

Marketing Digital



Google Analytics 4



GUIA DA AULA 3



Rastreie eventos e conversões



Acompanhe aqui os temas que serão tratados na videoaula.

- **Rastreamento de eventos**
- **Validando os eventos**
- **Transformando eventos em conversões**
- **Configurando metas de conversão**
- **Exportando conversões para o Google Ads**
- **Analizando o desempenho de conversões**



Rastreamento de eventos



- Identificar os eventos importantes a serem rastreados no site (ex.: cliques em botões, envio de formulários).
- Acessar o Google Tag Manager e criar uma nova tag para o evento.
- Nomear a tag (ex.: "GA4 - Button Click") e selecionar o tipo de tag "Google Analytics: GA4 Event".
- Inserir o ID de medição do GA4 no campo "Measurement ID".



- Configurar o nome do evento e os parâmetros, se necessário (ex.: "click", "element_id").
- Clicar em "Triggering" e criar um gatilho específico para o evento (ex.: "Click - All Elements").
- Definir condições para o gatilho, como "Click ID" ou "Click Text", e clicar em "Salvar".
- Salvar a tag e enviar/publicar as alterações no Google Tag Manager.



Validando os eventos



- Acessar o Google Analytics 4 e navegar até a seção "Realtime" (Tempo Real).
- Interagir com o site, realizando a ação do evento rastreado (ex.: clicar no botão).
- Verificar se o evento aparece na seção "Realtime" do Google Analytics 4.
- Caso o evento não apareça, revisar a configuração da tag e do gatilho no Google Tag Manager e republicar as alterações.
- Analisar os dados do evento no GA4 em relatórios personalizados e no Explorador de Análise para entender o impacto e a eficácia do evento.



Transformando eventos em conversões



- Acessar o Google Analytics 4 e navegar até a seção "Configurações".
- Clicar em "Conversões" no menu lateral esquerdo.
- Clicar em "Novo evento de conversão" para criar uma conversão com base em um evento existente.
- Selecionar o nome do evento que deseja transformar em conversão (ex.: "compra_realizada", "cadastro_completo").



Transformando eventos em conversões no GA4

- Configurar parâmetros adicionais, se necessário, como "Valor mínimo" ou "Valor máximo".
- Clicar em "Salvar" para criar a conversão.
- Verificar se a conversão aparece na lista de eventos de conversão e nos relatórios do Google Analytics 4.



Configurando metas de conversão



- Identificar as metas de conversão importantes para o negócio (ex.: vendas, cadastros, leads).
- Definir os eventos que representam essas metas e certificar-se de que estão sendo rastreados no Google Analytics 4.
- Transformar esses eventos em conversões, seguindo as etapas do Tópico 1.
- Acompanhar o desempenho das metas de conversão no Google Analytics 4 e otimizar o site para melhorar os resultados.
- Integrar as conversões do Google Analytics 4 com outras ferramentas, como o Google Ads, para melhorar as campanhas de marketing.



Exportando conversões para o Google Ads



- Acessar o Google Analytics 4 e navegar até a seção "Configurações" e clicar em "Vinculação de propriedades do Google Ads" no menu lateral esquerdo.
- Vincular a propriedade do GA4 à conta do Google Ads, caso ainda não esteja vinculada.
- Navegar até a seção "Conversões" no menu lateral esquerdo e clicar no ícone de lápis ao lado da conversão que deseja exportar para o Google Ads.
- Marcar a opção "Compartilhar conversões com a conta do Google Ads vinculada" e clicar em "Salvar".
- Acessar o Google Ads e verificar se a conversão aparece na seção "Conversões" do painel "Ferramentas e configurações".



Analizando o desempenho de conversões



- Acessar o Google Ads e navegar até a seção "Campanhas".
- Adicionar a coluna "Conversões" ou "Todas as conversões" para visualizar o desempenho das conversões nas campanhas.
- Analisar o custo por conversão (CPA) e o retorno do investimento em publicidade (ROAS) para avaliar a eficácia das campanhas.
- Ajustar as campanhas com base no desempenho das conversões, otimizando lances, segmentação e outras configurações.
- Utilizar o acompanhamento de conversões para testar diferentes abordagens e identificar as estratégias mais eficazes.



- Acessar o Google Ads e navegar até a seção "Campanhas".
- Adicionar a coluna "Conversões" ou "Todas as conversões" para visualizar o desempenho das conversões nas campanhas.
- Analisar o custo por conversão (CPA) e o retorno do investimento em publicidade (ROAS) para avaliar a eficácia das campanhas.
- Ajustar as campanhas com base no desempenho das conversões, otimizando lances, segmentação e outras configurações.
- Utilizar o acompanhamento de conversões para testar diferentes abordagens e identificar as estratégias mais eficazes.



Bons estudos!

