

Google Analytics



Recursos básicos que você precisa dominar

A INTERFACE

Lembre-se

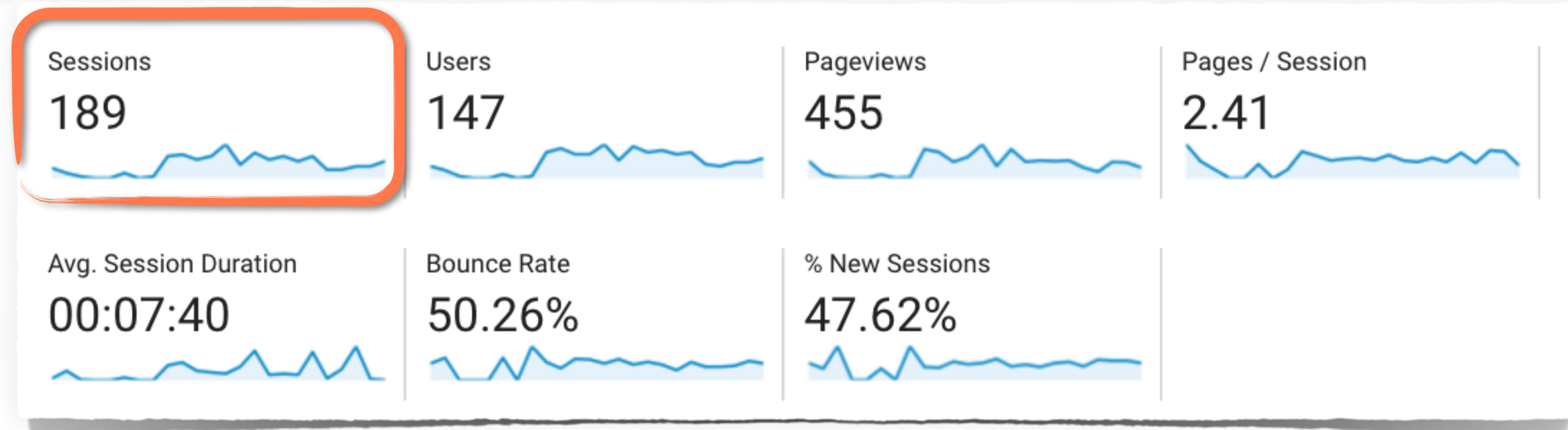
- Menu principal para navegação entre relatórios e administração;
- Lista de relatórios, com opção de busca;
- Nome do relatório e período de datas para visualizar os dados e gráficos;
- Opção de segmentos;
- Controles de visualização do gráfico;

E em um relatório específico:

Lembre-se

- A tabela se divide em dimensões e métricas;
- Permite a pesquisa, inclusive com recursos avançados;
- Algumas tabelas permitem trocar a dimensão primária;
- Outras, adicionar uma dimensão secundária;
- Existe paginação ao final da tabela.

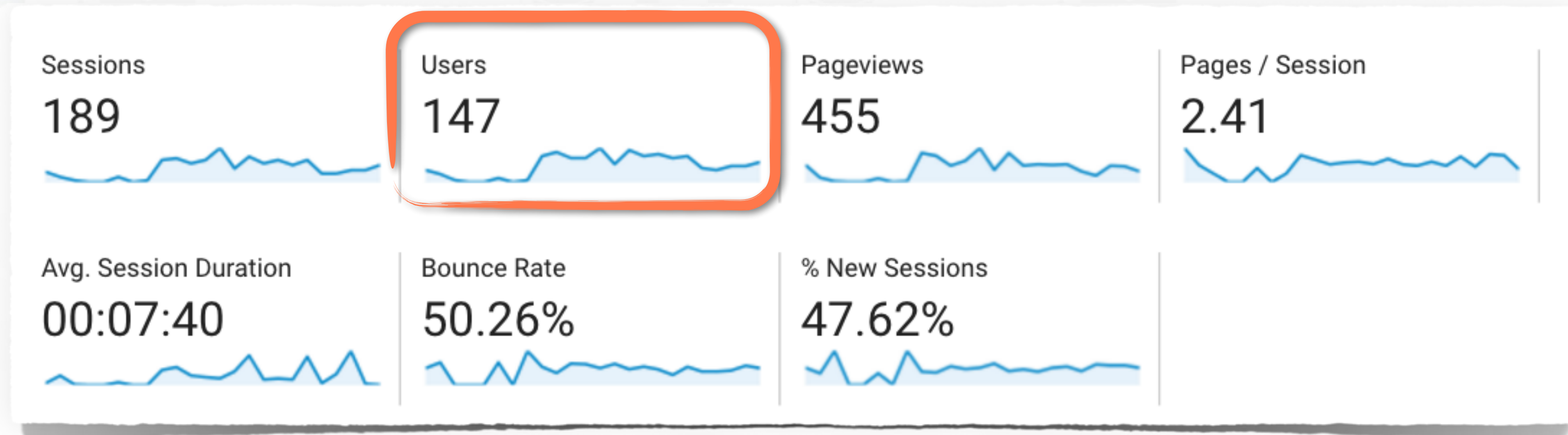
PRINCIPAIS MÉTRICAS DE NAVEGAÇÃO



Sessions: São as visitas ou sessões.

Representa a quantidade de vezes que as pessoas navegaram pelas páginas do seu site.

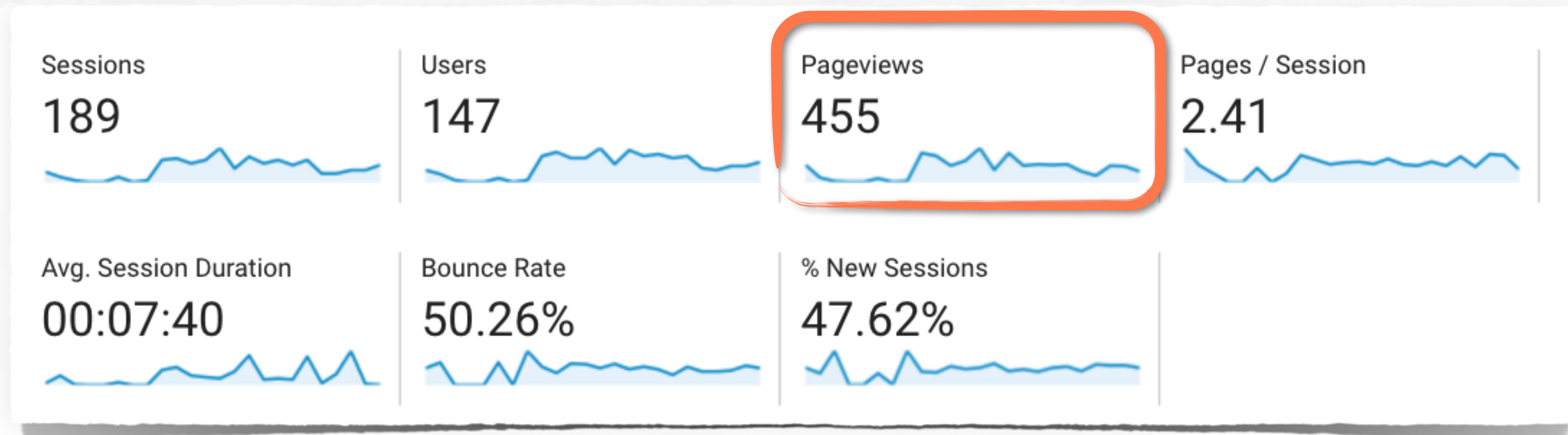
Cada sessão pode ser composta por vários pageviews, ou seja, várias visualizações de página.



Users: Usuários

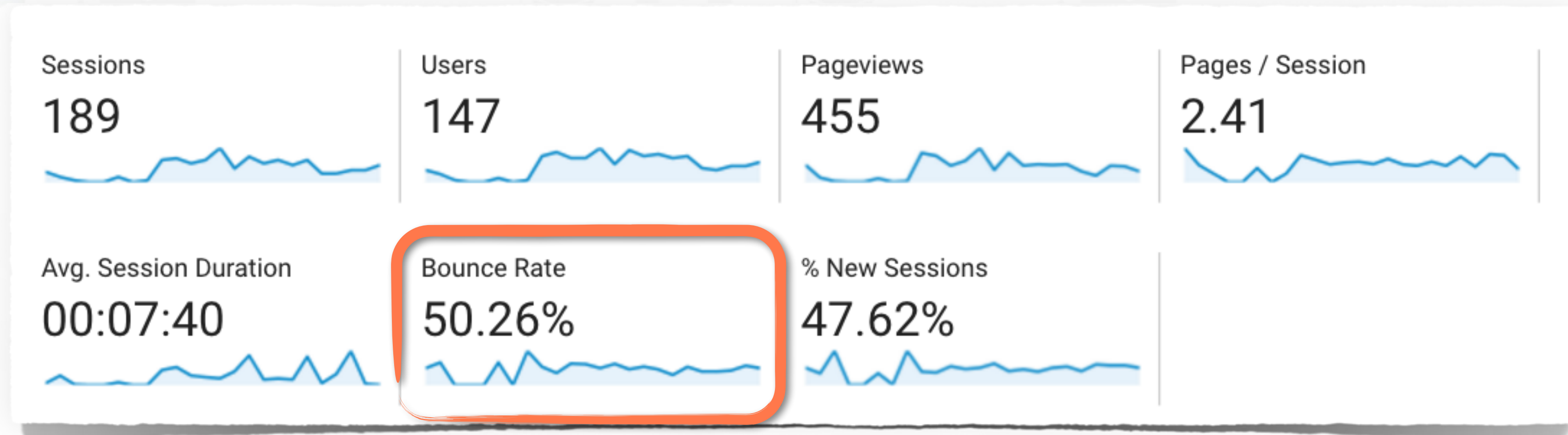
Na verdade, é a quantidade de navegadores que fez a ativação do código do Analytics.

De forma mais geral, é a quantidade de pessoas que acessou o site.



Pageviews: Visualizações (de página)

Quantas páginas foram visualizadas pelos usuários em suas sessões no site.



Bounce Rate: Taxa de rejeição

É o percentual de visitas com apenas 1 ativação do código do Analytics (apenas 1 visualização de página).

$(\text{Visitas de 1 ativação}) / (\text{Todas as Visitas}) = \text{Taxa de Rejeição}$

**E todas as métricas tem a
explicação diretamente na
interface do Analytics.**

PRINCIPAIS DIMENSÕES



Audience

Overview

Active Users

Cohort Analysis **BETA**

User Explorer

▸ Demographics

▸ Interests

▸ Geo

▸ Behavior

▸ Technology

▸ Mobile

▸ Custom

▸ Benchmarking

Users Flow



Acquisition

Overview

▼ All Traffic

Channels

Treemaps

Source/Medium

Referrals

▸ AdWords

▸ Search Console **NEW**

▸ Social

▼ Campaigns

All Campaigns

Paid Keywords

Organic Keywords



Behavior

Overview

Behavior Flow

▼ Site Content

All Pages

Content Drilldown

Landing Pages

Exit Pages

▸ Site Speed

▸ Site Search

▸ Events

▸ Publisher

Experiments

In-Page Analytics



Conversions

▼ Goals

Overview

Goal URLs

Reverse Goal Path

Funnel Visualization

Goal Flow

Smart Goals **NEW**

▼ Ecommerce

Overview

Product Performa...

Sales Performance

Transactions

Time to Purchase

▸ Multi-Channel Funnels

▸ Attribution



mestre
ACADEMY

**Mas as fontes de acesso merecem
atenção especial, pois elas tem o
principal papel nas decisões do
marketing digital.**

source / medium

- Traduzido como origem / mídia;
- Essa dimensão determina qual é a origem da visita que acabou de começar:
 - Acesso direto? Busca orgânica? Social? Ou outras.
- Considere a arquitetura ou categorização entre origem e mídia.

Os pares origem / mídia são
determinados **automaticamente**
pelo Analytics conforme a origem
da visita.

Chegou nova visita:

É uma visita do AdWords?

Tem parâmetros UTM na URL?

É uma visita de ferramentas de busca?

É uma visita de outros sites?

É um acesso direto.

<https://support.google.com/analytics/answer/6205762#flowchart>

**Você precisa manipular origem,
mídia e campanha através dos
parâmetros UTM quando vai
divulgar links em email, redes
sociais, compra de mídia* e outras
campanhas.**

Parâmetros UTM

[HOME](#)

Demos & Tools

Autotrack

Account Explorer

Campaign URL Builder New!

Dimensions & Metrics Explorer

Embed API

Basic Dashboard

Multiple Views

Interactive Charts

Working with Custom Components

Third Party Visualizations

Server-side Authorization

Enhanced Ecommerce

Hit Builder


Polymer Elements

Query Explorer

Spreadsheet Add-on

Tag Assistant

Resources

 Google Analytics | Demos & Tools

Campaign URL Builder

This tool allows you to easily add campaign parameters to URLs so you can track **Custom Campaigns** in Google Analytics.

Enter the website URL and campaign information

Fill out the required fields (marked with *) in the form below, and once complete the full campaign URL will be generated for you. *Note: the generated URL is automatically updated as you make changes.*

*

Website URL

The full website URL (e.g. `https://www.example.com`)

*

Campaign Source

The referrer: (e.g. `google`, `newsletter`)

Campaign Medium

Marketing medium: (e.g. `cpc`, `banner`, `email`)

Campaign Name

Product, promo code, or slogan (e.g. `spring_sale`)

<https://ga-dev-tools.appspot.com/campaign-url-builder/>

**Você nunca* deve usar
parâmetros UTM em links internos
no seu site.**

PRINCIPAIS RELATÓRIOS

Tempo Real

Persona:

Demografia, Interesses e Localização

Dispositivos

Benchmark

Todo Tráfego:

*Canais, origem / mídia e
visitas de outros sites*

AdWords

Search Console

Tráfego de Redes* Sociais

Campanhas: Tráfego orgânico

Campanhas: *Análise* de custos

Velocidade do site

Busca interna

SEGMENTOS

Segmentos de Fábrica

Audiências

(Segmentos personalizados)

ANOTAÇÕES