

VÍDEO QUATRO

Analisar resultados e ajustar a rota; bônus track: GA4



[Agence Olloweb/Unsplash](#)

Passo a passo para colocar em prática

1. OTIMIZAR O FLUXO ATUAL


2. OTIMIZAR A ENTREGA (release)

3. MEDIR

Qual a nossa métrica de sucesso?

4. APRENDER E AJUSTAR A ROTA

Tenho um processo para acompanhar métricas, tirar insights e compartilhá-los com o time?



O que não é
medido não pode
ser melhorado

NORTH STAR METRIC (NSM)

Termo cunhado por Sean Ellis, pai do growth hacking, para determinar a métrica que mais bem representa valor que o produto entrega para os usuários. Tem três características principais: está relacionada com faturamento, gera valor para o cliente final e mede o progresso.

Exemplos são noites reservadas para o Airbnb ou minutos ouvidos de música para o Spotify.

What is a North Star Metric?, Sean Ellis

Dicas para definir a NSM

- **GERA VALOR.** Deve ser o que de melhor entregamos ao nosso usuário;
- **REPRESENTA A VISÃO.** Deve estar ligada à visão e à estratégia do produto;
- **É UM INDICADOR DE SUCESSO.** Prevê resultados futuros;
- **É ACIONÁVEL.** É possível tomar medidas para influenciá-la;
- **É COMPREENSÍVEL.** Tem linguagem clara e objetiva; não deixa dúvidas para nenhuma área da organização;
- **É MENSURÁVEL.** Deve ser possível acompanhá-la.

Veja mais em ['Como definir uma North Star Metric na sua empresa?',](#) do blog da PM3

Defini a NSM, e agora?

1. DÊ VISIBILIDADE

Se possível, construa um dashboard em que você (e qualquer um da sua organização) possa acompanhá-la em tempo real

2. ANALISE E TIRE INSIGHTS

Defina uma periodicidade para que você se debruce sobre esse dado, avalie sua performance e defina ações para impulsioná-lo ainda mais

3. FAÇA A INFO CIRCULAR

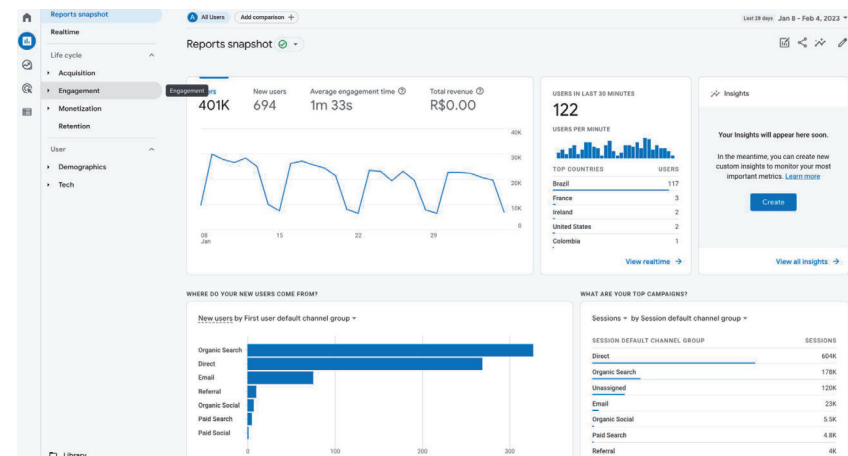
Compartilhe regularmente insights e próximos passos com as demais pessoas da sua organização. A NSM deve ser importante para todos

Para aprender técnicas de ajuste de rota, assista ao [Módulo 4 do curso Estratégias de Produto](#).

Bônus track: GA4, o início de uma era (e o fim de outra)

Em 1º de julho de 2023, o GA Universal vai deixar de existir depois de 15 anos. No lugar, passaremos a usar o GA4.

O GA4 se propõe a apresentar métricas melhores sobre a jornada do usuário, a partir de IA (e não mais por cookies) numa adequação às políticas de privacidade de dados.



Se sua organização não está usando o GA4, **migre o quanto antes**. O GA4 apresenta diferenças relevantes e você vai precisar entender os novos cenários e se adaptar.

Bônus track: GA4, o início de uma era (e o fim de outra)

1. MUDE PARA O GA4. Se você tem vários sites, vai precisar primeiro pensar na estrutura da sua conta. O GA4 permite entender a jornada do usuário nos seus diferentes sites e apps;

2. COMECE A COLETAR DADOS. Quanto antes você migrar, mais dados históricos você vai ter no GA4. Você pode ficar com as duas versões configurada ao mesmo tempo para comparar e aprender a usar;

3. ENTENDA AS DIFERENÇAS. O GA4 coleta métricas de uma forma diferente (por eventos, não por sessão), muda conceitos (usuários, visualização de página, sessão), a forma de apresentar; cria métricas e aposenta outras;

4. GERE RELATÓRIOS. Entenda seus objetivos de negócio e gere relatórios que ajude a acompanhá-los. Uma das novidades do GA4 são métricas preditivas.