
Google Analytics

- **Formato do curso:** Presencial
- **Localidade:** Porto
- **Data:** 17 Jun. 2020 a 29 Jun. 2020
- **Preço:** 445€
- **Horário:** Pós-laboral - 2ª, 4ª e 6ª, das 19h00 às 22h00
- **Nível:** Iniciado
- **Duração:** 15 horas

O Google Analytics é uma ferramenta gratuita que permite a monitorização e caracterização da audiência de um determinado site, com inúmeras possibilidades de análise, nomeadamente, de fluxos e comportamentos. É indispensável para qualquer entidade que pretenda conhecer os visitantes do seu site, melhorar a sua indexação nos resultados de pesquisa, entre outras ações determinantes de Marketing Digital.

Destinatários

Profissionais e estudantes de marketing, publicidade, comunicação, branding e web design, assim como gestores de conteúdos online, são o público-alvo do curso de Google Analytics.

Pré-requisitos

Conhecimentos gerais de navegação na Internet são necessários para frequência na formação de Google Analytics.

Objectivos

Esta formação pretende dotar os formandos de conhecimentos de Google Analytics. No final do curso, o formando estará apto a utilizar o Google Analytics como ferramenta de análise de métricas previamente definidas, criar e analisar relatórios.

Metodologia

Presencial ou live training.

Programa

- Introdução
 - O que é o Web Analytics
- Introdução ao Google Analytics
 - O funcionamento do Google Analytics
 - Descrição geral de contas, utilizadores, propriedades e visualizações de propriedade
 - Obtenção e configuração do código de controlo
 - Navegação no Google Analytics
 - Métricas - o essencial
- Configuração e Reporting
 - As principais áreas dos relatórios do Google Analytics
 - Configuração prática de uma conta de Google Analytics
 - Configurar e editar Objetivos
 - Definição e configuração de Alertas Inteligentes
- Associação entre serviços Google
 - Associar Google AdWords
 - Associar Google Webmaster Tools
 - Associar Google AdSense
- Real Time
 - Origens de Tráfego
 - Conteúdo
 - Localizações
 - Conversões
- Eventos de Inteligência
 - Alertas automáticos
 - Criar alertas personalizados
- Público-Alvo
 - Dados demográficos
 - Interesses
 - Geografia
 - Comportamento
 - Tecnologia
 - Google Mobile
 - Fluxo de visitantes
 - Testes de referência / Benchmark
- Aquisição
 - Canais
 - Fontes de tráfego: direto, referring e tráfego de pesquisa.

- Campanhas e URL Builder
- Palavras-chave
- AdWords
- Social
- SEO
- Comportamento
 - Conteúdo do Website
 - Velocidade do Website
 - Motor de Pesquisa em Websites
 - Event tracking
 - Experiências A/B
- Conversões
 - Objetivos de sites / sites de ecommerce
 - Funis
- Custom Reports
 - Atuação com base na análise e visão global
 - Revisão dos relatórios e ferramentas do Google Analytics