

# KPI's: Definição e Monitoramento



Transformando o Analytics na principal arma do Marketing Digital

# **KPI'S: INDICADORES DE PERFORMANCE**

**Tratam-se de métricas que representam a performance do site em uma perspectiva de resultados desejados.**

Suas análises precisam sempre  
levar em conta métricas  
quantitativas e qualitativas, ou seja,  
**números absolutos e  
taxas percentuais.**

**Cada modelo de negócio e/ou  
ação, terá o seu próprio conjunto  
de KPI's.**

**Entenda o seu negócio, ações e campanhas, e escolha os KPI's corretos.**

**Pergunta de ouro:**  
**O que as pessoas deveriam fazer**  
**ao chegar ao meu site?**

# Ecommerce: Fazer uma compra

- KPI's:
  - Vendas, receita, transações;
  - Ticket médio, taxa de conversão de venda;
  - Valor por visita;
  - ROAS.



# Sites/portais de conteúdo

- KPI's:
  - Páginas / visita  $> X$ ;
  - Tempo no site  $> Y$ ;
  - Leitura completa da matéria;
  - Visualização de anúncios;
  - Clique em anúncios.

# Sites/páginas com vídeo

- KPI's:
  - Clicar no play;
  - Assistir o vídeo completo;
  - Assistir mais de x% do vídeo.

# Site de serviço / orçamento

- KPI's:
  - Envio do formulário;
  - Percentual de preenchimento do formulário;
  - Taxa de conversão;

# Ou outras formas:

- KPI's:
  - Cadastro em newsletter;
  - Engajamento social;
  - Envio de comentário;
  - Criação de conta gratuita;
  - Ou outras formas.

**Escolha os KPI's e faça o  
monitoramento no *Analytics*.**

# **MONITORAMENTO: ECOMMERCE**

# Checklist

- Ativar o monitoramento de ecommerce no GA;
- Inserir códigos de captura de produto e transação para o GTM;
- Criar tag de monitoramento de transação no GTM:
  - Essa tag vai enviar informações da compra para o Analytics.

```
<script>
gtm_products = [];
gtm_products.push({
  'name': 'Produto X', // nome do produto
  'sku': 'abcx12345', // código do produto
  'category': 'Categoria Y', // aplicar conforme categoria do produto
  'price': 520.10, // preço unitário do produto
  'quantity': 2 // quantidade de unidades do produto na transação
});
//repetir código gtm_products.push(...) para cada produto do pedido.

dataLayer.push({
  'event': 'trackTrans', // evento que será regra para tag
  'transactionId': '0347', // código do pedido
  'transactionAffiliation': 'Mestre Academy', // nome da loja
  'transactionTotal': 1040.20, // valor total da transação
  'transactionTax': 0.00, // valor numérico de imposto
  'transactionShipping': 0.00, // valor numérico de imposto
  'transactionProducts': gtm_products // lista de produtos anterior
});
</script>
```



# Notas importantes!

- Atenção ao uso de letras maiúsculas e minúsculas;
- Atenção no uso de áspas simples;
- Atenção com números que representam valor monetário:
  - Sempre com 2 casas decimais separadas por ponto (123.10);
  - Sem separador de milhar (1234.12).

# Tag de Monitoramento de ecommerce

# Relatórios de vendas no Ecommerce

# **MONITORAMENTO: METAS**

**Existem 4 tipos principais de meta  
+ 1 tipo especial.**

## ✓ Goal setup [Edit](#)

Custom

## 2 Goal description

Name

Meta 1

Goal slot ID

Goal Id 10 / Goal Set 2 ▼

Type

- ☐ Destination ex: thanks.html
- ☐ Duration ex: 5 minutes or more
- ☐ Pages/Screens per session ex: 3 pages
- ☐ Event ex: played a video
- ☐ Smart Goal Maximum of one Smart Goal per view reached.

Measure the most engaged visits to your website and automatically turn those visits into Goals. Then use those Goals to improve your AdWords bidding. [Learn more](#)

Continue

Cancel

## 3 Goal details

Cancel

# Relatórios de conversão de meta

# Tipo 1: Página de Destino

- Aplicável a KPI's como:
  - Visualização de uma página de alta relevância;
  - Finalização de pedido de compra em ecommerce;
  - Formulários que usam uma página de agradecimento:
    - Orçamento, contato, cadastro em newsletter ou outros.



# Tipo 2: Duração da visita

- Aplicável a KPI's como:
  - Aumentar o tempo de permanência do visitante impacta em mais vendas;
  - Monitorar o engajamento com o site;
  - Transformar a “não rejeição” em meta:
    - Visitas sem rejeição tem tempo de sessão maior que zero.

# Tipo 3: Páginas por visita

- Aplicável a KPI's como:
  - A quantidade de páginas visualizadas equivale a quantidade de anúncios exibidos;
  - A conversão principal pode estar associada a visualizar mais conteúdos antecipadamente;
  - Monitorar o engajamento com o site;
  - Transformar a “não rejeição” em meta:
    - Visitas sem rejeição tem mais de 1 página visualizada.

# Tipo 4: Evento

- Aplicável a KPI's como:
  - Rolar página;
  - Transformar a “não rejeição” em meta sem necessidade de ativar outro pageview.
  - **Clicar em um item é a ação importante:**
    - Banner;
    - Botão (formulário, vídeo, link ...)
    - Links internos ou externos.

# Monitoramento de cliques e formulários com o Tag Manager

# Tag de evento + Meta de evento

# Smart Goals:

## Um tipo especial de meta.