

Google Analytics

Justin Cutroni

Novatec

Authorized translation of the English edition of *Google Analytics* ISBN 978-0-596-15800-2 © 2010, Justin Cutroni. This translation is published and sold by permission of O'Reilly Media, Inc., the owner of all rights to publish and sell the same.

Tradução autorizada da edição em inglês da obra *Google Analytics* ISBN 978-0-596-15800-2 © 2010, Justin Cutroni. Esta tradução é publicada e vendida com a permissão da O'Reilly Media, Inc., detentora de todos os direitos para publicação e venda desta obra.

© Novatec Editora Ltda. 2010.

Todos os direitos reservados e protegidos pela Lei 9610 de 19/02/1998.
É proibida a reprodução desta obra, mesmo parcial, por qualquer processo, sem prévia autorização, por escrito, do autor e da Editora.

Editor: Rubens Prates
Tradução: Rafael Zanolli
Revisão gramatical: Patrizia Zagni
Revisão técnica: Leonardo Naressi (Direct Performance)
Editoração eletrônica: Camila Kuwabata / Carolina Kuwabata

ISBN: 978-85-7522-254-6

Histórico de impressões:

Novembro/2010 Primeira edição

Novatec Editora Ltda.
Rua Luís Antônio dos Santos 110
02460-000 – São Paulo, SP – Brasil
Tel.: +55 11 2959-6529
Fax: +55 11 2950-8869
E-mail: novatec@novatec.com.br
Site: www.novatec.com.br
Twitter: twitter.com/novateceditora
Facebook: facebook.com/novatec
LinkedIn: linkedin.com/in/novatec

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Cutroni, Justin
Google analytics / Justin Cutroni ; [tradução
Rafael Zanolli]. -- São Paulo : Novatec Editora ;
Califórnia, USA : O'Reilly Media, 2010.

Título original: Google analytics.
ISBN 978-85-7522-254-6

1. Google Analytics 2. Pesquisa na Internet -
Serviços de estatística 3. Usuários da Internet -
Estatísticas - Processamento de dados 4. Web
analítica I. Título.

10-10560

CDD-658.87202854678

Índices para catálogo sistemático:

1. Google analytics 658.87202854678
YGF20101105

Sumário

Prefácio	9
Capítulo 1 ■ Introdução à web analytics	15
Definição de web analytics	15
Dados quantitativos e qualitativos	16
O processo contínuo de melhoria	17
Medição dos resultados.....	18
Com o que contribui o Google Analytics	18
Como o Google Analytics se encaixa no ecossistema analítico	23
Capítulo 2 ■ Criação de um plano de implementação	25
Colete os requisitos de negócio.....	26
Análise e documente a estrutura do website	26
Crie uma conta e configure seu perfil	27
Configure o código de monitoramento e inclua as tags nas páginas	27
Parametrize as campanhas de marketing.....	27
Crie contas de usuário adicionais e configure os recursos dos relatórios.....	28
Execute passos opcionais de configuração	28
Capítulo 3 ■ Nos bastidores: como funciona o Google Analytics	29
Coleta e processamento de dados	29
Relatórios.....	33
Sobre o código de monitoramento.....	34
Código de monitoramento para celulares e dispositivos móveis.....	37
Monitoramento de aplicativos (apps).....	39
O (muito) antigo código de monitoramento: urchin.js.....	40
Entendendo os pageviews	40
Capítulo 4 ■ Monitoramento de cliques do visitante, links de saída e arquivos não HTML	43
Sobre os cookies de monitoramento	45
Capítulo 5 ■ Contas e perfis no Google Analytics	49
Contas do Google Analytics.....	50
Criação de uma conta do Google Analytics.....	51
Criação de perfis adicionais.....	55

Níveis de acesso	57
Tudo sobre perfis.....	59
Configurações básicas de perfil.....	59
Nome do perfil.....	60
URL do site	62
Fuso horário.....	64
Página padrão.....	64
Exclusão dos parâmetros de consulta dos URLs.....	65
Configurações de comércio eletrônico.....	68
Monitoramento das pesquisas feitas no site	69
Aplicação dos dados de custo	74
Capítulo 6 ■ Filtros	75
Campos de filtro.....	76
Padrões de filtros	77
Tipo do filtro.....	77
Filtros incluir/excluir	77
Filtros de pesquisa e substituição.....	79
Filtros de letras minúsculas/maiúsculas	81
Filtros avançados de perfil.....	82
Filtros predefinidos	86
Capítulo 7 ■ Monitoramento de conversões com metas e funis.....	89
Metas.....	89
Tempo no site	89
Páginas por visita.....	90
Destino de URL.....	92
Configurações adicionais de metas	93
Monitoramento de processos definidos com funis.....	95
Capítulo 8 ■ Perfis essenciais	99
Funções de perfis.....	99
Perfil de dados brutos ou Perfil original	99
Perfil master	99
Perfil de teste	99
Perfis com base em acesso	100
Utilização de perfis para segmentar os dados	100
Excluir tráfego interno	100
Incluir tráfego válido.....	102
Forçar letras minúsculas no URI de solicitação	103
Forçar letras minúsculas nos parâmetros da campanha.....	103
Monitorando suas alterações de configurações.....	104

Capítulo 9 ■ Monitoramento de campanhas de marketing	107
Como funciona	107
Como parametrizar links	113
Monitoramento de AdWords.....	114
Monitoramento de outras origens de links patrocinados (CPC)	117
Monitoramento de e-mails.....	118
Mensagens de e-mail para completar ações de conversão	120
Inserindo parâmetros de campanha em uma página.....	122
Compreendendo a atribuição da conversão.....	123
Monitoramento de campanhas internas de marketing	124
Passo 1: crie um novo perfil.....	125
Passo 2: parametrize suas campanhas internas.....	125
Passo 3: configure as opções de pesquisa de sites (Site Search)	126
Os relatórios.....	127
Capítulo 10 ■ Técnicas de monitoramento avançadas	131
Monitoramento em domínios múltiplos	131
Como funciona	132
Implementação.....	133
Monitoramento em subdomínios múltiplos.....	136
Implementação.....	137
Monitoramento em domínios múltiplos com subdomínios também múltiplos	140
Frames e iFrames.....	142
Frames	142
iFrames	143
Monitoramento de comércio eletrônico	144
Como funciona	144
Implementação.....	147
Problemas comuns em comércio eletrônico.....	149
Monitoramento de outros tipos de sites com tags de comércio eletrônico	151
Monitoramento de eventos	156
Primeiros passos com o monitoramento de eventos.....	159
Reunindo todos os elementos	163
Implementação.....	163
Relatórios.....	164
Monitoramento de um objeto distribuído.....	166
Variáveis personalizadas	167
Implementação das variáveis personalizadas	172
Relatórios de variáveis personalizadas.....	173
Segmentando membros de não-membros	174
Variáveis personalizadas para comércio eletrônico.....	178
Variáveis personalizadas para sites de conteúdo	179
Relatórios consolidados	180

Capítulo 11 ■ Considerações sobre uma implementação empresarial	187
Ponto 1: relatórios consolidados.....	187
Ponto 2: visitantes únicos.....	188
Ponto 3: tagging das páginas.....	189
Ponto 4: hospedando JavaScript externo.....	190
Ponto 5: estrutura do URL.....	190
Ponto 6: monitoramento de campanha.....	191
Ponto 7: integração dos dados.....	191
Ponto 8: dados de comércio eletrônico.....	192
Ponto 9: dados de custo do AdWords.....	193
Capítulo 12 ■ Integração CRM	195
Utilização de expressões regulares para estender metas.....	199
Capítulo 13 ■ Ferramentas e add-ons.....	201
Ferramentas para relatórios e análise.....	201
Juice Concentrate.....	201
Google Analytics Report Enhancer.....	201
Keyword Trends in Google Analytics.....	202
Ferramentas para debug.....	202
Firebug.....	202
LiveHTTPHeaders.....	202
Web Developer do Firefox.....	202
Regex Coach.....	203
Tempo.....	203
Apêndice A ■ Conformidade do Google Analytics aos padrões da WAA	205
Apêndice B ■ Expressões regulares.....	209
Curingas (wildcards).....	209
Quantificadores.....	210
Operadores.....	210
Âncoras.....	211
Índice remissivo	213