

08

## Configuração de metas

### Transcrição

Antes de começarmos a trabalhar com avaliação das metas e conversões do site, precisamos configurar as metas, afinal o Google Analytics só começa a mensurar e contabilizar depois que elas são criadas, isto é, não se pode fazer uma estatística anterior ao momento de criação.

Na interface do Google Analytics, clicaremos sobre "Administrador" no menu lateral esquerdo.

Na área do administrador, teremos uma série de opções relacionadas à "Visita", clicaremos sobre a de "Metas". Para criar uma nova meta do zero, basta clicarmos sobre o botão "Nova Meta".

	Meta	ID	Tipo de meta
<input type="checkbox"/>	Avaliação de planos	ID da meta 6/Conjunto de metas 2	Destino
<input type="checkbox"/>	Cadastro newsletter	ID da meta 3/Conjunto de metas 1	Destino
<input type="checkbox"/>	Clicou em assinar	ID da meta 2/Conjunto de metas 1	Evento
<input type="checkbox"/>	Contato de escolas	ID da meta 5/Conjunto de	Destino

Para entender como se configura uma meta, clicaremos sobre uma já existente de projetos anteriores. Existem várias metodologias para realizar a configuração de uma meta, neste caso não usaremos o código JavaScript. Na própria área do Google Analytics precisamos especificar como avaliaremos uma determinada meta, seja pela barra de rolagem, a ação de clique em um botão, acesso a uma página específica e assim por diante.

Como exemplo, utilizaremos a meta de cadastro da newsletter. O próprio Google Analytics apresentará algumas configurações possíveis como "comparar passagens", "cadastro on-line", "criar uma conta" e outras, além da opção de meta personalizada.

Para o cadastro da newsletter, manteremos a opção "criar uma conta", relacionada a criação de inscrição. Em seguida teremos um campo em que poderemos descrever a meta e definir seu tipo.

A parte de configuração de tipos é a mais importante, pois de acordo com as informações dadas é que o Google Analytics saberá se ela foi atingida ou não. Existem alguns tipos de metas, como "Destino", o objetivo é que o usuário acesse determinada página; "Duração", o tempo de permanência do usuário; "Páginas e telas por sessão"; "Evento", se um vídeo é reproduzido ou botão acionado e "Meta inteligente" que envolve configurações mais específicas.

Como o cadastro da newsletter transporta o usuário para uma página específica, definimos o tipo de meta como "destino". Em "detalhes da meta" especificaremos qual é a página de destino, teremos ainda "Funil", um tópico opcional que leva em consideração o percurso do usuário até acessar a página que desejamos.

Teríamos ainda a opção "Verifique essa meta", que nos revela quantas vezes essa meta teria realizado conversões com base nos dados dos últimos sete dias.

Outra meta que criamos anteriormente para o site é a "Contato de Escola". No MusicDot temos uma página de contato específica para que escolas de música entrem em contato. Teremos o mesmo modelo de configuração, mas dessa vez com a opção "Funil" ativada, pois assim podemos diferenciar os usuários que acessam a página de contato de maneira genérica, e quais são donos ou representantes de escolas de música pelas opções do formulário de contato.

É importante nos atermos a quais são os objetivos de cada meta, se elas são realmente necessárias enquanto meios avaliativos, se estão detalhadas o suficiente e assim por diante.