

Dashboard



Conteúdo não encontrado
Página não encontrada
Página não encontrada
Página não encontrada

Continentes

Selecionar período

Sessões

82.111

↓ -7.1%



Usuários

59.999

↓ -18.7%



Receita total

\$166,95 mil

↑ 9.8%



Engajamento

52,39%

↓ -0.6%



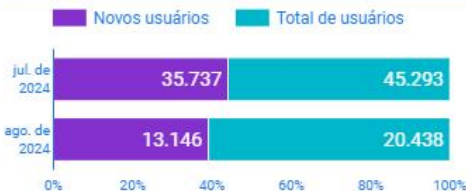
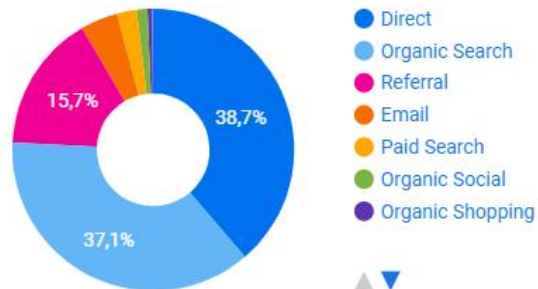
Conversão

1,39%

↑ 9.6%



Canais / dispositivos



Duração média da sessão

00:03:24

↑ 22.1%

Receita média de compra

\$146,06

↑ 8.0%

Taxa de rejeição

47,61%

↓ 0.7%

Eventos por sessão

13,36

↑ 5.3%



Campanhas de
Marketing
Digital para
empresas

Dimensão

Selecionar período

Campanhas

Origem / mídia da sessão	Cliques	Custo dos anúncios	CPC	Receita ▾
(direct) / (none)	0	\$0	null	\$59.198,79
art-analytics.appspot.com / referral	0	\$0	null	\$46.854,33
google / organic	0	\$0	null	\$36.150,69
(not set)	0	\$0	null	\$9.593,67
Newsletter_July_2024 / email	0	\$0	null	\$5.641,76
google / cpc	0	\$0	null	\$3.087,16
Total geral	310	\$938,76	\$3,03	\$166.950,9

Origem / mídia da sessão	Visualizações	Duração média da sessão	Compradores	Taxa conversão
(direct) / (none)	159.211	00:02:45	384	0,72%
(not set)	9.110	00:05:54	50	2,56%
google / organic	56.544	00:03:57	140	1,14%
art-analytics.appspot.com / referral	47.437	00:05:46	335	6,73%
Newsletter_July_2024 / email	6.724	00:04:19	61	5,08%
google / cpc	2.065	00:03:21	11	1,39%
Total geral	288.997	00:03:24	1000	1,39%

Ativar o Windows

Acesse Configurações para ativar o Windows

Análise Case Google Merch Shopping

Objetivos

A análise dos dados da Google Merch Shop foi realizada utilizando o banco de dados da própria Google. Um dashboard foi construído no Looker Studio, permitindo a visualização das principais métricas e a identificação de padrões e tendências de forma eficiente e precisa.

A análise focou em responder às seguintes perguntas:

1. Quais são os principais fatores que influenciam a taxa de conversão (% de sessões que resultaram em compras) no site?
2. Qual é o impacto de diferentes campanhas de marketing (anúncios, e-mail, redes sociais) na geração de tráfego e conversões? Identifique as campanhas mais eficientes em termos de custo por aquisição.

Essa abordagem busca garantir uma compreensão detalhada dos fatores que afetam o desempenho e a eficácia das estratégias de marketing.

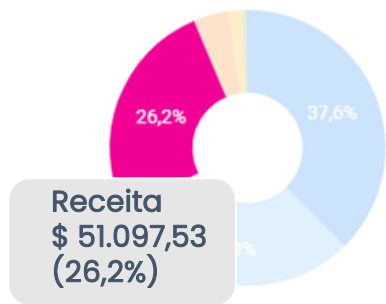
Análise exploratória

Nos últimos 28 dias, houve uma queda de 6,3% no número de sessões no site. No entanto, o total de receita aumentou significativamente em 18% em comparação com o período anterior. Ao analisar a distribuição das sessões e a geração de receitas, podemos observar:

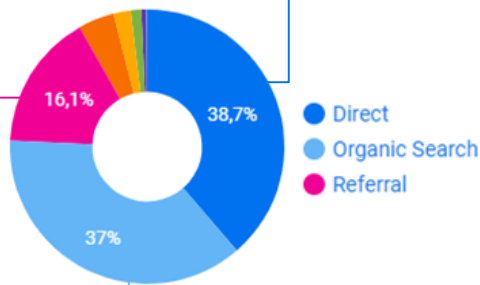


Referências:

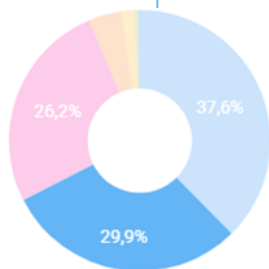
Demonstra ser a maior fonte de receita proporcionalmente, com uma taxa de conversão muito acima da média (chegando a 6.92% em alguns casos), também tendo um maior engajamento.



Sessões



Receita
\$ 44.805,29
(29,9%)



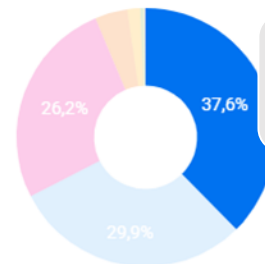
Orgânico:

Sendo o segundo maior faturamento proveniente da união de sua alta visualização com uma taxa de conversão (1.26%) próximo da média (1.44%)



Tráfego direto:

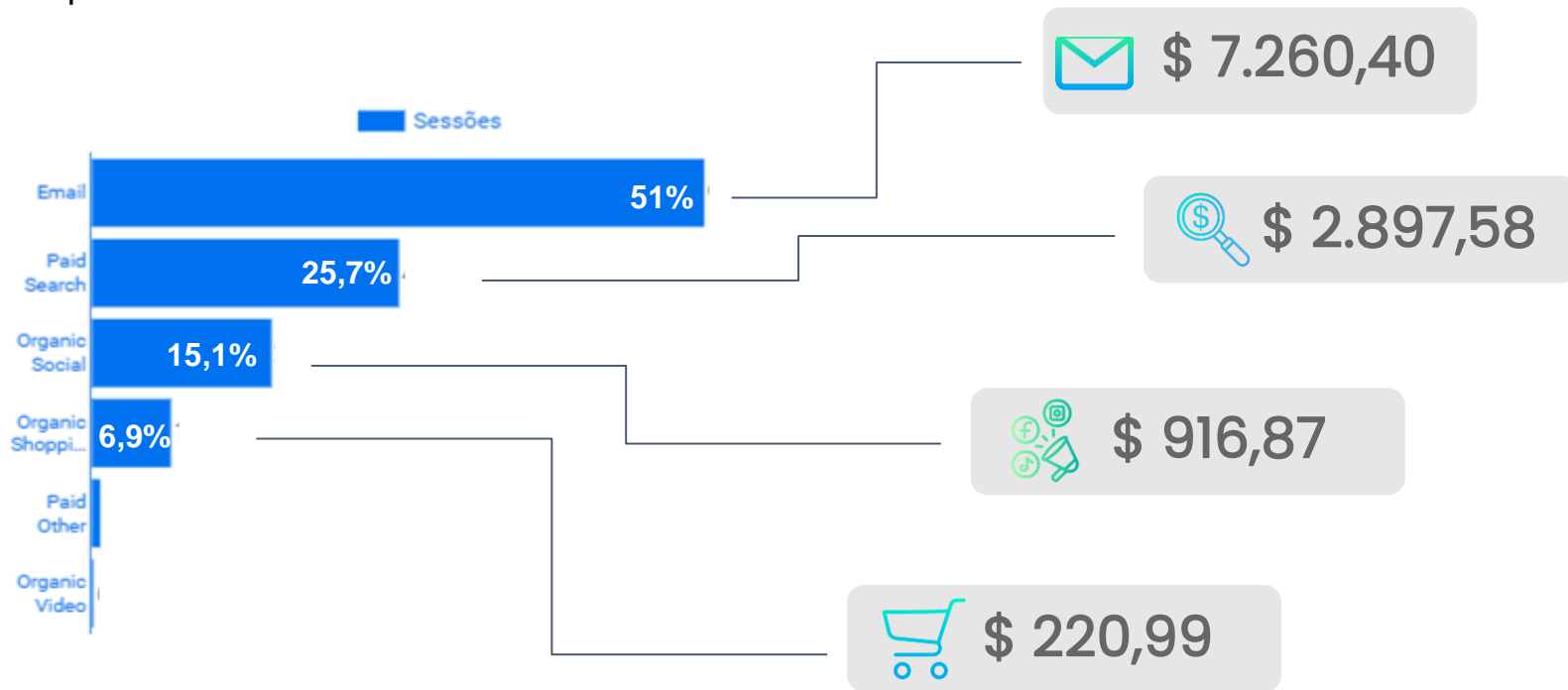
Mesmo tendo uma baixa taxa de conversão (0,75%) e um tempo de visualização abaixo da média, sua alta quantidade de visualização acaba proporcionando a maior receita.



Receita
\$ 64.294,03
(37,6%)

Análise exploratória

Entre os canais que podem ser influenciados por campanhas, observa-se uma maior efetividade na geração de sessões e, conseqüentemente, de receita, proveniente dos quatros principais canais:



Análise exploratória

Possíveis motivos:



Busca Paga: Os usuários que clicam em anúncios pagos geralmente estão mais próximos da decisão de compra, pois muitas vezes estão buscando termos específicos relacionados a produtos ou serviços.



Email: Campanhas de email marketing podem ser altamente segmentadas, atingindo usuários que já mostraram interesse ou que são clientes recorrentes.



Organic Shopping: Esse canal, se estiver relacionado a uma busca direta por produtos, indica uma alta intenção de compra, pois os usuários estão ativamente buscando por algo específico.



Organic Social: Embora seja um canal orgânico, pode capturar usuários engajados que estão prontos para converter, especialmente se o conteúdo social estiver bem alinhado com o que eles estão procurando.

Análise exploratória

Em relação às campanhas, ao identificar um ponto de convergência para maximizar os resultados de conversão, destaca-se o fator “**Duração média da sessão**”. Observa-se que, de maneira geral, quanto maior a capacidade da campanha de reter o usuário por um período igual ou superior à média (3:25 min), maior é a probabilidade de conversão.

Campanhas	Visualizações	Duração média da sessão	Compradores	Taxa conversão ▾
June2024_Summer_V1	303	00:07:46	4	14,81%
(referral)	37.293	00:05:18	244	5,34%
July2024_GreenSummer_V2	1.033	00:03:16	11	5,21%
May2024_MDW_V1	295	00:03:49	3	4,84%
July2024_GreenSummer_V1	3.525	00:04:24	30	4,45%
(direct)	200.456	00:03:07	636	1,15%
(organic)	44.249	00:03:40	96	0,91%
Shopping Free Listings	657	00:04:52	1	0,88%
(not set)	3.548	00:04:25	7	0,48%
June2024_Summer_V2	43	01:26:23	0	0%
Jan2024_ChromeDino_V1	10	00:05:04	0	0%

Análise exploratória

Ainda dentro das campanhas, um caminho promissor é aumentar o investimento em anúncios de display. Entre as campanhas realizadas no período, as que tiveram melhor performance e o menor custo por clique (CPC) foram aquelas focadas em exibição de displays. Isso sugere que os anúncios de display não só atraíram mais cliques a um custo eficiente, mas também alcançaram um público-alvo mais engajado, potencializando o retorno sobre o investimento.

Campanhas	Cliques ▾	Custo dos anúncios	CPC
[Do Not Edit - TW only] Merch Shop Display & Video evergreen 01/03/2023	28.488	\$231,04	\$0,01
Google Merch Shop Display evergreen Non-Guaranteed 02/01/2023	312	\$81,96	\$0,26
Merch Shop Display & Video imprs lost & added imprs reach evergreen 03/28/2023	268	\$46,52	\$0,17
Google Merch Shop Trueview for shopping evergreen 02/01/2023	155	\$140,46	\$0,91
[Do Not Edit - TW Only] Merch Shop Youtube VAC optimized targeting 03/27/2027	126	\$116,5	\$0,92
Google Merch Shop CTV 3p & YT evergreen 10/27/2022	2	\$315,15	\$157,58
Merch Shop Youtube VAC optimized targeting 03/27/2023	1	\$135,26	\$135,26

Recomendações

Aumentar o Investimento em Canais Eficazes



Foco em Email, Busca Paga, Organic Social e Organic Shop: Estes canais geraram receita. Aumente o investimento neles e otimize as campanhas para maximizar conversões.

Melhorar a Retenção do Usuário



Aumentar a Duração da Sessão: Como a duração média da sessão (3:25 min) está ligada à conversão, invista em conteúdo engajador, landing pages otimizadas e melhorias na UX para manter os usuários no site por mais tempo.

Explorar Novas Oportunidades de Marketing



Novas Formas de Engajamento: Experimentar com formatos emergentes de marketing, como campanhas de vídeo interativo em mídias sociais, para capturar a atenção dos usuários e incentivar a conversão.

Incentivos



Programas de Fidelidade: Implementar ou aprimorar programas de fidelidade que incentivem os usuários a voltar e comprar repetidamente.

Conclusão

Em resumo, a análise revelou que, apesar da queda nas sessões, houve um aumento significativo na receita, impulsionado principalmente por canais como email, busca paga, organic social e organic shopping. Para otimizar os resultados, recomenda-se intensificar os investimentos nesses canais, focar em estratégias que aumentem a retenção dos usuários e expandir as campanhas de display, que demonstraram alta eficiência. Com essas ações, é possível maximizar o retorno sobre as campanhas e continuar a trajetória de crescimento da receita.