



Google Analytics GA4

Relatório Comparativo

BC43 | MÍDIA DIGITAL E PERFORMANCE

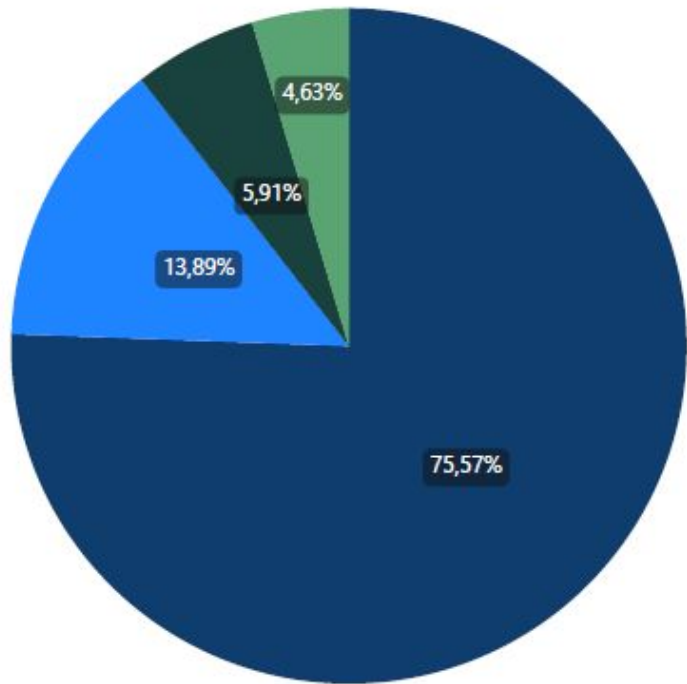
LUIZ FELIPE MARTINS DE LIMA

Análise de dados do GA4 do Google Merch Shop no período de 01/12/2022 a 31/12/2022

Cidade	↓Usuários ativos	Novos usuários	Tempo de engajamento médio por sessão	Conversões	Receita total	Receita média de compra por usuário
Totais	70.071	59.047	1 min 26 s	308.242	\$ 181.635,31	\$ 2,59
2 New York	4.189	3.376	1 min 46 s	18.321	\$ 25.231,93	\$ 6,02
3 Los Angeles	2.644	2.239	1 min 24 s	9.091	\$ 10.725,73	\$ 4,06
4 Chicago	2.254	1.890	1 min 12 s	6.880	\$ 8.415,64	\$ 3,73

Nova Iorque demonstra um desempenho significativamente superior às cidades de Chicago e Los Angeles em diversos aspectos, incluindo o número de **novos usuários (3376)**, a **receita total (\$ 25.231,93)** e as **conversões (18.321)**.

No entanto, ao analisar os dados disponíveis, é possível identificar alguns fatores onde podemos gerar novos insights.



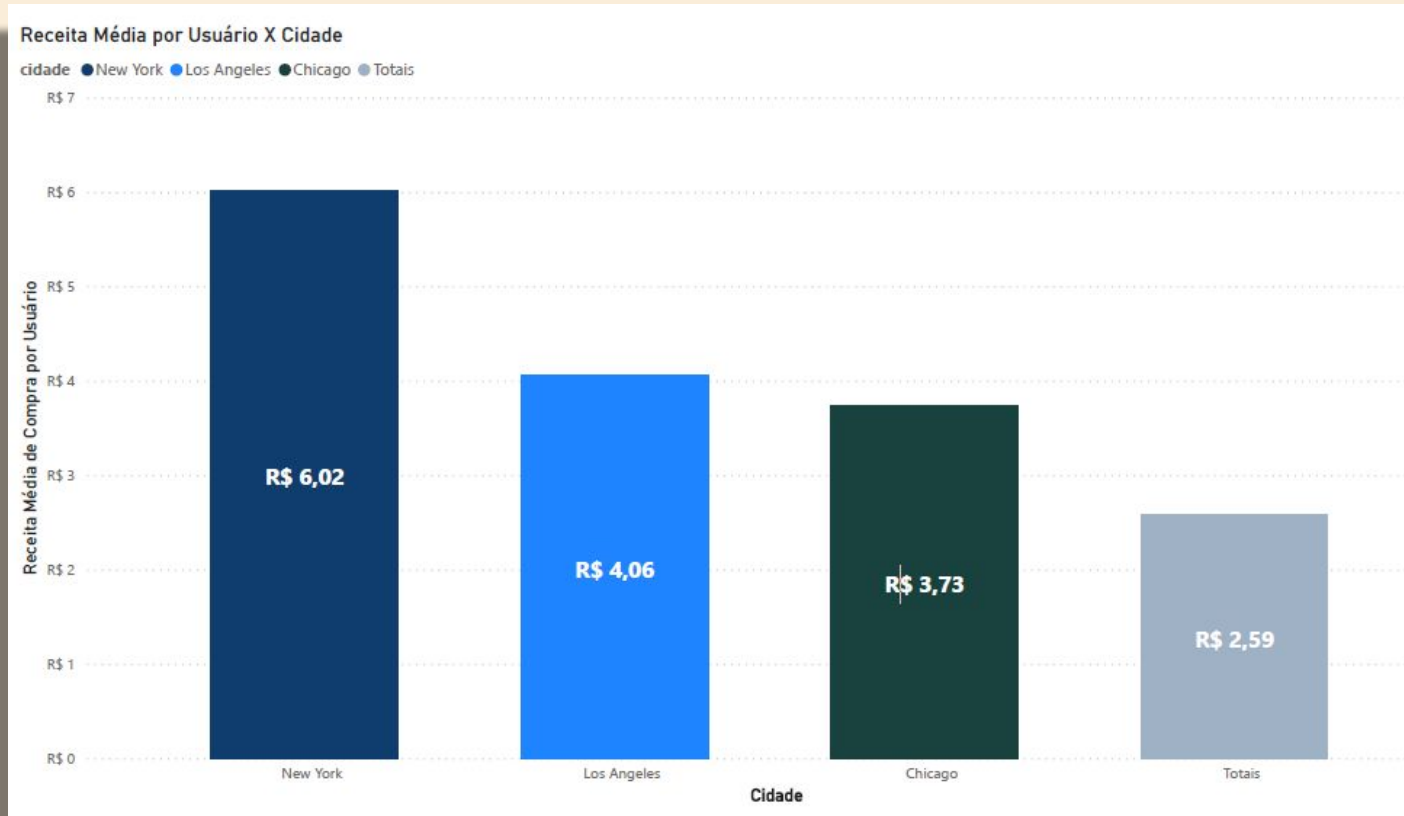
cidade ● Outros ● New York ● Los Angeles ● Chicago

Percentual do Total de Receita por Cidade

Podemos observar que os dados indicam que Nova Iorque contribui com **13% da receita total do mês**, contribuindo muito para a receita final no mês analisado.

Sendo também a cidade com o maior número de acessos de **usuários ativos (4189)** e **receita média de compra por usuário (\$ 6,02)**.

Receita Média por Usuário X Cidade



Outros dados relevantes são que os **3 estados estão com a receita média de compra por usuário acima da média total**, contribuindo muito para a receita ao final do período.

Relação Receita Total X Conversões por Cidade

Soma de receita_total e Soma de conversoes por cidade

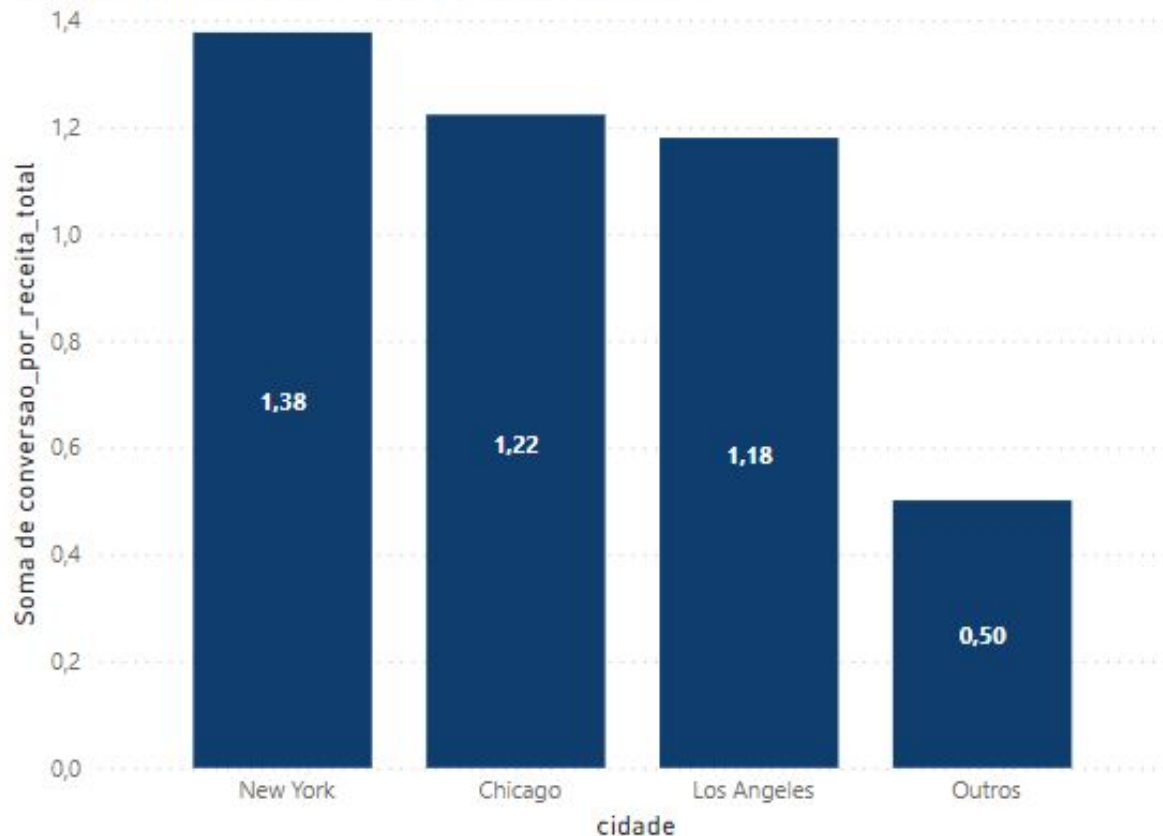
● Soma de receita_total ● Soma de conversoes



Proporcionalmente, as cidades apresentam uma relação muito semelhante entre **receita total** e **o total de conversões**.

Relação Receita Total por Conversões

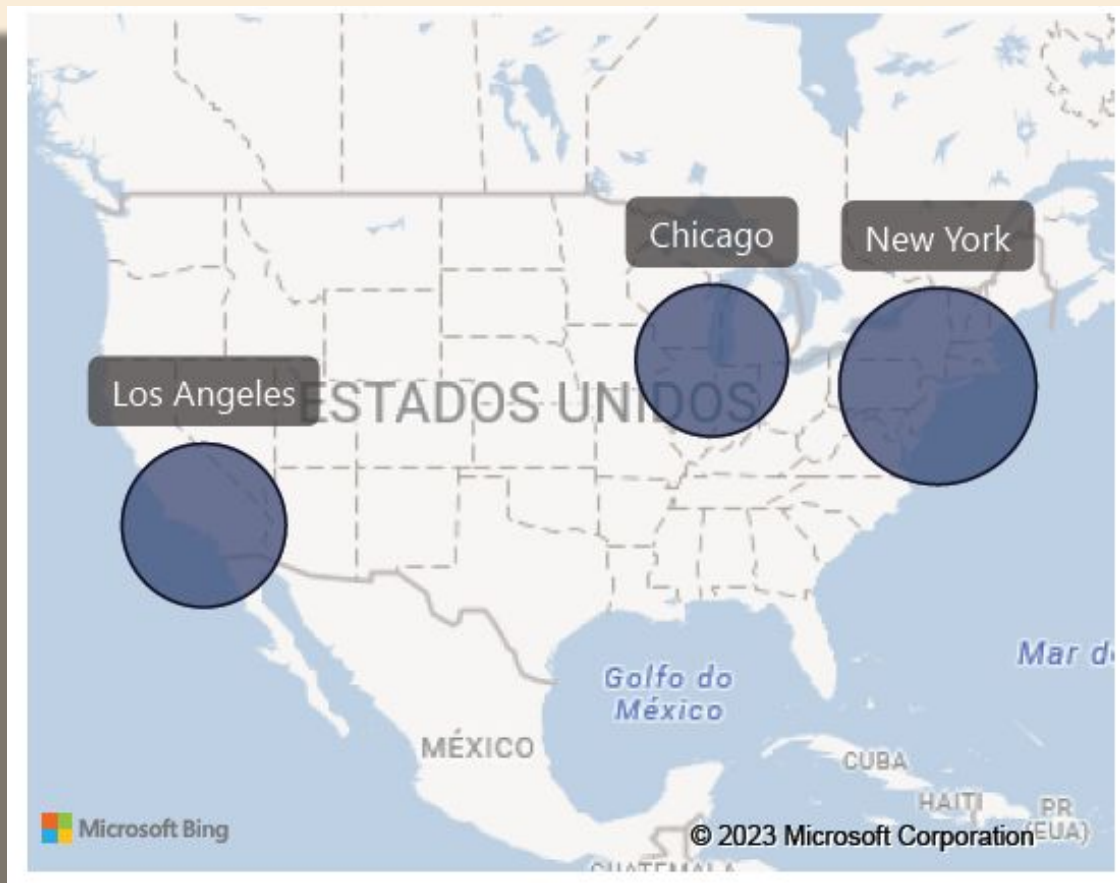
Soma de conversao_por_receita_total por cidade



No entanto, ao analisarmos a relação entre **conversão e receita total por cidade**, **Chicago supera Los Angeles**. Isso pode indicar que a estratégia de marketing em Chicago no período pode ter funcionado bem.

Também pode sugerir que haveria a necessidade de ajustes na estratégia em Los Angeles para aumentar as taxas de conversão e a receita naquela área nos meses seguintes.

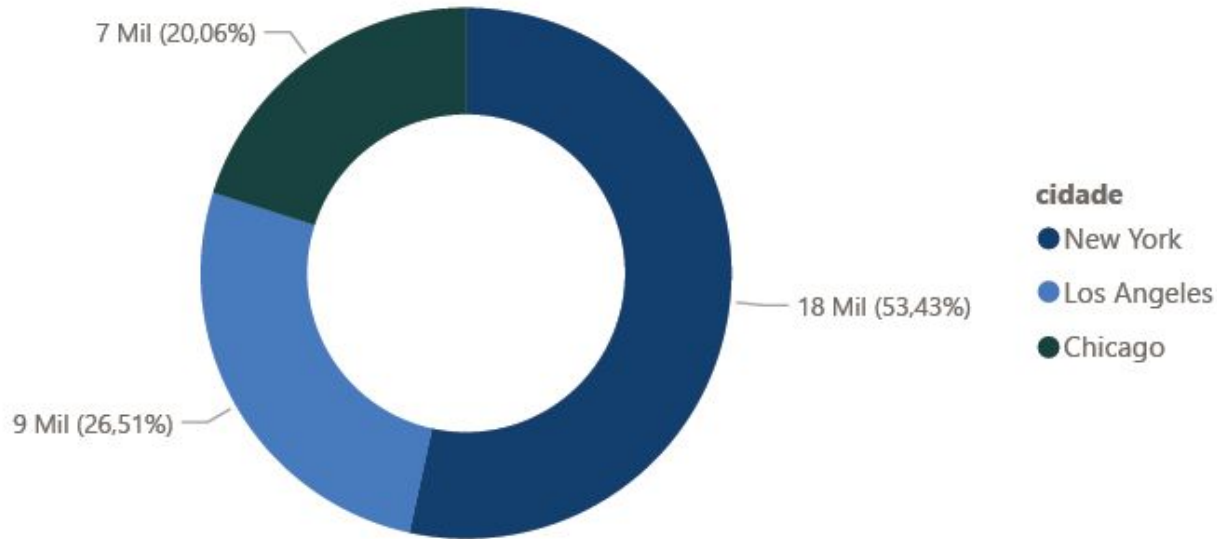
Novos Usuários por Cidade



Outros fatores também poderiam ter influenciado os dados, já que, durante o período festivo de fim de ano, especialmente no Natal, **Chicago e Nova Iorque** são alguns dos destinos mais populares devido ao clima frio e a possibilidade de neve, muitos dos acessos podem ter sido realizado neste momento.

Soma de conversões das três cidades

Soma de conversoes por cidade



Em números gerais de conversões por cidade (**somando as três cidades**), podemos observar que **Nova Iorque teve mais conversões do que Los Angeles e Chicago somadas (18 mil conversões ou 53% do total dos três estados).**

Conclusão

Em última análise, ao examinarmos os dados do período em questão, observamos que **Nova Iorque** apresenta números absolutos superiores aos de Los Angeles e Chicago.

No entanto, há indícios de que Chicago teve uma taxa de conversão eficaz, o que resultou em uma receita proporcionalmente sólida.

De maneira geral, os três estados desempenharam um papel crucial na geração de receita durante o período analisado.