5/24 上課心得

這次的課程內容談到UrCosme 的後臺數據以及該口碑網站是如何將這些資料汲取成有用的數據，進而分析作為制定策略的依據。過程中執行長談到一個有趣的重點—**流量來源**，「不同管道的流量來源將會影響該IP的瀏覽頁數與停留時間」，假如你是直接搜尋UrCosme 而來的流量，其實你的目的很明確，就是為了搜尋有興趣產品的使用心得(口碑)，這種來源的流量瀏覽頁數與停留時間就會比較高，相反地，若只是因為聯播網廣告誤觸而進入網站的流量，該IP的停留時間就會低的許多，如此的觀點雖然淺顯，卻很值得思考，因為公司可以針對某特定管道的IP分析它們的習性，將最常點擊的功能放到明顯的地方又或者推播商品給這些來源的IP，單就分析流量來源這件事，就可以觀察出許多Insight，以此優化自己的網站。

現階段其實有許多數位廣告代理商將上述觀察分析網站列為服務項目之一，而困境則是多數公司仍有數據公開的疑慮，他們不希望將網站數據公開，但要在自身公司培養一批專門數據分析的人才也著實不易，所以我認為這類數位廣告代理除了需要能洞見數據的人才，也要有善於溝通說服的業務，這是我未來想進入的產業別，也正朝這方面努力，這堂課對我而言確實受益良多!