

mestreseo

Curso de SEO

5

Métricas e GA

mestreseo

Métricas, Conversão e SEO

- Métricas
 - Rankings
 - Visitas
 - Backlinks
- Google Analytics e SEO
 - Como otimizar com Google Analytics
- Conversão
 - Medir para progredir

Google Analytics

Google Analytics

- Gráficos
- Dados
- API
- Ecommerce
- Metas
- Flash
- Segmento orgânico



Como saber se SEO funciona?

5

Métricas e GA

mestreseo

Como saber se SEO funciona?

- O que medir?
 - Para relatórios e análises
 - Rankings
 - Visitas
 - Backlinks

Rankings e Análise de Keywords

5

Métricas e GA

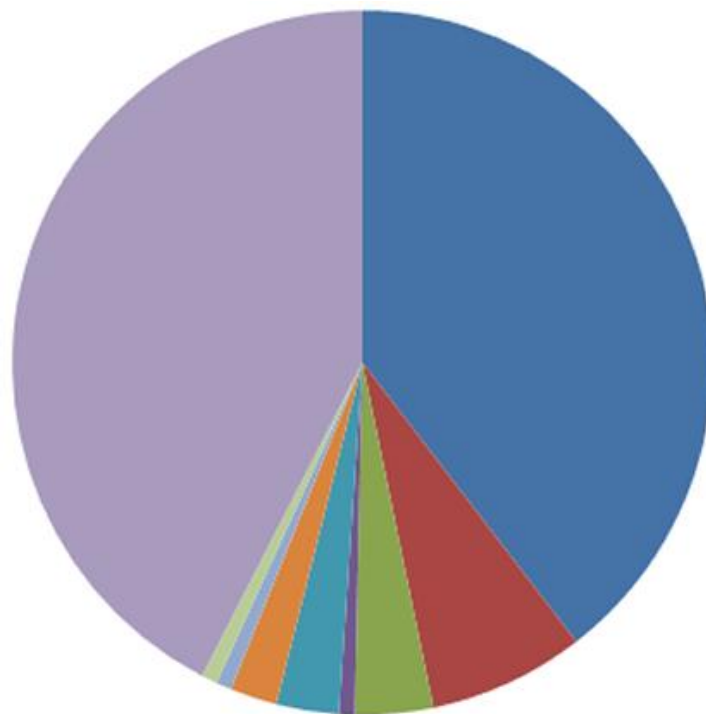
mestreseo

Rankings e análise de palavras-chave

- Distribuição de keywords em SERPs
- Visão geral ao longo do tempo
- Participação da marca
- Diversidade
- Lista de keywords e rankings ao longo do tempo

Rankings e análise de palavras-chave

- Distribuição de keywords em SERPs

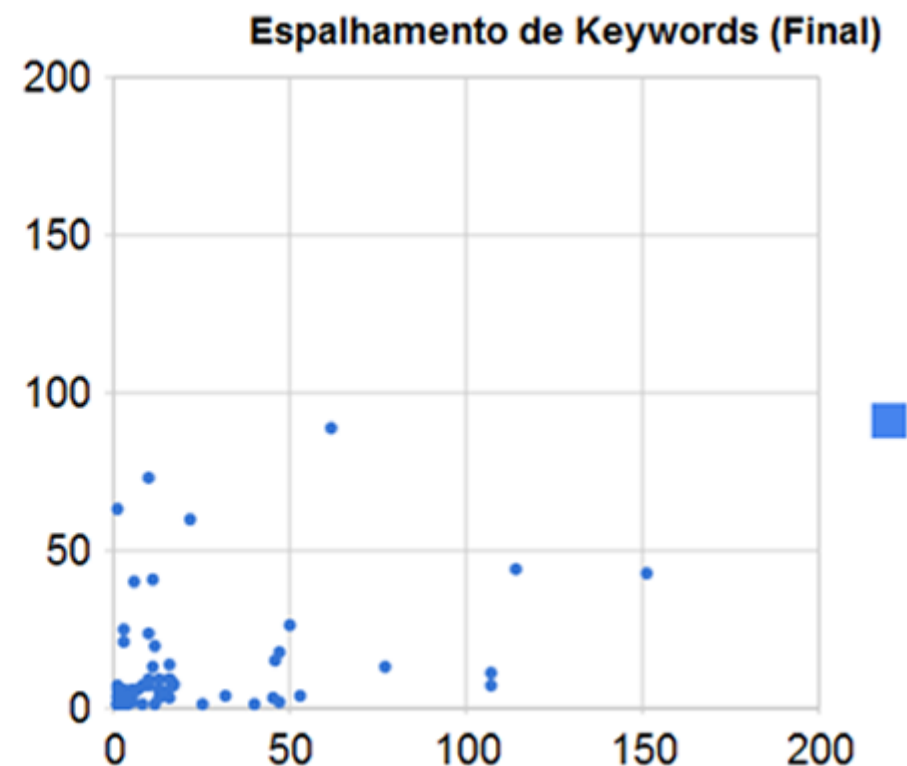
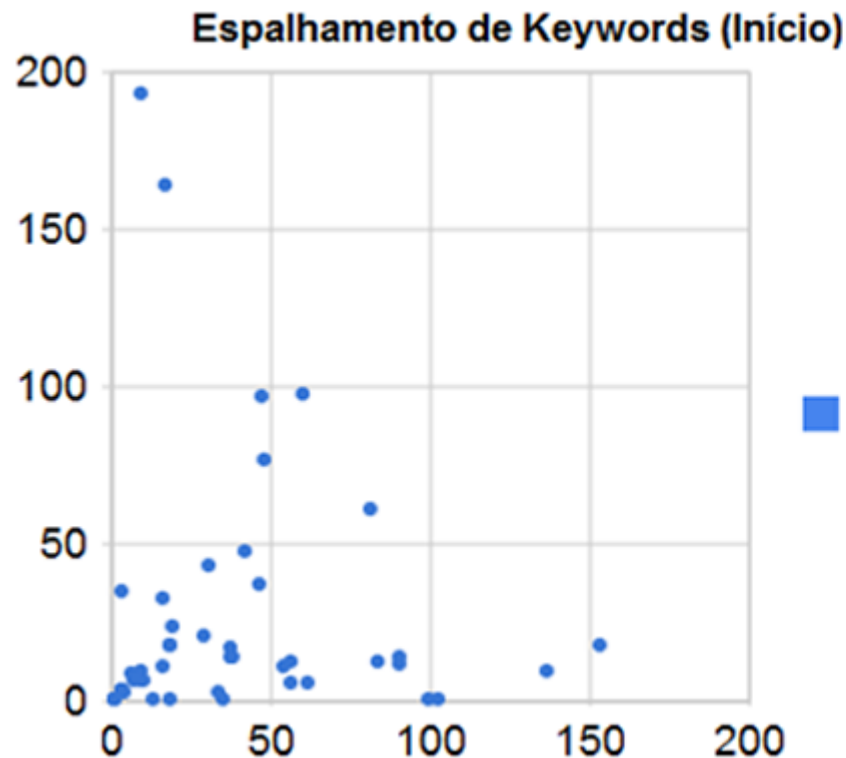


■ Página 1
■ Página 2
■ Página 3
■ Página 4
■ Página 5
■ Página 6
■ Página 7
■ Página 8
■ Página 9
■ Página 10+

Página de Resultados	Quantidade de Keywords (*)
Página 1	55
Página 2	10
Página 3	5
Página 4	1
Página 5	4
Página 6	3
Página 7	1
Página 8	0
Página 9	1
Página 10+	59
Total	139

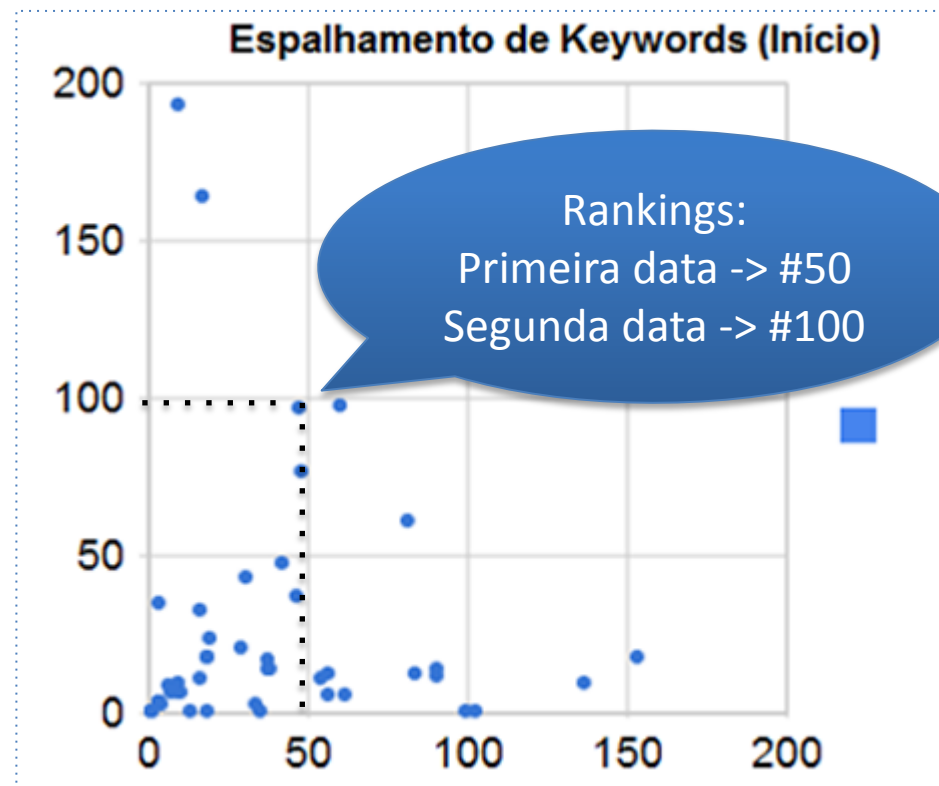
Rankings e análise de palavras-chave

- Visão geral ao longo do tempo



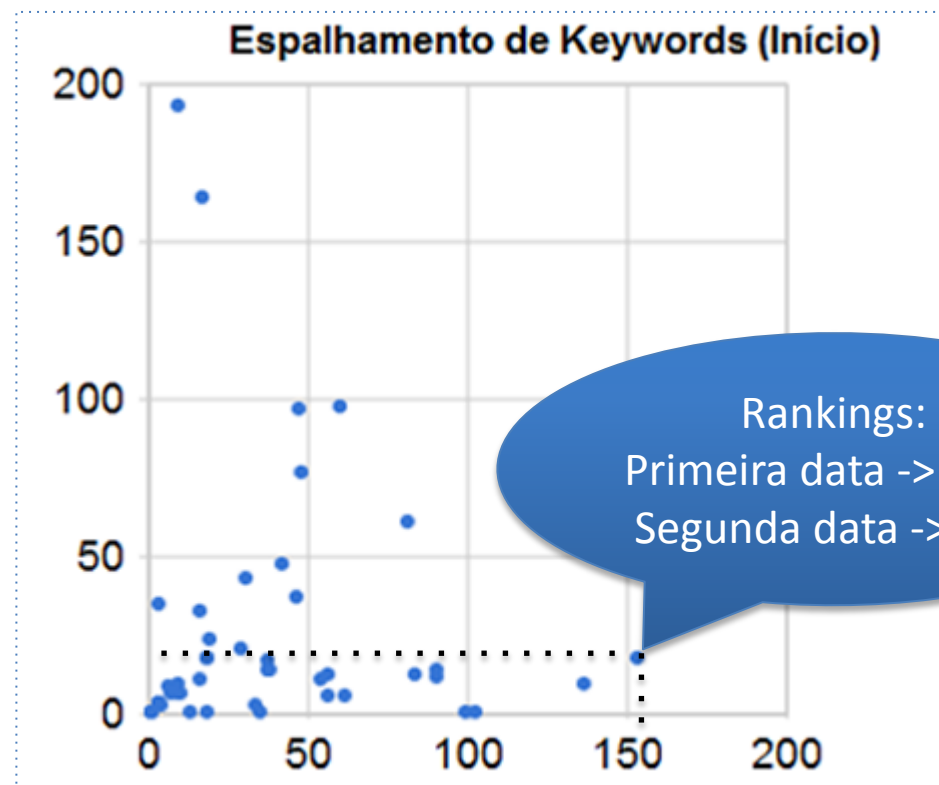
Rankings e análise de palavras-chave

- Visão geral ao longo do tempo



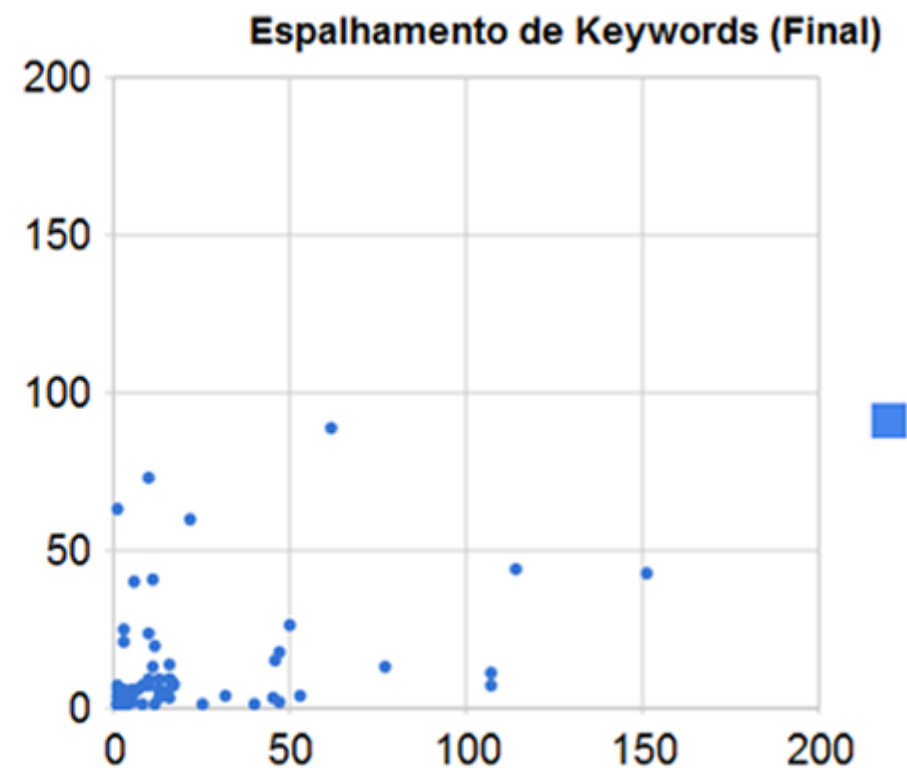
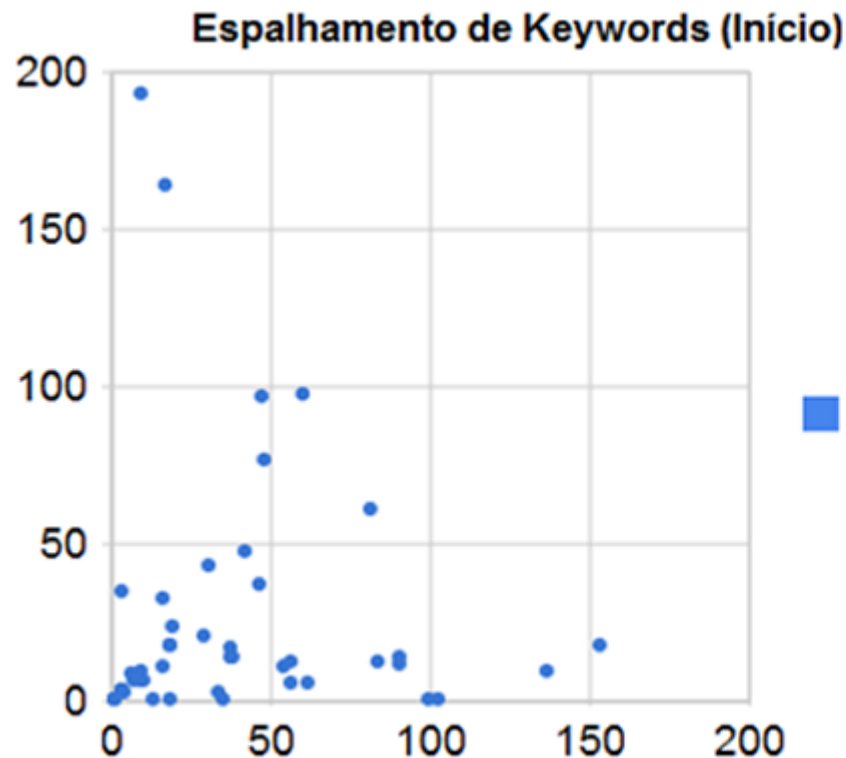
Rankings e análise de palavras-chave

- Visão geral ao longo do tempo



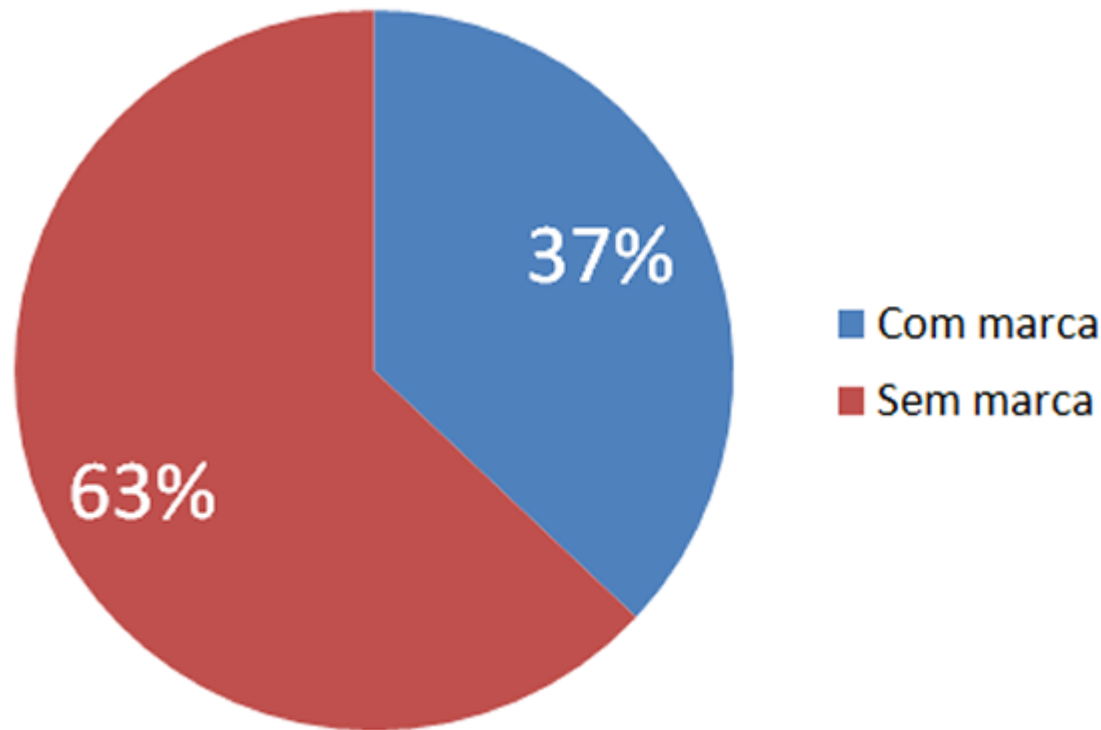
Rankings e análise de palavras-chave

- Visão geral ao longo do tempo



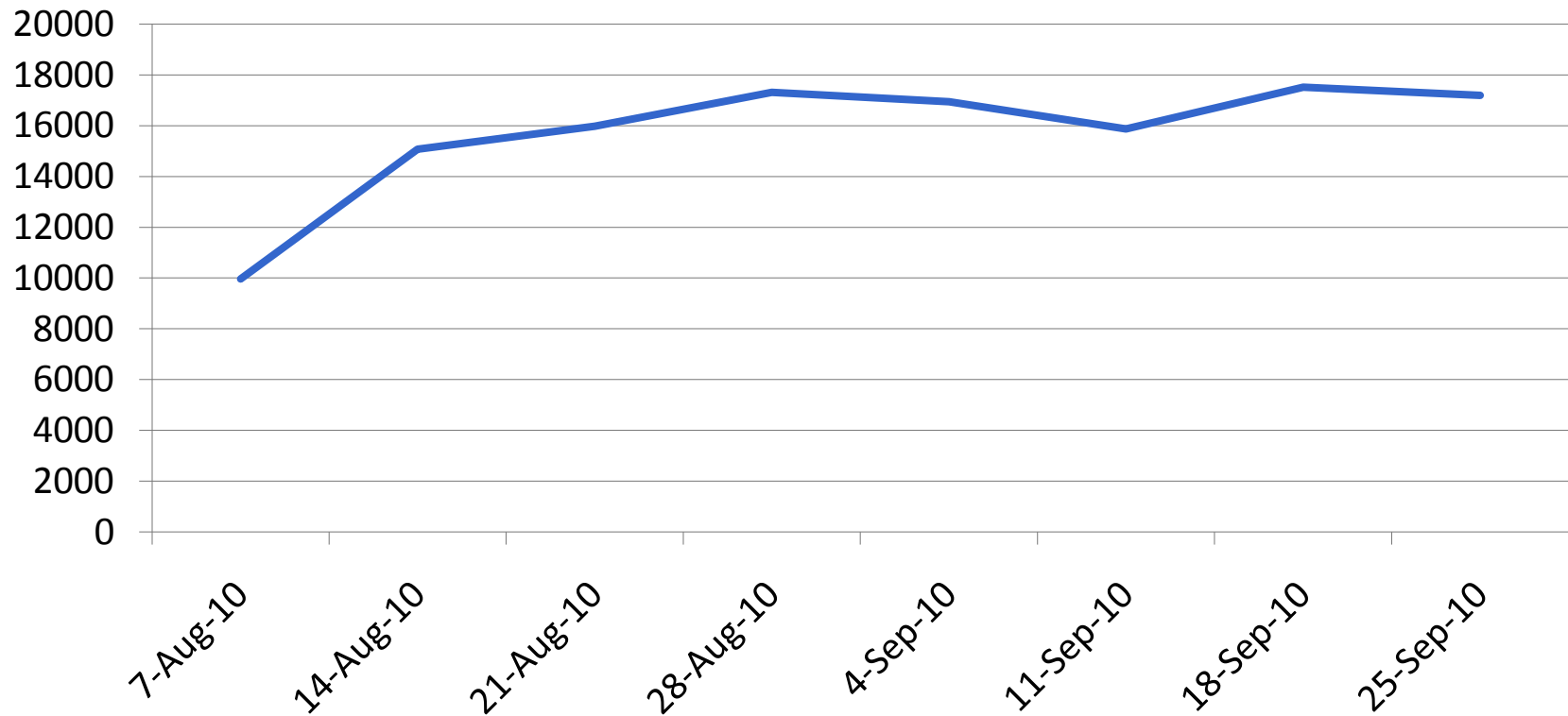
Rankings e análise de palavras-chave

- Participação da marca



Rankings e análise de palavras-chave

- Diversidade de palavras-chave



Rankings e análise de palavras-chave

- Diversidade de palavras-chave

Keywords

Dec 1, 2010 - Dec 31, 2010



Search sent 38,136 total visits via 15,230 keywords

Rankings e análise de palavras-chave

- Lista de keywords e rankings no tempo

Keyword	7/11/2008	3/4/2009	7/10/2009	1/29/2010
Head tail 1	-	59	12	1
Head tail 2	-	42	-	1
Head tail 3	-	-	4	1
Mid tail 1	-	4	1	1
Long tail 1	58	-	3	1
Long tail 2	35	1	8	1
Long tail 3	4	-	25	1
Mid tail 2	29	21	-	1
Brand kwd 1	1	-	40	1
Brand kwd 2	1	1	-	1

Visitas

5

Métricas e GA

mestreseo

Evolução de Visitas

- Evolução de visitas orgânicas no projeto

Dashboard

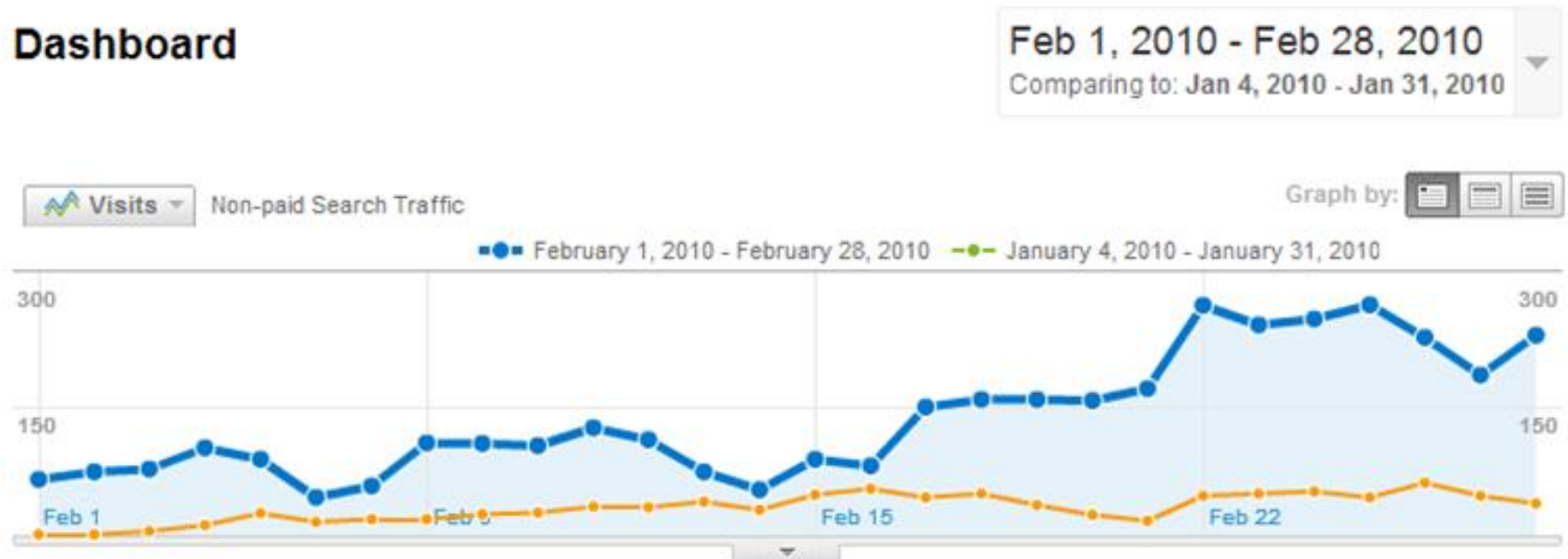
Jan 1, 2010 - Feb 28, 2010 ▼



Evolução de Visitas

- Comparativo: Mensal, projeto e período

Dashboard



Evolução de Visitas

- Comparativo: Mensal, projeto e período

Site Usage



3,886 Visits

Previous: 902 (+330.82%)



5,035 Pageviews

Previous: 1,259 (+299.92%)



1.30 Pages/Visit

Previous: 1.40 (-7.17%)



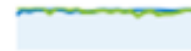
83.50% Bounce Rate

Previous: 82.15% (+1.65%)



00:00:50 Avg. Time on Site

Previous: 00:01:05 (-23.82%)



95.47% % New Visits

Previous: 92.79% (+2.89%)

Evolução de Visitas

- Visitas de referência: Comparativo

Referring Sites

Jan 31, 2010 - Feb 27, 2010

Comparing to: Jan 3, 2010 - Jan 30, 2010



Evolução de Visitas

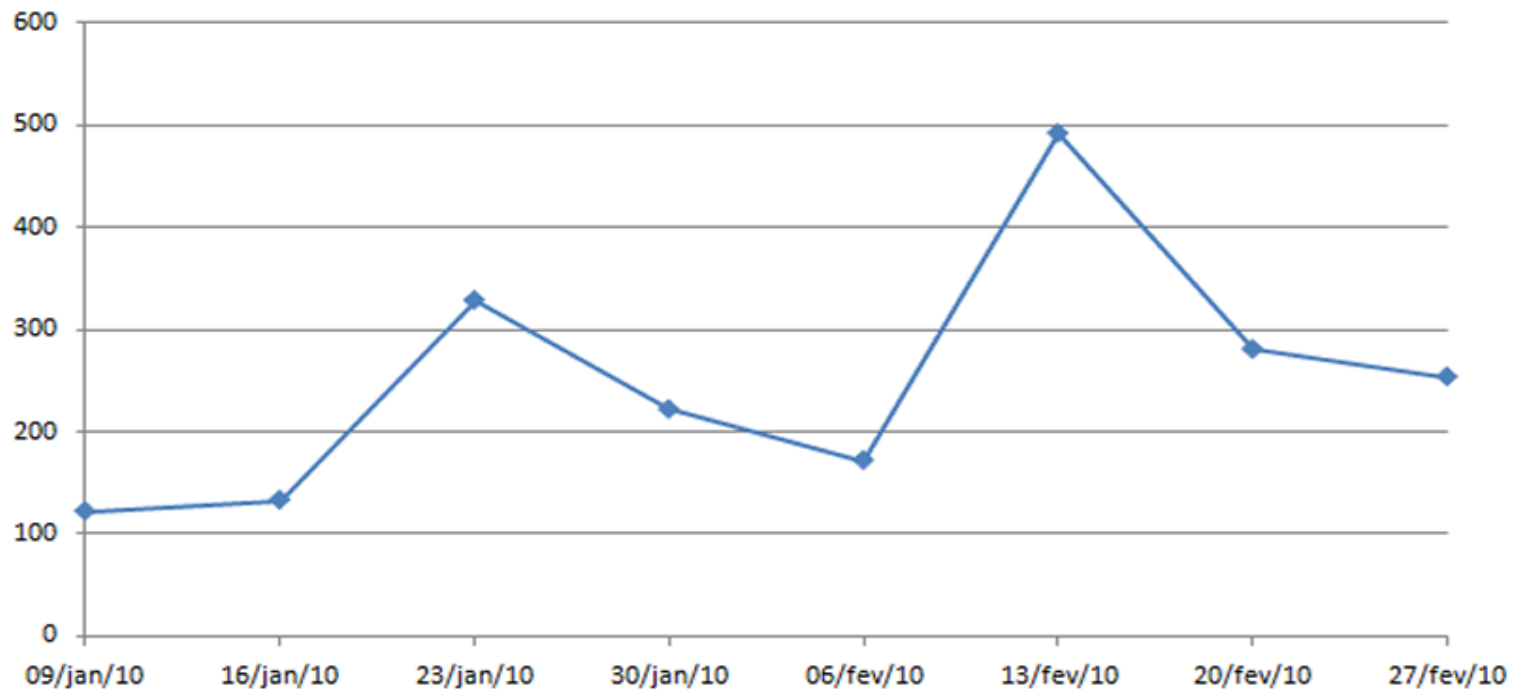
- Visitas de referência: Comparativo

Referring sites sent 1,716 visits via 90 sources

Site Usage		Goal Set 1		Views:	
Visits	?	Pages/Visit	?	Avg. Time on Site	?
1,716		1.48		00:01:17	
Previous: 940		Previous: 2.01		Previous: 00:03:09	
(82.55%)		(-26.46%)		(-59.23%)	
% New Visits	?	Bounce Rate	?		
88.11%		79.25%			
Previous: 69.89%		Previous: 70.96%			
(26.07%)		(11.69%)			

Evolução de Visitas

- Visitas de referência: Diversidade



Evolução de Visitas

- Visitas de referência: Diversidade

Referring Sites

Dec 1, 2010 - Dec 31, 2010



Referring sites sent 9,814 visits via 685 sources

Evolução de Visitas

- Visitas de referência: Sites específicos

Referring Sites

Jan 31, 2010 - Feb 27, 2010
Comparing to: Jan 3, 2010 - Jan 30, 2010



Referring sites sent 491 visits via 11 sources

Filtered for sources containing "dihitt|linkk|rec6|via6|ueba|gostei|linkninja"

Evolução de Visitas

- Visitas de referência: Sites específicos

Referring sites sent 491 visits via 11 sources

Filtered for sources containing "dihitt|linkk|rec6|via6|ueba|gostei|linkninja"

Site Usage		Goal Set 1		Views:	
Visits	?	Pages/Visit	?	Avg. Time on Site	?
491		2.00		00:02:54	
Previous: 450		Previous: 2.39		Previous: 00:04:33	
(9.11%)		(-16.20%)		(-36.41%)	
% New Visits	?				?
70.88%					
Previous: 58.00%					
(22.20%)					
Bounce Rate	?				?
65.99%					
Previous: 63.11%					
(4.56%)					

Como Otimizar com o Google Analytics?

5

Métricas e GA

mestreseo

Como otimizar com o Google Analytics

- Muito mais do que medir visitas
 - Análise e segmentação
 - Re-otimização
 - Filtros
 - Site Search
 - Intelligence

Segmentação Avançada

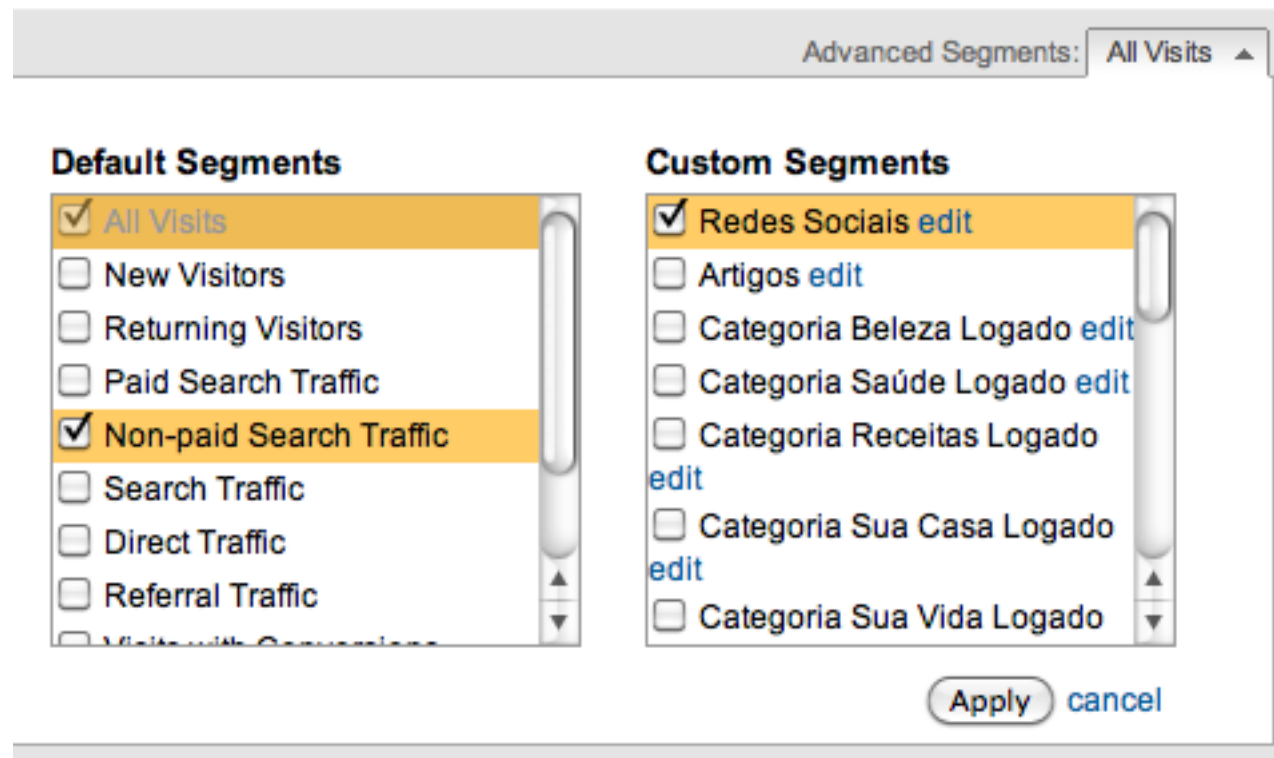
5

Métricas e GA

mestreseo

Segmentação Avançada

- Segmentos padrão e personalizados



Segmentação Avançada

- Tráfego de busca não paga



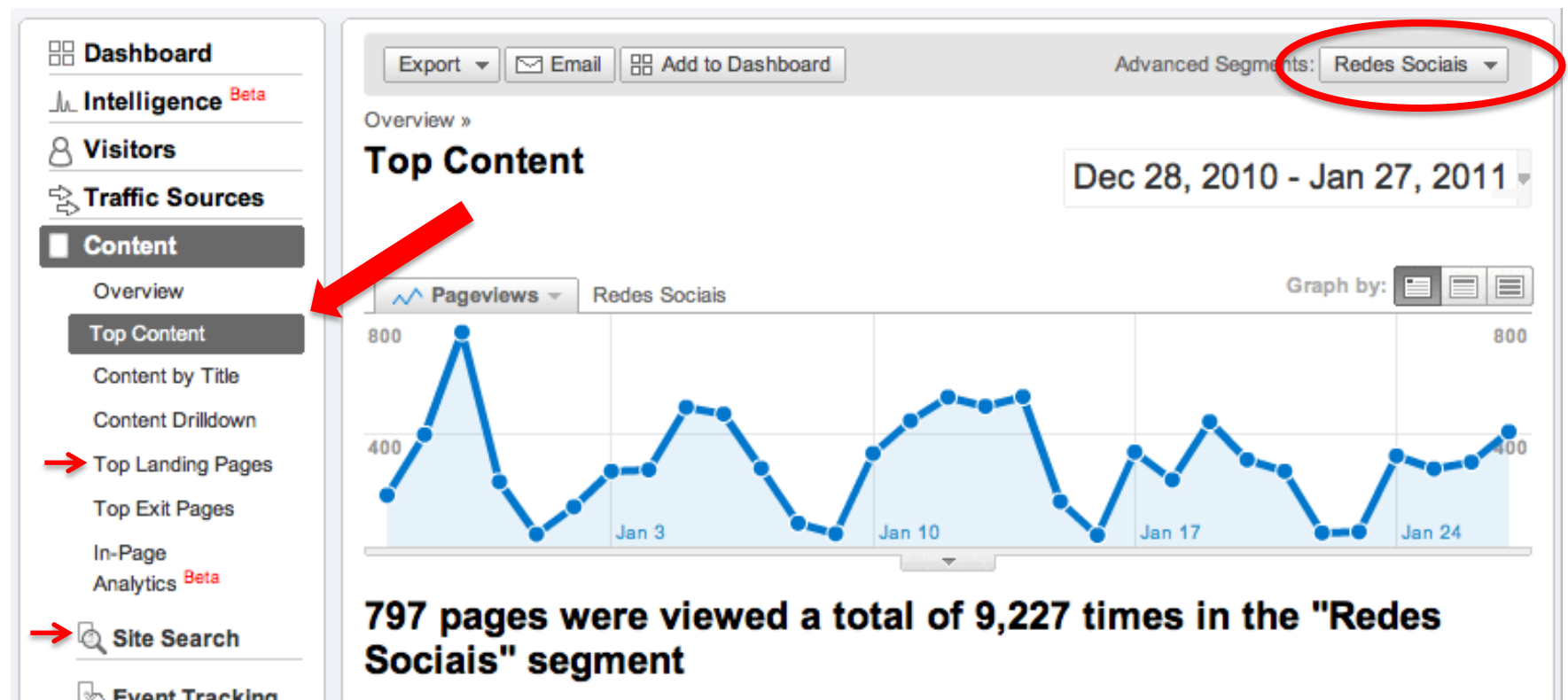
Segmentação Avançada

- Tráfego de redes sociais



Segmentação Avançada

- Redes sociais em Páginas Visitadas e Buscas

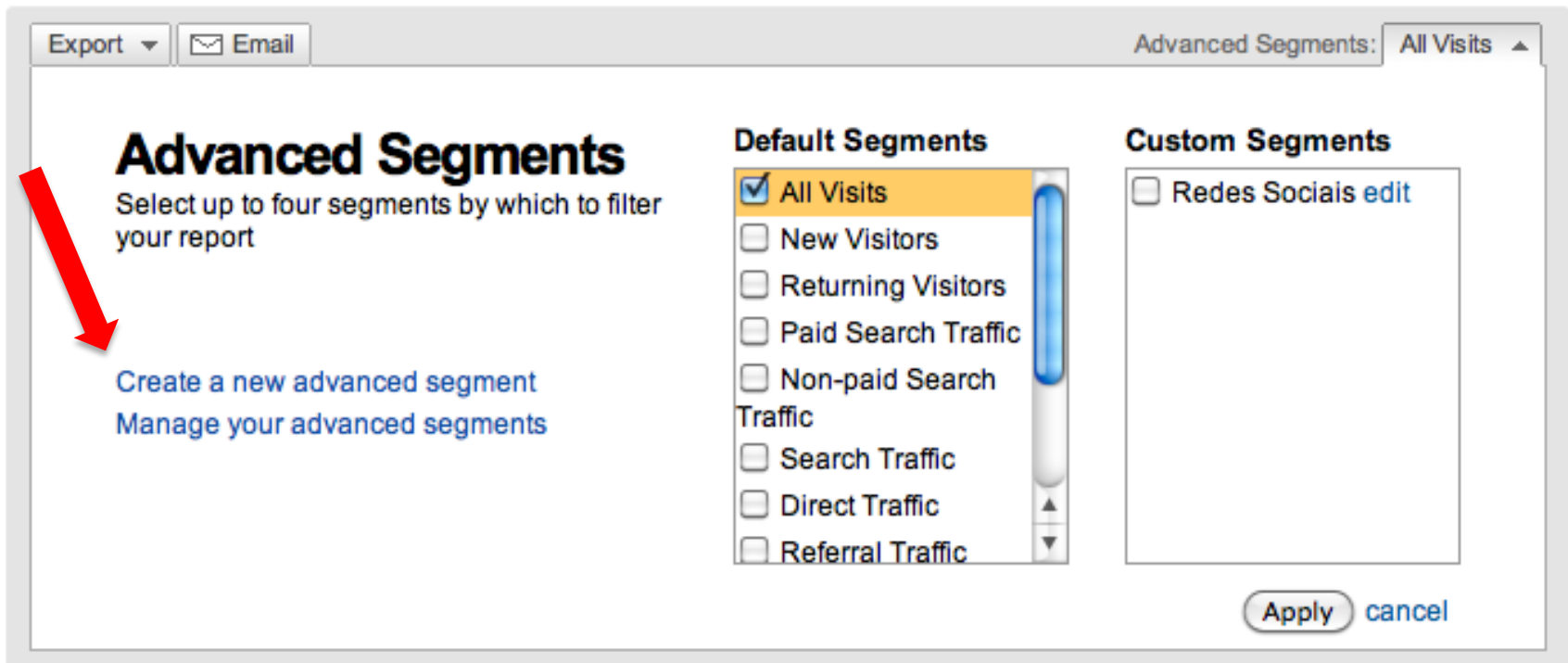


Segmentação Avançada

- Alguns exemplos:
 - Categorias
 - Subcategorias
 - Imagens
 - images.google.com, flickr.com
 - Redes Sociais
 - Twitter, Orkut, Facebook
 - Long Tails
 - Expressão regular: `(.*) (.*?) (.*?)` ou `^(\w)+ (\w)+ (.)+$`

Segmentação Avançada

- Long tails - Como criar o segmento?



Segmentação Avançada

- Long tails - Como criar o segmento?

The screenshot shows the Google Analytics Advanced Segmentation interface. On the left, there are two panels: 'Dimensions' and 'Metrics'. The 'Dimensions' panel lists: Visitors, Traffic Sources, Content, E-Commerce, and Systems. The 'Metrics' panel lists: Site Usage, E-Commerce, Content, and Goals. Below these panels is a instruction: 'Drag and drop dimensions and metrics into the boxes to create a visit segment.' and a link 'Learn More about Advanced'. The main area is titled 'Out of a total of ? visits...' and contains two large empty boxes for adding conditions. Between these boxes are 'or' and 'and' operators. Below the 'and' operator is a button 'Add "and" statement'. To the right of the top box is a 'Test Segment' button. Below the main area is a section titled '...this segment matches ? visits' with another 'Test Segment' button. At the bottom, there is a 'Name segment:' field, a 'Create Segment' button, and two buttons: 'Create and Apply to Report' and 'Cancel'. Red arrows point from the 'Dimensions' and 'Metrics' panels to the condition boxes, from the 'Add "and" statement' button, and from the instruction text to the 'Name segment:' field.

Segmentação Avançada

- Long tails - Como criar o segmento?

type to filter
☐ list view

Dimensions

▼ Traffic Sources

- ① Campaign
- ① Ad Group
- ① Keyword
- ① Ad Content
- ① Ad Slot
- ① Ad Slot Position
- ① Source
- ① Medium
- ① Referral Path

Out of a total of 75,720 visits...

Keyword

Condition: Matches regular expression
Value: (.*) (.*) (.*)
☐ case sensitive
→ 29,499 visits

or

Add "or" statement

and

Medium

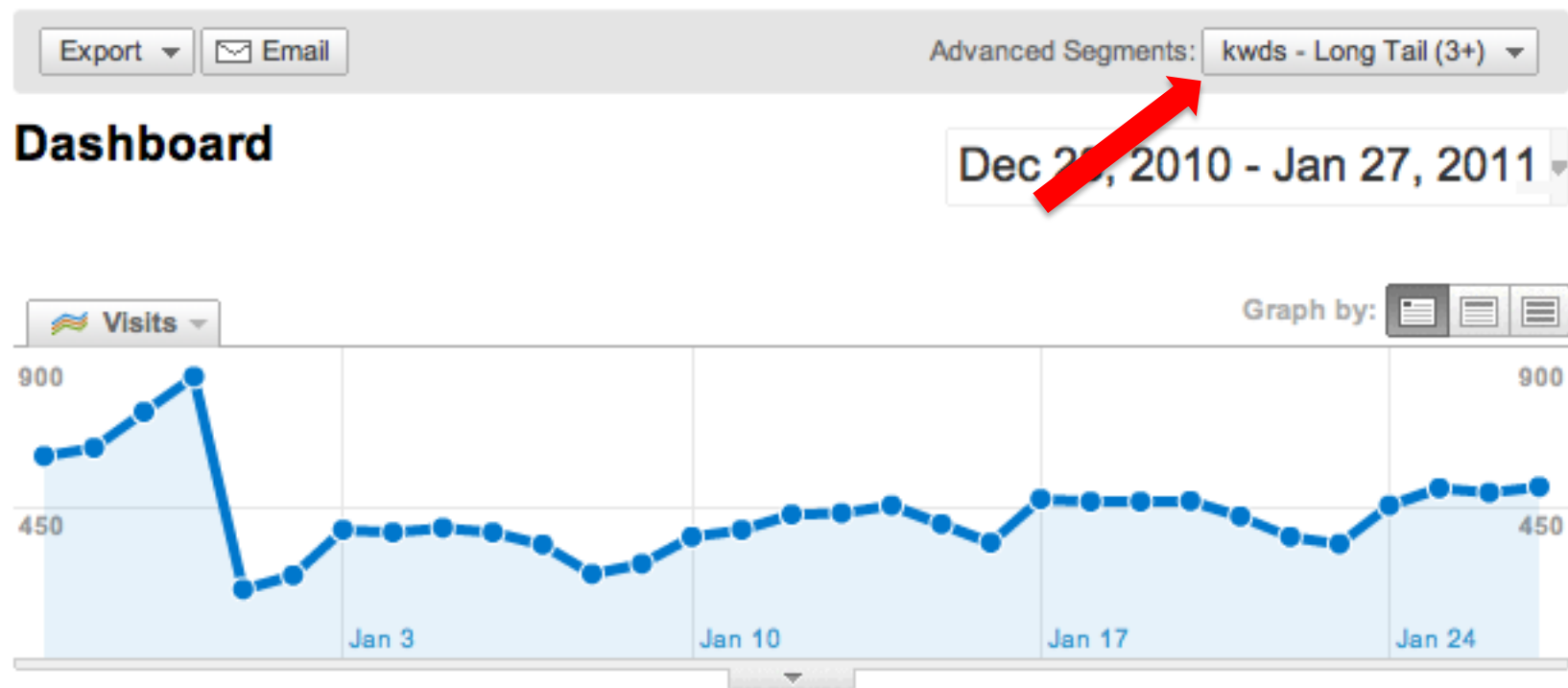
Condition: Matches exactly
Value: organic
☒ case sensitive
→ 47,030 visits

or

Add "or" statement



Segmentação Avançada

- Long tails - Como criar o segmento?



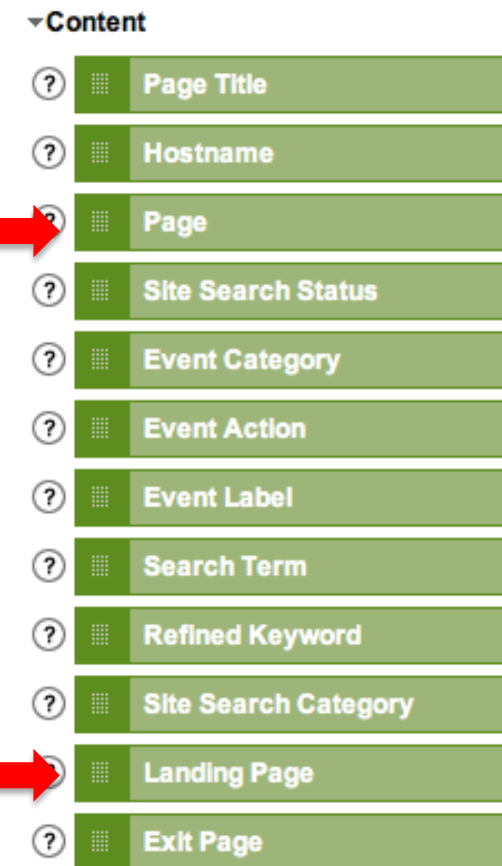
Segmentação Avançada

- Segmento de Long tails
 - Relatório de keywords

	Keyword 	None 
1.	receitas de bolos	
2.	receitas de bolo	
3.	bolo de milho	
4.	receita de bolo	
5.	bolo de milho verde	
6.	receita de bisteca de porco	
7.	dicas de beleza	
8.	cortes de cabelo	
9.	molho para lombo assado	

Segmentação Avançada

- Segmentar categoria
 - Page vs Landing Page
 - Visitas que passaram pelo conteúdo
 - Página de entrada



Segmentação Avançada

- Segmentar categoria (exemplo: beleza)

The screenshot shows the Google Analytics Advanced Segments builder interface. It features two conditions stacked vertically, connected by an 'or' operator. The first condition is 'Landing Page' with the condition 'Starts with' and the value '/beleza/'. The second condition is 'Medium' with the condition 'Matches exactly' and the value 'organic'. Both conditions have the 'case sensitive' checkbox checked. There are 'Add "or" statement' and 'delete' buttons visible.

Condition	Value
Landing Page	Starts with /beleza/
or	
Medium	Matches exactly organic

Segmentação Avançada

- Segmento para redes sociais

The image shows a screenshot of the Google Analytics 'Advanced Segments' configuration interface. It displays four stacked segment rules, each for a different social media source. Each rule is configured with the following settings:

- Source:** A green dropdown menu showing the source name.
- Condition:** A dropdown menu set to 'Starts with'.
- Value:** A text input field containing the domain name.
- case sensitive:** An unchecked checkbox.

The four rules are for the following sources: twitter.com, facebook.com, orkut.com.br, and delicious.com. Each rule has an 'or' button to its left and a delete 'X' icon to its right.

Segmentação Avançada

- Resumo
 - Comportamento de usuário segmentado
 - Importância de grupo para o site
 - Redes sociais
 - Long tails
 - Yahoo Respostas
 - Conversão por segmento
 - Categorias fortes e fracas

Indexação e Páginas Visitadas

5

Métricas e GA

mestreseo

Indexação e Páginas Visitadas

- Quantas páginas o Google conhece?
 - site:meusite.com.br
 - Sitemap.XML
 - Google Analytics

Indexação e Páginas Visitadas

- site:meusite.com.br



Indexação e Páginas Visitadas

- `site:meusite.com.br`
 - Não retorna quantidade exata
 - Não existe um erro padrão
 - Útil para identificar problemas no site
 - Pode ser segmentado
 - `site:meusite.com.br/subdiretorio/`

Indexação e Páginas Visitadas

- Sitemap.XML

Sitemaps

Submit a Sitemap to tell Google about pages on your site we might not otherwise discover.

Submitted URLs

5,946

4,654 URLs in web index

Submit a Sitemap

Show submissions: **By me (1)** - [All \(1\)](#)

Sitemap	Status	Type	Downloaded	URLs submitted	URLs in web index
<input type="checkbox"/> /sitemap.xml	✓	Sitemap	Jan 3, 2011	5,946	4,654
<input type="checkbox"/>	Delete	Resubmit			

Indexação e Páginas Visitadas

- Sitemap.XML
 - Útil para identificar problemas
 - Pode ser segmentado
 - Listar somente URLs de um subdiretório
 - Listar 100 URLs mais recentes
 - Listar somente páginas não indexadas

Indexação e Páginas Visitadas

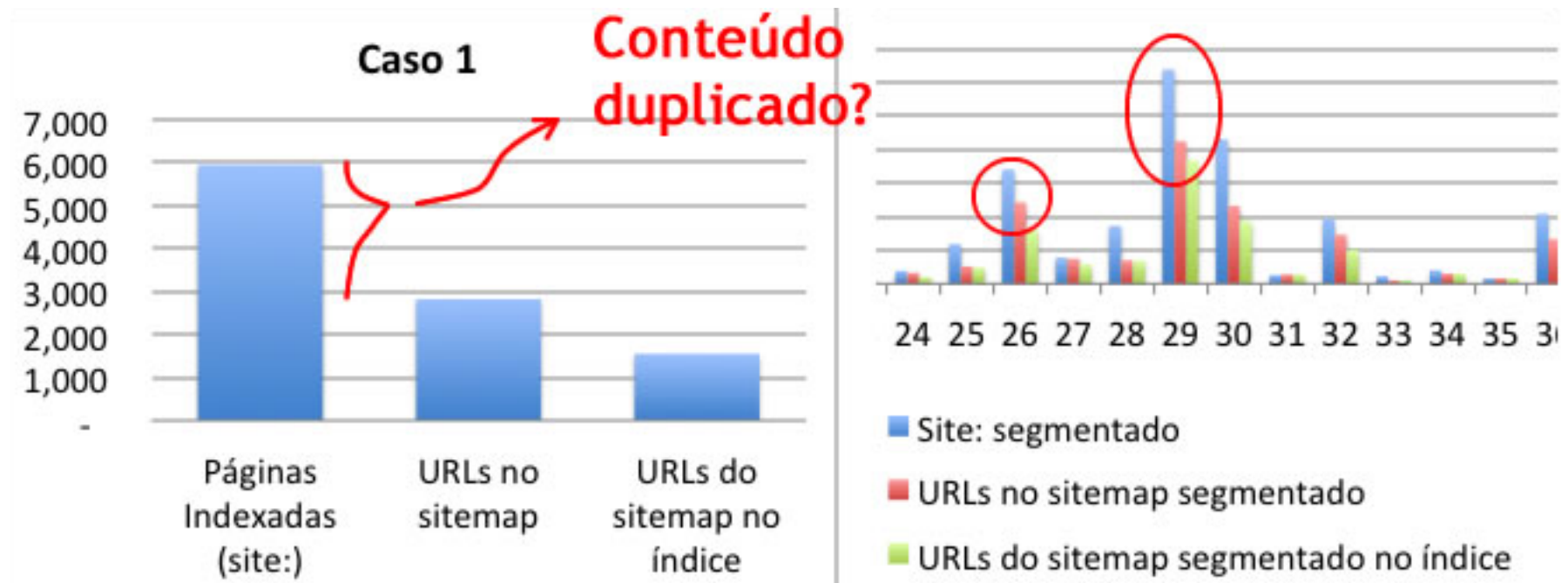
- Sitemap.XML vs. site:meusite.com.br
 - As análises segmentadas isoladas tem pouco valor
 - O valor está na comparação de resultados

Indexação e Páginas Visitadas

- Sitemap.XML vs. site:meusite.com.br
 - Comparar volume:
 - Total de páginas indexadas (site:)
 - Total de URLs no índice (via sitemap.xml)
 - Páginas indexadas por segmento (site: ... /subdir/)
 - URLs no índice por segmento (sitemap.xml segmentado)

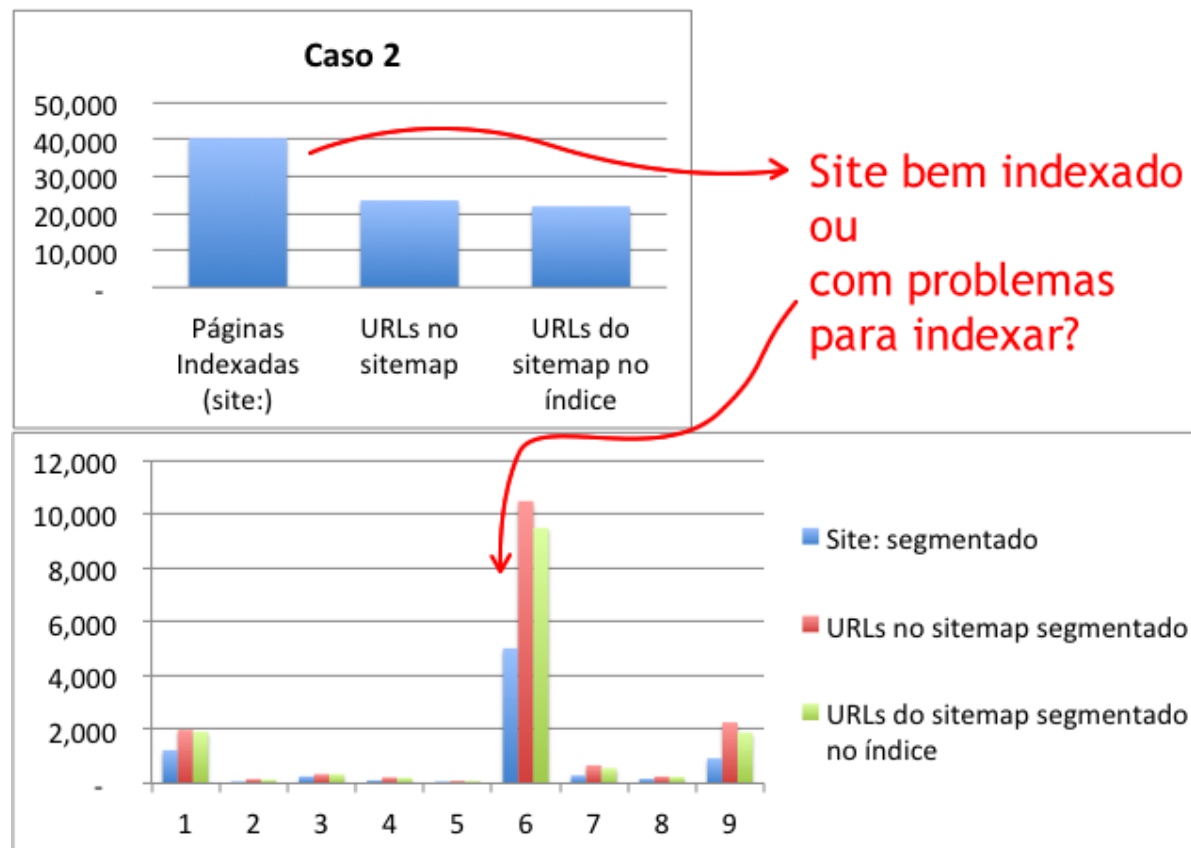
Indexação e Páginas Visitadas

- Sitemap.XML vs. site:meusite.com.br



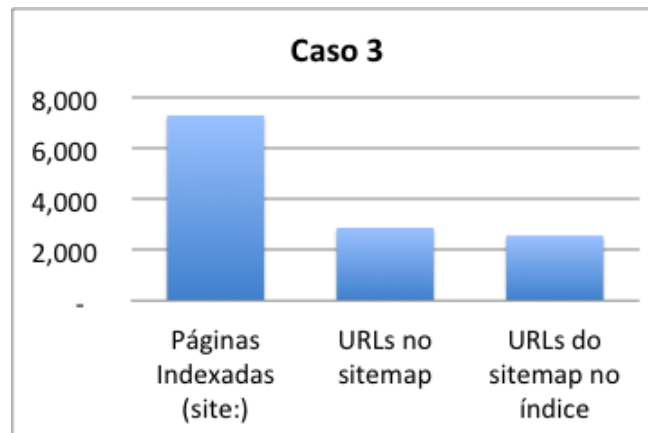
Indexação e Páginas Visitadas

- Sitemap.XML vs. site:meusite.com.br

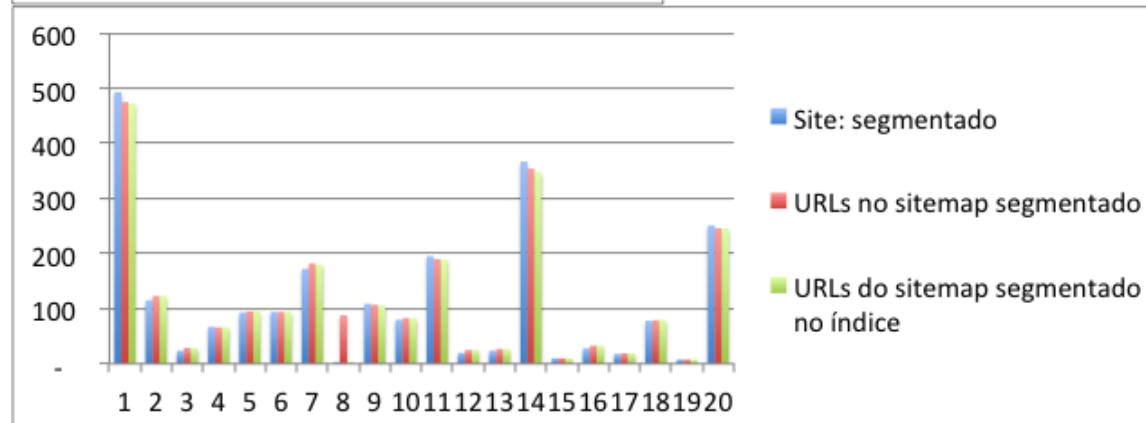


Indexação e Páginas Visitadas

- Sitemap.XML vs. site:meusite.com.br

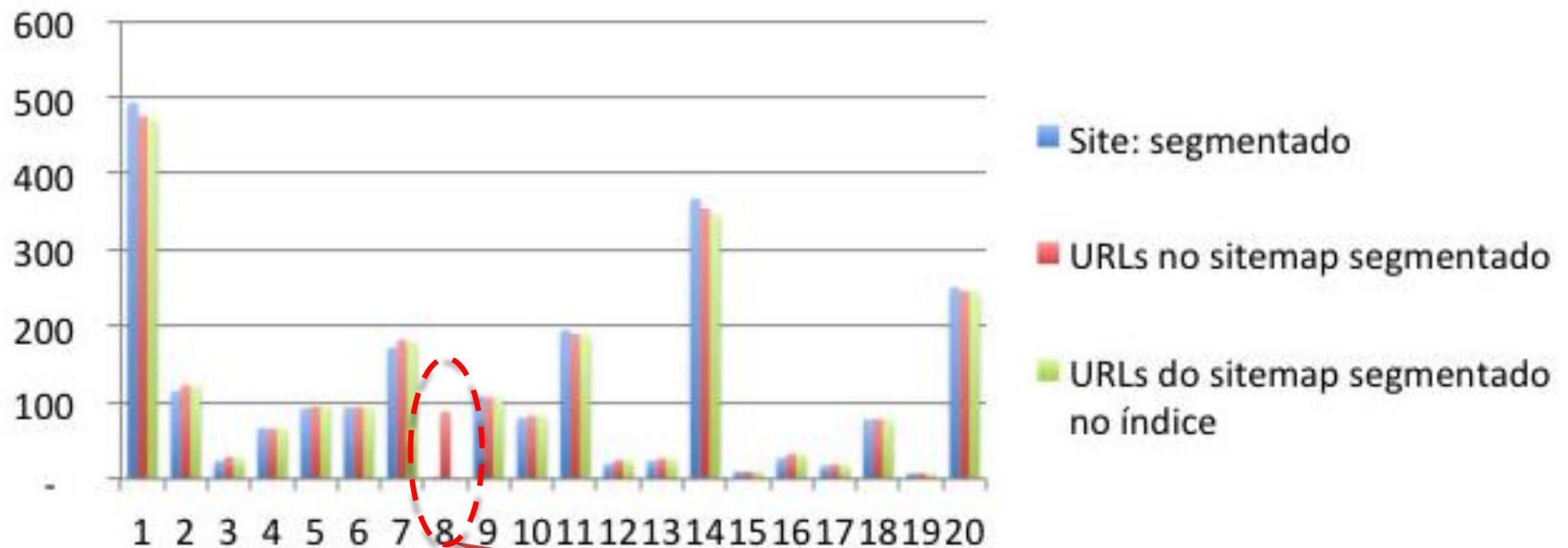


Analizada por
sitemap.xml,
a indexação está
equilibrada, embora o
comando site: mostre
muitas mais páginas.



Indexação e Páginas Visitadas

- Sitemap.XML vs. site:meusite.com.br



Nenhuma URL no índice,
nem página indexada!

Páginas que Recebem Visitas

5

Métricas e GA

mestreseo

Páginas que Recebem Visitas

- Google Analytics:
 - Páginas com ao menos 1 visita de busca orgânica
 - São realmente úteis em SERPs
 - Melhor do que páginas indexadas
 - Melhor do que índice do Sitemap.XML

Páginas que Recebem Visitas

- Google Analytics:

The screenshot shows the Google Analytics interface. On the left, the 'Traffic Sources' sidebar is visible, with 'Search Engines' circled in red. A red arrow points from 'Search Engines' to the first row of the 'Source' table, which is 'google'. Another red arrow points from the 'Source' table header to the 'Landing Page' table header, which is also circled in red. The 'Source' table lists the following sources: 1. google, 2. bing, 3. search, 4. yahoo, 5. ask, 6. aol, 7. baidu. The 'Landing Page' table lists the following pages: 1. /, 2. /blogs/como-fazer-um-blog-de-suc, 3. /artigos-seo, 4. /seo/tumblr-seo, 5. /facebook/facebook-fan-pages-cri, 6. /seo/redirecionamento-301-em-ph, 7. /category/redes-sociais, 8. /geral/email-marketing-dicas-nao-f.

Source
1. google
2. bing
3. search
4. yahoo
5. ask
6. aol
7. baidu

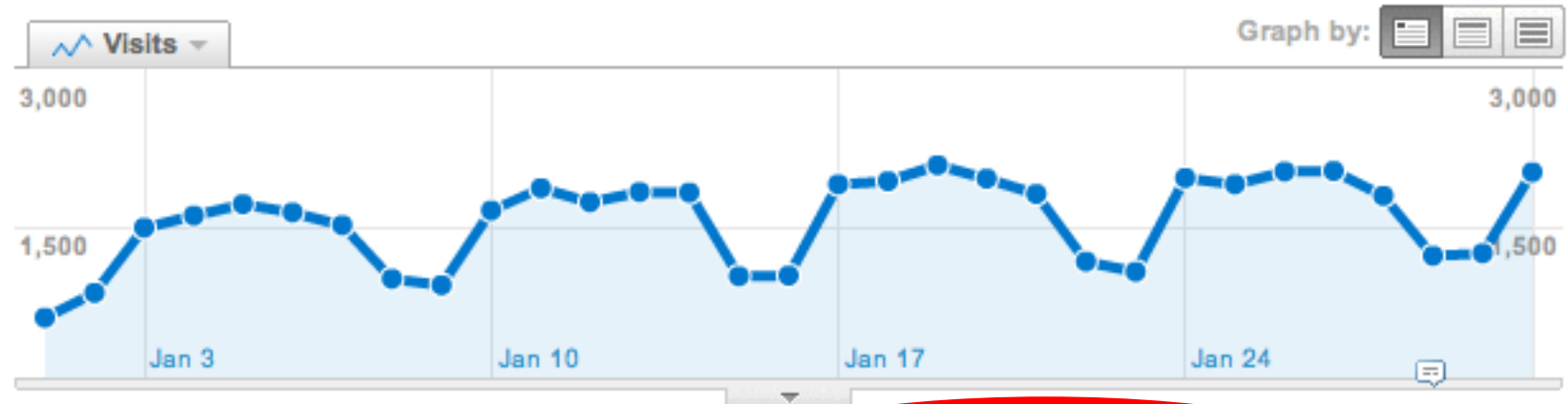
Landing Page
1. /
2. /blogs/como-fazer-um-blog-de-suc
3. /artigos-seo
4. /seo/tumblr-seo
5. /facebook/facebook-fan-pages-cri
6. /seo/redirecionamento-301-em-ph
7. /category/redes-sociais
8. /geral/email-marketing-dicas-nao-f

Páginas que Recebem Visitas

- Google Analytics:

Search Engines

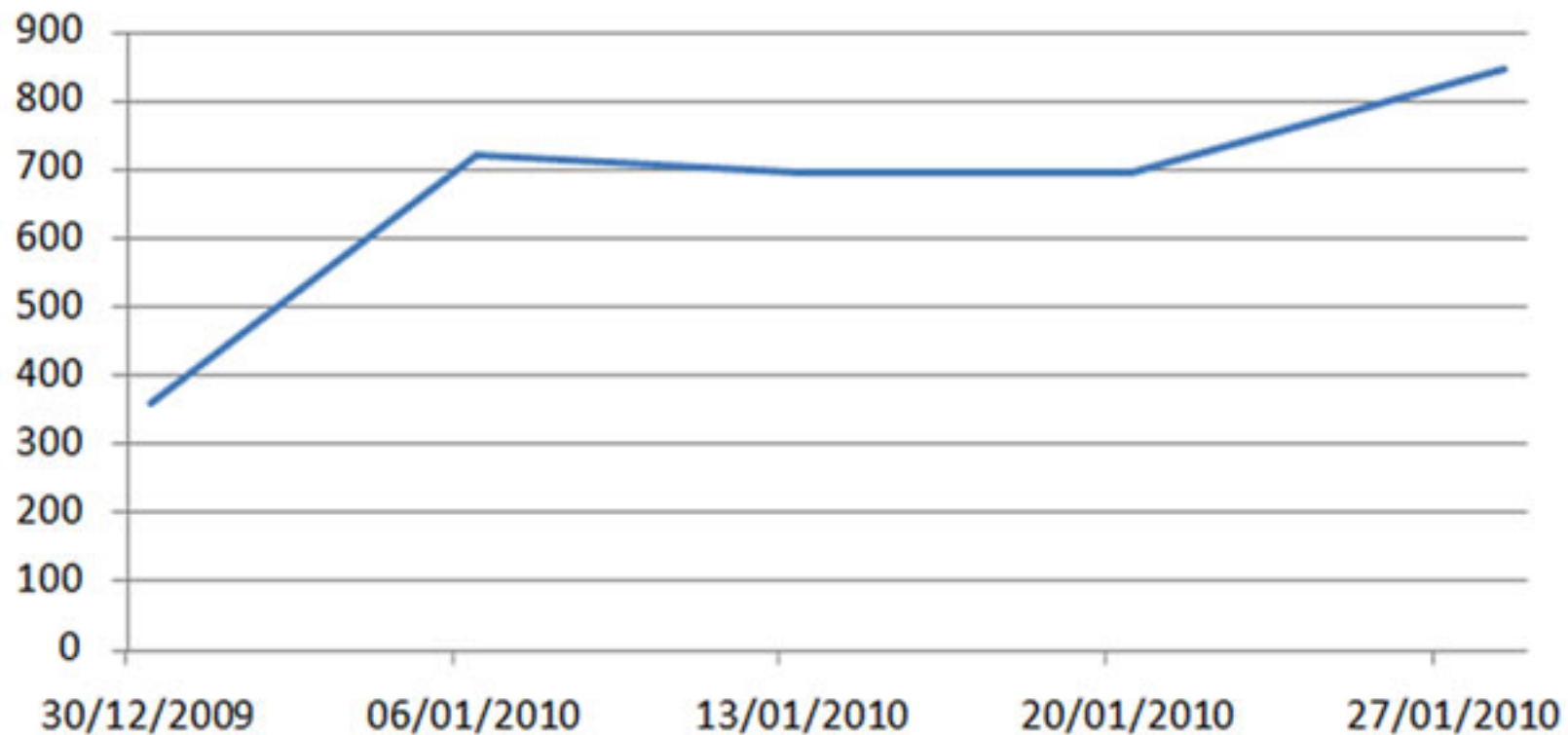
Jan 1, 2011 - Jan 31, 2011



Search sent 49,120 total visits via 1,341 landing pages

Páginas que Recebem Visitas

- Excel



Páginas que Recebem Visitas

- Páginas com visitas orgânicas
 - Contra ponto em quedas via site:
 - Mais páginas com visitas é mais relevante do que mais páginas no índice
 - Vale mais uma vez utilizar a Segmentação Avançada

Reotimização de Conteúdo

5

Métricas e GA

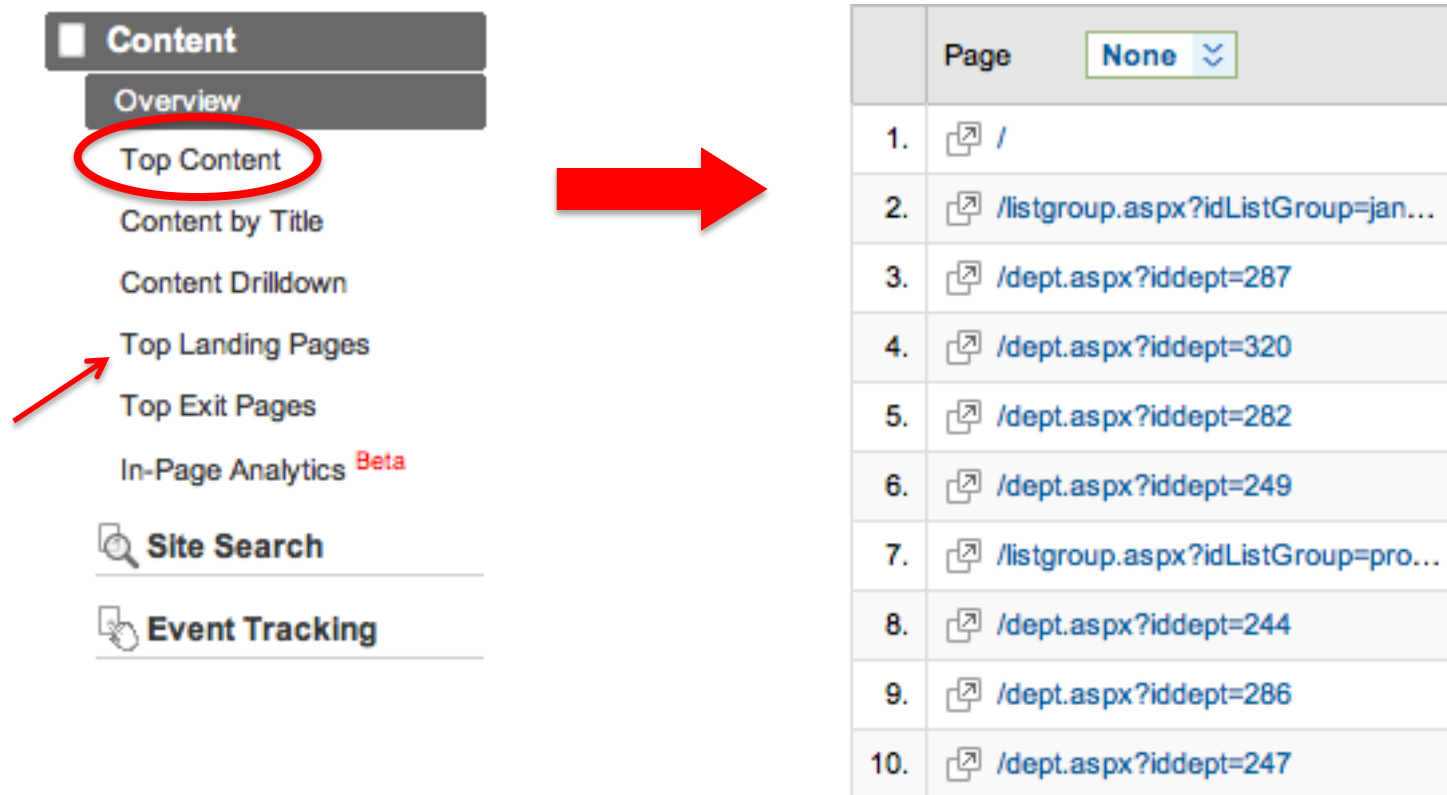
mestreseo

Reotimização de Conteúdo

- Quantas páginas recebem visitas orgânicas?
 - Quais recebem mais visitas?
 - Quais poderiam receber mais visitas?
 - Como conseguir mais visitas?

Reotimização de Conteúdo

- Caminho: Content > Top Content > URL



The image shows the Google Analytics navigation menu on the left and a table of top content URLs on the right. A red arrow points from the 'Top Content' menu item to the table.

Navigation Menu:

- Content
 - Overview
 - Top Content**
 - Content by Title
 - Content Drilldown
 - Top Landing Pages
 - Top Exit Pages
 - In-Page Analytics Beta
- Site Search
- Event Tracking

Table of Top Content URLs:

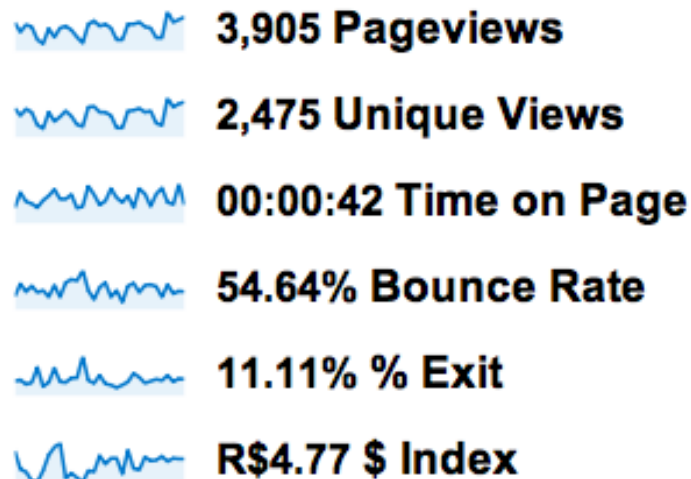
	Page	None
1.	/	
2.	/listgroup.aspx?idListGroup=jan...	
3.	/dept.aspx?iddept=287	
4.	/dept.aspx?iddept=320	
5.	/dept.aspx?iddept=282	
6.	/dept.aspx?iddept=249	
7.	/listgroup.aspx?idListGroup=pro...	
8.	/dept.aspx?iddept=244	
9.	/dept.aspx?iddept=286	
10.	/dept.aspx?iddept=247	

Reotimização de Conteúdo

- Verificar termos de entrada e reotimizar!

This page was viewed 3,905 times in the "Non-paid Search Traffic" segment

Visit this page Analyze: **Content Detail** Content: **/dept.aspx?iddept=320** **None**



Navigation Analysis

Navigation Summary
How visitors found your content

Entrance Paths
Paths visitors used to get to your content

Landing Page Optimization

Entrance Sources
Top sources per page

Entrance Keywords
Top keywords per page

Click Patterns

In-Page Analytics Beta
Click data on top of your website

Reotimização de Conteúdo

- Reotimização

	Keyword None ▾
1.	presentes de aniversario
2.	presente de aniversario
3.	flores
4.	presentes de aniversário
5.	flores para aniversario
6.	flores frete on line
7.	mini buque
8.	presente de aniversário
9.	presentes para aniversario
10.	quais os tipos de flores mais indicados para dar ...

- Testar rankings
- Mudar título da página
- Colocar link na página inicial
- Alterar o conteúdo
- Escrever novo conteúdo

Reotimização de Conteúdo

- Reotimização



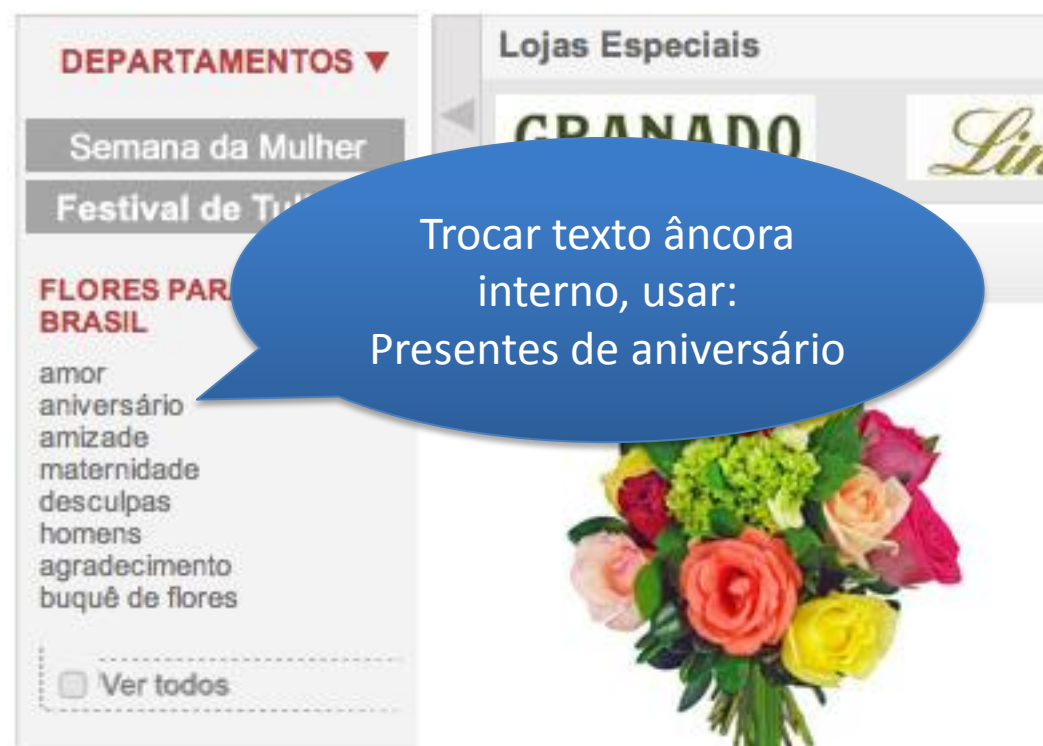
Reotimização de Conteúdo

- Reotimização



Reotimização de Conteúdo

- Reotimização



Reotimização de Conteúdo

- Reotimização

site:giulianaflores.com.br presentes de aniversário  **Pesquisar**

Aproximadamente 828 resultados (0,20 segundos) [Pesquisa avançada](#)

[Presentes de Aniversário - Mensagens e Flores de Aniversário ...](#) 
Presente de aniversário melhor que flores não há! Veja a seção de presentes de aniversário da Giuliana Flores: **Presentes de aniversário** para todo gosto e ...
www.giulianaflores.com.br/dept.aspx?iddept=320 - Em cache - Similares

[Flores e Presentes de Aniversário - Entregas em São Paulo ...](#) 
Quer comprar **Presentes de Aniversário**? Veja aqui a seção de **Presentes de Aniversário** da Giuliana Flores. Entregas de Presentes em cidades da Grande São ...
www.giulianaflores.com.br/dept.aspx?iddept=249 - Em cache - Similares

[Floricultura Online Giuliana Flores - Flores e Presentes em Todo ...](#) 
Flores: **presentes** para todas ocasiões. Na floricultura online Giuliana Flores você compra flores ... Coleção **Aniversário**. Ver mais produtos desta categoria ...
www.giulianaflores.com.br/ - Em cache - Similares

[Promoção - Frete Grátis para Flores e Presentes - Giuliana Flores](#) 
Promoção na Giuliana Flores! Flores e **presentes** com frete totalmente grátis para todo o Brasil. Faça seu pedido online de flores e **presentes** que nós entregamos de graça! ...
Aniversário · para Ele · para Ela · Maternidade ...
www.giulianaflores.com.br/listgroup.aspx?idListGroup... - Em cache

Reotimização de Conteúdo

- Reotimização



Alagoas
Distrito Federal

Por: R\$ 100,40
3x de R\$ 55,13 sem juros

Disponível apenas Grande São Paulo

Por: R\$ 142,00
3x de R\$ 47,43 sem juros

Disponível para mais de 1100 cidades do Brasil

Mostrando 1 - 12 produto(s) do total de 12

Aproveitar espaço em branco para links para outras áreas do site

Reotimização de Conteúdo

- Reotimização

	Keyword None ▾
1.	presentes de aniversario
2.	presente de aniversario
3.	flores
4.	presentes de aniversário
5.	flores para aniversario
6.	flores frete on line
7.	mini buque
8.	presente de aniversário
9.	presentes para aniversario
10.	quais os tipos de flores mais indicados para dar ...

- Testar rankings
- Mudar título da página
- Colocar link na página inicial
- Alterar o conteúdo
- Escrever novo conteúdo

Reotimização de Conteúdo

- Resumo:
 - Fazer/Complementar uma pesquisa de keywords
 - Descobrir correlação: página x termos de entrada está correta?
 - Flores frete on line
 - Reotimização:
 - Ver outros termos de entrada e ganhar rankings

Filtro de SERPs no Google Analytics

5

Métricas e GA

mestreseo

Filtro de SERPs no GA

- Como ganhar rankings rapidamente
 - Checar termos de busca com resultado na segunda página
 - Fazer links no termo exato a partir da página inicial e páginas importantes
 - Outros links quando necessário

Filtro de SERPs no GA

- Criar novo perfil no GA

Overview » www.mestreseo.com.br ([Edit account settings](#))

2010 Dec 24 - 2011 Jan 23
Comparing to: 2010 Nov 23 - 2010 Dec 23

All Starred

Day Week Month Year

Website Profiles **+ Add new profile**

Name↑	Reports	Status	Visits	Avg. Time on Site	Bounce Rate	Completed Goals	Visits % Change	Actions
-------	---------	--------	--------	-------------------	-------------	-----------------	--------------------	---------

Filtro de SERPs no GA

- Criar novo perfil no GA

Choose Website Profile Type

Please decide if you would like to create an additional profile for an existing domain, or create a profile

☐ Add a Profile for a **new** domain OR ☒ Add a Profile for an **existing** domain

Add a Profile for an existing domain

Select Domain:

Profile Name:

Time zone country or territory:

Time zone:

Filtro de SERPs no GA

- Criar novo filtro no GA

Find profile: Show rows: 10 1 of 1

Add Website Profile»
A profile allows you to track a website and/or create different views of the reporting data using filters. [Learn more](#)

User Manager»
Number of Users: 9
Add or edit Users. [Learn more](#)

Filter Manager»
Number of Filters: 7
Filters can be used to customize the way data is displayed in your reports. [Learn more](#)

Filter Manager
Filters allow you to manipulate the data coming in to your account. You can filter out particular IP addresses, include traffic from subdomain or subdirectory only, or create custom filters for more advanced requirements. [Learn more.](#)

Existing Filters + Add Filter

<< Prev 1 - 7 / 7 Next >> Show 10 Search + -

Filtro de SERPs no GA

- Criar novo filtro no GA

Edit Filter

Enter Filter Information

Filter Name:

Filter Type:

☐ Predefined filter ☒ Custom filter

☐ Exclude

☐ Include

☐ Lowercase

☐ Uppercase

☐ Search and Replace

☒ Advanced

Filtro de SERPs no GA

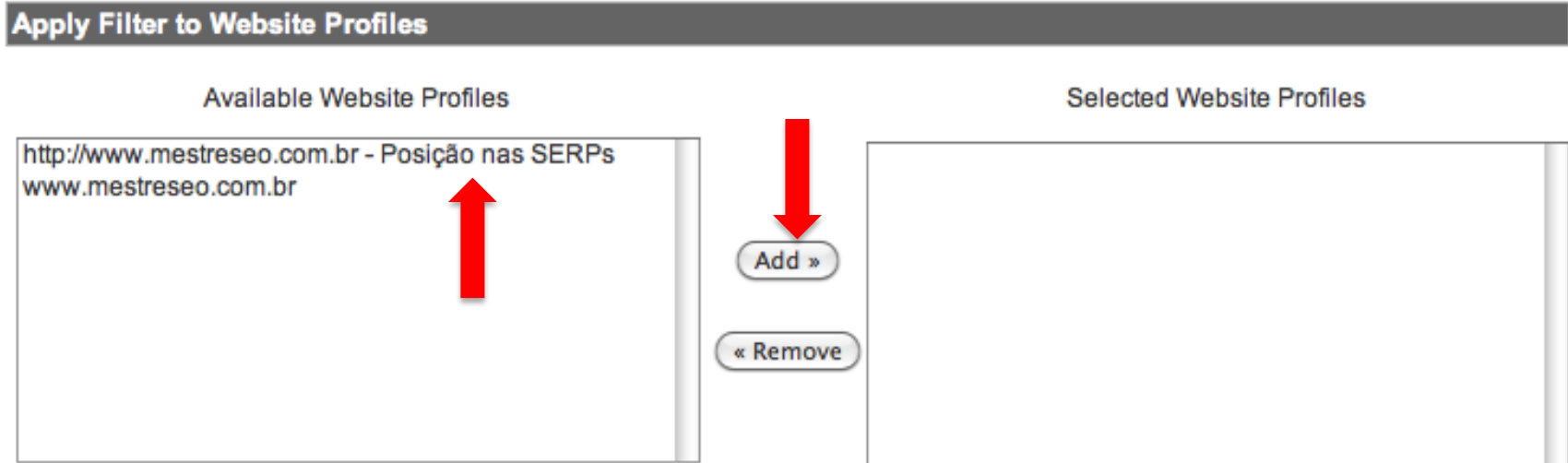
- Criar novo filtro no GA

- <http://www.google.com.br/search?q=curso+de+seo> (...) &start=10

Field A -> Extract A	<input type="text" value="Referral"/>	<input type="text" value="(\? & #)q=([^\&]*)"/>
Field B -> Extract B	<input type="text" value="Referral"/>	<input type="text" value="(\? & #)start=([^\&]*)"/>
Output To -> Constructor	<input type="text" value="User Defined"/>	<input type="text" value="\$A2 (page: \$B2)"/>
Field A Required	<input checked="" type="radio"/> Yes <input type="radio"/> No	
Field B Required	<input type="radio"/> Yes <input checked="" type="radio"/> No	
Override Output Field	<input checked="" type="radio"/> Yes <input type="radio"/> No	
Case Sensitive	<input type="radio"/> Yes <input checked="" type="radio"/> No	

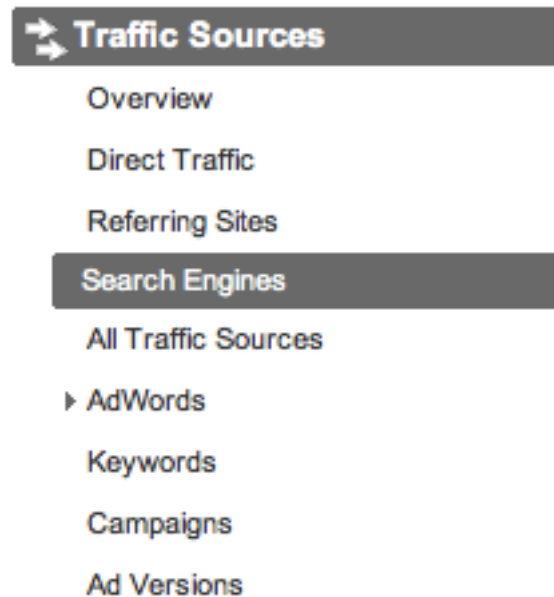
Filtro de SERPs no GA

- Criar novo filtro no GA



Filtro de SERPs

- Perfil e Filtro criados e ativados. Resultados:



Filtro de SERPs

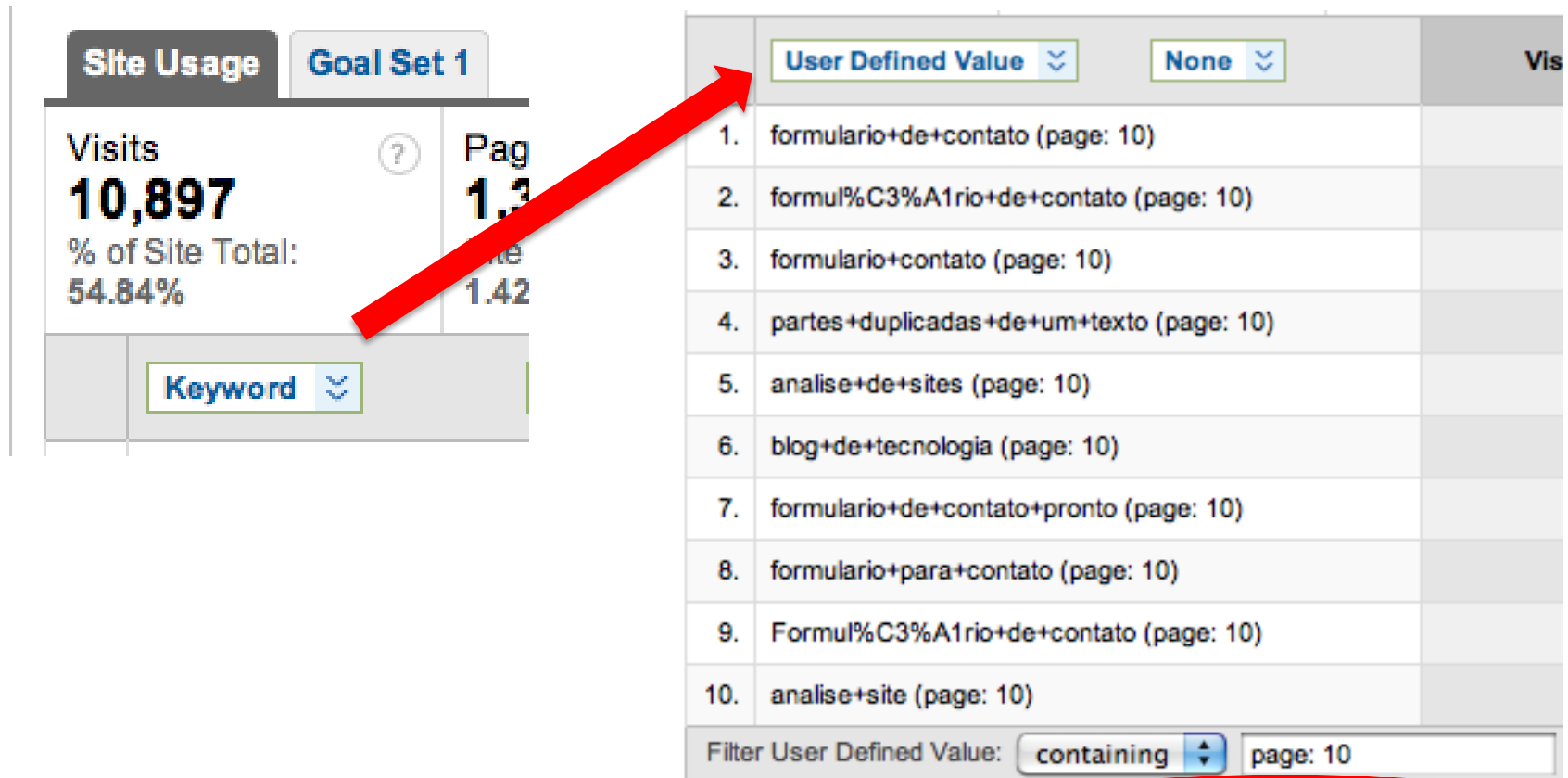
- Perfil e Filtro criados e ativados. Resultados:



Site Usage		Goal Set 1	
Visits	11,171	Pages/Visit	1.33
% of Site Total:	56.22%	Site Avg:	1.42 (-6.38%)
Source		None	
1.	google		
2.	yahoo		

Filtro de SERPs

- Perfil e Filtro criados e ativados. Resultados:



The screenshot displays the Google Analytics interface. On the left, the 'Site Usage' tab is active, showing 'Visits' as 10,897, which is 54.84% of the site total. A red arrow points from this section towards the search results table on the right. The table is titled 'Goal Set 1' and lists 10 search results. The first column is 'User Defined Value' and the second is 'None'. The search results are filtered by 'containing' the text 'page: 10'. The results are as follows:

User Defined Value	None	Vis
1. formulario+de+contato (page: 10)		
2. formul%C3%A1rio+de+contato (page: 10)		
3. formulario+contato (page: 10)		
4. partes+duplicadas+de+um+texto (page: 10)		
5. analise+de+sites (page: 10)		
6. blog+de+tecnologia (page: 10)		
7. formulario+de+contato+pronto (page: 10)		
8. formulario+para+contato (page: 10)		
9. Formul%C3%A1rio+de+contato (page: 10)		
10. analise+site (page: 10)		

At the bottom of the table, the filter is set to 'containing' and 'page: 10'.

Filtro de SERPs




- Resumo: O que ele faz?
 - Quando a visita vem da busca orgânica do Google:
 - Captura o termo de busca
 - Captura de qual página de busca partiu o visitante
 - Monta a tabela com os dados:
 - Loren ipsum dolor sit (page: 10)
 - Loren ipsum amet (page: 20)
 - Ipsum sit amet dolor (page:)
 - ...

Filtro de SERPs

- **Resumo: O que você faz?**
 1. Buscar keywords com (page: 10) - segunda página
 2. Verificar posicionamento dessas keywords
 3. Selecionar long tail keywords com rankings #11, #12
 4. Criar links na página inicial do site
 5. Criar links em áreas de conteúdo do site
- Acesse:
 - <http://www.mestreseo.com.br/artigos-premium/como-investir-em-long-tail-keywords>

Filtro de SERPs

- Exemplo:

	User Defined Value 	None 	Vis
1.	formulario+de+contato (page: 10)		
2.	formul%C3%A1rio+de+contato (page: 10)		
3.	formulario+contato (page: 10)		
4.	partes+duplicadas+de+um+texto (page: 10)		
5.	analise+de+sites (page: 10)		
6.	blog+de+tecnologia (page: 10)		
7.	formulario+de+contato+pronto (page: 10)		
8.	formulario+para+contato (page: 10)		
9.	Formul%C3%A1rio+de+contato (page: 10)		
10.	analise+site (page: 10)		
Filter User Defined Value: containing  page: 10			

Filtro de SERPs

- Reotimização outra vez:



Filtro de SERPs

- Reotimização outra vez:



Trocar para:
Formulário de Contato Pronto
para Blogspot

Site Search: Monitorar Busca Interna

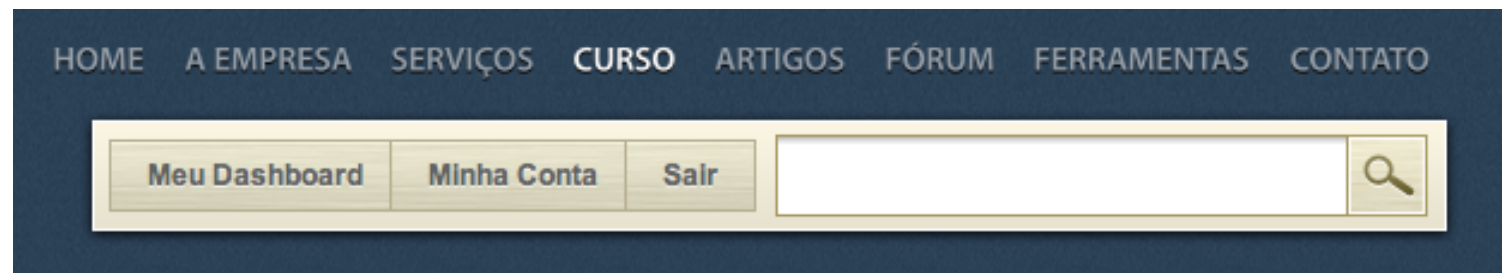
5


Métricas e GA

mestreseo

Monitorar Busca Interna

- Busca no site

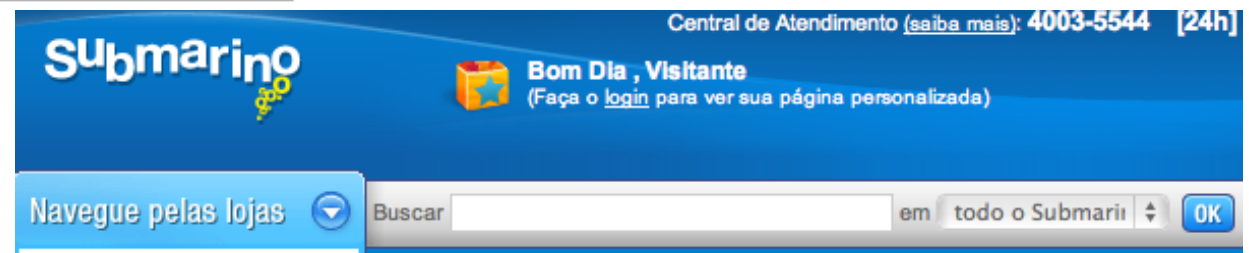


 [Entrar / criar conta](#)



Artigo [Discussão](#)

Otimização para motores de busca



Monitorar Busca Interna

- Google Analytics: Site Search
 - Monitorar termos
 - Descobrir conteúdos buscados no site
 - Reorganizar exibição de conteúdo

Monitorar Busca Interna

- Google Analytics: Site Search

mestreseo.com.br [\(Edit account settings\)](#)

2010 Dec 25 - 2011 Jan 24

Comparing to: 2010 Nov 24 - 2010 Dec 24

Day Week Month Year

+ Add new profile								
	Reports	Status	Visits	Avg. Time on Site	Bounce Rate	Completed Goals	Visits % Change	Actions
com.br UA-3637823-1 + Add new profile								
com.br	View report	✓	70,325	00:03:42	62.09%	0	↑ 2.73%	Edit Delete

Monitorar Busca Interna

- Google Analytics: Site Search

Site: www.mestreseo.com.br

✓ Receiving Data ([Check Status](#))

Site Information **Edit**

www.mestreseo.com.br

(GMT-02:00) Sao Paulo

Site Parameters:

Site: No



Monitorar Busca Interna

- Google Analytics: Site Search

Edit Profile Information

Profile Name:

Website URL: (e.g. http://www.mysite.com/)

Default page [?]: (e.g. index.html)

Time zone country or territory:

Time zone: (GMT-02:00) Sao Paulo

Exclude URL Query Parameters: (e.g. sid, sessionid, vid, etc...)

Currency displayed as:

E-Commerce Website

☐ Yes, an E-Commerce Site

☒ Not an E-Commerce Site

Site Search

☒ Do Track Site Search

☐ Don't Track Site Search


Query Parameter (required):
Use commas to separate multiple parameters (5 max)

☐ Yes, strip query parameters out of URL [?]

☒ No, do not strip query parameters out of URL

Do you use categories for site search?

☐ Yes ☒ No

 [Add a Google site search engine to your website](#)
Create a search engine for your website with Google Custom Search

Site Search

☒ Do Track Site Search

☐ Don't Track Site Search


Query Parameter (required):
Use commas to separate multiple parameters (5 max)

☐ Yes, strip query parameters out of URL [?]

☒ No, do not strip query parameters out of URL

Do you use categories for site search?

☐ Yes ☒ No

 [Add a Google site search engine to your website](#)
Create a search engine for your website with Google Custom Search

Monitorar Busca Interna

- Google Analytics: Site Search

Site Search


 ☒ Do Track Site Search

☐ Don't Track Site Search

Query Parameter (required):

Use commas to separate multiple parameters (5 max)

s

☐ Yes, strip query parameters out of URL 

☒ No, do not strip query parameters out of URL

Do you use categories for site search?

☐ Yes ☒ No



[Add a Google site search engine to your website](#)

Create a search engine for your website with Google Custom Search or a Google Mini.

Save Changes

Cancel

Monitorar Busca Interna

- Google Analytics: Site Search

Site Search


 ☒ Do Track Site Search

☐ Don't Track Site Search

Query Parameter (required):

Use commas to separate multiple parameters (5 max)



☐ Yes, strip query parameters out of URL 

☒ No, do not strip query parameters out of URL

Do you use categories for site search?

☐ Yes ☒ No



[Add a Google site search engine to your website](#)

Create a search engine for your website with Google Custom Search or a Google Mini.

Save Changes

Cancel

Monitorar Busca Interna

- Google Analytics: Site Search

Site Search


The screenshot shows the 'Site Search' configuration page in Google Analytics. A red arrow points to the 'Do Track Site Search' radio button, which is selected. Another red arrow points to the 'Query Parameter (required)' text box, which contains the letter 's'. A third red arrow points to the 'Save Changes' button at the bottom of the form.

☒ Do Track Site Search
☐ Don't Track Site Search

Query Parameter (required):
Use commas to separate multiple parameters (5 max)

☐ Yes, strip query parameters out of URL [?](#)
☒ No, do not strip query parameters out of URL

Do you use categories for site search?
☐ Yes ☒ No

 [Add a Google site search engine to your website](#)
Create a search engine for your website with Google Custom Search or a Google Mini.

[Save Changes](#) [Cancel](#)

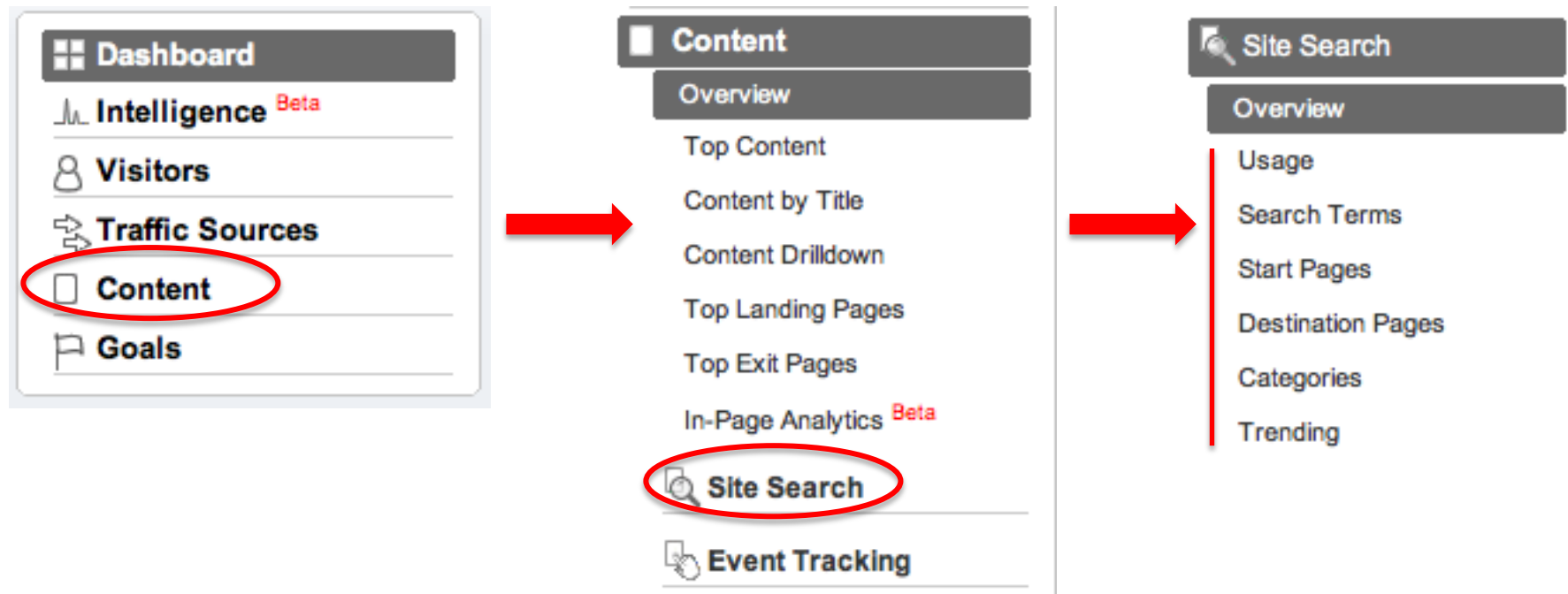
Monitorar Busca Interna

- Google Analytics: Site Search



Monitorar Busca Interna

- Google Analytics: Site Search



Monitorar Busca Interna









- Google Analytics: Site Search
 - Search Terms

	Search Term	None
1.	facebook	
2.	mestreicast	
3.	desafio	
4.	sitemap	
5.	wordpress	
6.	301	
7.	podcast	
8.	keywords	
9.	redirecionamento 301	
10.	adwords	

	Search Term	None
1.	totalmente laranja	
2.	tulipa	
3.	buque festa	
4.	tulipas	
5.	astromélia	
6.	orquidea	
7.	girassol	
8.	prodia1	
9.	orquideas	
10.	bonsai	

Monitorar Busca Interna


- Google Analytics: Site Search
 - Start Page + Search Terms









	Start Page	Keyword
1.	 /artigos-seo	seo
2.	 /seo/superdownload	superdownloads
3.	 (entrance)	seo
4.	 (entrance)	breadcrumb no google
5.	 /	redirecionamento 301
6.	 /	dominio palavra chave
7.	 /	seo
8.	 /	seo score

Onde e qual conteúdo não está sendo encontrado

Monitorar Busca Interna

- Google Analytics: Site Search
 - Destination Page + % Search Exits



	Destination Page	% Search Exits
1.	 /?s=podcast	41.67%
2.	 /?s=mestreseo	40.00%
3.	 /?s=robots	30.00%
4.	 /?s=facebook	22.22%
5.	 /?s=meta+tags	20.00%
6.	 /?s=sitemap	19.05%
7.	 /?s=desafio+seo	10.00%
8.	 /?s=301	8.33%

O que não está sendo satisfatório após a busca

Monitorar Busca Interna

- Google Analytics: Site Search
 - Destination Page + % Search Exits



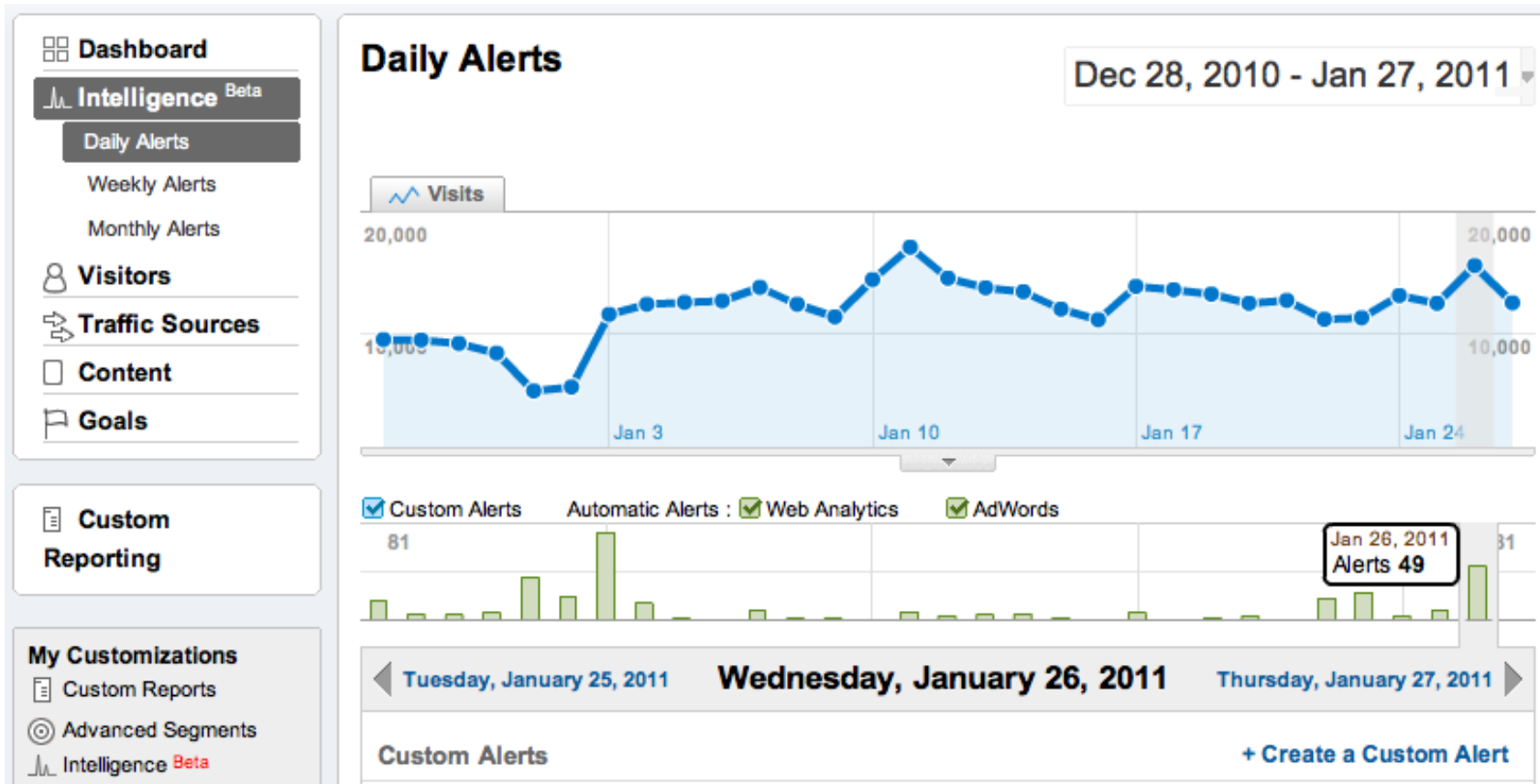
Google Analytics Intelligence

5

Métricas e GA

mestreseo

Google Analytics Intelligence



Google Analytics Intelligence

The screenshot shows the Google Analytics Intelligence interface. On the left sidebar, the 'Intelligence Beta' link is highlighted with a red arrow. The main content area is titled 'Manage Intelligence Alerts'. Under 'Automatic Alerts', there is a checkbox for 'Enable Automatic Alerts' which is checked, and a slider for 'Default Alert Sensitivity' ranging from 'Low' to 'High'. Below this, a section titled 'Custom Alerts in www.frankmarcel.com' contains a table with columns 'Name' and 'Period'. The table is empty, and a message states 'No custom alerts created; click here to create one.' A red arrow points to the 'Alert Templates' link at the bottom of the main content area.

Manage Intelligence Alerts

Automatic Alerts

Automatic alerts monitor the traffic of your web property. When atypical traffic patterns are detected, an found in the Intelligence report.

☒ Enable Automatic Alerts

Sets the default sensitivity for automatic alerts displayed in the Intelligence report.

Default Alert Sensitivity: Low High

Custom Alerts in www.frankmarcel.com

Name	Period
No custom alerts created; click here to create one.	

▼ Alert Templates

Google Analytics Intelligence

▲ Alert Templates		
Name	Period	Action
Total visits decreases by more than 50.0%	Day	Copy
Unique visitors decreases by more than 50.0%	Day	Copy
Total page views decreases by more than 50.0%	Day	Copy
Average bounce rate increases by more than 50.0%	Day	Copy
Average time on site decreases by more than 50.0%	Day	Copy
Percent new visitors decreases by more than 50.0%	Day	Copy
Goal conversion rate decreases by more than 50.0%	Day	Copy
Referring sites total visits decreases by more than 50.0%	Day	Copy
Referring sites goal conversion rate decreases by more than 50.0%	Day	Copy
Organic search total visits decreases by more than 50.0%	Day	Copy
Search: <input type="text"/> <input type="button" value="Go"/>		1 - 10 of 13 <input type="button" value="◀"/> <input type="button" value="▶"/>

Google Analytics Intelligence

Create an Alert

→ **Alert name:**

Apply to: and

→ **Period:**

→ ☒ **Send me an email when this alert triggers. Also include**

→ ☐ **Setup your mobile phone** to receive a text message about Intelligence Alerts

Alert Conditions

This applies to

Alert me when	Condition	Value	Compared to
<input type="text" value="Visits"/>	<input type="text" value="% decreases by more than"/>	<input type="text" value="50"/> %	<input type="text" value="Same day in the previous week"/>

Google Analytics Intelligence

This applies to

All Traffic

All Traffic

- Custom Segments
- Visitors
- Traffic Sources
- Content
- E-Commerce
- Systems

☐ list view

Alert me when	Condition	Value
Visits	% decreases by more than	50

- Site Usage
- Goals
- E-Commerce
- Content
- Clicks

☐ list view

Google Analytics Intelligence

- Monitorar variação de visitas em segmento avançado: Categoria

Alert Conditions

This applies to
Categoria Beleza Logado ▼

Alert me when
Visits ▼

Condition	Value
Is less than ▼	0
Is less than	
Is greater than	
Decreases by more than	
Increases by more than	
% decreases by more than	
% increases by more than	

Create Alert **Cancel**

Google Analytics Intelligence

- Monitorar variação de visitas em keywords

Alert Conditions

This applies to

Keyword

Condition

Contains

Value

beleza

☐ case sensitive

Alert me when

Visits

Condition

Decreases by more than

Value

0

Compared to

Previous day

Previous day

Same day in the previous week

Create Alert

Cancel

Google Analytics Intelligence

- Resumo
 - Alertas
 - Diários
 - Semanais
 - Mensais
 - Medir
 - Variação percentual ou absoluta
 - Período de tempo

Google Analytics Intelligence

- Resumo
 - Use para monitorar tudo o que foi visto
 - Visitas orgânicas
 - Visitas em segmentos
 - Visitas de referrals
 - Visitas por keywords
 - Visitas em conteúdo
 - Visitas em filtros
 - Site search

Google Analytics Intelligence

All Traffic

Total Traffic



R\$279.00 Goal2 Value

▲ **214%**

expected: R\$20.64-R\$180.51

Significance:



R\$0.02 Per Visit Goal Value

▲ **157%**

expected: R\$0.00-R\$0.01

Significance:



Visitors

Visitor Type :

Returning Visitor

4,449 Visits (27.8% of total)



R\$85.00 Goal2 Value

▲ **371%**

expected: R\$4.74-R\$36.07

Significance:



[Create segment](#)



R\$0.02 Per Visit Goal Value

▲ **220%**

expected: R\$0.00-R\$0.01

Significance:



[Create segment](#)



25,140 Pageviews

▲ **71%**

expected: 14,069-15,879

Significance:



[Create segment](#)



4,449 Visits

▲ **61%**

expected: 2,659-2,909

Significance:



[Create segment](#)

Google Analytics Intelligence

- Alerta por email

Dear Google Analytics User,

The custom alerts you requested from Analytics Intelligence are listed in the table below. To see more details or to adjust your custom alert settings, please sign in to your Google Analytics account and access the Analytics Intelligence page.

Date	Account	Profile	Alert Title
Nov 20, 2010	UA-3637823-1	www.mestreseo.com.br	Keyword SEO

Happy analyzing,

The Google Analytics Team

Conversão, ROI e Relatórios

5

Métricas e GA

mestreseo

Conversão, ROI e Relatórios

- Google Analytics
 - Ecommerce
 - Metas
 - Event tracking
 - Virtual pageview

Ecommerce

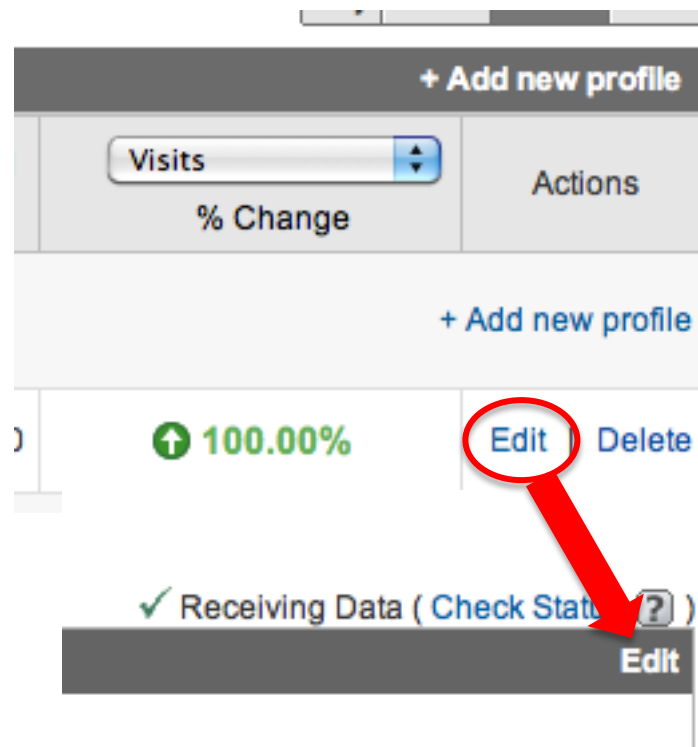
5

Métricas e GA

mestreseo

Ecommerce

- Ativação do ecommerce no GA



Edit Profile Information

Profile Name:	<input type="text" value="www.site.com.br/"/>
Website URL:	<input type="text" value="www.site.com.br/"/>
Default page [?] :	<input type="text"/>
Time zone country or territory:	<input type="text"/>
Time zone:	<input type="text" value="(GMT-02:00) Sao Paulo"/>
Exclude URL Query Parameters:	<input type="text"/>
Currency displayed as:	<input type="text" value="Brazilian Real (BRL R\$)"/>

E-Commerce Website

☒ Yes, an E-Commerce Site
☐ Not an E-Commerce Site

Ecommerce

- Código assíncrono

```
var _gaq = _gaq || [];
_gaq.push(['_setAccount', 'UA-XXXXX-X']);
_gaq.push(['_trackPageview']);
_gaq.push(['_addTrans',
  '1234',           // order ID - required
  'Acme Clothing', // affiliation or store name
  '11.99',          // total - required
  '1.29',           // tax
  '5',              // shipping
  'San Jose',       // city
  'California',     // state or province
  'USA'             // country
]);

// add item might be called for every item in the shopping cart
// where your ecommerce engine loops through each item in the cart and
// prints out _addItem for each
_gaq.push(['_addItem',
  '1234',           // order ID - required
  'DD44',           // SKU/code - required
  'T-Shirt',        // product name
  'Green Medium',   // category or variation
  '11.99',          // unit price - required
  '1'               // quantity - required
]);
_gaq.push(['_trackTrans']); //submits transaction to the Analytics servers
```

Ecommerce

- Código tradicional

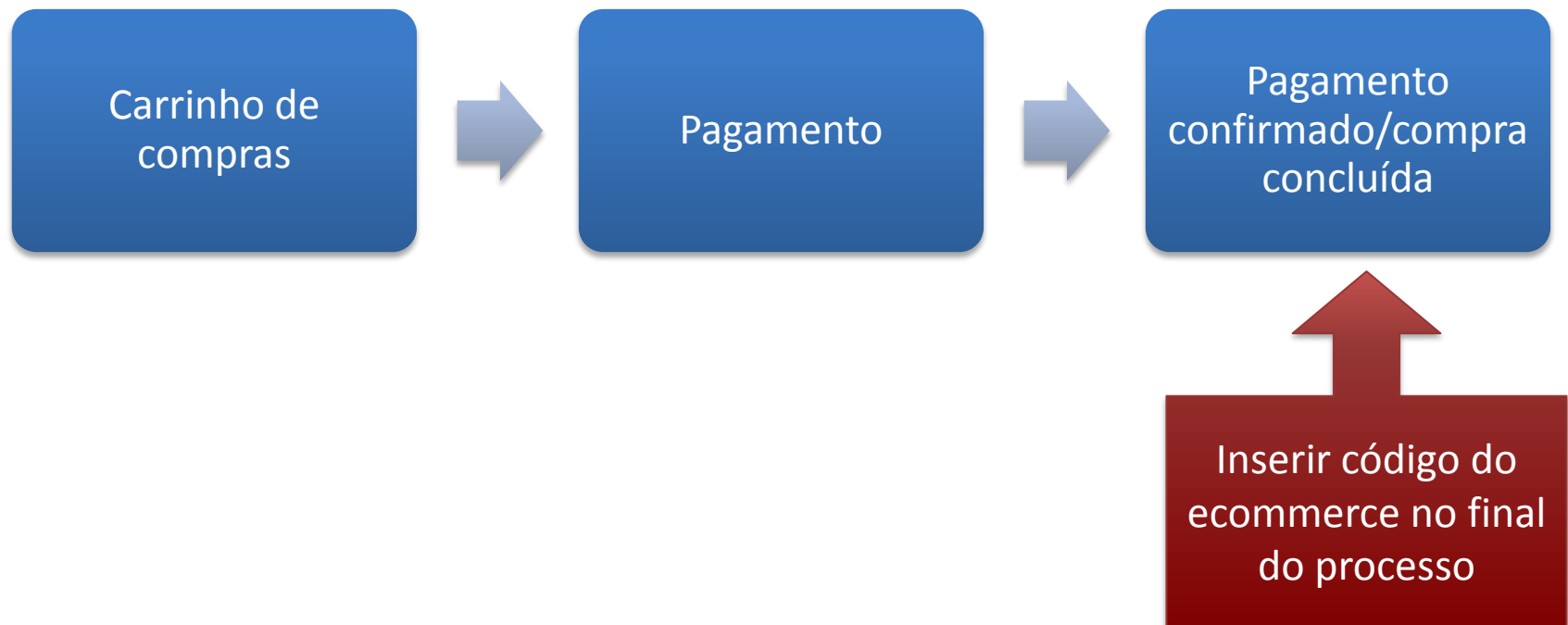
```
try{
  var pageTracker = _gat._getTracker("UA-xxxxx-x");
  pageTracker._trackPageview();
  pageTracker._addTrans(
    "1234",           // order ID - required
    "Womens Apparel", // affiliation or store name
    "11.99",          // total - required
    "1.29",           // tax
    "15.00",          // shipping
    "San Jose",       // city
    "California",     // state or province
    "USA"             // country
  );

  // add item might be called for every item in the shopping cart
  // where your ecommerce engine loops through each item in the cart and
  // prints out _addItem for each
  pageTracker._addItem(
    "1234",           // order ID - necessary to associate item with transaction
    "DD44",           // SKU/code - required
    "T-Shirt",        // product name
    "Olive Medium",   // category or variation
    "11.99",          // unit price - required
    "1"              // quantity - required
  );

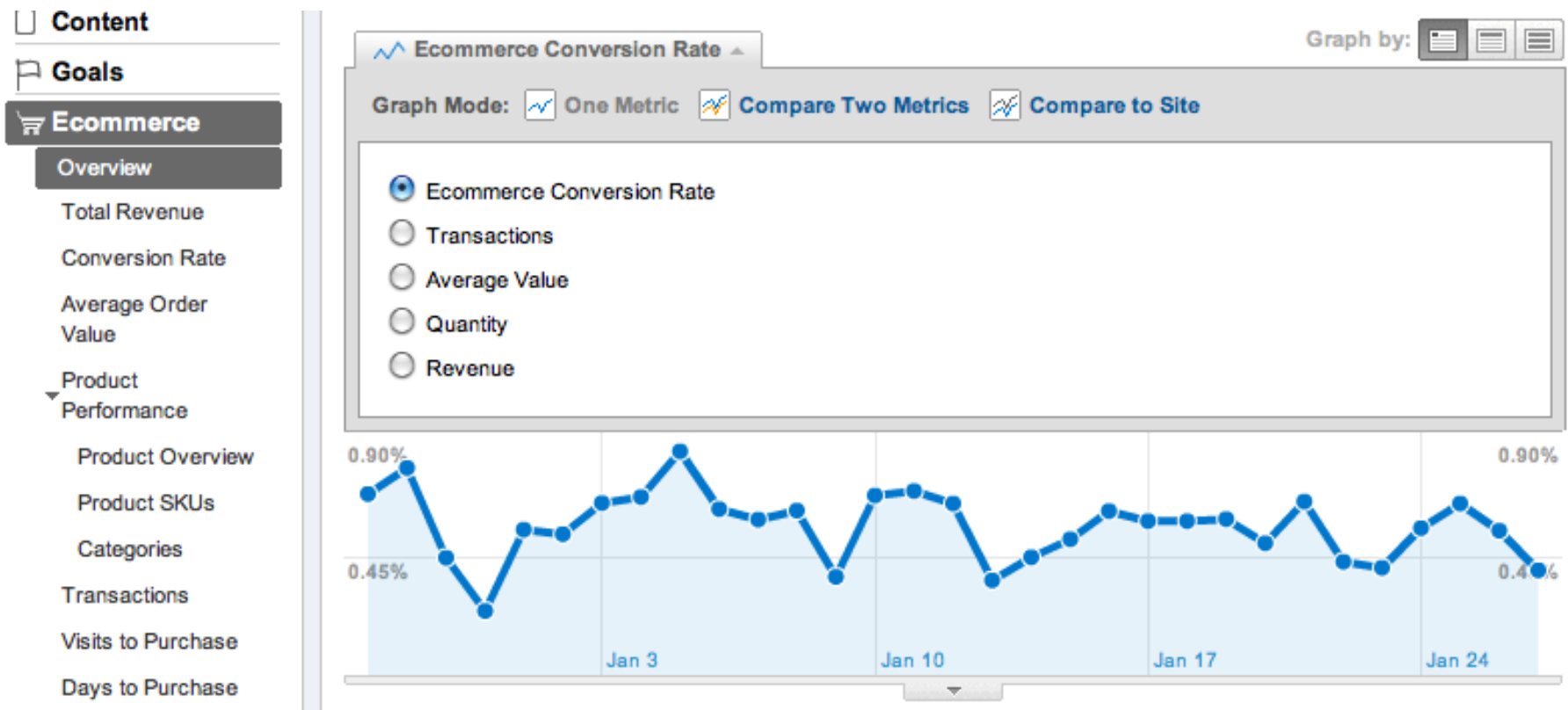
  pageTracker._trackTrans(); //submits transaction to the Analytics servers
} catch(err) {}
```

Ecommerce

- Inserção de código

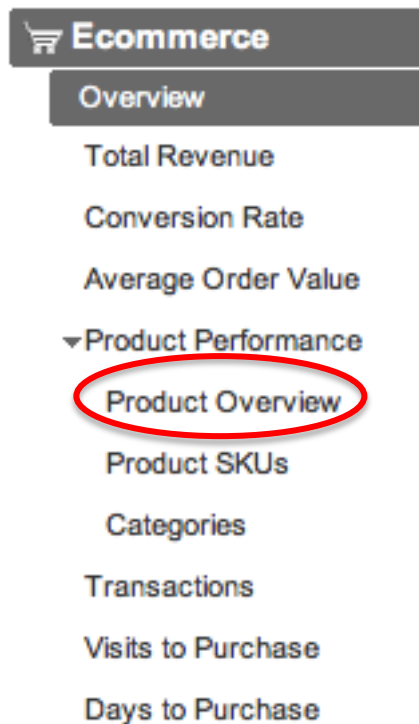


Ecommerce



Ecommerce

- Produtos mais vendidos



- Produtos mais vendidos
- Produtos que geram mais receita
- Produtos com maior conversão

Ecommerce

- Relatório por keyword

Traffic Sources

- Overview
- Direct Traffic
- Referring Sites
- Search Engines
- All Traffic Sources
- Keywords**
- Campaigns
- Ad Versions
- AdWords

Site Usage **Goal Set 1** **Ecommerce**

Views: [Grid] [Pie] [Bar] [Line] [Table] [Map]

Visits 22,087 % of Site Total: 100.00%	Revenue R\$14,580.05 % of Site Total: 100.00%	Transactions 161 % of Site Total: 100.00%	Average Value R\$90.56 Site Avg: R\$90.56 (0.00%)	Ecommerce Conversion Rate 0.73% Site Avg: 0.73% (0.00%)	Per Visit Value R\$0.66 Site Avg: R\$0.66 (0.00%)		
Keyword	None	Visits	Revenue ↓	Transactions	Average Value	Ecommerce Conversion Rate	Per Visit Value

Ecommerce

- Relatórios
 - Referral sites
 - Segmento long tail
 - Segmento de redes sociais

Metas

5

Métricas e GA

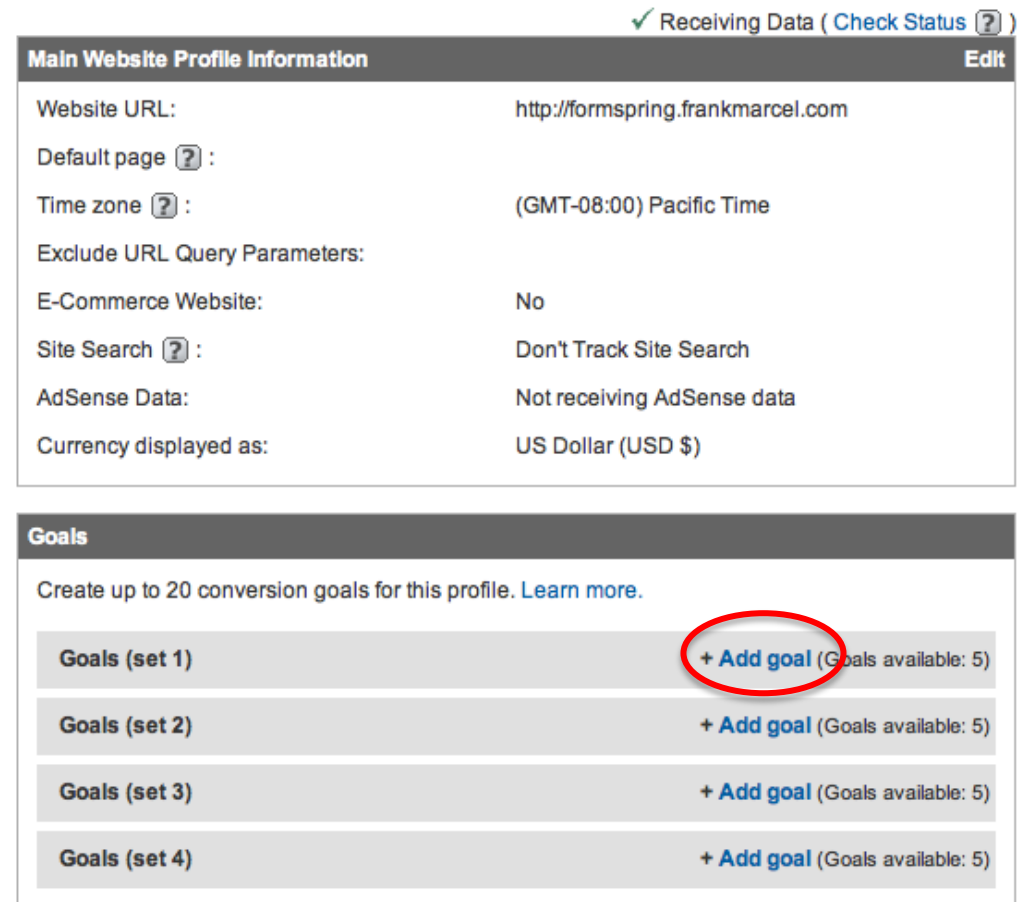
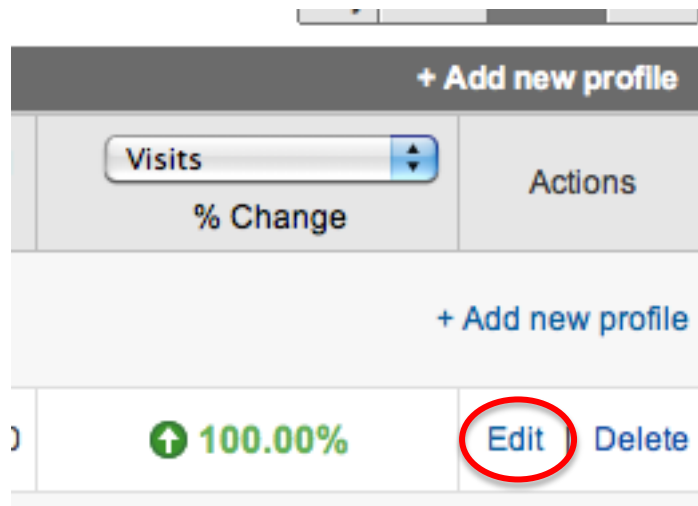
mestreseo

Metas

- Visam medir conversão no site
 - Por URL visitada
 - Tempo no site
 - Páginas visitadas
- Como:
 - Envio de email ou comentário (formulários)
 - Caminho no processo de compra
 - Produto -> carrinho de compra -> checkout

Metas

- Configuração



Metas

- Configuração

Goals (set 1): Goal 1

Enter Goal Information

Goal Name:

Goal name will appear in conversion reports.

Active Goal:

☒ On ☐ Off

Goal Position:

Changing goal position will not move historical data for this goal

Please select a goal type

Goal Type:

☐ URL Destination


☐ Time on Site

☐ Pages/Visit

Metas

- Configuração - URL Destination

Goal Details

Match 
Type

Head Match

Goal 
URL

/contato

(e.g. For the goal page
"http://www.mysite.com/thankyou.html" enter
"/thankyou.html")
To help you verify that your goal URL is set up correctly,
please see the tips [here](#) .

Case
Sensitive:

☐ URLs entered above must exactly match the capitalization of visited URLs.

Goal
Value

1.0

optional

Metas

- Configuração - URL Destination - Funil

Goal Funnel optional

A funnel is a series of pages leading up to the goal URL. For example, the funnel may include the contact page (goal).

+ Yes, create a funnel for this goal

Please note that the funnels that you've defined here only apply to the Funnel Visualization Report.

Note: URL should not contain the domain (e.g. For a step page "http://www.mysite.com/step1.html" enter **"/step1.html"**)

	URL (e.g. "/step1.html")	Name	
Step 1	<input type="text" value="/contato"/>	<input type="text" value="chegou ao formulario"/>	<input checked="" type="checkbox"/> Required step ?
Step 2	<input type="text" value="/contato/enviado"/>	<input type="text" value="enviou contato com suc"/>	

+ Add Goal Funnel Step

Metas

- Configuração - Time on site e Pages/Visit

Goal Details

visits with	Condition	Hours	Minutes	Seconds
Time on Site	Greater than ▼	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Goal Value	<input type="text" value="1.0"/>	optional		

Goal Details

visits with	Condition	Pages Visited
Pages Visited	Greater than ▼	<input type="text"/>
Goal Value	<input type="text" value="1.0"/>	optional

Metas

- Informações

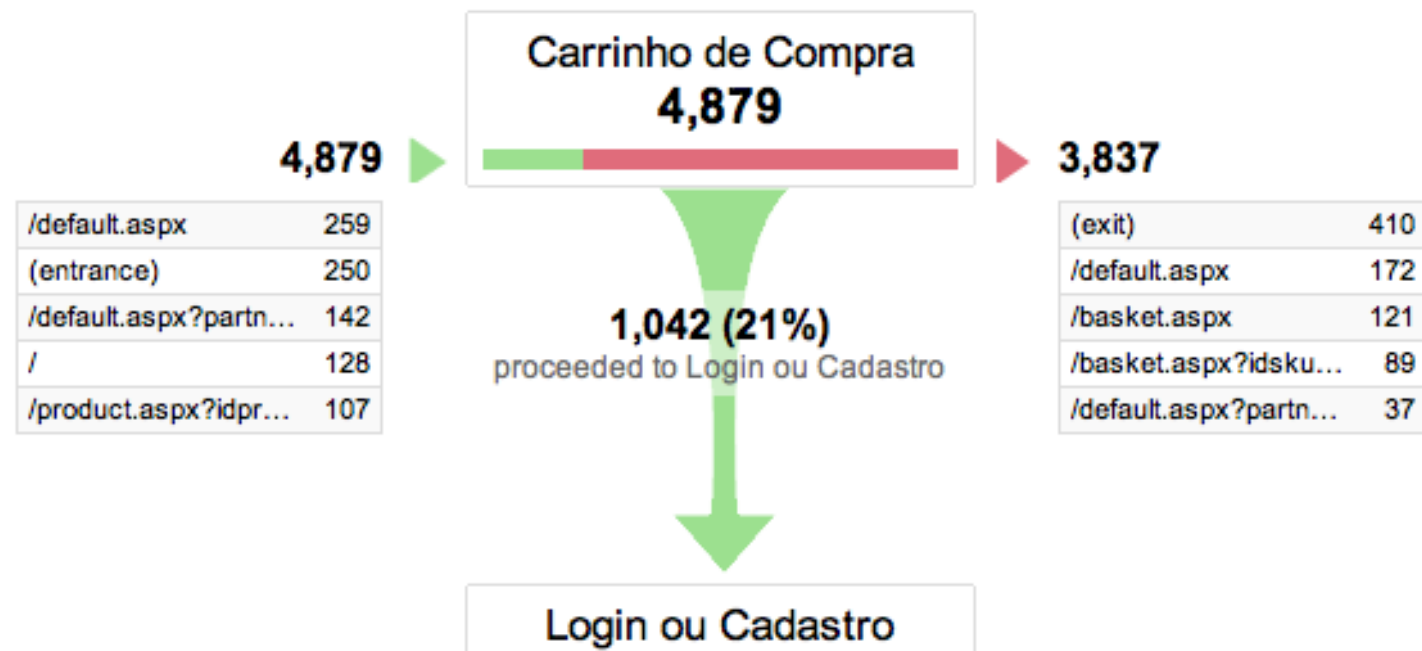


Metas

- Informações - Funnel Visualization

Compra Realizada

1,049 visitors finished | 16.39% funnel conversion rate



Event Tracking

5

Métricas e GA

mestreseo

Event Tracking

- Monitorar ações no site, como:
- Rastrear cliques
 - Links (parceiros, afiliados)
 - Downloads
 - Impressão
 - Assinaturas, formulários
 - Social share (Facebook, Twitter)
 - Vídeos

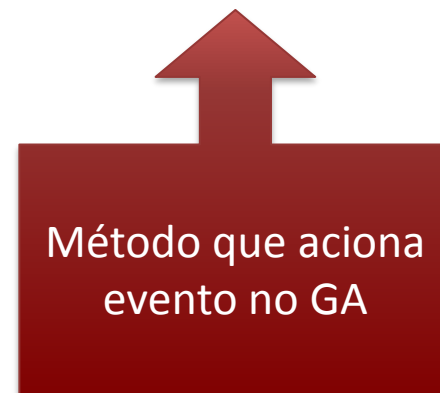
Event Tracking

- Código a inserir:

```
onClick="_gaq.push([  
    '_trackEvent',  
    'Category',  
    'Action',  
    'Label',  
    'Value'  
]);"
```

Event Tracking

```
onClick=“  
_gaq.push(['_trackEvent', 'Category', 'Action', 'Label', 'Value'  
]);”
```



Event Tracking

```
onClick=“  
_gaq.push(['_trackEvent', 'Category', 'Action', 'Label', 'Value'  
']);”
```



* Valor Obrigatório

Grupo de ação a
medir
(podcast, botão de
social share)

Event Tracking

```
onClick=“  
_gaq.push(['_trackEvent', 'Category', 'Action', 'Label', 'Value'  
]);”
```



* Valor Obrigatório

Ação medida
(play, envio no
twitter, download)

Event Tracking

```
onClick=“  
_gaq.push(['_trackEvent','Category','Action','Label','Value']  
);”
```



* Valor Opcional

Complemento
(podcast 3, envio da
página inicial, skype
5.0)

Event Tracking

```
onClick=“  
_gaq.push(['_trackEvent','Category','Action','Label','Value']  
);”
```



* Valor Opcional

Complemento
numérico
(1, 2, 3, ...)

Event Tracking

- Configurar
 - Download
 - `Download Skype`
 - Player (vídeo, podcast)
 - `Play`

Event Tracking

- Informações



Event Tracking

- Alerta!
 - O uso do Event Tracking pode resultar em diminuição do Bounce Rate do site exibido no Google Analytics!
 - Distorce o comportamento padrão pois uma ação é executada - acontece uma solicitação ao Google Analytics.

Bounce Rate

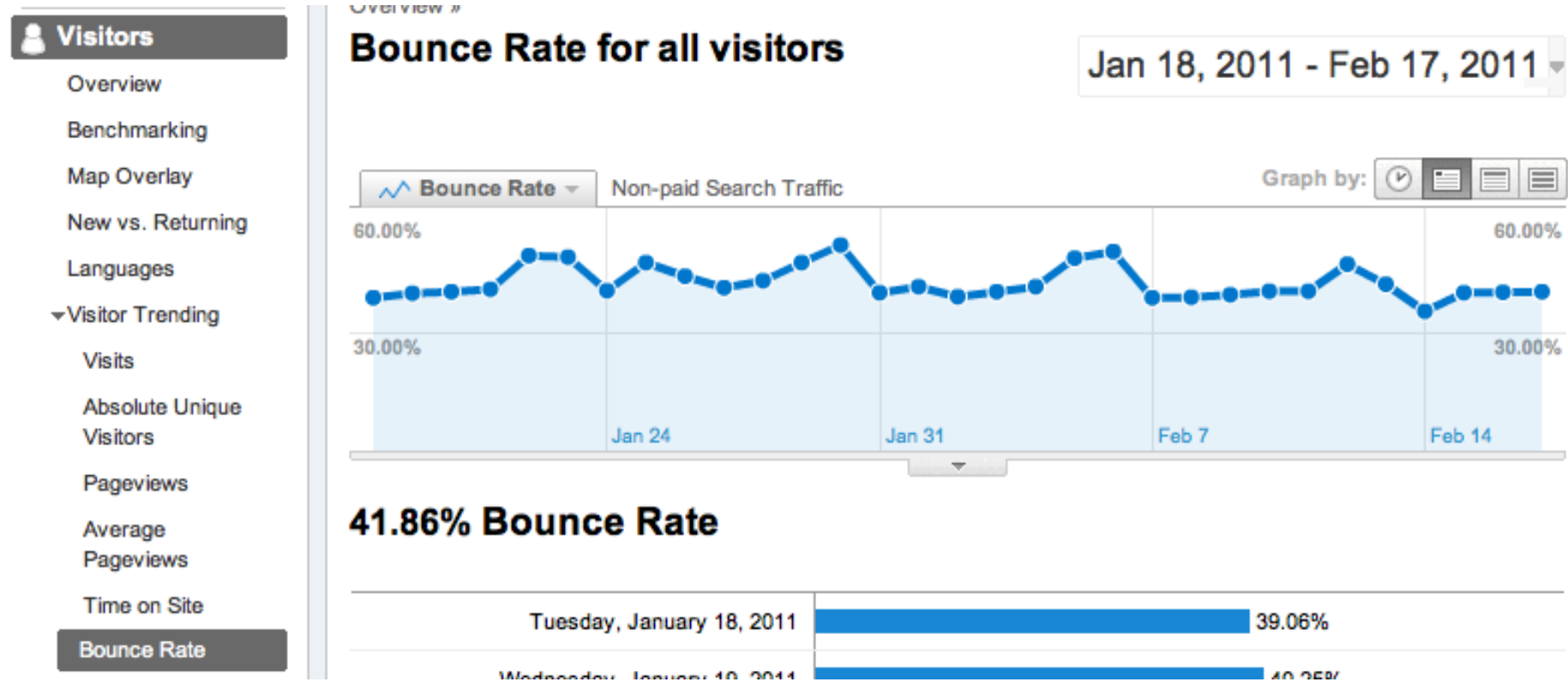
Bounce Rate

Percentual de visitas de única-página, ou seja, visita a qual a pessoa abandona o site sem visitar nenhuma outra página



Bounce Rate

- Qual o Bounce Rate ideal?



Bounce Rate

- Qual o Bounce Rate ideal?
 - Depende do tipo do site/conteúdo:
 - Blog
 - Ecommerce
 - Fórum
 - Vídeos, podcast

Bounce Rate

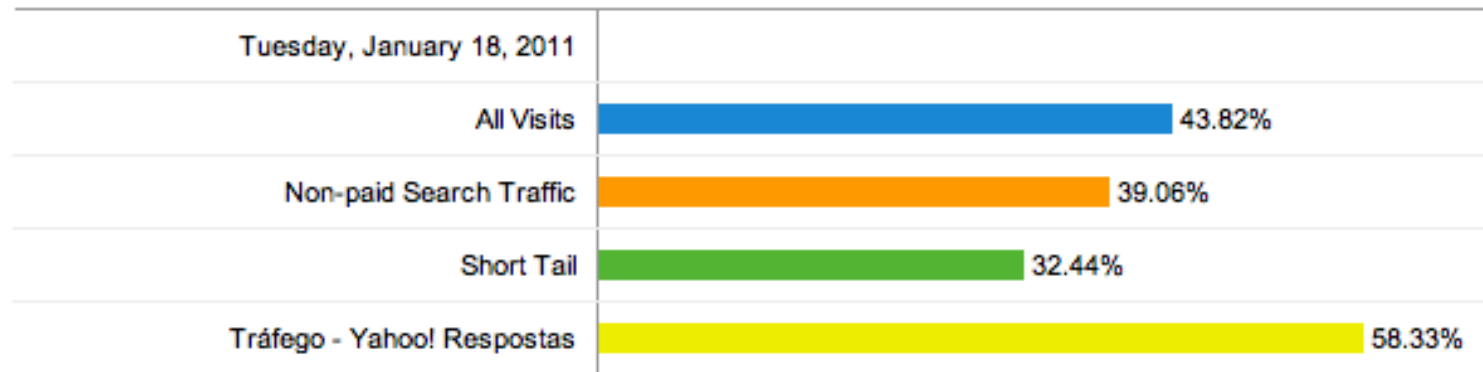
- Qual o Bounce Rate ideal?
 - Depende do tipo de usuário/visita:

All Visits : **40.25% Bounce Rate**

Non-paid Search Traffic : **41.86%**

Short Tail : **34.84%**

Tráfego - Yahoo! Respostas : **62.87%**



Bounce Rate

- Importante
 - Cruzar as informações e analisar resultados
 - Visitas de twitter/categoria
 - Visitas de busca orgânica/categoria
 - Visitas de Yahoo Respostas/categoria
 - Visitas de long tails/categoria
 - Etc.

Virtual Pageview

5

Métricas e GA

mestreseo

Virtual Pageview

- Visitas em páginas que não existem!
 - `texto ancora`
- Usos
 - Cliques em links externos
 - Downloads
 - Ativação de lightbox
 - Pop ups

Virtual Pageview

- Exemplo: Link externo - Twitter

```
<a  
onclick="javascript:  
_gaq.push(['_trackPageview', '/twitter-mestreseo']);"  
href="http://twitter.com/mestreseo">  
Siga no Twitter  
</a>
```

Virtual Pageview

- Resultados



Virtual Pageview

- Alerta!
 - O uso do virtual pageview aumenta, obviamente, o número de pageviews exibidos no Google Analytics!
 - Distorce o valor real de pageviews em páginas efetivamente do site

Virtual Pageview

- Resumo
 - Simula pageview em páginas que não existem
 - Permite integração com Metas
 - Aumenta pageviews no GA (falsos pageviews)

URL Builder

5

Métricas e GA


mestreseo

URL Builder


- O que?
 - Recurso para monitorar visitas com acesso direto ao site
 - Exemplos:
 - Email marketing, newsletter
 - Twitter (aplicativos)
 - Feed

URL Builder

- Como?


url builder  Pesquisar

Aproximadamente 10.500.000 resultados
(0,13 segundos) [Pesquisa avançada](#)

[Tool: URL Builder - Analytics Help](#)  - [[Traduzir esta página](#)]

Google Analytics **URL Builder**. Fill in the form information and click the Generate URL button below. If you're new to tagging links or this is your first ...

www.google.com/support/.../bin/answer.py?... - [Em cache](#) - [Similares](#)

[URL Builder – Dicas de Uso | Fabiane M. Lima](#) 

29 out. 2010 ... O recurso **URL Builder** é uma tool, elaborada pelo Google, para fazer tags em campanhas de marketing. Entenda como funciona esse recurso e ...

www.fabianemlima.com/google/url-builder-dicas-uso - [Em cache](#)

URL Builder

- Ferramenta para criar URLs

Step 1: Enter the URL of your website.

Website URL: *
(e.g. <http://www.urchin.com/download.html>)

Step 2: Fill in the fields below. **Campaign Source**, **Campaign Medium** and **Campaign Name** should always be used.

Campaign Source: * (referrer: google, citysearch, newsletter4)

Campaign Medium: * (marketing medium: cpc, banner, email)

Campaign Term: (identify the paid keywords)

Campaign Content: (use to differentiate ads)

Campaign Name*: (product, promo code, or slogan)

Step 3

URL Builder

- Como?

Step 1: Enter the URL of your website.

Website URL: *
(e.g. <http://www.urchin.com/download.html>)

Step 2: Fill in the fields below. **Campaign Source**, **Campaign Medium** and **Campaign Name** should always be used.

Campaign Source: *	<input type="text" value="Twitter"/>	(referrer: google, citysearch, newsletter4)
Campaign Medium: *	<input type="text" value="referral-twitter"/>	(marketing medium: cpc, banner, email)
Campaign Term:	<input type="text"/>	(identify the paid keywords)
Campaign Content:	<input type="text"/>	(use to differentiate ads)
Campaign Name*:	<input type="text" value="home-tuitada-frank"/>	(product, promo code, or slogan)

Step 3

URL Builder

- Resultados



URL Builder

- Alerta!
 - Revise o uso de canonical tag no site antes de utilizar o URL Builder
 - Cada URL criada é conteúdo duplicado!

URL Builder

- Alerta!



Relatórios

5

Métricas e GA

mestreseo

Relatórios

- Personalizado e completo
 - Projeto
 - Lead
 - Conversão
 - Visitas
 - Cliente
 - Pequeno
 - Médio
 - Grande

Relatórios

- Completo
 - Atividades desenvolvidas
 - Visitas
 - Análise de Palavras-chave
 - ROI
 - Link Building

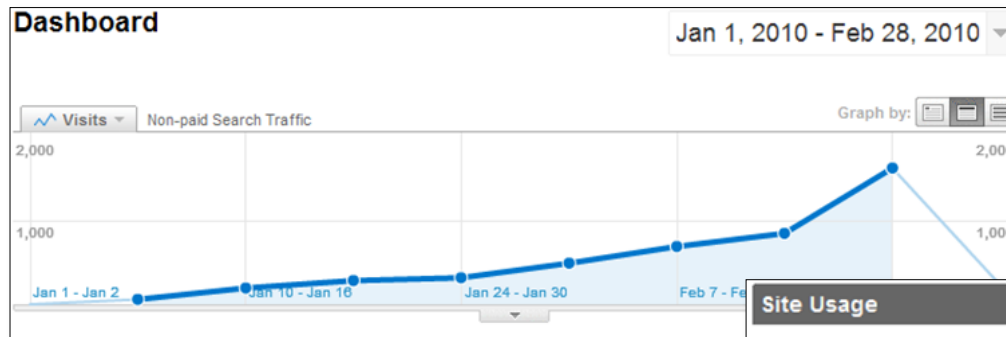
Relatórios

- Atividades desenvolvidas

- Divulgação das páginas do site
- Divulgação de conteúdo em redes auxiliares
- Validação de implementações
- Desenvolvimento de widget promocional
- Meta tags para novas páginas do site

Relatórios

- Visitas



Site Usage



3,886 Visits

Previous: 902 (+330.82%)



5,035 Pageviews

Previous: 1,259 (+299.92%)



83.50% Bounce Rate

Previous: 82.15% (+1.65%)



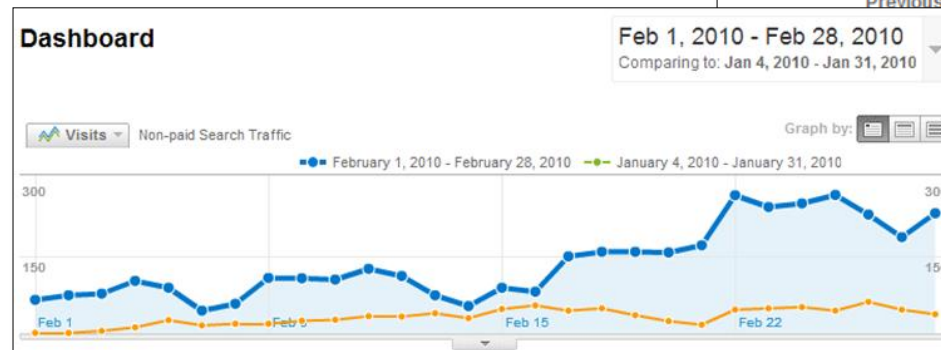
00:00:50 Avg. Time on Site

Previous: 00:01:05 (-23.82%)



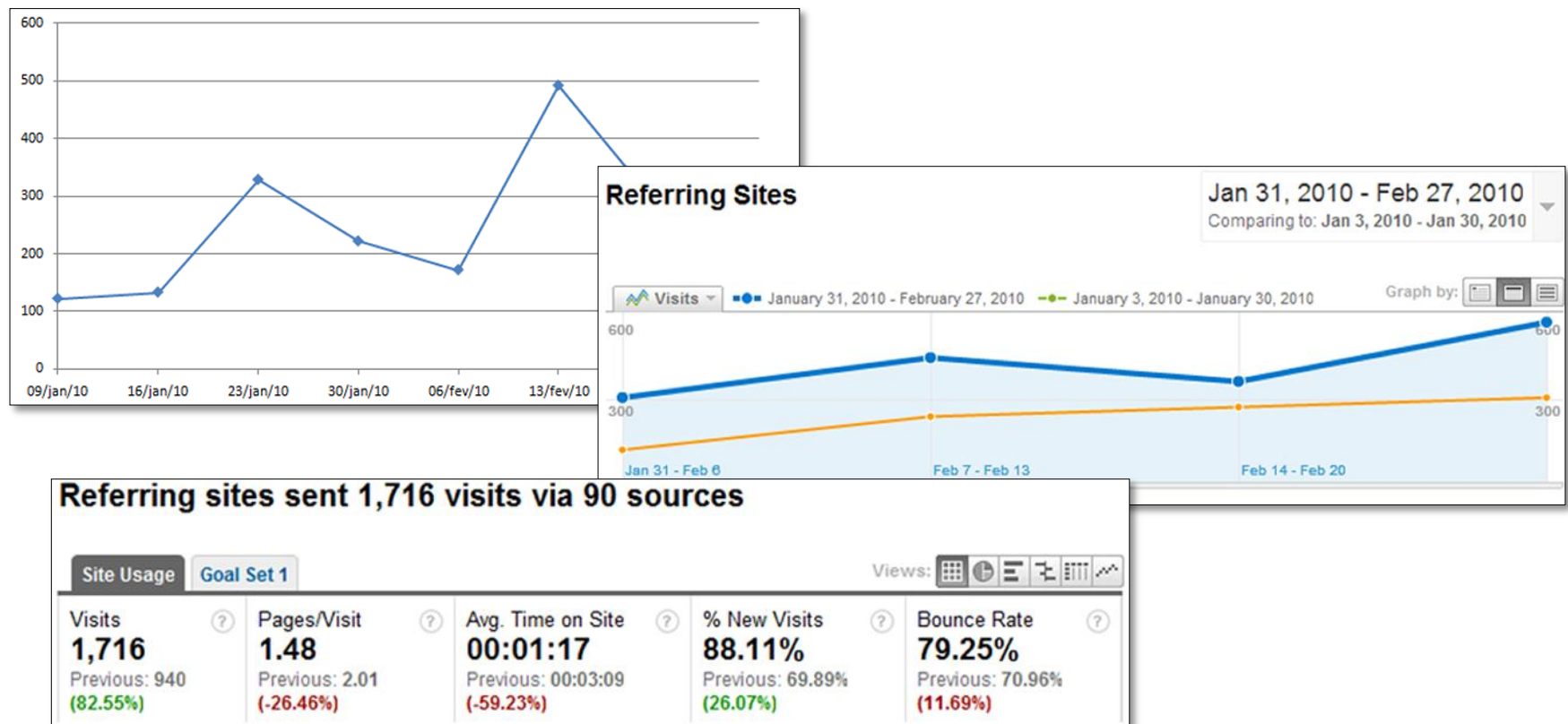
95.47% % New Visits

Previous: 92.79% (+2.89%)



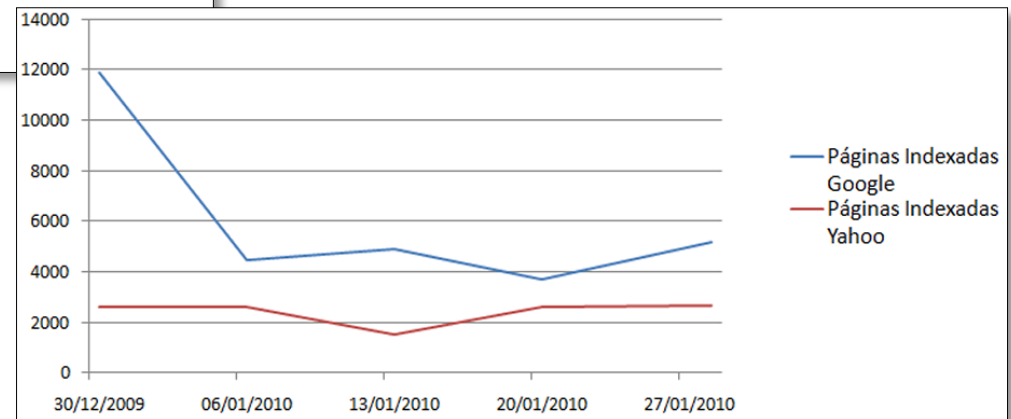
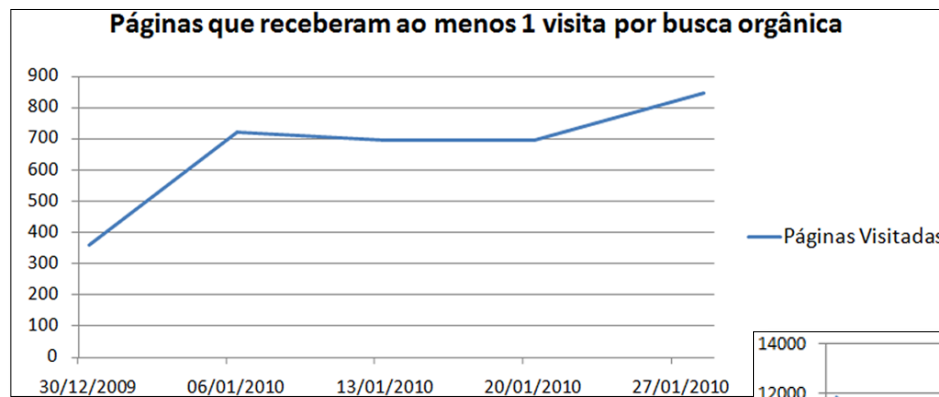
Relatórios

- Visitas - Referência



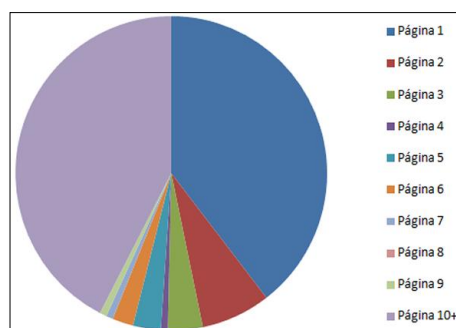
Relatórios

- Visitas - Páginas indexadas/Com visitas



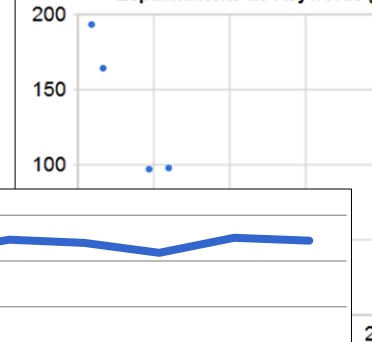
Relatórios

- Análise de Palavras-chave

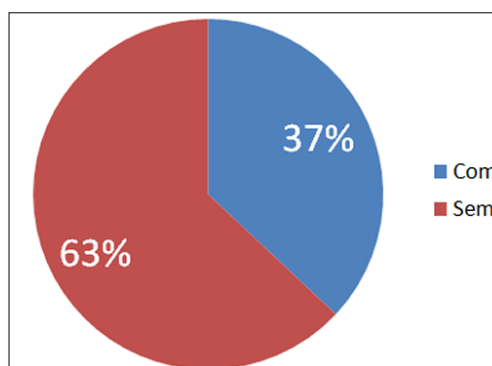
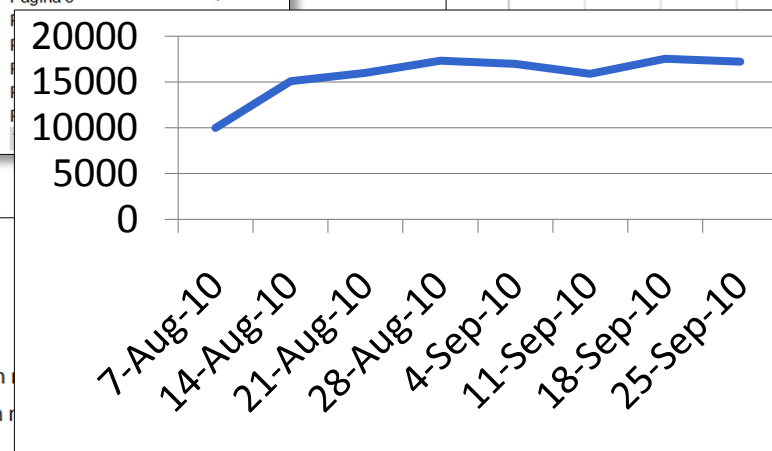
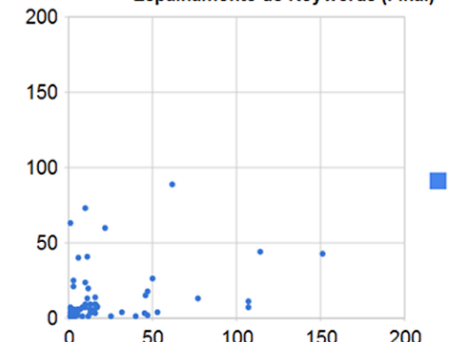


Página de Resultados	Quantidade de Keywords (*)
Página 1	55
Página 2	10
Página 3	5
Página 4	1
Página 5	4

Espalhamento de Keywords (Início)



Espalhamento de Keywords (Final)



	1/2008	3/4/2009	7/10/2009	1/29/2010
-	-	59	12	1
-	-	42	-	1
-	-	-	4	1
-	-	4	1	1
58	-	-	3	1
35	1	8	1	1
4	-	25	1	1
29	21	-	1	1
Brand kwd 1	1	40	1	1
Brand kwd 2	1	1	-	1

Relatórios

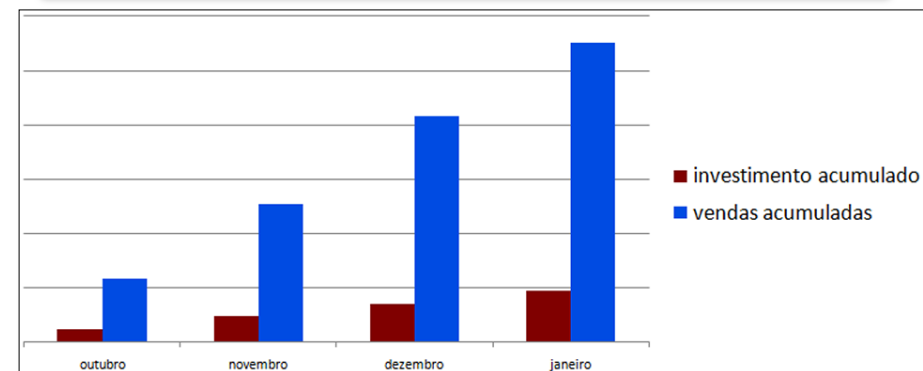
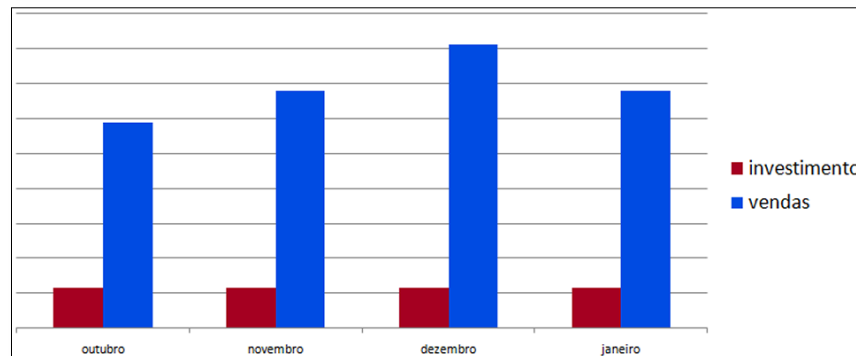
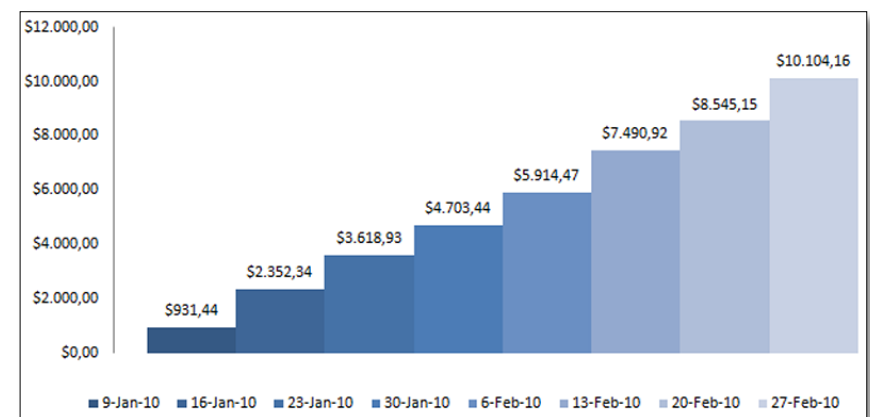
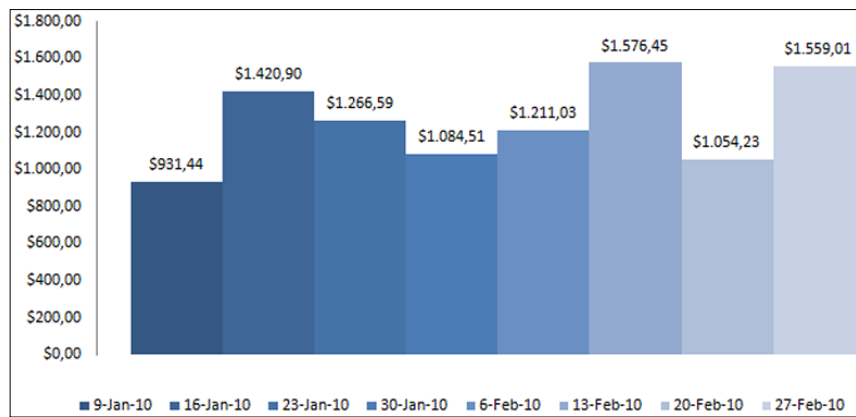
- ROI - Keywords e Sites

Palavra-chave	Visitas	Receita	Conversão	Bounce Rate
Mid tail 1	455	\$114.10	0.52%	47.25%
Long tail 1	451	\$102.20	1.12%	90.24%
Head tail 1	407	\$418.60	1.47%	49.39%
Mid tail 2	273	\$98.50	0.72%	37.73%
Brand kwd 1	240	\$624.85	4.58%	15.83%
Mid tail 3	165	\$259.60	1.21%	30.30%
Long tail 2	101	\$57.7		
Mid tail 4	99	\$344		
Long tail 3	90	\$42.0		
Brand kwd 2	83	\$180		

Site	Visitas	Receita	Conversão	Bounce Rate
Partner1.com.br	344	\$1,310.68	4.36%	49.39%
Socialsite1.com.br	67	\$1,047.55	17.91%	47.25%
Mailservice1.com.br	326	\$526.89	1.53%	15.83%
Socialsite2.com.br	110	\$149.90	0.91%	62.22%
Forum1.com.br	52	\$128.88	5.77%	90.24%
Ads1.com.br	124	\$116.40	1.61%	37.73%
Partner2.com.br	193	\$87.58	1.04%	20.20%
Ads2.com.br	114	\$81.90	0.88%	34.94%
Partner3.com.br	166	\$42.40	1.20%	49.50%
Socialsite3.com.br	66	\$39.80	1.52%	30.30%
Total	4595	\$5,532.23		
Média			2.70%	45.22%

Relatórios

- ROI - Receitas x Custos

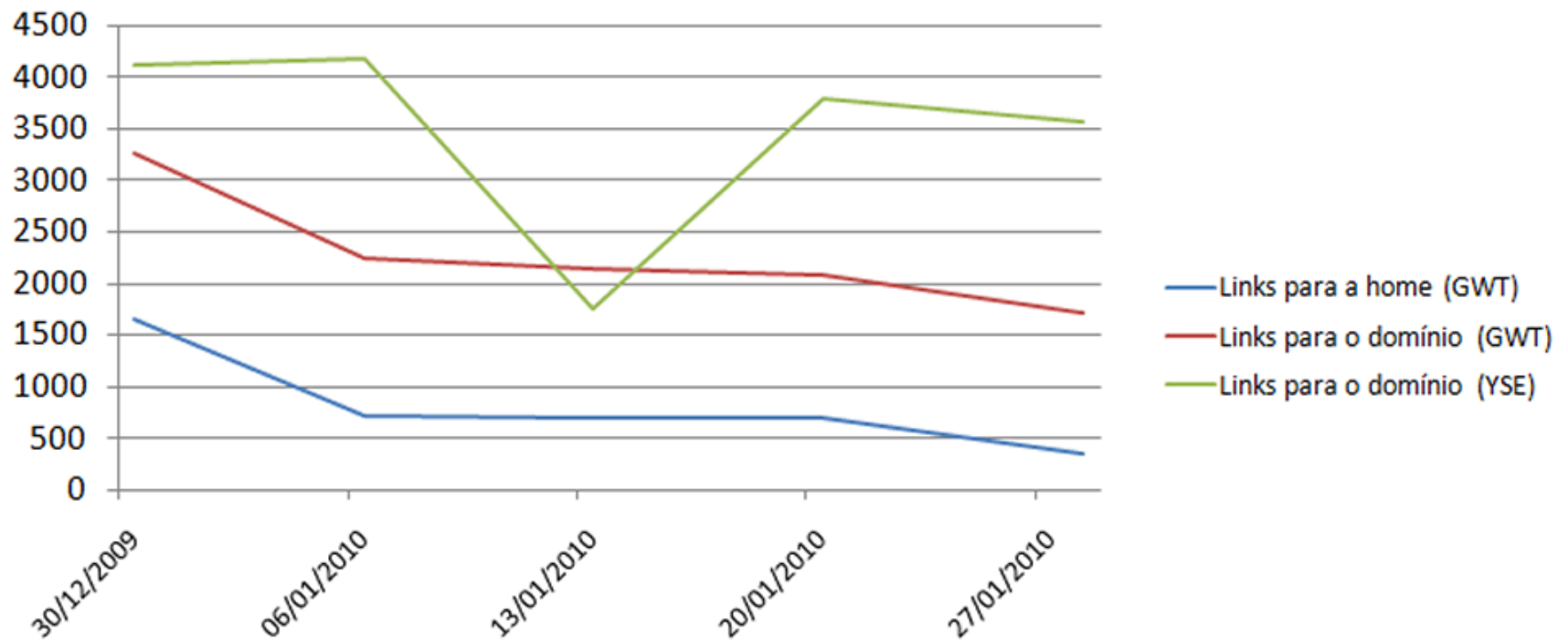


Relatórios

- Link Building
 - Lista de links
 - Datas dos links
 - Referências: onde está o link; para onde é o link
 - Page/Domain Authority
 - Agrupamento de links
 - Yahoo! Respostas
 - Wikis
 - Diretórios

Relatórios

- Link Building - Evolução de links



Relatórios

- Como mostrar os resultados?

<http://www.mestreseo.com.br/relatorio-de-seo-como-mostrar-os-resultados>



Relatório de SEO – Como Mostrar os Resultados