



SFTL - Google Analytics v4

Principais indicadores por usuários

Sumário

Análise do período	3
Overview	6
Google Analytics v4: Gráfico de métricas	8
Google Analytics v4: Principais canais de tráfego por usuário	8
Google Analytics v4: Visitantes novos x recorrentes	8
Google Analytics v4: Principais exibições de página	8
Google Analytics v4: Conversões e eventos	10
Key Events	11
Audience Insights	12
Relatórios adicionais GA4	13
Análise do período	14
1. Resumo geral	14
2. Pontos fortes	15
3. Pontos fracos	15
4. Recomendações	16
LEITURA FINAL	18
Análise do período	18
1. Resumo geral	19
2. Pontos fortes	20
3. Pontos fracos	20
4. Recomendações	22
LEITURA FINAL	24

Análise do período

Resumo geral

Houve queda consistente de tráfego e engajamento no período, afetando sessões, usuários e eventos de conversão.

A queda não está concentrada em um canal específico. É estrutural.

Impacto principal:

- menos entrada de usuários
- menor profundidade de interação
- queda forte em eventos de topo e meio de funil

O dado crítico: não é só tráfego. É **perda de comportamento ativo**.

Pontos fortes

1. Crescimento em páginas específicas (conteúdo certo ainda performa)

Algumas páginas tiveram crescimento expressivo de acesso e engajamento.

Isso indica que:

- existe fit de conteúdo
- o problema não é o tema, é distribuição e continuidade

2. Aumento de eventos de saída por país

Eventos como:

- click saída México
- click saída LATAM

cresceram de forma relevante.

Leitura:

- usuários que entram ainda têm intenção
- o funil final continua funcionando quando há tráfego

3. Orgânico manteve participação e relevância

Mesmo com queda geral, o canal orgânico não colapsou.

Isso mostra:

- base de SEO ainda sustentando o projeto
- potencial de recuperação rápida com ajustes

Pontos fracos

1. Queda generalizada de tráfego

- sessões ↓
- usuários ↓
- novos usuários ↓

Leitura:

- perda de aquisição
- possível redução de distribuição externa (email, social, mídia)

2. Colapso de eventos comportamentais

Quedas relevantes em:

- scroll
- engajamento
- cliques
- vídeo
- início de formulário

Leitura:

- usuários menos interessados
- ou chegando menos qualificados

3. Dependência alta de tráfego direto

Direto continua dominante e caiu.

Problema:

- baixa previsibilidade
- indica falta de canais estruturados de aquisição

4. Queda forte em páginas chave do funil

Várias páginas estratégicas tiveram queda expressiva de sessões e engajamento.

Leitura:

- perda de continuidade de consumo
- possível saturação ou abandono de conteúdo

5. Queda relevante em cidades LATAM importantes

Exemplos:

- Mexico City
- Buenos Aires
- Santiago
- Salta

Impacto:

- perda regional relevante
- afeta diretamente o objetivo LATAM

Recomendações

Geral1. Reativar aquisição ativa

- retomar email com consistência
- campanhas de redistribuição de conteúdo
- reforço em social

Sem isso, SEO sozinho não sustenta crescimento.

2. Escalar conteúdos que performaram

- identificar páginas que cresceram
- replicar formato, tema e estrutura

Foco em:

- cursos
- módulos educativos

3. Ajustar funil de engajamento

Queda em scroll e vídeo indica:

- conteúdo longo sem retenção
- falta de estímulo de continuidade

Ações:

- inserir CTAs intermediários
- dividir conteúdo em blocos menores
- reforçar navegação interna

4. Reduzir dependência de tráfego direto

- estruturar melhor UTM

- ativar canais identificáveis (email, social, mídia)

Objetivo:

- controle real da origem

Por país **México, Argentina, Chile**

- reforçar distribuição local
- revisar conteúdos em espanhol com queda
- criar novas entradas no topo do funil

Brasil

- estabilidade relativa, mas sem crescimento
- oportunidade de expansão via conteúdo novo

Cidades em queda

- revisar conteúdos que performavam nelas
- analisar origem perdida (campanhas ou SEO)

Síntese

O projeto não perdeu relevância.

Perdeu distribuição e volume.

Quando o usuário chega, ainda engaja.

Mas menos usuários estão chegando e consumindo menos.

Prioridade:

1. recuperar aquisição
2. reforçar conteúdo que funciona
3. ajustar experiência para manter engajamento

Overview

Sessões

7,22 mil ↓ 28,2%

Total de usuários

3,99 mil ↓ 18%

Novos usuários

3,08 mil ↓ 16%

Eventos de conversão

6,71 mil ↓27,4%

Taxa de eventos de conve...

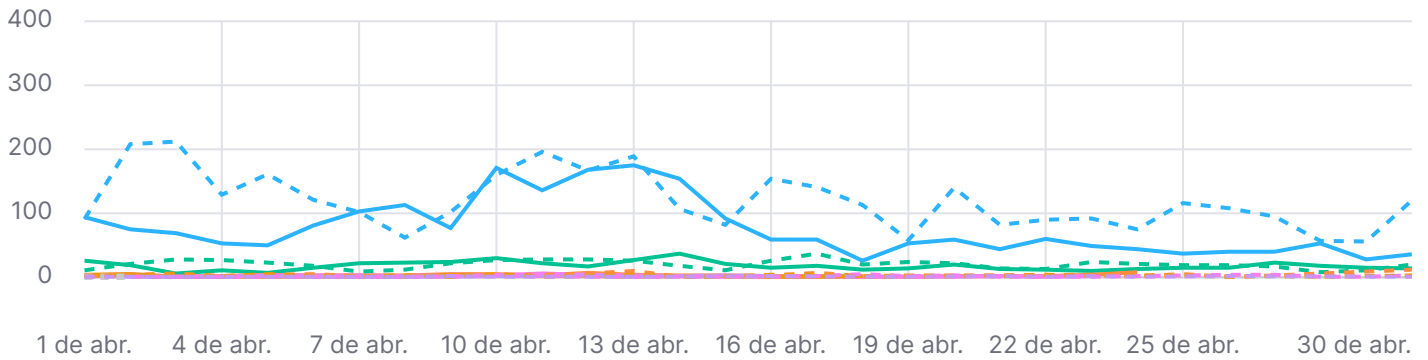
49,1% ↓6,4%

Taxa de rejeição

30,3% ↓2,3%

Usuários: Origem / Mídia

Período: 1–30 de abr. de 2026 | Comparar com: 1–31 de mar. de 2026 | Propriedade: Solve for Tomorrow Latam | Saída: Toc

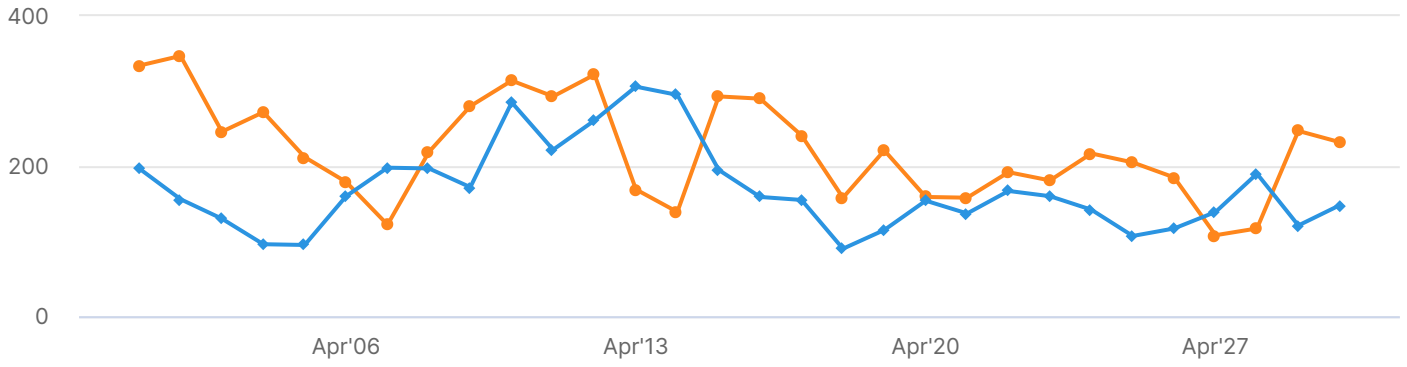


● (direct) / (none) ● google / organic ● (not set) / mailchimp ● chatgpt.com / (not set) ● mailchi.mp / referral
● bing / organic

— 1 de abr. - 30, 2026 --- 1 de mar. - 31, 2026

Google Analytics v4: Gráfico de métricas

Conta: Solve for Tomorrow Latam | Canal de tráfego: Todos | Filtro: Todos os usuários

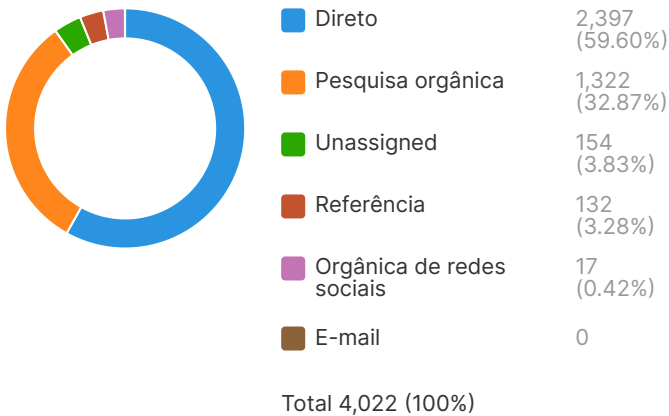


01 Abr - 30 Abr, 2026: ● Usuários
02 Mar - 31 Mar, 2026: ● Usuários

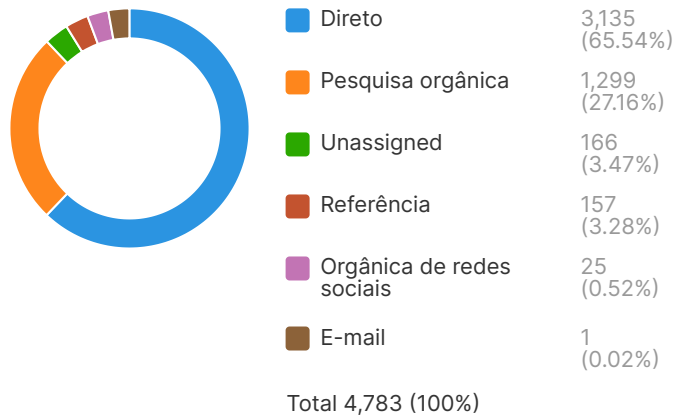
Google Analytics v4: Principais canais de tráfego por usuário

Conta: Solve for Tomorrow Latam | Filtro: All Users

01 Abr - 30 Abr, 2026



02 Mar - 31 Mar, 2026



Google Analytics v4: Visitantes novos x recorrentes

Conta: Solve for Tomorrow Latam | Canal de tráfego: All

01 Abr - 30 Abr, 2026



02 Mar - 31 Mar, 2026



Google Analytics v4: Principais exibições de página

Conta: Solve for Tomorrow Latam | Canal de tráfego: Todos

No.	Page	Exibições de página ▼	Tempo médio na página	Sessões	Sessões engajadas
1	/es/curso-aprendizaje-basado-en-proyectos/				

No.	Page	Exibições de página ▼	Tempo médio na página	Sessões	Sessões engajadas
	01 Abr - 30 Abr, 2026	2,461 (16.16%)	00:49	1,355 (18.77%)	1,225 (24.33%)
	01 Mar - 31 Mar, 2026	1,526 (7.84%)	00:46	967 (9.62%)	862 (12.42%)
	% Change	+61.27%	+6.36%	+40.12%	+42.11%
2	/es/modulo-curso/ideacion-y-creacion-de-prototipos/				
	01 Abr - 30 Abr, 2026	466 (3.06%)	03:05	410 (5.68%)	358 (7.11%)
	01 Mar - 31 Mar, 2026	2,087 (10.72%)	03:27	1,545 (15.37%)	1,326 (19.11%)
	% Change	-77.67%	-10.57%	-73.46%	-73.00%
3	/es/modulo-curso/prueba-y-presentacion-de-ideas/				
	01 Abr - 30 Abr, 2026	682 (4.48%)	02:45	545 (7.55%)	485 (9.63%)
	01 Mar - 31 Mar, 2026	1,664 (8.54%)	02:44	1,053 (10.47%)	924 (13.32%)
	% Change	-59.01%	+0.61%	-48.24%	-47.51%
4	/es/modulo-curso/empatia-y-definicion-observar-escuchar-y-comprender-los-desafios/				
	01 Abr - 30 Abr, 2026	608 (3.99%)	01:59	548 (7.59%)	433 (8.60%)
	01 Mar - 31 Mar, 2026	1,619 (8.31%)	02:11	1,223 (12.16%)	922 (13.29%)
	% Change	-62.45%	-8.71%	-55.19%	-53.04%
5	/es/modulo-curso/retroalimentacion-y-balance-del-aprendizaje/				
	01 Abr - 30 Abr, 2026	1,168 (7.67%)	02:59	995 (13.78%)	838 (16.65%)
	01 Mar - 31 Mar, 2026	223 (1.15%)	02:47	148 (1.47%)	135 (1.95%)
	% Change	+423.77%	+7.54%	+572.30%	+520.74%
6	/es/modulo-curso/introduccion-al-pbl-y-evaluacion-continua-de-proyectos/				
	01 Abr - 30 Abr, 2026	849 (5.57%)	02:03	697 (9.66%)	578 (11.48%)
	01 Mar - 31 Mar, 2026	1,116 (5.73%)	03:06	853 (8.48%)	672 (9.68%)
	% Change	-23.92%	-33.83%	-18.29%	-13.99%
7	/modulo-curso/empatia-e-definicao-observe-escute-e-compreenda-desafios/				
	01 Abr - 30 Abr, 2026	291 (1.91%)	02:30	232 (3.21%)	205 (4.07%)
	01 Mar - 31 Mar, 2026	904 (4.64%)	02:03	623 (6.20%)	509 (7.34%)
	% Change	-67.81%	+22.47%	-62.76%	-59.72%
8	/modulo-curso/ideacao-e-prototipo/				
	01 Abr - 30 Abr, 2026	218 (1.43%)	03:14	158 (2.19%)	137 (2.72%)
	01 Mar - 31 Mar, 2026	738 (3.79%)	02:14	537 (5.34%)	453 (6.53%)

No.	Page	Exibições de página ▼	Tempo médio na página	Sessões	Sessões engajadas
	% Change	-70.46%	+44.68%	-70.58%	-69.76%
9	/curso-aprendizagem-baseada-em-projetos/				
	01 Abr - 30 Abr, 2026	723 (4.75%)	00:40	449 (6.22%)	361 (7.17%)
	01 Mar - 31 Mar, 2026	678 (3.48%)	00:37	480 (4.77%)	395 (5.69%)
	% Change	+6.64%	+8.95%	-6.46%	-8.61%
10	/modulo-curso/introducao-ao-pbl-e-avaliacao-continua-de-projetos/				
	01 Abr - 30 Abr, 2026	392 (2.57%)	02:18	307 (4.25%)	246 (4.89%)
	01 Mar - 31 Mar, 2026	621 (3.19%)	01:35	530 (5.27%)	411 (5.92%)
	% Change	-36.88%	+45.55%	-42.08%	-40.15%

Google Analytics v4: Conversões e eventos

Conta: Solve for Tomorrow Latam | Canal de tráfego: All | Filtro: All Users | Período: 01 Abr - 30 Abr, 2026

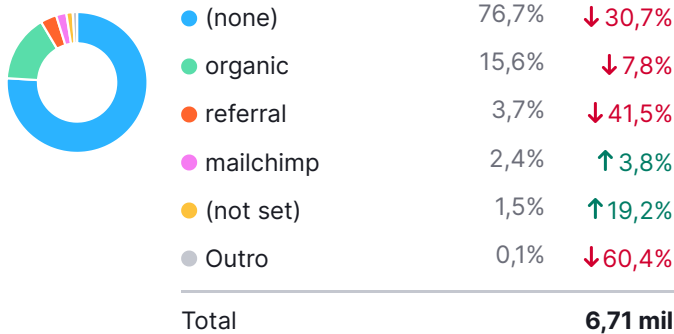
No.	Name	Conversion (01 Abr - 30 Abr, 2026)	Conversion (01 Mar - 31 Mar, 2026)	Change, %
1	sftl_rolagem	31,408	42,254	-29.45%
2	page_view	15,231	19,474	-24.45%
3	rolagem_25	11,019	14,630	-28.16%
4	user_engagement	9,118	10,506	-14.15%
5	rolagem_50	8,908	12,138	-30.69%
6	session_start	7,138	9,654	-29.97%
7	rolagem_75	6,711	9,248	-31.79%
8	click	5,258	7,345	-33.12%
9	rolagem_90	4,767	6,234	-26.67%
10	scroll	4,204	5,587	-28.25%
11	first_visit	3,081	3,668	-17.40%
12	video_progress	2,895	6,757	-80.02%
13	form_start	1,482	2,817	-62.11%
14	video_start	1,268	2,399	-61.69%
15	video_complete	682	1,531	-76.73%
16	file_download	453	418	+8.04%
17	click_saida_latin	54	29	+60.24%
18	click_saida_brasil	37	15	+84.62%

No.	Name	Conversion (01 Abr - 30 Abr, 2026)	Conversion (01 Mar - 31 Mar, 2026)	Change, %
19	view_search_results	31	37	-17.65%
20	form_submit	27	39	-36.36%
21	click_saida_argentina_uruguai_paraguai	20	27	-29.79%
22	click_saida_chile	20	8	+85.71%
23	click_saida_mexico	17	7	+83.33%
24	click_saida_colombia	16	15	+6.45%
25	click_saida_peru	11	6	+58.82%
26	click_saida_bolivia	2	7	-111.11%

Key Events

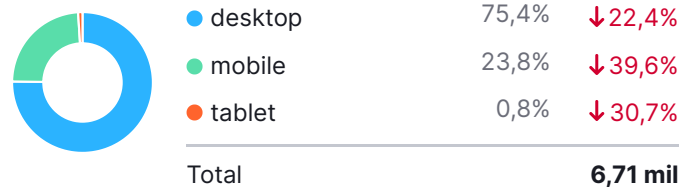
Eventos de conversão: Mídia

Período: 1–30 de abr. de 2026 | Comparar com: 1–31 de mar. de 2026



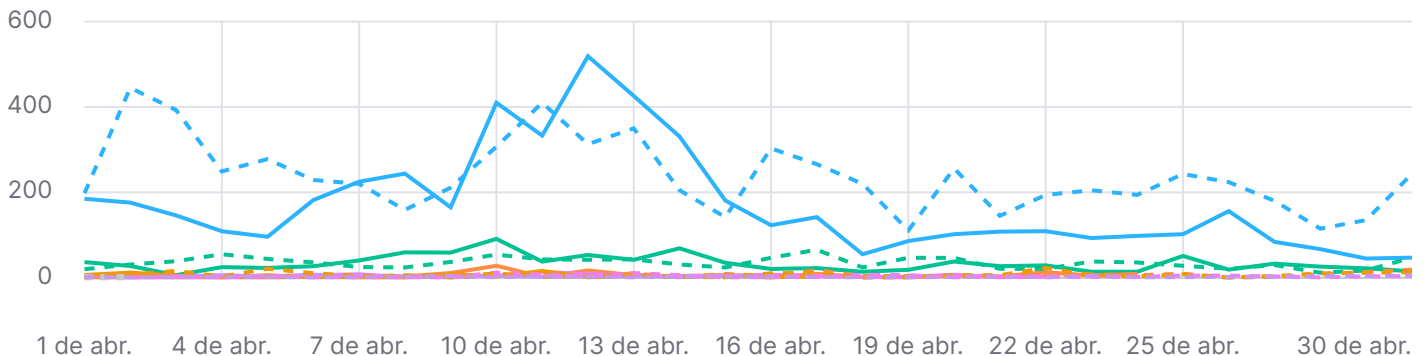
Eventos de conversão: Categoria do disp...

Período: 1–30 de abr. de 2026 | Comparar com: 1–31 de mar. de 2026



Eventos de conversão: Origem / Mídia

Período: 1–30 de abr. de 2026 | Comparar com: 1–31 de mar. de 2026 | Propriedade: Solve for Tomorrow Latam | Saída: Toc

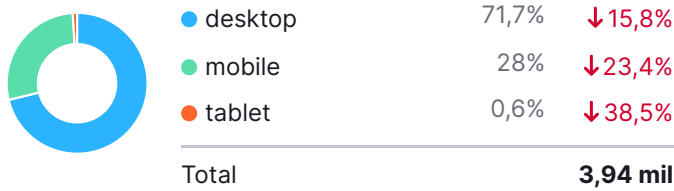


● (direct) / (none) ● google / organic ● (not set) / mailchimp ● chatgpt.com / (not set) ● mailchi.mp / referral
● bing / organic
— 1 de abr. - 30, 2026 --- 1 de mar. - 31, 2026

Audience Insights

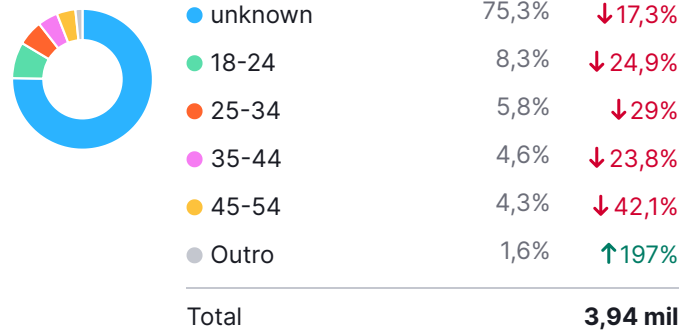
Usuários: Categoria do dispositivo

Período: 1-30 de abr. de 2026 | Comparar com: 1-31 de mar. de 2026



Usuários: Idade

Período: 1-30 de abr. de 2026 | Comparar com: 1-31 de mar. de 2026



Métricas: Cidade

Período: 1-30 de abr. de 2026 | Comparar com: 1-31 de mar. de 2026 | Propriedade: Solve for Tomorrow Latam | Saída: Toc

City	Key Events	Views	Sessions	Total Users
(not set)	1,15 mil ↓34,5%	2,48 mil ↓30,7%	1,31 mil ↓27,3%	862 ↓15,1%
Salta	527 ↓33,9%	1,08 mil ↓28,5%	402 ↓39%	144 ↓34,8%
Mexico City	342 ↓38%	693 ↓39,2%	278 ↓45,3%	147 ↓25,8%
Sao Paulo	250 ↓34,6%	652 ↓24,4%	304 ↓31,2%	144 ↓25%
Merida	234 ↓37,6%	435 ↓39,4%	181 ↓39,7%	84 ↓40,4%
Buenos Aires	197 ↓24,5%	461 ↓20,1%	178 ↓29,1%	91 ↓33,6%
Chicago	160 ↑150%	177 ↑181%	171 ↑167,2%	171 ↑167,2%
Santiago	131 ↓35,1%	409 ↓15%	202 ↓1%	92 ↑2,2%
Panama City	118 ↓19,2%	233 ↓14,3%	101 ↓21,1%	56 ↓6,7%

City	Key Events	Views	Sessions	Total Users
Belo Horizonte	117 ↑85,7%	222 ↑89,7%	75 ↑2,7%	33 ↑22,2%
Bogota	113 ↓11%	279 ↓10,9%	123 ↓25%	62 ↓44,1%
New York	94 ↓53,5%	102 ↓51%	100 ↓51,2%	100 ↓51,2%
Santo Domingo	94 ↓37,3%	167 ↓41,4%	70 ↓50%	39 ↓47,3%
San Luis Potosi	88 ↑25,7%	137 ↑6,2%	45 ↑7,1%	15 ↑15,4%
Singapore	88 ↑57,1%	294 ↑48,5%	293 ↑24,7%	293 ↑25,2%
Manaus	78 ↑77,3%	183 ↑98,9%	35 ↑2,9%	17 0%
Belem	70 ↓14,6%	378 ↓28,3%	53 ↓46,5%	14 ↑7,7%
Rio de Janeiro	51 ↓42%	123 ↓35,6%	56 ↓44%	30 ↓31,8%
Medellin	48 ↑108,7%	106 ↑100%	33 ↑10%	16 0%
Brasilia	46 ↑9,5%	120 ↑36,4%	47 ↓11,3%	19 ↓20,8%
Naucalpan de Juarez	43 ↓34,8%	90 ↓17,4%	27 ↓52,6%	8 ↓27,3%
Asuncion	42 ↓16%	75 ↓20,2%	30 ↓14,3%	13 ↓35%
Porto Alegre	39 ↓55,2%	59 ↓67%	26 ↓63,4%	16 ↓46,7%
Santiago De Los Caballeros	38 ↑26,7%	99 ↑147,5%	15 ↓31,8%	11 0%
Valladolid	38 ↑31%	66 ↑43,5%	21 ↑5%	9 ↓10%

Relatórios adicionais GA4

Tempo médio geral engajamento:

<https://analytics.google.com/analytics/web/#/analysis/a303136487p428259976/edit/iM5v70WAQGOWid9Rj7qNkw>

Análise do período

1. Resumo geral

- **o que mudou** Tempo médio geral subiu levemente: **2min19s → 2min12s (+5,11%)**
- Porém, existe **alta volatilidade por país e páginas**
- Alguns países com quedas extremas:
 - Nigéria: **-74,87%**
 - Cabo Verde: **-95,41%**
- Casos extremos de páginas com:
 - **tempo inflado (horas/minutos irreais)**
 - ou **queda para 0s**

por que mudou O dado não está homogêneo. Existem 3 fenômenos claros:

4. Ruído de tracking / sessões anômalas

- Exemplo: página com **8h50min de engajamento no Brasil**
- Isso não é comportamento real → indica sessão travada ou erro de medição

5. Queda de qualidade em alguns países

- Nigéria e Cabo Verde tinham tempos altos e despencaram
- Indica perda de tráfego qualificado ou mudança na origem

6. Entrada de tráfego novo com menor profundidade (principalmente /en/)

- Tempo médio EN: **34s (-8,69%)**
- Indica tráfego mais superficial
- **impacto no projeto** O leve crescimento geral é **enganoso**
- A qualidade do tráfego está:
 - **instável**

- **mal distribuída por país**
- **contaminada por outliers**

Isso compromete:

- leitura real de engajamento
- decisões de conteúdo
- comparação com baseline (1min10s médio histórico ainda está ok, mas com distorção)

2. Pontos fortes

- **gerais** Tempo médio ainda está **acima do baseline histórico**
- Conteúdos educacionais continuam gerando sessões longas (quando válidas)
- **por país** **Argentina estável e saudável**
- ~3min19s vs 3min12s (+4,04%)
- Indicador de consistência real de consumo
- Alguns conteúdos ES com alto tempo (20min+)
- indicam **conteúdo profundo e relevante**
- especialmente em páginas educacionais / prática

3. Pontos fracos

- **gerais** **1. Dado contaminado por outliers graves** 8h50min de engajamento → invalida média
- páginas com 0s após terem 10min+ no mês anterior

Isso quebra:

- análise de qualidade
- leitura de evolução
- **2. Queda abrupta em países fora do core LATAM** Nigéria e Cabo Verde não são foco do projeto
- tinham alto engajamento e perderam quase tudo

Interpretação:

- tráfego anterior provavelmente não qualificado ou acidental
- **3. Baixo engajamento na versão EN34 segundos médio**
- muito abaixo de ES e PT

Indica:

- conteúdo não alinhado com intenção
- ou tráfego frio entrando via descoberta superficial

4. Instabilidade por página Exemplos críticos:

- página que foi de:
- **12min → 0s**
- outra de:
- **0s → 11min+**

Isso não é comportamento real, é:

- mudança de volume pequeno
- ou tracking inconsistente
- **por país México** queda relevante:
- **3min41s → 2min45s (-25,19%)**

Indica:

- perda de profundidade
- possível mudança na origem do tráfego
- **EN (global)** queda geral + alta instabilidade
- tráfego não consolidado

4. Recomendações

prioridade alta (crítico)

- **1. Limpar leitura de engajamento (fundamental)** excluir outliers extremos:
- sessões > 30min
- sessões = 0 com volume relevante
- criar visão paralela:
- mediana ou percentil (P50 / P75)

Impacto:

- devolve confiabilidade ao dado

2. Validar tracking de engajamento no GA4 Verificar:

- eventos de user_engagement
- session timeout
- páginas que ficam abertas em background

Possível causa:

- sessões abertas sem interação ativa

prioridade média

3. Separar análise por idioma (obrigatório agora) Criar leitura isolada:

- /es/ → conteúdo principal (core)
- /pt/ → apoio
- /en/ → expansão (baixa maturidade)

Hoje tudo misturado mascara problema do EN

4. Revisar estratégia para EN Problema claro:

- tráfego existe, mas não engaja

Ações:

- revisar conteúdo (mais direto, menos institucional)
- ajustar SEO para intenção informacional
- avaliar origem (Search vs Referral vs Social)

5. Focar em países core LATAM Priorizar análise e decisões em:

- México
- Argentina
- Chile
- Brasil

E reduzir peso analítico de:

- países fora do target (ex: Nigéria)

prioridade baixa (oportunidade)

6. Replicar padrões de páginas com alto engajamento ES Páginas com 20min+ indicam:

- conteúdo educacional forte
- potencial de cluster

Ação:

- expandir temas similares
- criar interlinking entre módulos

LEITURA FINAL

O dado de engajamento deste mês não piorou estruturalmente, mas:

- está **estatisticamente distorcido**
- mostra **instabilidade por país**
- revela um problema claro na **versão EN**

Se não ajustar agora, você corre risco de:

- tomar decisão com base em dado errado
- mascarar queda real de qualidade

Países com mais páginas lidas:

https://analytics.google.com/analytics/web/#/a303136487p428259976/reports/explorer?params=_u..nav%3Dmaui%26_u.comparisonOption%3Ddisabled%26_u.date00%3D20260301%26_u.date01%3D20260331%26_r.explorerCard..rowsPerPage%3D100&r=8455508979&ruid=63CE0862-6E99-4FC2-B1EA-2FCA6DBB2670&collectionId=8455506105

- Filtrar para ver uma página ou país específico...

Q | Pesquisar...

País ▾

Caminho da pági...classe da tela ▾ ×

Análise do período

1. Resumo geral

- **o que mudou**O tráfego continua concentrado nos países core:
- Brasil, México, Argentina, Colômbia, Peru
- As páginas mais acessadas seguem sendo:
- **curso PBL**
- **módulos educacionais**
- Tempo médio por usuário ativo: **4min13s**
- Porém:
- há **grande dispersão de engajamento por página**
- existem várias páginas com **0s ou <30s mesmo com volume**

por que mudouAqui fica claro o padrão que o relatório anterior já indicava:

- **1. Tráfego distribuído, mas qualidade inconsistente**Páginas principais performam bem
- Long tail (centenas de URLs) tem:
- baixo tempo
- baixa profundidade

2. Conteúdo educacional continua sendo o motorTop páginas são:

- /curso-aprendizaje-basado-en-proyectos/
- /modulo-curso/...

Isso confirma:

- SEO está puxando via conteúdo estruturado

3. Existe muito tráfego superficial entrandoExemplos claros:

- páginas com:
- 30s
- 10s
- até 0s com sessões

Isso não é erro isolado, é padrão de entrada

- **impacto no projeto**O projeto está **crescendo em cobertura de conteúdo**
- Mas não está mantendo **qualidade homogênea de engajamento**

Na prática:

- topo do funil funciona muito bem
- meio e fundo estão inconsistentes

Isso impacta:

- retenção
- profundidade de navegação
- valor educacional real consumido

2. Pontos fortes

- **gerais**1. **Estrutura de conteúdo está correta (isso é importante)**PBL + módulos dominam tráfego
- Isso é exatamente o esperado para SEO educacional
- **2. Distribuição geográfica saudável**LATAM bem representada:
 - México
 - Argentina
 - Brasil
 - Colômbia
 - Peru

Sem dependência de um único país

- **por país****México e Argentina**Forte presença nas principais páginas
- Alta participação no core do projeto
- **Brasil**Grande volume + diversidade de páginas
- Inclui:
 - módulos
 - blog
 - práticas
 - verbetes

3. Pontos fracos

gerais1. Long tail com baixo engajamento (principal problema estrutural)O relatório mostra claramente:

- centenas de páginas com:
- < 1 min
- < 30s
- até 0s

Isso indica:

- conteúdo indexa (SEO ok)
- mas não segura o usuário

2. Tráfego que não navegaMétrica crítica:

- média de **3,87 visualizações por usuário**

Mas isso está inflado por páginas boas

Na prática:

- muitas sessões são:
- 1 página
- saída rápida

3. Páginas com comportamento inconsistenteExemplos do relatório:

- páginas com:
- 7min+
- ao lado de páginas com 20s

Sem padrão claro por tipo

Isso indica:

- falta de padronização de UX/conteúdo

4. Conteúdo de blog e práticas menos eficiente que módulosPadrão observado:

- módulos → alto engajamento
- práticas/blog → variam muito

Ou seja:

- conteúdo educacional estruturado funciona
- conteúdo editorial não tem consistência
- **por país Colômbia e Peru** aparecem com volume relevante

- mas menor profundidade média

Indício:

- consumo mais superficial
- **Tráfego fora do core (EUA, Singapura, etc.)** aparece no relatório
- baixa relevância estratégica

Ruído analítico

4. Recomendações

prioridade alta

1. Tratar o long tail (principal ação do projeto hoje) Criar regra clara:

- páginas com:
- < 1min
- volume

Devem ser:

- otimizadas (UX + conteúdo)
- ou consolidadas (evitar dispersão)

Ação prática:

- clusterizar conteúdos similares
- interlink forte para módulos

2. Criar padrão de retenção de conteúdo Replicar o que funciona nos módulos:

- introdução clara
- progressão de conteúdo
- leitura guiada

Aplicar em:

- blog
- práticas
- verbetes

3. Forçar navegação interna Hoje o problema não é entrada, é continuidade

Implementar:

- links contextuais dentro do conteúdo
- “próximo módulo”
- “conteúdos relacionados”

Objetivo:

- aumentar páginas por sessão de forma real

prioridade média

4. Separar conteúdo por intençãoHoje mistura:

- conteúdo educacional profundo
- conteúdo informativo leve

Ação:

- criar diferenciação clara:
- guias completos
- conteúdos rápidos

5. Revisar páginas com 0s ou <30sEssas páginas são:

- erro de tracking
- ou conteúdo irrelevante

Auditar:

- top 50 com pior engajamento

6. Priorizar países core nas otimizaçõesFoco em:

- México
- Argentina
- Brasil

Ajustar conteúdo baseado nesses mercados

prioridade baixa

7. Limpar análise de países irrelevantesRemover do foco:

- tráfego fora da LATAM

Usar apenas como secundário

LEITURA FINAL

Agora fica claro o cenário completo:

- SEO está funcionando muito bem (traz tráfego qualificado para páginas certas)
- Conteúdo core (módulos/PBL) está forte
- O problema está na **escala do conteúdo**

Resumo direto:

Você cresceu em volume mais rápido do que em qualidade média

Se não ajustar:

- vai continuar crescendo tráfego
- mas sem aumentar profundidade real