



CLAUDE EN CHROME · GA4 · SEARCH CONSOLE

DE CERO A CRACK EN ANALÍTICA CON CLAUDE

Tu web medida en 10 minutos. Los prompts para que Claude lo monte y cinco preguntas para leerlo cada semana.

INFORME · TIEMPO REAL

● AHORA

USUARIOS

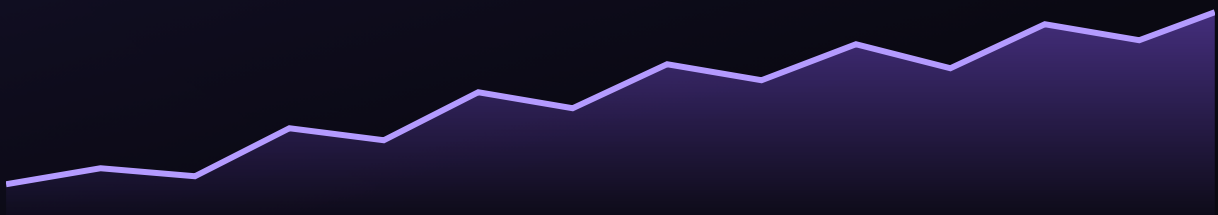
128

DESCARGAS

14

CONTACTOS

3



Activa Claude en Chrome

La extensión deja a Claude **mirar y manejar las pestañas de tu navegador**, así que no tienes que entender los menús de Google.

1 Abre Google Chrome

La extensión funciona solo en Chrome, no en otros navegadores ni en el móvil.

2 Búscala en la Chrome Web Store

Escribe «Claude in Chrome» y pulsa **Añadir a Chrome** (en inglés, «Add to Chrome»).

3 Inicia sesión

Con tu cuenta de Claude, cuando te lo pida.

4 Fijala en la barra

Icono del puzzle y chincheta junto a «Claude». Un clic en su icono abre el panel lateral.

5 Dale permisos, sitio a sitio

El panel te pregunta antes de actuar. **Allow this action** vale para un paso; **Always allow actions on this site**, solo para webs de plena confianza.

Aprueba cada acción mientras montas la analítica. **Crear cuentas y aceptar condiciones lo haces tú.**

Cuatro herramientas, una frase cada una



Google Analytics 4

IMPRESINDIBLE

Cuenta **cuánta gente entra, de dónde viene y qué hace** en tu web: páginas vistas, descargas y contactos.



Google Search Console

MUY RECOMENDABLE

Te dice **qué escribe la gente en Google** para encontrarte y en qué puesto apareces.



Google Tag Manager

OPCIONAL

Un panel donde **pones y cambias etiquetas** sin tocar el código de la web cada vez.



Pixel de Meta

OPCIONAL

Avisa a Meta de **quién visita tu web**, para medir y mejorar tus anuncios de Facebook e Instagram.

Empieza por **Analytics y Search Console**. Tag Manager, solo si ya lo usas; el pixel, solo si haces anuncios.

Crea la propiedad de Analytics

Entra en **analytics.google.com**, abre el panel de Claude y pega esto. Crear la cuenta y aceptar las condiciones lo haces tú.

Prompt 1 · Propiedad y flujo web

COPIAR Y PEGAR

Estoy en Google Analytics con mi cuenta de Google. Crea una propiedad de GA4 para [<https://minegocio.com>] con zona horaria [Europe/Madrid] y moneda [EUR].

Después crea un flujo de datos web con esa dirección y deja activada la medición mejorada.

Al terminar, dime el ID de medición, que empieza por G-.

Si te pide aceptar condiciones o crear una cuenta, párate y avísame: eso lo hago yo. Antes de cada cambio, dime qué vas a hacer.

QUÉ ESPERAR Un **ID de medición «G-...»**. Apúntalo: lo necesitas en el paso 2. Si ya tienes una propiedad, dile a Claude cuál usar.

Instala la etiqueta

La etiqueta es el código que envía las visitas a Analytics. Claude la pone si tienes acceso al panel; si no, redacta el mensaje para quien lleve tu web.

Prompt 2 · Etiqueta de Google

COPIAR Y PEGAR

Quiero instalar la etiqueta de Google con el ID `[G-XXXXXXXXXX]` en `[https://minegocio.com]`.

1. Mira mi web y dime qué plataforma usa (WordPress, Shopify, Wix, código propio...).
2. Si tengo acceso al panel, instálala allí, en todas las páginas. Si no, escribe un mensaje para quien lleve mi web con el código y dónde pegarlo.
3. Dime si mi web pide consentimiento de cookies antes de medir.
4. Abre Tiempo real, entra en mi web en otra pestaña y confirma que aparezco.

QUÉ ESPERAR Tu visita en **Tiempo real** en un minuto. La web no puede tener **dos etiquetas de Analytics** a la vez: contaría cada visita doble.

Define los eventos

Un evento es **una acción que quieres contar**. Claude hace la lista y tú la apruebas.

Prompt 3 • Los tres eventos básicos

[COPIAR Y PEGAR](#)

Recorre [<https://minegocio.com>] y lista, con la página donde ocurren:

1. Descarga: clics en enlaces a archivos (PDF, ZIP...).
 2. Petición de información: formulario de contacto y clics en email, teléfono o WhatsApp.
 3. Clics en botones clave: [**Reservar, Pedir presupuesto**].
- Enséñame la lista con un nombre por evento (descarga_guia, pedir_informacion, clic_boton) y espera mi OK. Después créalos [**en GTM / en GA4 / dame el código**] y pruébalos en Tiempo real.

EVENTO	CUÁNDO SE CUENTA
descarga_guia	Alguien pulsa el enlace a un archivo.
pedir_informacion	Se envía el formulario o se pulsa email, teléfono o WhatsApp.
clic_boton	Se pulsa un botón clave, con el texto del botón.

Eventos clave y dimensiones

Un **evento clave** es un evento que cuenta como objetivo conseguido.

Una **dimensión personalizada** es una etiqueta que permite separar los datos, por ejemplo por guía descargada.

Prompt 4 · Objetivos y datos extra

[COPIAR Y PEGAR](#)

En mi propiedad de GA4, abre Administrar > Eventos y marca como evento clave descarga_guia y pedir_informacion. Si alguno todavía no aparece en la lista, dímelo: lo repetiremos cuando lleguen datos. Después, en Definiciones personalizadas, crea dimensiones personalizadas de ámbito Evento para los parámetros [guia, tipo_contacto, texto_boton], con un nombre en español fácil de leer. No cambies nada más. Al terminar, dime qué ha quedado creado.

030 Un evento aparece en la lista **cuando ya ha ocurrido al menos una vez**. Si Claude no lo encuentra, pulsa tú el botón en tu web y vuelve en un rato.

Las dimensiones nuevas tardan **24 a 48 horas** en dar datos. No te asustes si hoy salen vacías.

Search Console y sitemap

Search Console es el único sitio donde Google te cuenta **qué búsquedas te traen visitas**. Para verlo hay que demostrar que la web es tuya y enseñarle el sitemap, la lista de tus páginas.

Prompt 5 • Alta, verificación y sitemap

[COPIAR Y PEGAR](#)

Abre Google Search Console y da de alta [<https://minegocio.com/>] como propiedad de prefijo de URL.
Verifícala con el método más sencillo para mi web (archivo HTML, etiqueta HTML o Google Analytics si ya la tengo conectada).
Si hay que subir un archivo, no lo subas tú: dime su nombre y redacta el mensaje para quien lleve mi web.
Cuando esté verificada, comprueba que [<https://minegocio.com/sitemap.xml>] carga y envíalo en Sitemaps.
Dime el estado final: Correcto o el error exacto.

QUÉ ESPERAR Estado **Correcto** en el sitemap. Si no sabes dónde está, prueba [/sitemap.xml](#) o [/sitemap-index.xml](#). Las búsquedas llegan en unos días.

El Pixel de Meta

Solo si haces anuncios en Facebook o Instagram: cuenta quién llega desde ellos y quién te contacta.

Prompt 6 · Pixel y evento de contacto

COPIAR Y PEGAR

Abre el Administrador de eventos de Meta con mi cuenta y localiza el píxel de [mi negocio]. Si no existe, dime qué pasos hay que dar y no crees nada sin mi OK.

Instálalo en [<https://minegocio.com>] para que cargue solo después de que el visitante acepte las cookies de marketing.

Añade el evento Lead cuando se envíe el formulario de contacto.

Verifica con Meta Pixel Helper o con Probar eventos y dime qué has visto.

CUÁNDO SÍ

Tienes campañas activas o las vas a tener. Quieres saber **qué anuncio trae contactos**.

CUÁNDO NO

Solo trabajas el orgánico. Analytics y Search Console **ya bastan**.

En la Unión Europea el pixel **necesita consentimiento** antes de cargarse.

Adquisición y páginas

● ● ● ADQUISICIÓN DE TRÁFICO

DATOS DE EJEMPLO

Búsqueda orgánica		412
Instagram		286
Directo		140
Otras webs		61

RESPONDE ¿De dónde viene la gente? Qué canal merece esfuerzo y cuál puedes dejar.

● ● ● PÁGINAS Y PANTALLAS

DATOS DE EJEMPLO

PÁGINA	VISTAS	TIEMPO
/guías/mi-guia	318	2:41
/servicios	204	0:52
/contacto	96	1:10

RESPONDE ¿Qué funciona? Qué páginas se leen y cuáles se abandonan.

Embudo y flujo de usuarios

● ● ● EXPLORAR > EXPLORACIÓN DE EMBUDO

DATOS DE EJEMPLO

1. Visita

entran en la web

1.000

100 %

▼ 32 % sigue

2. Contenido

ven una guía o servicio

320

32 %

▼ 9 % sigue

3. Descarga o contacto

el objetivo

29

3 %

RESPONDE ¿Dónde se cae la gente? La mayor bajada es tu mejora.

● ● ● EXPLORAR > EXPLORACIÓN DE RUTAS

DATOS DE EJEMPLO

Instagram
286



Guía
198



Servicios
74



Contacto
12

RESPONDE ¿Qué camino hace quien convierte? Y dónde abandona el resto.

Search Console: qué buscan en Google

En **Rendimiento** ves las búsquedas reales que te traen visitas.

● ● ● RENDIMIENTO > CONSULTAS		DATOS DE EJEMPLO		
CONSULTA	CLICS	IMPR.	CTR	POS.
analítica web para pymes	38	610	6,2 %	7,4
cómo configurar ga4	12	2.480	0,5 %	11,8
qué es search console	4	1.150	0,3 %	18,2
mi negocio + ciudad	51	190	26 %	1,9
RESPONDE ¿Qué busca la gente para llegar a mí?				

1 Impresiones y CTR

Apariciones en Google y el porcentaje que acabó en clic. Muchas y pocos clics: el título no convence.

2 Posición

Entre el 8 y el 20 estás cerca de subir con una página mejor.

Cinco preguntas cada semana

Diez minutos por semana, en el mismo orden. Cada respuesta acaba en **una decisión**.

#	LA PREGUNTA	SI VES ESTO, HAZ ESTO
1	¿De dónde viene la gente? Adquisición	Instagram trae visitas pero nadie descarga : cambia el botón y la frase que lleva al enlace.
2	¿Qué páginas funcionan? Páginas y pantallas	Mucha lectura y ningún clic : sube el botón. Poco tiempo: cambia el título.
3	¿Dónde se cae el embudo? Exploración de embudo	Cae al principio: la portada no engancha . Cae al final: oferta o formulario.
4	¿Qué reel o post trae visitas? Informe con UTM	Repite el formato del ganador y deja de publicar el que no trae a nadie.
5	¿Qué buscan en Google? Search Console	Muchas impresiones y posición 8 a 20: crea o mejora la página para esa búsqueda.

Etiqueta tus enlaces con UTM

Una UTM es una **coletilla al final del enlace** que dice a Analytics de dónde vino la visita. Sin ella, Instagram sale mezclado con «Directo».

```
https://minegocio.com/mi-pagina  
?utm_source=instagram  
&utm_medium=manychat  
&utm_campaign=analitica
```

1 utm_source: la plataforma

instagram, newsletter, linkedin.

2 utm_medium: el tipo de enlace

bio para el perfil, story para historias, manychat para mensajes automáticos.

3 utm_campaign: el nombre del reel o post

Una palabra, por ejemplo la que comentas para recibir la guía.

Siempre en **minúsculas**: «Instagram» e «instagram» salen como dos fuentes distintas. Y nunca pongas UTM en enlaces **dentro de tu propia web**, porque cortan la visita y la cuentan de nuevo.

Tres fallos que estropean los datos

1

Contar cada visita dos veces

Pasa con la etiqueta **en el código y en Tag Manager**, o con dos propiedades. Las cifras salen dobladas.

CÓMO EVITARLO Una etiqueta y una propiedad por web.

2

No pedir consentimiento de cookies

En la Unión Europea, medir con cookies **exige que el visitante acepte antes**.

CÓMO EVITARLO Banner que se respete y Consent Mode de Google.

3

No esperar las 24 a 48 horas

Tiempo real responde enseguida, pero **informes y dimensiones nuevas tardan** uno o dos días.

CÓMO EVITARLO Mira Tiempo real y espera dos días.

Antes de dejarlo funcionando

☐	Claude en Chrome instalado, fijado y con sesión	2 min
☐	Propiedad de GA4 y flujo web , con el ID G-	2 min
☐	Etiqueta puesta y tu visita en Tiempo real	2 min
☐	Tres eventos creados y probados	2 min
☐	Eventos clave y Search Console con sitemap	2 min
☐	Enlaces del perfil y reels con UTM	Después
☐	Pixel de Meta, solo si haces anuncios	Opcional
☐	Tus 5 preguntas , cada lunes	Semanal

FUENTES OFICIALES

support.claude.com: 12012173 y 12902446. support.google.com: 9304153, 9267568, 14240153, 9008080 y 7451001. Menús traducidos del inglés: guíate por el orden.