



Como a Visionnaire contribuiu para a melhoria do uso do GTM no portal da Gazeta do Povo com *Marketing Digital* técnico

CLIENTE

Gazeta do Povo

ÁREA

Mídia

PROBLEMA

A Gazeta do Povo, um dos maiores jornais do Brasil, não estava fazendo o melhor uso das ferramentas Google Analytics e Gerenciador de Tags do Google (Google Tag Manager ou GTM, em inglês). Consequentemente, elas se mostravam ineficientes para os objetivos de coleta e análise de dados da Gazeta do Povo.

SOLUÇÃO

A Visionnaire propôs e executou uma solução de consultoria que englobou várias atividades no intuito de capacitar a equipe da Gazeta do Povo e melhorar os trabalhos de *Marketing Digital*. O projeto envolveu o diagnóstico dos sites da Gazeta do Povo, a configuração adequada das ferramentas de monitoramento do comportamento de usuários, feita por um Analista de *Marketing Digital* Pleno, e ainda um treinamento para funcionários da Gazeta do Povo com as novas práticas aplicadas.

RESULTADOS

O novo plano de métricas, como parte da consultoria planejada e executada pela Visionnaire, resultou no alinhamento da equipe da Gazeta do Povo sobre os processos de coleta de dados. Além disso, as ferramentas foram adequadamente configuradas para a coleta de dados necessários.

Com o treinamento prestado pela Visionnaire, os colaboradores da Gazeta do Povo estão mais capacitados para futuros projetos. Consequentemente, a solução da Visionnaire deixa um legado positivo para a Gazeta do Povo.

TECNOLOGIA

Front-end: HTML5, CSS3, Java Script, Gerenciador de Tags do Google (Google Tag Manager, GTM) e integrações com vários sistemas de Digital do mercado.

Back-end: tecnologias já usadas na Gazeta do Povo (ChartBeat, Comscore, Cxense, El Agent, Facebook Pixel, Google Analytics Free, HotJar, LOGAN, MyMetrics, Navegg, Netdeal, Racoon, RD Station, Target Data, Tracker).

PROBLEMA DETALHADO

A Gazeta do Povo é um dos maiores jornais do Brasil, tendo uma versão impressa, entregue aos fins de semana na região de Curitiba, além de um portal acessível em todo o país para cadastrados (com limite de uma notícia por dia) e assinantes (com acesso ilimitado ao conteúdo local ou nacional, dependendo do plano de assinatura adquirido).

A fim de identificar padrões de comportamento dos leitores, o portal foi *tagueado*, quer dizer, foram adicionadas ferramentas aos códigos de certas páginas para monitoramento de métricas de acesso. Tais ferramentas seguem os padrões de utilização do Gerenciador de Tags do Google (Google Tag Manager ou GTM, em inglês).

O portal passou a ser mensurado como uma loja virtual, com matérias e planos de assinatura tratados da mesma maneira que produtos ofertados em um *e-commerce*. Isso tornou possível analisar quais matérias levaram um usuário a contratar um plano e qual plano foi contratado, apenas para citar um exemplo.

No entanto, as ferramentas de rastreamento e métrica não estavam configuradas de maneira adequada para o novo *layout* da área de assinaturas do jornal. Consequentemente, elas se mostravam ineficientes para os objetivos de coleta e análise de dados por parte da equipe técnica da Gazeta do Povo.

Importante salientar que, no período de 01/08/2018 a 31/10/2018, todos os cadastrados puderam usufruir de acesso ilimitado ao conteúdo da Gazeta do Povo por conta das eleições daquele ano. Após esse período, esses cadastrados foram considerados *leads* que deveriam ter sido convertidos em clientes. Portanto, era de extrema importância contar com ferramentas plenamente funcionais para entender o comportamentos desses *leads* no portal Gazeta do Povo.

SOLUÇÃO DETALHADA

A Visionnaire propôs e executou uma solução de consultoria que englobou várias atividades no intuito de capacitar a equipe da Gazeta do Povo para melhorar os trabalhos de *Marketing* Digital.

O trabalho de consultoria começou por um diagnóstico da situação dos sites da Gazeta do Povo naquele momento. Nessa primeira parte, foi conduzida uma análise das configurações do Google Analytics e do Gerenciador de Tags do Google. Foi feito, também, um alinhamento dos problemas encontrados nelas.

A partir disso, foi possível propor uma nova implementação das ferramentas, alinhada às necessidades de coleta e análise de dados para a Gazeta do Povo. Uma nova configuração destas ferramentas foi elaborada a partir de um plano de métricas e um mapa de *tags*. O plano foi alinhado, e sua implementação foi acompanhada pela Visionnaire junto ao time de tecnologia da Gazeta do Povo.

Com a nova configuração, tornou-se possível avaliar com eficiência dados como total de visitas, fontes de tráfego e dispositivo de acesso, o que contribuiu para sanar os problemas causados pelo mau uso das ferramentas.

A nova configuração também permitiu avaliar o comportamento dos visitantes nos sites e o engajamento com o conteúdo das páginas, além da obtenção de outros dados, como planos selecionados e assinaturas concretizadas.

Tais mudanças foram possíveis com o Data Layer, um objeto Java Script que pode fornecer diversas variáveis para o Gerenciador de Tags da Google. Os dados são usados para gerar os eventos e informações de coleta para as ferramentas de análise de tráfego.

Na etapa seguinte, foi executado um programa de treinamento para os profissionais de Tecnologia e *Marketing* da Gazeta do Povo, com o objetivo de capacitá-los a operar o Gerenciador de Tags do Google de maneira mais eficiente. O treinamento, de 12 horas de duração em quatro encontros de três horas cada, foi diferenciado para cada setor, em vista das diferentes demandas de cada área.

Houve ainda a alocação de um Analista de *Marketing* Digital Pleno com possibilidade de internalização, ou seja, a efetivação do profissional como parte do quadro de colaboradores da Gazeta do Povo.

O trabalho de consultoria envolveu o uso de técnicas de programação e APIs integradas, além da aplicação de conceitos de *Growth Hacking* aliados a SEO (Search Engine Optimization), SEM (Search Engine Marketing), SERP (Search Engine Results Page), GTM (Google Tag Manager), Web Analytics e AdWords.

Para conhecer mais Casos de Sucesso visite o site:
www.visionnaire.com.br/webp/casos-de-sucesso