

GOOGLE ANALYTICS STANDARD x GOOGLE ANALYTICS 360 SUITE

ITEM	GOOGLE ANALYTICS STANDARD	GOOGLE ANALYTICS 360	COMO PODE AJUDAR EM SEU NEGÓCIO?
Porte de Empresa	Pequenas e médias empresas e empreendedores individuais	Empresas grandes ou mais complexas que precisam de mais detalhes e precisão nos dados	
Integrações Nativas Disponíveis	AdWords, AdSense, Search Console (formerly Webmaster Tools), DoubleClick AdExchange, and Firebase	AdWords, AdSense, Search Console (formerly Webmaster Tools), DoubleClick AdExchange, Firebase, DoubleClick Bid Manager, DoubleClick Campaign Manager, DoubleClick for Publishers.	Para empresas que possuem uma conversão específica (vendas/leads cadastrados, etc), a versão do GAP disponibiliza um modelo de atribuição com orientação por dados. Ao invés de se basear em posição (last ou first), ou em regras que a própria empresa define (quando a empresa define os pesos da atribuição por histórico), a atribuição com orientação por dados usa dados reais do seu Analytics que são executados com algoritmos próprios do Google para gerar um modelo personalizado de atribuição do crédito das conversões.
Integrações Nativas de Remarketing Disponíveis	AdWords and the Google Display Network	AdWords, the Google Display Network, and DoubleClick Bid Manager	Para empresas que querem aparecer na rede display além da rede display de parceiros do Google. Entre suas vantagens estão a possibilidade de centralizar e unificar toda a contabilização de suas campanhas de display, capacidade mais granular de segmentação de audiência, usando tanto os seus próprios dados quanto o de empresas terceirizadas especializadas em data management.
Integração com Google BigQuery	Não	Sim	O Google BigQuery é um data warehouse que habilita SQL queries de forma rápida usando o poder de processamento da infraestrutura do Google. Para empresas que trabalham com grande volume de dados e precisam trabalhar com esses dados fora do analytics, com o GAP é possível uma integração com o Google Big Query, de forma a automatizar e facilitar esse processo.
Relatórios de Funil e Modelo de Atribuição	Básico	Avançado, com funil customizado e modelo	Para empresas que possuem uma conversão específica (vendas/leads cadastrados, etc), a versão do GAP disponibiliza um modelo de atribuição com orientação por dados. Ao invés de se basear em posição (last ou first), ou em regras que a própria empresa define (quando a empresa define os pesos da atribuição por histórico), a atribuição com orientação por dados usa dados reais do seu Analytics que são executados com algoritmos próprios do Google para gerar um modelo personalizado de atribuição do crédito das conversões.
Relatórios roll-up Cross-property	Não	Sim	Roll Up são formas de unificar duas ou mais propriedades dentro de uma mesma conta. Isso facilita caso haja a necessidade de agrupar propriedades, como no caso de um site com muitas categorias diferentes, ou uma empresa que tem mais de um domínio. Eles contam como apenas 1/2 hit, de uma forma que não impacta tão significativamente no total de server calls consumidos pelo cliente.
Número de vistas de Propriedade (Web)	Mais de 200	Mais de 400	As vistas de propriedade são utilizadas para ver apenas um subconjunto de dados nos seus relatórios, funcionando com filtros. Um exemplo é que uma empresa pode filtrar todo o tráfego interno em uma vista de propriedade, e ter apenas as visões de tráfego e comportamento do consumidor para aquele filtro específico. Além disso, é possível configurar Metas, Segmentos e Alertas específicos para cada vista individual. Também é possível restringir o acesso do usuário a vistas específicas da propriedade. Assim, é possível controlar quem vê quais dados.
Quantidade de Dimensões e Métricas Personalizadas por propriedade	20	200	O Google Analytics standard possui em seu acervo métricas e dimensões padrão, mas existem empresas que possuem necessidades específicas de coleta de dados. Existem necessidades, por exemplo, de coletar categorias de site, subcategorias específicas (como no caso de um portal de notícias, ou de um e-commerce que possui categorias de produtos, por exemplo).
Atualização dos dados	Sem garantia (média de 24 horas)	Garantia por SLA de 4 horas (normalmente mais rápida)	Para empresas que têm a necessidade de acompanhamento em tempo real - Portais de Notícias, E-commerces de grande tráfego etc, é necessário ter todos os dados disponíveis em tempo real (ou com uma garantia máxima de 4 horas). Para empresas com sites institucionais e estáticos, que não necessitam de análises em tempo real e não baseiam suas decisões de negócio diariamente por indicadores do site em tempo real, é possível trabalhar com 24 horas de delay.
Acesso para dados brutos			Caso a empresa tenha uma ferramenta que permita trabalhar com grandes bases de dados, é possível no Google Analytics 360 exportar os dados brutos do analytics, de forma a trabalhar com esses dados todos e de forma completa em qualquer ferramenta estatística/SQL/base de dados.
Volume máximo de hits (pageviews, eventos, transações, etc) por mês	10 milhões	1 Bilhão ou mais	Primeiramente, Hits são quaisquer informações que são enviadas pelo site para a plataforma. Podem ser page views, transações, eventos etc. Um site que não excede 10 milhões de hits por mês pode ser atendido pelo Google Analytics Standard nesse quesito. Já se o site excede 10 milhões de hits por mês, o Google Analytics Standard começa a analisar os dados por amostragem.
Limite de Amostragem (máximo cruzamento de registros para relatórios não-amostrais)	500.000 linhas	100 milhões de linhas	
Colunas para exportação	500 (500 visíveis na interface do usuário)	2 milhões (50.000 visíveis na interface do usuário)	Para qualquer exportação de dados em uma empresa que possui grande volume de dados e muitas variáveis, o GAP permite uma exportação bem mais completa.
Suporte à Implementação	Não	Sim	
Gestor de conta	Não	Sim	
Suporte técnico contínuo	Não	Sim	
Treinamento do Produto	Não	Sim	
Centro de ajuda do Google (self-service)	Não	Sim	
Disponibilidade dos Relatórios	Sem garantias	99% UPTIME	
Coleta dos dados	Sem garantias	99% UPTIME	
Tempo de Processamento	Sem garantias, com prazos estimados de até 24h	Até 4 horas, 98% do tempo	

SOBRE NÓS

Desde 2005, AUNICA é Líder em Soluções de Marketing Digital no Brasil, especializada em Gestão e Performance de Mídia e Programático, Data-Analytics, Consultoria de Negócios e gestão digital para negócios tradicionais e e-commerce. Entregamos resultados através de estratégias, tecnologias globais, inovação e nosso comprovado expertise pelos maiores players do mercado. Nossos clientes são grandes anunciantes, e-commerces, veículos e grupos de mídia e comunicação. Nossa equipe é altamente especializada e já estruturou e entregou Estratégias, Implantações e Execuções de Mídia Programática, Mídia de Performance, Analytics, Web-Analytics, Governança Digital, Business Intelligence, Desenvolvimento de Dashboards, ROI Digital, Adobe Marketing Cloud, Google Analytics, Google Analytics Premium, Google DBM, DSP's, SSP's, Anamatrix, Cliqview, Datorama, Domo, Adform entre outros.

ENTRE EM CONTATO COM UM DE NOSSOS ESPECIALISTAS!



site@aunica.com



(11) 3123-5333



www.aunica.com