

# Google Analytics



Recursos básicos que você precisa dominar

# A INTERFACE

# Lembre-se

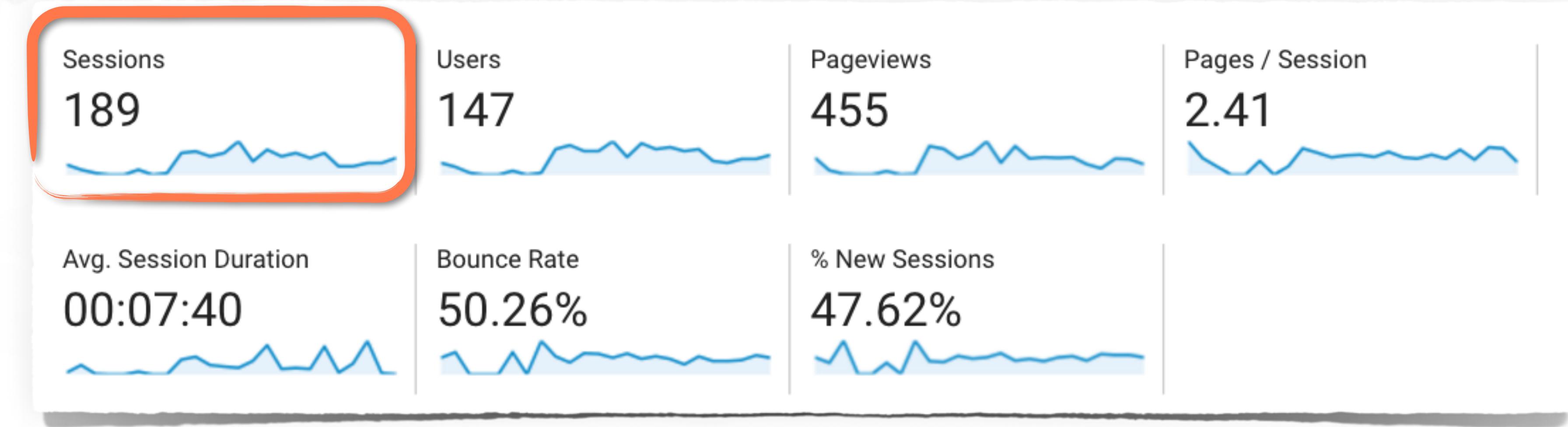
- Menu principal para navegação entre relatórios e administração;
- Lista de relatórios, com opção de busca;
- Nome do relatório e período de datas para visualizar os dados e gráficos;
- Opção de segmentos;
- Controles de visualização do gráfico;

**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.

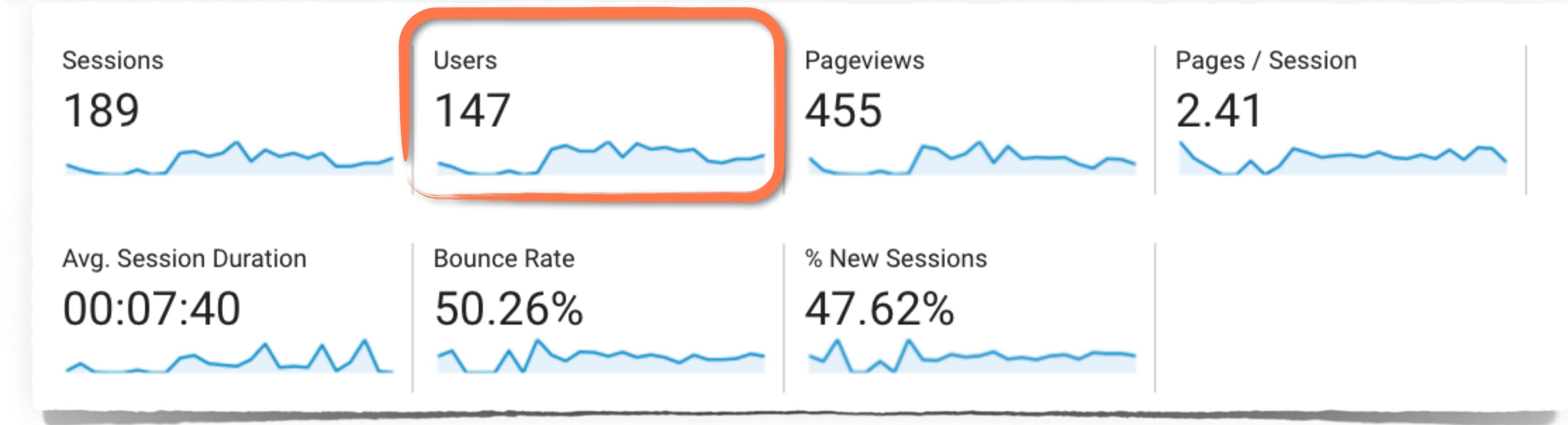
# **PRINCIPAIS MÉTRICAS DE NAVEGAÇÃO**



**Sessions:** São as visitas ou sessões.

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

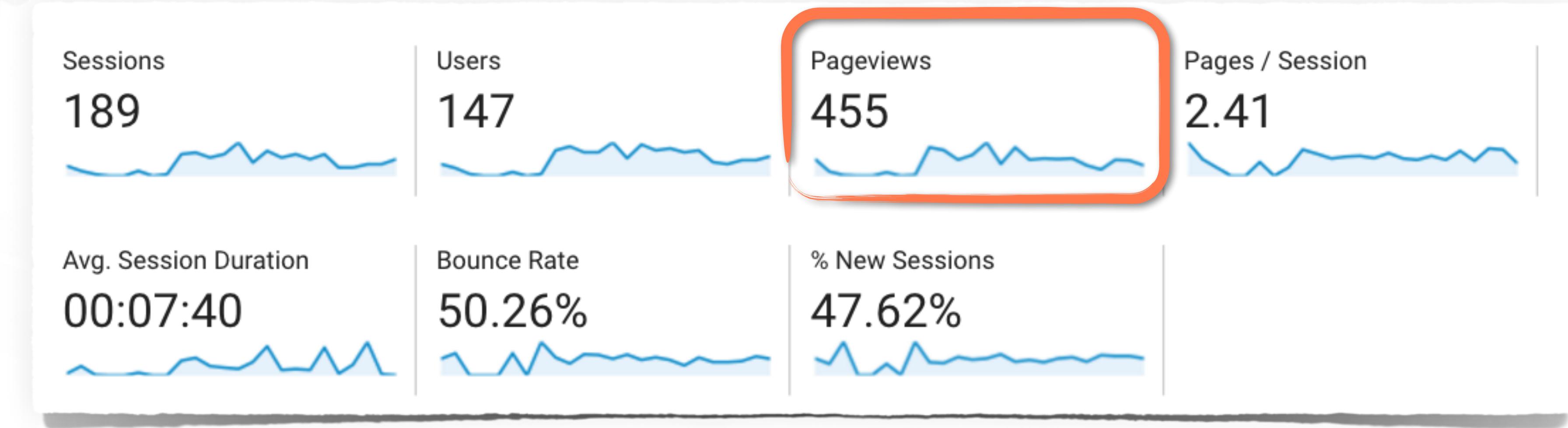
Cada sessão pode ser composta por vários pageviews, ou seja, várias visualizações de página.



## Users: Usuários

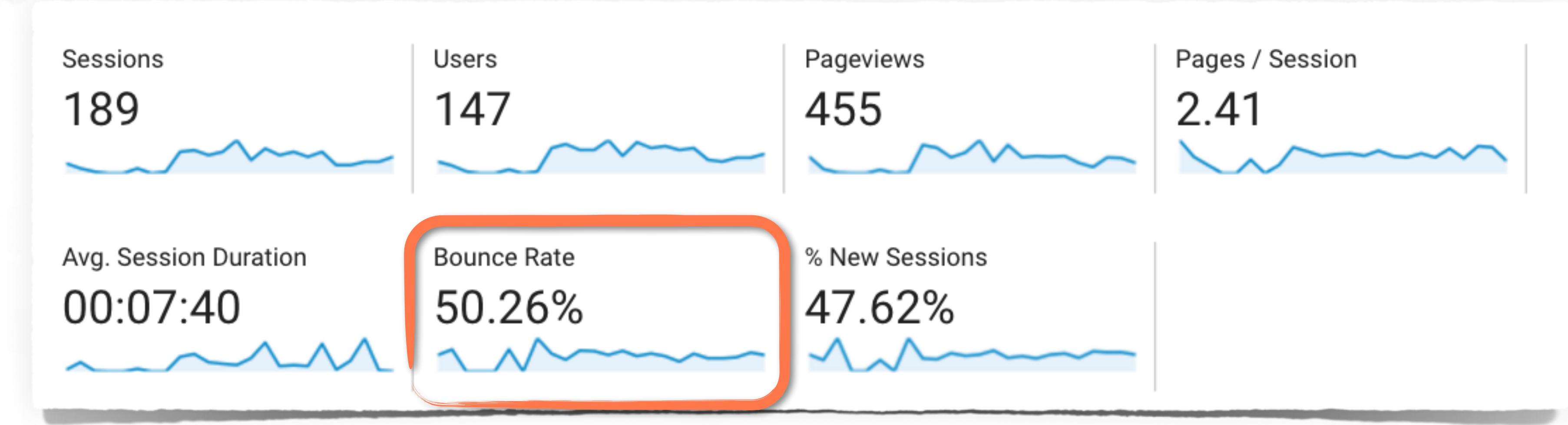
Na verdade, é a quantidade de navegadores que fez a ativação do código do Analytics.

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

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