

Ads & Performance ²⁰¹⁹

Conference by **e-commerce**brasil



Google Analytics - Como estruturar, Quais indicadores medir e que decisões tomar a partir deles?

Caique Dourado | Gerente de E-commerce - Editora Juspodivm



Caique Dourado

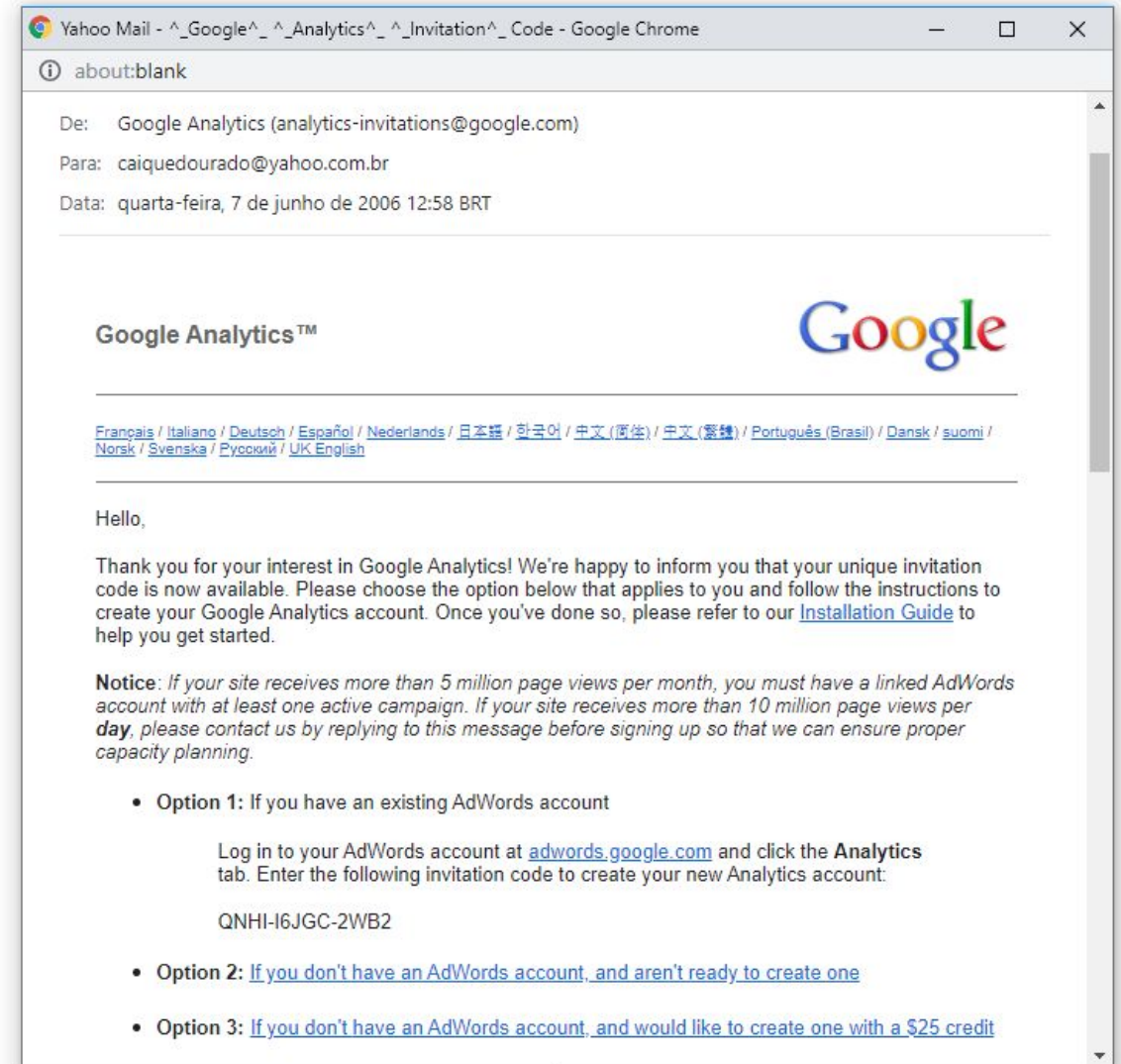
Caique Dourado

- Gerente de E-commerce da Editora Juspodivm
www.editorajuspodivm.com.br

- Membro do conselho diretivo da ABLEC
www.ablec.com.br

- Programador

- Usuário do GA desde 2006



ARRUMANDO A CASA!





Caique Dourado

Parâmetros de URL

Parametrize tudo:

- E-mails transacionais
- Newsletters
- Push
- Campanhas de redes Sociais
- Campanhas Off-line (impressos)

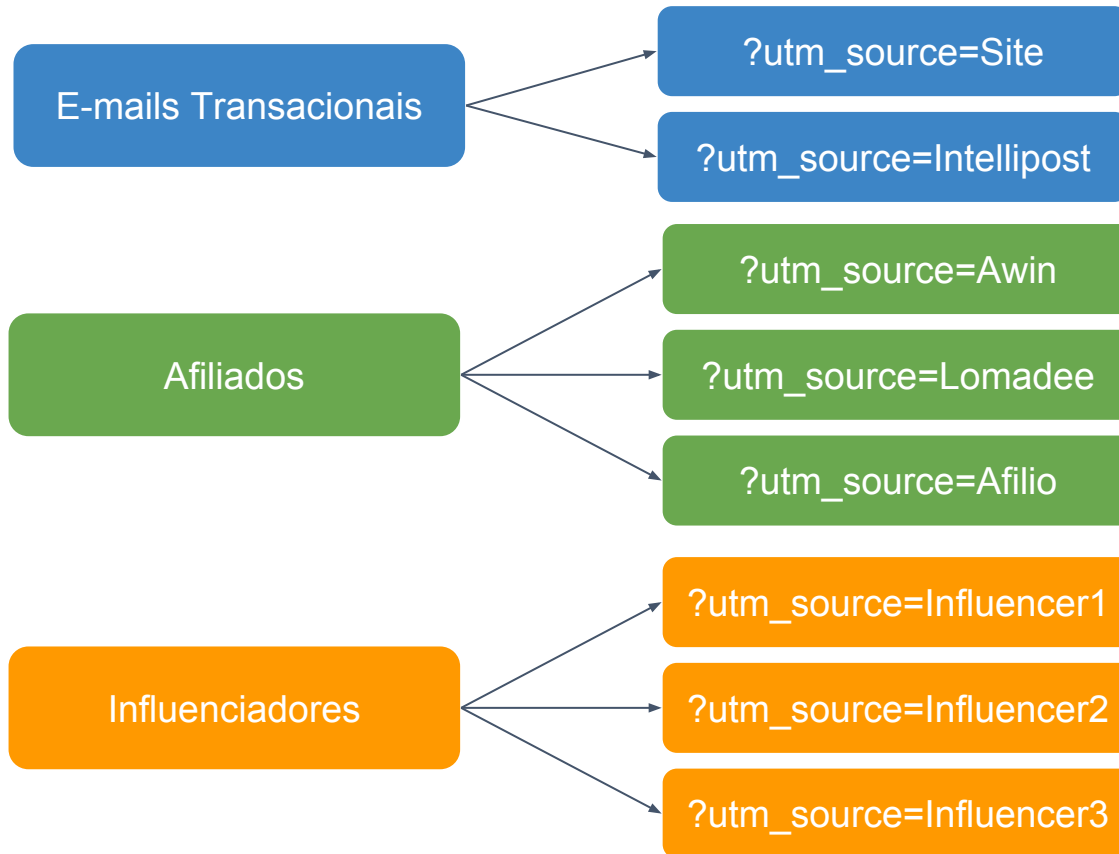
Cuidado com os redirects!



Planilha para codificação de Links:
caiquedourado.com.br/ga-links



Agrupamento de Canais





Crie eventos!

- **Utilização de cupons**
- Produto sem estoque (número, tamanho, voltagem)
- Cálculo de frete (uso posterior em remarketing)
- Erros de preenchimento nos Forms
- Push Notification: Detectar visitantes que permitiram
- Cliques nos itens do FAQ
- Cliques no produto (mais detalhes, zoom)
- Buscas no auto-complete do topo
- Erros de JS
- Links de saída do site (ex: selos no rodapé, downloads)

Ação do evento ?	Eventos exclusivos ? ↓
1. CARNAVAL19	11.574 (86,17%)
2. CARNAVAL2019	1.297 (9,66%)
3. CARNAVAL 19	385 (2,87%)
4. CARNAVAL 2019	107 (0,80%)
5. CARNAVAL-2019	4 (0,03%)
6. CARNAVAL29	4 (0,03%)
7. CARNAVAL - 2019	3 (0,02%)
8. CARNAVAL09	3 (0,02%)
9. CARNAVAL19 AVAL19	3 (0,02%)
10. CARNAVAL9	3 (0,02%)

ww.site.com



www.site.com



NÃO FAÇA ISSO!

www.site.com?utm_source=Banner+Interno&utm_campaign=Colecao





Para isso, utilize a Promoção Interna!

Qual banner está vendendo mais?

Nome da promoção interna ?	Comportamento de compra			Conversões Comércio eletrônico		Transações por clique na promoção interna ?
	Visualizações da promoção interna ? ↓	Cliques da promoção interna ?	CTR da promoção interna ?	Transações ?	Receita ?	
	1.042.555 Porcentagem do total: 70,91% (1.470.199)	19.181 Porcentagem do total: 55,57% (34.516)	1,84% Média de visualizações: 2,35% (-21,63%)			2,67% Porcentagem do total: 47,73% (5,60%)
1. Banner Home: bh-/compre-por-colecao/dizer-o-direito?ano-de-lancamento-36=20193	135.437 (12,99%)	703 (3,67%)	0,52%			5,97% (223,38%)
2. Banner Home: bh-/JUS0080	135.437 (12,99%)	895 (4,67%)	0,66%			5,25% (196,35%)
3. Banner Home: bh-/compre-por-colecao/manuais-para-concursos	124.868 (11,98%)	1.341 (6,99%)	1,07%			2,54% (94,80%)
4. Banner Home: bh-/JUS0100	119.649 (11,48%)	5.203 (27,13%)	4,35%			1,40% (52,46%)
5. Banner Home: bh-/mc-142548-142546	119.649 (11,48%)	1.145 (5,97%)	0,96%			4,89% (182,87%)
6. Banner Home: bh-/concursos/detalhe/168	102.665 (9,85%)	4.102 (21,39%)	4,00%			1,29% (48,31%)

Já vai embora?



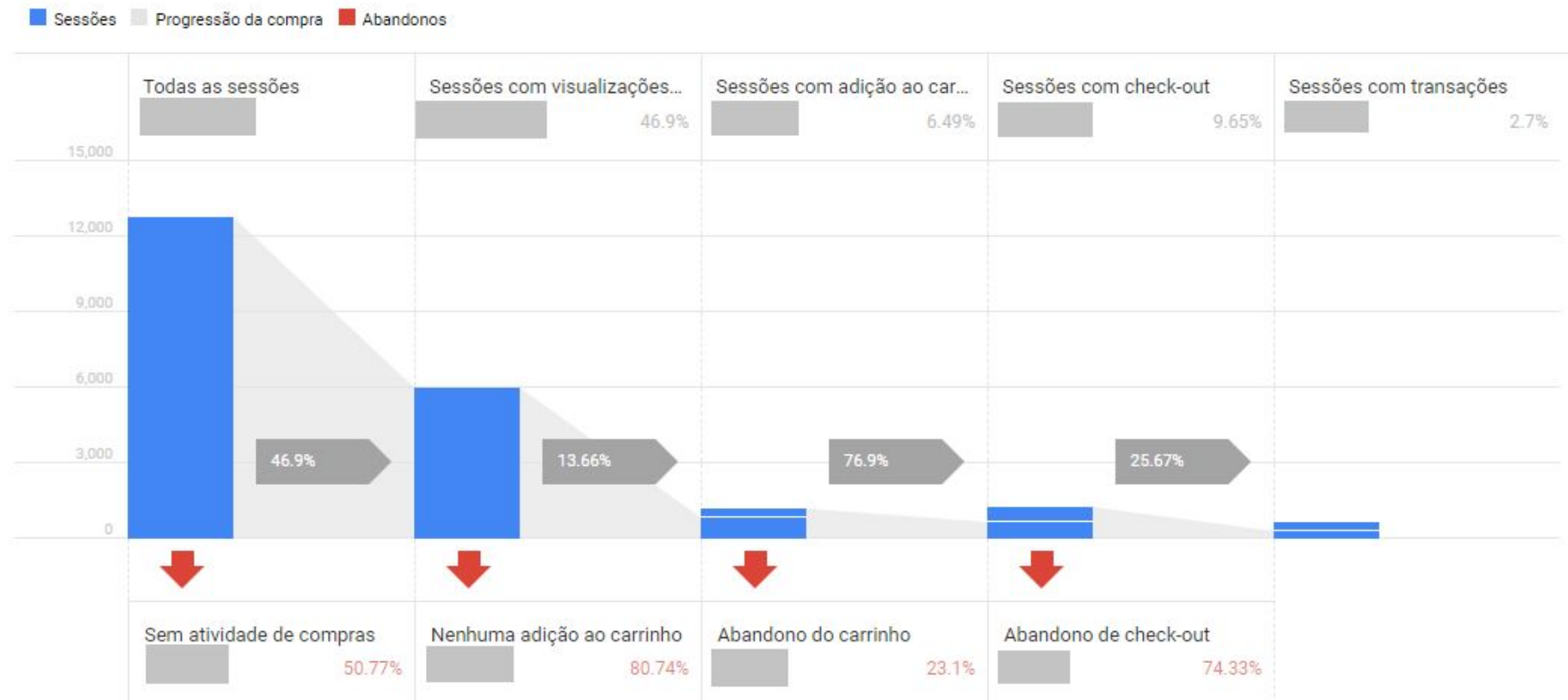
www.site.com?utm_source=FerramentaX



Habilite o Comércio Eletrônico Avançado!

Análise do comportamento de compra:

Crie públicos de Remarketing!





Comércio Eletrônico Avançado

Desempenho da lista de produtos:

Quais categorias despertam maior interesse?

Nome da lista de produtos ?	Visualizações da lista de produtos ? ↓	Cliques na lista de produtos ?	CTR da lista de produtos ?	Produtos adicionados ao carrinho ?
	1.857.576 Porcentagem do total: 61,85% (3.003.123)	35.190 Porcentagem do total: 84,85% (41.473)	1,89% Média de visualizações: 1,38% (37,18%)	5.260 Porcentagem do total: 5,57% (94.473)
1. Coleção Sinopses para Concursos	270.967 (14,59%)	5.319 (15,12%)	1,96%	1.081 (20,55%)
2. Coleção Revisão - Questões Comentadas	96.691 (5,21%)	1.460 (4,15%)	1,51%	166 (3,16%)
3. Direito Penal	95.987 (5,17%)	1.148 (3,26%)	1,20%	201 (3,82%)
4. Compre Por Coleção	94.821 (5,10%)	295 (0,84%)	0,31%	47 (0,89%)
5. Direito Processual Civil	90.711 (4,88%)	1.194 (3,39%)	1,32%	201 (3,82%)
6. Direito Civil	76.442 (4,12%)	890 (2,53%)	1,16%	163 (3,10%)
7. Direito Constitucional	69.791 (3,76%)	990 (2,81%)	1,42%	126 (2,40%)
8. Coleção Leis Especiais para Concursos	66.587 (3,58%)	1.126 (3,20%)	1,69%	183 (3,48%)



Comércio Eletrônico Avançado

Desempenho do produto:

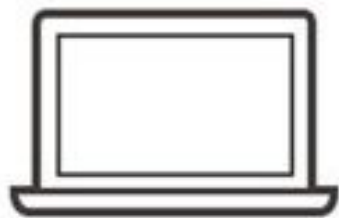
- Taxa de inclusão de produtos no carrinho
- Posição do produto no catálogo

Produto ?	Visualizações da lista de produtos ?	Visualizações de detalhes do produto ?	Produtos adicionados ao carrinho ?	Taxa de produtos adicionados em relação às visualizações dos detalhes dos produtos ?	Taxa de compras em relação às visualizações dos detalhes dos produtos ?
	140.621 Porcentagem do total: 100,00% (140.621)	33.477 Porcentagem do total: 100,00% (33.477)	3.287 Porcentagem do total: 100,00% (3.287)	9,82% Média de visualizações: 9,82% (0,00%)	9,09% Média de visualizações: 9,09% (0,00%)
1. Vade Mecum JusPodivm (2019.1) - Atualizado até 04/01/2019	1.132 (0,81%)	1.816 (5,42%)	391 (11,90%)	21,53%	13,99%
2. Caderno de Estudos da Lei Seca (2019)	473 (0,34%)	1.379 (4,12%)	202 (6,15%)	14,65%	11,39%
3. Vade Mecum de Jurisprudência - Dizer o Direito (2019)	1.126 (0,80%)	683 (2,04%)	87 (2,65%)	12,74%	19,62%
4. Leis Especiais para Concursos - v.2 - ECA (2019)	481 (0,34%)	1.188 (3,55%)	122 (3,71%)	10,27%	9,09%
5. Súmulas do STF e STJ Anotadas e Organizadas por Assuntos (2019)	855 (0,61%)	302 (0,90%)	38 (1,16%)	12,58%	26,16%
6. Direito Penal em Tabelas - Parte Geral (2019)	540 (0,38%)	541 (1,62%)	39 (1,19%)	7,21%	14,05%

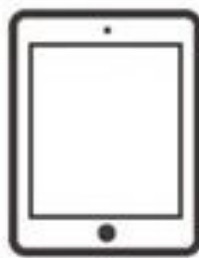
Measurement with Client ID



Client ID



Client ID



Client ID



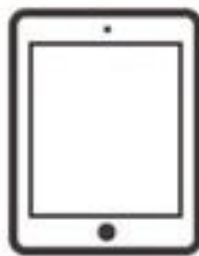
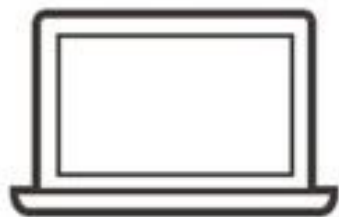
Client ID



4

Unique Visitors

Measurement with User ID



User ID



1

Unique Visitor



Termos de Marca

<input type="checkbox"/>	Agrupamento padrão de canais	Consulta de pesquisa ? x
<input type="checkbox"/>	1. Branded Paid Search	juspodivm
<input type="checkbox"/>	2. Branded Paid Search	juspodium
<input type="checkbox"/>	3. Branded Paid Search	juspodvim
<input type="checkbox"/>	4. Generic Paid Search	vade mecum 2019
<input type="checkbox"/>	5. Branded Paid Search	juspodvm
<input type="checkbox"/>	6. Branded Paid Search	vade mecum juspodivm
<input type="checkbox"/>	7. Branded Paid Search	editorajuspodivm
<input type="checkbox"/>	8. Branded Paid Search	jus podium
<input type="checkbox"/>	9. Branded Paid Search	editora juspodium



Caique Dourado

Métricas Calculadas

ROI
 $(\{\{Receita\}\} - \{\{Custo\}\}) / (\{\{Custo\}\})$

% Custo
 $\{\{Custo\}\} / \{\{Receita\}\}$

Custo médio por Usuário
 $\{\{Custo\}\} / \{\{Usuários\}\}$

% Não pagos
 $\{\{Reembolsos\}\} / \{\{Transações\}\}$

Taxa de Conversão por Usuário
 $\{\{Transações\}\} / \{\{Usuários\}\}$

Visualizações de produto por Transação
 $\{\{Visualizações de detalhes do produto\}\} / \{\{Transações\}\}$



Importação de Dados

Pedidos não pagos (Reembolsos):

Default Channel Grouping (Agrupamento padrão de canais)	Transações ? ↓	Reembolsos ?	% Não pagos
1. Organic Search			21,70% (92,13%)
2. Branded Paid Search			22,18% (94,15%)
3. Generic Paid Search			19,80% (84,07%)
4. E-mails Site			36,17% (153,57%)
5. Direct			15,63% (66,34%)
6. Newsletters			18,75% (79,62%)
7. Push			54,22% (230,20%)
8. Social			17,72% (75,23%)
9. Display			48,49% (205,86%)
10. Sites de Cupons			11,01% (46,73%)



Relatório de Pedidos não pagos:
caiquedourado.com.br/ga-reembolsos



Caique Dourado

Analisar **SEGMENTOS** de Clientes pode trazer insights extremamente valiosos!

Celular vs Desktop	Converteram vs Não converteram	Outros:
<p>Quanto de atenção você dá para o público no celular?</p>	<p>Adquirir tráfego é caro e trabalhoso.</p> <p>Será que algum canal está trazendo tráfego de baixa qualidade? (e te cobrando por isso)?</p>	<ul style="list-style-type: none">● Cotaram frete vs Não cotaram● Utilizaram vs não utilizaram cupons● Passaram pelo remarketing e compraram vs Não passaram pelo remarketing e compraram● Usuários novos vs recorrentes● Dia do mês (recebimento do salário)

CARTOON
NETWORK





Caique Dourado

Crie Alertas! Te ajudarão a agir rapidamente

Site lento (ex: problemas no servidor)

"Tempo médio de carregamento da página" maior que 50% do "dia anterior"

Aumento na Rejeição (ex: produto ficou sem estoque)

"Taxa de Rejeição" maior que 50% do "dia anterior"

Aumento na Conversão (ex: algum influencer divulgou um produto no instagram)

"Taxa de Conversão" maior que 50% do "dia anterior"



Relatórios por E-mail

Quill Engage www.quillengage.com

AdNabu www.adnabu.com

Relatório por e-mail: *Visão geral do público-alvo*

De caikedourado@editorajuspodivm.com.br

Para caikedourado@editorajuspodivm.com.br

Assunto Google Analytics: Visão geral do público-alvo

Anexos PDF VISÃO GERAL DO PÚBLICO-ALVO

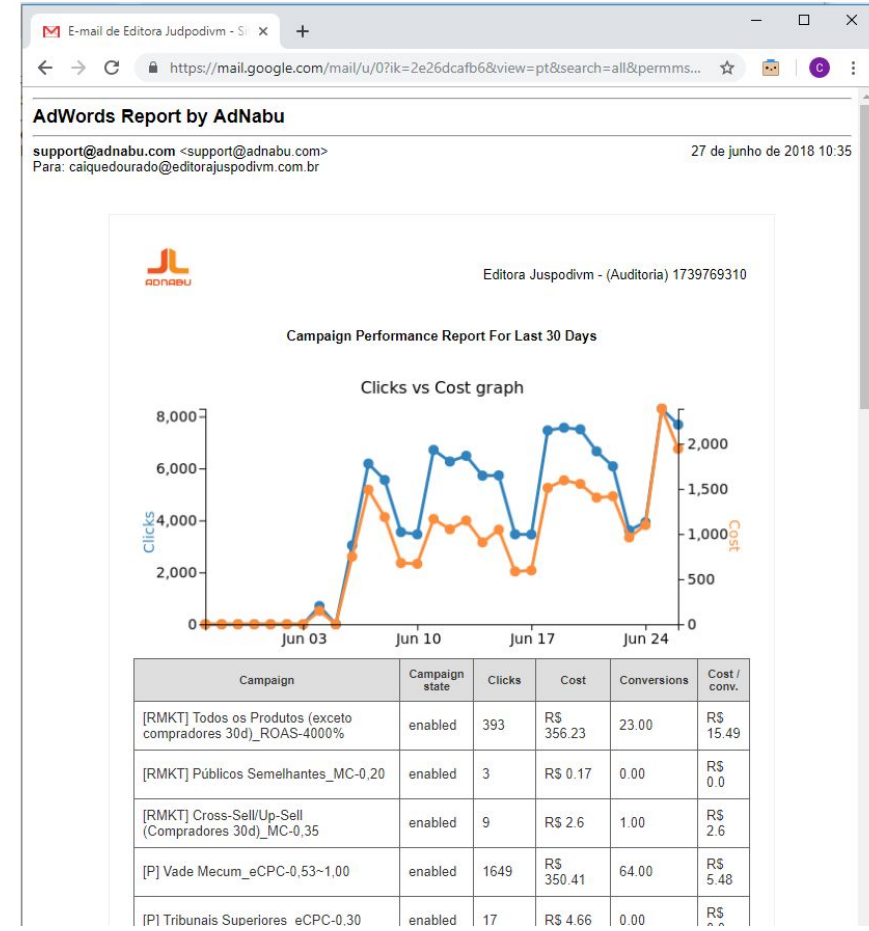
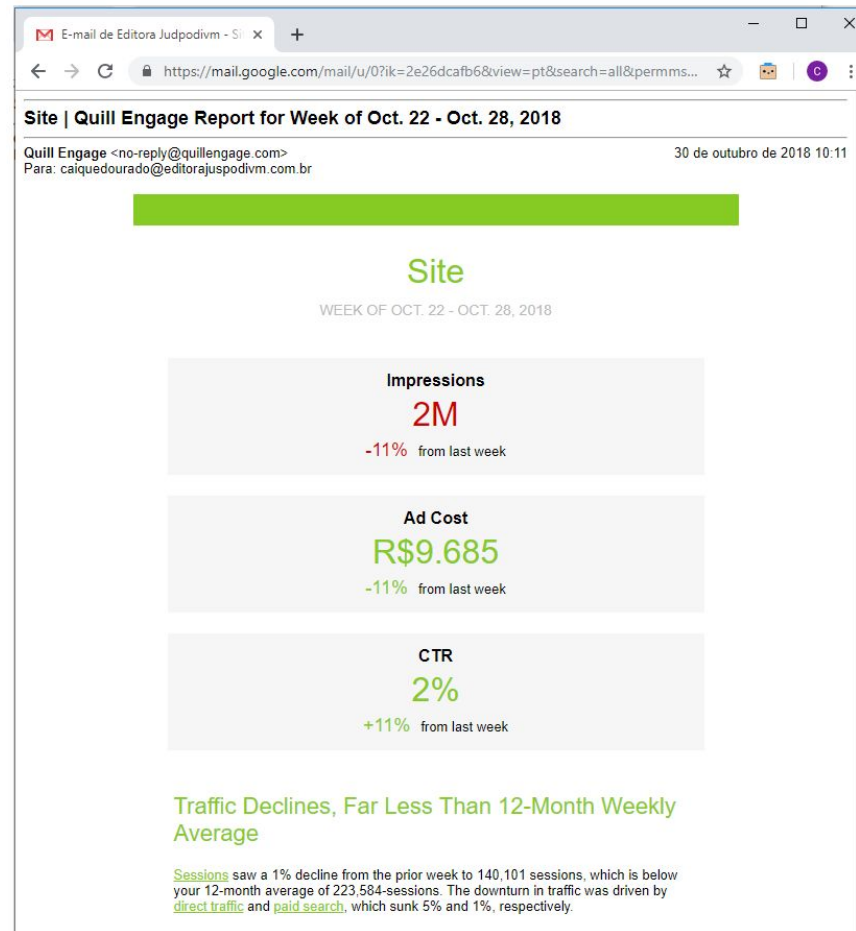
Frequência Uma vez

OPÇÕES AVANÇADAS

Ativo por 6 m

- Uma vez
- Diariamente
- Semanal
- Mensalmente
- Trimestral

Enviar Cancelar



Quais indicadores medir e que decisões tomar a partir deles?

“Medir o que não é possível transformar em ações, é simplesmente perda de tempo”

Gustavo Esteves - Métricas Boss (Amigo, e grande profissional de web analytics)



Caique Dourado

Sempre abra o GA com uma pergunta de negócio!

O que estou investigando?

- Muitos clientes estão abandonando o carrinho?
- A maior parte dos meus usuários vem do sudeste?
- A última campanha de marketing que fiz deu certo?
- Como está o desempenho mobile do meu site?
- Quais métricas eu preciso analisar para entender esse ponto?
- Como posso melhorar?





Caique Dourado

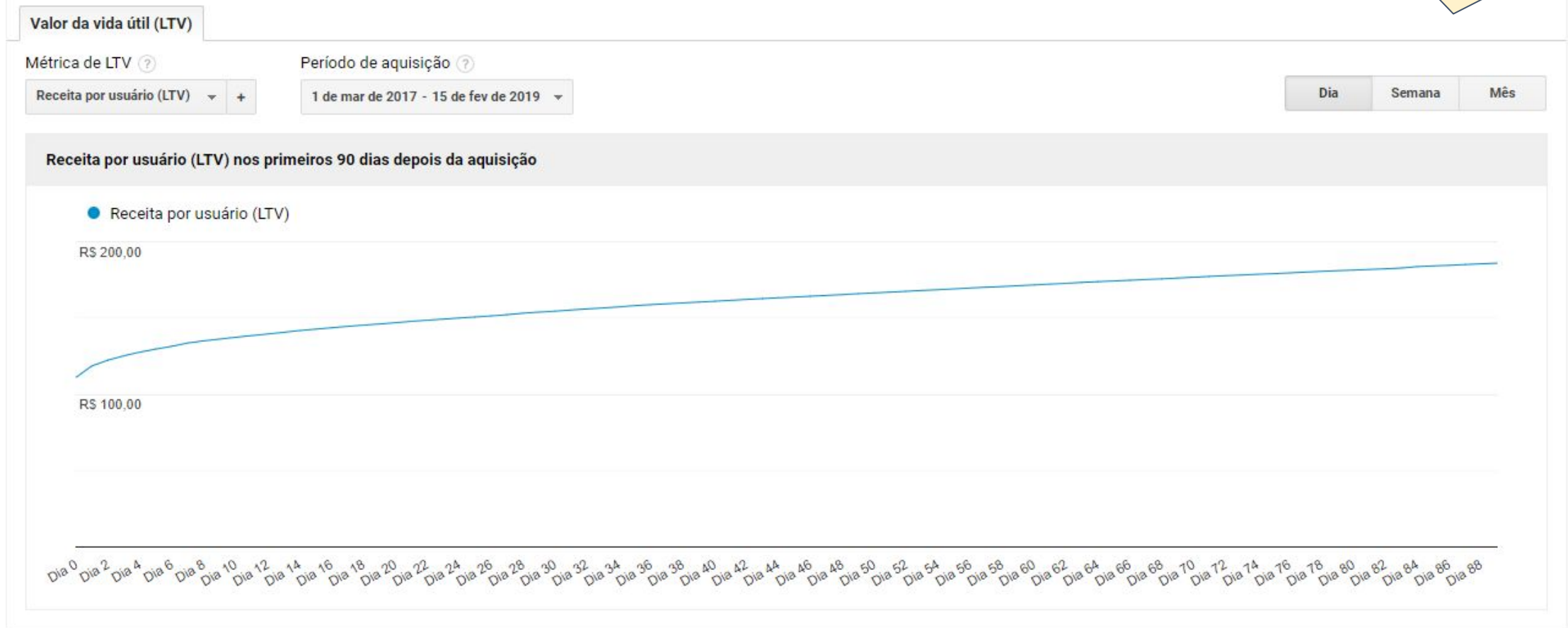
Informações demográficas

- Qual a taxa de conversão, receita e valor médio do pedido para cada faixa?
- A faixa etária com a maior taxa de conversão combina com sua persona?
- Você está segmentando a faixa etária correta em seus anúncios e mensagens?
- Por que as pessoas nesse segmento convertem melhor? Sua proposta de valor fala diretamente com eles?
- Teste os textos dos anúncio, segmentação por faixa etária e imagens para que eles correspondam à faixa etária que gera mais receita
- Algumas faixas etárias gastam mais com você por transação? Tente restringir sua persona ao seu cliente ideal e mais lucrativo.
- Encontre a faixa etária com a maior taxa de rejeição.
- Como você pode melhorar a taxa de rejeição desse segmento?



Valor da vida Útil (LTV)

Ligue o User-ID!





Páginas mais valiosas

Replique o que tem dado certo!

Título da página ?	Valor da página ?
1. Editora Juspodivm - Livros de Direito, para Concursos, OAB	R\$ 12,87 (45,39%)
2. Minha Conta: Acompanhe seu pedido / 2ª Via do Boletim - Editora Juspodivm	R\$ 13,78 (48,58%)
3. Vade Mecum JusPodivm (2019.1) - Atualizado até 04/01/2019 JUS0001 - Editora Juspodivm	R\$ 25,91 (91,37%)
4. Carrinho - Editora Juspodivm	R\$ 58,35(205,75%)
5. Caderno de Estudos da Lei Seca (2019) JUS0003 - Editora Juspodivm	R\$ 22,08 (77,87%)
6. Lançamentos 2019 - Editora Juspodivm	R\$ 17,67 (62,30%)
7. Coleção Dizer o Direito - Editora Juspodivm	R\$ 13,29 (46,85%)
8. Central de Atendimento (SAC, FAQ, Perguntas Frequentes)	R\$ 22,29 (78,58%)
9. CLT - Consolidação das Leis do Trabalho (2019) JUS0163 - Editora Juspodivm	R\$ 22,71 (80,07%)
10. Vade Mecum de Jurisprudência - Dizer o Direito (2019) DIZ0002 - Editora Juspodivm	R\$ 42,47(149,74%)



Funis Multicanal

- Quanto tempo?
- Quantas vezes?
- Quantas visitas são necessárias?
- Quais caminhos?

Caminho padrão do agrupamento de canais	Caminho da campanha (ou origem/mídia) ?
1. Organic Search → Direct	google / organic → (direct) / (none)
2. Direct × 2	(direct) / (none) × 2
3. Organic Search → Direct × 2	google / organic → (direct) / (none) × 2
4. Direct × 3	(direct) / (none) × 3
5. Direct × 4	(direct) / (none) × 4
6. Organic Search → Direct × 3	google / organic → (direct) / (none) × 3
7. Organic Search → E-mails Site	google / organic → Redefinicao de Senha
8. Direct × 5	(direct) / (none) × 5



Conversões Assistidas

Coração do E-commerce!

Te ajuda a entender, quais mídias trazem um melhor desempenho, sejam pagas ou gratuitas

$$\text{Cliques de assistência} = \frac{\text{Conversões Assistidas}}{\text{Conversões Diretas}}$$

Cliques de assistência > 1 = Média de Suporte

Analise as mídias que assistem, e não as mate!

<input type="checkbox"/> Agrupamento padrão de canais	Clique de assistência/ último clique ou conversões diretas ?
<input type="checkbox"/> 1. Direct	1,04
<input type="checkbox"/> 2. Organic Search	1,83
<input type="checkbox"/> 3. Generic Paid Search	2,27
<input type="checkbox"/> 4. Branded Paid Search	1,52
<input type="checkbox"/> 5. E-mails Site	1,20
<input type="checkbox"/> 6. Push	3,98
<input type="checkbox"/> 7. Newsletters	2,29
<input type="checkbox"/> 8. Criteo	4,98
<input type="checkbox"/> 9. Social	2,17

O GA não é Last Click!

Email > Adwords > Orgânico > Direto



Atribuição (Ferramenta de comparação de Modelos)

Time Decay é o principal relatório para decidir qual estratégia de mídia usar:

Agrupamento padrão de canais	Último clique não direto		Desvalorização temporal		Desvalorização temporal
	Conversões ? ↓	Valor da conversão ?	Conversões ?	Valor da conversão ?	
1. Organic Search					-31,34% ↓
2. Branded Paid Search					-18,96% ↓
3. Generic Paid Search					-14,04% ↓
4. Direct					218,96% ↑
5. E-mails Site					-48,34% ↓
6. Newsletters					-29,88% ↓
7. Push					-44,03% ↓
8. Sites de Cupons					-44,55% ↓
9. Display					-31,68% ↓
10. Social					-28,34% ↓

ROI, ROAS, CAC, CPC, RPC, Custo por Usuário e Taxa de Conversão por Usuário

Origem/mídia ?	% Custo	ROI	ROAS ?	CPC (custo por clique) ?	RPC (receita por clique) ?	Custo médio por Usuário	Taxa de Conversão por Usuário
1. google / cpc	1,70% (69,45%)	57,74(145,10%)	5.873,77%	R\$ 0,19	R\$ 11,19	R\$ 0,43 (79,20%)	14,55%(111,90%)
2. critico / cpc	18,96%(773,26%)	4,28 (10,74%)	527,51%	R\$ 0,52	R\$ 2,75	R\$ 2,30(426,97%)	7,80% (59,93%)
3. facebook / cpc	19,61%(799,77%)	4,10 (10,30%)	510,03%	R\$ 0,24	R\$ 1,21	R\$ 1,19(221,73%)	4,60% (35,34%)
4. Post / Facebook	0,86% (35,18%)	114,95(288,90%)	11.595,50%	R\$ 0,18	R\$ 20,78	R\$ 0,12 (21,62%)	10,20% (78,45%)
5. Post / Instagram	0,58% (23,73%)	170,89(429,47%)	17.188,87%	R\$ 0,67	R\$ 115,36	R\$ 0,04 (7,77%)	5,86% (45,03%)
6. instagram / cpc	25,54%(1.041,60%)	2,92 (7,33%)	391,61%	R\$ 0,29	R\$ 1,14	R\$ 1,10(204,09%)	2,57% (19,77%)

Importe os dados de Custo

Relatório personalizado:
caiquedourado.com.br/ga-relatorio





Caique Dourado

Taxa de Conversão e Taxa de Rejeição

- Monitore a **taxa de rejeição** para aumentar sua **taxa de conversão**
- Observe a **taxa de rejeição** das páginas de produto, e o % de adições ao carrinho
- Fique de olho na pesquisa interna!





Caique Dourado

Ideias de Teste

Frete:

- Menu de frete com menos opções VS mais
- Nome transportadora VS “entrega rápida” e “entrega normal”
- Prazo em número de dias VS “até dd/mm/yy”

Site:

- Bloco de reputação próximo ao botão comprar
- Bloco de reputação no carrinho (topo)
- Bloco de avaliações no carrinho (rodapé)
- Menu de categorias fixo no cabeçalho x expansível (ao passar o mouse)
- Com e sem bloco de avaliações no rodapé
- Ordenação por mais vendidos x lançamentos
- Título de landing page dinâmico (usando "value track")
- Exibir telefone do SAC x não exibir



Ideias de testes:

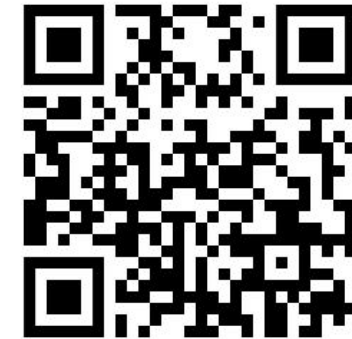
caiquedourado.com.br/ga-testes



Caique Dourado

Ideias de Teste

- Fotos do produto: produto simples vs com modelos reais
- Catálogo com botão de comprar x sem botão de comprar
- Catálogo com opção de adicionar ao carrinho (sem abrir o produto)
- Quantidades de produtos diferentes no catálogo
- Selo "mais vendido" no catálogo/página do produto
- Selo de frete grátis no catálogo/página do produto
- Landing Pages com banner no topo (imagens com o produto em uso, no intuito de estimular o desejo)
- Cores diferentes de botão comprar
- Cotação de frete na página do produto vs sem
- Cupom de desconto mais visível vs menos
- Banner no produto (ou carrinho) indicando que há 7 dias para devolução grátis (avaliar se o aumento na taxa de conversão justifica um possível aumento no volume de trocas)



Ideias de testes:

caiquedourado.com.br/ga-testes



Caique Dourado

Entreviste o visitante

PRIMA SEGURA
PROTEGIDO POR GOOGLE



FINALIZAR COMPRA

O que lhe impediu de finalizar a compra?

Por favor, escreva aqui ...

Horário de atendimento: Segunda à sexta: 08h às 18h

Not using Hotjar yet?

Enviar >



Caique Dourado

Entreviste o visitante

✓ PARABÉNS! SEU PEDIDO ESTÁ FINALIZADO.

Seu pedido foi registrado com sucesso

A análise poderá levar até 48h úteis.
você pode acompanhá-lo a qualquer momento acessando "Minha conta", na parte superior do site.

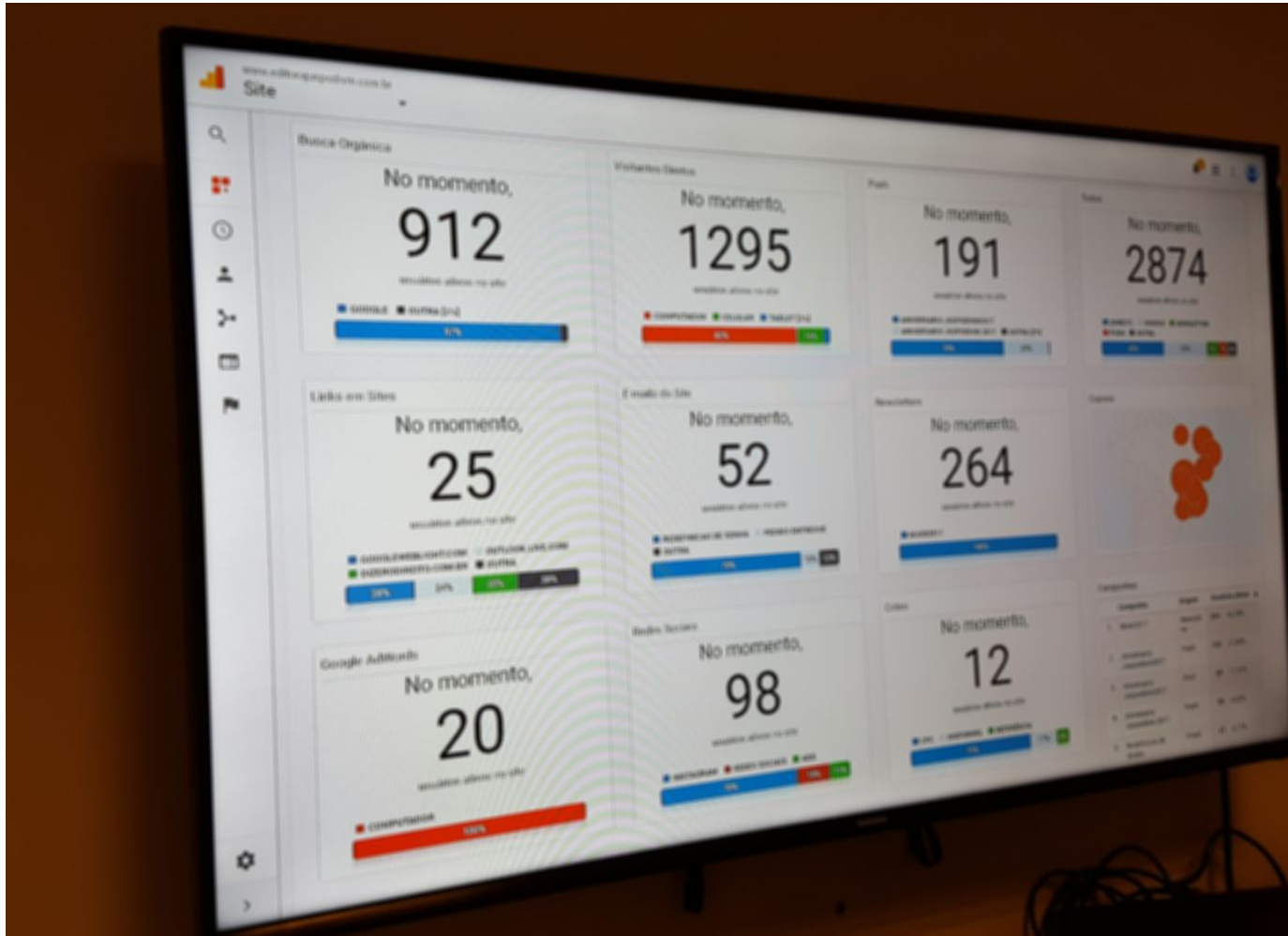
Anote o número do seu pedido: **12045058**

Em instantes, você receberá a descrição do seu pedido via e-mail.
Caso você não receba nosso e-mail, verifique se noreply@editorajuspodivm.com.br não está bloqueado pelo provedor do seu e-mail ou se o filtro anti-spam está ativado.

CONTE-NOS: POR QUE REALIZOU ESSA COMPRA?

Exemplo: Se preparar para um concurso, estudar direito penal, etc.

ENVIAR MENSAGEM



Bônus!



Dashboard em Tempo Real para
Acompanhamento do seu E-commerce
caiquedourado.com.br/ga-dashboard

Obrigado!

Dúvidas? ckdourado@gmail.com