

## Google Analytics e algumas funções

É interessante também observar que o Google Analytics possui uma ferramenta muito interessante, na otimização de site, que são os Advanced Segments, que expliquei (Content > Top Content). Com ele, você compara algumas métricas prontamente definidas pelo Google, e consegue tirar muito mais proveito de suas análises para otimizar site. Veja algumas possibilidades: New Visitors ou Returning Visitors: essas duas opções te dão dados vindos somente de novos visitantes do site ou somente de visitantes que retornaram, e você coloca os dois marcados para saber como estão os acessos e o perfil de navegação de cada um; Paid e Non-paid traffic: aqui você pode separar o tráfego entre palavras pagas e não pagas, ou seja, busca orgânica e links patrocinados. É interessante notar como o perfil de navegação de cada um é diferente. Direct, Referral e Search Traffic: consegue relacionar e separar o volume de visitas de cada reação de tráfego. Visits from iPhone: você pode visualizar (e imprimir - definido pelo Google) os dados específicos de visitas que fizeram ao seu site via iPhone. Vale a pena dar uma olhada nesse ponto se o seu site é pensado ou não para dispositivos móveis; Landing Page Optimization: Deixei essa parte para o final do artigo para poder explicar melhor e dar a devida atenção a estas duas ferramentas que considero muito importantes para trabalho de divulgar site e SEO: Entrance Keywords. Ok, falei aqui várias vezes que isso ou aquilo é muito importante, mas esses dois links do Google Analytics vão te dizer exatamente quais palavras-chave estão levando tráfego para cada página do seu site e quais são as principais fontes de entrada em cada página separadamente.

## Sobre o Autor

[otimização de site](#) [divulgar site](#) Conhecimento é o mais importante.

Source: <http://www.artigopt.com>