

# Chapter 1

## 為什麼要學 Google Analytics (分析) ?

一開始讓我們先以「為什麼要學 Google Analytics (分析) ?」為題，解說網站分析的基本觀念與思維邏輯。

接著於本章後半則將簡介各章內容，告訴你透過本書「能夠學到哪些技巧與觀念」。為了使第 2 章以後的學習更為順暢，請將本章視為緒論來閱讀。

基於促進初學者理解之目的，本章中的系統說明較偏重於簡單易懂，並不那麼講究精確度，因而省略了部分功能的說明，還請見諒。



## Lesson

## 1-1

正是不熟悉網頁的人才更需要學習

Google Analytics  
(分析) 的基礎知識

公司突然指派我去擔任網站負責人，還說「先去學一下 Google Analytics (分析)」讓我不知該怎麼辦好

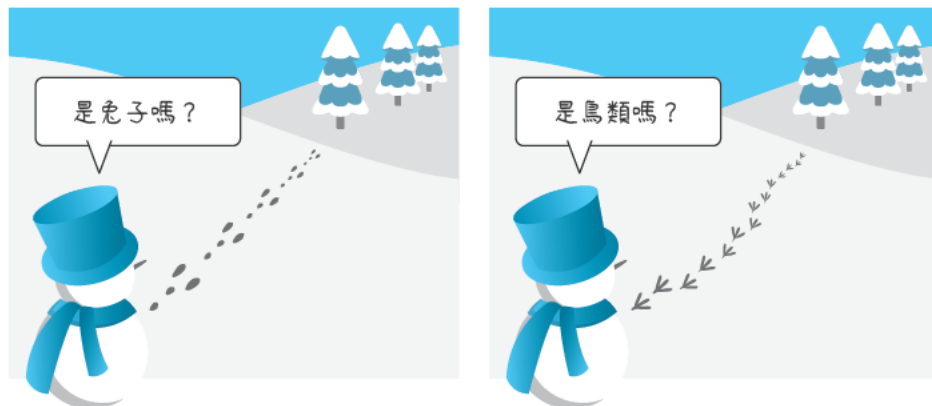
真是辛苦你了。不過學 Google Analytics (分析) 是很棒的事。我認為正是不熟悉網頁的人才更需要學習 Google Analytics (分析)。首先，就從「Google Analytics (分析) 到底是什麼？」這個最基礎的部分開始說明。



## Google Analytics (分析) 就像是個分析網站的「足跡」般的工具

冬天走在積雪的山裡時，你是否曾看過動物的足跡呢？當你看著足跡時，或許也曾想過「這是兔子嗎…？還是鳥類呢？」等，甚至會推測「往哪個方向去了？」

圖 1-1-1 存取分析就是足跡的分析



就如同動物的足跡，使用者一旦造訪網站，每次存取頁面都會留下記錄。而該記錄中包含了：

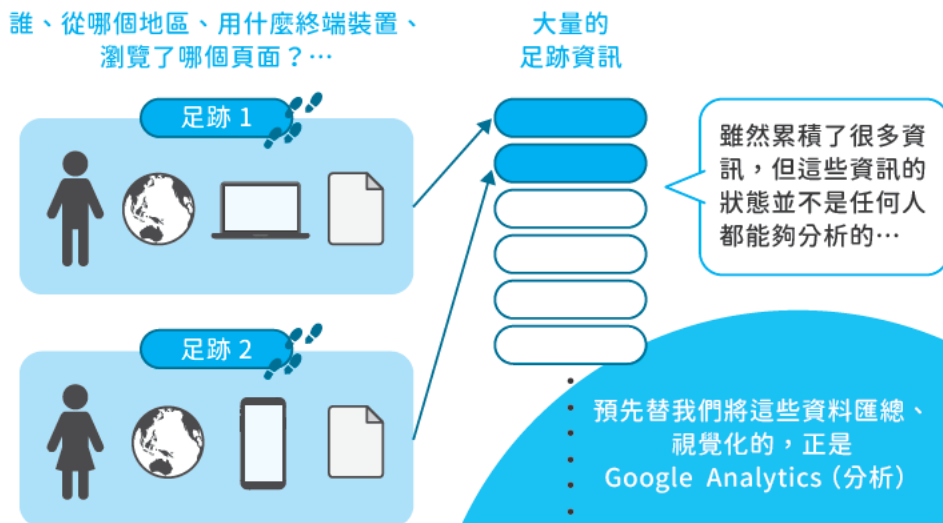
#### ◆ 於造訪網站時留下的足跡

- |                 |                     |
|-----------------|---------------------|
| ❶ 是誰？（並非識別特定個人） | ❺ 使用什麼瀏覽器           |
| ❷ 在幾點、幾分、幾秒時    | ❻ 從哪個網頁連過來（也包括外部網站） |
| ❸ 從哪個地區連過來      | ❼ 瀏覽了哪個頁面           |
| ❹ 使用什麼終端裝置      |                     |

……等，會針對每個網頁記錄這些資訊。瀏覽了 3 頁，便會留下 3 筆足跡記錄。每月被瀏覽 10 萬次頁面，便會收集到 10 萬筆資訊。但要檢視、匯總、分析這 10 萬筆的足跡並非易事。

**Google Analytics (分析) 簡單來說，就是一種能將這些大量的足跡資訊「匯總並以清楚易懂的方式顯示出來」的工具。**只要檢視 Google Analytics (分析) 的報表，「網站在特定期間被開啟了幾次？」、「有多少人曾造訪？」、「訪客來自哪個地區？」、「看了哪個頁面？」等資訊就一目瞭然。

#### 圖 1-1-2 Google Analytics (分析) 是什麼？



讓我們實際看看由 Google Analytics (分析) 所顯示的「足跡」長什麼樣。

圖 1-1-3 由 Google Analytics (分析) 所顯示的「足跡」

Analytics (分析) 所有帳戶 > HAPPY ANALYTICS 官方網站  
資料檢視設定完成

搜尋 搜尋維度和指標

使用者多層檢視

所有使用者 100.00% 群組明志

+ 新增區隔

2020年3月21日 - 2020年3月27日

顯示出訪客的「足跡」

客戶 ID	工作階段	平均工作階段時 間長度	跳出率	收益	交易次數	目標轉換率
1. 1927986690.1585270864	4 (50.00%)	00:00:00	100.00%	\$0.00 (0.00%)	0 (0.00%)	0.00%
2. 1343459913.1585297544	2 (25.00%)	00:00:00	100.00%	\$0.00 (0.00%)	0 (0.00%)	0.00%
3. 1331577403.1582196719	1 (12.30%)	00:00:00	100.00%	\$0.00 (0.00%)	0 (0.00%)	0.00%
4. 346529223.1585297655	1 (12.90%)	00:00:15	0.00%	\$0.00 (0.00%)	0 (0.00%)	0.00%

顯示列表: 10 前往: 1 1-4 項 (共 4 項)

這份報告是在 2020/3/28 下午 4:30:07 建立的。重新整理報告

1 按一下

使用者多層檢視

這是 Google Analytics (分析) 的「使用者多層檢視」畫面。由此畫面便可看出實際造訪網站的使用者 (以客戶 ID (Client ID) 顯示) 所留下的足跡。

按一下第 4 筆足跡，便會顯示出如下的使用者報表。

圖 1-1-4 可從「足跡」得知的資訊

使用者報表

到目前為止共來過 1 次，停留 15 秒

2020年3月21日 - 2020年3月27日

工作階段 (微購價值) 1

工作階段 (目前): 1

工作階段時間長度 (微購價值) 00:00:15

工作階段時間長度 (目前): 00:00:15

收益 (微購價值) \$0.00

收益 (目前): \$0.00

交易次數 (微購價值) 0

交易次數 (目前): 0

篩選位置 排序依據

已選取 4 個 遞減

全部展開 全部收合

三月 27, 2020

1 個工作階段

4:27 下午 00 分 14 秒 Direct

2020年3月27日下午4:27 直接連過來，停留了 14 秒

顯示列表: 100 前往: 1 1-2 項 (共 2 項)

客戶 ID 346529223.1585297655

BigQuery 客戶 ID 5188593168143608463

使用行動裝置

3月 27, 2020

裝置類別 mobile

裝置平台 web

客戶開源日期 3月 27, 2020


管道 Direct

來源/媒介 (direct)/(none)

廣告活動 (not set)

Lesson  
2-1


沒帳戶也 OK！總之先體驗看看

開啟 Google Analytics  
(分析)


讓我們來看看 Google Analytics (分析) 的畫面長什麼樣。正所謂「百聞不如一見」～



可是還沒做初始設定耶……



可以用 Google 提供的「Google Analytics (分析) 示範帳戶」來瀏覽 Google Analytics (分析) 的畫面。畢竟替你的網站設定 Google Analytics (分析) 需要花一些時間，故想搶先一睹其風采的話，用示範帳戶比較方便。現在就趕快開來看看吧



讓我們實際開啟 Google Analytics (分析) 來看看它到底長什麼樣。但若要替你自己的網站設定 Google Analytics (分析) 的話，必須先跟系統管理員溝通等，多少需要花些時間，所以在此先用 Google 提供的「Google Analytics (分析) 示範帳戶」來一窺其廬山真面目。

而示範帳戶中的資料，是取自販賣 Google 品牌商品的電子商務網站「Google Merchandise Store (<https://www.googlemerchandisestore.com/>)」。

## 存取 Google Analytics (分析) 的示範帳戶

- 1 開啟 Google Analytics (分析) 說明網站的「示範帳戶」頁面。
  - ▶ <https://support.google.com/analytics/answer/6367342#access>
- 2 該頁面中有個「存取示範帳戶」連結文字，請按一下。

## Lesson 2-2

不必記住所有的報表

# 只要記住畫面的 配置原則！



左側的選單數量驚人，看起來似乎相當多…

是的，顯示於左側的報表種類多達 100 個以上。



100 個 這怎麼可能記得住 真的全都要學起來嗎？

真的很多。我也不是所有報表都用，讓我來告訴各位任何人都能找到自己所需資訊的方法吧



排列於左側的是可顯示的報表種類選項，而其數量多達 100 種以上！

我也不是全都使用，但在此要告訴大家這些選項的排列原則，好讓各位於必要時能找到合適的報表。

## 報表畫面是由五大元素構成

Google Analytics (分析) 的報表畫面基本上都是由五個元素所構成。

圖 2-2-1 報表畫面是由五大元素構成





一開始就這麼難  
又是英文又是數字的，看得我眼花撩亂。

代碼內容不用記啦（笑），  
只是列出來供參考而已。透過瞭解資料收集的根本運作機制，不僅可加深對報表的理解，也才能順利吸收本書第 8 章將介紹的應用功能。對於一些你自以為「好像知道」的用語，也請仔細深入理解。別著急，讓我們一步步慢慢學。



## ■ 網頁瀏覽量的算法

讓我們從使用者的動作來看。當使用者開啟網站中的網頁，Google Analytics（分析）的代碼就會被讀取，並傳送資料給 Google，如圖 2-3-2。

而若開啟很多網頁，則如圖 2-3-3。這時，即使使用者是再次讀取（重新載入）網頁，亦即再度開啟同一網頁，由於同樣會讀取代碼並傳送資料，故也算「1 次的瀏覽量」。

那麼圖 2-3-4 的情況又如何呢？要是不小心貼了兩份同樣的代碼，瀏覽量就會被算成 2 次。而漏貼代碼的頁面，不論被開啟幾次，瀏覽量都是 0。

圖 2-3-2 資料收集的流程

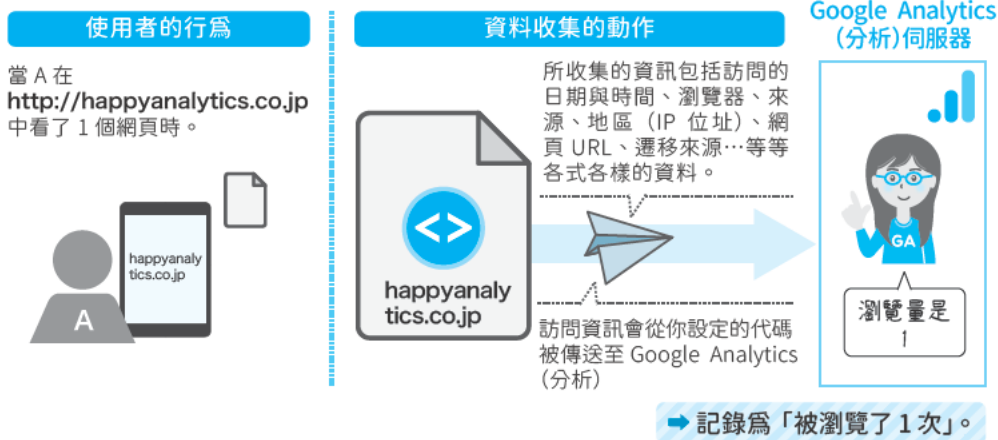


圖 2-3-3 當使用者瀏覽了多個網頁時

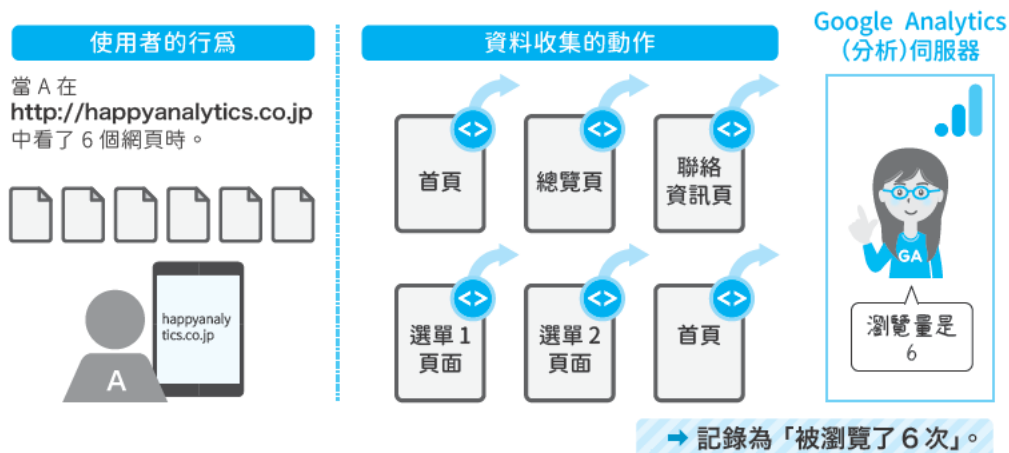
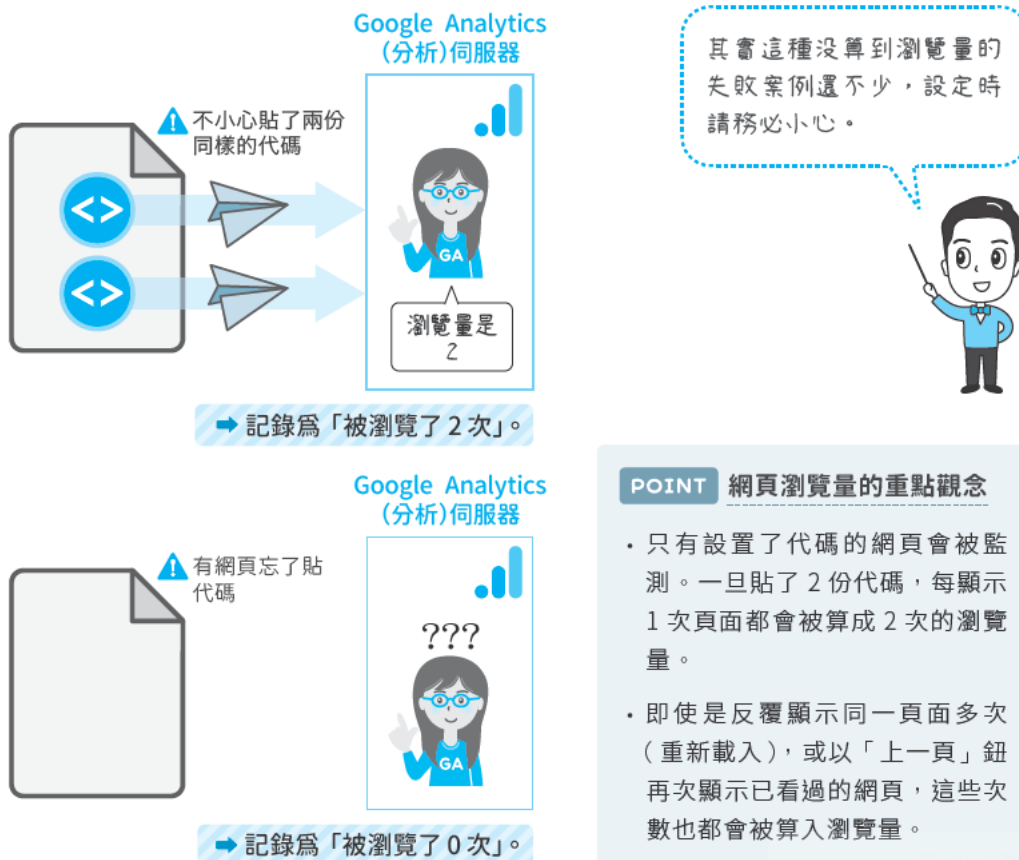


圖 2-3-4 PV 沒能正確計算的例子





## 2. 工作階段數 (或拜訪次數、拜訪數)

工作階段指的是到訪網站的使用者**瀏覽各網頁直到離開為止的一連串行為**。透過網頁瀏覽量可得知「網站內某頁面被瀏覽了」的資訊，而工作階段這一概念，則是將網頁瀏覽量這種點的資訊連成線。

藉由此工作階段的觀念，我們便能把使用者開啟各個頁面的動作視為一個動作集合，以進行進一步的分析。在第 6 章的「行為」報表中，我們便會看到在這種工作階段內的頁面間遷移行為。

圖 2-3-5 工作階段的觀念：點連成線

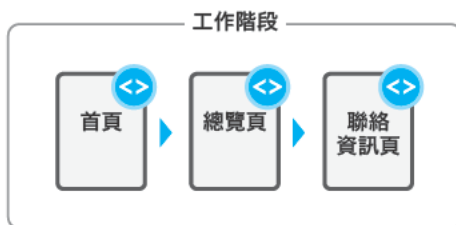
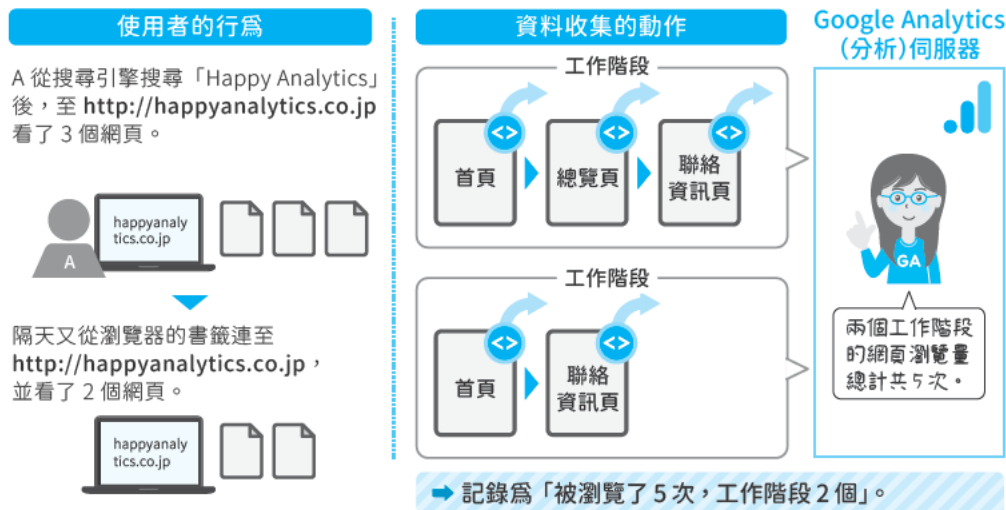


圖 2-3-6 工作階段數的基本概念



在思考這個工作階段時，必須注意「到何時為止可被視為是『一連串的行為』？」。依據 Google Analytics (分析) 的基本設定，「當使用者在網站上超過 30 分鐘沒做出任何切換頁面之類的操作」時，系統就會結束該工作階段。換言之，以上圖的流程來說，從開啟網頁等動作驅動「代碼」而將資料傳送給 Google Analytics (分析) 起，經 30 分鐘後，該工作階段便會結束。

接著，讓我們來看一些使用者動作的例子。

## 設定 7 參照連結網址排除設定

### 概要

做了前述的跨網域設定後，為了避免報表將這些網站之間的往來流量判斷為來自外部的存取，而進行的表示「非參照連結網址（非外部存取）」之意的參照連結網址排除設定。



在怎樣的情況下需要設定參照連結網址排除呢？

除了在跨網域設定的「明明是單一網站，卻有不同網域」這種情況外，像在網站中使用其他公司的推薦引擎（一種能自動顯示站內推薦文章的機制）等情況下，使用者只是按了推薦引擎內的文章，也可能產生先連至外部 URL 後再連回來的狀況。這時，光是按下顯示於推薦元件處的文章，就會被判定為「從外部連入了」。像這種時候就需要做參照連結網址排除設定。



### 目的

在同一網站中使用了不同網域的狀況下，當使用者跨不同網域時，就會被判定為「從外部連入」，導致流入量（工作階段）被灌水膨脹，可能因此造成分析人員對網站全貌有所誤解。之所以做參照連結網址排除設定，就是為了避免這種問題。

### 步驟

- 1 在 Google Analytics (分析) 的管理畫面中，依序點按「資源」欄下的「追蹤資訊」>「參照連結網址排除清單」。
- 2 在開啟的畫面中按一下「+新增參照連結網址排除條件」。

這些設定只支援 analytics.js 版本的追蹤程式碼。如果您使用的是 ga.js 版本，請在程式碼中調整這些設定。如果您要從 analytics.js 改用 ga.js，請配合先前的設定自動複製這些設定，以保持資料的一致性。

參照連結網址排除清單 ①  
從參照連結網址流量中排除這些網域。凡是經過這些網域與這些網站的使用者，在報表中都不會計入參照連結網址流量。

+新增參照連結網址排除條件 ② 按一下

網域名稱	操作
happyanalytics.co.jp	移除
happyanalytics-form.co.jp	移除

在剛剛的跨網域設定中，我們將 happyanalytics.co.jp 和 happyanalytics-form.co.jp 這兩個網域設成單一網站，在這種情況下，參照連結網址排除設定也必須設定「happyanalytics.co.jp」和「happyanalytics-form.co.jp」這兩個。

## COLUMN

### 三個階層與四種權限

#### ◆ 三個階層

針對「要將使用者邀請至帳戶、資源、資料檢視中的哪個階層？」這部分，在此補充說明如下。

##### ■ 較低的階層會繼承上層的權限

例如在帳戶階層替使用者設定權限的話，該使用者對該帳戶中所有的資源及資料檢視都會擁有同樣的權限。

##### ■ 在較低階層設定的權限，優先於在較高階層設定的權限

例如，針對在帳戶階層被設定了「檢視及分析」權限的使用者，於資料檢視階層授予「編輯」權限的話，會以後者為優先。

##### ■ 越往下層，設定的權限可以增大，但不能縮小

例如，對於在帳戶階層被設定了「檢視及分析」權限的使用者，你可以在資源或資料檢視階層設定「編輯」權限，可是對於在帳戶階層被設定了「編輯」權限的使用者，你不能於資源階層設定「檢視及分析」權限來縮限他的權限範圍。

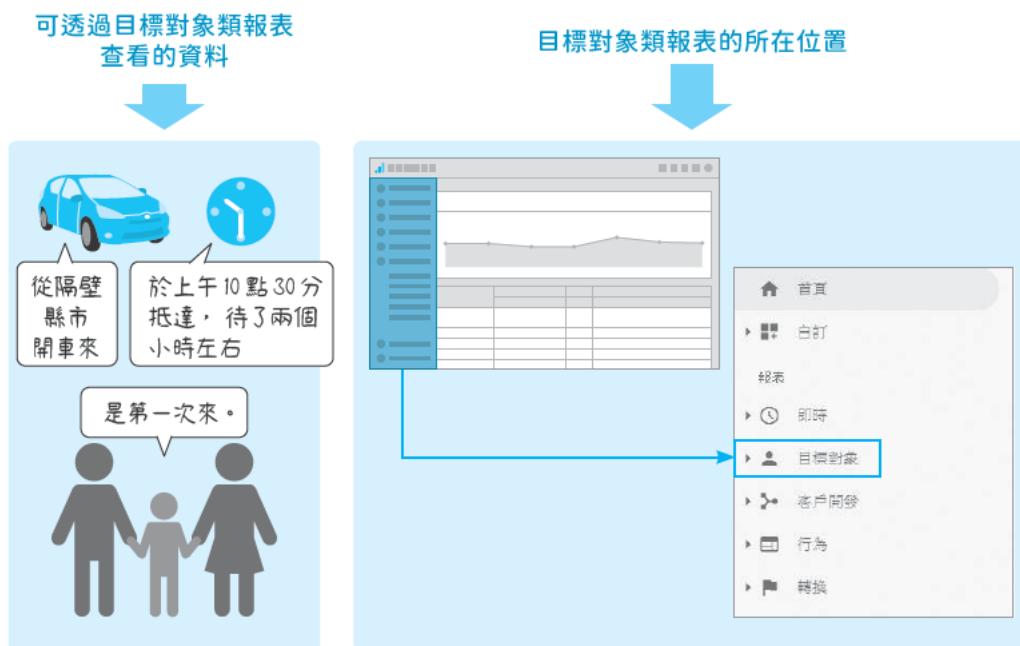
#### ◆ 四種權限

四種權限的差異如下。請務必設定適當的權限。

表 3-4-A 邀請使用者時的四種權限

權限種類	內容
1. 管理使用者	可新增、刪除該階層的使用者，並設定其權限。 ※ 不包含編輯的權限 ※ 可同時選擇（複選）其他權限
2. 編輯	可執行管理及報表相關操作（帳戶及資源、資料檢視、篩選器、目標等的新增、編輯、刪除），也可顯示報表資料。 ※ 不包含管理使用者的權限 ※ 一旦設定了編輯權限，便會自動授予「協作」與「檢視及分析」權限
3. 協作	可建立及共用「資訊主頁」和「註解」。 ※ 包含「檢視及分析」的權限
4. 檢視及分析	可顯示報表、在報表內進行資料操作（將篩選器套用於表格、新增次要維度、建立區隔等）。

圖 4-1-1 目標對象類報表的特性



## 注意

為了讓各位讀者能獲得有益的洞見，本書引用許多網站的 Google Analytics（分析）畫面。分析單一網站時，往往不會出現什麼有用的數字。對於這點請不要太在意，務必以「有沒有什麼報表能讓我們獲得一些新的見解？」的態度來檢視報表。

## 報表的檢視方式

那麼現在就讓我們打開目標對象報表的「總覽」。

開啟報表 目標對象 > 總覽

❶ 若你已關閉 Google Analytics（分析），請再次連上 URL（<https://analytics.google.com/analytics/web/>），進入 Google Analytics（分析）的畫面。