



# Curso SUBIDO DE TRÁFEGO



Pedro Sobral

**MÓDULO - Google Analytics 4**

**Relatório no menu aquisição**



@pedrosobral



[pedrosobral.com.br](http://pedrosobral.com.br)

# SUMÁRIO



---

00'02"	Introdução	Cap. 1	Pág. 2
00'25"	Relatório no menu aquisição	Cap. 2	Pág. 2

---

1



00'02"

## Introdução

Neste material você vai conhecer **o relatório no menu aquisição** e eu arrisco dizer que este é o relatório que você vai ter mais intimidade. Esse tipo de relatório será usado com muita frequência, então, **leia este material com atenção redobrada.**

2



00'25"

## Relatório no menu aquisição

Acompanhe este passo a passo.

### PASSO A PASSO

- 01 Dentro do gerenciador do GA4, acesse o menu lateral esquerdo, clique em “**life cycle**” e, em seguida, clique em “**aquisição**”:

**02** Você vai reparar que neste menu há 2 opções parecidas: “aquisição de usuário” e “aquisição de tráfego”. A diferença entre essas duas opções é: o relatório de aquisição de usuário tem como origem o primeiro acesso do usuário no seu site. Já os relatórios de aquisição de tráfego tem como origem a seção do site, independentemente se foi o primeiro acesso do usuário ou não. Vamos explorar a opção “**visão geral**”:

**03** Os dados do relatório “visão geral” se parecem muito com os dados da seção inicial. Role o mouse para baixo na página até a opção “valor da vida útil”. Os dados dessa seção são importantes para você entender quanto tempo o usuário leva para comprar no site desde o primeiro acesso:

**04** Na seção “**aquisição de usuários**” você vai acessar outros dados diferentemente das outras seções:

**05** Já os dados da seção “**aquisição de tráfego**” são parecidos com os dados encontrados em outras seções e devem ser analisados com cuidado. Os dados da coluna “**conversões**”, por exemplo, devem ser analisados por evento para que você não se engane com os valores apresentados:

	Contagem de eventos Todos os eventos	Conversões Todos os eventos	Receita total
1 Direct	1.728.386 100% do total	450.687.00 100% do total	\$ 107.558,72 100% do total
2 Organic Search	649.873	157.548,00	\$ 54.165,82
3 Cross-network	582.558	142.362,00	\$ 37.947,57
4 Paid Search	116.124	39.046,00	\$ 2.333,05
5 Unassigned	65.472		
6 Referral	148.001		
7 Display	108.841		
8 Organic Social	12.404		
9 Email	15.392		
	18.581		

**06** Para selecionar apenas o evento que faz sentido para você durante a análise, clique na seta que acompanha o texto “**todos os eventos**” e selecione a opção que se refere ao que você deseja analisar:

**07** Você também pode selecionar o tipo de evento que deseja analisar. Clique na seta que acompanha o texto “**todos os eventos**” na coluna “**contagem dos eventos**”:

	Contagem de eventos	Conversões	Receita total
Todos os eventos	853,00 0,19% do total	\$ 107.558,72 100% do total	
add_payment_info	455,00	\$ 54.165,82	
add_shipping_info	252,00	\$ 37.947,57	
add_to_cart	33,00	\$ 2.333,05	
android_lovers			
begin_checkout			
campus_collection_user			
click			
discount_value			
errors			

**08** Na versão anterior era possível acessar a dimensão secundária. No GA4 essa informação pode ser acessada na seção “**aquisição de tráfego**” em “**grupo de canais padrão da seção**”, na coluna principal:

	Usuários	Sessões	Sessões engajadas	Tempo de engajamento médio por sessão
1 Direct	58.568 100% do total	81.316 100% do total	71.784 100% do total	1 min 11 s Média de 0%
2 Organic Search	19.013	27.740	25.155	1 min 15 s

**09** Ao clicar na seta que acompanha o texto “**grupo de canais padrão da seção**”, você vai se deparar com as opções abaixo. Dessa forma, você poderá acessar dimensões diferentes quanto aos dados:

Google Analytics | Todas as contas > Demo Account  
GA4 - Google Merchandise ...

Aquisição de tráfego: Grupo de canais padrão da sessão

Últimos 28 dias 16 de fev. – 15 de mar.

Resumo dos relatórios

Tempo real

Life cycle

Aquisição

- Visão geral
- Aquisição de usuários
- Aquisição de tráfego**
- Engajamento
- Monetização
- Retenção

Usuário

- Informações demográficas
- Tecnologia

Biblioteca

Linha Pesquisar... Linhas por página: 10 Ir para: 1 1–10 de 13

Tempo de engajamento médio por sessão

1 min 11 s Média de 0%

1 min 18 s

1 min 15 s

0 min 54 s

1	Origem / mídia da sessão	349
2	Meio da sessão	52
3	Origem da sessão	52
4	Plataforma de origem da sessão	52
5	Campanha	52
6		52
7		52
8	Organic Social	349
9	Email	246

subido

**10** Caso você queira acessar dados ainda mais específicos dentro de alguma dimensão, depois de selecionar a opção na seção mostrada anteriormente, pesquise o que deseja no campo “**pesquisar**”:

Google Analytics | Todas as contas > Demo Account  
GA4 - Google Merchandise ...

Aquisição de tráfego: Origem / mídia da sessão

Últimos 28 dias 16 de fev. – 15 de mar. de 2023

Resumo dos relatórios

Tempo real

Life cycle

Aquisição

- Visão geral
- Aquisição de usuários
- Aquisição de tráfego**
- Engajamento
- Monetização
- Retenção

Linha Pesquisar... Linhas por página: 10 Ir para: 1 1–10 de 23

analytics.google.com / referral

Origem / mídia da sessão

↓ Usuários Sessões Sessões engajadas Tempo de engajamento médio por sessão Si eng por i

58.200 80.690 71.259 1 min 11 s

(direct) / (none)

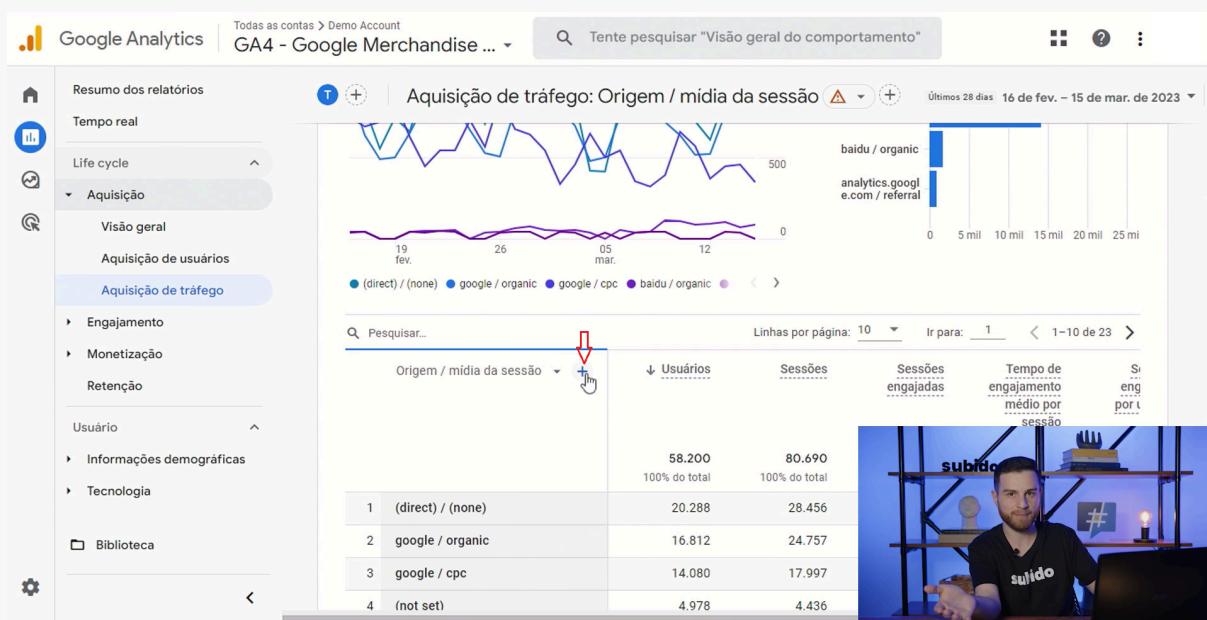
google / organic

google / cpc

baidu / organic

19 fev. 26 05 mar. 12

**11** Você também pode atribuir uma dimensão secundária para avaliar melhor e, para isso, basta clicar no botão “**+**” que acompanha o texto “origem/mídia da seção”:



**12** Em seguida você vai se deparar com muitas opções de seleção, mas você também pode usar o campo “**pesquisar itens**” para atribuir uma dimensão secundária:



**13** Na sequência os dados solicitados vão aparecer na coluna à direita da coluna principal:



Deu para entender melhor como funciona o relatório no menu aquisição dentro do GA4?

Caso não, leia este material várias vezes e aproveite para colocar em prática o quanto antes.

Continue sua jornada de estudos!