de conversión

- Tipo de objetivo (por ejemplo, probabilidades altas, préstamo de pequeño negocio)
- Chat (por ejemplo, hipoteca, tarjeta de crédito)
- Contenedor (por ejemplo, nombre de página)
- Tipo de suscripción (por ejemplo, boletín de noticias)
- Tipo de podcast (por ejemplo, educación)

Atributos de elemento

- Contenedor (por ejemplo, nombre de página)
- Ubicación (por ejemplo, C1R1)
- Anuncio en vídeo (por ejemplo, paquete de descanso de Holiday Inn)
- Reproductor de vídeo (por ejemplo, Windows Media Player)
- Estado de vídeo (por ejemplo, 2)
- Marca de tiempo de vídeo (por ejemplo, 38)
- Duración de vídeo (por ejemplo, 145)

Atributos (de compra) de aplicación importados:

- Canal de transacción (por ejemplo, móvil, bifurcación)
- Tipo de destinatario de transacción (por ejemplo, personal, pequeño negocio, institucional)

Atributos de venta al por menor sugeridos

Aquí hay algunos atributos de venta al por menor que le pueden ayudar a crear informes más significativos.

Atributos de producto visto

- Puntuación de revisión de usuario (por ejemplo, 3,4 estrellas)
- Número de revisiones (por ejemplo, 14)
- Número de ventas cruzadas que se muestran (por ejemplo, 3)
- Marca (por ejemplo, Reebok)

Atributos de pedido

- Código de promoción (por ejemplo, FRSHIP)
- Modalidad de pago (por ejemplo, AMEX)

Atributos de delimitación de búsqueda en sitio web (pasados como atributos de página o de producto y compra)

- Por marca (por ejemplo, Panasonic)
- Por precio (por ejemplo, 0-49 €)
- Por categoría (por ejemplo, electrónica)

Atributos de compra

- Estado del inventario (por ejemplo, agotado)
- Color (por ejemplo, rojo)
- Tamaño (por ejemplo, XL)

Atributos de elemento

- Contenedor de ventana emergente (por ejemplo, página principal de electrónica)
- Ubicación de ventana emergente (por ejemplo, C2,R3)

- Reproductor de vídeo (por ejemplo, Windows Media Player)
- Estado de vídeo (por ejemplo, 2)
- Marca de tiempo de vídeo (por ejemplo, 38)
- Duración de vídeo (por ejemplo, 145)

Atributos de evento de conversión

- ID de tienda del localizador de tiendas (por ejemplo, 314)
- Guardar para artículos posteriores (por ejemplo, 5)

Atributos de compra importados:

- Estado del inventario (por ejemplo, agotado)
- Coste de productos vendidos (por ejemplo, 12,99)

Atributos de pedido importados:

- Tipo de pago (por ejemplo, tarjeta, efectivo, cheque)
- Tipo de tarjeta de crédito (por ejemplo, Amex, Visa, MC)
- ID de tienda (por ejemplo, 1234)

Atributos de viaje sugeridos - Aerolínea

Aquí hay algunos atributos de viaje en aerolínea que le pueden ayudar a crear informes más significativos.

Atributos (transacción) de reserva

- Latencia de la reserva (los días entre la fecha de reserva y la de viaje) - (por ejemplo, 15)
- Día de viaje (por ejemplo, Miércoles|Sábado)
- Momento del día para el viaje (por ejemplo, Mañana|Tarde)
- Tipo de tarifa (por ejemplo, Z|Y)
- Tipo de asiento (por ejemplo, Primera|Primera)
- Número de escalas (por ejemplo, 0)
- Número de adultos (por ejemplo, 2)
- Número de niños (por ejemplo, 2)
- Tipo de viaje (por ejemplo, ida y vuelta)
- Modalidad de pago (por ejemplo, AMEX)
- Duración del viaje (Días) - (por ejemplo, 5)
- Reembolso del programa de fidelización (millas) - (por ejemplo, 25.000)
- Código de promoción (por ejemplo, ENT29303)

Atributos de producto visto

- Duración del viaje (Millas) - (por ejemplo, 2130)
- Número de vuelo - (por ejemplo, 895|1203)
- Modelo de avión - (por ejemplo, MD80|Boeing 770)
- Tipo de vuelo - (por ejemplo, Internacional)

Atributos de evento de conversión

- Contenedor (por ejemplo, nombre de página)
- Tipo de suscripción (por ejemplo, boletín de noticias)
- Tipo de podcast (por ejemplo, educación)

Atributos de elemento

- Contenedor (por ejemplo, nombre de página)

- Ubicación (por ejemplo, C1R1)
- Anuncio en vídeo (por ejemplo, paquete de descanso de Holiday Inn)
- Reproductor de vídeo (por ejemplo, Windows Media Player)
- Estado de vídeo (por ejemplo, 2)
- Marca de tiempo de vídeo (por ejemplo, 38)
- Duración de vídeo (por ejemplo, 145)

Atributos de reserva importados:

- ID de terminal de Internet (por ejemplo, 123)
- ID de agencia de viajes (por ejemplo, 123)
- Representante del centro de asistencia telefónica (por ejemplo, nombre del representante, 123)

Atributos de viaje sugeridos - Hotel

Aquí hay algunos atributos de viaje de hotel que le pueden ayudar a crear informes más significativos.

Atributos (transacción) de reserva

- Marca (por ejemplo, Crown Plaza)
- Latencia de la reserva (los días entre la fecha de reserva y la de estancia) - (por ejemplo, 3)
- Día de llegada (por ejemplo, Miércoles|Sábado)
- Día de salida (por ejemplo, Miércoles|Sábado)
- Tipo de tarifa (por ejemplo, Z)
- Número de adultos (por ejemplo, 2)
- Número de niños (por ejemplo, 1)
- Modalidad de pago (por ejemplo, AMEX)
- Duración de la estancia (Noches) - (por ejemplo, 2)
- Reembolso del programa de fidelización (puntos) - (por ejemplo, 25.000)
- Código de promoción (por ejemplo, ENT29303)
- Tipo de habitación (por ejemplo, estándar)
- Fumador/no fumador (por ejemplo, no fumador)

Atributos de producto

- Marca (por ejemplo, Hampton Inn)
- Ciudad (por ejemplo, Austin)
- Región (por ejemplo, Sudoeste de los EE.UU.)

Atributos de evento de conversión

- Contenedor (por ejemplo, nombre de página)
- Tipo de suscripción (por ejemplo, boletín de noticias)
- Tipo de podcast (por ejemplo, educación)

Atributos de elemento

- Contenedor (por ejemplo, nombre de página)
- Ubicación (por ejemplo, C1R1)
- Anuncio en vídeo (por ejemplo, paquete de descanso de Holiday Inn)
- Reproductor de vídeo (por ejemplo, Windows Media Player)
- Estado de vídeo (por ejemplo, 2)
- Marca de tiempo de vídeo (por ejemplo, 38)
- Duración de vídeo (por ejemplo, 145)

Atributos (transacción) de reserva importados:

- ID de agencia de viajes (por ejemplo, 123)
- Representante del centro de asistencia telefónica (nombre del representante, 123)

Atributos de viaje sugeridos - Alquiler de coche

Aquí hay algunos atributos de viaje de alquiler de coche que le pueden ayudar a crear informes más significativos.

Atributos (transacción) de reserva

- Latencia de la reserva (los días entre la fecha de reserva y la de alquiler) - (por ejemplo, 3)
- Día de recogida (por ejemplo, Miércoles)
- Día de devolución (por ejemplo, Viernes)
- Ubicación del lugar de alquiler (por ejemplo, SFO)
- Ubicación del punto de recogida (por ejemplo, LAX)
- Tipo de vehículo (por ejemplo, estándar)
- Modalidad de pago (por ejemplo, AMEX)
- Duración del alquiler (Días) - (por ejemplo, 2)
- Reembolso del programa de fidelización (puntos) - (por ejemplo, 25.000)
- Colaborador del programa de fidelización (por ejemplo, American Airlines)
- Código de promoción (por ejemplo, ENT29303)

Atributos de producto

- Marca (por ejemplo, Toyota)
- Modelo (por ejemplo, Camry)

Atributos de evento de conversión

- Contenedor (por ejemplo, nombre de página)
- Tipo de suscripción (por ejemplo, boletín de noticias)
- Tipo de podcast (por ejemplo, educación)

Atributos de elemento

- Contenedor (por ejemplo, nombre de página)
- Ubicación (por ejemplo, C1R1)
- Anuncio en vídeo (por ejemplo, paquete de descanso de Holiday Inn)
- Reproductor de vídeo (por ejemplo, Windows Media Player)
- Estado de vídeo (por ejemplo, 2)
- Marca de tiempo de vídeo (por ejemplo, 38)
- Duración de vídeo (por ejemplo, 145)

Atributos (transacción) de reserva importados:

- ID de agencia de viajes (por ejemplo, 123)
- Representante del centro de asistencia telefónica (nombre del representante, 123)

Información adicional de contacto

Para recomendar mejoras en el producto, póngase en contacto con IBM en: cm_feedback@us.ibm.com

Si necesita ayuda con el producto, póngase en contacto con el centro de soporte al cliente de IBM:
<https://support.ibmcloud.com>

También puede ponerse en contacto con la oficina de IBM de su área geográfica.

EE.UU.	
<p>IBM 1001 E Hillsdale Boulevard Foster City, CA 94402 Tfno. gratuito: 1 866 493 2673</p>	<p>IBM Austin 11501 Burnet Road Building 905, Floor 2 Austin, TX 78758-3400 Tfno. gratuito: 1 866 493 2673</p>
<p>IBM Dallas 750 W John Carpenter Freeway Irving, TX 75039 Tfno. gratuito: 1 866 493 2673</p>	
Europa	
<p>IBM United Kingdom Limited 3 Furzeground Way Stockley Park Uxbridge Middlesex UB11 1EZ Reino Unido Tel: 020 8867 8003</p>	<p>IBM GmbH Beim Strohhaus 17 D-20097 Hamburg Alemania Tel: 0800-180-2597</p>
<p>IBM France 17 Avenue de l'Europe 92275 Bois Colombes Cedex France Tel: 0800 91 4912</p>	
Asia-pacífico	
<p>IBM Hong Kong Limited Silvercord Tower 2 Room 907 30, Canton Road Tsim Sha Tsui Kowloon Hong Kong SAR, China Tel: +852 8201 0823 Fax: +852 8201 0832</p>	<p>IBM Australia and New Zealand 60 Southgate Ave Southgate VIC 3006 AUSTRALIA (Aus) 1800 69 CORE (NZ) 0800 69 CORE</p>

IBM agradece sus comentarios

Puede enviar los comentarios a la siguiente dirección.

IBM Bay Area Lab
1001 E Hillsdale Boulevard
Foster City, California 94404
EE.UU.

Puede enviarnos comentarios electrónicamente utilizando uno de los siguientes métodos:

Gratuito (EE.UU.)

1+866-493-2673

Centro de soporte:

<https://support.ibmcloud.com>

World Wide Web:

www.ibm.com/marketing-solutions/

En caso de que quiera una respuesta, asegúrese de incluir su nombre, dirección, número de teléfono o fax. Asegúrese de incluir la siguiente información en su comentario o nota:

- Título de este documento
- Número de página o tema relacionado con el comentario

Cuando envía información a IBM, otorga a IBM un derecho no exclusivo a utilizar o distribuir dicha información en la forma en que IBM considere adecuada, sin contraer por ello ninguna obligación con el remitente.

Soporte

Centro de soporte

El sitio de soporte de se encuentra en <https://support.ibmcloud.com> o pulse el enlace de soporte en la barra de menús de la aplicación.

El sitio del centro de soporte contiene lo siguiente:

- **Una base de conocimiento direccionable** para responder preguntas y proporcionar acceso instantáneo a documentos esenciales, como guías de implementación, glosarios de métricas, guías del usuario, notas del release, etc.
- **Herramientas educativas**, tales como formaciones basadas en web y seminarios web de archivos.
- **Información de marketing** que incluye estudios de casos, libros blancos y eventos próximos, como la Cumbre de los clientes.
- **Notificaciones** de soporte técnico.
- **Rastreo de problemas** desde la creación de un tíquet pasando por su resolución para tener un acercamiento completo al estado de sus consultas.
- **Comentarios** para que pueda ofrecer sugerencias para mejorar el sitio de soporte. (Envíe comentarios acerca de las aplicaciones de a feedback@coremetrics.com).
- **Chat** para que pueda contactar con uno de nuestros representantes Prácticas recomendadas al instante.

Avisos

Esta información se ha desarrollado para productos y servicios que se ofrecen en EE.UU.

Es posible que IBM no ofrezca los productos, servicios o funciones que se tratan en este documento en otros países. Póngase en contacto con su representante local de IBM para obtener más información sobre los productos y servicios disponibles en su zona. Las referencias a programas, productos o servicios de IBM no pretenden establecer ni implicar que sólo puedan utilizarse dichos productos, programas o servicios de IBM. En su lugar, se puede utilizar cualquier producto, programa o servicio funcionalmente equivalente que no infrinja ninguno de los derechos de propiedad intelectual de IBM. Sin embargo, es responsabilidad del cliente evaluar y verificar el funcionamiento de cualquier producto, programa o servicio que no sea de IBM.

IBM puede tener patentes o solicitudes de patentes pendientes que cubran el tema principal descrito en este documento. La entrega de este documento no le otorga ninguna licencia sobre dichas patentes. Puede enviar consultas sobre licencias, por escrito, a:

*IBM Director of Licensing
IBM Corporation
North Castle Drive, MD-NC119
Armonk, NY 10504-1785
Estados Unidos de América*

Para consultas sobre licencias relacionadas con información del conjunto de caracteres de doble byte (DBCS), póngase en contacto con el departamento de propiedad intelectual de IBM de su país o envíe sus consultas, por escrito, a:

*Intellectual Property Licensing Legal and Intellectual Property Law
IBM Japan Ltd. 19-21,
Nihonbashi-Hakozakicho, Chuo-ku
Tokyo 103-8510, Japón*

El párrafo siguiente no se aplica al Reino Unido ni a ningún otro país donde estas disposiciones sean incompatibles: INTERNATIONAL BUSINESS MACHINES CORPORATION PROPORCIONA ESTA PUBLICACIÓN "TAL CUAL" SIN GARANTÍAS DE NINGÚN TIPO, NI EXPLÍCITAS NI IMPLÍCITAS, INCLUYENDO PERO NO LIMITÁNDOSE A ELLAS, LAS GARANTÍAS IMPLÍCITAS DE NO VULNERACIÓN, COMERCIALIZACIÓN O IDONEIDAD PARA UN FIN CONCRETO. Algunos países no permiten la renuncia a garantías explícitas o implícitas en determinadas transacciones, por lo que puede que esta declaración no sea aplicable en su caso.

Esta información puede incluir imprecisiones técnicas o errores tipográficos. Periódicamente se efectúan cambios en la información incluida; estos cambios se incluirán en nuevas ediciones de la publicación. IBM puede realizar en cualquier momento mejoras o cambios en los productos o programas descritos en esta publicación sin previo aviso.

Todas las referencias hechas en este documento a sitios web que no son de IBM se proporcionan únicamente para su información y no representan en modo alguno una recomendación de dichos sitios web. El material de esos sitios web no forma parte del material para este producto IBM, por lo que el uso de esos sitios web es a cuenta y riesgo del usuario.

IBM puede utilizar o distribuir cualquier información que se le proporcione en la forma que considere adecuada, sin incurrir por ello en ninguna obligación para con el remitente.

Los titulares de licencias de este programa que deseen obtener información sobre el mismo con el fin de permitir: (i) el intercambio de información entre programas creados independientemente y otros programas (incluido éste) y (ii) el uso mutuo de información que se haya intercambiado, deben ponerse en contacto con:

*IBM Director of Licensing IBM Corporation
North Castle Drive, MD-NC119
Armonk, NY 10504-1785 US*

Dicha información puede estar disponible, sujeta a los términos y condiciones correspondientes, incluyendo, en algunos casos, el pago de una tarifa.

El programa bajo licencia que se describe en este documento y todo el material bajo licencia disponible los proporciona IBM bajo los términos de las Condiciones Generales de IBM, Acuerdo Internacional de Programas Bajo Licencia de IBM o cualquier acuerdo equivalente entre las partes.

Los datos de rendimiento y los ejemplos de clientes citados sólo se presentan a efectos ilustrativos. Los resultados reales pueden variar según la configuración específica y las condiciones de funcionamiento.

La información relativa a productos que no son de IBM se ha obtenido de los proveedores de dichos productos, de sus anuncios publicados o de otras fuentes disponibles públicamente. IBM no ha comprobado estos productos y no puede confirmar la precisión de su rendimiento, compatibilidad ni contemplar ninguna otra reclamación relacionada con los productos que no son de IBM. Las preguntas

relacionadas con las funciones de los productos que no son de IBM deberán dirigirse a los proveedores de estos productos.

Las declaraciones relacionadas con la futura dirección o intención de IBM están sujetas a cambio o retirada sin previo aviso y sólo representan objetivos y metas.

Todos los precios IBM que se muestran son precios de venta al público sugeridos por IBM, son actuales y están sujetos a cambios sin previo aviso. Los precios de minorista podrían variar.

Esta información únicamente se ofrece a efectos de planificación. Esta información está sujeta a cambios antes que los productos que aquí se describen pasen a estar disponibles.

Esta información contiene ejemplos de datos e informes utilizados en operaciones comerciales diarias. Para ilustrarlos lo más exhaustivamente posible, los ejemplos incluyen nombres de personas, empresas, marcas y productos. Todos estos nombres son ficticios y cualquier similitud a los nombres y direcciones que haya utilizado una empresa real es pura coincidencia.

LICENCIA DE COPYRIGHT:

Esta información contiene programas de aplicación de ejemplo en lenguaje fuente que ilustran técnicas de programación en diversas plataformas operativas. Puede copiar, modificar y distribuir libremente estos programas de ejemplo, sin pagar por ello a IBM, con la finalidad de desarrollar, utilizar, comercializar o distribuir programas de aplicación conformes a la interfaz de programación de aplicaciones para la plataforma operativa para la que están escritos los programas de ejemplo. Estos ejemplos no se han probado de forma exhaustiva bajo todas las condiciones. Por consiguiente, IBM no puede garantizar ni confirmar la fiabilidad, capacidad de servicio o funcionamiento de estos programas. Los programas de ejemplo se proporcionan "TAL CUAL", sin ningún tipo de garantía. IBM no será responsable de los daños que surjan por el uso de los programas de ejemplo.

Cada copia o parte de estos programas de ejemplo o de cualquier trabajo realizado a partir de los mismos, debe incluir el siguiente aviso de copyright:

Partes de este código se han obtenido a partir de programas de ejemplo de IBM Corp.

© Copyright IBM Corp. 2017 . Reservados todos los derechos.

Marcas registradas

IBM, el logotipo de IBM e ibm.com son marcas registradas de International Business Machines Corp., en muchas jurisdicciones de todo el mundo. Otros nombres de servicios y productos podrían ser marcas registradas de IBM u otras compañías. Encontrará una lista actualizada de marcas registradas de IBM en Internet en "Copyright and trademark information" en www.ibm.com/legal/copytrade.shtml.

Términos y condiciones para la documentación del producto

Los permisos para la utilización de estas publicaciones se otorgan sujetos a los siguientes términos y condiciones.

Aplicabilidad

Estos términos y condiciones son adicionales a los términos de uso del sitio web de IBM.

Uso personal

Puede reproducir estas publicaciones para su uso personal, no comercial, siempre y cuando se conserven todos los avisos sobre propiedad. No puede distribuir, mostrar o realizar trabajo que se derive de estas publicaciones, o de parte de ellas, sin el consentimiento explícito de IBM.

Uso comercial

Puede reproducir, distribuir y mostrar estas publicaciones únicamente dentro de la empresa siempre que se conserven todos los avisos de propiedad. No puede realizar trabajo derivado de estas publicaciones, o de parte de ellas, ni reproducirlas, distribuirlas o mostrarlas, sin la autorización expresa de IBM.

Derechos

Salvo lo concedido expresamente en este permiso, no se otorga ningún otro permiso, licencia o derecho, ni explícito ni implícito, sobre las publicaciones o cualquier información, datos, software u otra propiedad intelectual allí contenidos.

IBM se reserva el derecho a retirar los permisos concedidos en el presente documento en cualquier momento en que, según su criterio, el uso de las publicaciones vaya en detrimento de su interés o en que, según determine IBM, las instrucciones anteriores no se estén siguiendo correctamente.

Queda prohibido descargar, exportar o reexportar esta información si no se cumplen íntegramente todas las leyes y regulaciones aplicables, incluyendo todas las leyes y regulaciones de exportación de los Estados Unidos.

IBM NO GARANTIZA EL CONTENIDO DE ESTAS PUBLICACIONES. LAS PUBLICACIONES SE PROPORCIONAN "TAL CUAL" Y SIN GARANTÍA DE NINGÚN TIPO, YA SEA EXPRESA O IMPLÍCITA, INCLUYENDO PERO SIN LIMITARSE A LAS GARANTÍAS IMPLÍCITAS DE COMERCIALIZACIÓN, NO INFRACCIÓN Y ADECUACIÓN PARA UN PROPÓSITO CONCRETO.

Consideraciones de la política de privacidad

Los productos de software de IBM, incluido el software que se ofrece como soluciones de servicio, ("Ofertas de software") podrían utilizar cookies u otras tecnologías para recopilar información de uso del producto, para ayudar a mejorar la experiencia del usuario final, para ajustar interacciones con el usuario final o para otros propósitos. Una cookie es un elemento de datos que un sitio web puede enviar a su navegador, que a su vez se puede almacenar en su sistema como una etiqueta que identifica su sistema. En muchos casos, estas cookies no recopilan información personal. Si está utilizando una Oferta de Software que recopila información personal a través de cookies o de una tecnología similar, a continuación le informamos sobre los pormenores.

Dependiendo de las configuraciones desplegadas, esta Oferta de software puede utilizar cookies persistentes o de sesión que recopilan el nombre de cada usuario así como información personal adicional con el propósito de gestionar sesiones, mejorar la usabilidad del usuario o a otros efectos funcionales o de seguimiento. Estas cookies se pueden inhabilitar, pero al hacerlo también eliminará las funcionalidades que habilitan.

Existen varias jurisdicciones que regulan la recopilación de información personal a través de tecnologías como las de cookies o similares. Si las configuraciones desplegadas para esta Oferta de Software le proporcionan como cliente la posibilidad de recopilar información personal sobre usuarios a través de cookies u otras tecnologías, debería buscar su propio asesoramiento legal en relación a todas las leyes aplicables a dicha recopilación de datos, incluidos los requisitos para proporcionar avisos y el consentimiento cuando sea lo propio.

IBM exige que los Clientes (1) proporcionen un enlace claro y visible a los términos de uso del sitio web del Cliente (por ejemplo, su política de privacidad) que incluya un enlace a las prácticas de uso y de recopilación de datos del Cliente y de IBM, (2) notifiquen que las cookies y los gif transparentes/balizas web se ubican en el sistema del visitante por parte de IBM en nombre del Cliente junto con una explicación del propósito de dicha tecnología, y (3) en la medida que lo exija la ley, obtiene el consentimiento de los visitantes del sitio web antes ubicar cookies y gifs transparentes/balizas web por parte del Cliente o IBM en nombre del Cliente en los dispositivos del visitante del sitio web.

Si desea obtener más información sobre la utilización de las distintas tecnologías, incluidas las cookies, para estos propósitos, consulte la declaración de privacidad en línea de IBM en <http://www.ibm.com/privacy/details/us/en>, en la sección que se titula "Cookies, Web Beacons and Other Technologies".

