

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.

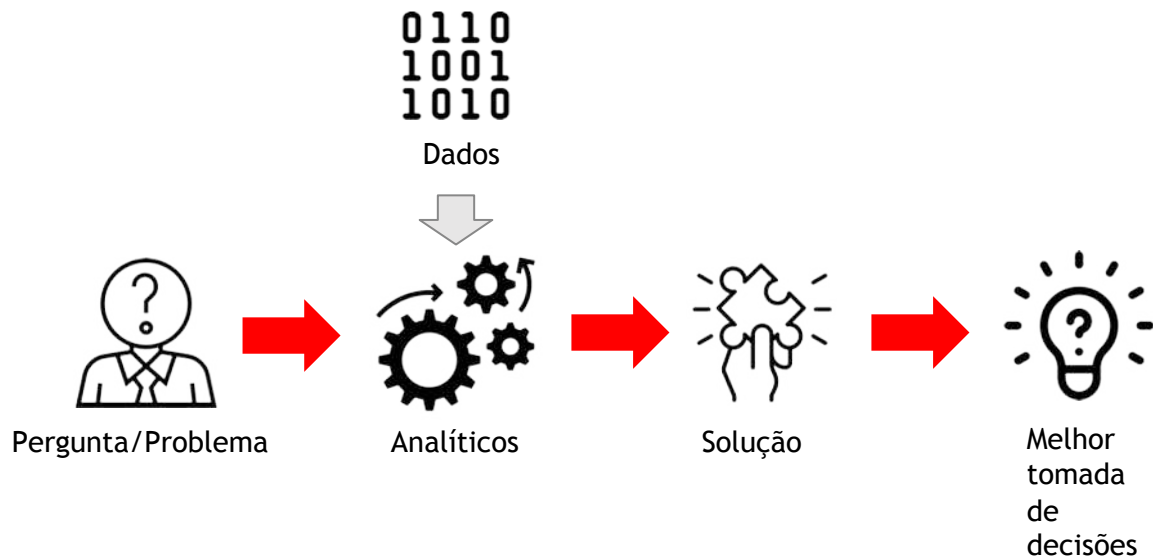
- Principais métricas.
- Ferramentas de medição disponíveis no mercado.
- Análise do funil de venda.
- KPIs principais e painéis de instrumentos.
- Exemplo de como utilizar o Google Analytics.
- O que faz a minha concorrência: ferramentas de inteligência competitiva.
- Analítica B2B: Biz Trends, ferramenta 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



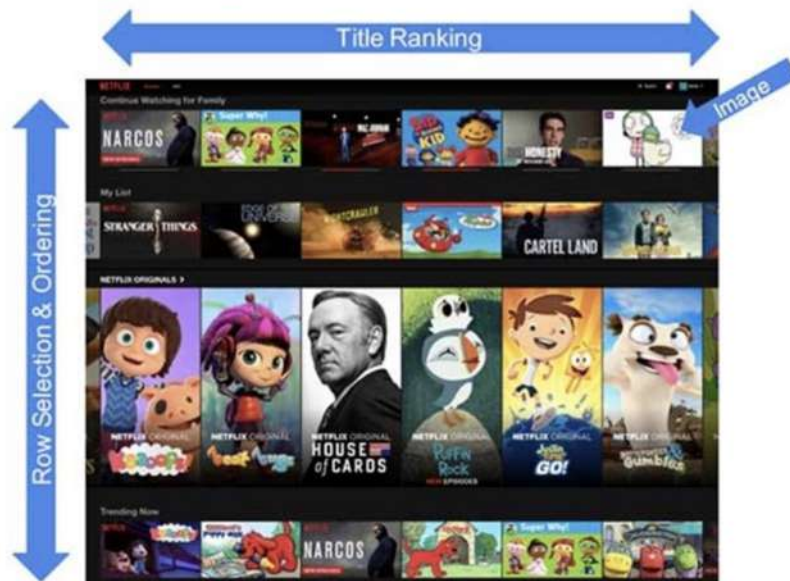
A ANÁLISE COMO UM PRODUTO

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

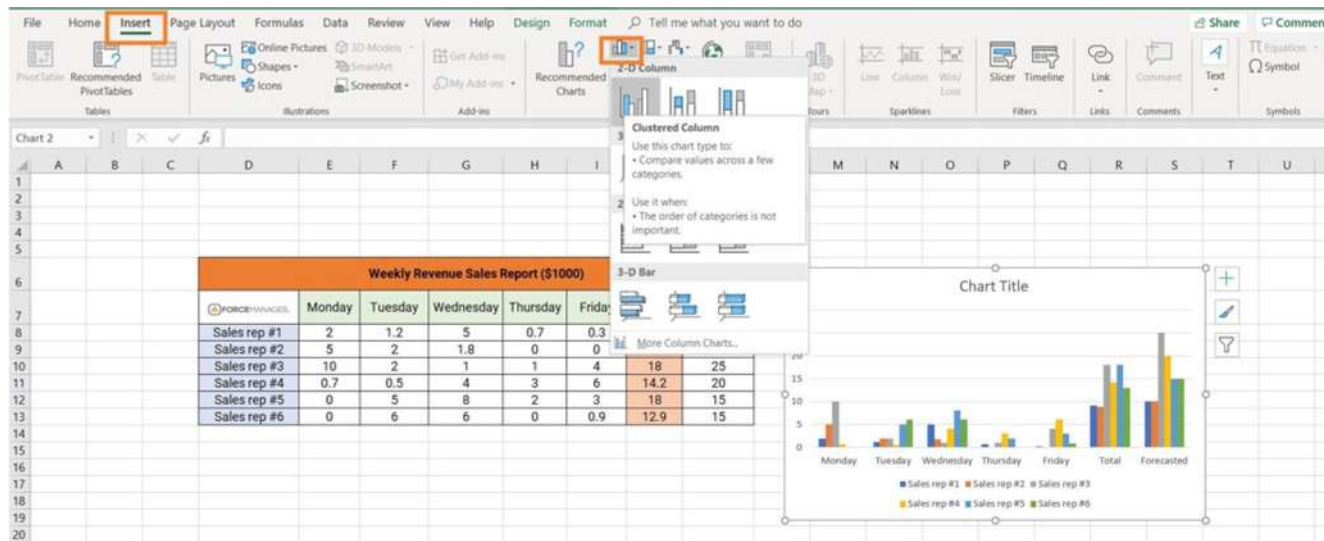


Relatórios Automatizados





Relatórios pontuais



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 consegui-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.

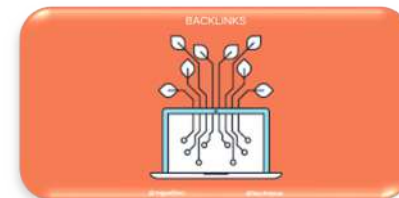


SEO METRICAS

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.

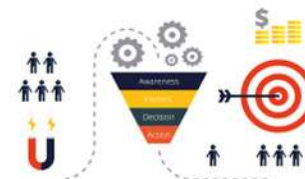
A melhor maneira de o conhecer é através do Google Analytics.



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

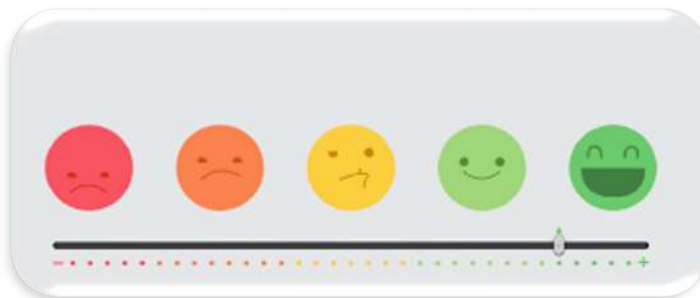
Mede o número de clientes que param de fazer compras na loja durante um período de tempo. É valioso recuperar antigos clientes e repensar as acções promocionais.



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

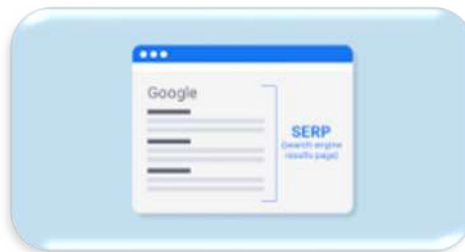
Refere-se a quanto custa a conversão de cada chumbo ou cliente com um anúncio.



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

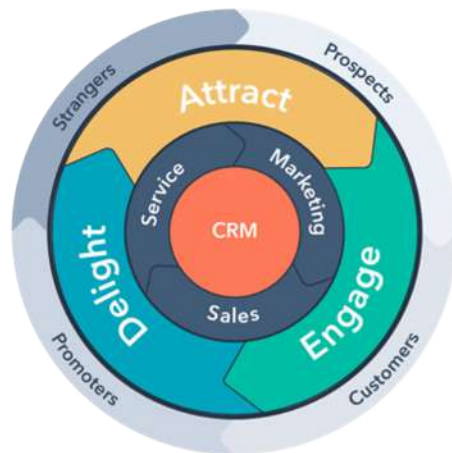
O custo por clique é a quantidade de dinheiro que cada clique num anúncio custa.



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 otimizar 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 PME's 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 sítio 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.



QUILLENAGEM

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

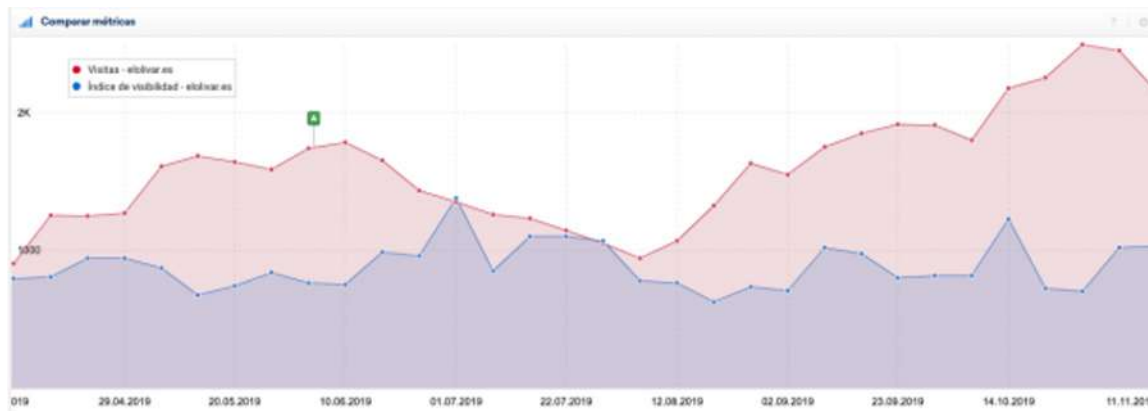
KISSMETRICS

- 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 o comportamento do cliente e assim aumentar as conversões.



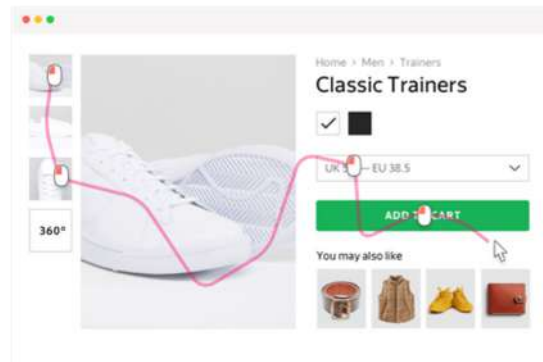
SISTRIX

- 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.



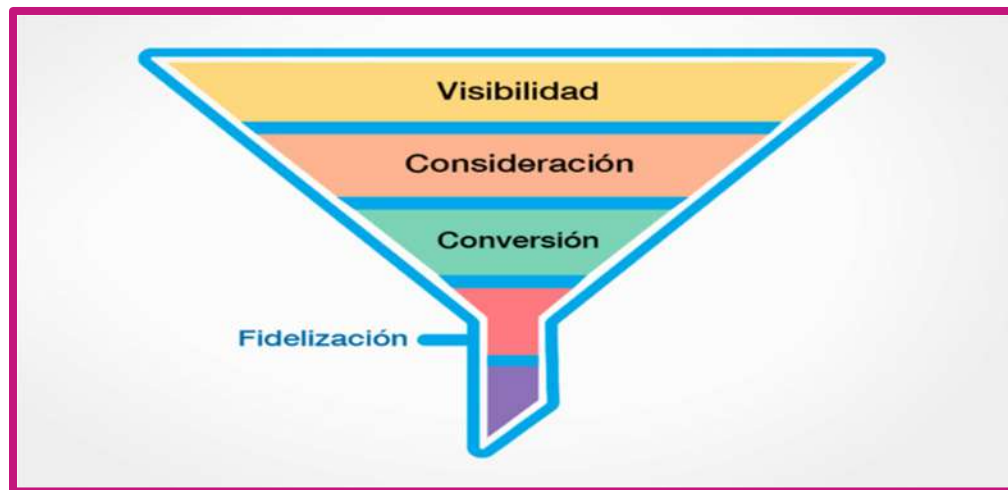
YANDEX

- 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?

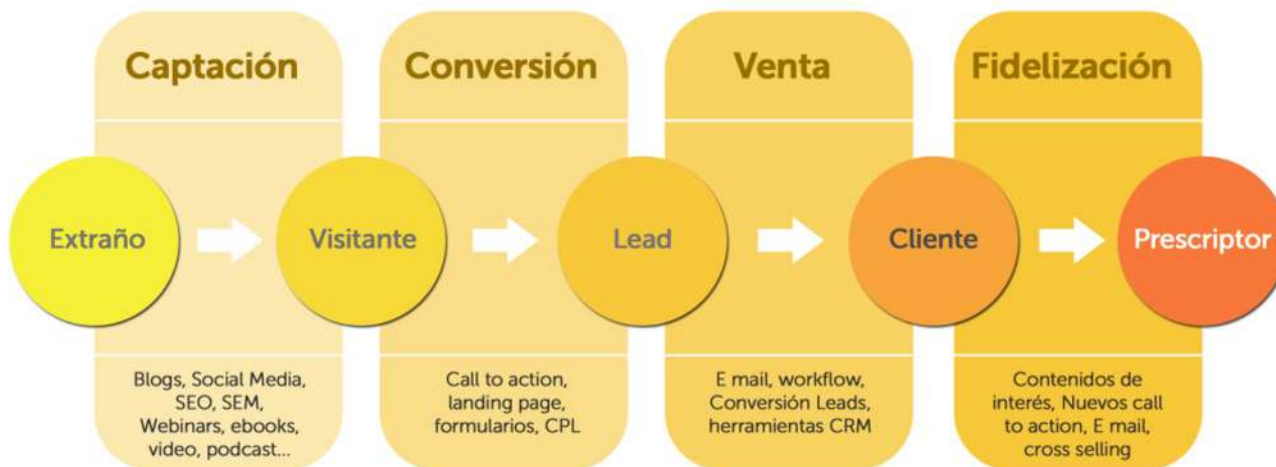
O funil de venda ou funil de conversão é um termo de marketing online directamente relacionado com os objectivos que estabelecemos quando lançamos uma loja online e, em geral, um website ou blog, especialmente se os seus objectivos forem comerciais.



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



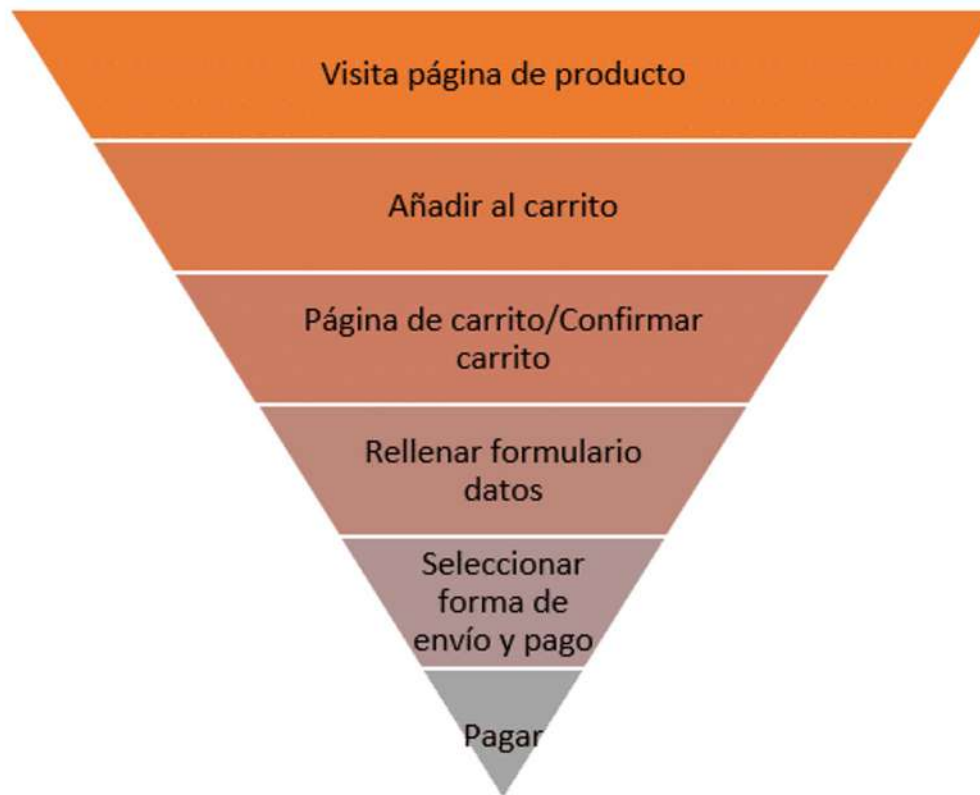
Portanto, existe uma enorme variedade de representações gráficas de funis de venda.



ANÁLISE DO FUNIL DE VENDA



ANÁLISE DO FUNIL DE VENDA



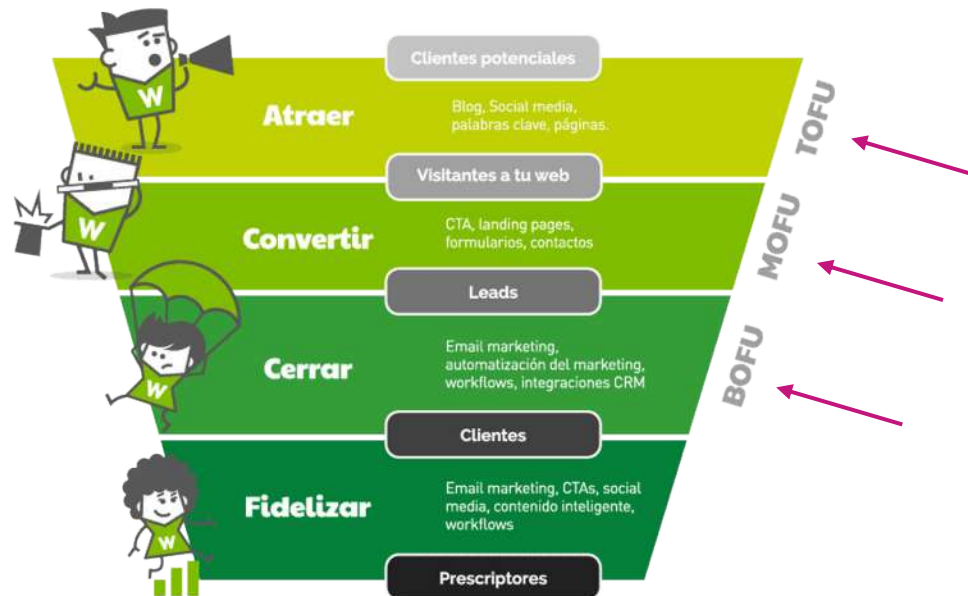
Independentemente da representação gráfica escolhida. O funil de venda é sempre composto por três fases básicas, cujos nomes se referem à sua posição no funil.

- 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.



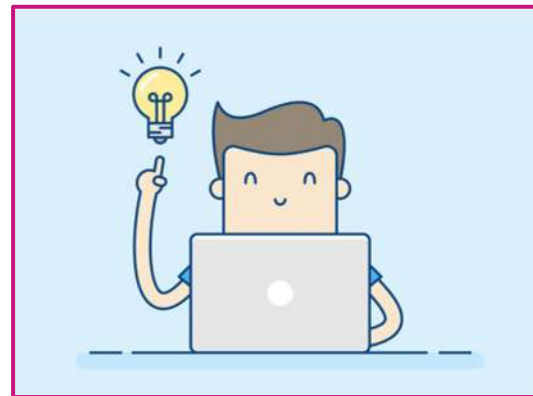
Os KPIs são também conhecidos como indicadores de qualidade ou indicadores-chave de negócio que podem ser utilizados e aplicáveis em qualquer área de negócio e sector produtivo, embora sejam muito comumente utilizados no marketing online.





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



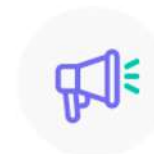
Estrategia

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 subscritores

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 KPIS 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.



Exemplo de KPIs associados a táticas, estratégias e objetivos empresariais. (Plano de Medição da Loja Google Merchandise)

Objetivo empresarial	Estrategias	Táticas	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
		Aumentar los ingresos de los productos de la marca Android (es una forma de medir el éxito de la campaña publicitaria)	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



EXEMPLO DE COMO UTILIZAR O GOOGLE ANALYTICS.



PLATAFORMA DE MARKETING GOOGLE: FERRAMENTA ANALÍTICA

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.



Analytics 360

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

Recolh a 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.

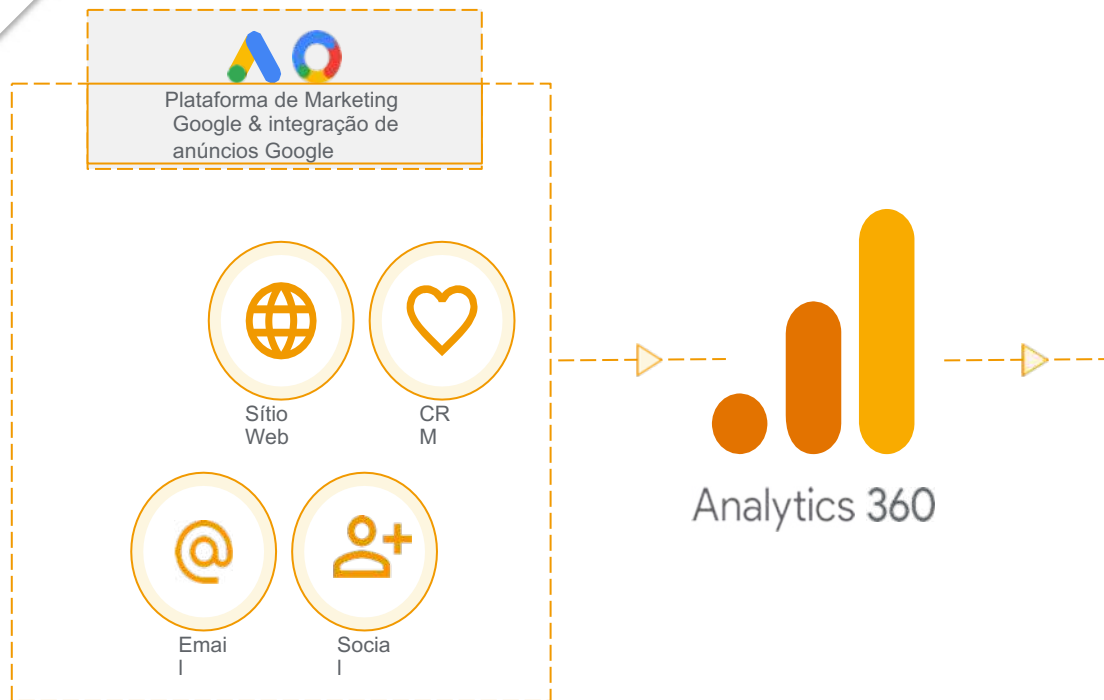
Process amento de dados

- Uma vez recolhidas as interações dos utilizadores, o Google Analytics inicia o processo de transformação dos dados em bruto em dados úteis.
- Quando a Analytics processa os dados, agrega-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, ...)



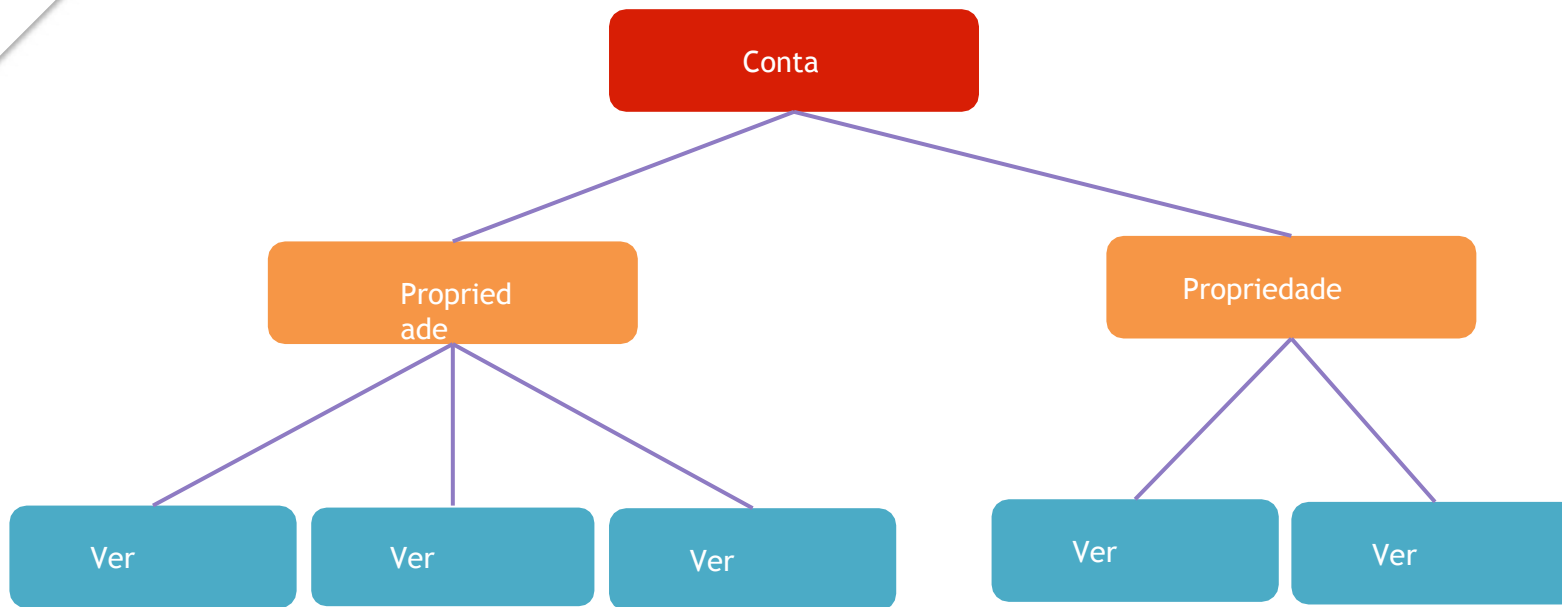
Análise

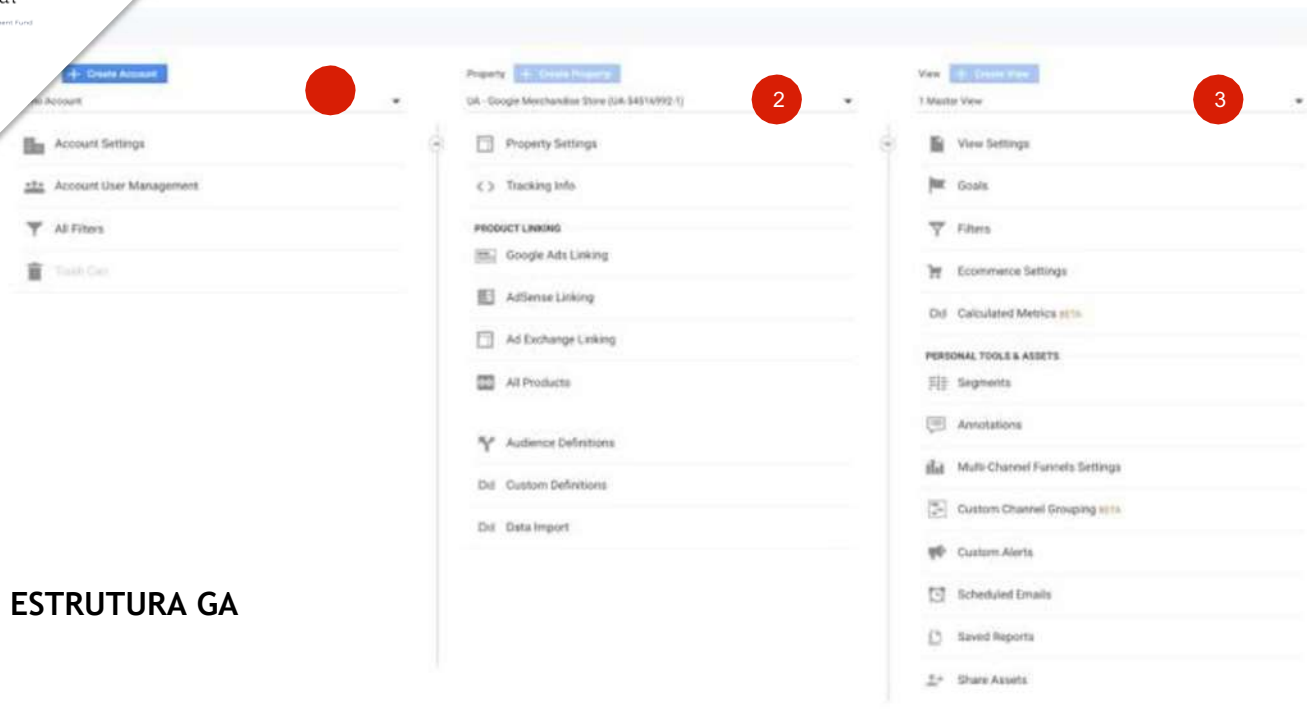
As ferramentas não analisam, recolhem, ordenam e apresentam dados.

É necessário ter analistas próximos do negócio.

É aconselhável ter valores de referência e estabelecer objectivos claros.

ESTRUTURA ANALÍTICA DO GOOGLE





CONTA

PROPRIED
ADE

VISÃ
O

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)
Accounts can contain more than one tracking ID.

Account Data Sharing Settings ⓘ
How you collect, provide, and store using Google Analytics (Google Analytics uses cookies and other technologies). This data is used to improve and personalize the Google Analytics services, to perform system-related operations, and to share insights for marketing research as described in our privacy policy.

The data sharing options give you more control over sharing your Google Analytics data. [Learn more](#)

☐ **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 best-in-class intelligent and insights services, maintain critical system services that benefit all tracked products and users, and offer Enhanced Demographics and Interest reporting when Google signals is enabled. If you disable this option, data can still flow to other Google products linked to your property. Visit the product linking section in each property to view or change your settings.

☒ **Benchmarking**
Contribute anonymous data to an aggregated data set to enable features like benchmarking and publications that can help you understand data trends. All identifiable information about your website is removed and combined with other anonymous data before it is shared with others. [Share Example](#)

☒ **Technical support**
Let Google technical support representatives access your Google Analytics data and account when necessary to provide service and find solutions to technical issues.

☒ **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 analytics, and share optimization tips with you. If you don't have dedicated sales specialists, give free access to authorized Google representatives.

[Learn how Google Analytics safeguards your data](#)

Property setup

Property details
A property represents a business web site or app. An account can contain one or more properties. Manage multiple properties through a single account to view and compare the data across.

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

Property name:

Reporting time zone:
United States → (GMT-07:00) Los Angeles Time →

Currency:
US Dollar (USD) →

You can add these property details later in Admin.

[Help, 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 not recommended for new Analytics users, and it will not support any measurement. Turn this on if you'd like to create a Universal Analytics property.

Website URL:

☒ **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 tag your website once. [Learn more](#)

☐ **Create a Google Analytics 4 property**
This will create one property with connected site tags, so you only need to tag your website once. [Learn more](#)

☐ **Create a Universal Analytics property only**

Analytics | All accounts > UA - Google Merchandi...
1 Master View

Try search

ADMIN | **USER**

Account [+ Create Account](#)

Demo Account

[Account Settings](#)

[Account User Management](#)

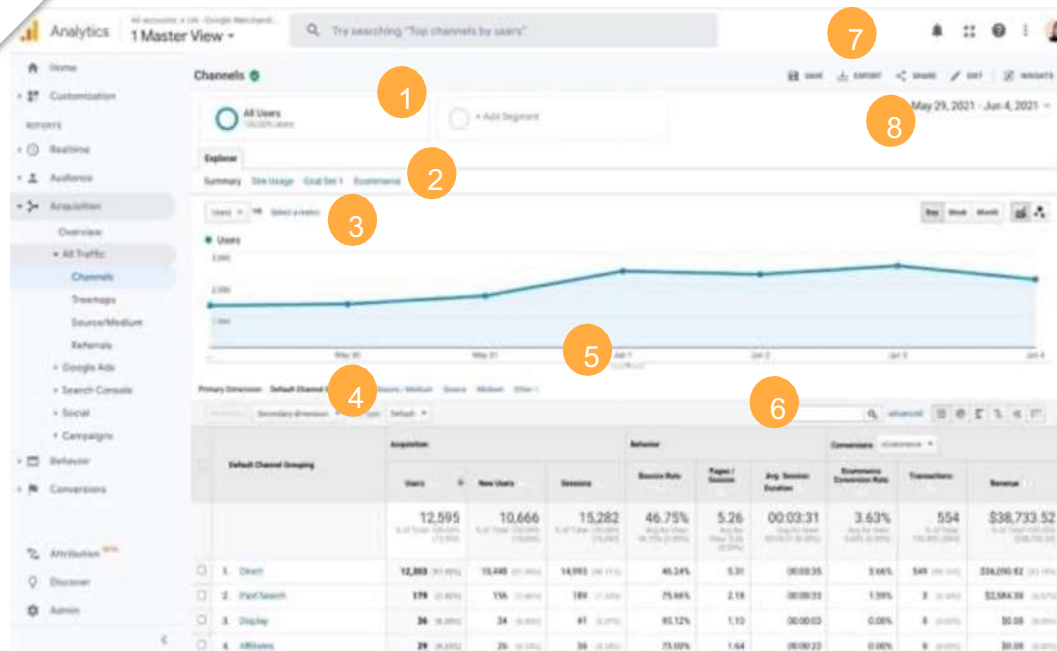
[All Filters](#)

[Trash Can](#)

EXEMPLO DE COMO UTILIZAR O GOOGLE ANALYTICS.



INTRODUÇÃO AOS RELATÓRIOS



1 Segmentos

2 Vistas

3 Métricas

4 Dimensão secundária

5 Notas

6 Filtros

7 Exportação

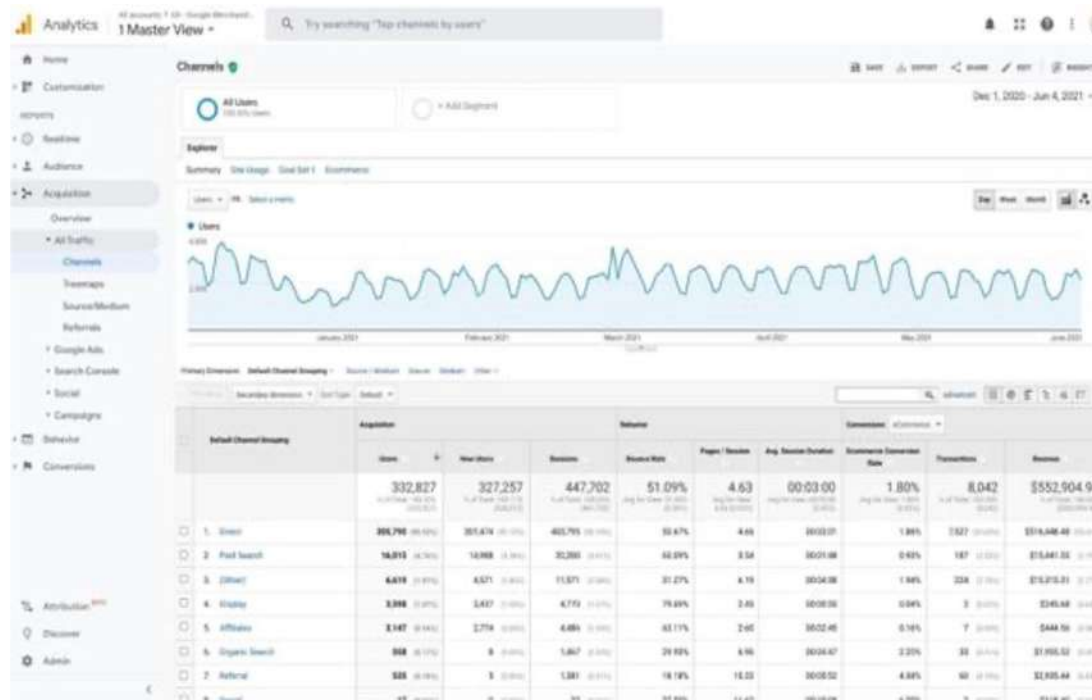
8 Data

EXEMPLO DE COMO UTILIZAR O GOOGLE ANALYTICS.



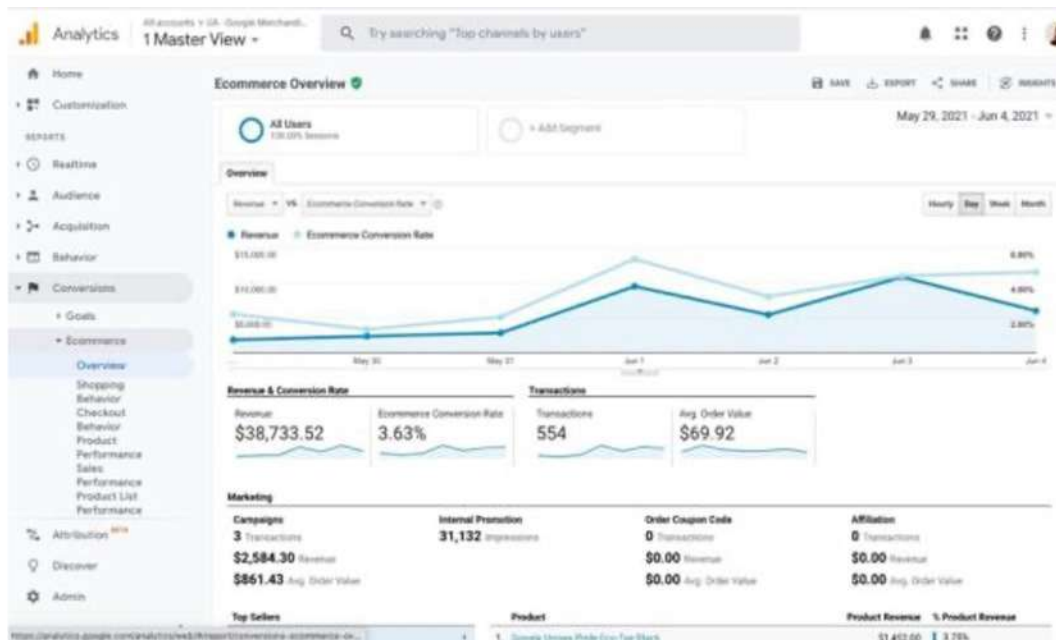
Adquisição > Todo o tráfego > Canais

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

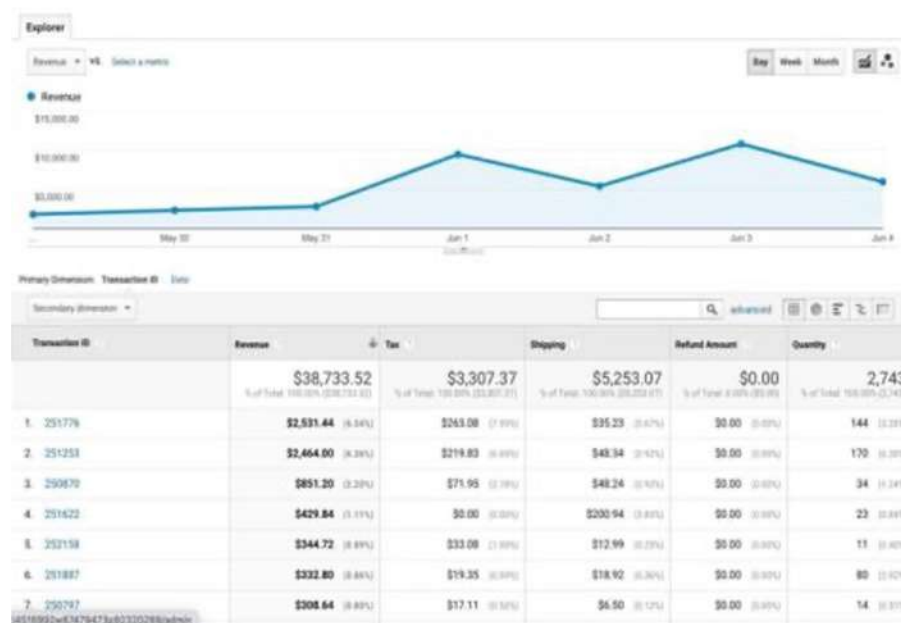
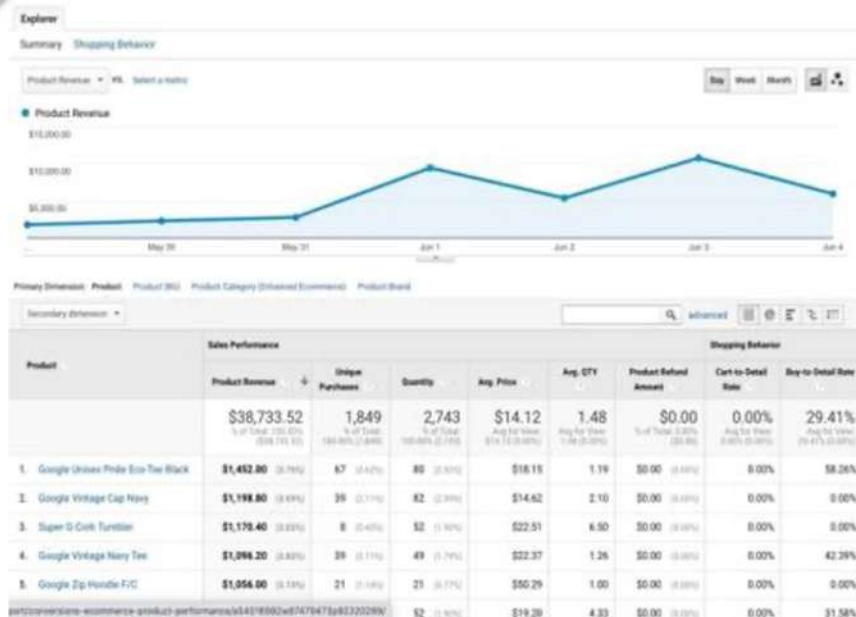


EXEMPLO DE COMO UTILIZAR O GOOGLE ANALYTICS.



RELATÓRIOS DE ECOMMERCE

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



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



SEMRUSH
COMPETITIVE INTELLIGENCE

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



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.



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



Visión general **Posiciones** Información Competidores Páginas

Positions ▾ Filtrar por palabra clave ▾

Tráfico 652,7M -2,01%

Posicionamiento de palabras-chave

Percentage m de tráfico de palabras-chave

Volume mensual total de pesquisa por palabra-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 orgánicas 1 - 100 (87.732.506) i

Administrar columnas 10/13 Exportar

<input type="checkbox"/>	Palabra clave	Pos. ↕	Dif. ↕	Tráfico, % ↕	Volumen ↕	KD% ↕	C (USD) ↕	SERP	Última actualización ↕
>	<input type="checkbox"/> youtube	* → 24	nueva	< 0,01	151.000.000	95,72	0,89	https://www.a... 5255 i	04 jun. 2019
>	<input type="checkbox"/> amazon	1 → 1	0	12,37	101.000.000	82,73	0,01	https://www.a... com/ i	04 jun. 2019
>	<input type="checkbox"/> google	* → 55	nueva	< 0,01	83.100.000	70,56	1,14	https://www.a... 2294 i	04 jun. 2019
>	<input type="checkbox"/> google translate	13 → 12	↑ 1	0,01	45.500.000	92,71	0,91	https://www.a... 16M2 i	04 jun. 2019
>	<input type="checkbox"/> yahoo	23 → 23	0	< 0,01	37.200.000	79,63	1,04	https://www.a... 984X i	04 jun. 2019
>	<input type="checkbox"/> craigslist	52 → 54	↓ 2	< 0,01	37.200.000	80,61	1,12	https://www.a... 1QG2 i	04 jun. 2019
>	<input type="checkbox"/> ebay	4 → 4	0	0,07	37.200.000	92,83	0,34	https://www.a... 1BGU i	04 jun. 2019
>	<input type="checkbox"/> walmart	81 → 92	↓ 11	< 0,01	37.200.000	82,08	0,02	https://www.a... 6788 i	04 jun. 2019

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



Singular**Price**

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



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

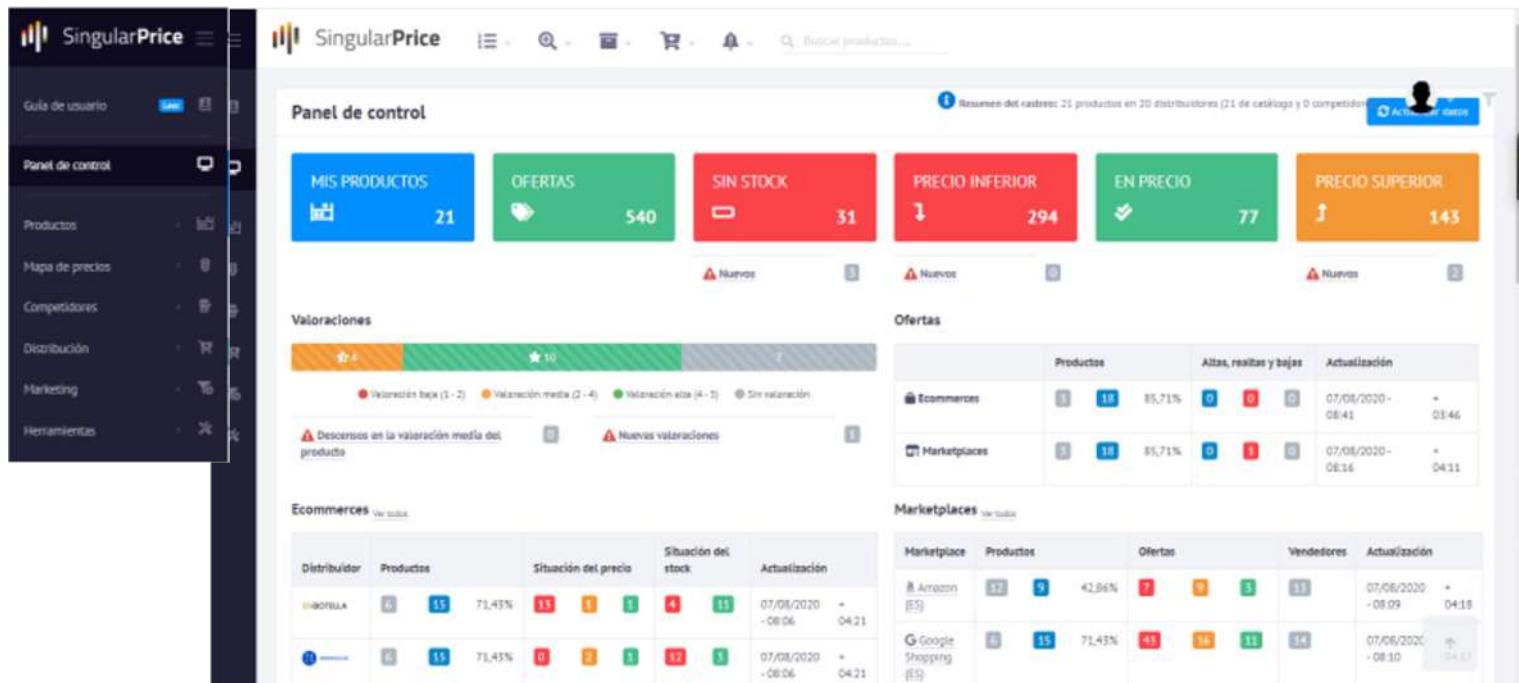
OUTRAS INFORMAÇÕES DE INTERESSE

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

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



PAINEL DE CONTROLO



PAINEL DE CONTROLO - FUNCIONALIDADES



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



Situação geral por
Ecommerce e
Marketplaces

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, realtas y bajas			Actualización	
Ecommerces	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

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



Comercios [Ver todos](#)

Distribuidor	Productos	Situación del precio	Situación del stock	Actualización
BOTELLA	6 15 71,43%	13 1 1	4 11	07/08/2020 - 08:06 + 04:21
BOTELLA	6 15 71,43%	0 2 1	12 3	07/08/2020 - 08:06 + 04:21
BOTELLA	7 14 66,67%	12 0 2	0 14	07/08/2020 - 08:06 + 04:21
BOTELLA	8 12 57,14%	5 4 5	0 12	07/08/2020 - 08:41 + 03:46
BOTELLA	8 12 57,14%	9 2 1	0 12	07/08/2020 - 08:16 + 04:11



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 9 3	13	07/08/2020 - 08:09 + 04:18
Google Shopping (ES)	6 15 71,43%	43 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%	113 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.

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



SingularPrice | Busca productos | Resumen del catálogo: 21 productos en 20 distribuidores (21 de catálogo y 0 competidores)

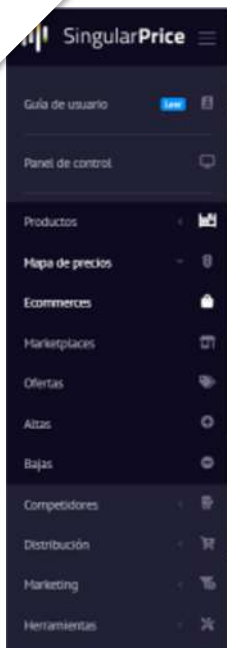
Productos: 21 productos (Marketplaces)

Producto	Categoría	Marca	PVP	Ofertas	AMZ.es	GS (ES)	EBAY (ES)	W (ES)	D&C (ES)
Botella 0,75L Marqués de Riscal Rosado 2019 EAN: 841308430030 P/N: N/A	Vino rosado / 2019	Marqués de Riscal	6,60€	22 (14)	6,60€ - 6,60€ (2) 6,60€ 60	6,60€ - 6,60€ (7)	-	6,60€ - 6,60€ (8) 6,60€ 60	6,60€ - 6,60€ (5) 6,60€ 60
Botella 0,75L Avienza de Marqués de Riscal 2016 EAN: 841308430034 P/N: N/A	Vino tinto / 2016	Marqués de Riscal	7,95€	27 (17)	6,70€ - 6,70€ (1) 6,70€ 60	6,50€ - 6,50€ (4)	-	6,50€ - 6,50€ (21) 6,50€ 60	6,50€ - 6,50€ (1) 6,50€ 60
Botella 0,75L Marqués de Riscal Verdejo 2019 EAN: 841308430019 P/N: N/A	Vino blanco / 2019	Marqués de Riscal	7,40€	55 (4)	6,50€ - 6,50€ (4)	6,50€ - 6,50€ (11)	-	6,50€ - 6,50€ (24) 6,50€ 60	6,50€ - 6,50€ (12) 6,50€ 60
Botella 0,75L Marqués de Riscal Reserva 2015 EAN: 841308430034 P/N: N/A	Vino tinto / 2015	Marqués de Riscal	14,40€	60 (25)	11,50€ - 11,50€ (7) 11,50€ 60	11,50€ - 11,50€ (3)	-	11,50€ - 11,50€ (37) 11,50€ 60	11,50€ - 11,50€ (13) 11,50€ 60

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

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

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

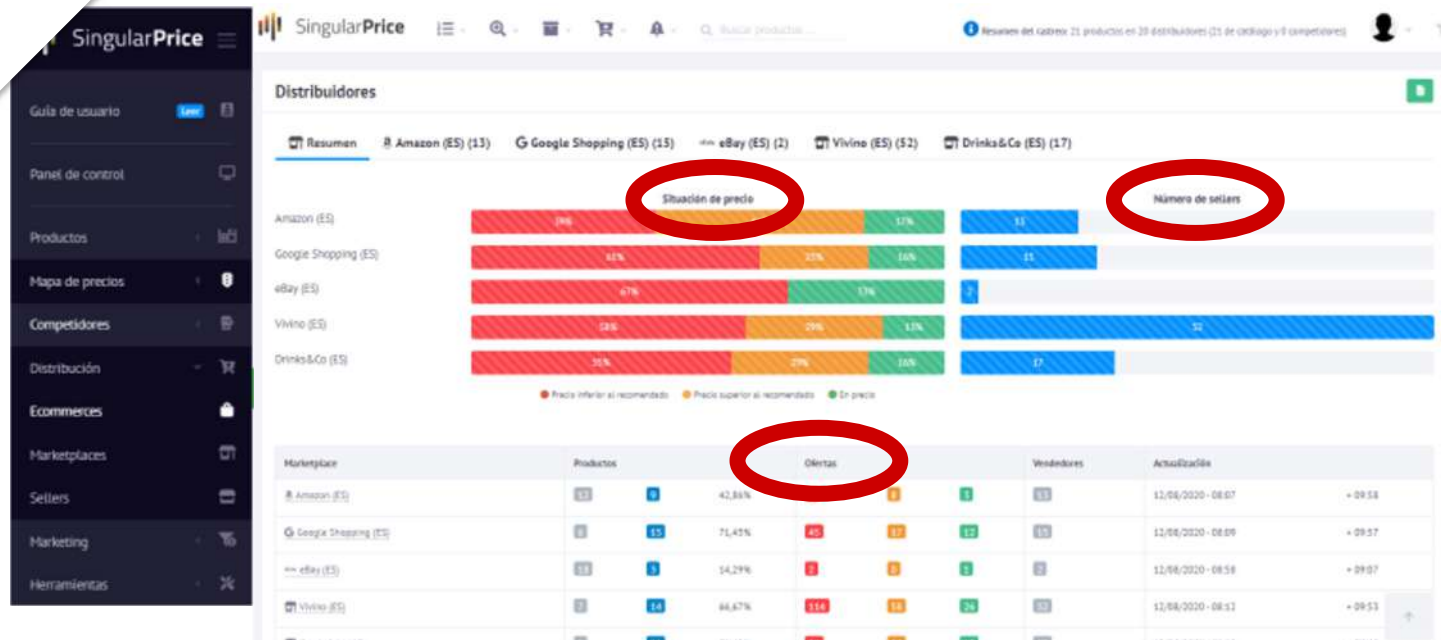


Mapa de precios: 21 productos (Marketplaces)

Producto	P/N	PVP	AMZ.es	GS (ES)	EBAY (ES)	WV (ES)	D&C (ES)
Botella 0,75L Marqués de Riscal Rosado 2019	N/A	6,60€	5,47€	5,47€		5,47€	5,70€
Botella 0,75L Arlenzo de Marqués de Riscal 2016	N/A	7,95€	7,75€	6,35€		7,24€	6,50€
Botella 0,75L Marqués de Riscal Verdejo 2019	N/A	7,40€	7,54€	4,90€		7,59€	8,17€
Botella 0,75L Marqués de Riscal Reserva 2015	N/A	14,40€	13,75€	12,80€		13,84€	14,90€
Botella 0,75L Txacoli Marqués de Riscal 2018	N/A	13,50€		12,05€			13,58€
Botella 0,75L Marqués de Riscal Viñas Viejas Rosado 2018	N/A	29,75€				25,26€	25,26€
Estuche 1 Botella 0,75L Barón de Chivri Verdejo Viñas Centenarias 2018	N/A	42,50€		40,36€		39,90€	
Botella 0,75L Marqués de Riscal Limousin 2018	N/A	14,75€		13,30€		11,61€	12,96€
Botella 0,75L Finca Montico 2018	N/A	12,50€		10,77€	12,90€	10,77€	11,40€
Botella 0,75L Marqués de Riscal Sauvignon Organic 2019	N/A	9,80€	9,81€	8,57€		8,30€	8,81€
Estuche 2 Botellas 0,75L Marqués de Riscal Verdejo • Juv Biag 2019	N/A	14,80€					
Estuche 3 Botellas 0,75L Marqués de Riscal Verdejo 2019	N/A	22,20€					
Botella 0,75L Barón de Chivri Tinto Reserva 2015	N/A	69,95€	77,88€	65,00€	64,75€	57,02€	57,02€

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

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



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

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



Distribuidor ?	Ofertas ?	Infomerc ?	Amazon (ES)	Google Shopping (ES)	eBay (ES)	Vivino (ES)	Dvivia&Co (ES)
Amazon	1	1	1	0	0	0	0
Apostóla	3	2	0	0	0	3	0
Apo/Vino	6	4	0	0	0	3	3
Arlosa On-Line	1	0	0	0	0	1	0
Bebemilux	2	1	0	0	0	2	0
BEBIDAS Y MAS...	1	1	1	0	0	0	0
Bodebroca	18	4	0	8	2	8	0
Bodega Privada	3	3	0	0	0	3	0
Bogar Wines	3	0	2	1	0	0	0
Bullmet	5	1	0	0	0	1	0
Calangul	1	0	0	0	0	1	0
Campoluz	5	5	5	0	0	0	0
Campoluz Enologica	10	9	0	0	0	10	0
Campoluzenotecnica	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.



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

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



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

Categories

- Select All
- Bebé
- 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

Min Reviews

Max Reviews

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

Exclude Keyword

Enter search term...

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.

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



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

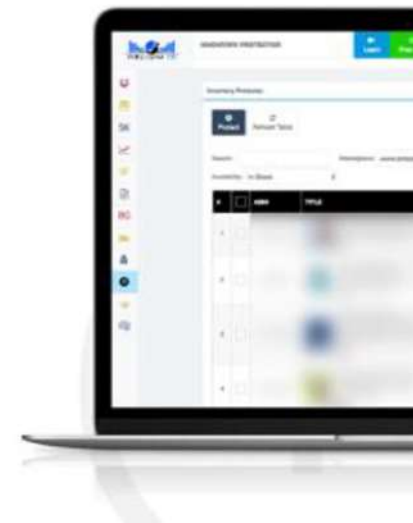
Jungle Scout PRO EXTENSION													
Average Monthly Sales				Average Sales Rank		Average Price		Average Reviews		Opportunity Score / Low Demand with high competition			
200				14,805		€48.96		105					
#	Add	Product Name	Brand	Price	Category	Rank	Mo. Sales	D. Sales	Revenue	Reviews	Rating	Seller	LOS
1		Selberton 3 D'la Backpack Assa...	Selberton	€9.99	Electrónica	#2,082	0	0	€0	0	5	FBA	5
2		WARRJ Mochila antirrobos impermeab...	WARRJ	€9.97	Electrónica	#542	41	1	€120	289	4	FBA	6
3		Overmont 35L Multifuncional portáti...	Overmont	€9.98	Electrónica	#12,560	3	0	€120	109	4	FBA	7
4		Mochila de Portatil, REYED Mochila...	REYED	€9.99	Equipas	#67	548	21	€14,343	278	4.5	FBA	7
5		Under Armour UA Hustle Backpack L...	Under Armour	€9.99	Desportos y...	#172	703	24	€18,271	586	4.5	FBM	5
6		WinCret Acabado Mochila Portatil ...	WinCret	€9.99	Equipas	#7,218	11	0	€540	14	4.5	FBA	7
7		Thule Crossover - Mochila para port...	Thule	€3.41	Informática	#3,741	0	0	€0	120	4.5	AMZ	5
8		Mi-Tac Military Army Backpack MOLLE	Mi-Tac	€9.95	Electrónica	#512	225	12	€8,989	142	4.5	FBA	6
9		Rainz Mini Mujer Backpack Negra	Rainz	€8.00	Desportos y...	#10,512	11	0	€58	6	5	---	5
10		Thule - Crossover Backpack 32L	Thule	€9.46	Desportos y...	#8,066	62	1	€4,937	78	4.5	FBM	4
11		WOLKOT Mochila Antirrobo Impermea...	WOLKOT	€9.58	---	---	---	---	---	146	4.5	FBA	7
12		The North Face Borealis, Mochila	The North Fa...	€8.13	Desportos y...	#9,370	86	3	€6,677	143	4.5	---	5
13		Livoda Mochila de Senderismo 60L F...	Livoda	€3.99	Desportos y...	#71	453	20	€15,397	203	4	FBA	7
14		XD Design Bobby - Backpack Mochil...	XD Design	€9.95	Desportos y...	#12,84	108	3	€9,716	40	4	FBM	6
15		Xiaomi Mi City Póster Gris Mochila...	Xiaomi	€7.54	Informática	#23,696	0	0	€0	27	5	FBA	4
16		HapiLeap Mochila Escolar Unisex Mo...	HapiLeap	€24.80	Electrónica	#28,830	0	0	€0	138	4.5	FBA	5
17		MacBookpro 35.6cm Mochila Málter T...	Macbookpro	€14.88	Desportos y...	#1,407	276	9	€9,654	50	4.5	---	6
18		Awild Backpack, Business Anti-The...	Awild	€30.99	---	---	---	---	---	5	5	FBA	7
19		WIT Tactical Water 14 Mochila, Trek...	WIT Tactical	€7.24	Desportos y...	#4,937	176	4	€12,754	85	5	AMZ	5
20		Herschel Retreat Backpack - Mochil...	Herschel	€76.95	Equipas	#1,730	74	1	€5,634	41	4	FBM	5
21		Twelve South Thunderbolt BackPack...	Twelve South	€38.99	Informática	#6,487	0	0	€0	34	4	AMZ	6
22		AmazonBasics - Mochila para port...	AmazonBasics	€24.99	Informática	#8,083	0	0	€0	73	4.5	AMZ	6
23		HXN50 anti-robos de nylon inoarm	HXN50	€35.98	Electrónica	#7,705	0	0	€0	15	3.5	FBA	7

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



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 otimizar totalmente as listas de produtos para aumentar exponencialmente as vendas.



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



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 amazônicos.



REFUNDO

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

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





TENDÊNCIAS BIZ



O QUE É O BIZ TRENDS?

É um instrumento essencial para otimizar 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.



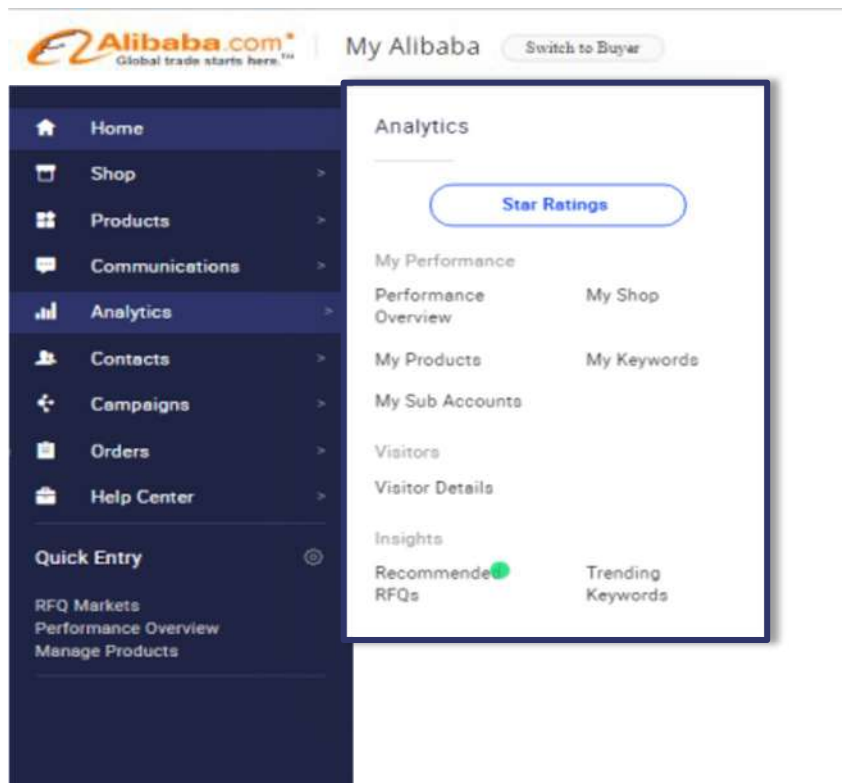


TENDÊNCIAS BIZ PARA FORNECEDORES DE OURO

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.

Tier	Icon	Target Audience	Features	Price (US\$)	Button
BASIC	Small building	For New Businesses	<ul style="list-style-type: none">✓ 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	Medium building	For Growing Businesses	<ul style="list-style-type: none">✓ 12 Product showcases✓ Priority customer support✓ Priority search results ranking✓ Respond to buyer inquiries & quotes	US\$ 249.92* /month billed annually (US \$2999.00)	CHOOSE STANDARD →
PREMIUM	Large building	For Established Businesses	<ul style="list-style-type: none">✓ 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



RFQS RECOMENDADOS

Buying Requests

Time of post: Last day | Last 7 days | 7 days ago

Categories: Home Appliances | Water Treatment Appliances | Third Level Industry | Fourth Level Industry

RFQ movements

Total Quotation Quota: 199 | The percentage of RFQ that has been quoted: 84% | RFQ quota balance: 952 | Peer performance (7 days): The average number of RFQs quoted: 3.2 | Top 10 in peer performance of RFQs quoted: 16.6

Matching RFQs

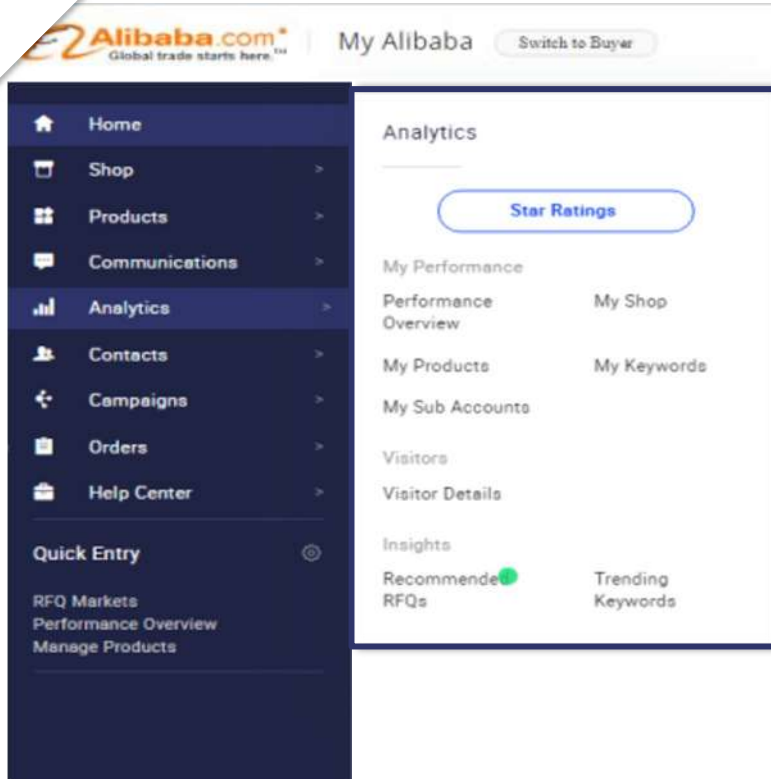
Matching keywords

Keywords search: You can search for keywords you might be interested in

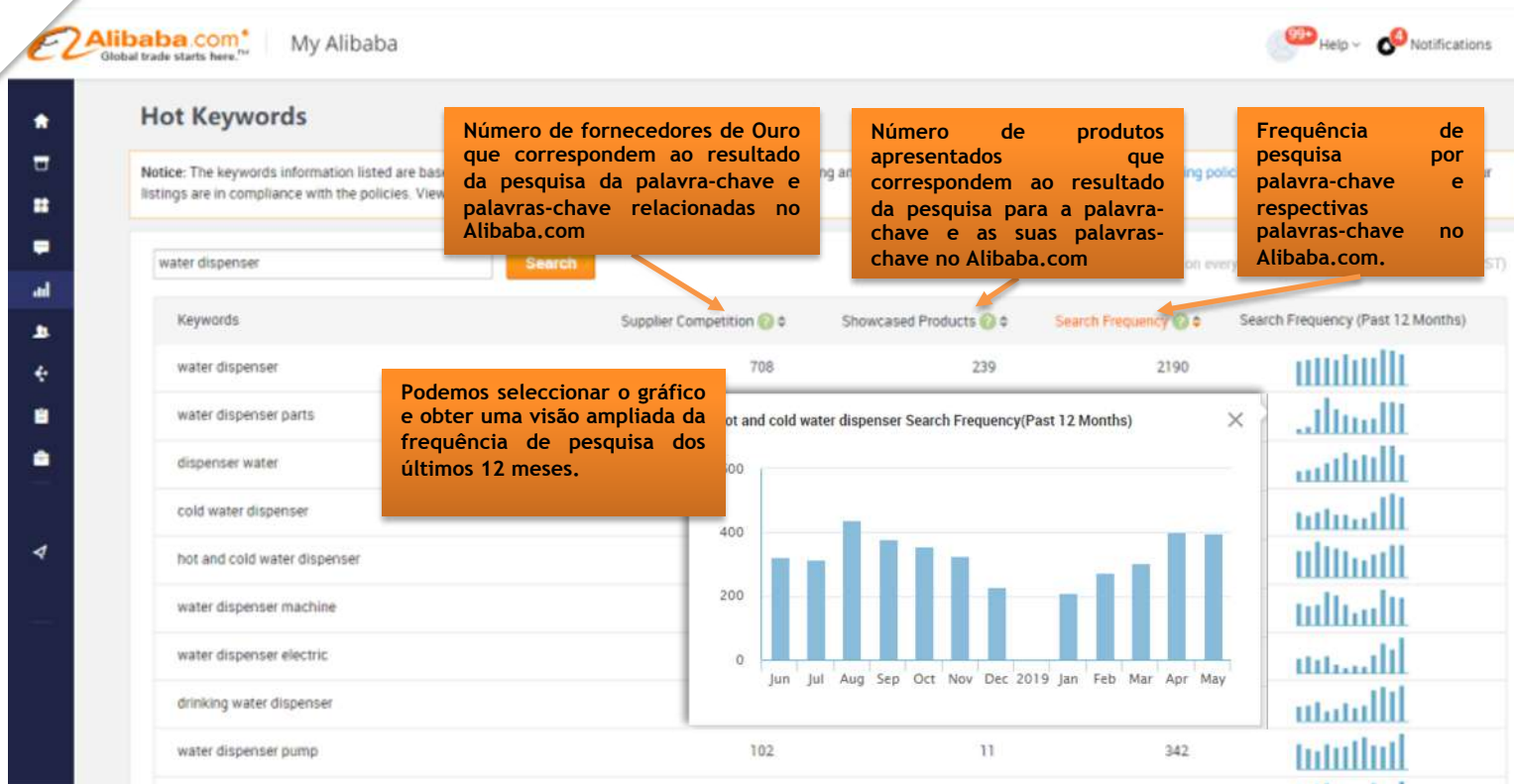
Keywords	RFQ Count	Total Quotation Quota	Remaining Quotation Quota	
cold type	5			
water cooler	3			
filter	2			
pet water dispenser	2			
ce certification	2			
activated carbon type	2	20	14	Check RFQs
electric water boiler	2	20	13	Check RFQs

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.



TENDÊNCIAS DAS PALAVRAS-CHAVE



Alibaba.com™ My Alibaba

Help Notifications

Hot Keywords

Notice: The keywords information listed are based on the data from the Alibaba.com platform. Please ensure that your 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	

Uma vez que temos a lista de palavras-chave e temos dados sobre os vendedores e os produtos listados sob cada palavra, uma forma de tirar partido da lista é extrair essas palavras-chave relacionadas e efectuar uma pesquisa directamente no Alibaba.com por palavra.

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

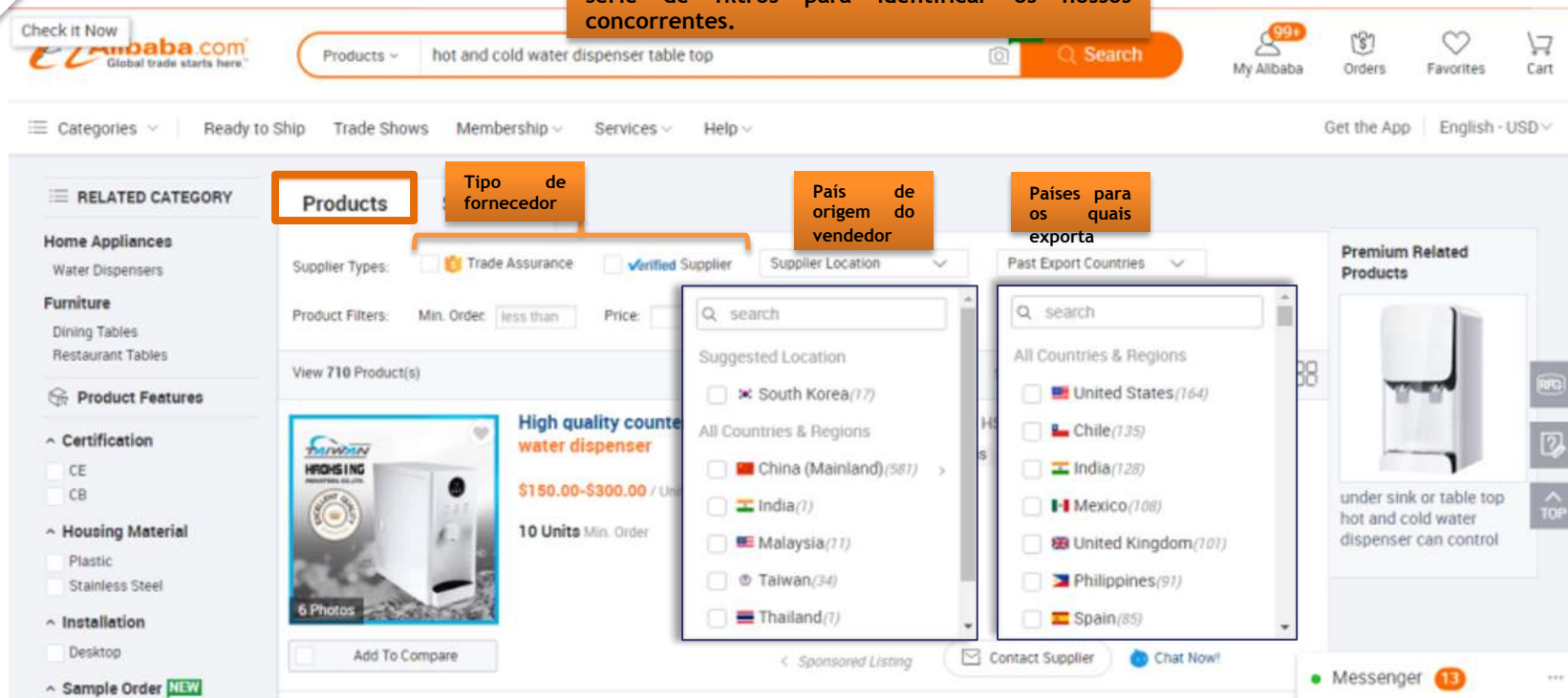


AGROSMARTglobal
INTERREG SUDOE
SOE3/P2/E0897
MOOC Agrosmart Global

The Valley

The screenshot displays the Alibaba.com homepage during a 'Mid-Year Sale'. The top navigation bar includes a 'Ready to ship' banner, a 'Mid-Year Sale' banner, and a row of product categories: Sports Caps, Backpacks, Water Dispensers, Face & Body Mask, Cake Tools, Back Support, and Vape pen Atomizers. Below this is the Alibaba.com logo with the tagline 'Global trade starts here', a search bar with the text 'hot and cold water dispenser', and a 'Search' button. To the right of the search bar are links for 'My Alibaba', 'Orders', 'Favorites', and 'Cart'. The main content area features a large orange banner for the 'Mid-Year Sale' with the text 'Get more than 30% off' and 'Save on these top items at your fingertips'. A 'Source now' button is visible on the banner. To the left of the banner is a 'MY MARKETS' sidebar with a list of categories: Luggage, Bags & Cases; Fashion Accessories; Electrical Equipment & Supplies; Food & Beverage; Machinery; Shoes & Accessories; Packaging & Printing; Vehicles & Accessories; and All Categories. To the right of the banner are three smaller promotional sections: 'New arrivals' with a 'Source Now' button, 'Top-ranked products' with a 'Source Now' button, and 'Deals from 30% off' with a 'Source Now' button. The bottom of the page shows a row of five small circular icons.

Na lista de resultados, poderemos aplicar uma série de filtros para identificar os nossos concorrentes.



The screenshot shows the Alibaba.com search results for 'hot and cold water dispenser table top'. The interface includes a search bar, navigation tabs, and a list of products. Key elements highlighted with orange boxes and labels are:

- Products**: The main category filter.
- Tipo de fornecedor**: Supplier Types, including Trade Assurance and Verified Supplier.
- País de origem do vendedor**: Supplier Location, showing suggested locations like South Korea, China, India, Malaysia, Taiwan, and Thailand.
- Países para os quais exporta**: Past Export Countries, showing a list of countries and regions like United States, Chile, India, Mexico, United Kingdom, Philippines, and Spain.

The product listing for 'High quality counter water dispenser' is visible, showing a price range of \$150.00-\$300.00 and a minimum order of 10 units. The product features a photo of the dispenser and a '6 Photos' link.

Na coluna da esquerda, podemos aplicar uma série de filtros que nos ajudarão a especificar melhor o produto.

The screenshot displays the Alibaba.com interface with several filter panels on the left side. An orange arrow points to the 'RELATED CATEGORY' section. The filters include:

- 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**
 - Sample Order **NEW**
 - ☐ Paid samples
 - ☐ Free samples
 - Min. Order: less than OK
- Supplier Features**
 - Supplier by Area
 - ☐ Asia
 - ☐ Middle East
 - Suppliers by Country/Region
 - ☐ South Korea
 - ☐ China (Mainland)
 - ☐ India
 - ☐ Malaysia
 - ☐ Taiwan
- Supplier Types**
 - ☐ Trade Assurance
 - ☒ Verified 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
- Mgmt Certification**
 - ☐ ISO9001
 - ☐ Other
 - ☐ ISO14001
 - ☐ OHSAS18001
- My History**

The main content area shows a product listing for 'HAO HSING INDUSTRIAL CO., LTD.' with details like '4 YRS', 'TW', and 'Hot warm cold'. The right sidebar includes 'Premium Related Products' and a 'TOP' button.

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

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

My Alibab 96 | Order Protect

Categories

- Home Appliances
- Water Dispensers
- Construction & Real Estate
- Countertops, Vanity Tops & Table Tops

Top 3 Markets

- Africa
- Northern Europe
- Oceania
- South Asia
- Eastern Asia
- Southern Europe
- Central America

Total Revenue

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

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

Transaction Level: \$260,000+

Main Products: Water dispenser without, Table top bottled water dispenser, Mini Table top Electronic cooling

Country/Region: Eastern Europe 10.0%

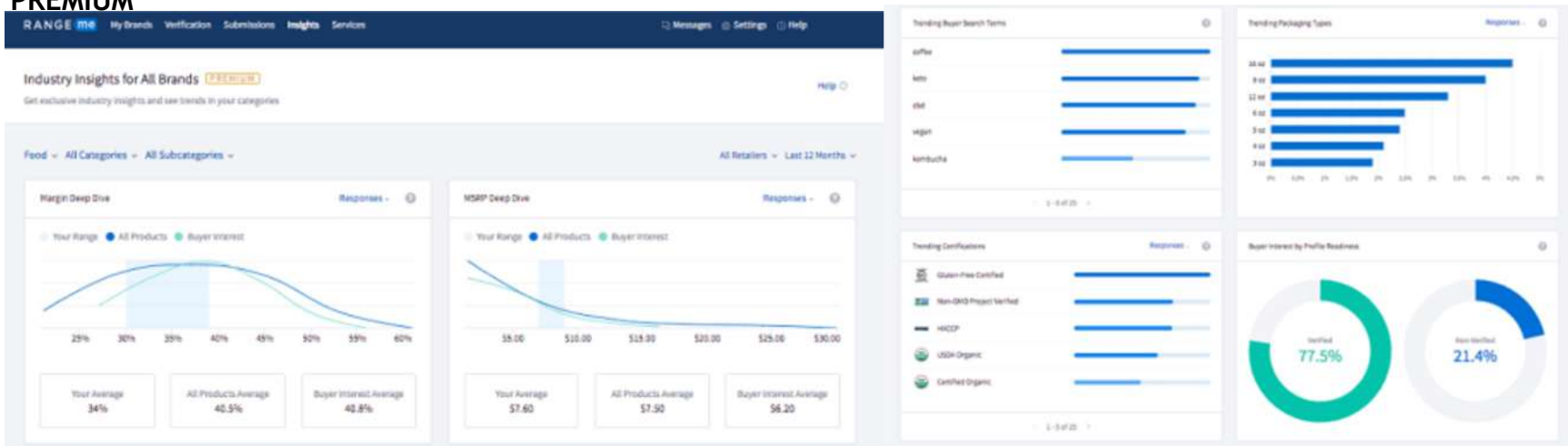
Top 3 Markets: 34 Transactions

Contact Supplier | Chat Now!

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

RANGE.me

COMO O RANGEME MOSTRA DADOS DA INDÚSTRIA AOS SEUS CLIENTES PREMIUM



OUTRAS PLATAFORMAS ANALÍTICAS NOS PRINCIPAIS MERCADOS DE B2B E B2C: RANGE.ME, TRIDGE, ETC.



AGROSMARTglobal
 INTERREG SUDOE
 SOE3/P2/E0897
 MOOC Agrosmart Global



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

