

Marketing Digital



Google Analytics para Mídia



GUIA DA AULA 2



Visualize os resultados



Acompanhe aqui os temas que serão tratados na videoaula.



Acompanhe o tráfego



**Acompanhe
o tráfego**



Componentes da URL

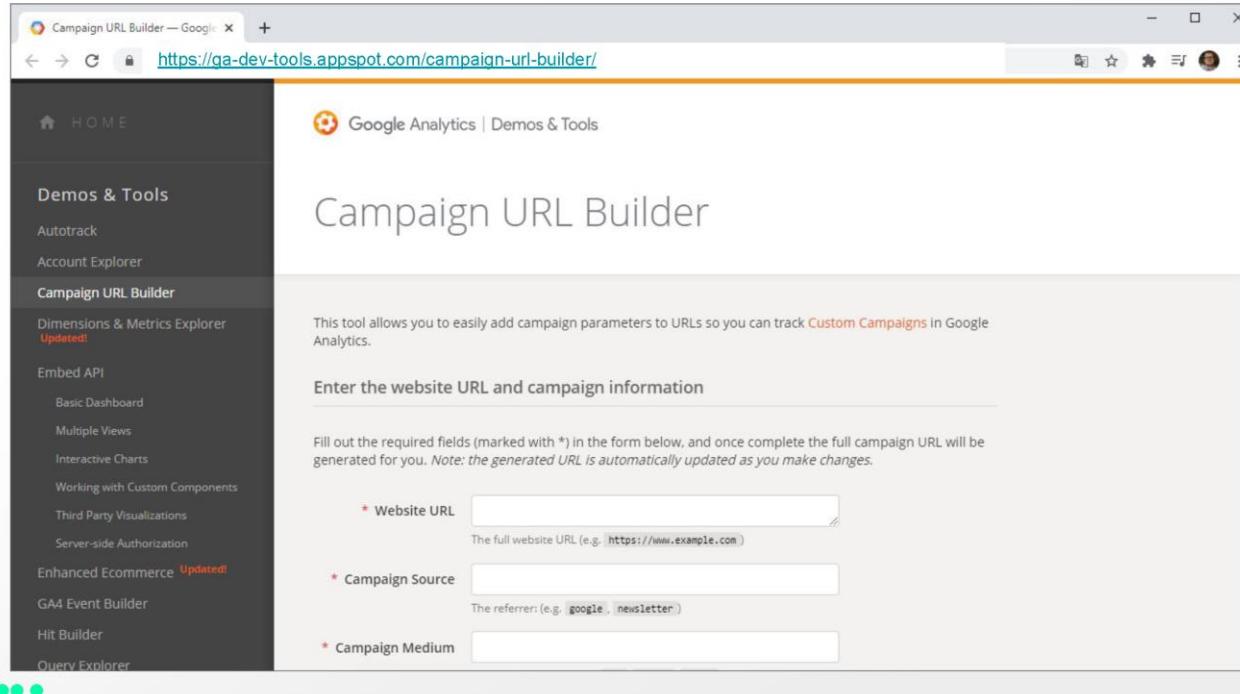
As UTM (Urchin Tracking Modules) são parâmetros de URL normalmente usados para mapear a origem do tráfego que chegam ao website

- **utm_source**
 - fonte/origem do tráfego: identifique o anunciante, o site, a publicação etc. que envia tráfego para a sua propriedade do Google Analytics
- **utm_medium**
 - mídia de publicidade ou marketing (por exemplo: cpc, banner, email newsletter)
- **utm_campaign**
 - o nome da campanha individual, o slogan, o código promocional etc. de um produto

`https://www.example.com/?utm_source=summer-mailer&utm_medium=email&utm_campaign=summer-sale`



Como construir a URL para Browser Desktop:



The screenshot shows a web browser window with the title "Campaign URL Builder — Google" and the URL "https://ga-dev-tools.appspot.com/campaign-url-builder/". The page is part of the "Google Analytics | Demos & Tools" section. On the left, there's a sidebar with links like HOME, Demos & Tools (Autotrack, Account Explorer, Campaign URL Builder), Dimensions & Metrics Explorer (Updated!), Embed API (Basic Dashboard, Multiple Views, Interactive Charts), Working with Custom Components, Third Party Visualizations, Server-side Authorization, Enhanced Ecommerce (Updated!), GA4 Event Builder, Hit Builder, and Query Explorer. Below these are three blue circular dots. The main content area is titled "Campaign URL Builder" and contains a brief description: "This tool allows you to easily add campaign parameters to URLs so you can track [Custom Campaigns](#) in Google Analytics." It then instructs the user to "Enter the website URL and campaign information" and provides a note: "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." There are three input fields with asterisks: "Website URL" (placeholder: "The full website URL (e.g. <https://www.example.com>)"), "Campaign Source" (placeholder: "The referrer (e.g. `google`, `newsletter`)"), and "Campaign Medium" (placeholder: "The medium (e.g. `email`, `referral`)").



Como construir a URL para Android:

Google Play URL Builder - Android SDK

<https://developers.google.com/analytics/devguides/collection/android/v3/campaigns#google-play-url-builder>

Google Play URL Builder

Use the tool below to generate URLs for Google Play Campaign Measurement.

Ad Network: *

Application ID: *

(The final package that is used in your built .apk's manifest, e.g. com.example.application)

Campaign Source: *

(original referrer, e.g. google, citysearch, newsletter4)

Campaign Medium:

(marketing medium, e.g. cpc, banner, email)

Campaign Term:

(paid keywords, e.g. running+shoes)

Campaign Content:

(ad-specific content used to differentiate ads)

Campaign Name:

(product, promotion code, or slogan)

Rate and review  



Como construir a URL para iOS:

Campaign Measurement - iOS SDK

<https://developers.google.com/analytics/devguides/collection/ios/v3/campaigns#ios-url-builder>

Campaign Measurement - iOS SDK

This document provides an overview of how to measure campaigns and traffic sources with the Google Analytics SDK for iOS v3.

Overview

Measuring campaigns in Google Analytics enables the attribution of campaigns and traffic sources to user activity within your application. These options are available for campaign and traffic source attribution in the Google Analytics SDK for iOS:

- [iOS Install Campaign Measurement](#) - See which campaigns from other apps are referring users to iTunes to download your iOS app.
- [General Campaign & Traffic Source Attribution](#) - See which campaigns or referrers launch your app after it is installed.

The following sections will describe when and how to implement each type of campaign measurement in your app.

Campaign parameters

Campaign parameters are used to pass information about the traffic sources and campaigns that are bringing users to your app.

The table below contains the available campaign parameters that can be used in general campaign measurement:

Parameter	Description	Example(s)
utm_campaign	Campaign name; used for keyword analysis to identify a specific product promotion or strategic campaign	utm_campaign=spring_sale
utm_source	Campaign source; used to identify a search engine, newsletter, or other source	utm_source=google
utm_medium	Campaign medium; used to identify a medium such as email or cost-per-click (cpc)	utm_medium=cpc



Exemplo Google Merchandise Store

Google Analytics

analytics.google.com/analytics/web/#/report/trafficsources-organic/a54516992w87479473p92320289/

Todas as contas > Google Merchandise Store

1 Master View

Pesquisar relatórios e conselhos

20 de jan. 21 de jan. 22 de jan. 23 de jan. 24 de jan. 25 de...

Dimensão principal: Palavra-chave Origem Página de destino Outros

Inserir linhas Dimensão secundária Tipo de classificação: Padrão

avancado

RELATÓRIOS

- Tempo real
- Público-alvo
- Aquisição
- Visão geral
- Todo o tráfego
- Google Ads
- Search Console
- Redes sociais
- Campanhas
- Atribuição BETA

Personalização

Aquisição

Palavra-chave

Palavra-chave	Aquisição			Comportamento			Conversões		Comércio eletrônico	
	Usuários	Novos usuários	Sessões	Taxa de rejeição	Páginas / sessão	Duração média da sessão	Taxa de conversão do comércio eletrônico	Transações	Rece	
1. (not provided)	50 (92,59%)	0 (0,00%)	83 (76,15%)	21,69%	8,54	00:06:47	4,82%	4 (100,00%)	US\$ 354	
2. https://shop.googlemerchandise-store.com/	2 (3,70%)	0 (0,00%)	2 (1,83%)	50,00%	2,50	00:00:30	0,00%	0 (0,00%)	US\$ 0	
https://shop.googlemerchandise-store.com/Google Redesign/Drinkware/Google Canteen Bottle Black	1 (1,85%)	0 (0,00%)	23 (21,10%)	17,39%	5,00	00:10:08	0,00%	0 (0,00%)	US\$ 0	
4. shop google merchandise store	1 (1,85%)	0 (0,00%)	1 (0,92%)	0,00%	9,00	00:08:17	0,00%	0 (0,00%)	US\$ 0	



Exemplo Faculdade Presencial e EaD

Painel de Controle - Midia - Exemplo

Arquivo Editar Ver Inserir Formatar Dados Ferramentas Complementos Ajuda A última edição foi feita há 38 minutos

Compartilhar

Ambiente URL Objetivo Tipo de Meta GTM ID DBM RTB Ads Facebook Bing YouTube

Ambiente	URL	Objetivo	Tipo de Meta	GTM ID	DBM	RTB	Ads	Facebook	Bing	YouTube
Home		Captação	Inscrição	GTM-	Genérica e Conversão	Conversão	Genérica e Conversão	Genérica e Conversão	Não	
Vestibular EAD (Captação)		Captação	Inscrição	GTM-	Genérica e Conversão	Conversão	Genérica e Conversão	Genérica e Conversão	Não	
Faculdade A		Institucional	Lead	GTM-	Não	Não	Genérica	Genérica	Não	Não
Qual o seu dom		Parcela a Faculdade	Lead	GTM-	Não	Não	Genérica	Genérica	Não	Não
Parcile a Faculdade		Cata Lead	Lead	GTM-	Não	Não	Genérica e Coi	Genérica e Coi	Não	Não
Trilha do ENEM		Cata Lead	Lead	GTM-	Não	Não	Genérica e Coi	Genérica e Coi	Não	Não
Feira de Carreiras		Cata Lead	Lead	GTM-	Não	Não	Não	Não	Não	Não
Sobre Nós		Institucional	Lead	GTM-	Não	Não	Não	Não	Não	Não

Adicionar mais 1000 linhas ao fim.

Apresentação Glossário Termos de Negócio Coleta Midia Metas Custom Dimensions/Metrics GA Explorar



Bons estudos!

