



# Curso **SUBIDO** DE TRÁFEGO



Pedro Sobral

**MÓDULO - Google Analytics 4**

**Elementos e limites aplicados**



# SUMÁRIO



---

00'02"

Introdução

Cap. 1

Pág. 2

---

00'18"

Outros elementos que você precisa conhecer dentro do GA4

Cap. 2

Pág. 2

---



## Introdução

Até aqui você aprendeu alguns conceitos como dimensões, métricas, origens do tráfego e tantos outros para que seus resultados sejam ainda melhores dentro (e através) da plataforma do Google Analytics.

Mas, deixei para te apresentar neste material outros elementos que você precisa conhecer.

Continue a leitura para aprender mais.



## Outros elementos que você precisa conhecer dentro do GA4

Separei alguns elementos dentro do GA4 que não podem ser esquecidos:

### > Público-alvo

Apesar desse nome ser muito familiar para todo gestor de tráfego, muitos gestores ainda não sabem que é possível criar público-alvo dentro do GA4 e compartilhá-los com outras ferramentas do Google (Google Ads, por exemplo).

***“Mas, por que eu vou criar o público-alvo no GA4 se eu posso criá-los no Google Ads de uma vez?”***

A resposta é simples: no GA4 você tem mais possibilidades de criação de público-alvo se comparado ao Google Ads. Se você quiser um público mais específico, usar as opções do GA4 pode ser uma boa estratégia.

## > *DebugView*

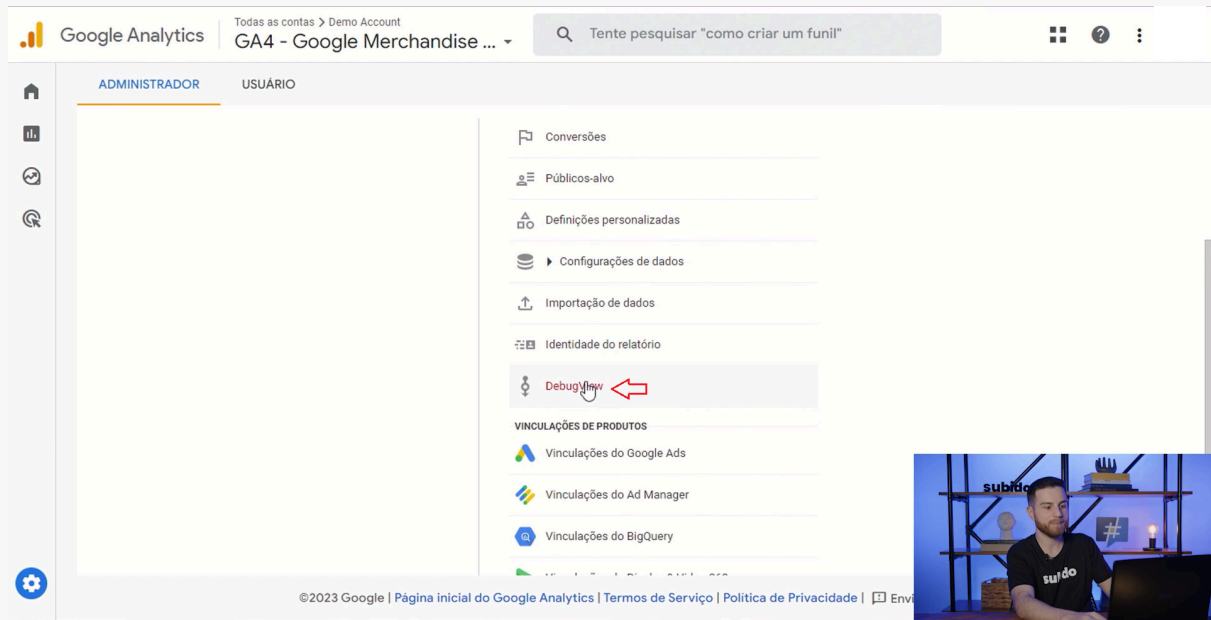
Essa ferramenta se refere à possibilidade de fazer uma depuração. Se você seguiu as recomendações da nossa primeira leitura, você já utiliza o Google Tag Manager (GTM). Dessa forma, com certeza você conhece o modo *debugView* de depuração.

Na prática, você testa os eventos antes de publicá-los no seu site e o GA4 também te permite fazer esses testes. Assim, você pode continuar usando o GTM e, paralelamente, conseguirá identificar o que o GA4 está recebendo de informação dos testes dentro da sua conta.

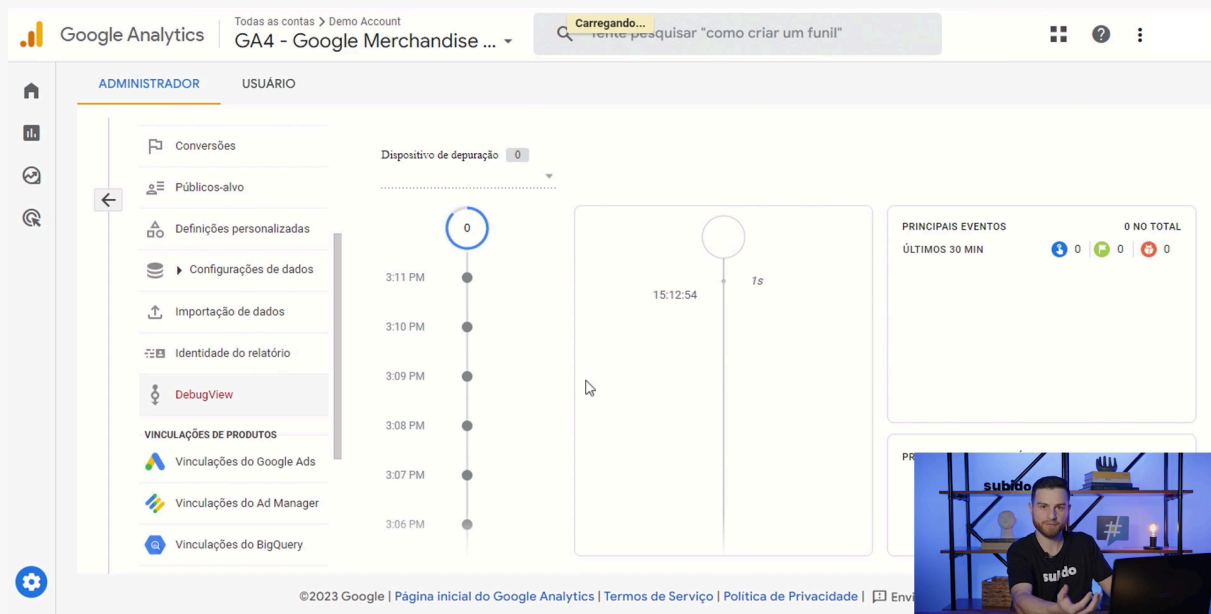
Para acessar essa ferramenta dentro do GA4, na página inicial do gerenciador, no menu lateral esquerdo, clique em **“administrador”**:

The screenshot shows the Google Analytics GA4 dashboard for a 'Demo Account'. The main navigation menu on the left includes 'Página Inicial', 'Relatórios', 'Explorar', and 'Publicidade'. The 'Administrador' option is highlighted with a red arrow. The dashboard displays three key metrics: 'Contagem de eventos' (434 mil, -0.5%), 'Conversões' (112 mil, -0.8%), and 'Novos usuários' (12 mil, +14.1%). A line chart shows event counts over time. On the right, a 'USUÁRIOS NOS ÚLTIMOS 30 MINUTOS' widget shows 117 users, with a bar chart for 'USUÁRIOS POR MINUTO' and a table for 'PAÍS' listing United States (87), North Macedonia (7), Canada (6), and India (5). A small video thumbnail of a person is visible in the bottom right corner.

Na coluna das propriedades, role o mouse para baixo na tela e clique em **“debugView”**:

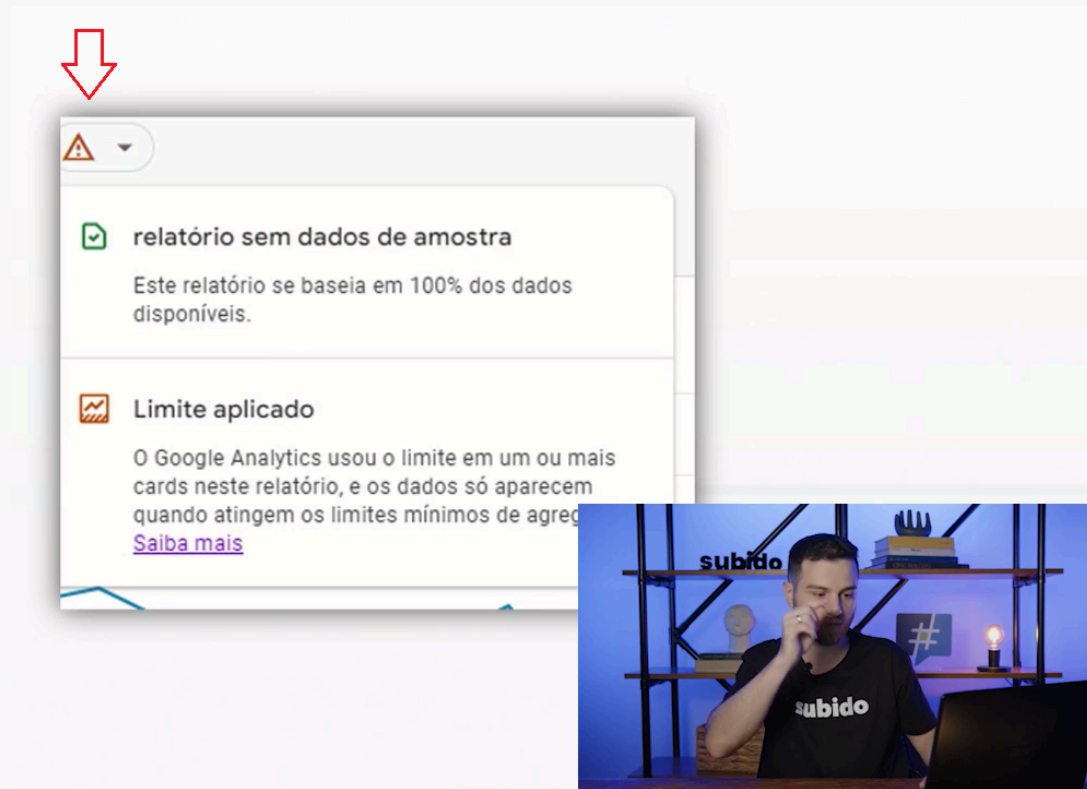


Tudo o que aparecer no debugview do GTM vai parecer em tempo real dentro do GA4 (às vezes com um delay de leve, mas vai):



## > Limite aplicado

Na hora de fazer a análise dos seus relatórios, você pode se deparar com o um símbolo de um ponto de exclamação dentro de um triângulo:



Esse símbolo significa que o GA4 aplicou o limite nos seus relatórios.

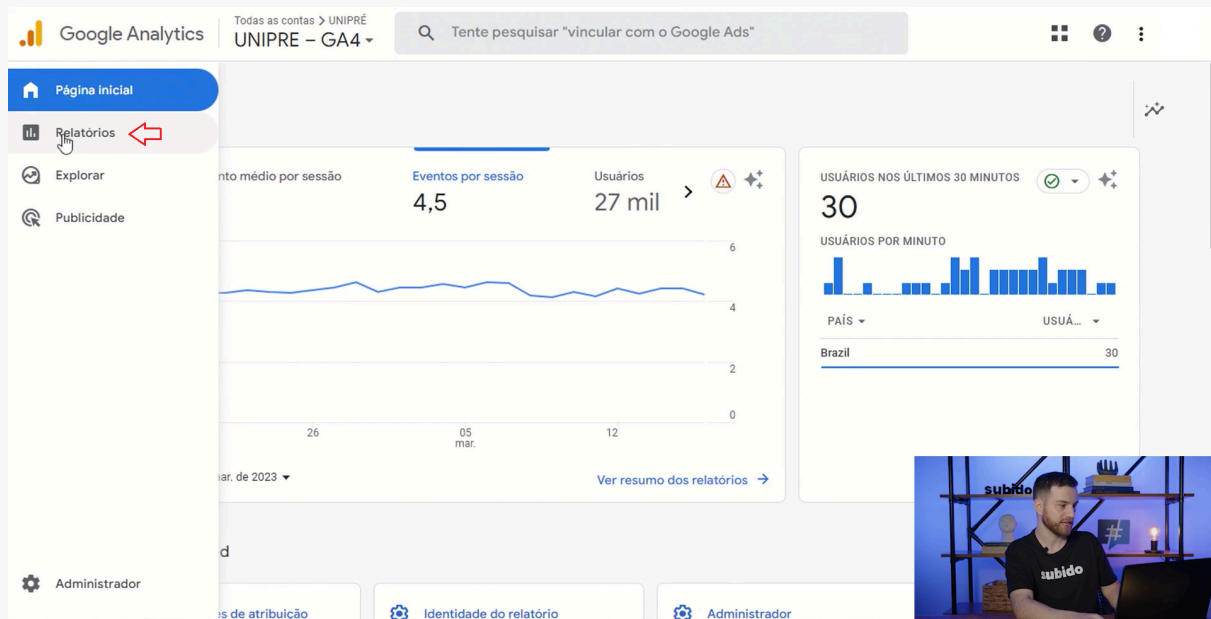
Como assim?

Quando o relatório expõe um símbolo verde (um checking verde como na imagem anterior), significa que aquele documento não está usando os dados de amostra, ou seja, os resultados se baseiam em 100% das informações coletadas em sua conta.

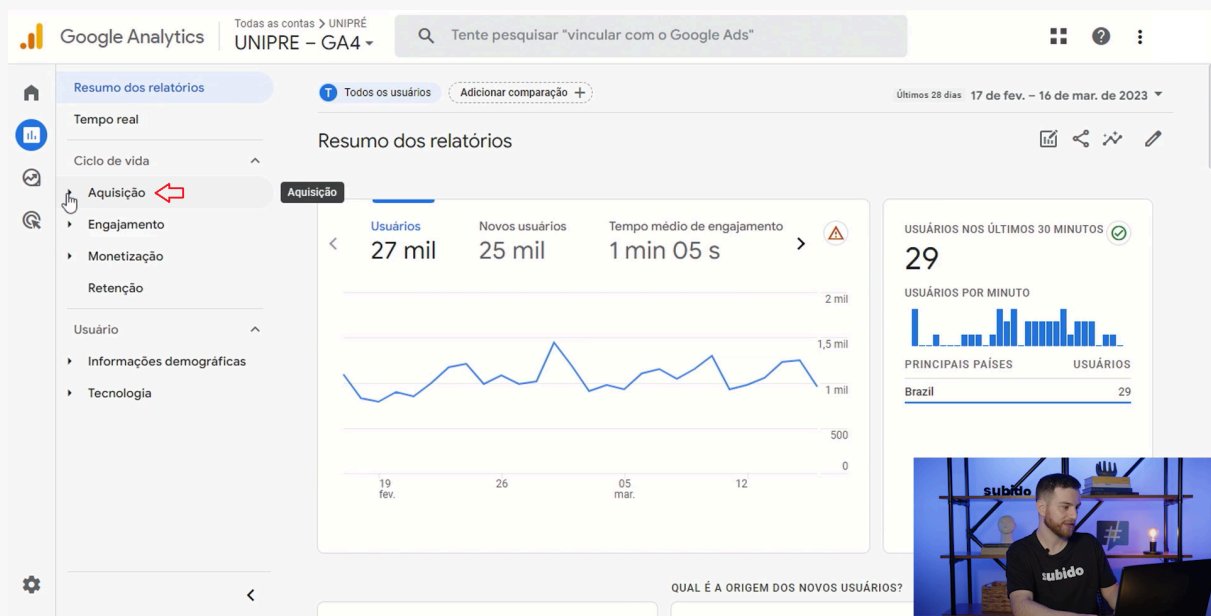
Já o símbolo de atenção significa que você não conseguirá deduzir a identidade dos usuários que visitaram seu site com base em informações demográficas, interesses ou outros indicadores presentes nos dados.

Em outras palavras, os seus relatórios não estão mostrando 100% dos dados. Existem quatro orientações para evitar que isso aconteça:

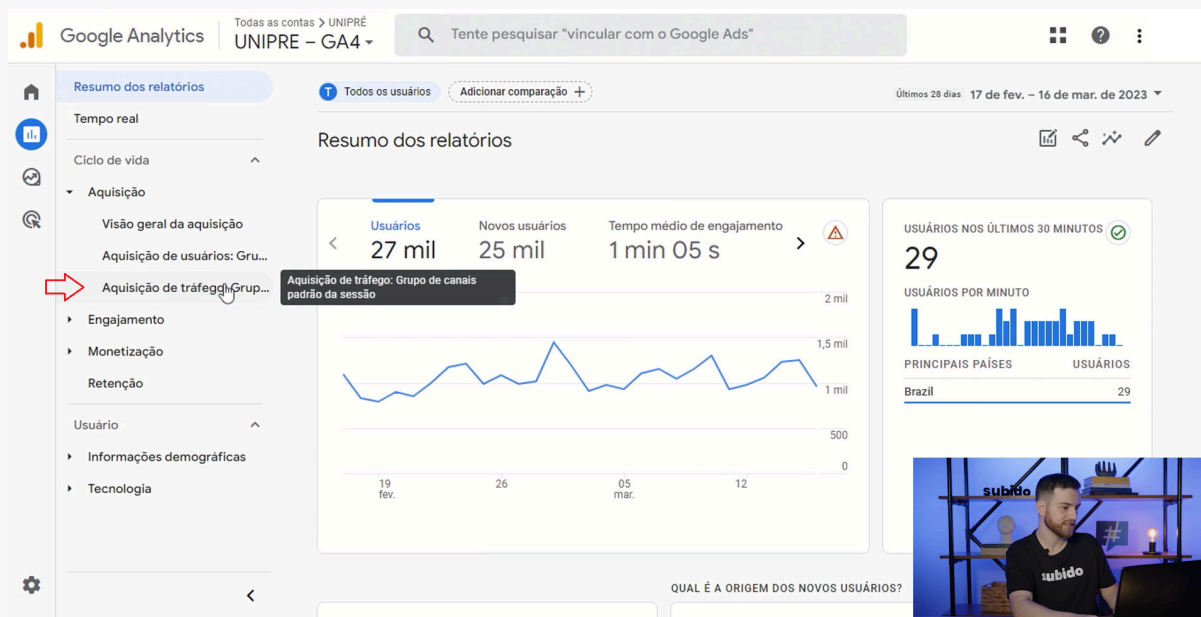
Dentro do gerenciador do GA4, acesse o menu lateral esquerdo e clique em **“relatórios”**:



Em seguida, ainda no menu lateral esquerdo, clique em **“aquisição”**:



Agora, clique em **“aquisição de tráfego”**:

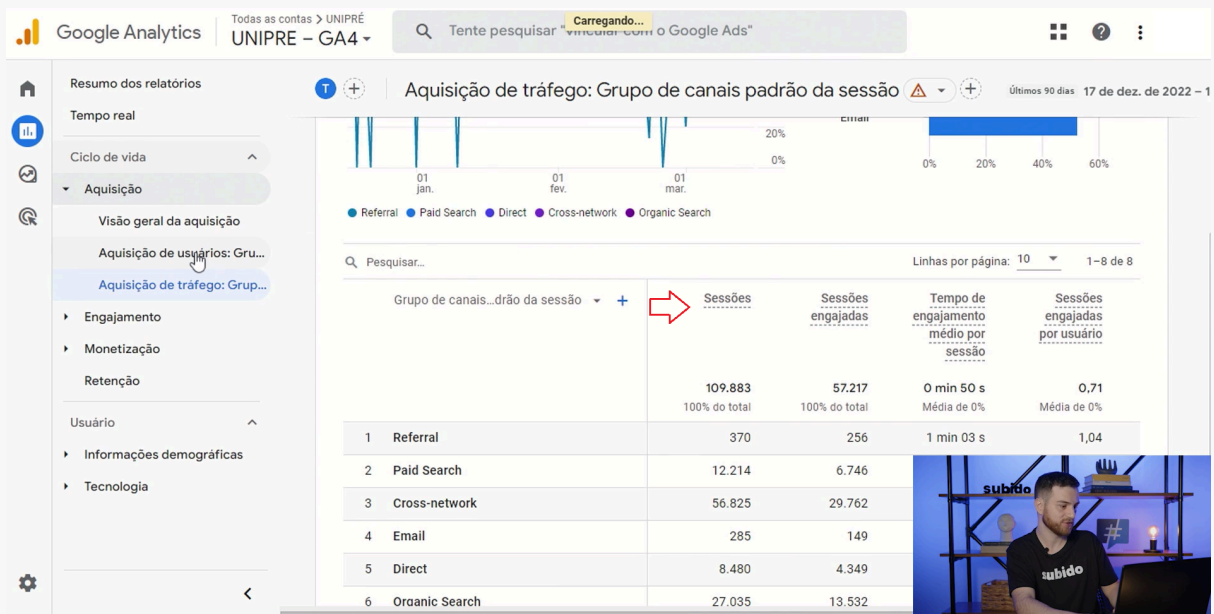


A primeira coisa que você pode fazer é trocar o período do relatório, a fim de que esse “bloqueio” seja revertido:



Caso essa tentativa não seja viável para você, role o mouse para baixo e retire do relatório as colunas referentes aos dados dos usuários:





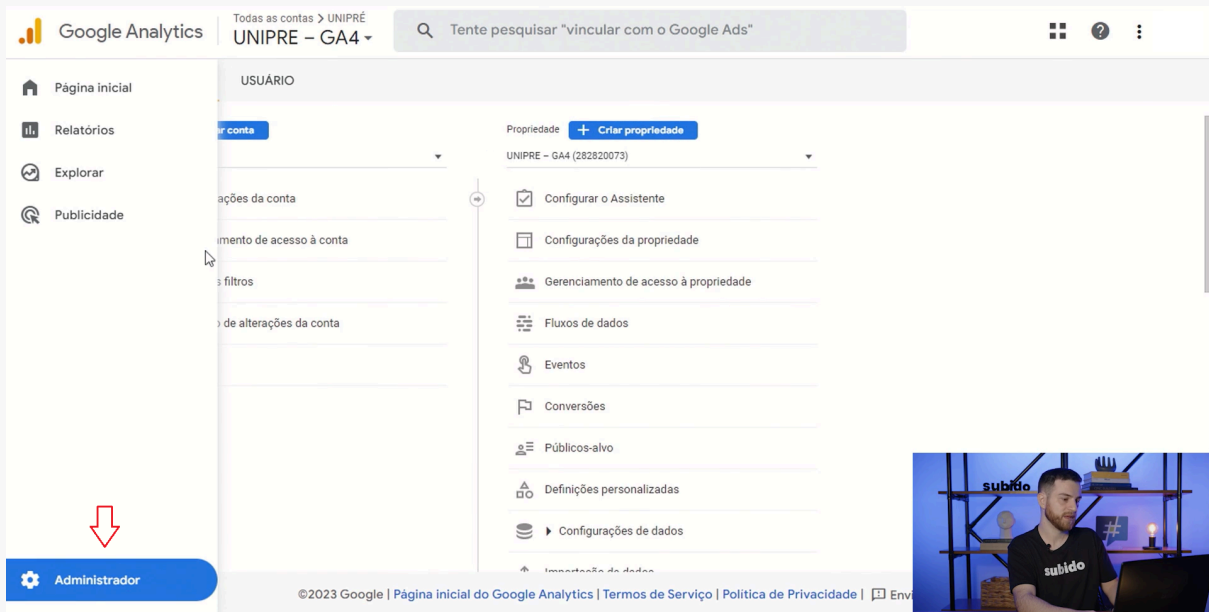
## “Como fazer essas edições nos relatórios?”

Não se preocupe: nos próximos materiais eu vou te mostrar como fazer essas modificações.

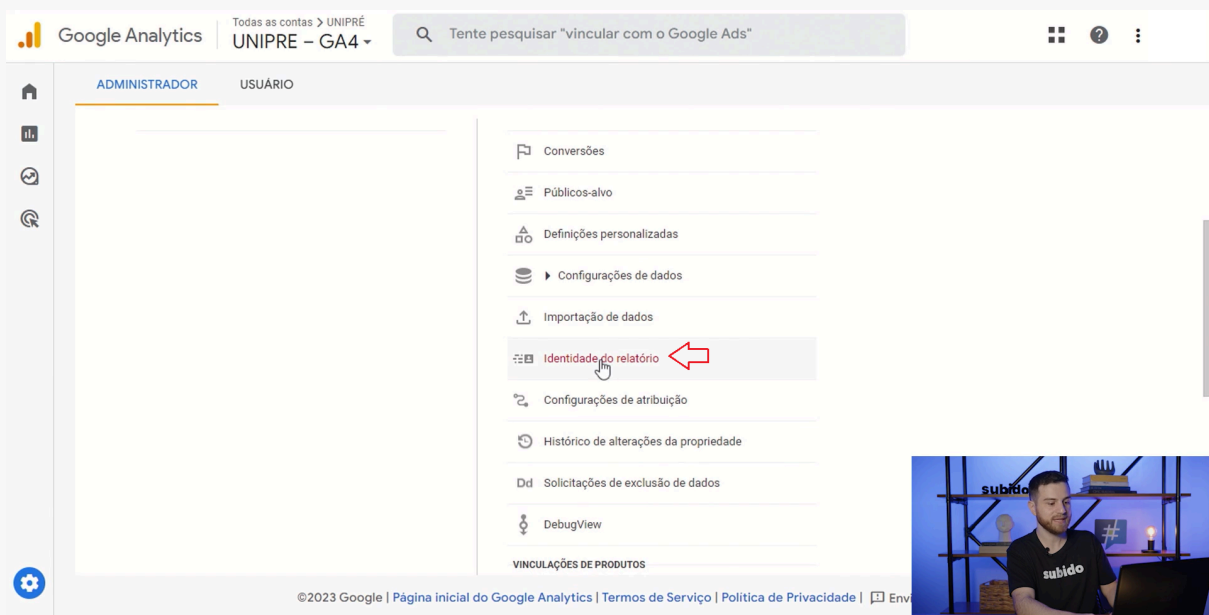
Caso nem dessa forma você consiga remover o “bloqueio”, atualize a página para limpar o cache. Dessa forma, você pode conseguir 100% dos dados dos seus relatórios.

A última maneira de reverter essa situação, apesar de eu não recomendá-la, e esta:

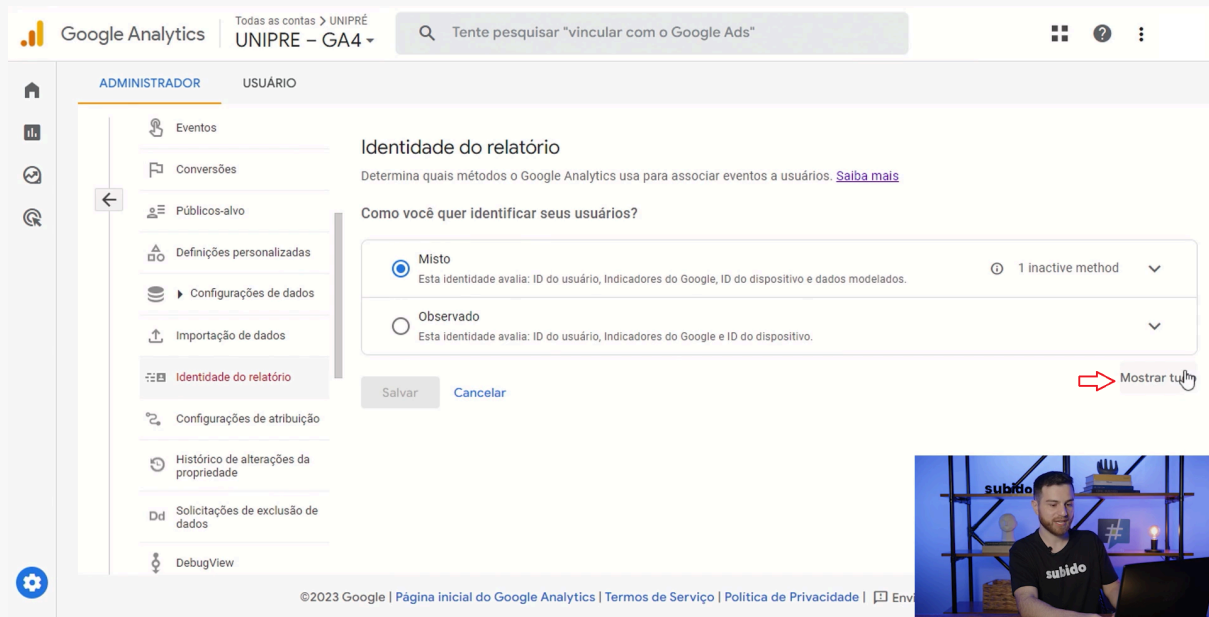
Volte ao menu lateral esquerdo e clique em **“administrador”**:



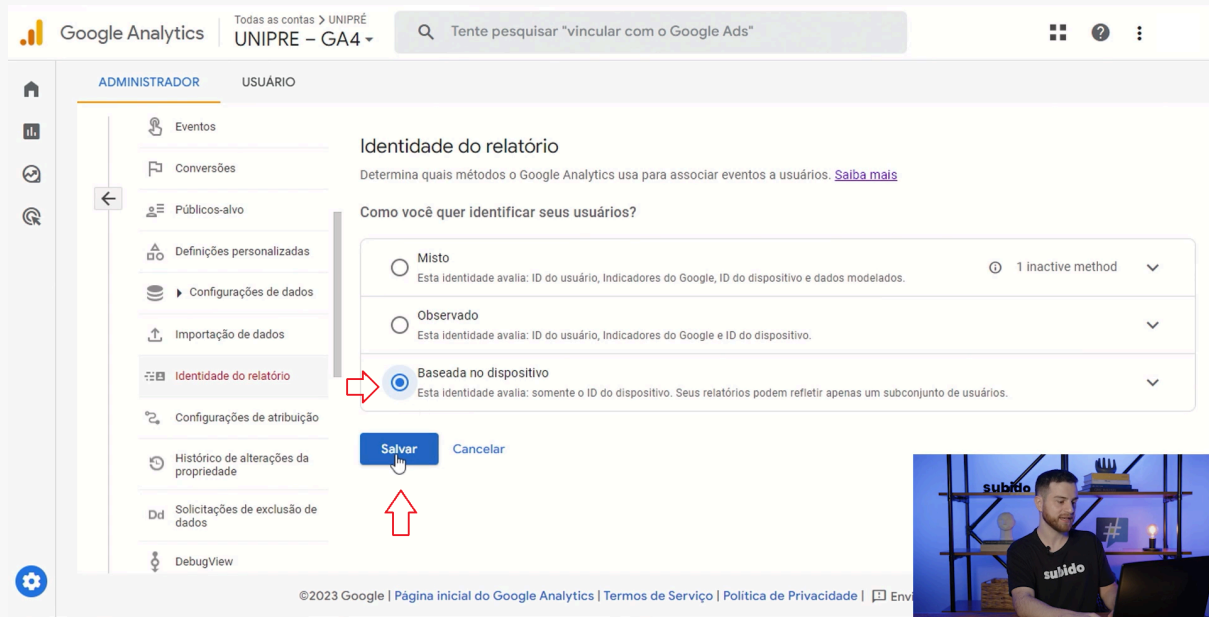
Na coluna **“propriedades”**, role o mouse para baixo na página e clique em **“identidade do relatório”**:



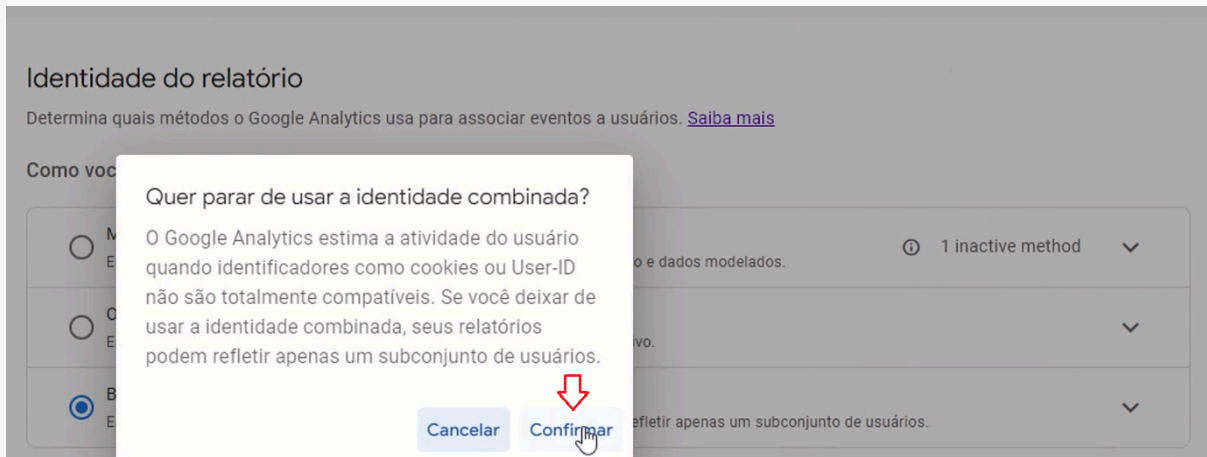
Você vai reparar que na seção **“identidade do relatório”** a opção **“misto”** é a opção padrão, já configurada no GA4. Para alterar, clique em **“mostrar tudo”**:



Agora, selecione a opção **“baseada no dispositivo”** e depois, clique em **“salvar”**:



Ao fazer isso, vai aparecer na sua tela a seguinte mensagem. Após a leitura, clique em **“confirmar”**:



Tranquilo até aqui?

Espero que você tenha entendido como funcionam os elementos e os limites aplicados dentro do GA4. Caso você ainda tenha dúvidas, **leia este material quantas vezes precisar** e absorva todo o conteúdo que será ensinado nos próximos pdfs.

Continue sua jornada de estudos!