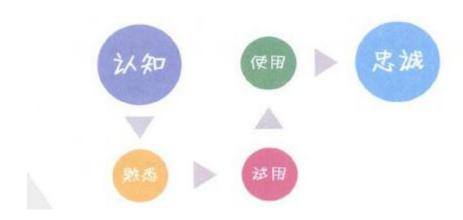
网站分析的发展已经较为成熟,有一套成熟的分析指标。比如IP、PV、页面停留时间、跳出率、回访者、新访问者、回访次数、回访相隔天数、流失率、关键字搜索、转化率、登录率,等等。遇到这么多指标,所有的指标都要采用吗?什么指标该采用?什么指标又不该采用?各指标之间有何联系?哪个指标先分析?哪个指标后分析?

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。

