

# Google Analytics para Mídias



escola  
britânica de  
artes criativas  
& tecnologia

**ROCKY**  
FULL DIGITAL PERFORMANCE



# AULA 1



escola  
britânica de  
artes criativas  
& tecnologia

**ROCKY**  
FULL DIGITAL PERFORMANCE



# Apresentação



**Marcos Vinícius Costa**  
Head de Mídias

Primeiro funcionário da ROCKY, atua com Mídias de Performance desde 2017 e tem experiência em grandes contas como Natura, CVC Viagens, Submarino Viagens, Pirelli Brasil, Telhanorte, Etna, entre outras. É especialista em gestão de pessoas e operação de Mídias Pagas. Estudou matemática na Universidade Federal de São Carlos (UFSCar) e tem amplo domínio de gestão de crises e clientes B2C e B2B.



## Objetivo



Aprofundar nos Relatórios mais Importantes do Google Analytics que são de uso recorrente para times de Mídias

## Premissa



- Anunciante já tem a Tag do Google Analytics no site e faz esse trackeamento;
- Tag de Comércio Eletrônico do Google Analytics ativa também;

## Premissa



Utilizaremos a Conta de Demonstração do Google Analytics para o desenvolvimento  
deste módulo

[Link da conta Demonstração](#)

## Relatório Tempo Real



Google Analytics | Todas as contas > UA - Google Merchandise Store | 1 Master View ▾

🔍 Pesquisar relatórios e conse...

🏠 Página inicial

▶ Personalização

**RELATÓRIOS**

⌚ **Tempo real**

⌚ **Visão geral** (destacado)

Locais

Origens de tráfego

Conteúdo

Eventos

Conversões

### Visão geral

No momento, **21** usuários ativos no site

COMPUTADOR 62% CELULAR 38%

#### Principais referências:

Origem	Usuários ativos
--------	-----------------

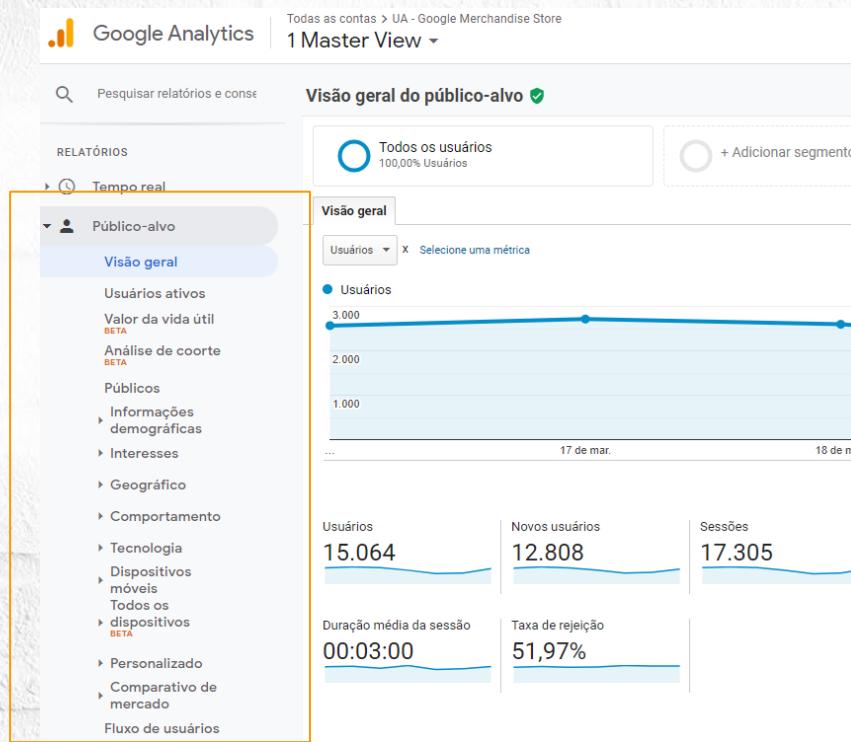
## Objetivo

Dar visibilidade rápida a métricas do site naquele instante de observação

## O que pode ser verificado?

- Picos de acessos incomuns
- Principais locais de tráfego
- De qual origem e mídia o usuário está acessando
- Verificação se estou trackeando o usuário
- Disparos de eventos
- Conversões

## Relatório Público Alvo



## Objetivo

Entendimento sobre o Público Alvo do Site Analisado

## O que pode ser verificado?

- Idades do Público Alvo que acessa o site
- Qual o gênero que mais acessa o site
- Quais os interesses do seu usuário na internet (inventário Google)
- Sistemas Operacionais mais utilizados
- Dentre outras oportunidades

# AULA 2



escola  
britânica de  
artes criativas  
& tecnologia

**ROCKY**  
FULL DIGITAL PERFORMANCE



# Google Analytics para Mídias



escola  
britânica de  
artes criativas  
& tecnologia

**ROCKY**  
FULL DIGITAL PERFORMANCE



# Relatório de Aquisição



Google Analytics

Todas as contas > UA - Google Merchandise Store

1 Master View

Pesquisar relatórios e conse...

Página inicial

Personalização

**RELATÓRIOS**

Tempo real

Público-alvo

Aquisição

**Visão geral**

- Todo o tráfego
- Google Ads
- Search Console
- Redes sociais
- Campanhas

Comportamento

Conversões

**Visão geral da aquisição**

Todos os usuários  
100,00% Usuários

Dimensão primária: Default Channel Grouping

Conversão: Comércio eletrônico

**Top canais**

Canal	Porcentagem
Direct	98.1%
Paid Search	1.6%
(Other)	0.2%
Affiliates	0.1%
Display	0.05%
Organic Search	0.02%
Referral	0.01%

Aquisição

Usuários

## Objetivo

Entender de quais canais/mídias e campanhas estão vindo suas conversões

## O que pode ser avaliado?

- Canais com maiores receitas
- Origens/Mídia que têm maior conversão
- Performance de Campanhas em diferentes canais
- Oportunidades de Otimização

# AULA 3



escola  
britânica de  
artes criativas  
& tecnologia

**ROCKY**  
FULL DIGITAL PERFORMANCE



# Google Analytics para Mídias



escola  
britânica de  
artes criativas  
& tecnologia

**ROCKY**  
FULL DIGITAL PERFORMANCE



## Relatório de Comportamento



Google Analytics

Todas as contas > UA - Google Merchandise Store

1 Master View

**Visão geral**

**Todos os usuários**  
100,00% Visualizações de página

**Visualizações de página**

15.000  
10.000  
5.000  
... 17 de mar.

**Visualizações de página** 76.162

**Visualizações de página únicas** 49.039

**Conteúdo do site**

Página

Título da página

**Comportamento**

- Visão geral
- Fluxo de comportamentos
- Conteúdo do site
- Velocidade do site
- Pesquisa interna
- Eventos
- Editor
- Experimentos

**Conversões**

## Objetivo

Verificação de Comportamento dentro do site, páginas mais acessadas, etc

## O que pode ser avaliado?

- Páginas com maior volume de visualização
- Velocidade de páginas do site
- Pesquisas internas

# AULA 4



escola  
britânica de  
artes criativas  
& tecnologia

**ROCKY**  
FULL DIGITAL PERFORMANCE



# Google Analytics para Mídias



escola  
britânica de  
artes criativas  
& tecnologia

**ROCKY**  
FULL DIGITAL PERFORMANCE



## Relatório de Conversões



Google Analytics | Todas as contas > UA - Google Merchandise Store | 1 Master View ▾

Pesquisar relatórios e conse...

Página inicial

Personalização

**RELATÓRIOS**

Tempo real

Público-alvo

Aquisição

Comportamento

Conversões

- Metas
- Comércio eletrônico

**Visão geral**

Comportamento de compra  
Comportamento no checkout  
Desempenho do produto  
Desempenho de vendas  
Desempenho da lista de produtos  
Marketing  
Funis multicanal

**Visão geral do comércio eletrônico**

Todos os usuários  
100,00% Sessões

**Visão geral**

Receita ▾ X Taxa de conversão do comércio eletrônico ▾

● Receita ● Taxa de conversão do comércio eletrônico

US\$ 10.000,00

US\$ 5.000,00

17 de mar.

**Taxa de conversão e receita**

Receita US\$ 30.713,50 | Taxa de conversão do comércio eletrônico 2,92% | Transa...

Transa...

**Marketing**

Campanhas 3 Transações | US\$ 1.011,04 Receita | US\$ 337,01 Valor médio do pedido

## Objetivo

Aprofundamento nas conversões realizadas pelos usuários

## O que pode ser avaliado?

- Produtos que foram comprados
- Categorias dos Produtos
- Comprados
- Comportamento dia a dia de compra dos usuários
- Comportamento de compra por hora
- Entender impacto de campanhas no caminho de conversão do usuário
- Dentre outras funcionalidades



# AULA 5



escola  
britânica de  
artes criativas  
& tecnologia

**ROCKY**  
FULL DIGITAL PERFORMANCE



# Google Analytics para Mídias



escola  
britânica de  
artes criativas  
& tecnologia

**ROCKY**  
FULL DIGITAL PERFORMANCE





## Objetivo

Aprofundamento nas conversões realizadas pelos usuários

## O que pode ser avaliado?

- Produtos que foram comprados
- Categorias dos Produtos
- Comprados
- Comportamento dia a dia de compra dos usuários
- Comportamento de compra por hora
- Entender impacto de campanhas no caminho de conversão do usuário
- Dentre outras funcionalidades

# AULA 6



escola  
britânica de  
artes criativas  
& tecnologia

**ROCKY**  
FULL DIGITAL PERFORMANCE



# Google Analytics para Mídias



escola  
britânica de  
artes criativas  
& tecnologia

**ROCKY**  
FULL DIGITAL PERFORMANCE





### Objetivo

Aprofundamento nas conversões realizadas pelos usuários

### O que pode ser avaliado?

- Produtos que foram comprados
- Categorias dos Produtos
- Comprados
- Comportamento dia a dia de compra dos usuários
- Comportamento de compra por hora
- Entender impacto de campanhas no caminho de conversão do usuário
- Dentre outras funcionalidades



A white brick wall with a large yellow circle containing several white, geometric shapes, including circles and triangles, arranged in a repeating pattern.

Obrigado