

IMPLEMENTAR GOOGLE ANALYTICS

Sistematização do processo de integração de Google Analytics em website



Conectar o Google Analytics com o Website

1. Ir a <http://www.google.com/analytics/>
2. Clicar em "Sign-in" e inserir os dados da conta Gmail. Sem conta Google, criar uma, clicando no link "Create an account"
3. Após iniciar sessão, clicar em "Start using Google Analytics"
4. Inserir um nome de conta, nome do website do negócio, URL do website, tipo de indústria e zona horária. Validar ou não as quatro caixas de definições de partilha de dados, de acordo com as preferências. Isto ajuda a Google a melhorar a oferta do seu serviço.
5. Clicar no botão "Get Tracking ID" no fundo da página e aceitar os termos e condições da Google Analytics.
6. Copiar o código fornecido e inseri-lo em cada página do website. A forma de inserção depende do CMS usado para construção do website. É recomendado verificar com o fornecedor CMS qual a melhor forma de inserir o código.
7. Voltar à conta Google Analytics. Após completar corretamente todos os passos, atualizar o calendário de acordo com o dia e de seguida visitar o website do negócio.



Remover o endereço IP do Google Analytics (para garantir que ao editar ou visitar o website não se afetam as métricas de análise de tráfego do website)

1. Descobrir o endereço IP. Uma opção fácil é <http://www.whatismyip.com/>.
2. Fazer log-in na conta Google Analytics
3. Selecionar "Admin" na barra de navegação no topo
4. Em "Account", selecionar "All Filters"
5. Selecionar "+ New Filter" Adicionar um nome ao filtro, dependendo do endereço IP. Por exemplo, se se tratar do IP da página inicial, poderá ser "Filtro Página Inicial"
6. Selecionar "Predefined filter" e depois excluir tráfego de endereços iguais ao endereço IP. Para tal, inserir o endereço IP.
7. Aplicar o filtro a "All Website Data"
8. Selecionar "Save"

IMPLEMENTAR GOOGLE ANALYTICS

Definir quais as métricas a analisar. De acordo com os objetivos do website, dar primazia às métricas em baixo e, se necessário, acrescentar outras para uma melhor análise. As métricas mais básicas e importantes são:

1. Sessões (Sessions)
2. Utilizadores (Users)
3. Visualizações de Página (Pageviews)
4. Páginas por sessão (Pages per session)
5. Tempo médio da sessão (Average session duration)
6. Rácio de Bounce (Bounce rate)
7. Percentagem de novas sessões (Percent of new sessions)

Estas métricas podem ser analisadas na secção “Overview”

Obter a visão global (Overview) da performance do website

1. Iniciar sessão na conta Google Analytics
2. Seleccionar “All Web Site Data”, que leva à secção “Audience Overview” dentro de Google Analytics Reporting
3. Definir o período de tempo desejado no canto superior direito
4. Seleccionar “Compare to”
5. Seleccionar “Previous Period”
6. Clicar em “Apply”

Conhecer as maiores fontes de tráfego no Google Analytics. Para novos websites, há quatro fontes comuns de tráfego:

1. Tráfego direto (visitantes que chegam ao website escrevendo o URL)
2. Tráfego orgânico (via motores de busca)
3. Tráfego de referência (via outro website com link para o site do negócio)
4. Tráfego Social (via redes sociais)

IMPLEMENTAR GOOGLE ANALYTICS



Descobrir as fontes de tráfego:

1. Iniciar sessão na conta Google Analytics
2. Selecionar “All Web Site Data”, que leva à secção “Audience Overview” dentro de Google Analytics Reporting
3. Clicar em “Acquisition” no menu de navegação à esquerda
4. Clicar em “Overview”
5. Ajustar o intervalo de datas no canto superior direito de acordo com as preferências
6. Clicar em “Apply”



Descobrir onde os visitantes vão primeiro.

1. Iniciar sessão na conta Google Analytics
2. Selecionar “All Web Site Data”, que leva à secção “Audience Overview” dentro de Google Analytics Reporting
3. Selecionar “Behavior” na barra de navegação esquerda
4. Clicar em “Site Content”
5. Clicar em “Landing Pages”
6. Ajustar o intervalo de datas no canto superior direito de acordo com as preferências
7. Clicar em “Apply”



Definir objetivos de performance

1. Selecionar “Admin” na barra de navegação superior
2. Na terceira coluna, definir um novo objetivo em “Goals”
3. Ao criar um novo objetivo, existirão três modelos para escolher. Independentemente do modelo escolhido, os objetivos serão sempre baseados nestes comportamentos:
 - Destino (carregar uma localização em particular)
 - Duração (sessões que duram um período específico de tempo, ou mais)
 - Páginas por sessão (o utilizador vê um número específico de páginas)
 - Evento (uma ação definida como “Evento” é originada)



Analisar o progresso ao longo do tempo e constantemente repensar:

1. Que páginas podem ser melhoradas
2. Em que fontes de tráfego focar
3. Como os utilizadores utilizam o website