

GOOGLE ANALYTICS

CONCEITOS BÁSICOS

USUÁRIO x SESSÃO x EVENTO

- **Usuário:** uma pessoa que acessa seu site ou app.
 - **Sessão:** grupo de interações do usuário em um determinado período.
 - **Evento:** interação específica no site/app (ex: clique, envio de formulário, visualização de página).
-

O QUE É O GOOGLE ANALYTICS?

O **Google Analytics** é uma ferramenta de *digital analytics* que ajuda a entender como os usuários interagem com seu site ou app, permitindo otimizar as estratégias de marketing com base em dados reais.

Com o aumento das exigências de privacidade, novas regulamentações e a redução do uso de cookies de terceiros, a medição digital tornou-se mais complexa, exigindo novas abordagens como a coleta baseada em eventos.

COMO O GOOGLE ANALYTICS COLETA DADOS

TAGS E SDKs

- A coleta de dados é feita por meio da **tag do Google Analytics** no site.
- Essa tag registra informações como:
 - Tipo de dispositivo
 - Localização geográfica
 - Interações no site ou app (eventos)
- Para **apps mobile**, deve-se usar o **SDK do Firebase**.

Eventos

Todas as interações são registradas como **eventos**. O GA4 usa uma linguagem comum de eventos tanto para apps quanto para sites.

ESTRUTURA DO GOOGLE ANALYTICS

1. **Conta:** coleção de propriedades de uma única empresa.
2. **Propriedade:** agrupa os dados de um site ou app.
3. **Fluxo de dados:** representa o tráfego de um site ou app. É onde se define quais dados serão coletados (Web, iOS ou Android).

💡 *Exemplo:* Um serviço de entrega de comida pode ter:

- 1 propriedade
 - 3 fluxos de dados (Web, iOS, Android)
-

⚙️ CONFIGURAÇÕES DA CONTA

Para conectar um site:

- Crie um **fluxo de dados da Web**.
- Isso gera:
 - Um **ID de métrica**
 - Uma **tag de rastreamento**

Como adicionar a tag:

- Via **Google Tag Manager**
 - Manualmente no código
 - Informando o ID ao criador de sites
-

👥 FUNÇÕES DE USUÁRIOS

Permissões (níveis superiores herdam os inferiores):

- **Administrador**
 - **Editor**
 - **Profissional de Marketing**
 - **Analista**
 - **Leitor**
 - **Nenhum**
-

RELATÓRIOS

Tipos de relatório

- **Resumo:** cards com dados agregados por tema.
- **Detalhado:** análise profunda com 1 ou 2 dimensões.

Elementos principais

- **Eventos:** interações mensuráveis (ex: visualização de vídeo).
- **Parâmetros de evento:** detalham o evento (ex: nome do vídeo, duração).
- **Conversões:** eventos considerados importantes (ex: compra, cadastro).
- **Dimensões:** descrevem "quem, o que, onde".
- **Métricas:** respondem "quantos".

Biblioteca de Relatórios


- Acesse: Relatórios > Biblioteca
- Pode criar ou personalizar coleções (máx. 7 por propriedade)

EVENTOS

- Coletados automaticamente (ex: visualização de página)
- **Eventos personalizados:** definidos por você, com nomes e parâmetros próprios.

Escopos de dimensão:

- **De evento:** nome do artigo acessado
- **De usuário:** dispositivo usado
- **De item:** características de produtos (ex: cor da garrafa)

 **Observação:** dados personalizados não aparecem automaticamente nos relatórios.

CONVERSÕES

- Qualquer ação valiosa (ex: compra, download)

Como marcar uma conversão:

1. Certifique-se de que o evento foi coletado
 2. Vá em **Administrador > Eventos**
 3. Marque como conversão (toggle)
-

FILTRO DE DADOS


Tipos de filtro:

- **Tráfego de desenvolvedor:** atividades de debug
- **Tráfego interno:** por IP ou intervalo de IPs

 *Importante:* os dados filtrados **não são coletados** nem recuperáveis.

REFERÊNCIAS (REFERRALS)

- **Referências:** sites que direcionam tráfego ao seu.
- **Indesejadas:** tráfego de ferramentas internas ou transações de clientes que você **não quer contar**.

 Caminho: Administrador > Fluxo de dados > Configurações da tag >

Indicações indesejadas

FILTROS DE RELATÓRIOS

- Use "Adicionar comparação" para comparar segmentos.
 - Personalize relatórios e compartilhe por link.
-

FERRAMENTA “ANALISAR”

- Acesso pessoal até ser compartilhada.
- Para editar uma análise compartilhada, **duplique**.

Tipos:

- **Formato livre**
- **Análise de funil**
- **Análise de caminho**

- Entre outras

RELATÓRIOS DE AQUISIÇÃO E ENGAJAMENTO

- **Relatórios de aquisição:** mostram como os usuários chegam até você (ex: tráfego pago, direto, redes sociais).
- **Relatórios de engajamento:** mostram como os usuários interagem no site (ex: páginas mais acessadas, conversões).

GOOGLE ADS + GA4


- Com a **vinculação ao Google Ads**, você pode:
 - Criar públicos altamente segmentados
 - Medir o **ROAS (Retorno sobre o Investimento em Publicidade)**
 - Acompanhar conversões
 - Analisar jornadas do usuário e atribuições multicanal

PUBLICIDADE

- Métricas por canal (Ads, orgânico, social)
- Atribuição multicanal (quem influenciou na conversão?)
- Desempenho de anúncios do **AdSense**, se houver

SEGMENTOS x PÚBLICOS-ALVO

- **Segmentos:** subconjuntos temporários de usuários com base em critérios (ex: compras acima de R\$ 100)
- **Público-alvo:** grupo estático ou dinâmico de usuários com características comuns
- **Público preditivo:** baseado em métricas com inteligência preditiva

 Segmentos são criados na **ferramenta Analisar**

EXCLUSÃO DE DADOS

- **Excluir dados do usuário:** remoção em até 72h após o pedido
 - **Excluir propriedade:** leva 35 dias (não recuperável)
 - **Pedir exclusão de dados:** inicia após 7 dias da solicitação
-

EXPORTAÇÃO DE DADOS

BigQuery

- Data warehouse escalável e econômico
- Permite:
 - Executar SQL
 - Combinar dados externos com os do GA4
 - Aplicar aprendizado de máquina

Modos de exportação:

- **Diária:** 1 vez por dia
- **Streaming:** contínua (quase em tempo real)