

# 9

## PRINCIPAIS MÉTRICAS E INDICADORES DO NEGÓCIO DIGITAL (ANALÍTICA DIGITAL)

“THE VALLEY É O CENTRO ONDE O CONHECIMENTO SE Torna O  
MOTOR QUE TRANSFORMA A SOCIEDADE”

### 9. PRINCIPAIS MÉTRICAS E INDICADORES DO NEGÓCIO DIGITAL (ANALÍTICA DIGITAL).

O controlo e medição dos resultados é um componente crítico de qualquer negócio. A loja online deve ser analisada e gerida com o maior grau de detalhe possível. A utilização de diferentes métricas e KPIs que são especificados num quadro de pontuação permitir-nos-á reflectir de forma rigorosa, estatística e quantificada o desempenho do nosso negócio e extrair conhecimento da informação analisada. Da mesma forma, a monitorização da actividade dos meus concorrentes requer novas ferramentas que me permitam analisar continuamente que factores estão a afectar o negócio dos meus concorrentes.

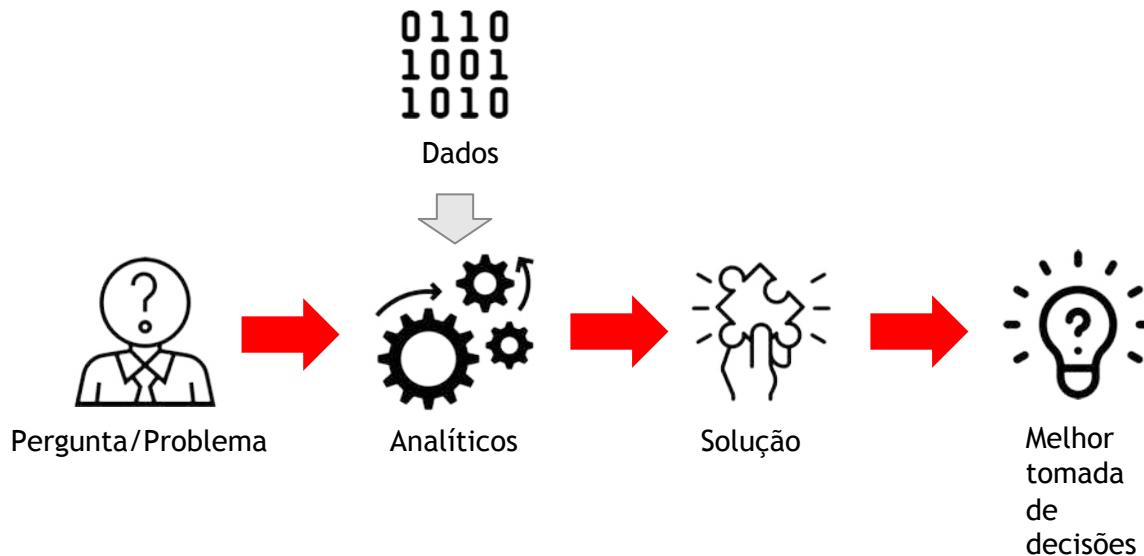
- Principais métricas.
- Ferramentas de medição disponíveis no mercado.
- Análise do funil de venda.
- KPIs principais e painéis de instrumentos.
- Exemplo de como utilizar o Google Analytics.
- O que faz a minha concorrência: ferramentas de inteligência competitiva.
- Analítica B2B: Biz Trends, ferramenta do Alibaba.com.
- Outras plataformas analíticas nos principais mercados B2B e B2C: Range.me, Putajiuwang, Tridge, etc.

## A IMPORTÂNCIA DA ANALÍTICA



### ANALÍTICOS

*Um conjunto de ferramentas criadas para transformar dados em insights que levarão à tomada de decisões.*



### PORQUE É QUE PRECISAMOS DELE?



*Quando é que usamos a análise para a tomada de decisões?  
Oportunidade*

Há um grande benefício em melhorar a tomada de decisões

*O uso da Analytics*

*Porque é que precisamos de utilizar a análise?*

Limitações cognitivas



*Limitações na interpretação correcta de um fenómeno ou facto*



## AVANÇOS NAS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO

- Menor custo de armazenamento de dados
- Menor custo no processamento de dados
- Virtualização
- Mais penetração
- A maioria das acções na Internet são mensuráveis
- A maioria das interacções está a ocorrer nas redes sociais

## ANALÍTICA NOS NEGÓCIOS



### O QUE ACONTEceu E O QUE ACONTECE AGORA?

Análise descritiva (relatório)

As vendas estão a aumentar? Quais são as fontes de tráfego para o meu website?



### PORQUE É QUE ISSO ACONTEceu?

Análise exploratória

Porque é que as vendas aumentaram em 2020? Foi o impacto do Covid-19?



### O QUE É QUE VAI ACONTECER?

Análise preditiva

Qual será o meu crescimento de vendas se eu aumentar o meu orçamento de publicidade em 20%?

## ANALÍTICA NOS NEGÓCIOS

Soluções



### RELATÓRIOS PONTUAIS

Percepções para questões específicas. Não é necessária automatização



### RELATÓRIOS AUTOMATIZADOS

Soluções para questões empresariais



### A ANÁLISE COMO UM PRODUTO

Para melhorar o valor do cliente



A ANÁLISE COMO UM PRODUTO

**Everything is a Recommendation**





A análise como um  
produto

Comprados juntos habitualmente



+



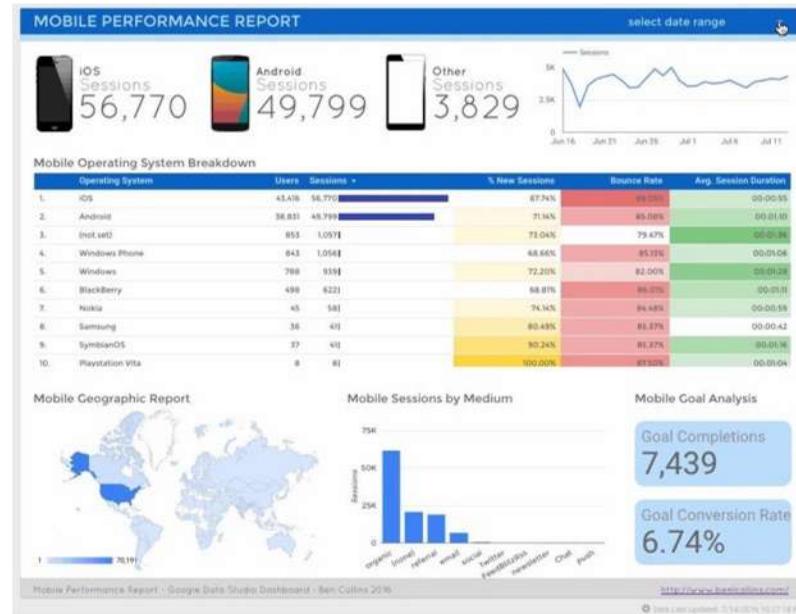
Precio total: 23,87 €

Añadir ambos a la cesta

# A IMPORTÂNCIA DA ANALÍTICA

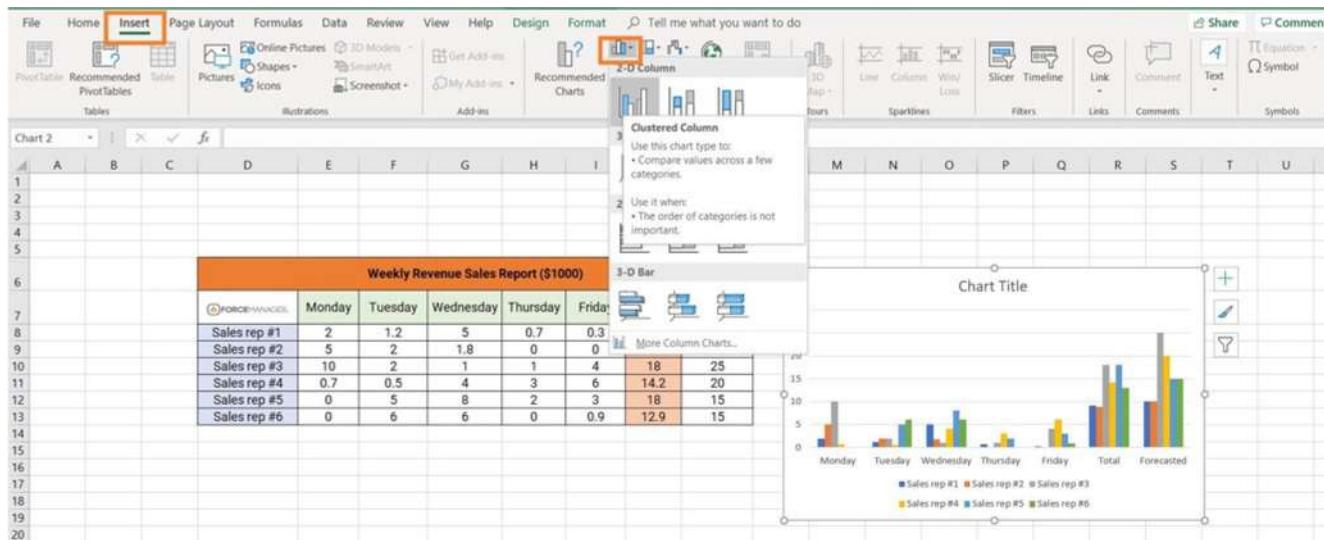


## Relatórios Automatizados





## Relatórios pontuais



## METRICAS PRINCIPAIS

As métricas são indicadores que lhe permitem saber quão perto ou longe está dos objectivos gerais da sua empresa em termos de autoridade, alcance ou conversões. Também mostram onde estão a ser cometidos erros, apontam acções para os corrigir e revelam oportunidades valiosas para a estratégia online.



### SEO METRICAS

#### 1. INDEXANDO

A indexação é um dos factores mais importantes a ter em conta numa estratégia de SEO. O maior indexador do mundo hoje em dia é o Google e conseguir-lo indexar o conteúdo desejado significa que pode aparecer nos seus resultados de pesquisa.

Isto é algo muito positivo, porque gera:

Visitas à web

Conversões

Vendas



### SEO METRICAS

#### 2. CLASSIFICAÇÃO POR PALAVRAS-CHAVE

Permite saber quão bem o conteúdo de um website está a ser posicionado e quanto tráfego está a atrair.

Esta métrica pode ser medida:

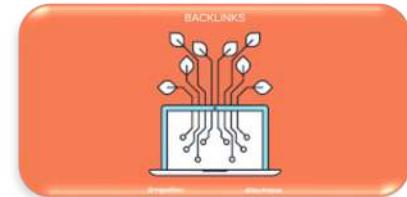
- pela SERP do Google, onde pode ver se a página aparece nas listas de resultados ao procurar uma palavra-chave
- por software SEO como SEMRush ou Ubersuggest, que mostram as posições do blog no Google para diferentes palavras-chave.



### SEO METRICAS

#### 3. LINKS EXTERNOS

Estes são links que ligam dois domínios diferentes  
São extremamente benéficos para melhorar o posicionamento orgânico.



#### 4. POSICIONAMENTO ORGÂNICO

É a posição privilegiada que uma página ou website ocupa quando um utilizador efectua uma pesquisa sem ter feito uso de campanhas publicitárias.



### SEO METRICAS

#### 5. TRÁFEGO ORGÂNICO

O tráfego orgânico é aquele que, na maioria dos sítios web, gera um maior número de visitas e de maior qualidade, uma vez que são utilizadores com um certo interesse no tema de um sítio web ou blog.

O tráfego orgânico é essencial para o sucesso de um website e tudo o que está por detrás dele: uma marca, uma empresa e, em última análise, um negócio online.

A melhor maneira de o conhecer é através do Google Analytics.



## MÉTRICAS DE MARKETING DE ENTRADA

### TAXA DE CONVERSÃO

Com ele pode conhecer o número de potenciais clientes ou clientes reais que foram alcançados com uma acção ou estratégia de atracção. Pode ser aplicado em blogs, páginas de destino, e-mail, campanhas, entre outros meios de comunicação.



### FONTES DE TRÁFEGO

Indicam a origem dos utilizadores que chegam a um sítio web quer organicamente, através de uma rede social, um correio electrónico, uma campanha paga ou qualquer outro meio.



## MÉTRICAS DE MARKETING DE ENTRADA

### LEADS

É um cliente potencial da marca que demonstrou interesse em consumir um produto ou serviço.

A medição do número de leads gerados por uma estratégia proporcionará a oportunidade de visualizar o impacto das acções.



### TAXA DE CLIENTE

O rastreio do número de clientes obtidos pelos esforços de Inbound Marketing proporciona a oportunidade de saber o que está a funcionar e o que não está.



### MÉTRICAS DAS REDES SOCIAIS

#### 1. REACH

É importante determinar o número de pessoas que viram uma publicação. Esta métrica inclui também os utilizadores que não fazem parte da sua comunidade digital.



#### 2. ENGREGAMENTO

O envolvimento pode ser definido como o nível de compromisso que os consumidores e utilizadores têm com uma marca e isto vai para além da compra de produtos ou serviços.



### MÉTRICAS DAS REDES SOCIAIS

#### 3. CTR

- A taxa Click Through Rate é o número de cliques obtidos em relação ao número de impressões. É útil conhecer a eficácia das ligações que são adicionadas às publicações.



### MÉTRICAS PARA O COMÉRCIO ELECTRÓNICO

#### 1. TRÁFICO WEB

A revisão do número de pessoas que vão ao comércio electrónico dará uma ideia do número de vendas que a empresa terá.



#### 2. TAXA DE ABANDONO DO CARRINHO

Esta é a percentagem de clientes online que adicionam produtos ao seu carrinho de compras virtual mas que depois não completam a compra. Por outras palavras, os clientes que saem sem fazer uma compra, mesmo que estivessem prestes a fazê-lo.



### MÉTRICAS PARA O COMÉRCIO ELECTRÓNICO

#### 3. VALOR MÉDIO DO PEDIDO

Este é o montante médio de dinheiro que cada cliente gasta num site de comércio electrónico. É essencial se se quiser aumentar as receitas e saber quanto os utilizadores estão a gastar e como aumentar esse número.



#### 4. TAXA DE ANULAÇÃO

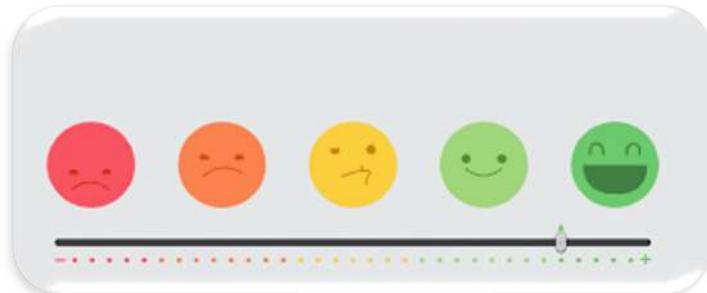
Mede o número de clientes que param de fazer compras na loja durante um período de tempo. É valioso recuperar antigos clientes e repensar as acções promocionais.



### MÉTRICAS PARA O COMÉRCIO ELECTRÓNICO

#### 5. SATISFAÇÃO DO CLIENTE

Uma ferramenta para medir a satisfação do cliente é um CRM. Graças a ela pode ter a oportunidade de comunicar directamente com eles, compreender as suas necessidades e determinar o nível de prazer que obtêm dos seus produtos e serviços.



### MÉTRICAS DE MARKETING POR E-MAIL

#### 1. TAXA ABERTA

Número de pessoas que abrem os e-mails da campanha.

É importante conhecer o efeito dos temas escolhidos para os e-mails, uma vez que devem estimular o clique.



#### 2. CLIQUES ABERTOS

Utilizado para calcular os cliques únicos em comparação com a taxa aberta e para conhecer o envolvimento da audiência.



### MÉTRICAS DE MARKETING POR E-MAIL

#### 3. CONVERSÕES ESPERADAS

Mostra quantas pessoas completaram uma acção desejada, por exemplo, subscrever um canal, iniciar um teste gratuito, descarregar um material, completar uma transacção, entre outros.

#### 4. TAXA DE LIVRE

Indica os endereços de correio electrónico que não existem.

É necessário conhecê-los para determinar se está a seguir as melhores práticas de Email Marketing.



### MÉTRICAS DE ANÚNCIOS GOOGLE

#### Impressões e cliques

Número de impressões e cliques gerados pelos anúncios do Google.



#### 2. QS

O Índice de Qualidade baseia-se no CTR para medir o nível de qualidade de um anúncio.

#### 3. Custo por conversão

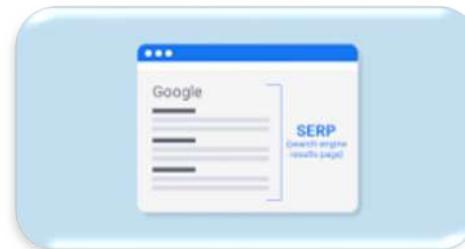
Refere-se a quanto custa a conversão de cada chumbo ou cliente com um anúncio.



## MÉTRICAS DE ANÚNCIOS GOOGLE

### 4. POSIÇÃO MÉDIA

Esta é a posição média que os anúncios ocupam no Google. Cada SERP mostra 7 anúncios, portanto, se a posição média for inferior a 7, a estratégia não é totalmente eficaz.



### 5. CPC

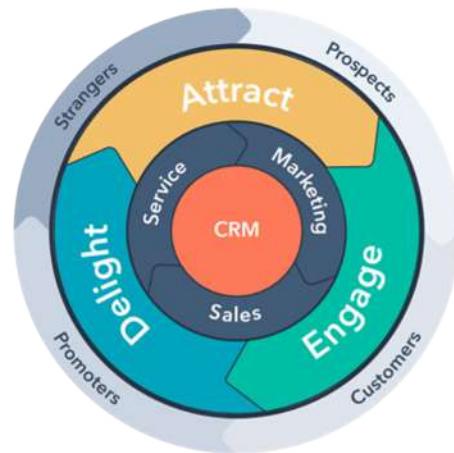
O custo por clique é a quantidade de dinheiro que cada clique num anúncio custa.



### HUBSPOT

Este software é capaz de automatizar a análise de dados, Landing Pages e, claro, Email Marketing, bem como chamadas à acção, blogging e acções de SEO em geral.

Além disso, inclui uma eficaz e poderosa Gestão de Relacionamento com o Cliente (CRM), um sistema de gestão de relacionamento com o cliente.



### RD STATION

- Ajuda a optimizar a optimização dos motores de busca através de técnicas SEO e melhora a experiência do utilizador, melhorando o website da empresa ou da marca.



### HOOTSUITE

- Centrado nas redes sociais
- Gestor de conteúdos e publicações.
- As publicações devem ser programadas, definindo períodos de tempo ou periodicidade, para manter os perfis actualizados e em movimento.



### INFUSIONSOFT

Tem o potencial de criar um Sistema de Afiliação, gerir bases de dados de clientes, fornecer relatórios em tempo real e gerir documentos recebidos, tais como recibos de impostos, ofertas e facturas.

É uma das ferramentas mais utilizadas no mercado.



### EMARSYS

É um software preditivo, que realiza projecções e análises futuras baseadas no processamento de um grande e surpreendente volume de dados.

Pode estudar o comportamento dos utilizadores e leads na web e prever os tipos de conteúdos e produtos que lhes interessam.

Além disso, tem a capacidade de conceber campanhas de Email Marketing e Social Media, segmentar o público de uma forma avançada e reportar com precisão cada uma das acções das estratégias.



### GOOGLE ANALYTICS

Esta ferramenta foi uma das primeiras no mercado e estabeleceu-se como uma das melhores alternativas livres, ideal para PMEs e startups que querem empreender estratégias digitais para competir em termos de exposição e posicionamento com grandes marcas.





### CONSOLA DE PESQUISA NO GOOGLE

- Este serviço gratuito da Google proporciona uma excelente forma de monitorizar e manter a presença de um website nos resultados de pesquisa.
- Esta ferramenta ajuda a corrigir problemas relacionados com software malicioso ou spam, bem como a manter o sitio web com o mínimo de interrupções.



### SEMRUSH

- É uma solução poderosa para a análise de palavras-chave e detecção de oportunidades para um bom posicionamento nos motores de busca.
- Tem uma versão gratuita que ajuda a identificar concorrentes orgânicos de topo, seguir e não seguir ligações e domínios de referência.



### INTERACTIVA IÓNICA

Muito útil para empresas cujo website tem problemas de conversão (de visitantes para leads ou de leads para clientes) ou não é tão eficaz em gerar envolvimento com o público.



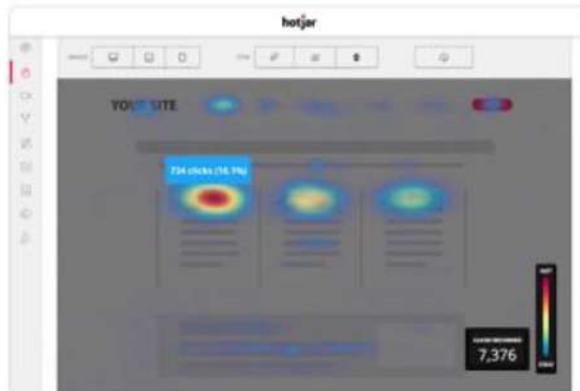
### GOOGLE ADWORDS

- Google Ads é o programa de publicidade online do Google. Através dos Anúncios Google, pode criar anúncios online para chegar às pessoas no momento exacto em que elas estão interessadas nos produtos e serviços que oferece.
- Esta ferramenta estabeleceu-se como um aliado para os profissionais de SEO e estratégias de divulgação e distribuição de conteúdos de interesse.



### HOTJAR

- É uma ferramenta que permite analisar a forma como os utilizadores navegam no website de uma marca ou empresa, o que por sua vez se traduz numa melhor compreensão dos seus interesses e necessidades.
- Garante a optimização de novos conteúdos e um tempo de navegação mais longo por visitante.



### SIMILARWEB

- A análise dos concorrentes é uma parte fundamental de qualquer estratégia digital. Por este motivo, a SimilarWeb é uma opção muito boa.
- Graças a esta ferramenta é possível analisar e saber que acções e tácticas estão a ser desenvolvidas pelos principais concorrentes de uma empresa na Internet.



### QUILLENGAGEM

É um grande add-on para o Google Analytics, uma vez que converte dados Analytics em texto.



### ANÁLISE DE ADOBE

- Esta ferramenta oferece várias formas de recolher dados de qualquer fonte (incluindo dados de voz) com o objectivo não só de compreender o que o utilizador está a fazer, mas também a razão pela qual o está a fazer. Além disso, a sua análise preditiva baseada na aprendizagem de máquinas e inteligência artificial ajuda a prever o que poderá acontecer a seguir.



Adobe  
Analytics

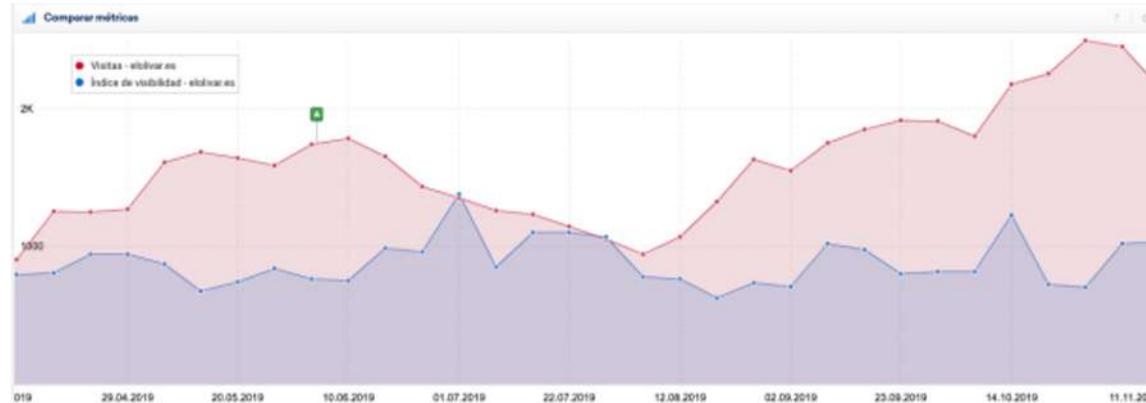
### KISSMETRICS

- É uma das grandes alternativas ao Google Analytics. Esta ferramenta paga recolhe informação, com base na segmentação, sobre pesquisas e comportamento do utilizador em tempo real.
- Também ajuda a compreender melhor o comportamento do cliente e assim aumentar as conversões.



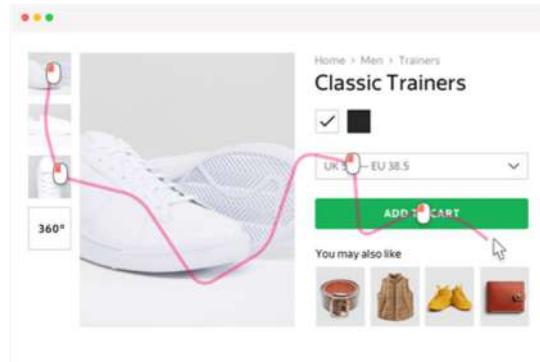
## SISTRIX

- Pode comparar algumas métricas do Google Analytics, tais como o volume de utilizadores que navegam num site, com o seu famoso índice de visibilidade.
- Além disso, é possível verificar as posições que o sítio ocupa para determinadas palavras-chave e descobrir novas palavras-chave.



## YANDEX

- Yandex Metrica realiza análises completas da web.
- Com esta ferramenta, pode observar como os utilizadores se movem através da página web: os seus movimentos do rato, os seus cliques,... Assim, é possível identificar os obstáculos que enfrentam e é especialmente interessante no processo de compra e na melhoria da experiência do utilizador.
- Tem mapas de calor com os quais se podem descobrir os pontos fortes e fracos de um site.

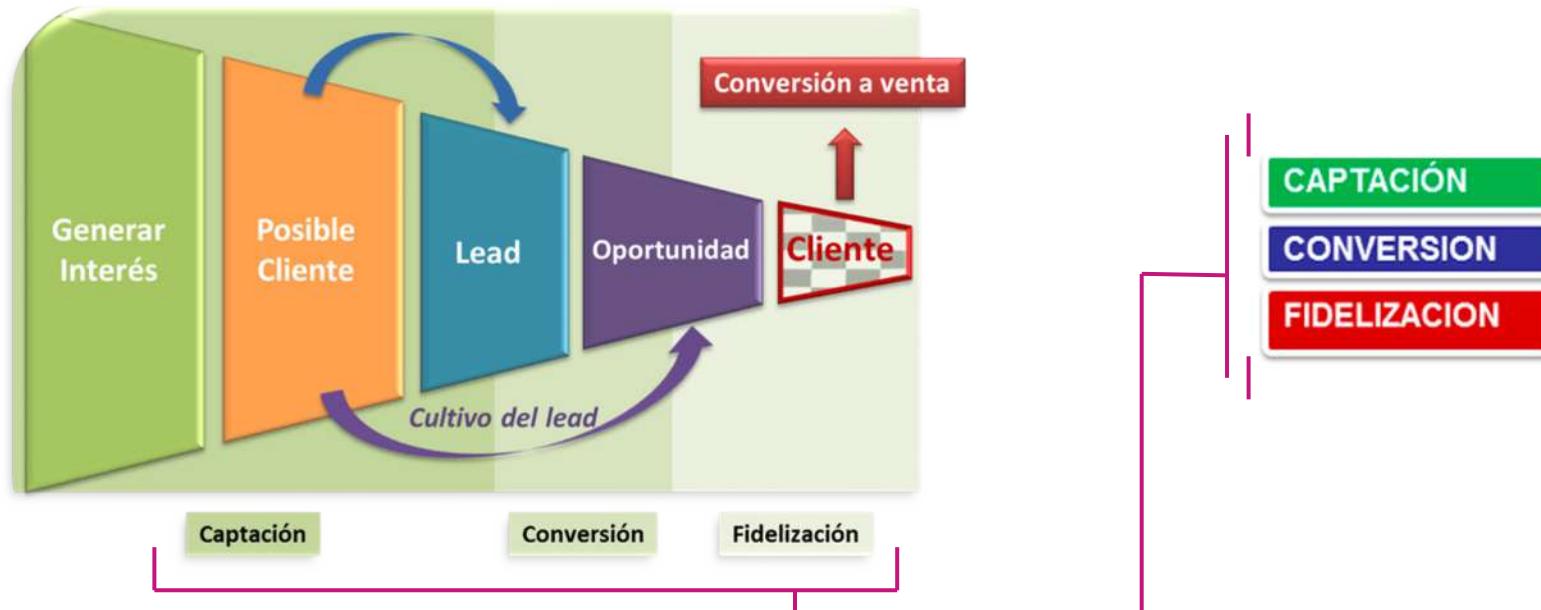


## O QUE É?

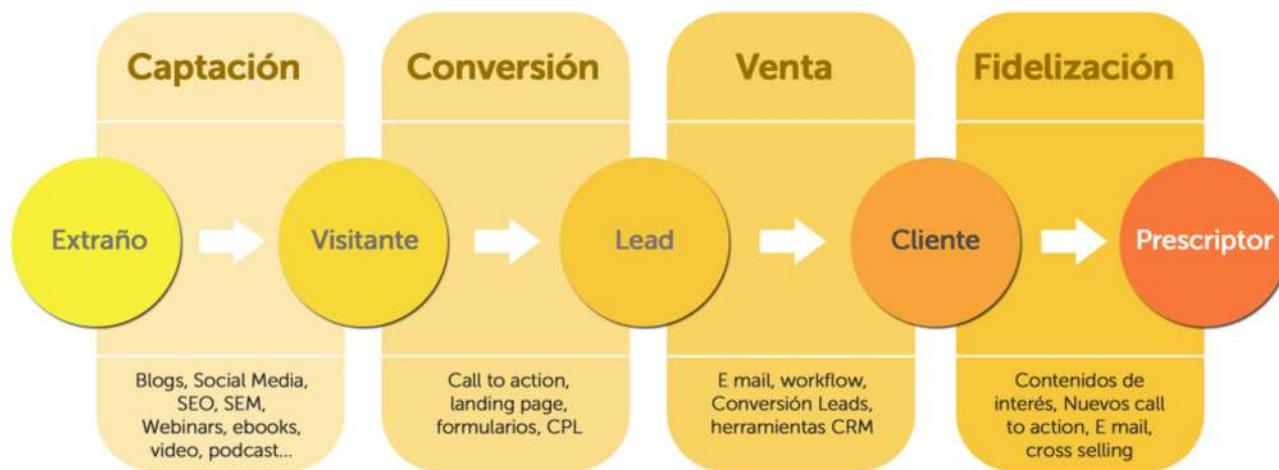
O funil de venda ou funil de conversão é um termo de marketing online directamente relacionado com os objectivos que estabelecemos quando lançamos uma loja online e, em geral, um website ou blog, especialmente se os seus objectivos forem comerciais.



Este funil, também chamado 'funil de conversão', determina as diferentes fases ou passos que cada um dos visitantes do nosso website deve tomar para atingir um objectivo específico: normalmente tornar-se um registo ou conduzir ou completar a compra de um produto ou serviço.



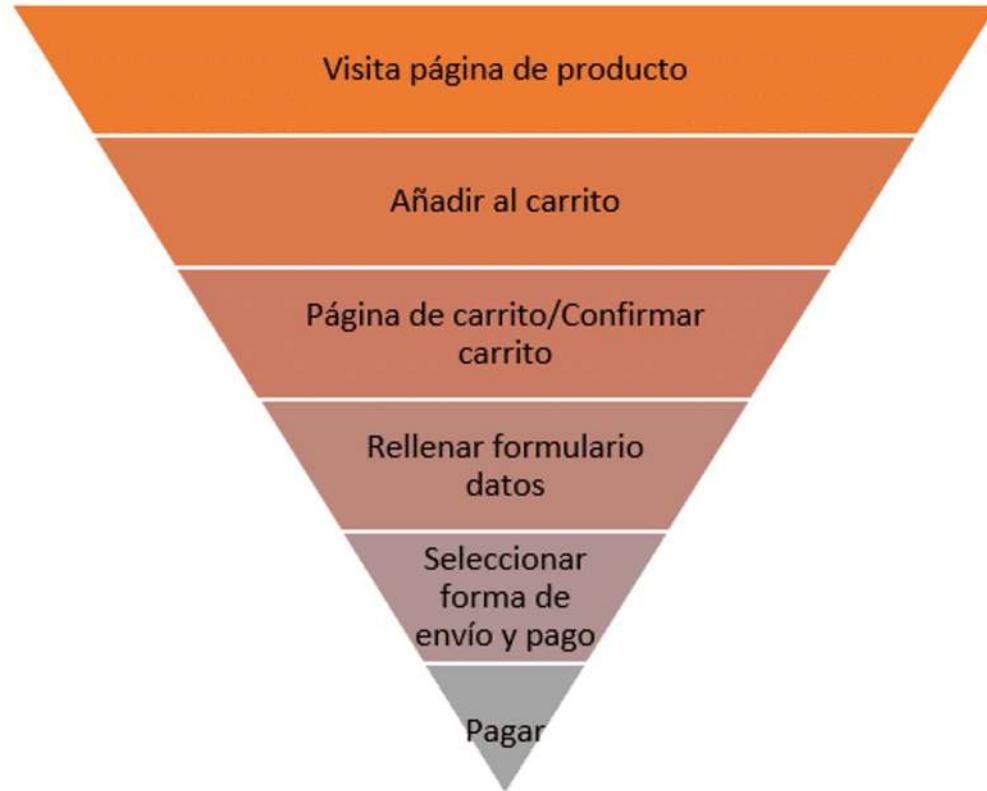
Dependendo do nível de detalhe, mais ou menos fases podem ser identificadas no processo de venda



Portanto, existe uma enorme variedade de representações gráficas de funis de venda.







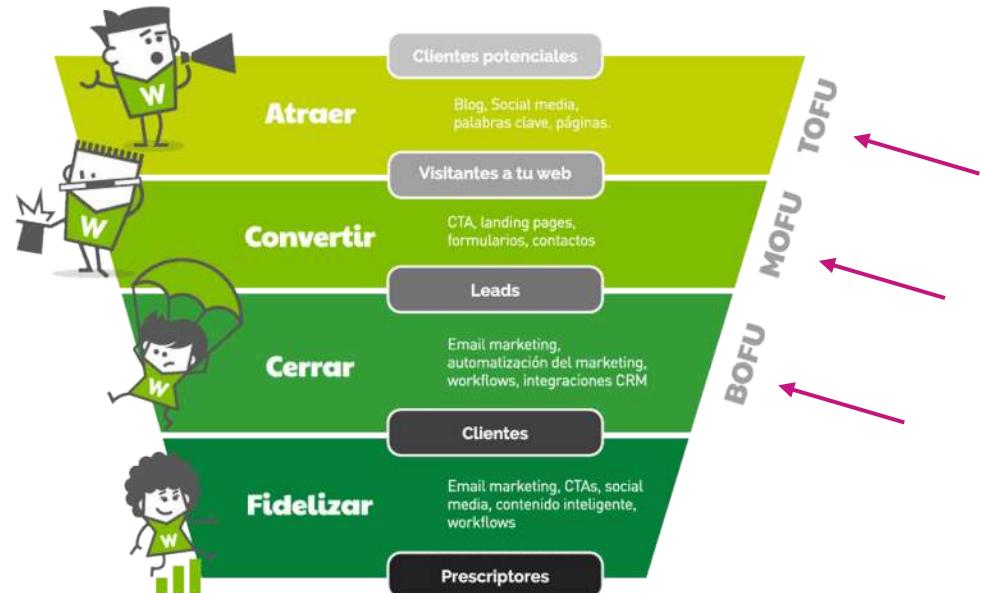
Independentemente da representação gráfica escolhida. O funil de venda é sempre composto por três fases básicas, cujos nomes se referem à sua posição no funil.

- TOFU→ *Topo do Funil*
- MOFU→ *Meio do Funil*
- BOFU→ *Fundo do Funil*



As acções de marketing digital que a empresa leva a cabo devem ser orientadas para o objectivo de cada uma destas fases do funil.

### TOFU MOFU BOFU en Inbound marketing





### PARA QUE SERVE?

O funil de vendas, ao definir os passos que um utilizador segue para se tornar cliente, ajuda-nos a identificar a percentagem de utilizadores perdidos do nosso website em cada um dos passos.

Sabendo o momento em que os utilizadores se perdem, a empresa pode levar a cabo acções de marketing destinadas a corrigir essa perda.



Portanto, a análise do funil de venda permite-nos fazê-lo:

- Saber em que ponto os utilizadores caem do funil.
- Detectar erros e áreas a melhorar.
- Saber onde precisamos de concentrar os nossos esforços.
- Ajuda-nos a calcular o retorno do investimento (ROI) da nossa campanha.

Os KPIs (Key Performance Indicators) são uma série de métricas utilizadas para sintetizar informação sobre a eficácia e produtividade das acções levadas a cabo numa empresa.



Os KPIs são também conhecidos como indicadores de qualidade ou indicadores-chave de negócio que podem ser utilizados e aplicáveis em qualquer área de negócio e sector produtivo, embora sejam muito comumente utilizados no marketing online.





O objectivo final de um KPI é ajudar a tomar melhores decisões relativamente ao estado actual de um processo, projecto, estratégia ou campanha e assim poder definir uma linha de acção futura.

### VANTAGENS DO KPIS



Os KPI, graças à melhoria das novas tecnologias de informação, oferecem uma medição muito mais simples, mais objectiva e fiável.



Há uma multiplicidade de ferramentas analíticas especializadas que lhe permitem medir todos os tipos de KPIs em qualquer sector ou actividade.

Estes tipos de ferramentas são muito concentrados para utilização num campo de acção específico, pelo que utilizarão sempre os KPIs mais adequados e apropriados em cada caso, o que facilita muito o trabalho.



## Características de los KPIs



### Estrategia

Los KPI abarcan los objetivos estratégicos.



### Objetivo

Los KPIs miden el rendimiento en relación con objetivos específicos.



### Alcance

Los KPI están limitados por un perímetro de variación.



### Codificación

Los KPI están codificados e incluyen una representación visual del rendimiento.



### Duración

Los KPIs están limitados en el tiempo.



### Puntos de referencia

Los KPI se utilizan en un marco de referencia.

Os KPIs de marketing online para meios de comunicação social são utilizados para medir:

- Número de menções
  - Número de seguidores
  - Número de comentários
  - Número de acções
  - Número de subscriptores



Cada rede social fornece o seu próprio conjunto de KPIs (Linkedin: o número de recomendações, Twitter: o número de Retweets, Google Plus: o número de +1, etc.).

## A MEDIDA DE MARKETING EM LINHA KPI'S PARA ANÁLISE DA WEB:

A reputação do domínio aos olhos dos motores de busca.  
O tipo, qualidade e número de links para o website.  
Origem do tráfego e duração das visitas.  
As palavras-chave e o número de palavras-chave pelas quais os utilizadores encontram o sítio web.  
As posições ocupadas pelas palavras-chave para as quais a web está ou foi posicionada.



Os principais KPI para análise da web são o número de novos utilizadores, a percentagem de novos utilizadores, o número de páginas por sessão e o número de sessões.

Os KPIs gerais de marketing on-line medem as estratégias globais de marketing on-line de uma marca. Podem ser:

- KPI para vendas e clientes.
- KPI para conteúdo



Exemplo de um funil de venda com KPIs associados em cada fase.

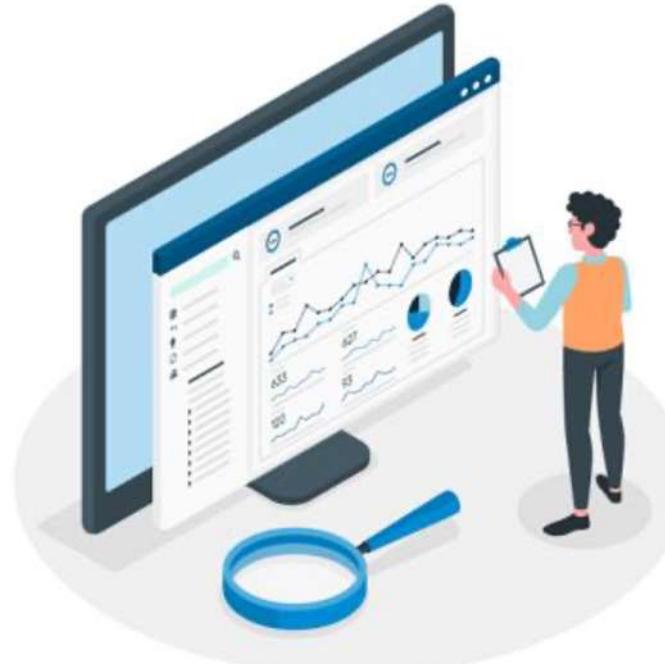


## CHAVES KPIS E CARTÕES DE PONTUAÇÃO

Exemplo de KPIs associados a tácticas, estrategias e objectivos empresariais. (Plano de Medição da Loja Google Merchandise)

Objetivo empresarial	Estrategias	Tácticas	KPI
Vender productos que promocionen la marca Google	Crear una campaña de publicidad <i>online</i> que dirija a los clientes al sitio web de Google Merchandise Store para comprar productos de la marca Google	Aumentar las referencias a productos de la marca Android (aprovechando que Android está dando un fuerte impulso a la marca, se quiere aumentar el tráfico de referencia a páginas de productos de Android para ver si el reconocimiento de dichos productos aumenta por parte de los clientes)	Tráfico de referencia a las fichas de producto de la marca Android
			Usuarios nuevos en las fichas de producto de la marca Android
			Número de páginas vistas de productos de la marca Android
			Tasa de conversión de la marca Android
			Número total de transacciones de la marca Android
			Ingresos totales de los productos de la marca Android

Normalmente os KPIs das empresas são organizados em **Scorecards**, um espaço onde os KPIs que a direcção da empresa considera mais importantes são recolhidos.



Os KPIs contidos num quadro de pontuação são utilizados para medir o desempenho de diferentes processos e áreas da empresa. O seu número e frequência de medição podem ser modificados à medida que o interesse da gestão varia, quer para monitorizar aspectos específicos da empresa, quer para obter uma imagem real do seu negócio.



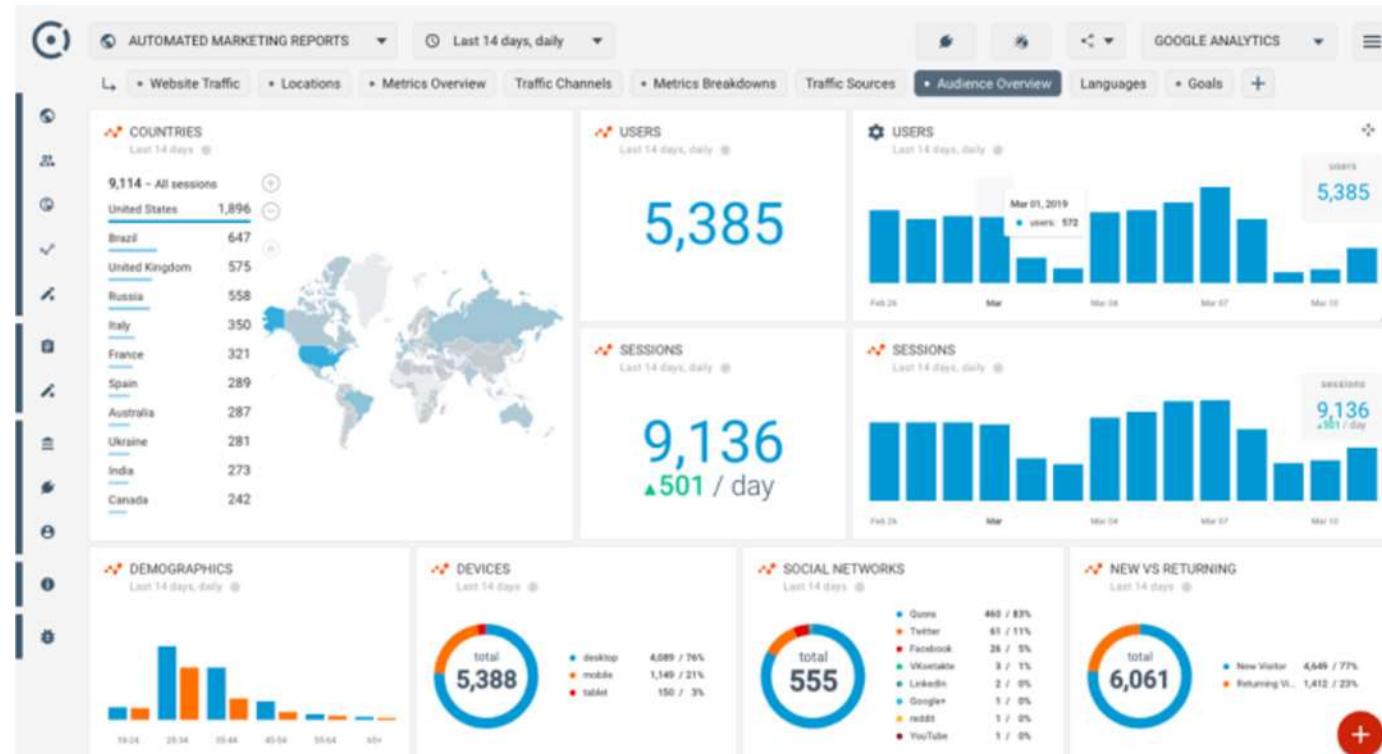


### OS CARTÕES DE PONTUAÇÃO TÊM UM DUPLO OBJECTIVO:

Facilitam a tomada de decisões com base na comparação dos dados reais obtidos com os dados alvo previamente estabelecidos.

Permitem à Direcção comunicar aos níveis hierárquicos inferiores quais são os eixos centrais da sua política empresarial, envolvendo assim todos os níveis no cumprimento dos objectivos estratégicos da empresa.

## Exemplo de scorecard no Google Analytics





# Google Analytics

## PLATAFORMA DE MARKETING GOOGLE: FERRAMENTA ANALÍTICA



Analytics 360

Ferramenta que lhe permite conhecer melhor os seus utilizadores para lhes oferecer melhores experiências e alcançar bons resultados. Permite-lhe saber como os utilizadores interagem com o conteúdo de um website e descobrir o que funciona e o que não funciona.

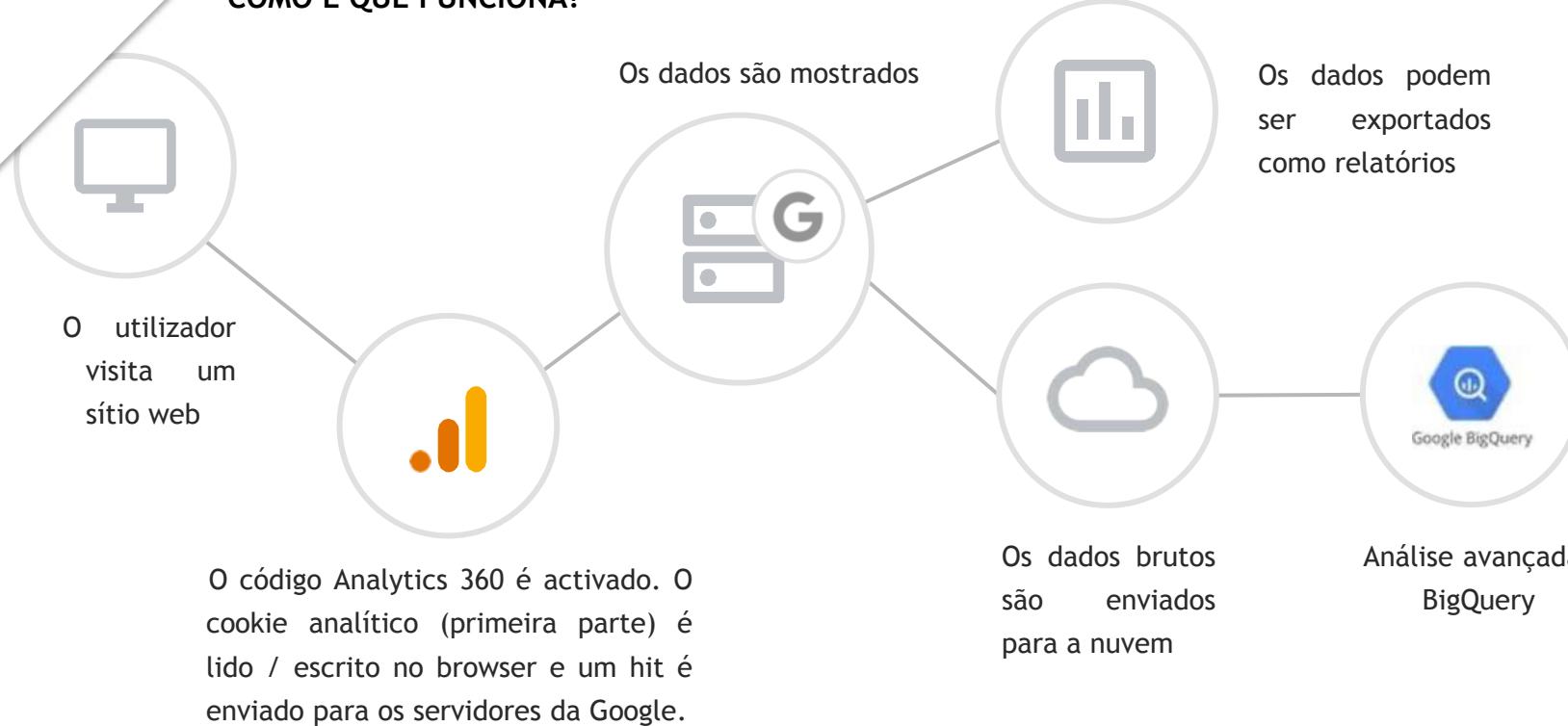
### PRINCIPAIS FUNCIONALIDADES

Acompanhar e analisar o tráfego do website

De onde vem um utilizador e como se comporta?

Agregar dados de diferentes plataformas Google

## COMO É QUE FUNCIONA?



## GA: COMO FUNCIONA

Recolha de dados

- Para localizar um website e recolher dados, é necessário criar uma conta Google Analytics e adicionar um código JavaScript em cada página do website.
- Quando um utilizador chega ao sítio, o código recolhe informações anónimas sobre a forma como o utilizador interagiu com a página, para além dos dados do navegador.
- Cada vez que uma página é carregada, o código de localização recolhe e envia dados sobre a actividade do utilizador, agrupando esta actividade em "sessões".
- Uma sessão começa quando uma página é introduzida com o código de rastreio GA e termina após 30 minutos de inactividade.

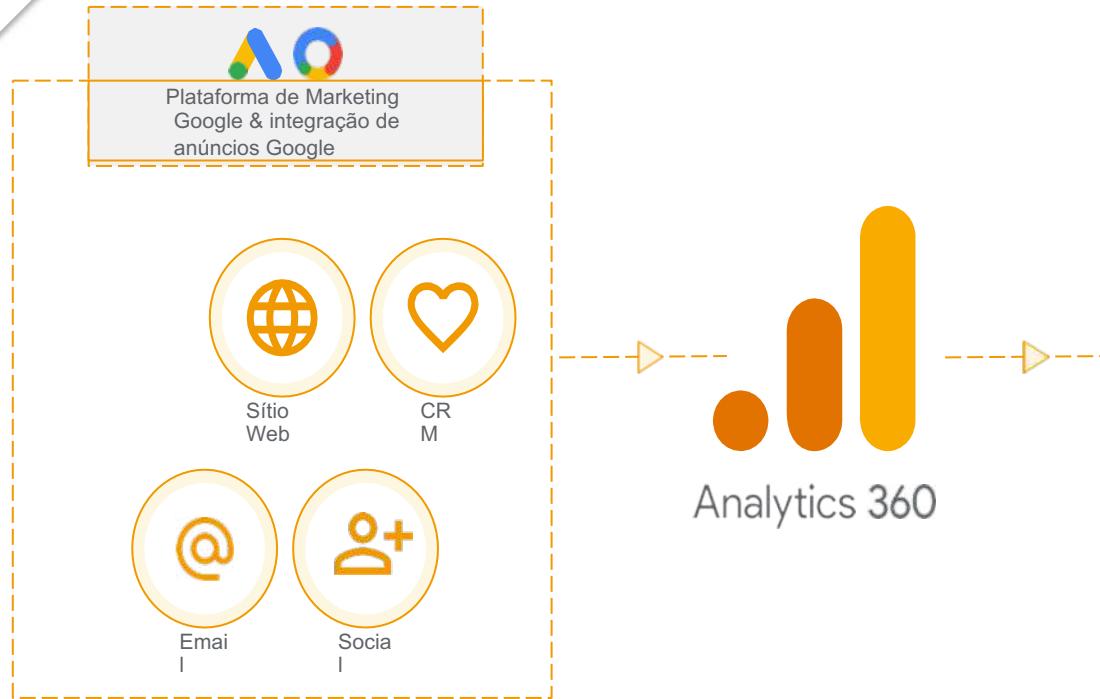
Processamento de dados

- Uma vez recolhidas as interacções dos utilizadores, o Google Analytics inicia o processo de transformação dos dados em bruto em dados úteis.
- Quando a Analytics processa os dados, agrupa-os e organiza-os por diferentes critérios, tais como browser ou se foi utilizado um dispositivo de secretária ou móvel.
- Uma vez processados, os dados são armazenados numa base de dados e não podem ser modificados.

Relatório

- Uma vez processados e armazenados na base de dados, os dados são exibidos nos relatórios da Analytics.

Dados integrados produzem informação accionável



Percepções:

+ 200 relatórios,  
incluindo:

- 1.) Relatório de visão geral móvel.
- 2.) Relatório de Canais.
- 3.) Resumo da Navegação.
- 4.) Relatório das Páginas de Aterragem.
- 5.) Relatório de Síntese da Velocidade do Sítio.
- 6.) Relatório de Visão Geral dos Objectivos.

Não medimos cliques e visualizações de páginas, medimos objectivos comerciais.



### Enfoque

Não é necessário medir tudo

Medimos e analisamos para realizar acções que nos permitam melhorar as vendas, leads, interesse, ...

### Plano

Um plano de medição que identifica as dimensões e métricas necessárias para a análise dos diferentes KPIs.

Definir um contexto claro para cada KPI (aquisição, conversão, ...)

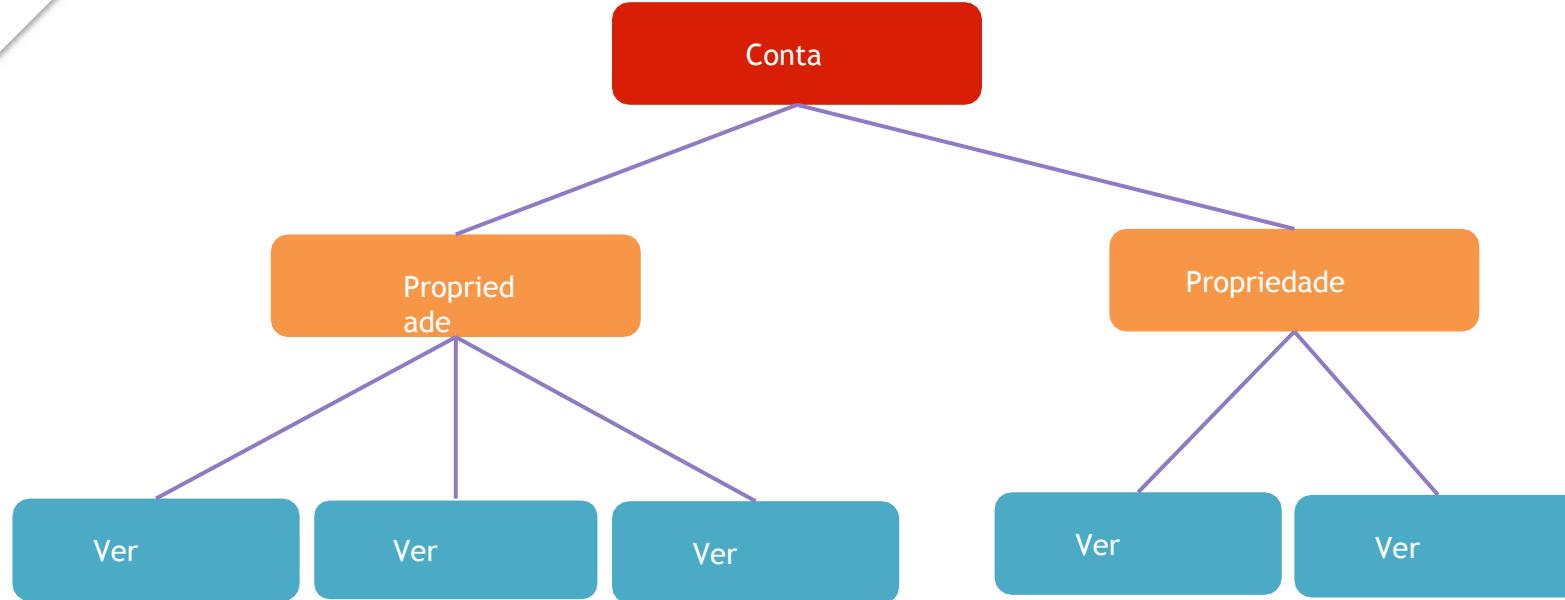
### Análise

As ferramentas não analisam, recolhem, ordenam e apresentam dados.

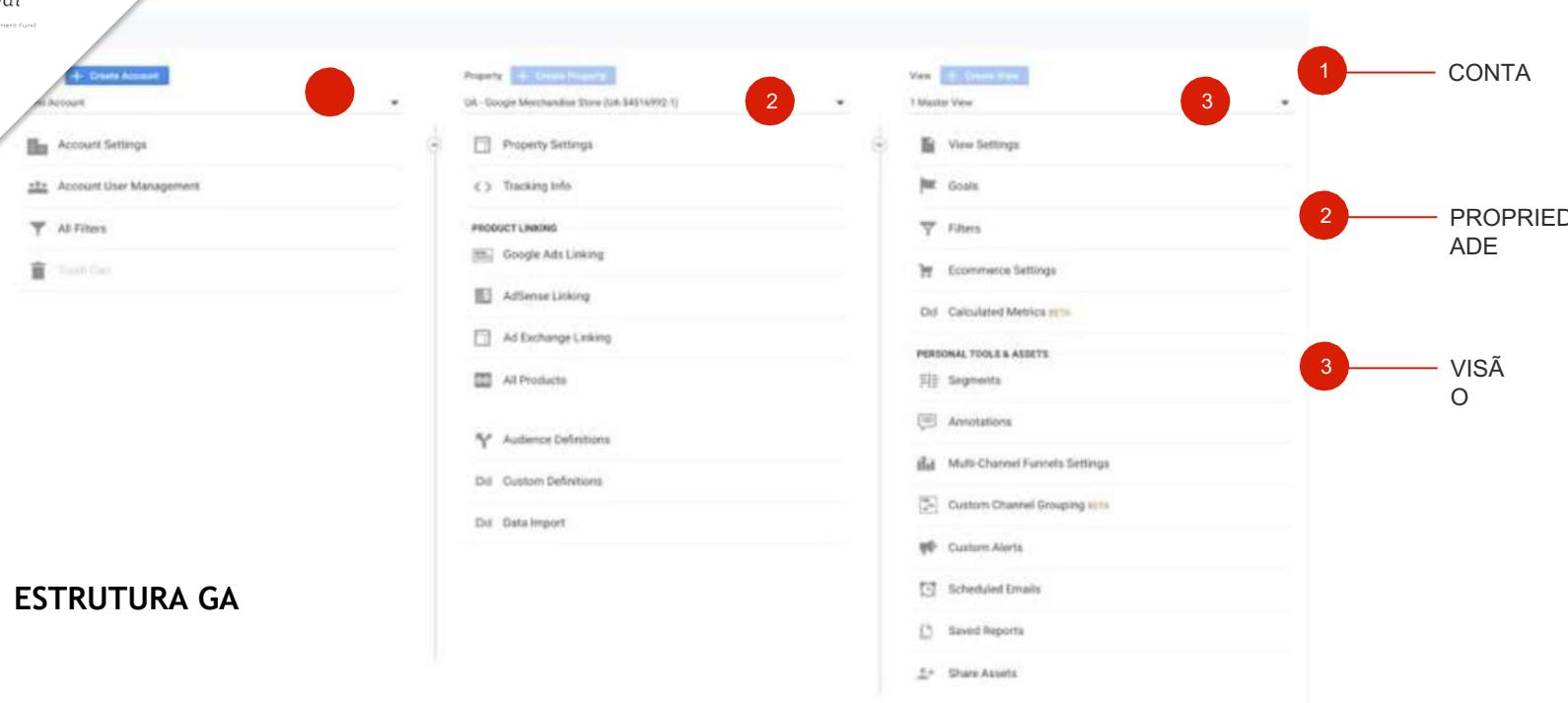
É necessário ter analistas próximos do negócio.

É aconselhável ter valores de referência e estabelecer objectivos claros.

## ESTRUTURA ANALÍTICA DO GOOGLE



## ESTRUTURA GA



## ESTRUTURA GA

### Google Analytics: criação de uma conta.

1. Ir para Google Analytics: <https://analytics.google.com/>
2. Clique em criar conta e siga as instruções

Preencher os detalhes da conta (Nome e definições de partilha)

Preencher os detalhes do imóvel (nome do imóvel e tipo de imóvel)

**Account details**

Account name (Required)  
Seminário com conteúdos para o seu negócio (Required)  
DRAFT Pending Approval

Account Data Sharing Settings (Optional)  
Share your Google Analytics data with Google to help improve Google's products and services. Turning on this setting enables Google Analytics to provide local-to-global intelligence and insights services, maintain critical System Generation services that benefit all linked products and users, and offer Enhanced Demographics and Interests reporting when Google signals is enabled. If you disable this option, data can't link to other Google products linked to your property. Visit the product linking section in each property to turn on or change your settings.

Google products & services  
Share your Google Analytics data with Google to help improve Google's products and services. Turning on this setting enables Google Analytics to provide local-to-global intelligence and insights services, maintain critical System Generation services that benefit all linked products and users, and offer Enhanced Demographics and Interests reporting when Google signals is enabled. If you disable this option, data can't link to other Google products linked to your property. Visit the product linking section in each property to turn on or change your settings.

Benchmarking  
Combine anonymous data to an aggregate data set to enable features like benchmarking and publications that can help you understand data trends, all identifiable information about your audience is removed and combined with other anonymous data before it is shared with others. [View Example](#)

Technical support  
Get Google technical support representatives access your Google Analytics data and account when necessary to provide service and fix issues in technical areas.

Account specialists  
Give Google marketing specialists and your Google sales specialists access to your Google Analytics data and account so they can find ways to improve your configuration and analysis, and share optimization tips with you. If you don't have dedicated sales specialists, give this access to authorized Google representatives.

Learn how Google Analytics safeguards your data

Analytics All accounts > UA - Google Merchand... 1 Master View Try search

**ADMIN** **USER**

**Account** [+ Create Account](#)

Demo Account

**Account Settings**

**Account User Management**

**All Filters**

**Trash Can**

**Property setup**

**Property details**  
A property represents a business or website you're tracking. An account can contain one or more properties. If you want to create a new property for an existing account, click Create a property.

**Create a Google Analytics 4 property to measure your web and/or app data**

Property name:  My first property

Reporting time zone:  United States (EST/EDT) Los Angeles (PST/PDT)

Currency:  US Dollar (USD) =

You can't edit these currency settings later in Analytics

**Hide advanced options**

**Create a Universal Analytics property**

The (Universal) Analytics property is a part of an earlier version of Google Analytics and only supports web measurement. It is still recommended for new Analytics users, and it will not support app measurement. Turn this on if you'd like to create a Universal Analytics property.

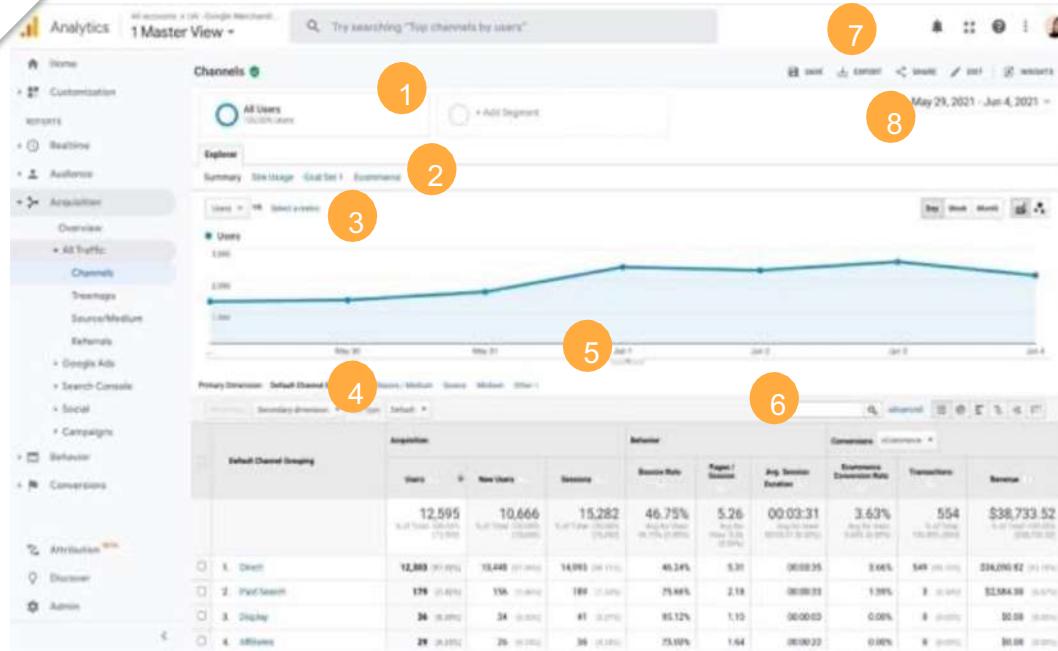
Website URL:  www.exampledomain.com

Create both a Google Analytics 4 and a Universal Analytics property  
This will create two properties with connected site tags, so you only need to log your website once. Learn more

Enable enhanced measurement for Google Analytics 4 property  
Automatically measure interactions on your sites in addition to standard screen view measurement. Data from on-page elements such as links and embedded content may be collected with behavioral events. You must ensure that no personally identifiable information will be sent to Google Tag Manager.

Create a Universal Analytics property only

## INTRODUÇÃO AOS RELATÓRIOS



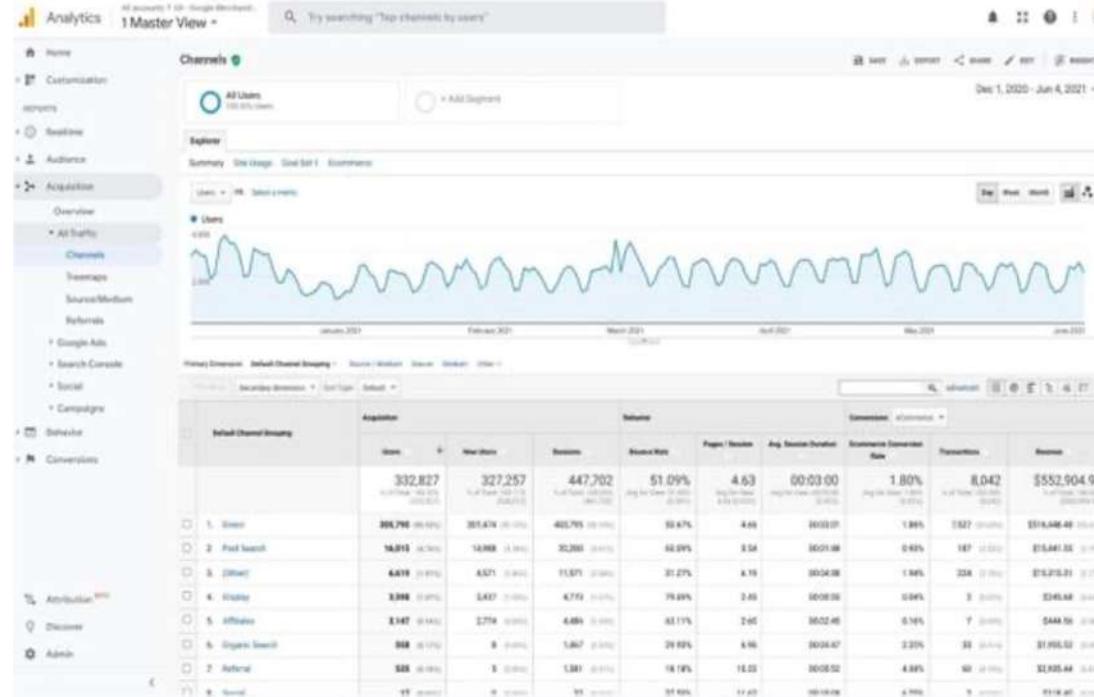
- 1 Segmentos
- 2 Vistas
- 3 Métricas
- 4 Dimensão secundária
- 5 Notas
- 6 Filtros
- 7 Exportação
- 8 Data

## EXEMPLO DE COMO UTILIZAR O GOOGLE ANALYTICS.



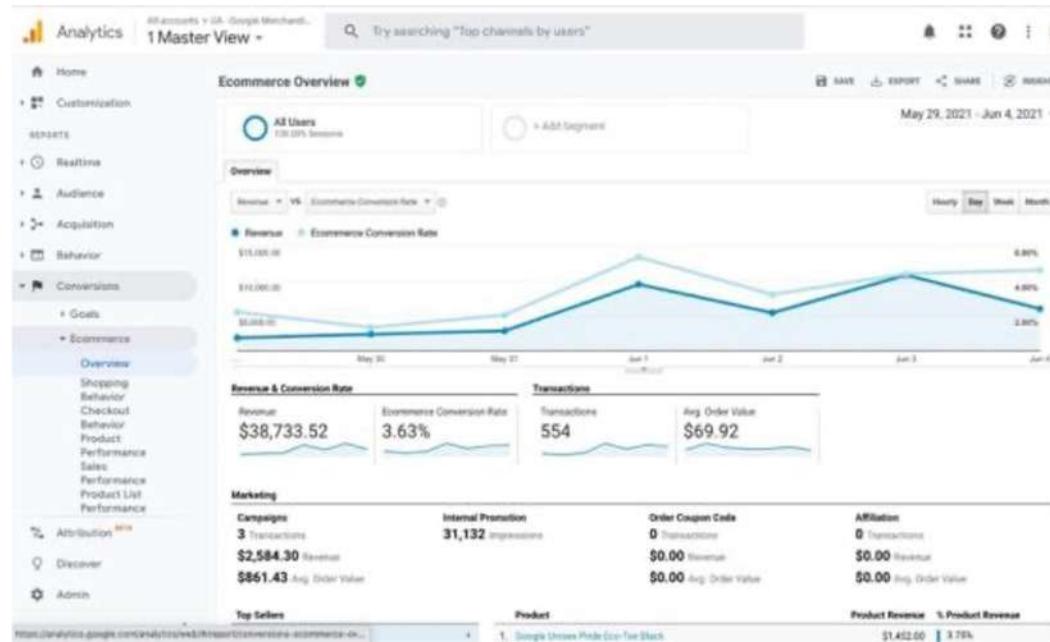
## Adquisição &gt; Todo o tráfego &gt; Canais

Desdobra o tráfego por fontes de tráfego através da forma como os utilizadores chegaram ao website.



## RELATÓRIOS NO COMÉRCIO ELECTRÓNICO

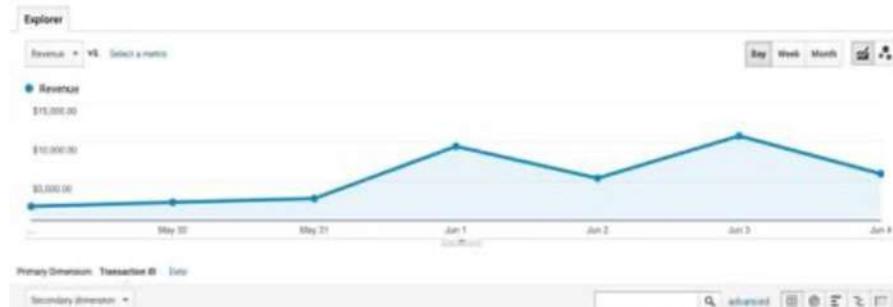
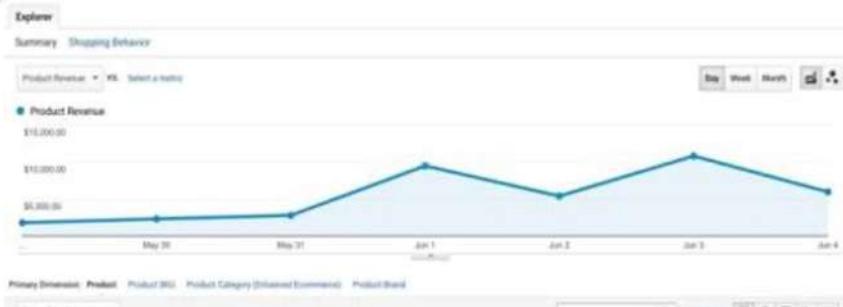
**Conversões > Ecommerce > Visão geral:** Resumo de Vendas, Rácio de Conversão de Comércio Electrónico, Transacções, Valor Médio das Encomendas, e outras métricas



# EXEMPLO DE COMO UTILIZAR O GOOGLE ANALYTICS.

## RELATÓRIOS DE ECOMMERCE

Conversões > Comércio electrónico >Actividade por produto /Actividade comercial :  
Actividade por produto e por transacção.



Product	Sales Performance				Shopping Behavior			
	Product Revenue	Unique Purchases	Quantity	Avg. Price	Avg. CTR	Product Return Assessed	Cart-to-Sell Rate	Buy-to-Sell Rate
	\$38,733.52 % of Total: 100.00% (38,733.52)	1,849 % of Total: 100.00% (1,849)	2,743 % of Total: 100.00% (2,743)	\$14.12 Avg. per Item: \$14.12	1.48 Avg. per Item: 1.48	\$0.00 % of Total: 0.00% (0.00)	0.00% Avg. vs. Total: 0.00% (0.00%)	29.41% Avg. vs. Total: 29.41% (29.41%)
1. Google Unisex Polo Eco Tee Black	\$1,452.00 (3.76%)	17 (0.93%)	89 (3.23%)	\$18.15 Avg. per Item: \$18.15	1.19 Avg. per Item: 1.19	\$0.00 % of Total: 0.00% (0.00)	0.00% Avg. vs. Total: 0.00% (0.00%)	58.26% Avg. vs. Total: 58.26% (58.26%)
2. Google Vintage Cap Navy	\$1,098.80 (3.00%)	38 (2.04%)	82 (3.00%)	\$14.62 Avg. per Item: \$14.62	2.10 Avg. per Item: 2.10	\$0.00 % of Total: 0.00% (0.00)	0.00% Avg. vs. Total: 0.00% (0.00%)	0.00% Avg. vs. Total: 0.00% (0.00%)
3. Super D Cirk Turtleneck	\$1,179.40 (3.03%)	8 (0.44%)	52 (1.90%)	\$22.51 Avg. per Item: \$22.51	6.50 Avg. per Item: 6.50	\$0.00 % of Total: 0.00% (0.00)	0.00% Avg. vs. Total: 0.00% (0.00%)	0.00% Avg. vs. Total: 0.00% (0.00%)
4. Google Vintage Navy Tee	\$1,094.20 (3.03%)	39 (2.11%)	49 (1.79%)	\$22.37 Avg. per Item: \$22.37	1.26 Avg. per Item: 1.26	\$0.00 % of Total: 0.00% (0.00)	0.00% Avg. vs. Total: 0.00% (0.00%)	42.39% Avg. vs. Total: 42.39% (42.39%)
5. Google Zip Hoodie F/C	\$1,956.00 (5.13%)	21 (1.16%)	21 (0.77%)	\$50.29 Avg. per Item: \$50.29	1.00 Avg. per Item: 1.00	\$0.00 % of Total: 0.00% (0.00)	0.00% Avg. vs. Total: 0.00% (0.00%)	0.00% Avg. vs. Total: 0.00% (0.00%)
Performance: ecommerce.analytics.performance@4189802@8747947@83232029@admc...								

Transaction ID	Revenue	Tax	Shipping	Refund Amount	Quantity
	\$38,733.52 % of Total: 100.00% (38,733.52)	\$3,307.37 % of Total: 100.00% (3,307.37)	\$5,253.07 % of Total: 100.00% (5,253.07)	\$0.00 % of Total: 100.00% (0.00)	2,743 % of Total: 100.00% (2,743)
1. 291779	\$2,531.44 % of Total: 100.00% (2,531.44)	\$243.08 % of Total: 100.00% (243.08)	\$35.23 % of Total: 100.00% (35.23)	\$0.00 % of Total: 100.00% (0.00)	144 % of Total: 100.00% (144)
2. 251251	\$2,464.00 % of Total: 100.00% (2,464.00)	\$219.83 % of Total: 100.00% (219.83)	\$48.34 % of Total: 100.00% (48.34)	\$0.00 % of Total: 100.00% (0.00)	179 % of Total: 100.00% (179)
3. 290870	\$851.20 % of Total: 100.00% (851.20)	\$71.95 % of Total: 100.00% (71.95)	\$48.24 % of Total: 100.00% (48.24)	\$0.00 % of Total: 100.00% (0.00)	34 % of Total: 100.00% (34)
4. 251622	\$429.84 % of Total: 100.00% (429.84)	\$20.00 % of Total: 100.00% (20.00)	\$200.94 % of Total: 100.00% (200.94)	\$0.00 % of Total: 100.00% (0.00)	22 % of Total: 100.00% (22)
5. 252158	\$344.72 % of Total: 100.00% (344.72)	\$33.08 % of Total: 100.00% (33.08)	\$12.99 % of Total: 100.00% (12.99)	\$0.00 % of Total: 100.00% (0.00)	11 % of Total: 100.00% (11)
6. 251887	\$332.80 % of Total: 100.00% (332.80)	\$19.35 % of Total: 100.00% (19.35)	\$18.92 % of Total: 100.00% (18.92)	\$0.00 % of Total: 100.00% (0.00)	80 % of Total: 100.00% (80)
7. 250797	\$308.64 % of Total: 100.00% (308.64)	\$17.11 % of Total: 100.00% (17.11)	\$6.50 % of Total: 100.00% (6.50)	\$0.00 % of Total: 100.00% (0.00)	14 % of Total: 100.00% (14)



## O QUE É QUE O MEU CONCURSO ESTÁ A FAZER? FERRAMENTAS DE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA



AGROSMARTglobal  
INTERREG SUDOE  
SOE3/P2/E0897  
MOOC Agrosmart Global  
The Valley



**SEMrUSH**  
*COMPETITIVE INTELLIGENCE*

É uma ferramenta de SEO para análise da web e análise competitiva, que oferece várias métricas e dados importantes relacionados com o posicionamento SEO para definir e analisar a sua estratégia de conteúdo.



Visión general    Posiciones

Positions    Filtrar por palabra

Posicionamiento de palavras-chave

Percentage m de tráfego de palavras-chave

Volume mensal total de pesquisa por palavra-chave

KD = Dificuldade com a palavra-chave  
Dificuldade da palavra-chave A aproximação a 100 indica um melhor posicionamento da palavra.

Custo por clique da palavra-chave

Posiciones en búsquedas orgánica 1 - 100 (67.732.506)

Administrar columnas 10/13    Exportar

Palabra clave Pos. Dif. Tráfico, % Volumen KD% C. (USD) URL SERP Última actualización

youtube	24	nueva	<0,01	151.000.000	95,72	0,89	https://www.a... 5255	04 jun. 2019
amazon	1	0	12,37	101.000.000	82,73	0,01	https://www.a... com/	04 jun. 2019
google	55	nueva	<0,01	83.100.000	70,58	1,14	https://www.a... 2294	04 jun. 2019
google translate	12	1	0,01	45.500.000	92,71	0,91	https://www.a... 36M2	04 jun. 2019
yahoo	23	0	<0,01	37.200.000	79,63	1,04	https://www.a... 984X	04 jun. 2019
craigslist	52	2	<0,01	37.200.000	80,61	1,12	https://www.a... 1QG2	04 jun. 2019
eBay	4	0	0,07	37.200.000	92,83	0,34	https://www.a... IBGU	04 jun. 2019
walmart	92	11	<0,01	37.200.000	82,08	0,02	https://www.a... 8788	04 jun. 2019



# SingularPrice

## O QUE É

- Ferramenta de inteligência competitiva que detecta alterações de preços nas redes de distribuição e descobre quem vende os seus produtos, através do seguimento e monitorização com bots especialmente configurados.

## SERVIÇOS

- Controlo e distribuição de preços
- Controlo de stocks: adições, supressões, quebras...
- Controlo da avaliação dos produtos nas plataformas.
- Análise da concorrência.
- Revisão da rede de distribuição 365 dias por ano.
- Atenção personalizada com Gestores de Preços

## OUTRAS INFORMAÇÕES DE INTERESSE

- Automatização através do envio de alertas e relatórios periódicos.
- Número ilimitado de utilizadores
- Actualizações vitalícias
- Verificação humana: confirmação de regtos, desregtos e novos jogos, alcançando o melhor nível de correspondência

## PAINEL DE CONTROLO

**Panel de control**

**MIS PRODUCTOS** 21 **OFERTAS** 540 **SIN STOCK** 31 **PRECIO INFERIOR** 294 **EN PRECIO** 77 **PRECIO SUPERIOR** 143

**Valoraciones**

**Ofertas**

	Productos	Altas, bajas y bajas	Actualización
E-commerce	18	85,71%	07/06/2020 - 08:41
Marketplaces	18	85,71%	07/06/2020 - 08:16

**E-commerce**

Distribuidor	Productos	Situación del precio	Situación del stock	Actualización
LOBOFELLA	6 15	71,43% 13 0	4 11	07/06/2020 - 08:06 04:21
LOBOFELLA	6 15	71,43% 0 3	5 3	07/06/2020 - 08:06 04:21

**Marketplaces**

Marketplace	Productos	Ofertas	Vendedores	Actualización
Amazon (ES)	9	42,86% 7 3	11	07/06/2020 - 08:09 04:18
Google Shopping (ES)	13	71,43% 11 20	14	07/06/2020 - 08:10 04:31

## PAINEL DE CONTROLO - FUNCIONALIDADES



## O QUE É QUE O MEU CONCURSO ESTÁ A FAZER? FERRAMENTAS DE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA



## Valoraciones



● Valoración baja (1-2) ● Valoración media (2-4) ● Valoración alta (4-5) ● Sin valoración

⚠ Descensos en la valoración media del producto 0

⚠ Nuevas valoraciones 1

% de avaliações  
(baixa, média,  
alta e não  
avaliada) de  
produtos em  
plataformas

## Ofertas

	Productos	Altas, reales y bajas	Actualización
Ecommerce	3 18	85,71% 0 0 0	07/08/2020 - 08:41 + 03:46
Marketplaces	3 18	85,71% 0 3 0	07/08/2020 - 08:16 + 04:11

Situação geral por  
Ecommerce e  
Marketplaces



# O QUE É QUE O MEU CONCURSO ESTÁ A FAZER? FERRAMENTAS DE INTELIGÊNCIA COMPETITIVA



E-commerce [Ver todos](#)

Distribuidor	Productos	Situación del precio	Situación del stock	Actualización
Botella	5 15	71,43%	15 1 3 4 11	07/08/2020 - 08:06 + 04:21
Amazon	6 15	71,43%	0 2 1 12 3	07/08/2020 - 08:06 + 04:21
Globus	7 14	66,67%	12 0 2 0 14	07/08/2020 - 08:06 + 04:21
Ecológico	9 12	57,14%	5 4 5 0 12	07/08/2020 - 08:41 + 05:46
Mercadona	9 12	57,14%	9 2 1 0 12	07/08/2020 - 08:44 + 05:44



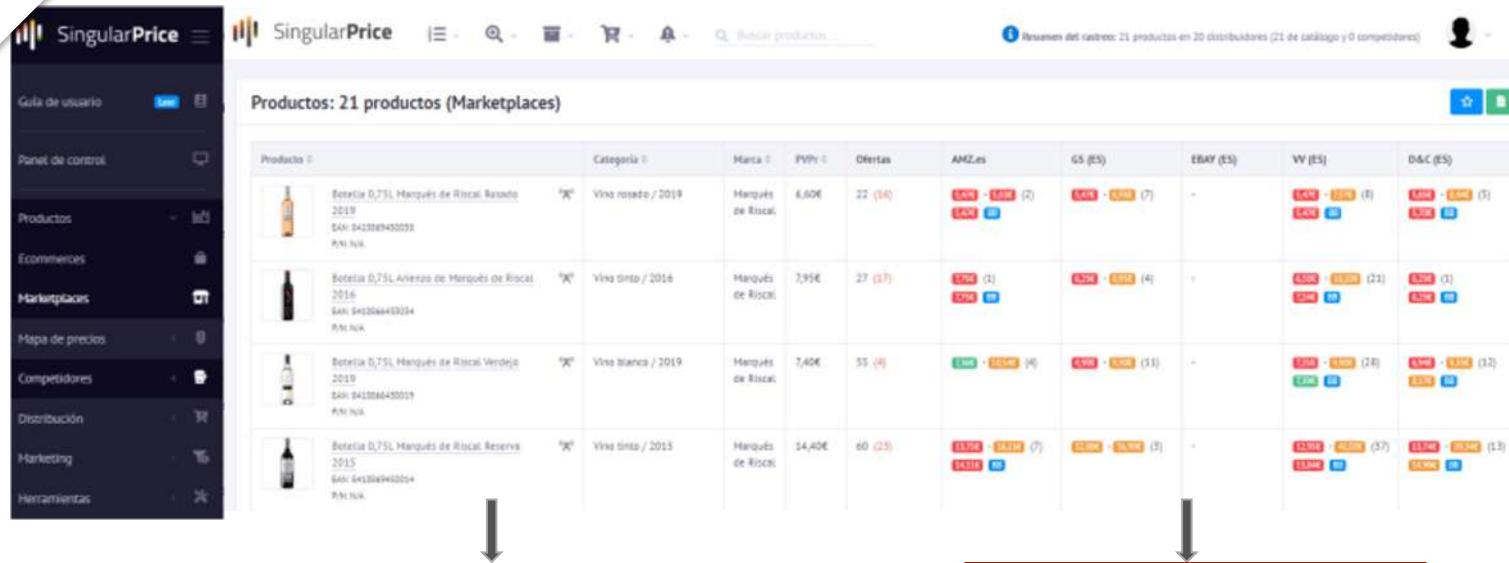
Situação geral por Ecommerce com informações sobre: número de produtos comercializados, situação dos preços e situação das existências.

Marketplaces [Ver todos](#)

Marketplace	Productos	Ofertas	Vendedores	Actualización
Amazon (ES)	12 9	42,86%	7 8 3 13	07/08/2020 - 08:09 + 04:18
Google Shopping (ES)	6 15	71,43%	45 16 11 14	07/08/2020 - 08:10 + 04:17
eBay (ES)	18 3	14,29%	2 0 1 2	07/08/2020 - 08:12 + 04:15
Vivino (ES)	7 14	66,67%	115 62 26 53	07/08/2020 - 08:13 + 04:14
Drinks&Co (ES)	6 15	71,43%	41 23 11 17	07/08/2020 - 08:16 + 04:11



Situação geral por mercados com informações sobre: número de produtos comercializados, situação de preços e número de vendedores.



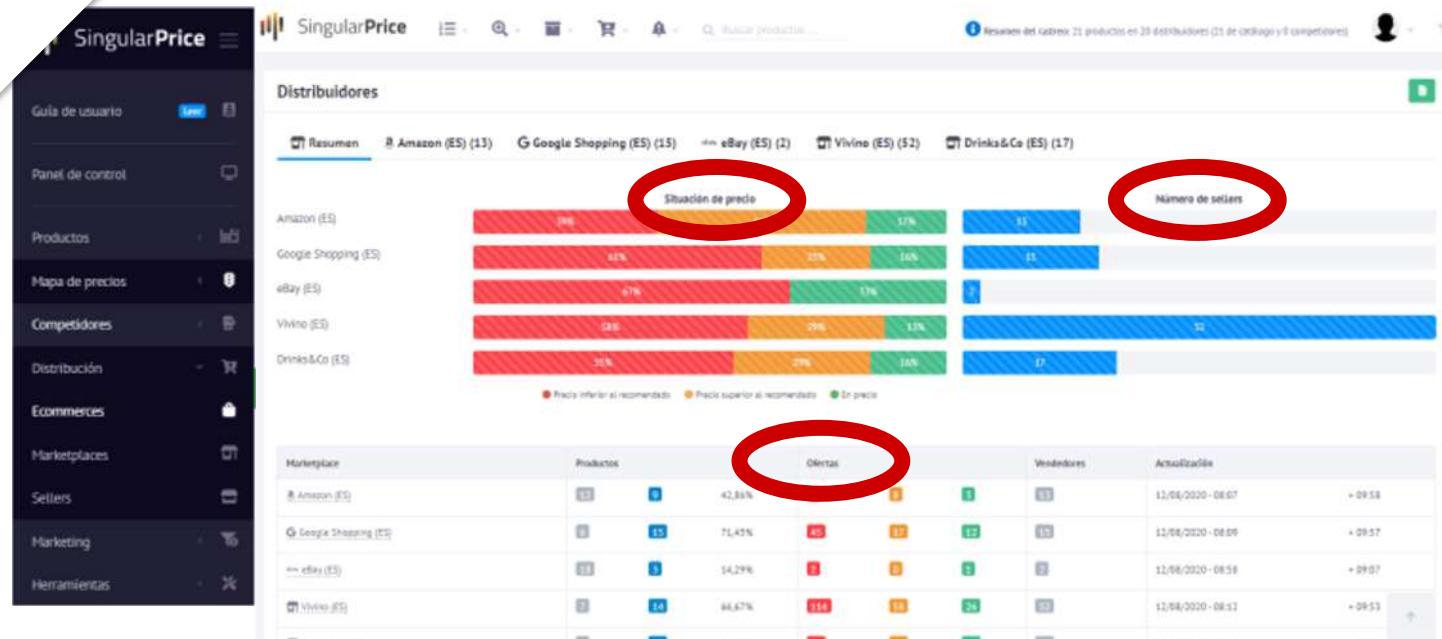
Productos	Categoría	Marca	PVP	Ofertas	AMAZ.es	GS (ES)	EBAY (ES)	VV (ES)	D&C (ES)
Botella 0,75L Marqués de Riscal Reserva 2019 SAH 0423064930038 PNI NK	Vino rosado / 2019	Marqués de Riscal	6,60€	22 (16)	1 (1) - 1 (1) (2) 1 (1) - 1 (1) (2)	1 (1) - 1 (1) (7)	-	1 (1) - 1 (1) (8) 1 (1) - 1 (1) (2)	1 (1) - 1 (1) (5) 1 (1) - 1 (1) (2)
Botella 0,75L Arietta de Marqués de Riscal 2016 SAH 04120664430204 PNI NK	Vino tinto / 2016	Marqués de Riscal	7,95€	27 (17)	1 (1) - 1 (1) (1) 1 (1) - 1 (1) (2)	1 (1) - 1 (1) (4)	-	1 (1) - 1 (1) (21) 1 (1) - 1 (1) (2)	1 (1) - 1 (1) (1) 1 (1) - 1 (1) (2)
Botella 0,75L Marqués de Riscal Verdejo 2019 SAH 04130664200019 PNI NK	Vino blanco / 2019	Marqués de Riscal	7,40€	35 (4)	1 (1) - 1 (1) (4) 1 (1) - 1 (1) (2)	1 (1) - 1 (1) (31)	-	1 (1) - 1 (1) (18) 1 (1) - 1 (1) (2)	1 (1) - 1 (1) (32) 1 (1) - 1 (1) (2)
Botella 0,75L Marqués de Riscal Reserva 2015 SAH 04130649600204 PNI NK	Vino tinto / 2015	Marqués de Riscal	14,40€	60 (23)	1 (1) - 1 (1) (7) 1 (1) - 1 (1) (2)	1 (1) - 1 (1) (3)	-	1 (1) - 1 (1) (37) 1 (1) - 1 (1) (2)	1 (1) - 1 (1) (13) 1 (1) - 1 (1) (2)

Listagem completa de todos os produtos, descrição geral: nome, EAN, Part Number

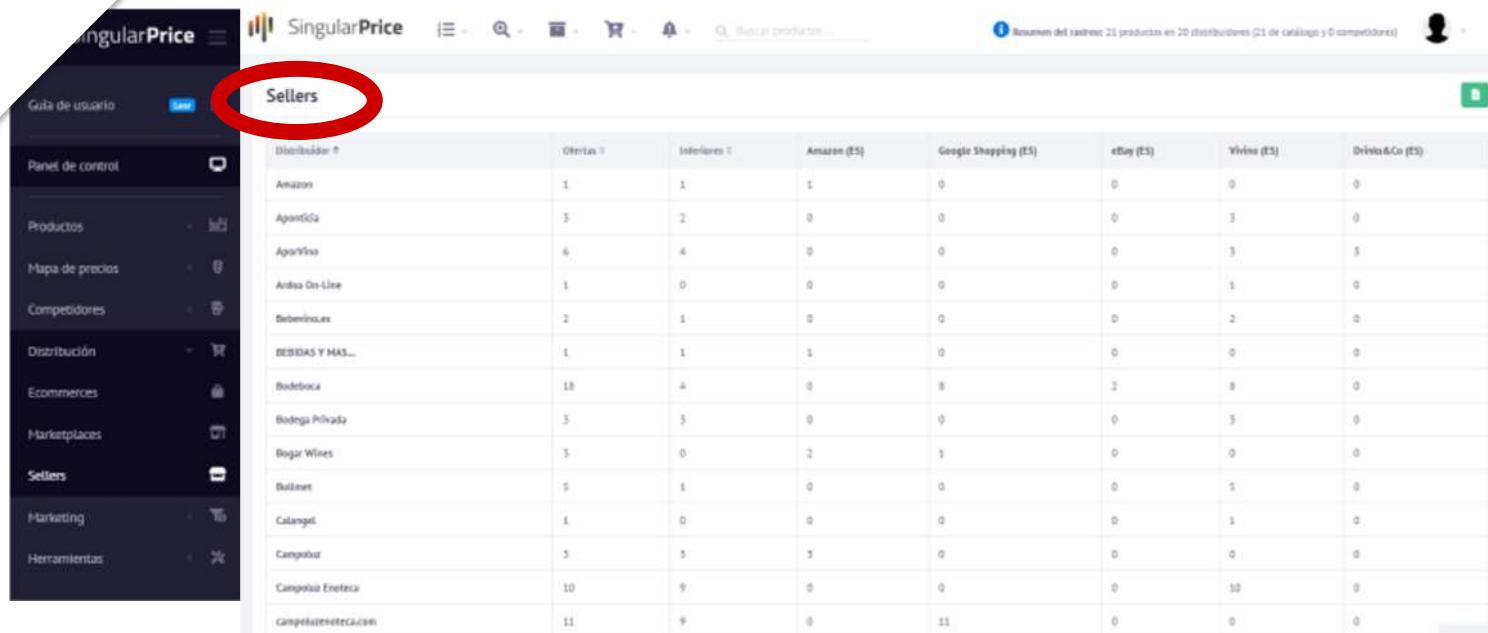
Análise do produto em todos os mercados: RRPr, número de ofertas activas, preço mínimo, preço máximo, Preço de compra da caixa vencedora.



Análise da situação dos preços por produto e os diferentes mercados.



Informação sobre a situação dos preços, número de ofertas e número de vendedores por mercado



The screenshot shows the SingularPrice software interface. On the left, a sidebar menu lists categories: Guía de usuario, Panel de control, Productos, Mapa de precios, Competidores, Distribución, Ecommerce, Marketplaces, Sellers (which is highlighted with a red circle), Marketing, and Herramientas. The main area is titled 'Sellers' and displays a table with the following data:

Distribuidor	Ofertas	Internacionales	Amazon (ES)	Google Shopping (ES)	eBay (ES)	Vivino (ES)	Drivis & Co (ES)
Amazon	1	1	1	0	0	0	0
AportesGa	3	2	0	0	0	3	0
AportesIna	6	4	0	0	0	3	3
Antsa On-Line	1	0	0	0	0	1	0
Beberinious	2	1	0	0	0	2	0
BEBIDAS Y MAS...	1	1	1	0	0	0	0
Bodeboca	18	4	0	8	2	9	0
Bodega Privada	3	3	0	0	0	5	0
Bogar Wines	3	0	2	1	0	0	0
Bullente	5	1	0	0	0	5	0
Calangui	1	0	0	0	0	1	0
Campoluz	5	5	5	0	0	0	0
Campoluz Enoteca	10	9	0	0	0	10	0
Campoluzenoteca.com	11	9	0	11	0	0	0

**Lista completa de todos os vendedores que comercializam os produtos em todas as plataformas monitorizadas**

## O QUE É O BATEDOR DA SELVA?

O Jungle Scout é uma aplicação na nuvem, cujo principal objectivo é mostrar dados e estatísticas que ajudarão no processo de selecção dos produtos a vender, identificando nichos de mercado e estudando a concorrência.



## JS Jungle Scout

Con Jungle Scout, puede analizar y tomar decisiones basadas en resultados y estadísticas reales. Pode exportar e exportar a siguiente informação em Excel:

- Nome do produto
- Marca
- Preço
- Categoria
- Classificação
- Estimativa de vendas
- Rendimentos estimados
- Avaliações
- Pontuação média
- BSR
- Peso e medidas
- Custo FBA

Uma ferramenta concebida para retalhistas, o catálogo de produtos fornece toda a informação necessária para saber qual o produto que vende melhor.

Find Products

Product Database

Product Tracker

Niche Hunter

Find Suppliers

Keywords

Academy

Launch

More Tools

The Extension

The Market

Product Database

Amazon Marketplace Spain

Product Tier

Seller

Save Filter Set

Load Filter Set

Categories

- Select All
- Bebê
- Belleza
- Bricolaje y herramientas
- Coche y moto
- Deportes y aire libre
- Electrónica
- Equipaje
- Hogar
- Hogar y cocina
- Iluminación
- Industria, empresas y ciencia
- Informática
- Instrumentos musicales
- Jardín

- United States
- Canada
- Germany
- Spain
- France
- India
- Italy
- Mexico
- United Kingdom
- Otros países
- Videojuegos
- Zapatos y complementos

Min. Reviewers → Max. Reviewers

Min. Rating → Max. Rating

Min. Weight → Max. Weight

Min. Sales → Max. Sales

Min. Sellers → Max. Sellers

Min. Revenue → Max. Revenue

Min. LQS → Max. LQS

Include Keyword

Enter search term...

Exclude Keyword

Enter term to exclude...

Teremos de seleccionar a base de dados que iremos consultar, só podemos fazer a pesquisa para um país de cada vez.

## JS Jungle Scout

Posição nos resultados da pesquisa

Adicionar ao Web App Product Tracker

Preço actual na caixa de compra

Classificação dos mais vendidos

Vendas estimadas nos últimos 30 dias

Vendas unitárias diárias estimadas

Receitas estimadas em 30 dias

Número de comentários

Classificação por estrelas 1-5

Tipo de vendedor

Pontuação de qualidade da lista 1-10

Jungle Scout PRO - Amazon

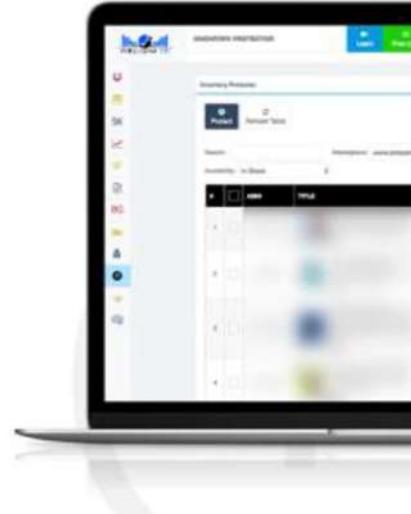
Average Monthly Sales: 200 | Average Sales Rank: 14,805 | Average Price: €48.96 | Average Reviews: 105 | Opportunity Score: 2 (Low Demand with high competition)

#	Id	Product Name	Brand	Price	Category	Rank	Mo. Sales	Di. Sales	Revenue	Reviews	Rating	Sell.	Log.
1	1	Selbstlos 3 D Ta Bala Pack Asa...	Selbstlos	€99.99	Informática	1,000	0	0	€0,00	0	0	FBA	6
2	2	WAKAJI Mochila antirrobo impermeab...	WAKAJI	€69.97	Electrónica	542	1	1	€1,205,7	389	4	FBA	7
3	3	Overmax 35L Multifuncional portátil...	Overmax	€99.98	Electrónica	172,560	3	0	€17,256,7	109	4	FBA	7
4	4	Mechita de Portátil, RETRO Mochila...	RETYGO	€59.99	Equipas	67	548	21	€11,263,7	278	4,5	FBA	7
5	5	Under Armour UA Hustle Backpack 15...	Under Armour	€59.99	Desportos e...	172	703	24	€10,271,7	586	4,5	FBA	5
6	6	Wacoret Acolchada Mochila Portatil ...	Wacoret	€99.99	Equipas	172,218	11	0	€15,860,7	14	4,5	FBA	7
7	7	Thule Crossover - Mochila para port...	Thule	€134.41	Informática	137,141	0	0	€0,00	120	4,5	AMZ	5
8	8	MI-TE Mochila Antirrobo Portátil MO...	MI-TE	€99.95	Electrónica	132	225	12	€8,989,7	142	4,5	FBA	4
9	9	Rains Mini Mujer Backpack Negro	Rains	€28.00	Desportos e...	12,512	11	0	€308,7	6	5	---	5
10	10	Thule - Crossover Backpack 32L	Thule	€99.46	Desportos e...	88,066	62	1	€4,937,7	78	4,5	FBA	4
11	11	RECHI Mochila Antirrobo Impermeab...	RECHI	€69.58	Desportos e...	...	...	...	...	146	4,5	FBA	7
12	12	The North Face Iberalis, Mochila	The North Face	€20.12	Desportos e...	99,370	98	3	€0,677,7	143	4,5	---	5
13	13	Liquida Mochila de Senderismo 500 Y	Liquida	€29.99	Desportos e...	71	453	20	€15,397,7	203	4	FBA	7
14	14	XD Design Bobby - Backpack Mochil...	XD Design	€99.95	Desportos e...	17,784	108	3	€3,795,7	40	4	FBA	6
15	15	Xiaomi Mi City Poliéster Gris Mochil...	Xiaomi	€75.54	Informática	23,696	0	0	€0,00	27	5	FBA	4
16	16	HapiLeap Mochila Escolar Unisex Mo...	HapiLeap	€24.80	Electrónica	28,830	0	0	€0,00	138	4,5	FBA	5
17	17	MacGearbox 30L Mochila Militar T...	MacGearbox	€32.88	Desportos e...	1,407	276	9	€3,054,7	50	4,5	---	6
18	18	Awilli Backpack, Business Anti-The...	Awilli	€30.99	Desportos e...	...	...	...	...	5	5	FBA	7
19	19	SCC Mochila Mujer 14 Manos, Verde, ...	SCC Mochilas	€74.24	Desportos e...	44,837	176	4	€12,714,7	85	5	AMZ	5
20	20	Herschel Retreat Backpack - Mochil...	Herschel	€76.95	Equipas	3,720	71	1	€3,034,7	41	4	FBA	5
21	21	Twelve South Thunderbolt BackPacK...	Twelve South	€29.99	Informática	6,487	0	0	€0,00	34	4	AMZ	6
22	22	AmazonBasics - Mochila para por...	AmazonBasics	€24.99	Informática	6,063	0	0	€0,00	73	4,5	AMZ	6
23	23	III HYPER anti-robo de nylon imperme...	III HYPER	€31.99	Flaconcelica	17,296	8	0	€100,7	16	3,5	FBA	7



## O QUE É HELIUM 10?

- Helium 10 é uma ferramenta de software para os vendedores da Amazon.
- Contém mais de uma dúzia de ferramentas que ajudam os vendedores da Amazon a encontrar palavras-chave, identificar tendências, estudar concorrentes e optimizar totalmente as listas de produtos para aumentar exponencialmente as vendas.





## PESQUISA DE PRODUTOS

Descobrir ideias de produtos vencedores e mergulhar nestes mercados para investigar e validar essas ideias.



## PESQUISA POR PALAVRA-CHAVE

Descubra as palavras-chave que atraem tráfego para ajudar a gerar mais tráfego para a sua lista.



## LANÇAMENTO DE PRODUTOS

Lançar produtos e classificar palavras-chave. Determine quantas unidades terá de vender para classificar para as palavras-chave na página 1...



## OPTIMIZAÇÃO DA LISTAGEM

Crie e optimize rapidamente as suas listas de produtos para gerar vendas.



## RASTREIO DE PALAVRAS-CHAVE

Rastreie todas as suas palavras-chave, incluindo a sua classificação e crachás amazónicos.



## REFUNDO

Obter um reembolso por inventário perdido ou danificado que a Amazon não tenha reembolsado.





## TENDÊNCIAS BIZ



## O QUE É O BIZ TRENDS?

É um instrumento essencial para optimizar os resultados dentro da plataforma e, sobretudo, para a tomada de decisões.

Combina o conhecimento dos rácios de desempenho do meu perfil com dados sobre o sector e os seus principais concorrentes.



O Biz Trends é actualizado regularmente (diariamente, actualmente), pelo que oferece sempre acesso à informação mais actualizada da empresa e da indústria.

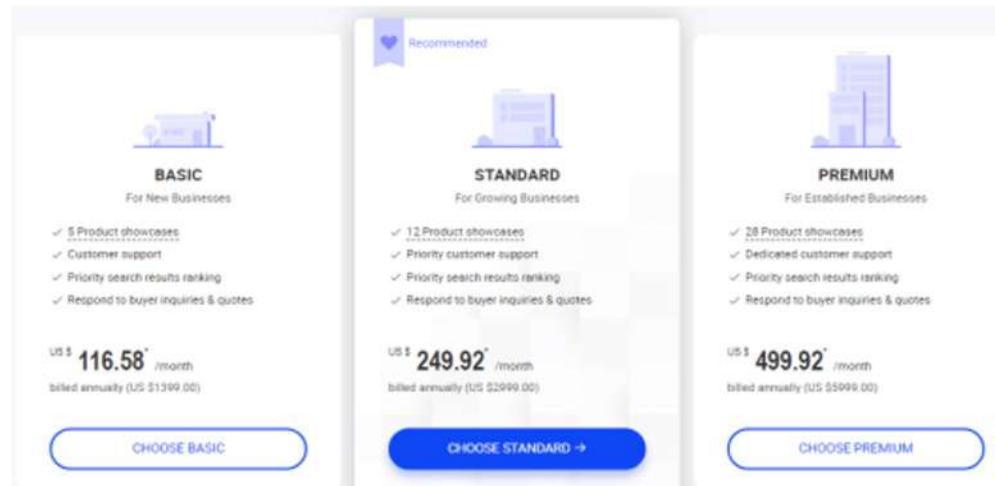




## TENDÊNCIAS BIZ PARA FORNECEDORES DE OURO

Só está disponível para Fornecedores de Ouro, uma associação paga para fornecedores no Alibaba.com.

Oferece formas abrangentes de promover os seus produtos, maximizando a exposição do produto e aumentando o ROI.



**BASIC**  
For New Businesses

- ✓ 5 Product showcases
- ✓ Customer support
- ✓ Priority search results ranking
- ✓ Respond to buyer inquiries & quotes

US \$ **116.58** /month  
billed annually (US \$1399.00)

[CHOOSE BASIC](#)

**STANDARD**  
Recommended. For Growing Businesses

- ✓ 12 Product showcases
- ✓ Priority customer support
- ✓ Priority search results ranking
- ✓ Respond to buyer inquiries & quotes

US \$ **249.92** /month  
billed annually (US \$3099.00)

[CHOOSE STANDARD →](#)

**PREMIUM**  
For Established Businesses

- ✓ 28 Product showcases
- ✓ Dedicated customer support
- ✓ Priority search results ranking
- ✓ Respond to buyer inquiries & quotes

US \$ **499.92** /month  
billed annually (US \$5999.00)

[CHOOSE PREMIUM](#)

Alibaba.com\*  
Global trade starts here.™

My Alibaba Switch to Buyer

Analytics

Star Ratings

My Performance

Performance Overview My Shop

My Products My Keywords

My Sub Accounts

Visitors

Visitor Details

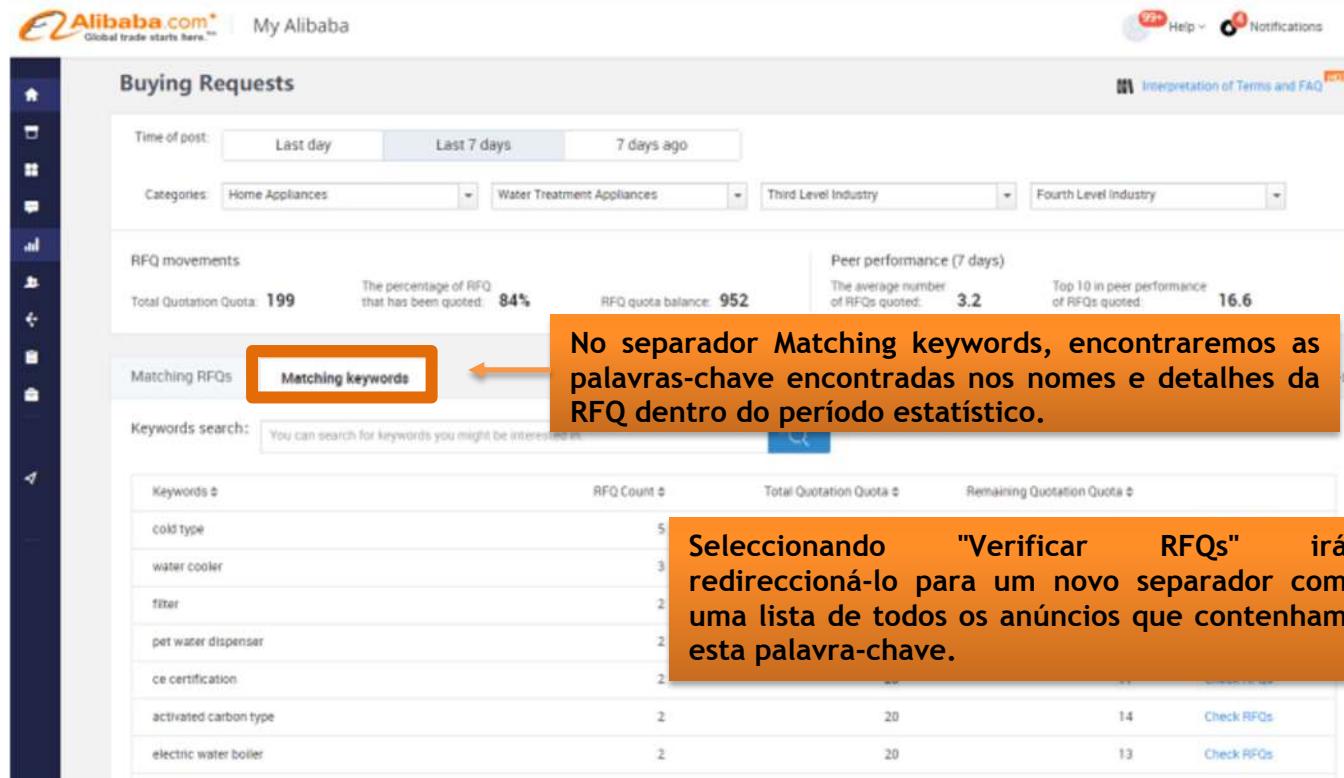
Insights

Recommended RFQs Trending Keywords

Quick Entry

RFQ Markets Performance Overview Manage Products

## RFQS RECOMENDADOS



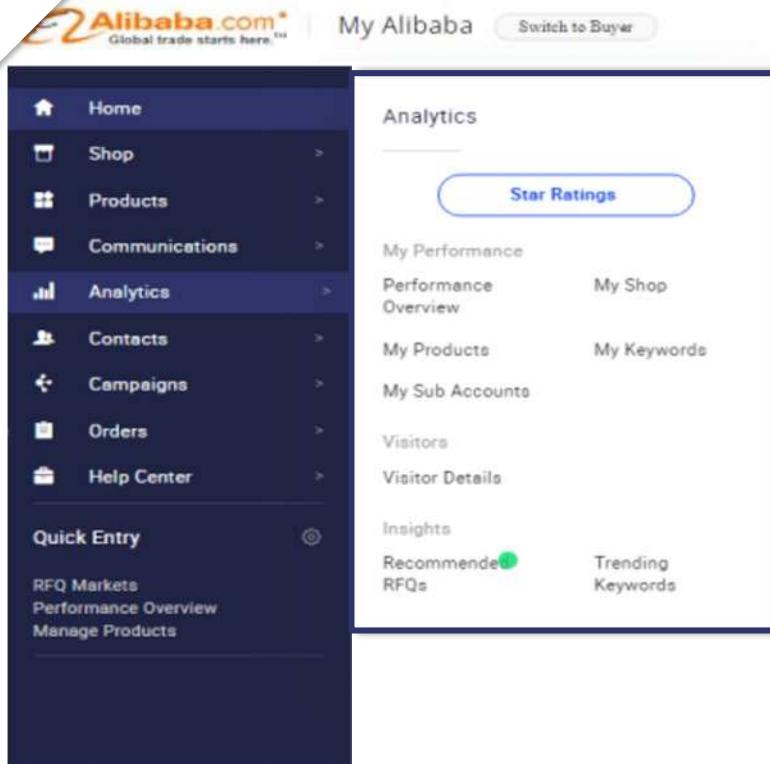
The screenshot shows the Alibaba.com interface for 'Buying Requests'. The top navigation bar includes the Alibaba logo, 'My Alibaba', 'Help', and 'Notifications'. The main section is titled 'Buying Requests' and displays 'RFQ movements' and 'Peer performance (7 days)'. It shows a total of 199 RFQs, 84% quoted, and a quota balance of 952. A callout box highlights the 'Matching keywords' button, which is highlighted with an orange border. Another callout box explains that using this feature will find keywords in RFQ names and details. Below this, a 'Keywords search' bar is shown, and a table lists various keywords with their RFQ counts and remaining quota. A final callout box explains that selecting 'Check RFQs' will lead to a list of all ads containing that keyword.

Matching RFQs **Matching keywords**

No separador Matching keywords, encontraremos as palavras-chave encontradas nos nomes e detalhes da RFQ dentro do período estatístico.

Seleccionando "Verificar RFQs" irá redireccioná-lo para um novo separador com uma lista de todos os anúncios que contenham esta palavra-chave.

Keywords	RFQ Count	Total Quotation Quota	Remaining Quotation Quota
cold type	5	20	14
water cooler	3	20	17
filter	2	20	18
pet water dispenser	2	20	18
ce certification	2	20	18
activated carbon type	2	20	18
electric water boiler	2	20	18



The screenshot shows the Alibaba.com interface with a dark blue sidebar on the left and a white content area on the right. The sidebar has a list of navigation items: Home, Shop, Products, Communications, Analytics (which is highlighted in blue), Contacts, Campaigns, Orders, and Help Center. Below this is a 'Quick Entry' section with links to RFQ Markets, Performance Overview, and Manage Products. The main content area is titled 'Analytics' and features a 'Star Ratings' button. Under 'My Performance', there are links to 'Performance Overview' and 'My Shop'. Under 'My Products', there are links to 'My Products' and 'My Keywords'. Under 'Visitors', there are links to 'Visitors' and 'Visitor Details'. Under 'Insights', there are links to 'Recommended RFQs' (with a green dot) and 'Trending Keywords'.

## TENDÊNCIAS DAS PALAVRAS-CHAVE

## ANÁLISE B2B: BIZ TRENDS, FERRAMENTA DO ALIBABA.COM.

The screenshot shows the Alibaba.com Biz Trends interface. On the left, a sidebar lists various search terms. The main area displays a search for 'water dispenser'. It includes a 'Hot Keywords' section with a search bar and a 'Search' button. Below this is a table of keywords and their counts. To the right are three data visualizations: 'Supplier Competition' (708), 'Showcased Products' (239), and 'Search Frequency' (2190). A tooltip for 'Search Frequency' indicates it covers the 'Past 12 Months'. A callout box highlights the 'Search Frequency' section, stating: 'Podemos selecionar o gráfico e obter uma visão ampliada da frequência de pesquisa dos últimos 12 meses.' (We can select the graph and get a detailed view of the search frequency over the last 12 months.)

Número de fornecedores de Ouro que correspondem ao resultado da pesquisa da palavra-chave e palavras-chave relacionadas no Alibaba.com

Número de produtos apresentados que correspondem ao resultado da pesquisa para a palavra-chave e as suas palavras-chave no Alibaba.com

Frequência pesquisa palavra-chave e respectivas palavras-chave no Alibaba.com.

Podemos selecionar o gráfico e obter uma visão ampliada da frequência de pesquisa dos últimos 12 meses.

Keywords	Supplier Competition	Showcased Products	Search Frequency
water dispenser	708	239	2190
water dispenser parts			
dispenser water			
cold water dispenser			
hot and cold water dispenser			
water dispenser machine			
water dispenser electric			
drinking water dispenser			
water dispenser pump			

Jun Jul Aug Sep Oct Nov Dec 2019 Jan Feb Mar Apr May

102 11 342

Alibaba.com\* Global trade starts here.™ My Alibaba

Help Notifications

### Hot Keywords

Notice: The keywords information listed are based on the latest data available. All keyword listings are in compliance with the policies. View the brand list.

water dispenser

Search

The data are updated on every 3th day of the month before 9:00hrs (PST)

Keywords	Supplier Competition	Showcased Products	Search Frequency	Search Frequency (Past 12 Months)
water dispenser	708	239	2190	
water dispenser parts	80	7	1372	
dispenser water	78	7	646	
cold water dispenser	175	24	485	
hot and cold water dispenser	280	88	399	
water dispenser machine	150	20	355	
water dispenser electric	14	1	352	
drinking water dispenser	123	15	346	
water dispenser pump	102	11	342	

An orange vertical line highlights the 'water dispenser' keyword in the search bar and the first row of the table.

## ANÁLISE B2B: BIZ TRENDS, FERRAMENTA DO ALIBABA.COM.



AGROSMARTglobal  
INTERREG SUDOE  
SOE3/P2/E0897  
MOOC Agrosmart Global



The screenshot shows the Alibaba.com homepage. At the top, there is a navigation bar with categories like Sports Caps, Backpacks, Water Dispensers, Face & Body Mask, Cake Tools, Back Support, Vape pen Atomizers, and a 'Source now' button. Below this is a search bar with the text 'hot and cold water dispenser'. The main content area features a large orange banner for the 'Mid-Year Sale' with the text 'Get more than 30% off' and 'Source now'. To the left, a sidebar lists 'MY MARKETS' with categories such as Luggage, Bags & Cases, Fashion Accessories, Electrical Equipment & Supplies, Food & Beverage, Machinery, Shoes & Accessories, Packaging & Printing, Vehicles & Accessories, and All Categories. To the right, there are sections for 'New arrivals' (with a 'Source Now' button), 'Top-ranked products' (with a 'Source Now' button and a bicycle icon), and 'Deals from 30% off' (with a 'Source Now' button and a red dress icon).

Check it Now  Global trade starts here.

Products   

My Alibaba  Orders Favorites Cart

Get the App English - USD

Categories Ready to Ship Trade Shows Membership Services Help

RELATED CATEGORY

Products 

Supplier Types:  Trade Assurance  Verified Supplier Supplier Location

Product Filters: Min. Order: less than Price:

View 710 Product(s)



High quality counter water dispenser  
\$150.00-\$300.00 / Unit  
10 Units Min. Order  
6 Photos  Add To Compare

**Tipo de fornecedor**

**País de origem do vendedor**

**Países para os quais exporta**

Past Export Countries:   Suggested Location:  South Korea(17) All Countries & Regions:  China (Mainland)(581)   India(128)  Mexico(106)  United Kingdom(701)  Philippines(91)  Spain(85)

Premium Related Products: 

under sink or table top hot and cold water dispenser can control   

 <img alt="Feedback icons" data-bbox="4625 765 4655 7

Check it Now  Alibaba.com  
Global trade starts here.

99+  Search  My Alibaba  Orders  Favorites  Cart

Categories Ready to Ship Trade Shows Membership Services Help Get the App English - USD

RELATED CATEGORY

- Home Appliances
  - Water Dispensers
- Furniture
  - Dining Tables
  - Restaurant Tables
- Product Features
- Certification
  - CE
  - CB
- Housing Material
  - Plastic
  - Stainless Steel
- Installation
  - Desktop
- Sample Order NEW

Product Features

Supplier Types

- Trade Assurance
- Supplier
- Onsite Checked
- Transactions via Alibaba.com

Total Revenue

- US\$5 Million - US\$10 Million
- US\$10 Million - US\$50 Million
- US\$2.5 Million - US\$5 Million
- US\$50 Million - US\$100 Million
- See more

Supplier by Area

- Asia
- Middle East

Suppliers by Country/Region

- South Korea
- China (Mainland)
- India
- Malaysia
- Taiwan

Mgmt Certification

- ISO9001
- Other
- ISO14001
- OHSAS18001

My History

Supplier Location  Past Export Countries 

Ready to Ship 

Sort By Best Match  

at   HAO HSING INDUSTRIAL CO., LTD.

4 YRS  TW  

Location: CB,CE  
soda cold / cold / ...  
Location: Desktop  
Housing Material: Plast...  
White / Black  
Ante Period: one ...

Sponsored Listing  Contact Supplier  Chat Now! 

Messenger  13  \*\*\*

RFID   
TOP   
under sink or table top  
hot and cold water  
dispenser can control

Alibaba.com Global trade starts here.

Sourcing Solutions ▾ Services & Membership ▾ Help & Community ▾ Ready to Ship ▾ Trade Shows ▾ Get

Categories ▾ Suppliers ▾ hot and cold water dispenser table top Search NEW

Related Searches: countertops vanity tops table tops table top cookers table top office tables with glass top

My Alibaba 96 Order Protect

Categories Suppliers > hot and c 827 Supplier(s)

Products Suppliers

Trade Assurance Verified Supplier Sort By: Best Match

One Request, Multiple Quotes.

Location: All

Favorites Compare

Select suppliers (2/20) Compare

9 YRS Ningbo Jewin Electrical Appliances Co., Ltd.

Verified Supplier Trade Assurance Contact Details Video

ODM orders accepted 9 years' experience 10 employees

water dispenser without Table top bottled water dispenser Mini Table top Electronic cooling

Transaction Level: Main Products: Country/Region: Total Revenue: Top 3 Markets: 34 Transactions: \$ 260,000+

Podemos selecionar os fornecedores em que estamos interessados para fazer uma comparação, uma vez selecionados, abrirá um novo separador com os resultados.

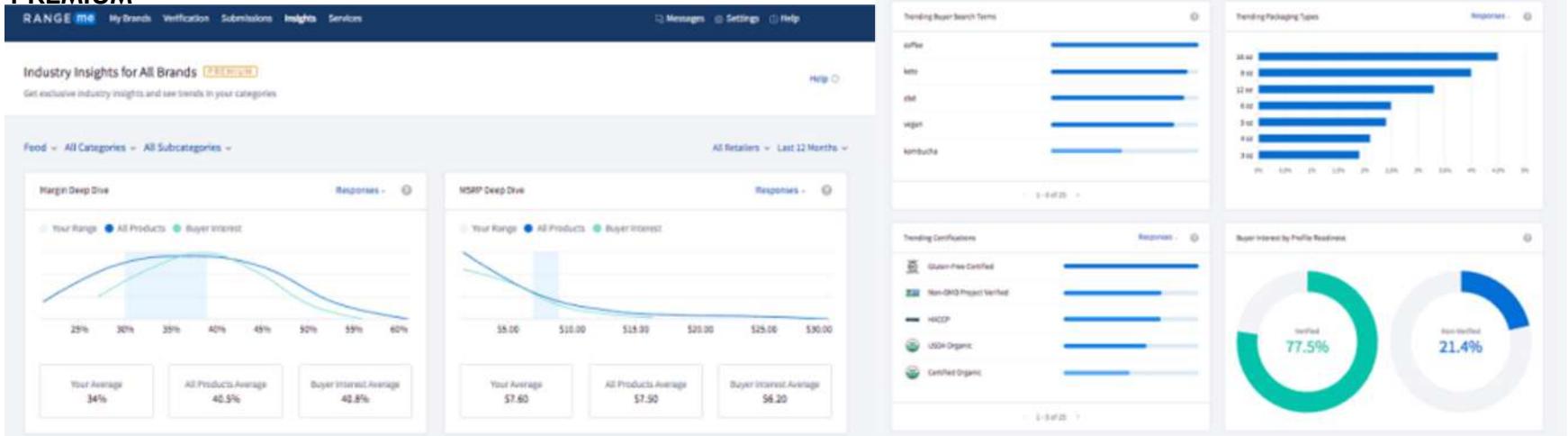
Contact Supplier Chat Now!

Eastern Europe 10.0%

US\$2.5 Million - US\$5 Million US\$1 Million - US\$2.5 Million



## COMO O RANGEME MOSTRA DADOS DA INDÚSTRIA AOS SEUS CLIENTES PREMIUM





## TRIDGE FORNECE UMA BASE DE DADOS AOS SEUS CLIENTES:

- Preços do mercado grossista em tempo real
- Volume de produção
- Tendência de produção global
- Análise da produção por país
- Lista de fornecedores em várias indústrias

