



Curso **SUBIDO** **DE TRÁFEGO**



Pedro Sobral

MÓDULO - Google Analytics 4

Relatórios de engajamento

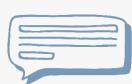


@pedrosobral



pedrosobral.com.br

SUMÁRIO



00'02"	Introdução	Cap. 1	Pág. 2
00'28"	Relatórios de engajamento dentro do GA4	Cap. 2	Pág. 2

1



00'02"

Introdução

Os relatórios de engajamento são baseados no comportamento dos usuários em nosso site. **Neste material eu vou te mostrar como encontrar esses dados dentro do GA4**, bem como alguns conceitos importantes na hora de analisar esses relatórios.

Então, bora para mais uma leitura sobre relatórios.

2



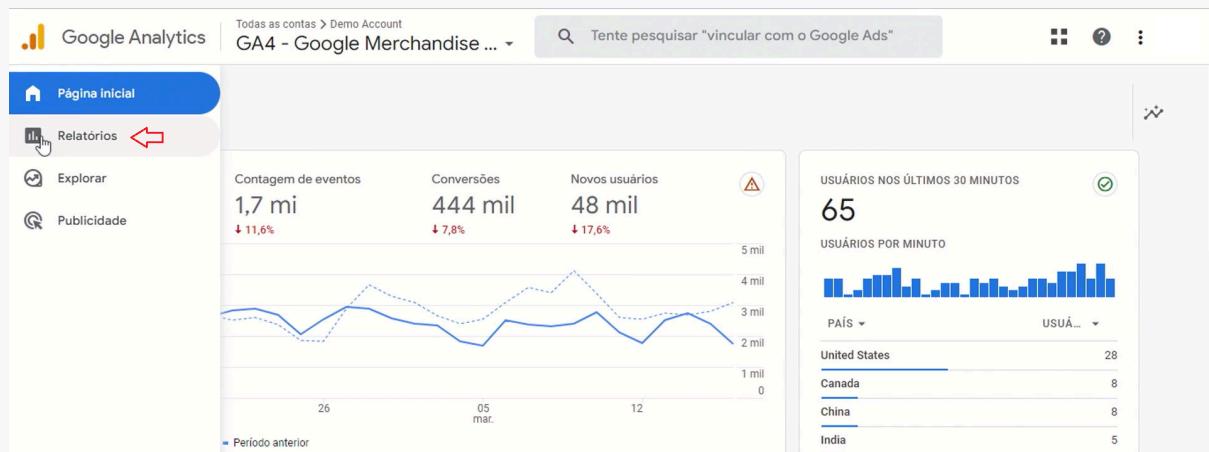
00'28"

Relatórios de engajamento dentro do GA4

Acompanhe este passo a passo.

PASSO A PASSO

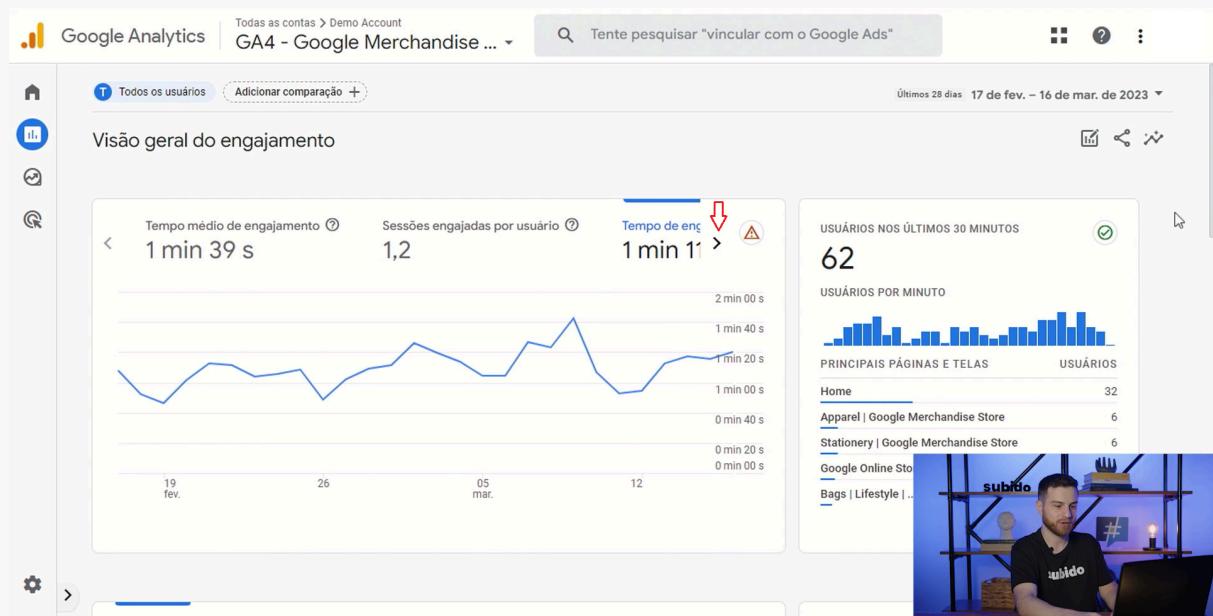
- 01 Dentro do gerenciador do Google Analytics 4, acesse o menu lateral esquerdo e clique em “**relatórios**”:



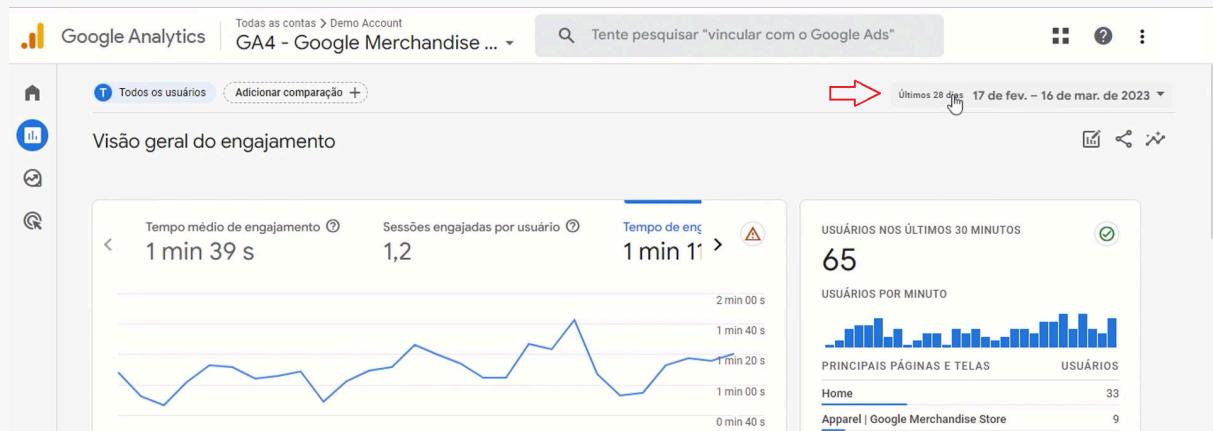
02 Agora, clique em “**engajamento**” e conheça as opções de relatórios:

The screenshot shows the 'Engagement' report section. The main title is 'Resumo dos relatórios' and 'Tempo real'. Under 'Engagement', there is a list of sub-options: 'Visão geral' (highlighted with a red box), 'Eventos', 'Conversões', 'Páginas e telas', 'Página de destino', 'Monetização', and 'Retenção'.

03 Clique em “**visão geral**” e conheça as métricas que você pode analisar no painel central do gerenciador. Clicando na seta ao final do painel você vai conhecer outras possibilidades para análise:



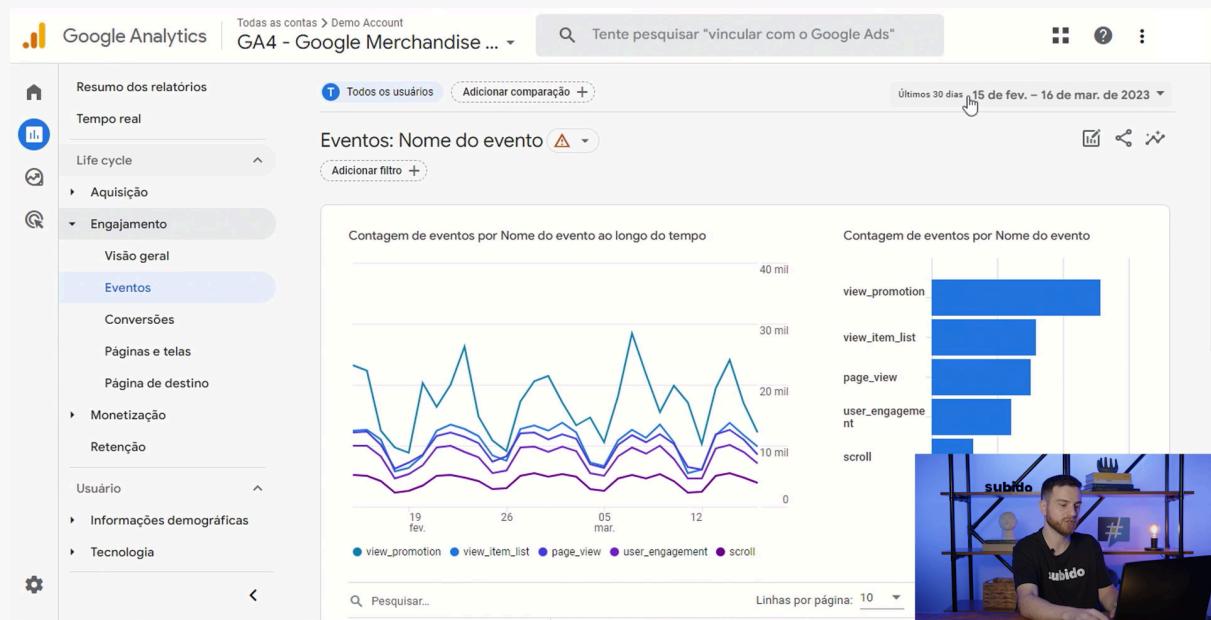
04 Role o mouse para baixo na página e explore os dados de acordo com seus interesses; Não se esqueça que você pode alterar a data dos relatórios no canto superior direito:



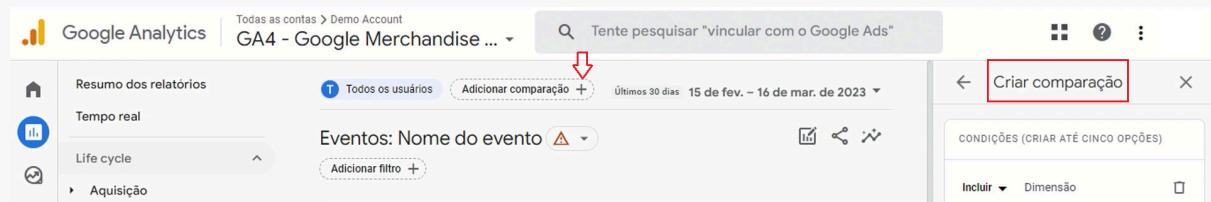
05 Ao clicar para selecionar a data de análise, você pode comparar períodos distintos. Para isso, selecione a opção “comparar” e, na sequência, clique em “aplicar”:

06 Volte ao menu lateral esquerdo e clique em “**eventos**”:

07 Os dados apresentados nesse tipo de relatório vão relacionar os eventos e a quantidade de engajamento em cada um deles em determinado período:



08 Você também pode comparar informações como nos outros tipos de relatório. Para fazer isso, clique em “**adicionar comparação**” e finalize o processo na coluna “**criar comparação**”, como já te mostrei:



09 Clicando em “**adicionar filtro**”, você pode acessar dados específicos. Em seguida, adicione a dimensão desejada em “**selecionar dimensão**” na coluna lateral direita:

10 Em seguida, selecione o valor da dimensão em questão no campo “valores de dimensão”:

II Caso queira, adicione uma condição de análise clicando em “adicionar nova condição”. Ao terminar as configurações, clique em “aplicar”. Ao fazer essa escolha, não se esqueça que todos os dados dessa seção serão apresentados de acordo com a sua solicitação:

12 Role o mouse para baixo na página e vá até a seção dos dados por evento. Você pode adicionar uma dimensão para ser analisada. Para isso, clique no “+” que acompanha o título “**nome do evento**”:

13 Se você escolher a opção “**campanha da sessão**” por exemplo, você vai conhecer os nomes dos eventos relacionados com o nome da campanha:

14 Você pode pesquisar por um evento específico para filtrar resultados mais detalhados. Para fazer essa pesquisa, coloque o nome do evento no campo “**pesquisar**”:

Resumo dos relatórios

Tempo real

Life cycle

▶ Aquisição

Engajamento

Visão geral

Eventos

Conversões

Páginas e telas

Página de destino

▶ Monetização

Retenção

Usuário

▶ Informações demográficas

▶ Tecnologia

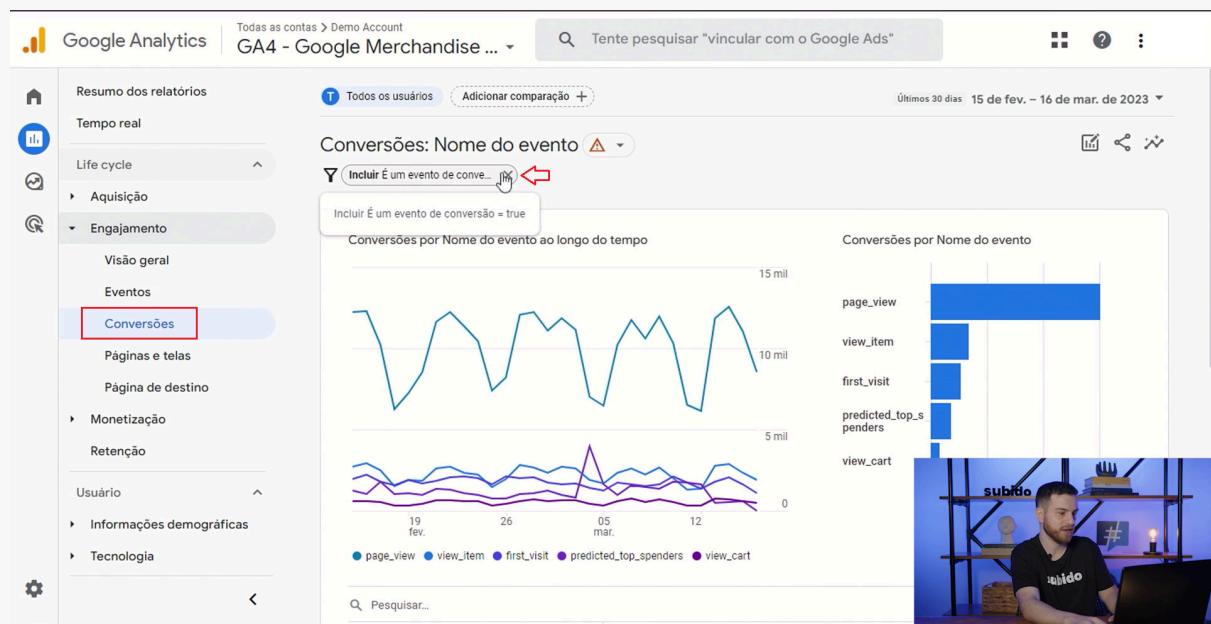
Eventos: Nome do evento

Últimos 30 dias 15 de fev. – 16 de mar. de 2023

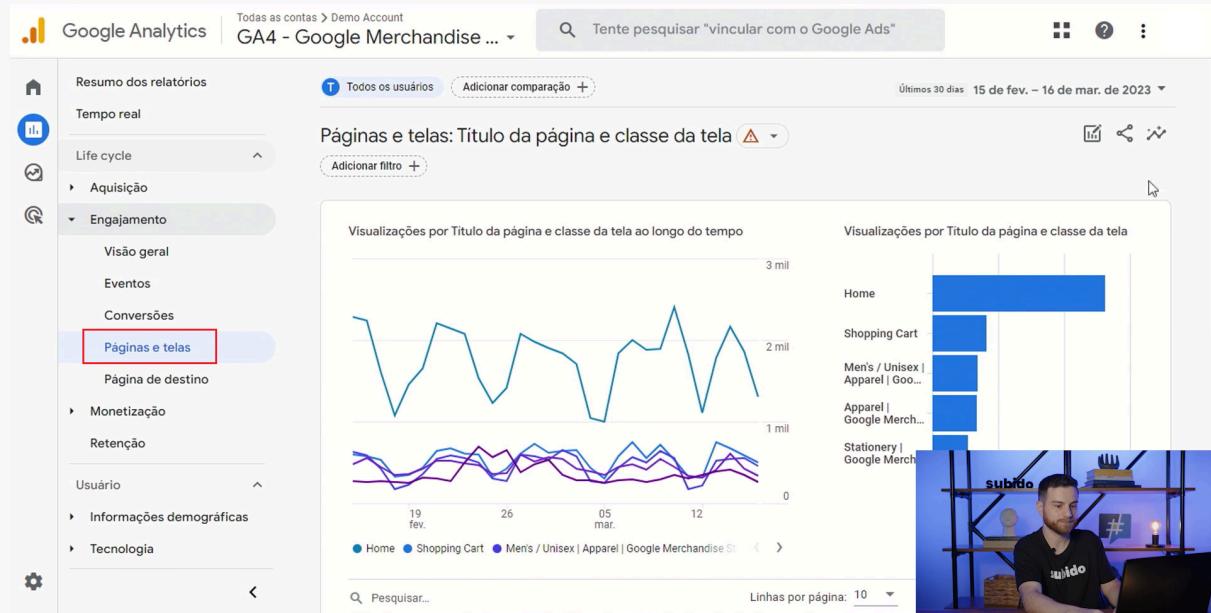
Linhas por página: 100 1–21 de 21

Nome do evento	Campanha da sessão	Contagem de eventos	Total de usuários	Contagem de eventos por usuário
page_view	Shopping Free Listings	300.356 16,28% do total	61.319 90,77% do total	4,91 Média inferior a 83,56%
page_view	Nov2022_CyberMonday_V1	1.401	87	16,10
page_view	Jan2023_LunarNY_V1	2.439	162	15,06
page_view	Google Merch Shop Display evergreen 10/31/2022	41		
page_view	Data Share Promo	354		
page_view	1009693 Google Analytics Demo DR milbaste NA US en Hybrid SHOP SMART Product ~ Test	543		
page_view	1009693 Google Analytics Demo DR milbaste NA US	57		

15 Volte ao menu lateral esquerdo e clique em “conversões”. Você vai reparar que o layout dos dados é muito parecido com os outros relatórios. Automaticamente, o GA4 já vai colocar o filtro de conversão nesse tipo de relatório, como está indicado logo abaixo do título do painel “conversões: nome do evento”:

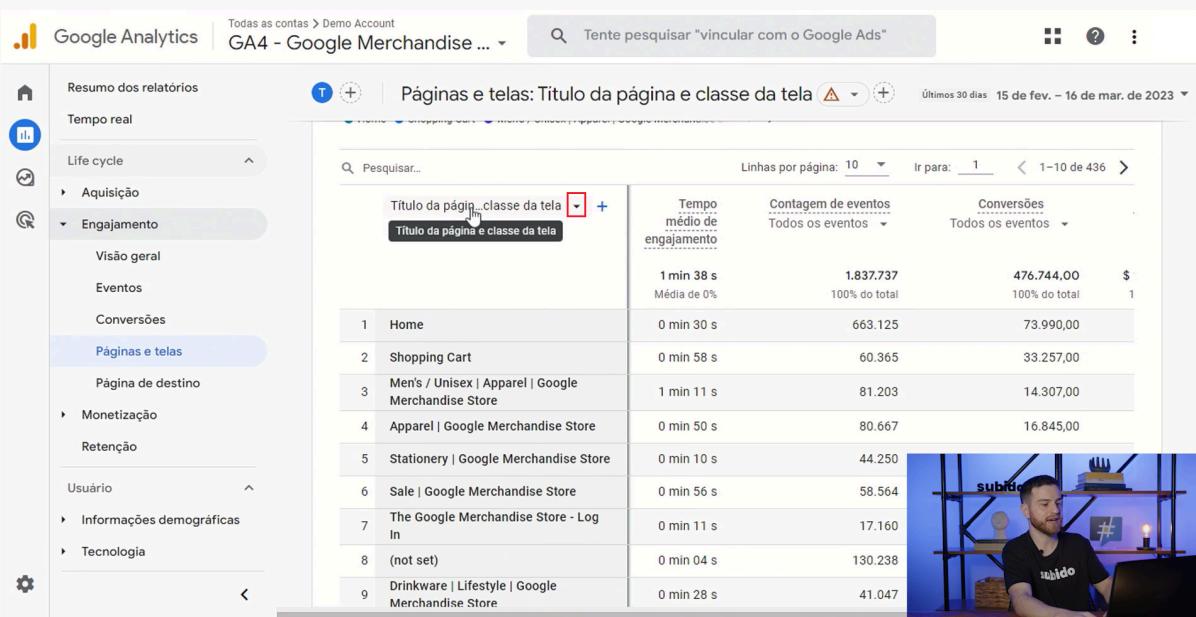


16 Volte ao menu lateral e clique em “**páginas e telas**” que vai te mostrar dados relacionados ao engajamento baseado nas telas do seu site. Você pode adicionar filtros e adicionar comparação da mesma forma como eu te mostrei nos outros relatórios:



17 Apesar do layout deste relatório ser muito parecido com os outros relatórios, você vai acessar dados relacionados ao comportamento do usuário em cada tela do seu site. No gráfico de colunas você pode alterar o

tipo de tela. Para fazer essa alteração, clique na seta que acompanha o título “**título da página e classe da tela**” e selecione outra seção do seu site que você deseja analisar:



Google Analytics | Todas as contas > Demo Account
GA4 - Google Merchandise ...

Resumo dos relatórios

Tempo real

Life cycle

- Aquisição
- Engajamento
 - Visão geral
 - Eventos
 - Conversões
 - Páginas e telas**
 - Página de destino
- Monetização
- Retenção

Usuário

- Informações demográficas
- Tecnologia

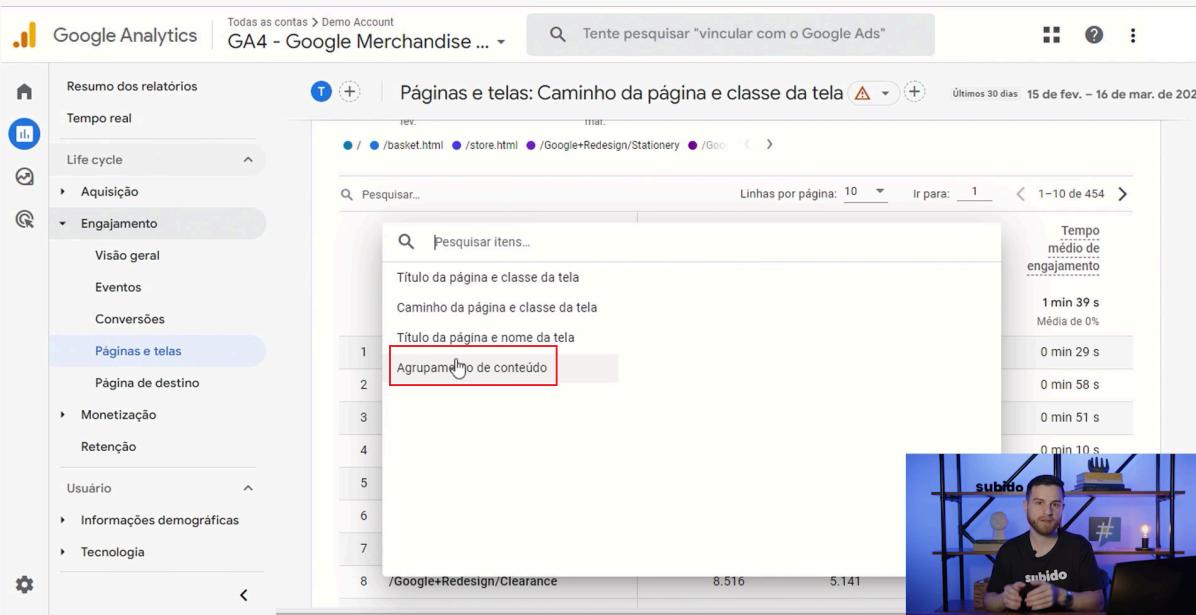
Páginas e telas: Título da página e classe da tela

Últimos 30 dias 15 de fev. – 16 de mar. de 2023

Pesquisar... Linhas por página: 10 Ir para: 1 1-10 de 436

	Título da página e classe da tela	Tempo médio de engajamento	Contagem de eventos	Conversões
1	Home	0 min 30 s	663.125	73.990,00
2	Shopping Cart	0 min 58 s	60.365	33.257,00
3	Men's / Unisex Apparel Google Merchandise Store	1 min 11 s	81.203	14.307,00
4	Apparel Google Merchandise Store	0 min 50 s	80.667	16.845,00
5	Stationery Google Merchandise Store	0 min 10 s	44.250	
6	Sale Google Merchandise Store	0 min 56 s	58.564	
7	The Google Merchandise Store - Log In	0 min 11 s	17.160	
8	(not set)	0 min 04 s	130.238	
9	Drinkware Lifestyle Google Merchandise Store	0 min 28 s	41.047	

18 Uma das configurações que pode ser feita nesta seção é o “**agrupamento de conteúdo**”. Ao clicar nessa opção você consegue filtrar os dados por tipo de página, ou seja, dados somente sobre as páginas de captura, por exemplo:



Google Analytics | Todas as contas > Demo Account
GA4 - Google Merchandise ...

Resumo dos relatórios

Tempo real

Life cycle

- Aquisição
- Engajamento
 - Visão geral
 - Eventos
 - Conversões
 - Páginas e telas**
 - Página de destino
- Monetização
- Retenção

Usuário

- Informações demográficas
- Tecnologia

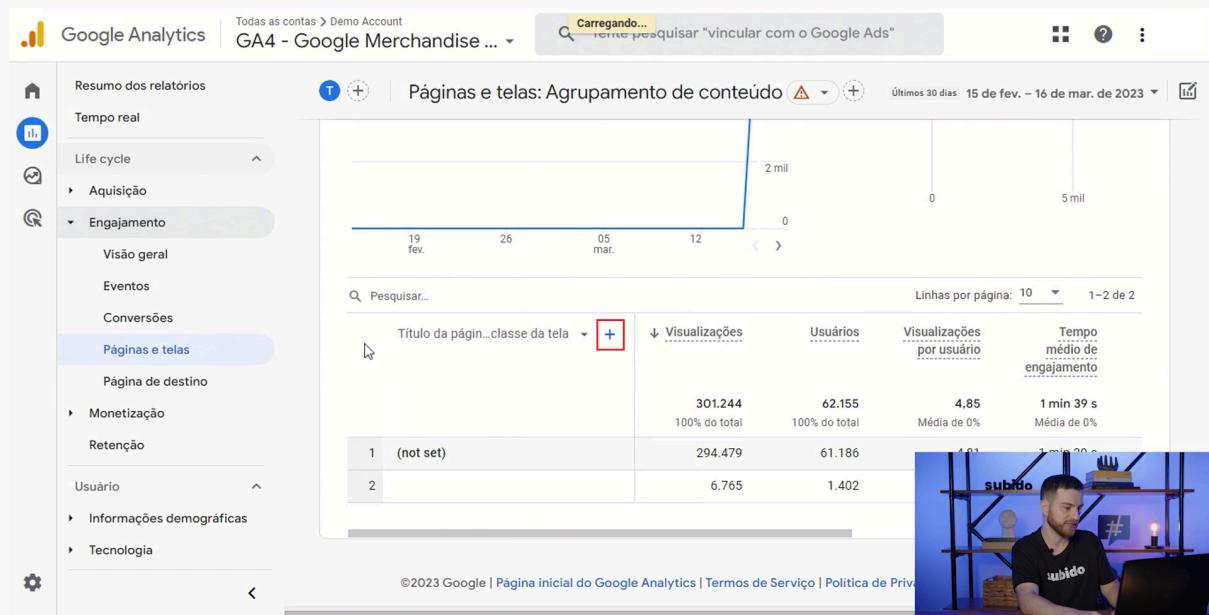
Páginas e telas: Caminho da página e classe da tela

Últimos 30 dias 15 de fev. – 16 de mar. de 2023

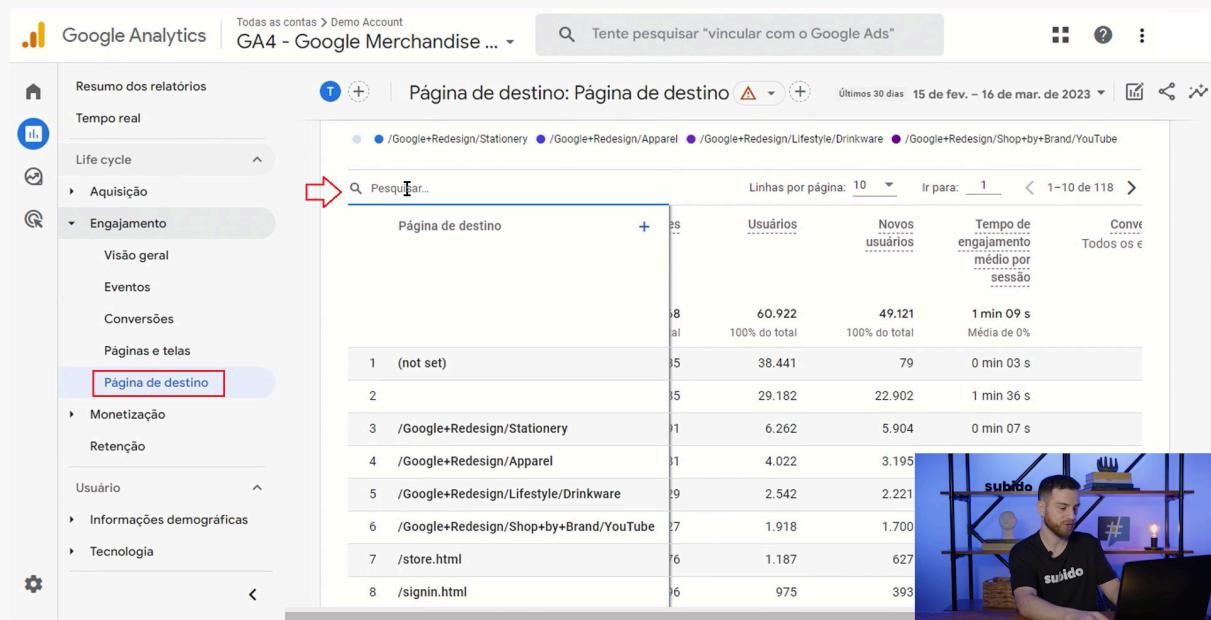
Pesquisar... Linhas por página: 10 Ir para: 1 1-10 de 454

	Título da página e classe da tela	Tempo médio de engajamento
1	Agupamento de conteúdo	1 min 39 s
2		Média de 0%
3		0 min 29 s
4		0 min 58 s
5		0 min 51 s
6		0 min 10 s
7		
8	/Google+Redesign/Clearance	8.516 5.141

19 Ao clicar no ícone “+” que acompanha o texto “título da página”, você pode adicionar uma nova dimensão para análise, como nos outros relatórios:



20 Volte ao menu lateral esquerdo e clique em “páginas de destino”. A página de destino é a primeira página do seu site que o usuário acessa quando sai do anúncio. Os dados deste relatório são úteis para entender as conversões que acontecem no primeiro contato do usuário com o seu site, por exemplo. Para filtrar os dados no relatório de colunas, não se esqueça de usar o campo “pesquisar”:



Google Analytics | Todas as contas > Demo Account | GA4 - Google Merchandise ... | Tente pesquisar "vincular com o Google Ads" | Últimos 30 dias 15 de fev. - 16 de mar. de 2023 | Pesquisar | Exportar | Compartilhar | Mais

Resumo dos relatórios | Tempo real | Página de destino: Página de destino | Últimos 30 dias 15 de fev. - 16 de mar. de 2023 | Pesquisar | Exportar | Compartilhar | Mais

Life cycle | Aquisição | Engajamento | Monetização | Retenção | Usuário | Informações demográficas | Tecnologia

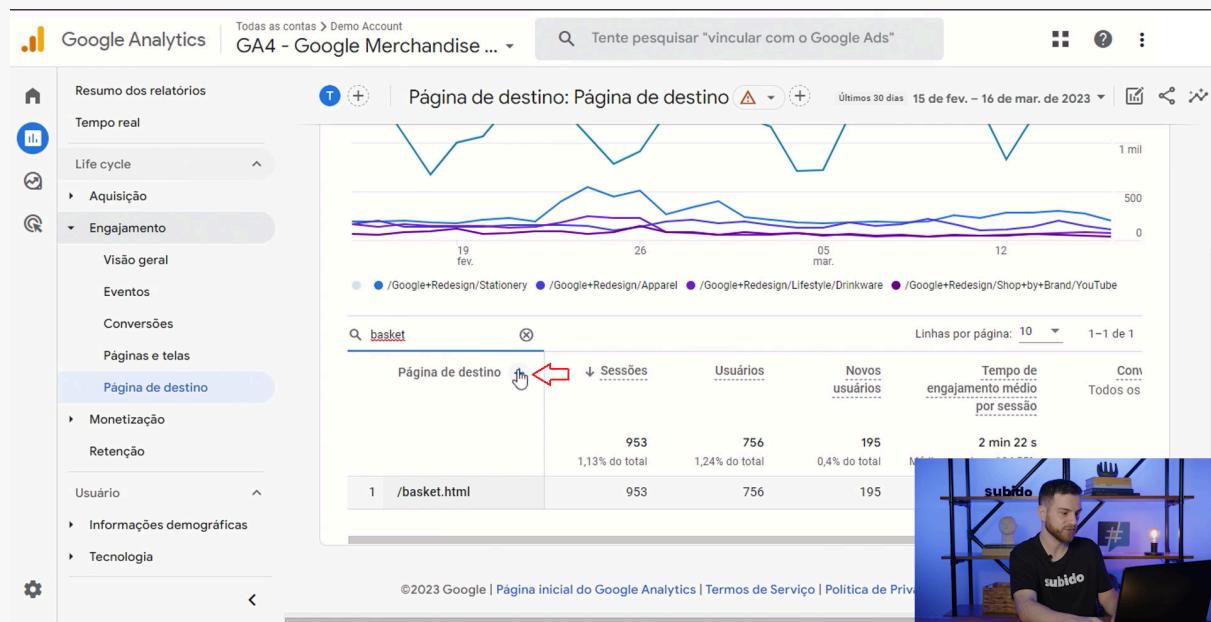
Página de destino

Página de destino: Página de destino

Linhas por página: 10 | Ir para: 1 | 1-10 de 118

Página de destino	Usuários	Novos usuários	Tempo de engajamento médio por sessão	Conversões
1 (not set)	60.922 (100% do total)	49.121 (100% do total)	1 min 09 s (Média de 0%)	
2	38.441	79	0 min 03 s	
3 /Google+Redesign/Stationery	29.182	22.902	1 min 36 s	
4 /Google+Redesign/Apparel	6.262	5.904	0 min 07 s	
5 /Google+Redesign/Lifestyle/Drinkware	4.022	3.195		
6 /Google+Redesign/Shop+by+Brand/YouTube	2.542	2.221		
7 /store.html	1.918	1.700		
8 /signin.html	1.187	627		
	975	393		

21 Não se esqueça que você pode adicionar novas dimensões para ter acesso a resultados mais específicos. O processo é o mesmo dos outros relatórios: clique no ícone “+” ao lado da coluna “página de destino” e selecione a dimensão desejada:



Google Analytics | Todas as contas > Demo Account | GA4 - Google Merchandise ... | Tente pesquisar "vincular com o Google Ads" | Últimos 30 dias 15 de fev. - 16 de mar. de 2023 | Pesquisar | Exportar | Compartilhar | Mais

Resumo dos relatórios | Tempo real | Página de destino: Página de destino | Últimos 30 dias 15 de fev. - 16 de mar. de 2023 | Pesquisar | Exportar | Compartilhar | Mais

Life cycle | Aquisição | Engajamento | Monetização | Retenção | Usuário | Informações demográficas | Tecnologia

Página de destino

Página de destino: Página de destino

Linhas por página: 10 | 1-1 de 1

Página de destino	Sessões	Usuários	Novos usuários	Tempo de engajamento médio por sessão	Conversões
1 /basket.html	953 (1,13% do total)	756 (1,24% do total)	195 (0,4% do total)	2 min 22 s	

Tranquilo até aqui?

Você acabou de conhecer todos os relatórios de engajamento disponíveis no Google Analytics 4. Agora você já sabe: **bora praticar tudo o que você acabou de ler.** Caso existam dúvidas durante o processo, volte neste material e leia estas informações quantas vezes precisar.

Continue sua jornada de estudos!