

## Para saber mais

Existem várias informações sobre público-alvo que são relevantes para identificar o perfil de pessoas que acessam o site da MusicDot, na qual podemos utilizá-las:

- Como base para criação de personas.
- Definir estratégias de comunicação com o público.
- Separar quem é um público com engajamento apenas do conteúdo, da plataforma como um todo, apenas das redes sociais da MusicDot.
- Entender se cada um desses perfis possui um objetivo diferente e onde existe uma intersecção entre eles.

Eu vou sugerir alguns conteúdos sobre análise de dados voltados à UX. Para ajudá-los a entender como usar melhor o Google Analytics e o que fazer com todos os dados que vimos.

Encontrei esse [post do site MetricasBoss que sugere 10 livros sobre análise de dados web](https://metricasboss.com.br/10-livros-de-web-analytics-que-todos-deveriam-ler.html) (<https://metricasboss.com.br/10-livros-de-web-analytics-que-todos-deveriam-ler.html>).

Existe também esse outro livro, em inglês, sobre análise de dados web voltado para experiência do usuário [“Practical Web Analytics for User Experience”](https://learning.oreilly.com/library/view/practical-web-analytics/9780124046191/) (<https://learning.oreilly.com/library/view/practical-web-analytics/9780124046191/>).