



Data Science Academy

www.datascienceacademy.com.br

Visualização de Dados e Design de Dashboards

Projeto 3

Web Analytics Dashboard

Web Analytics é o processo de coleta, monitoramento e análise dos dados de navegação, tráfego e de interação dos visitantes de uma página web. Sua utilização busca compreender o comportamento dos usuários e otimizar o desempenho de websites com técnicas usadas principalmente em campanhas de marketing e publicidade na internet.

Web Analytics é a análise de dados quantitativos e qualitativos sobre a experiência dos usuários no web site. São dados analisados para uma melhora constante do site afim de atingir resultados.

As primeiras iniciativas de análise dos dados de navegação tiveram início por meio dos logs de servidores. Sempre que você acessa um site, o seu navegador requisita informações de um servidor de internet no qual o site está hospedado. Cada um dos elementos de linguagem HTML requisitados gera automaticamente o registro dos acessos efetuados no servidor. Esse registro, chamado de log de servidor, armazena informações que identificam diversos aspectos relacionados ao usuário que está acessando a página.

A análise dos logs dos servidores logo passou a ser usada para fornecer indicadores de navegação. Bastava contabilizar o número de requisições feitas ao servidor para obter o número de acessos, já que na época os sites até então eram formados por um único documento em linguagem HTML.

O aparecimento de novas tecnologias de navegação e de construção de websites fez com que esse método para obtenção de dados de navegação fosse mais utilizado só até a metade dos anos 90. A tarefa de contabilizar os logs dos servidores manualmente se tornou cada vez mais difícil à medida que mais elementos passavam a ser incorporados às páginas de internet. O resultado era uma quantidade maior de requisições aos servidores, inflando o número de logs.

A solução proposta para driblar as dificuldades do sistema de análise de logs foi a utilização de tags incorporadas ao código HTML da página. O sistema de *tagueamento* funciona com o envio de requisições a um servidor externo assim que a tag contida no código do site é lida pelo browser. Esse servidor, por sua vez, coleta a informação e contabiliza a visita.

Tags são pedaços de código JavaScript inseridos em cada uma das páginas que se deseja monitorar. Outra tarefa atribuída a elas é a instalação dos chamados cookies nos navegadores de internet. Os cookies identificam o usuário durante sua primeira visita a uma determinada página e são usados para memorizar as preferências de navegação em visitas subsequentes.

A utilização desse tipo de tecnologia permitiu o surgimento de diversas ferramentas de web analytics. Além de contabilizar dados de acesso os serviços de web analytics são muito usados para avaliar os aspectos de interação (cliques) dos usuários nas páginas de internet, sendo que existe outro grande número de aplicações para eles.

Os serviços de web analytics podem ser utilizados com o propósito de identificar melhorias quanto ao desempenho de campanhas de marketing, fornecendo as taxas de cliques e outros indicadores relacionados a banners e anúncios de texto. Eles também possibilitam que um webmaster, por exemplo, identifique as origens do tráfego em sua página, bem como trace o perfil e o comportamento dos visitantes. Eles podem ainda auxiliar no levantamento de informações para pesquisas de mercado.

Existem inúmeras soluções para web analytics disponíveis no mercado. A escolha e a contratação de uma ferramenta começam com a definição de métricas, o que ocorre sempre de acordo com os objetivos de sua página de internet. Para cada objetivo existe uma métrica. Podemos classificá-las em: métricas para criadores/editores de conteúdo, métricas para monitoramento de redes sociais, métricas de navegação e métricas de marketing digital e anunciantes. Conheça abaixo algumas das soluções mais usadas.

Google Analytics – Lançado em 2005, o Google Analytics é a solução usada por mais de 55% dos 10 mil sites mais populares da internet. O serviço é oferecido gratuitamente para os sites com até 10 milhões de visualizações mensais.

Navegg – O Navegg é uma solução brasileira para dados de audiência utilizada por mais de 8 mil sites e oferece soluções de classificação e gerenciamento de público para sites e anunciantes.

A IBM e a Adobe são empresas que também atuam no desenvolvimento de serviços para web analytics. Suas soluções, respectivamente IBM Enterprise Marketing Management e Adobe Digital Marketing Suite, têm um amplo campo de serviços.

Web Analytics é diferente de Google Analytics. As definições são:

Google Analytics – Ferramenta para monitoramento do site, onde são acumulados dados;

Web Analytics – Análise de dados capturados através de uma ferramenta como o Google Analytics.

Existem pouco profissionais e agências especializadas em Web Analytics. É normal encontrar no mercado agências de performance (adwords, SEO, comparadores) que também realizam esse trabalho, mas são mais focadas em análise de campanhas de mídias.

Neste projeto, você verá como criar um Web Analytics Dashboard usando R e Shiny. Para executar o Dashboard, abra o Rstudio, defina sua pasta de trabalho onde estão os arquivos do projeto (disponíveis para download no canto superior direito do seu vídeo) e clique em Run App. Para usar o Dashboard com seus próprios dados, você precisa coletar os dados da sua conta no Google Analytics.

Você pode incorporar ao projeto, módulos de análise de dados ou de envio de e-mails ou ainda publicar seu Dashboard online, usando o serviço de hospedagem do Shiny.



