

# Compreendendo sua audiência

Programa de Crescimento Digital - Desenvolvimento de Audiência

## Introdução

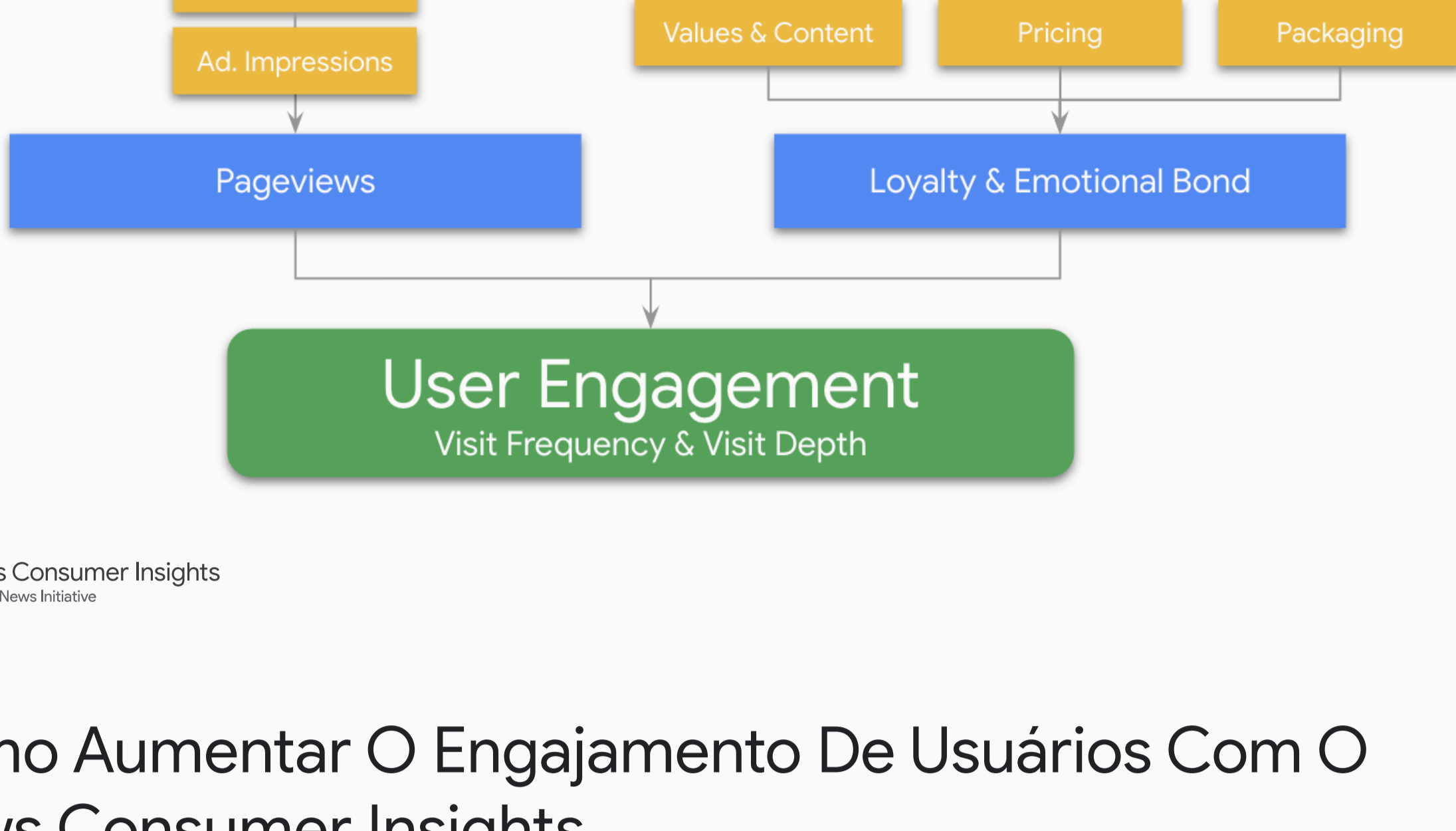
Bem-vindo ao guia 'Compreendendo sua audiência' do [Programa de Crescimento Digital GNI](#). Este guia faz parte de uma série de materiais que tem como objetivo ajudar as organizações de notícias (particularmente editores de pequeno e médio portes) a:

- Entender profundamente os comportamentos e necessidades de informação de seus usuários com o [News Consumer Insights](#) (este guia)
- Aprimorar-se nas ferramentas e capacidades de análise de dados através da ferramenta do [News Consumer Insights \(guia Ampliando o alcance e aprofundando o engajamento\)](#)
- Definir metas e objetivos de audiência claros ([guia Como criar uma cultura centrada na audiência](#))

## Fundamentos De Audiência

Independente se você é focado em receita de anunciantes ou monetização de audiência, ou ambos: o sucesso de longo prazo depende de um forte desenvolvimento de audiência e um forte engajamento dos usuários.

Seus objetivos de desenvolvimento de audiência devem ser definidos com suas metas de receita e desempenho de negócios em mente. Quer você possua um modelo de monetização de audiência (assinaturas, contribuições) ou um modelo de publicidade, obter sucesso significa concentrar-se no engajamento de usuários. Especificamente, focar em ampliar a frequência de visita e a profundidade de visita pode ajudar você a alcançar suas metas de receita de anunciantes (isto é, melhorando os pageviews) e suas metas de monetização de audiência (aumentando a lealdade e a ligação afetiva).



## Como Aumentar O Engajamento De Usuários Com O News Consumer Insights

O [News Consumer Insights](#) (NCI) é uma ferramenta criada com base no Google Analytics para ajudar os editores a aprofundar o engajamento de usuários, abordando suas metas de receita de anunciantes e monetização de audiência.

O NCI foi projetado tendo em mente simplicidade. Seu uso é completamente gratuito: tudo de que você precisa é um endereço de e-mail associado à sua conta do Google Analytics. A ferramenta funciona tanto com a versão gratuita quanto paga do Google Analytics.

Após conectar sua conta, um relatório será preenchido com base nos seus dados de análise. Você vai ver quatro abas à esquerda: Recomendações Acionáveis, Engajamento de Audiência, Monetização de Audiência e Insights de Vídeo. Essas abas contêm insights e informações sobre sua audiência.

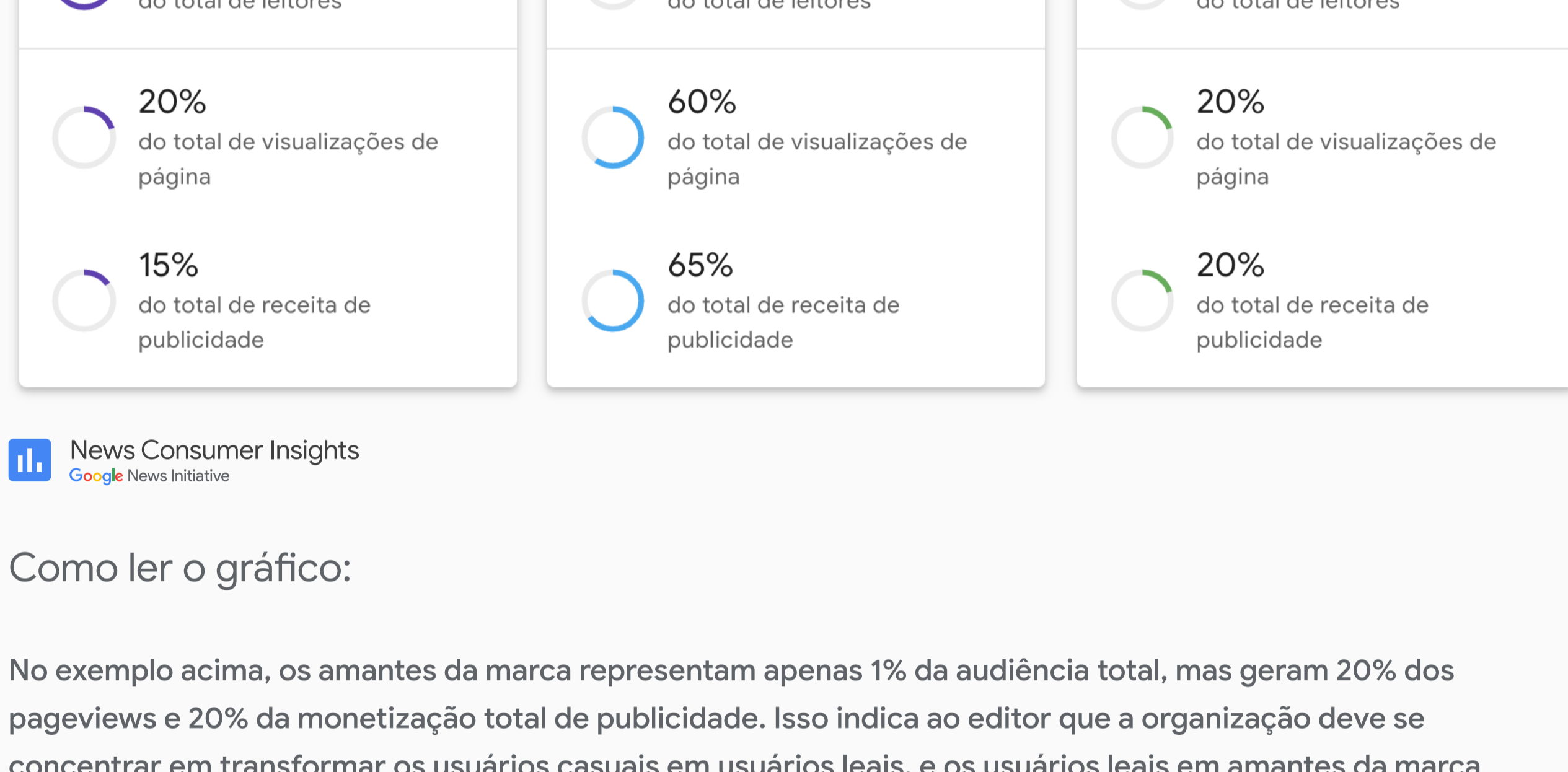


## Visão Geral Do Funil / Segmentação De Audiências

Através dos relatórios do NCI, sua audiência será segmentada em três grupos de engajamento: usuários casuais, usuário leais e amantes da marca:

- **Usuário casual:** Alguém que visitou seu site uma vez nos últimos 30 dias
- **Usuário leal:** Alguém que visitou seu site entre duas e 14 vezes nos últimos 30 dias
- **Amante da marca:** Alguém que visitou seu site mais de 15 vezes nos últimos 30 dias

A meta é aumentar o engajamento de usuários e fazer os usuários casuais avançarem no túnel, e gradualmente convertê-los em amantes da marca.

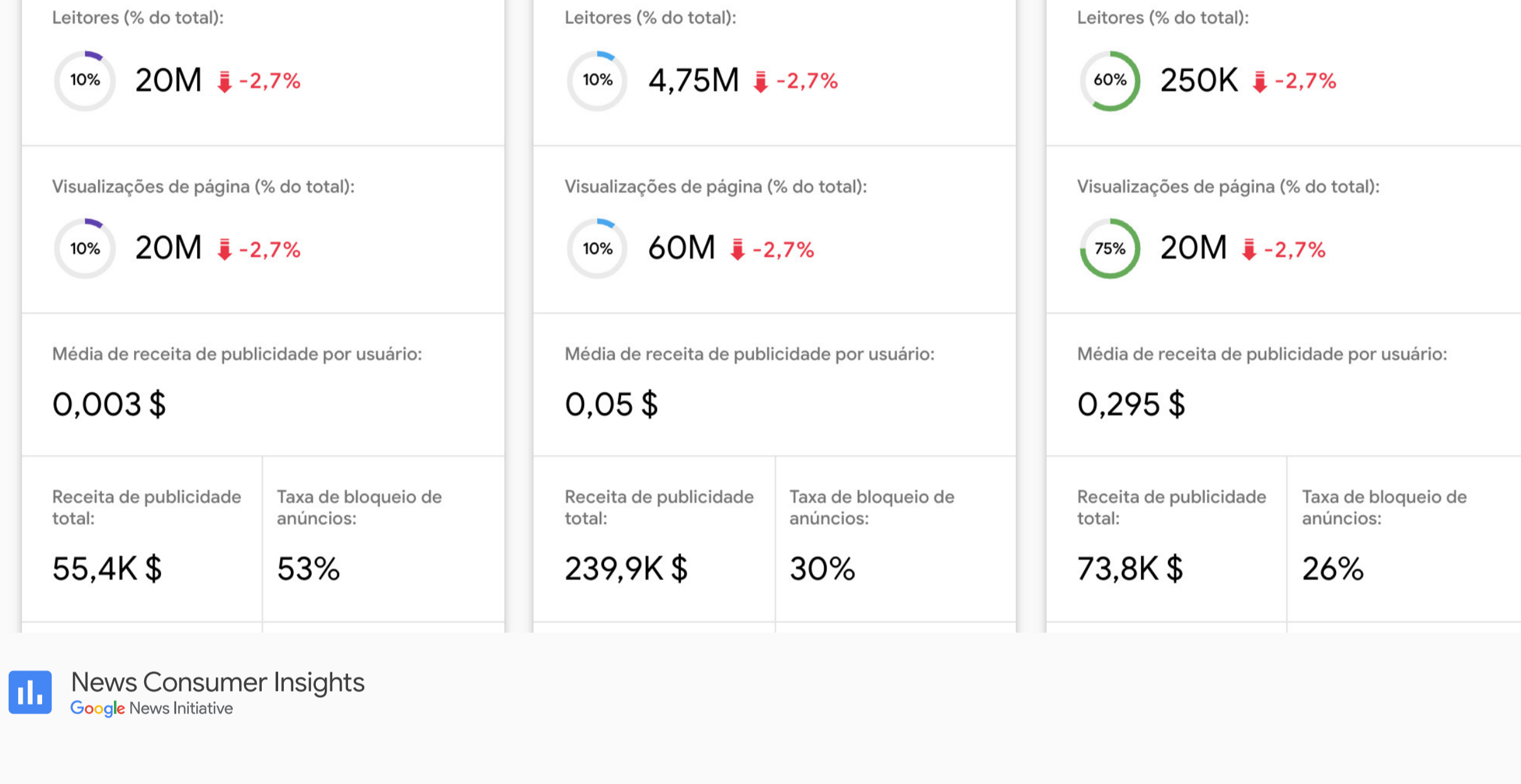


Como ler o gráfico:

No exemplo acima, os amantes da marca representam apenas 1% da audiência total, mas geram 20% dos pageviews e 20% da monetização total de publicidade. Isso indica ao editor que a organização deve se concentrar em transformar os usuários casuais em usuários leais, e os usuários leais em amantes da marca

## Personas, Valor E Comportamento

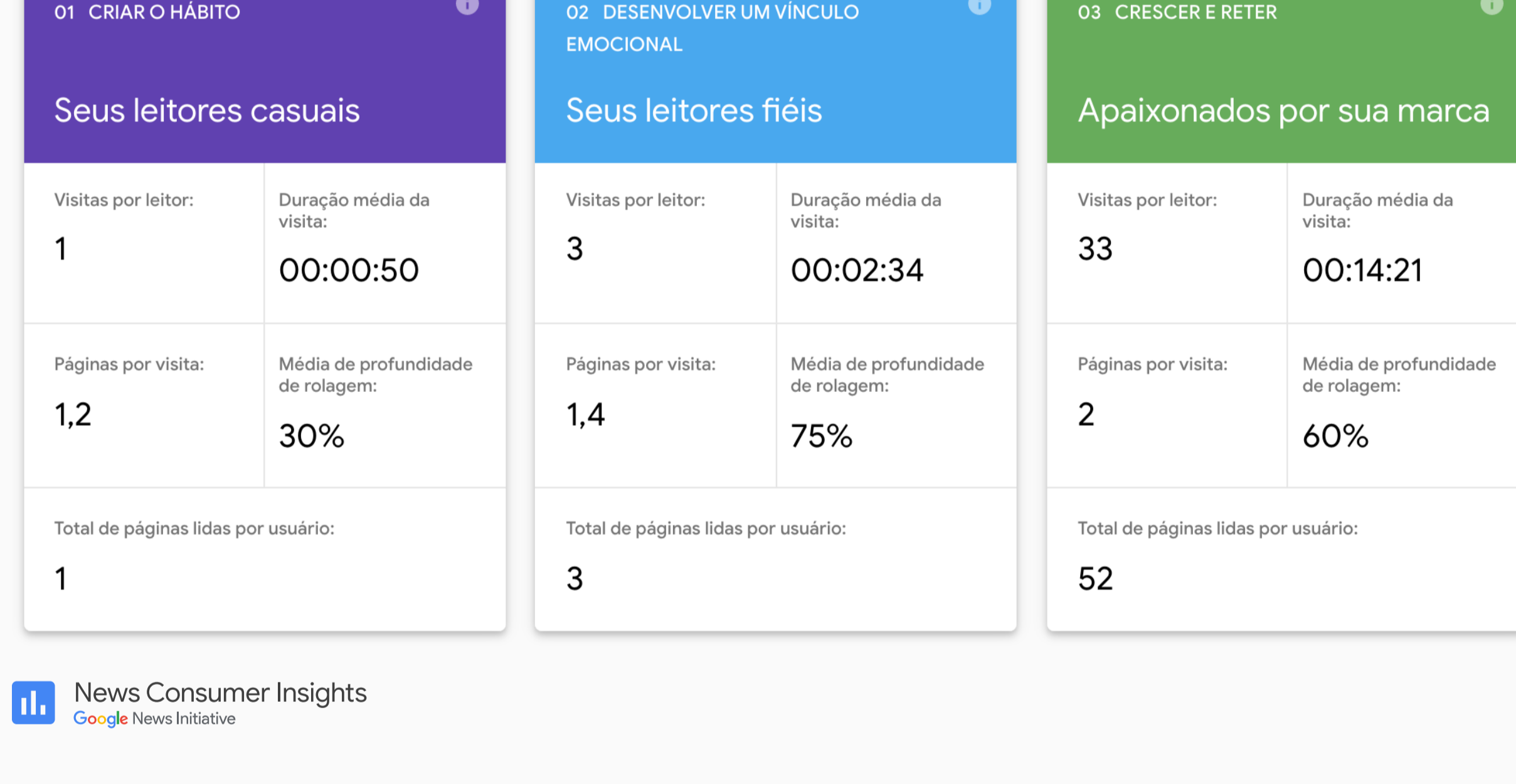
A aba Engajamento de usuários detalha adicionalmente os dados demográficos dos seus usuários casuais, usuários leais e amantes da marca. Ela descreve como o engajamento difere com base na origem dos usuários, além de indicar por que você deve analisar tanto a qualidade quanto o volume dessas fontes de tráfego.



Além de destacar as personas do usuário, a visão geral do segmento de engajamento mostra a porcentagem de usuários totais em cada categoria e segmento. Vale a pena considerá-la ao tentar entender os diferentes segmentos de audiência que estão visitando seu site, e onde você quer fortalecer sua estratégia: na recirculação ou criação de conteúdo novo. As setas vermelhas indicam a comparação com seus dados do mês anterior.

O funil também calcula a receita média de anunciantes por usuários (RMPU). Você pode se conectar através do Google Analytics 360 ou inserir seu CPM médio manualmente. Isso permitirá visualizar a receita de anunciantes total e a porcentagem da taxa de bloqueio de anúncios.

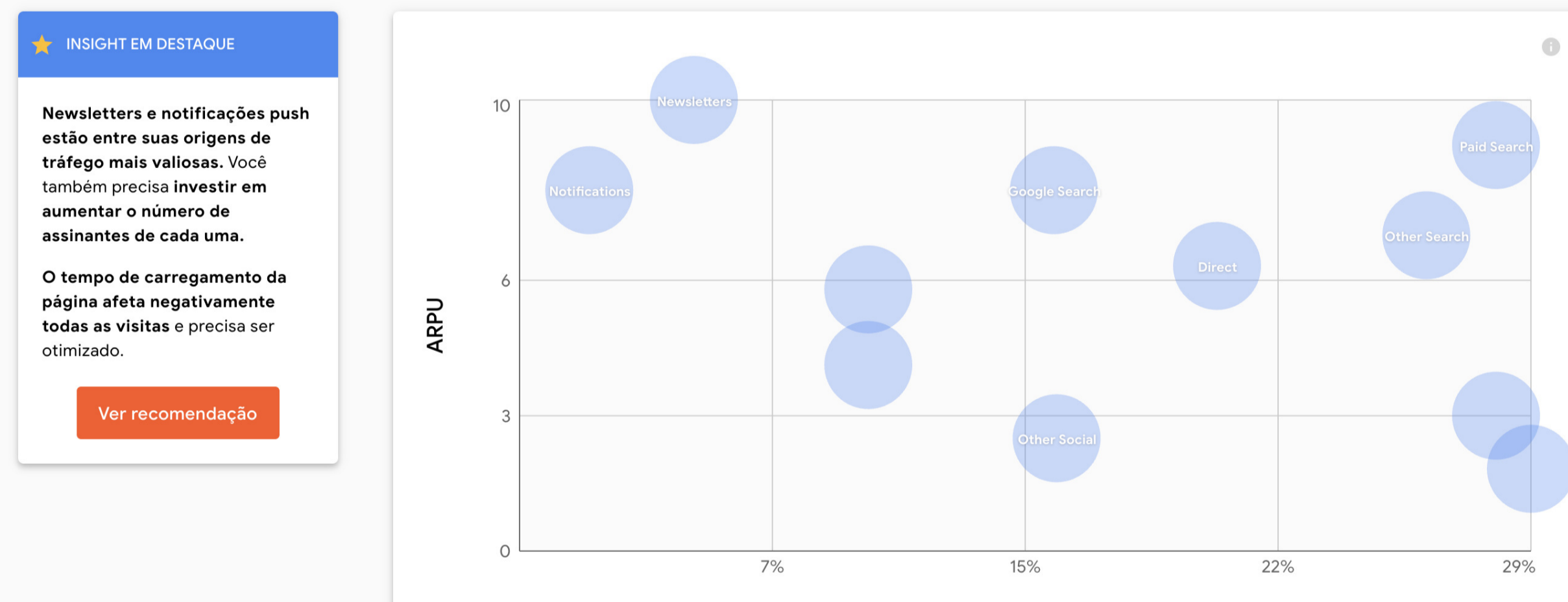
Além disso, o funil exibe outras métricas principais: visitas por usuário, duração da visita, profundidade de rolagem e total de páginas por usuário. É importante considerá-las ao direcionar ações para segmentos específicos da sua audiência – particularmente quaisquer lacunas na frequência de visita e profundidade de rolagem.



## Fontes De Tráfego E Valor

A aba Engajamento de usuários também apresenta um gráfico que detalha como seus usuários acessam sua publicação, e como o engajamento pode diferir através de diferentes fontes de tráfego, seja uma newsletter, pesquisa ou link de mídias sociais. Esse gráfico mostra um referencial personalizado que identifica quaisquer lacunas de engajamento e quais categorias apresentam melhor desempenho – e ainda exibe a porcentagem de tráfego e a receita de anunciantes por usuário, para cada uma de suas fontes de tráfego.

Abaixo, as newsletters mostram ser a fonte de tráfego mais valiosa para essa publicação, em termos de receita média de publicidade por usuário (RMPU), e a maior parte do tráfego é originária de pesquisas do Google.



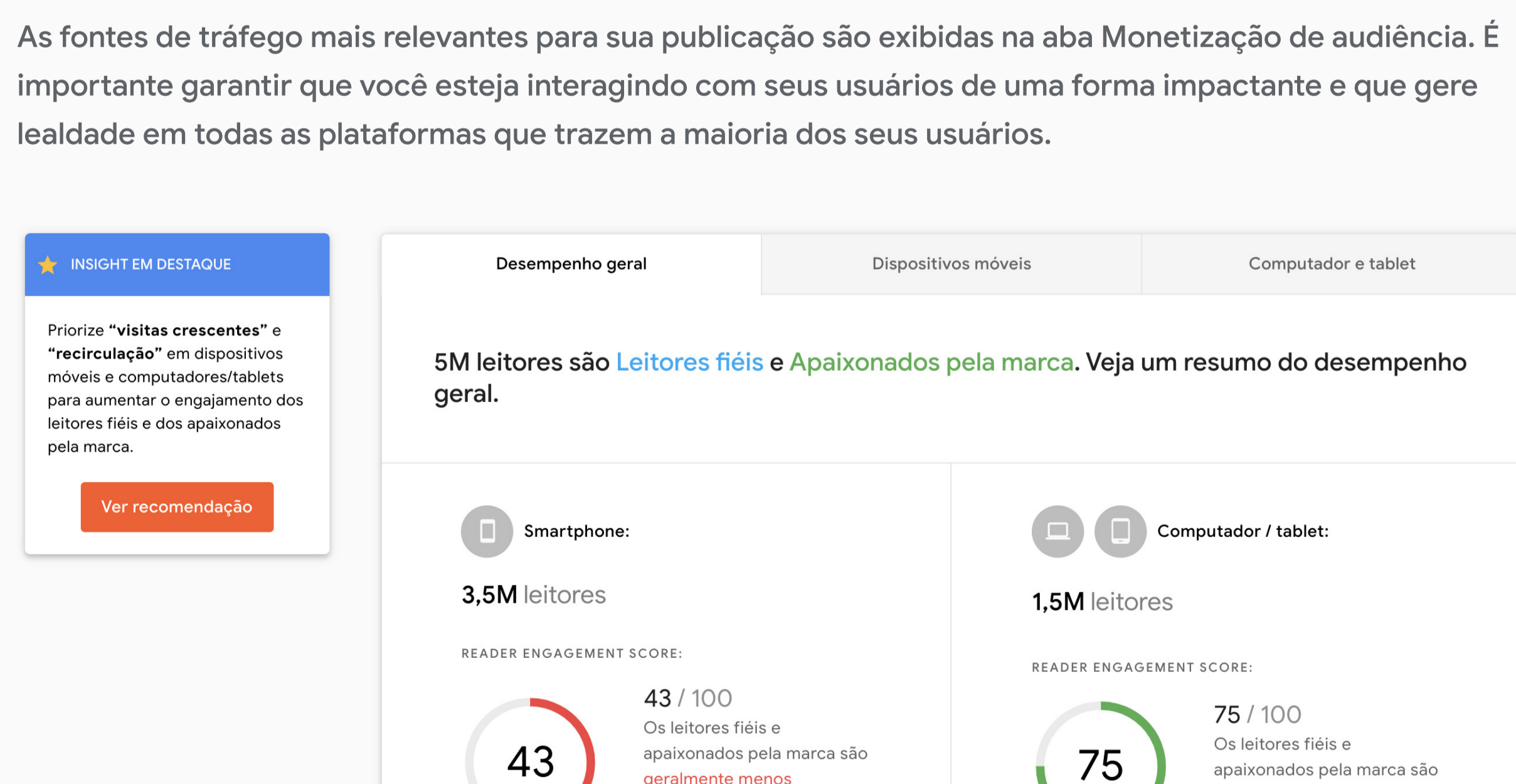
## Como Se Comparar Aos Melhores Exemplos Da Categoria E Entender Sua Pontuação

A aba Monetização de audiência contém uma pontuação de engajamento de usuário que avalia o engajamento geral da sua audiência. A métrica de referência do setor é derivada de dados do Google Analytics a partir de milhares de organizações de notícias que têm usado a ferramenta, e se concentra em um subgrupo de métricas de engajamento de audiência. Essa seção também destaca a situação da sua publicação em comparação com o desempenho médio e com o melhor desempenho, para permitir que você identifique e priorize áreas de melhoria próprias.

Os usuários leais e amantes da marca são categorizados juntos em uma seção, e os usuários casuais, em outra. Ambas são desmembradas em mobile e desktop/tablet, com os principais insights ao lado.

Para calcular a pontuação de engajamento de usuários, mensuramos as visitas por usuário, páginas lidas por visita, duração da visita e total de páginas lidas por usuário.

As fontes de tráfego mais relevantes para sua publicação são exibidas na aba Monetização de audiência. É importante garantir que você esteja interagindo com seus usuários de uma forma impactante e que gere lealdade em todas as plataformas que trazem a maioria dos seus usuários.



## Video

Uma novidade da plataforma do NCI é a ferramenta News Tagging Guide para insights de vídeo. Essa ferramenta permite transferir os dados do seu reprodutor de vídeo ao Google Analytics, para que você possa analisar como os segmentos da audiência estão interagindo com seus vídeos: vídeos iniciados, vídeos concluídos, tempo médio assistido e recirculação geral dos vídeos. Isso permitirá maximizar os vídeos iniciados e vídeos concluídos, os quais são pontos essenciais para expandir seus usuários, a lealdade e a receita de anunciantes.



Obrigado por seu interesse no Programa de Crescimento Digital da Iniciativa do Google Notícias. Para obter mais informações e recursos, acesse os links abaixo.

- [Ferramenta do News Consumer Insights](#)
- [Playbook do News Consumer Insights](#)
- [Guia "Ampliando o alcance e aprofundando o engajamento"](#)
- [Site do Programa de Crescimento Digital](#)
- [Programa de Crescimento Digital - Workshops](#)
- [Realtime Content Insights](#)
- [News Tagging Guide](#)