



Curso SUBIDO DE TRÁFEGO



Pedro Sobral

MÓDULO - Google Analytics 4

Principais diferenças entre UA e GA4



@pedrosobral



pedrosobral.com.br

SUMÁRIO



00'02"	Introdução	Cap. 1	Pág. 2
00'55"	Quais são as principais diferenças entre a Universal Analytics e o Google Analytics 4 (GA4)?	Cap. 2	Pág. 2
01'13"	Layout e menus	Cap. 3	Pág. 2
07'06"	Modelo de dados (hits, eventos e metas)	Cap. 4	Pág. 4
10'10"	Estrutura	Cap. 5	Pág. 6
11'47"	Outras diferenças entre UA e GA4	Cap. 6	Pág. 7

1



00'02"

Introdução

Existem muitas diferenças entre as duas ferramentas, mas neste material vamos focar nas alterações principais. Por isso, esta leitura é fundamental tanto para aquelas que utilizam o Universal Analytics (UA), quanto para aqueles que estão acessando o Google Analytics 4 (GA4) agora.

Quanto mais você souber sobre o funcionamento do GA4, mais ferramentas você poderá usar e seus resultados serão melhores.

2



00'55"

Quais são as principais diferenças entre a Universal Analytics e o Google Analytics 4 (GA4)?

Leia com atenção e conheça as principais mudanças entre o UA e o GA4.

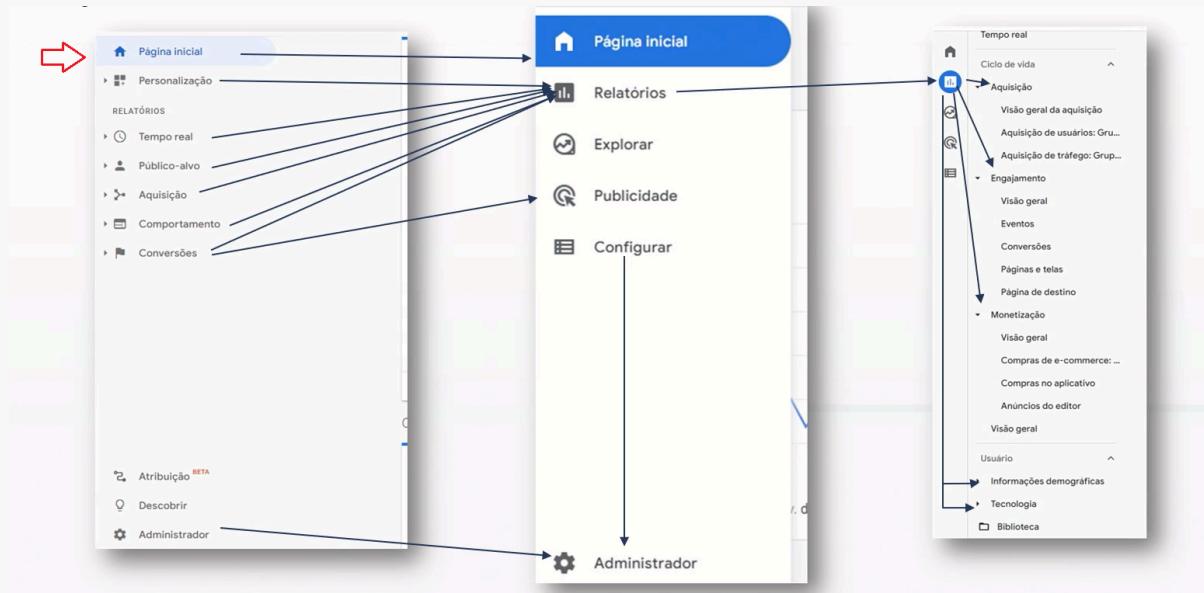
3



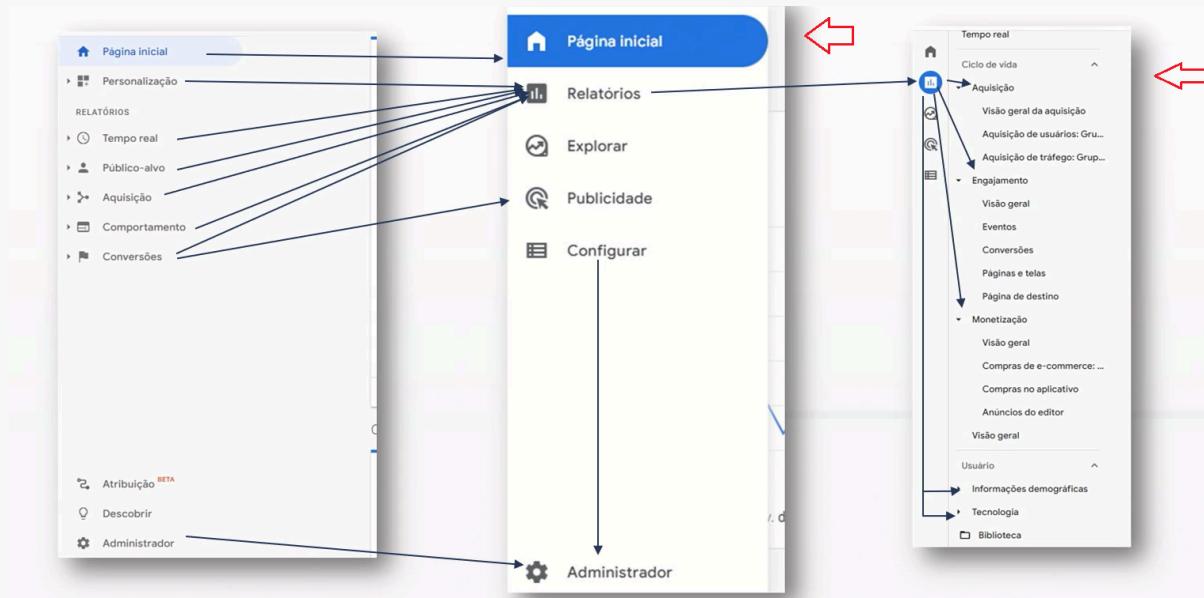
01'13"

Layout e menus

A primeira grande diferença diz respeito aos menus e ao layout característico de cada versão. O Universal Analytics se encontra dessa forma atualmente:



Os outros exemplos na imagem referem-se ao novo layout do GA4:



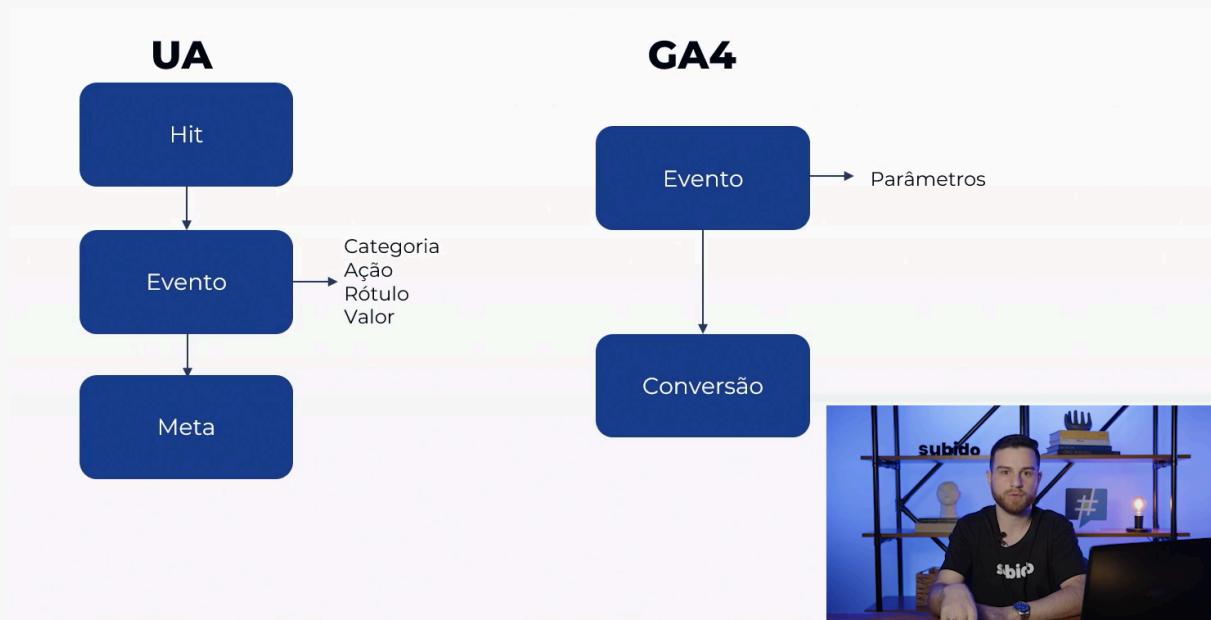
As setas na cor preto foram colocadas para te mostrar quais as mudanças foram feitas no GA4.

E quais são as mudanças?

- > Na versão Universal Analytics você vai encontrar uma seção para cada métrica a ser analisada.
- > Agora, **todos esses dados estarão centralizados na seção "relatórios" na nova versão do Google Analytics 4.** E dentro dessa seção, você vai encontrar subseções com todas as métricas que deseja analisar.
- > **O botão página inicial se mantém nas duas versões,** mas a personalização também foi colocada dentro da seção "relatórios" (nos próximos materiais vamos falar especificamente desse tópico).
- > Sobre a seção “público-alvo” na versão Universal Analytics (UA), agora **você conseguirá pegar esses dados na subseção “informações demográficas”,** dentro da seção "relatórios" na versão GA4.
- > **A seção "aquisição" se mantém nas duas versões.** Já a seção "comportamento" (UA) agora se chama "engajamento" e está como subseção em "relatórios" na versão GA4.
- > Em “conversões” (UA) você conseguia analisar a monetização (receita dos produtos) e os funis do público para entender melhor o comportamento dos leads no site. **Na versão GA4, você vai encontrar alguns dados sobre as conversões em relatórios e outros na seção “publicidade”.**

Modelo de dados (hits, eventos e metas)

Esta imagem pode te ajudar a compreender melhor as mudanças:



Na versão UA, tudo o que acontecia por lá era chamado de “hit” (clique, visualização de página, conversão e etc). **Agora, tudo o que acontece no GA4 é um “evento”.**

“Então, apenas o nome mudou?”

Não. Você vai perceber que algumas coisas na hora de configurar também vão mudar. Como na imagem acima, no UA você consegue configurar os eventos e as metas separadamente.

No Google Analytics 4, você não precisa configurar um hit, transformá-lo em evento e depois configurar as metas. **Na hora de configurar o evento você pode acrescentar as informações que desejar.**

Outra mudança é que todas as informações que antes você colocava na hora de configurar o “evento” no UA (categoria, ação, rótulo, valor), **agora você pode colocá-las em “parâmetros” dentro dos “eventos” no GA4.**

Dentro do GA4 você pode marcar aquele evento criado como “conversão”. Dessa forma, você conseguirá relatórios mais específicos sobre esse evento.

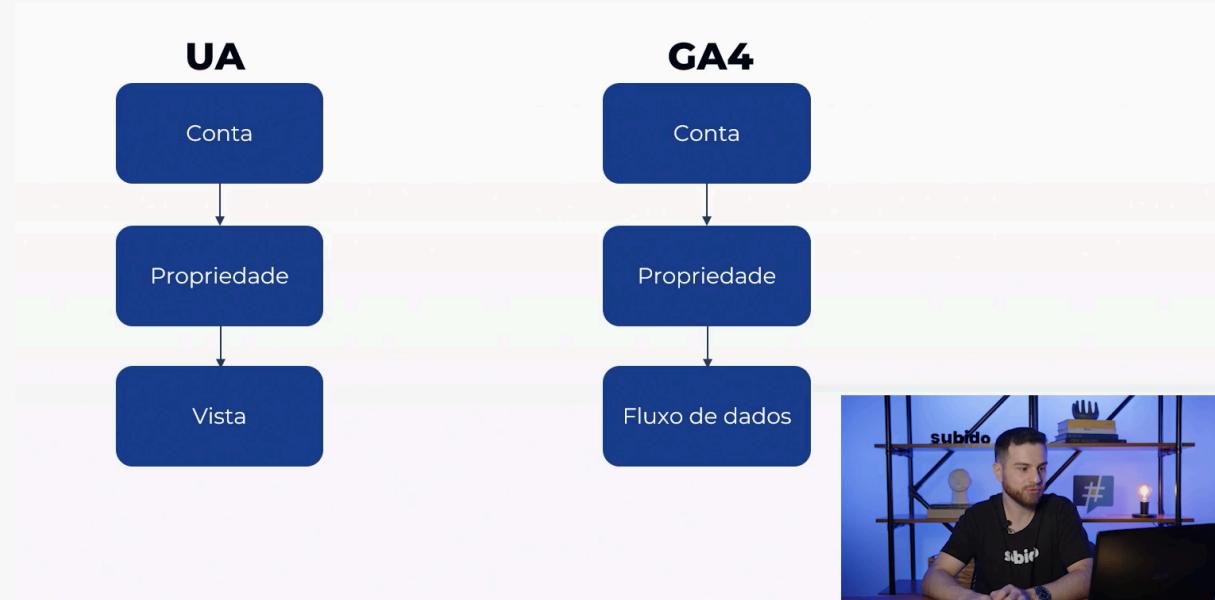
5



10'10"

Estrutura

Veja o que mudou:



No UA você criava uma conta, dentro dela você criava as propriedades, e dentro dessa seção você configurava a vista, ou seja, a concessão de acessos para outros contribuintes e colaboradores. Dessa forma, você conseguia dar acesso diferenciado para o time de TI e para os donos da empresa, por exemplo.

No GA4, o processo se mantém até a última fase. Mas não se trata apenas de uma mudança de nomenclatura (de “vista” para “fluxo de dados”).

Agora não é possível segmentar os acessos para outros colaboradores, como no UA.

Além disso, a configuração da sua tag também está dentro do “fluxo de dados”. Então tudo o que diz respeito à tag, você conseguirá solucionar nesta seção.

6



11'47"

Outras diferenças entre UA e GA4

Veja essas diferenças entre as versões:



Antes era possível receber informações do seu e-commerce ou do seu infoproduto ativando a opção “comércio eletrônico” dentro do Universal Analytics. **Dentro do GA4 essa opção não existe mais.** Agora, você

conseguirá essas informações quando o “evento de conversão purchase” for identificado dentre seus eventos.

É válido destacar que esse evento já vem configurado previamente no Google Analytics e, por isso, não é necessário ativar nenhum evento de comércio eletrônico como no UA.

No UA a função “tempo real” fazia jus ao nome. Agora, **você vai perceber que existe um delay de até 30 minutos na hora de analisar os dados dentro do GA4.**

Uma das configurações mais usadas no UA não existe mais no GA4, que é a opção “segmentos”. **No GA4 essa opção pode ser substituída pelos filtros nos relatórios.**

Existem outras diferenças entre as duas ferramentas, mas acredito que essas são as alterações mais importantes e que você precisa saber agora.

Tranquilo até aqui?

Aproveite cada aula, **leia os materiais quantas vezes precisar** e absorva todo o conteúdo que será ensinado a seguir.

Continue sua jornada de estudos!