

网站分析的发展已经较为成熟，有一套成熟的分析指标。比如IP、PV、页面停留时间、跳出率、回访者、新访问者、回访次数、回访相隔天数、流失率、关键字搜索、转化率、登录率，等等。遇到这么多指标，所有的指标都要采用吗？什么指标该采用？什么指标又不该采用？各指标之间有何联系？哪个指标先分析？哪个指标后分析？

用户使用行为是指用户为获取、使用物品或服务所采取的各种行动，用户对产品首先需要有一个认知、熟悉的过程，然后试用，再决定是否继续消费使用，最后成为忠诚用户。用户使用行为的完整过程，如图2-10所示。



现在我们可利用用户使用行为理论，梳理网站分析的各关键指标之间的逻辑关系，构建符合公司实际业务的网站分析指标体系，如图2-11所示。

