

A peça só vira número com a UTM da casa.

A convenção de quatro campos, o canal de assistentes no GA4, o painel semanal e o ritual de segunda-feira que corta o que não deu contato.

ALCANCE NÃO É LEITURA

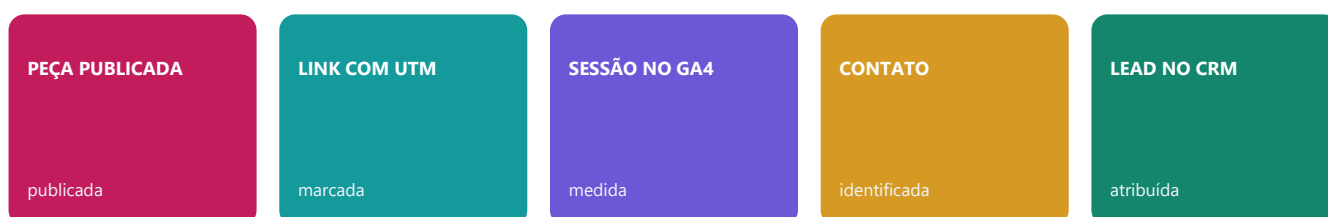
Uma peça em canal alheio devolve alcance; um link marcado devolve sessão, contato e conversão com nome

O relatório 2026 AEO/GEO Benchmarks da Conductor, de 6 de julho de 2026, mediu o tráfego de referência de IA em 1,08% das visitas, com 87,4% dele vindo do ChatGPT. No Brasil, o estudo Previsible divulgado pelo E-Commerce Brasil em 7 de julho de 2026 contou 644.478 sessões de IA em maio de 2026. Sem a marcação da casa, essa linha não existe no relatório.

A Oficina Clara, cenário fictício de uma empresa de Campinas que vende software de gestão para oficinas mecânicas, publicou um guia e derivou dele seis peças: post no LinkedIn, resposta no Quora, artigo no Medium, mensagem no canal do WhatsApp, thread no X e descrição de vídeo no YouTube. Quatro semanas depois, o time tinha alcance somado e nenhuma pista de qual peça trouxe cliente.

A medição do motor acompanha o percurso inteiro em vez de um instante. O ativo raiz gera peças derivadas; cada peça leva um link próprio; cada link produz sessões; parte das sessões produz contato; parte dos contatos vira conversão. Um canal pode liderar em sessão e ficar em último em contato, o que só aparece quando as duas colunas convivem na mesma tabela.

O custo entra na conta pelo lado das horas. Uma thread de cinco posts custa uma fração do tempo de um vídeo com descrição e capítulos, e as duas peças aparecem no painel com o mesmo peso visual. Registrar as horas de produção transforma a comparação de volume em comparação de eficiência.



O PERCURSO DA PEÇA AO LEAD

A marcação entra uma vez, na segunda etapa, e sustenta as três seguintes. Sem ela, as três últimas etapas continuam acontecendo e param de ser atribuíveis.

O IDIOMA QUE O GA4 NÃO CORRIGE

Quatro campos, papéis separados, valores fixados antes de publicar

O GA4 agrega exatamente o que recebe. Quando uma pessoa escreve LinkedIn com maiúscula, outra escreve linkedin-social e uma terceira escreve social, o mesmo canal ocupa três linhas do relatório. A convenção da casa fixa os valores aceitos antes de qualquer publicação, sempre em minúsculas, sem acento e sem espaço. A tabela abaixo copia a convenção como estava na página em 27 de agosto de 2026.

Campo	O que guarda	Valores aceitos hoje
utm_source	o canal onde a peça foi publicada	linkedin, quora, medium, whatsapp, x, youtube, newsletter
utm_medium	o formato da peça naquele canal	post, resposta, artigo, mensagem, thread, descricao, email
utm_campaign	a rodada de reaproveitamento	reaproveitamento-medicao-do-motor
utm_content	a peça exata dentro da rodada	o slug da peça, como painel-de-segunda ou anatomia-da-utm

Regra de valor novo: nenhum valor entra num link antes de ser registrado nesta tabela. Canal recém-aberto, formato inédito ou variação de nome passam primeiro pelo dicionário, com a data do registro e a pessoa responsável, e só depois viram parâmetro publicado. Valor improvisado no dia da publicação é a origem mais comum de linha órfã no relatório do mês seguinte.

A validação acontece antes da publicação e leva menos de um minuto: abrir a URL montada numa janela anônima, conferir se a página carrega e se os parâmetros continuam visíveis na barra de endereço. O link final fica gravado ao lado da peça, no mesmo lugar em que o texto publicado foi arquivado. A ordem dos campos na URL não altera a leitura no GA4; a grafia dos valores altera.

A HERANÇA SILENCIOSA

Copiar a URL de uma peça para outra é o segundo erro mais caro: o parâmetro de conteúdo permanece apontando para a peça antiga e o painel soma duas publicações na mesma linha. Gere a URL no momento de montar a peça, não no momento de agendar.

MARCAÇÃO SÓ EM LINK PARA O DOMÍNIO PRÓPRIO

A UTM produz inteligência para quem é dono do destino

Colocada num link para um portal parceiro ou para o perfil de outra plataforma, a marcação mede o ambiente alheio, costuma ser removida na entrada e ainda suja o dicionário com valores que nunca voltarão em relatório algum. A regra da casa restringe a marcação a brasilgeo.ai e leadlovers.com.br.

1

Domínio próprio

Aplicar os quatro campos, testar em janela anônima e gravar o link ao lado da peça. A decisão acontece antes de escrever a peça, porque ela muda o destino do link e às vezes a chamada final do texto.

2

Domínio de terceiro

Publicar sem marcação e registrar a distribuição à parte, sem inventar número de sessão para aquele destino. A sessão daquele canal fica como lacuna na planilha.

3

Canônica e distribuição

A linha de procedência no fim de cada peça aponta sempre para o endereço limpo, sem parâmetro nenhum, porque essa é a versão que buscadores e assistentes devem indexar. A versão marcada circula nos links clicáveis dentro do corpo da peça.

4

Canal que corta a query

Quando o aplicativo entrega o clique sem os parâmetros, o link curto do domínio próprio resolve, porque carrega a marcação no redirecionamento. Esse link curto ainda não existe na operação da casa, e a coluna de sessões daquele canal fica marcada como lacuna.

POR QUE REGISTRAR A LACUNA

Registrar a ausência preserva a comparação futura, porque a linha de base nasce honesta em vez de nascer estimada. O painel começa vazio, e essa condição fica escrita na própria planilha.

O CANAL DE ASSISTENTES, COM DUAS RESSALVAS

Cinco passos na propriedade, feitos uma vez

Em 13 de maio de 2026 o Google adicionou ao GA4 o canal padrão AI Assistant, segundo o Search Engine Journal: quando a referência bate com um assistente reconhecido, a sessão recebe mídia ai-assistant e aparece separada dos referrals, sem configuração manual. O lançamento completo levou até cerca de 7 de junho de 2026.

1

1. Conferir o canal nativo

Em Relatórios, Aquisição de tráfego, trocar a dimensão para Grupo de canais padrão da sessão e procurar a linha AI Assistant. Propriedade com zero nessa linha em maio de 2026 pode estar apenas no fim da fila do lançamento.

2

2. Cruzar com a origem crua

Trocar a dimensão para Origem e mídia da sessão e buscar por chatgpt: desde 13 de junho de 2025 o ChatGPT acrescenta por conta própria o parâmetro de origem aos links que cita, segundo o PPC Land.

3

3. Criar o grupo personalizado

Em Administrador, Agrupamentos de canais, montar uma regra com os endereços canônicos chatgpt.com, perplexity.ai, claude.ai e gemini.google.com, posicionada acima do canal Referral, senão ela não captura sessão nenhuma.

4

4. Anotar a data

A primeira ressalva é a memória: o canal vale apenas daqui para a frente e não reclassifica sessões antigas, conforme a Seer Interactive registrou em 22 de junho de 2026. A anotação no gráfico marca a semana em que o canal passou a

5

5. Promover o formulário

Em Administrador, Eventos, promover o evento do formulário da página a evento-chave. Sem isso a coluna de contatos do painel nasce vazia.

6

A segunda ressalva

Links que o assistente entrega sem referência e sem parâmetro continuam caindo em Direct. A soma do canal nativo com a origem crua é o piso do tráfego de IA; o Direct guarda o resto.

COMPARAÇÃO HONESTA

Comparar julho com março coloca lado a lado dois critérios diferentes de classificação. A anotação da data no gráfico do GA4 evita tratar mudança de classificação como mudança de audiência.

A ZONA DE ATRIBUIÇÃO INCOMPLETA

O canal mais usado do país é o que não manda referência

No Digital 2026: Brazil, da We Are Social e da Meltwater, o WhatsApp aparece com 93,9% de penetração entre os usuários de internet brasileiros, à frente do Instagram com 91,2% e do YouTube com 75,3%. Um link que circula em conversa privada, grupo ou encaminhamento chega ao GA4 como acesso direto.

Direct alto tem quatro causas que convivem: compartilhamento privado, link colado sem parâmetro, aplicativo que corta a query no clique e UTM digitada errada. As três últimas têm conserto. A revisão de segunda-feira abre a linha de Direct, procura páginas de entrada profundas que ninguém digitaria de memória e devolve à fila de correção o link que produziu aquele acesso.

O tráfego vindo de assistentes cresce dentro dessa mesma névoa. O estudo Previsible divulgado pelo E-Commerce Brasil em 7 de julho de 2026, com 6,77 milhões de sessões em 166 propriedades digitais, mostrou o volume mensal de sessões vindas de ferramentas de IA no Brasil multiplicado por 9,9 vezes até maio de 2026, quando chegou a 644.478 sessões, com o ChatGPT concentrando 92,4% e o Gemini ficando com 3,2%.

A origem declarada complementa o que a técnica não alcança. Um campo curto no formulário, perguntando onde a pessoa ouviu falar da empresa, produz uma segunda coluna que convive com a origem técnica sem substituí-la. Quando as duas divergem, a divergência entra na planilha como informação.

93,9%

penetração do WhatsApp entre usuários de internet no Brasil. Digital 2026: Brazil, We Are Social e Meltwater.

644.478

sessões vindas de ferramentas de IA no Brasil em maio de 2026. Previsible, via E-Commerce Brasil, 7 de julho de 2026.

92,4%

dessas sessões de IA vieram do ChatGPT. Previsible, via E-Commerce Brasil, 7 de julho de 2026.

43%

do tráfego de IA no comércio eletrônico caiu direto em página de produto. Previsible, via E-Commerce Brasil, 7 de julho de 2026.

O QUE FAZER COM O RESTO

O que sobrar de tráfego direto depois das correções é informação legítima. Vale registrá-lo como lacuna na planilha semanal em vez de distribuí-lo entre os canais por estimativa, porque a estimativa contamina a comparação da semana seguinte.

A EXPLORAÇÃO CABE NUMA TELA

Quatro decisões montam a exploração salva no GA4

O painel responde a cinco perguntas e ignora o resto do GA4: quais peças foram publicadas, quanto tráfego trouxeram, quantos contatos produziram, quantas conversões saíram dali e quantas horas custaram. Duas superfícies bastam: uma exploração salva na propriedade e uma planilha de sete colunas atualizada à mão antes da reunião.

Dimensões

1

Origem, Mídia, Campanha e Conteúdo da sessão. A exploração é livre e leva o nome Motor de reaproveitamento, com periodicidade semanal.

Métricas

2

Sessões, Usuários ativos e Eventos-chave, este último apontando para o evento do formulário da página.

Filtro

3

Deixa passar apenas Campanha da sessão contendo a palavra reaproveitamento.

Período

4

Sete dias com a comparação ao período anterior ligada, ou vinte e oito dias quando a leitura for a janela longa de quatro semanas.

A CONFIGURAÇÃO FEITA UMA VEZ

A coluna de contatos depende do formulário promovido a evento-chave no GA4; o contato segue para o CRM com o campo de origem preenchido pela própria marcação do link. Enquanto a promoção não acontece, a coluna aparece zerada e a planilha registra a pendência em vez de preencher com estimativa.

A FORMA DA LEITURA

O painel do cenário Oficina Clara, semana de sete dias

A planilha guarda o que o GA4 não tem: nenhuma ferramenta de análise sabe quantas peças saíram nem quantas horas custaram, e essas duas colunas são as que convertem volume em eficiência. Os números abaixo são ilustrativos do cenário fictício, não medições da casa.

Canal	Formato	Peças	Sessões	Contatos	Conversões	Horas
linkedin	post	2	84	6	1	3,5
newsletter	email	1	61	9	2	2,0
quora	resposta	2	37	4	1	2,5
youtube	descricao	1	19	1	0	4,0
whatsapp	mensagem	2	12	3	1	0,5
x	thread	3	8	0	0	1,5
ai-assistant	referência reconhecida	lacuna	14	2	1	lacuna
direct	origem desconhecida	lacuna	96	5	1	lacuna

A leitura cabe em três frases. O LinkedIn lidera em sessões e fica atrás da newsletter em contatos, que produz nove contatos com uma única peça. O canal do WhatsApp entrega poucas sessões e um contato a cada quatro sessões, o melhor aproveitamento da tabela, ainda que sobre uma base pequena. O X soma três peças, oito sessões e nenhum contato, e é a linha que a regra de corte vai encontrar primeiro.

Seis indicadores calculados fecham a leitura sem inflar a planilha: sessões por peça, contatos por peça, contatos por hora de produção, conversões por contato, participação do Direct no total e participação das linhas de IA no total. Cada um deles muda de valor quando a agenda da semana muda, o que os torna úteis para decidir.

A LINHA DE BASE NASCE HONESTA

O painel começa vazio, e essa condição fica escrita na própria planilha: nenhuma linha traz número medido enquanto a primeira rodada com peças marcadas não completar o ciclo.

SESSENTA MINUTOS, JANELA DE QUATRO SEMANAS

A segunda-feira lê quatro semanas e corta o que não deu contato

A leitura acontece na mesma reunião de sessenta minutos que já abre o ciclo do motor, antes da escolha do ativo raiz da semana. A ordem importa: quem escolhe a pauta antes de olhar o painel usa o painel para justificar a escolha em vez de fazê-la.

1. Atualizar

painel e planilha, antes da reunião

2. Revisar

link quebrado e Direct suspeito

3. Ler

as quatro semanas por canal, formato e peça

4. Cortar

formato com zero contato em quatro semanas seguidas

5. Escolher

o ativo raiz da rodada seguinte

A janela é de quatro semanas à vista, com comparação de semana contra semana. Uma semana isolada oscila demais para sustentar decisão, e um trimestre inteiro esconde a mudança recente atrás da média. Quatro colunas lado a lado mostram tendência e mantêm a memória curta o suficiente para que uma correção feita há vinte dias já apareça.

A regra de corte é única e escrita: formato com zero contato em quatro semanas seguidas sai da fila, e as horas dele passam para um formato que já mostrou contato. A regra dispensa discussão porque foi combinada antes do resultado. O formato cortado pode voltar depois de uma rodada, com hipótese nova.

A escolha da janela tem base no tempo de vida das publicações. O estudo de meia-vida de Scott M. Graffius, publicado em 23 de janeiro de 2026 sobre mais de 5,6 milhões de posts em onze plataformas, mede o tempo até um post receber metade do engajamento total: X em 52 minutos, Facebook em 86 minutos, Instagram em 18,27 horas, LinkedIn em 23,22 horas, YouTube em 10,6 dias, Pinterest em 3,99 meses e blogs em 2,03 anos.

Quatro semanas cobrem o ciclo inteiro dos canais rápidos e pegam o começo dos lentos. Um post no X já entregou tudo o que tinha na primeira tarde, segundo a mesma medição de Graffius de 23 de janeiro de 2026, enquanto um artigo no domínio próprio ainda estará subindo no fim do mês. Cortar canal rápido depois de quatro semanas é seguro; cortar canal lento com o mesmo critério mede o instrumento em vez do canal.

POR QUE CABE EM UMA HORA

As cinco etapas cabem em sessenta minutos porque a etapa de atualização acontece antes da reunião, não durante. O ciclo recomeça na segunda seguinte, com a janela deslizando uma semana.

PEQUENO EM VISITAS, DESPROPORCIONAL EM INTENÇÃO

Por que a linha separada paga o trabalho de criá-la

A linha de IA no painel começa modesta, e é exatamente por isso que ela precisa de linha própria: dentro do total, uma variação dessa ordem cabe na oscilação normal da semana e ninguém a percebe crescer ou sumir.

1

1,08% das visitas

O relatório 2026 AEO/GEO Benchmarks da Conductor, de 6 de julho de 2026, com 13.770 domínios e 3,3 bilhões de sessões, colocou o tráfego de referência de IA em 1,08% do total de visitas, com 87,4% dele vindo do ChatGPT; tecnologia da informação lidera entre os setores medidos com 2,80%, e o crescimento médio fica perto de um ponto percentual ao mês.

2

12,1% dos cadastros

A Ahrefs publicou em 16 de junho de 2025, com dados do próprio painel de análise, que visitantes vindos de busca em IA eram 0,5% do tráfego dos últimos trinta dias e responderam por 12,1% dos cadastros no período. A distância entre as duas porcentagens é o motivo para separar essa linha.

3

Comportamento próprio

No estudo de qualidade de tráfego que a Ahrefs publicou em 24 de junho de 2025, sobre cerca de 82 mil sites, o visitante vindo de IA viu quatro páginas em média contra 5,2 do visitante de busca, com taxa de rejeição de 67,8% contra 63,7%. Ele chega para confirmar uma decisão já encaminhada e sai.

4

A coluna que decide

Sessões e páginas por sessão vão parecer fracas por desenho, e a coluna que decide é contatos por cem sessões. O contato marcado por UTM entra no CRM já com a origem preenchida, o que permite comparar a taxa de fechamento de quem chegou por assistente com a de quem chegou por busca.

O FIM DO PRIMEIRO MÊS

O primeiro mês termina com uma linha de base honesta: o painel registra o que foi medido, o que ficou como lacuna e o que ainda depende de configuração. É essa distinção, mais do que qualquer número isolado, que faz a segunda-feira seguinte valer os sessenta minutos.

SETE PEÇAS SAEM DA PRÓPRIA PÁGINA

O kit da medição, pronto para copiar

A página da medição traz as sete peças completas, com botão de copiar. Cada link usa a convenção da tabela de nomenclatura, com a campanha da rodada e o identificador da peça, e cada texto termina com a procedência dos números. Ajuste o nome da empresa e publique.

1

LinkedIn · post

Até 1.300 caracteres: o relatório que some porque ninguém marcou o link, com os números da Conductor de 6 de julho de 2026 e da Ahrefs de 16 de junho de 2025.

2

Quora · resposta

300 a 600 palavras respondendo por que o Google Analytics mostra tanto tráfego direto, com as quatro causas e as três medidas.

3

Medium · artigo

Abertura com título, subtítulo, linha de publicado originalmente e link de distribuição marcado.

4

Shorts · roteiro de 45 s

Achar o tráfego de assistente de IA no GA4 em quatro passos, com fala e texto na tela por bloco de tempo.

5

WhatsApp e X

Mensagem de canal com a checagem de link em cinco segundos e thread de cinco posts sobre o que o Direct esconde.

6

YouTube · descrição

Descrição pronta para o vídeo sobre o painel semanal, com capítulos minutados e a lista de fontes citadas.

A REGRA DO KIT

Todo link do kit sai com utm_campaign igual a reaproveitamento-medicao-do-motor e utm_content com o slug da peça. A linha de procedência de cada peça aponta para o endereço limpo, sem parâmetro.

AS QUATRO DÚVIDAS DE QUEM MONTA O PAINEL

Cada resposta com o número, a fonte e a data ao lado

São as dúvidas que mais aparecem quando uma equipe monta o painel pela primeira vez.

1

O canal corta os parâmetros do link. E agora?

Publique o link curto do domínio próprio, que carrega a marcação no redirecionamento. Enquanto esse link curto não existir, a planilha registra a lacuna na linha do canal em vez de estimar um número, e o canal continua sendo avaliado pela origem declarada no formulário.

2

Por que o Direct continua alto com tudo marcado?

Parte do Direct vem de compartilhamento privado, que não manda referência. O WhatsApp chega a 93,9% de penetração entre os usuários de internet brasileiros no Digital 2026: Brazil, da We Are Social e da Meltwater, e é justamente o canal que não identifica a origem. A outra parte vem de link colado sem parâmetro e de UTM quebrada, que a revisão de segunda-feira conserta.

3

Quando o painel começa a dizer alguma coisa?

A primeira leitura útil acontece quatro semanas depois da primeira semana com peças marcadas no ar. Antes disso o painel mostra linhas com poucas sessões, e a comparação semana contra semana ainda não distingue variação de tendência. O painel começa vazio e essa condição fica registrada na planilha.

4

Vale separar o tráfego de IA se ele é pouco?

O relatório 2026 AEO/GEO Benchmarks da Conductor, de 6 de julho de 2026, mediu o tráfego de referência de IA em 1,08% das visitas, com 87,4% vindo do ChatGPT. A Ahrefs publicou em 16 de junho de 2025 que visitantes de busca em IA eram 0,5% do tráfego e responderam por 12,1% dos cadastros. A fatia é pequena em visitas e desproporcional em contatos, então a linha separada paga o trabalho de criá-la.

ONDE RECONFERIR

Os números mudam a cada trimestre; a data de cada um está na própria frase para que o time saiba quando reconferir, e a página fonte lista todas as origens com data de acesso de 27 de agosto de 2026.

PRÓXIMO PASSO

Marque o próximo link antes de publicar.

Monte a URL com os quatro campos da convenção, abra numa janela anônima, grave o link ao lado da peça e deixe a exploração salva fazer o resto. Na segunda-feira, a janela de quatro semanas diz o que continua na fila.

ABRIR A CONVENÇÃO COMPLETA NO PORTAL

VER O CALENDÁRIO DO MOTOR

VOLTAR AO MENU REDES SOCIAIS

Fontes citadas: Conductor, Previsible via E-Commerce Brasil, Ahrefs, Search Engine Journal, Seer Interactive, PPC Land, Scott M. Graffius e We Are Social com Meltwater, com a data de cada número no corpo do guia.

Material educativo do portal educacional 2026 da Leadlovers · edição de 27 de agosto de 2026.