

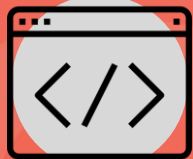


escola
britânica de
artes criativas
& tecnologia

Marketing Digital

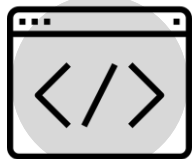


BOAS PRÁTICAS



Google Analytics para mídia

 **Mensure resultados**



Confira as boas práticas da comunidade de Marketing Digital com assuntos relacionados às aulas.



Mensure resultados

O URL Builder é uma ferramenta poderosa para melhorar o desempenho das suas campanhas de marketing digital. Acompanhe algumas dicas para utilizá-lo da melhor forma possível.



- **Acompanhe fontes de tráfego:**
Use o URL Builder para adicionar parâmetros UTM às URLs dos seus diferentes canais de marketing, como redes sociais, campanhas de e-mail, anúncios pagos, etc. Dessa forma, você poderá identificar quais fontes de tráfego estão gerando mais visitas e conversões.
- **Faça teste de campanhas:**
Ao criar diferentes variantes da mesma campanha, você pode usar o URL Builder para adicionar parâmetros UTM exclusivos para cada uma delas. Isso permitirá que você compare o desempenho de diferentes versões e determine quais elementos estão gerando melhores resultados.
- **Rastreie palavras-chave:**
Utilize o parâmetro "Campaign term" no URL Builder para rastrear as palavras-chave usadas nas suas campanhas. Dessa forma, você poderá identificar quais termos de pesquisa estão gerando mais tráfego e conversões, permitindo otimizar suas estratégias de SEO e publicidade paga.

Mensure resultados

O URL Builder é uma ferramenta poderosa para melhorar o desempenho das suas campanhas de marketing digital. Acompanhe algumas dicas para utilizá-lo da melhor forma possível.



- **Segmente campanhas:**
Além dos parâmetros UTM, você pode adicionar parâmetros personalizados aos seus URLs usando o URL Builder. Isso permite segmentar ainda mais suas campanhas, como direcionar diferentes segmentos de público ou testar diferentes versões da página de destino.
- **Acompanhe conversões assistidas:**
Use o URL Builder para rastrear caminhos completos de conversão. Adicione parâmetros UTM a diferentes estágios do funil de conversão para entender o papel de cada canal ou interação no processo de conversão. Isso ajudará a atribuir corretamente o crédito a cada etapa e ajustar suas estratégias de marketing em conformidade.
- **Acompanhe o compartilhamento de conteúdo:**
Se você possui conteúdo compartilhável, como artigos de blog ou infográficos, utilize o URL Builder para rastrear o desempenho desses compartilhamentos. Adicione parâmetros UTM aos links compartilhados para identificar quais canais de compartilhamento estão gerando mais tráfego e envolvimento.

Bons estudos!

