起飛到雲端：認識 Google Analytics

請先將 Google Analytics 想像成一座機場，同時具有管控中心(Ga 介面)讓我們操作，和載送乘客抵達不同地點的客機服務（也就是雲端流量）

接下來，想像一座機場會需要哪些東西來正常運作?
在開始 google analytics 接收、分析流量之前，同樣也有這樣的”打造”一座機場的動作。
但是要建造 google analytics 這座機場的步驟較為簡單，那就是到 google 頁面，選擇 google analytics 這個功能，註冊會員－登入－建立帳號－進而取得追蹤碼(tracking code)=GATC，完成！

但是 GATC 到底是什麼？為什麼一個埋入追蹤碼的動作能夠讓它有媲美完成建造一座機場的功效？

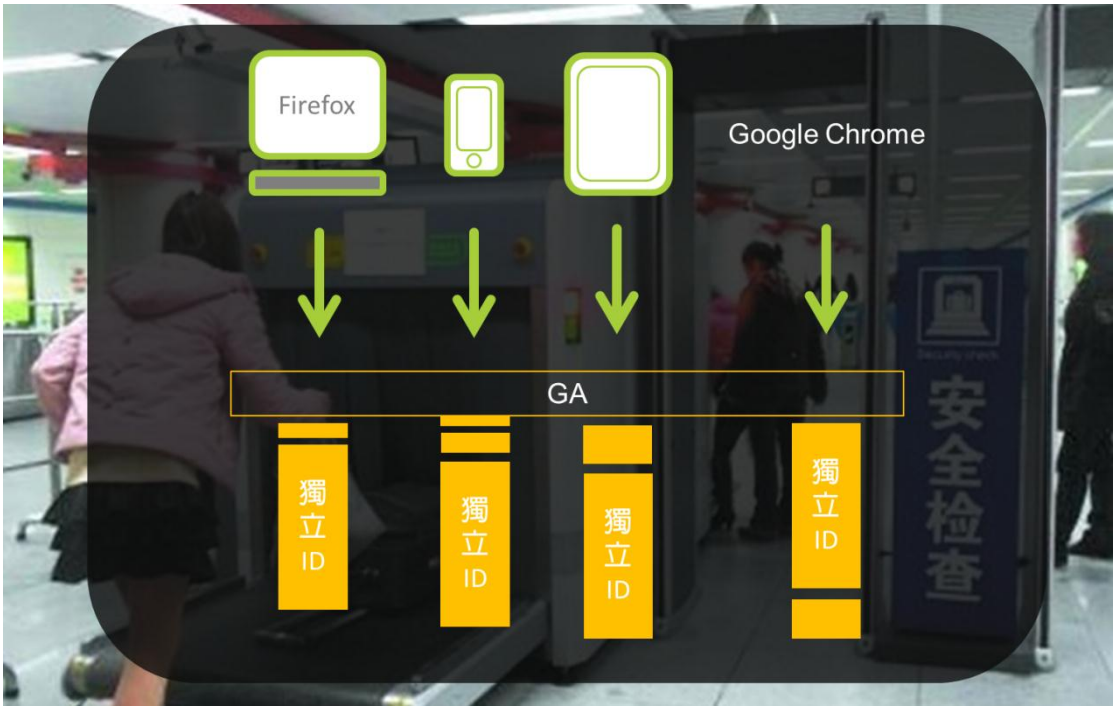
GATC 是一組專門用來植入網頁，做為追蹤、偵測瀏覽行為的程式碼，在新註冊完一組帳戶後，即會分配到一組追蹤碼，這組追蹤碼可同時新增最多到 50 組，可分別對應不同的網站，網站被植入追蹤碼後，GA 便會開始收集流量，到此為止，機場的打造就算是完成基礎了。

那麼到底 GA 這個機場都在做什麼事情?
用最簡單的方式來說，也就是以下三種功能！

媒體(流量來源) > 網站(行為) > 效益 (成效)

(媒體來源)流量

回到機場的例子，請讓我們想像如果沒有人要出國，還會需要機場這樣的設施嗎？同理，如果沒有人前往瀏覽網站，那麼 GA 的功能也就無法有所發揮，為了讓 GA 運作正常，我們假設在設立這座機場時，也就是在埋入 GATC 時，已經排除了所有不能正常運作的可能性，那麼到底流量是如何被計算出來的？



請想像機場的檢測站，GA 同樣也有相同且類似的機制，在使用者進到網站時，GA 便會替使用者的瀏覽器貼上標籤，並指定一組獨立 ID，未來只要使用者進到網站，GA 便能馬上偵測出該瀏覽器是否曾到訪過網站，進而得出流量數據

接下來要介紹的名詞是伴隨使用者在瀏覽網站中所做出的瀏覽行為，所得到的結果，就如同攜帶上飛機的行李般，即便你在大廳內行走，這些行李仍會在地下輸送帶上轉動，一路跟隨你上飛機。

像是

- 工作階段
  是在衡量瀏覽行為時最直接且有效的方式，透過計算工作階段，可以讓瀏覽行為數據化，並進而推敲出訪客在造訪網站時的感受或是體驗。一般來說多，工作階段越多，越有可能代表訪客對網站的感到有興趣的機率越大，但實際上仍需以個別設定和搭配其他資訊下進行觀測，較為準確。
- 停留時間
- 跳出率=跳出數/總工作階段
- 目標轉換率=轉換工作階段/總工作階段數

這些都是基本且相當容易取得的資訊，一般來說也是最常被拿來解析的數據資料，就像行李裡的牙刷、換洗衣物和隨身攜帶的用品般。

現在我們已經跟著使用者透過 GA 這座機場，上了流量這台飛機，並準備前往我們的目的地－效益－這座天堂島，相信大家一定都知道，在飛機上有一些注意事項，有哪些事不能做或是應該要遵守的，同樣的在流量這台飛機上，也有一些行為是我們應該注意且謹記的，

未提供的功能

- 無法直接看到使用者 IP
- 沒有訪客獨立個人資訊頁面或「誰來我家」功能
- 沒有直接永久刪除報表內某筆錯誤資料或記錄的功能
- 沒有動作熟像圖
- 沒有即時通知功能，只有通知前一天狀況的快訊功能
- 沒有主機傳輸量統計
- 競網分析比較
- 預測未來、提出建議
- 電子商務 API 功能限制
- 報表顯示在地化城市名稱

瀏覽者環境導致報表誤差

- 瀏覽器功能被停用
- 使用瀏覽器無痕模式
- Google 分析的 js 來不及載入
- 拒絕透露資訊的瀏覽器套件
- 防火牆或防毒軟體的設定

被誤辨認為新訪客
無法辨識的使用者資訊（not set）
同一使用者使用不同域名瀏覽網站
多人共用一個裝置
一個人使用多個裝置

結論：趨勢才是王道

觀察趨勢可以說是使用 GA 上一項相當重要的認知，數值不管如何變化，所有接收到的瀏覽資訊仍是使用者在瀏覽過後的結果，我們仍舊無法完全得知使用者的內心狀態和預知未來，因此趨勢的變化相較於數值的變化，可信度會來的較為準確，但最適當的配置，仍是需要兩者互相搭配使用，一邊觀察趨勢的變化，一邊就數值上的改變做應對，畢竟數據資料庫仍是我們之所以需要去使用 GA 來統計、觀測網站流量的最大因素。

說了這麼多注意事項、不能提供，那到底流量可以提供我們什麼?

F.O.O.D

F　free service　　（線上功能無須付費）
O　o2o business　online to offline(實體商務到電子商務，需開啟電子商務功能)
O　organized report (報表統整)
D　data base　　(數據庫)

美味營養的餐點是所有乘客所希望獲得的服務之一，同樣的，在流量這台飛機上，也有同樣的服務，付出的越多（開啟的功能、付出的時間越多)，就能享受到如同頭等艙等級的服務（掌握的數據越能達到效益?）

哈雷路亞，我們現在到達了效益的天堂島，再開始玩耍前，我們總得先認識一下這座島上到底有哪些景點可以去、怎麼去、收費方式甚至於美食好處去、購物中心等，GA 同樣有這樣的功能，可以幫助你快速的收集達到效益的資訊和各種評估效益的方法，在盡情歌唱、歡笑、玩耍，享受活動前，好好的認識活動須知也是一項很重要的事情！

例如
GA 串聯 Google Ads
藉由開啟 Google 的關鍵字廣告功能，我們可以串連不同的網站和關鍵字，讓這些名單變成效益最直接的培養員，像是下列的功能：

再行銷
就是針對公司現有的名單再去做更深一層的行銷和廣告方案配置，有效的區隔出不同客群的市場，經由消費紀錄、瀏覽紀錄、搜尋關鍵字紀錄等，並可藉由設定追蹤年齡、性別、興趣、所處地區的個人資料，來幫助你建立客戶的資料庫，以利維繫客戶關係，強大的功能就像令人想一玩再玩的水上活動，或是誘人的沙灘比基尼排球般，叫人目不轉睛、欲罷不能。

除此之外，效益天堂島上還有
”輔助轉換”這種可以幫助你校正資料的功能，有時廣告和行銷活動的回饋並不一定來自當下的網路行為，輔助轉換都可以幫助你去追蹤和評估最適切的回饋效益，例如最一開始所提到的－趨勢才是王道，再加上輔助轉換，便能讓你直接就資料的趨勢做篩選和配置，可以說是圖表的走向圖之外的一項絕妙好工具啊！

資料參考來源：

Google Analytics 網站分析基礎實務

要改的東西太多了,那就改天吧-Google Analytics 網頁分析做不到的事

圖片資料來源：

Google