

# Google Analytics (分析)

## ---实战手册



Send Now Schedule Add to Existing

Send to others:  
(Separate multiple addresses with a comma)

☒ Send to me

Subject: Weekly Update

Description: Your regularly scheduled reports

Format: ☒ PDF ☐ CSV ☐ XSL ☐ TSV

Date Range/Schedule: Weekly (sent each Monday)

Include date comparison: ☐

Schedule

日历 时间表

5月							6月						
日	一	二	三	四	五	六	日	一	二	三	四	五	六
29	30	1	2	3	4	5	27	28	29	30	31	1	2
6	7	8	9	10	11	12	3	4	5	6	7	8	9
13	14	15	16	17	18	19	10	11	12	13	14	15	16
20	21	22	23	24	25	26	17	18	19	20	21	22	23
27	28	29	30	31	1	2	24	25	26	27	28	29	30

# 网站配置文件

# 目录

1. 什么是网站配置文件
2. 如何设置网站配置文件
3. 如何为现有的域名添加网站配置文件

# 什么是网站配置文件

网站配置文件定义您所查看的报告的一组规则和设置，它通常对应一段跟踪代码。

不同网站配置文件可以对应相同的跟踪代码，但是分别设置不同的目标、过滤器等。

# 如何设置网站配置文件

使用网站配置文件，您可以跟踪：

- 特定网域
- 子网域
- 子目录
- 过滤一部分来源的流量
- 测试
- .....

# Google Analytics(分析)账户结构



## 分析账户(mysite.com)

网站配置 A  
www.mysite.com

网站配置 B  
www.mysite.com

e.g. 过滤内部访问

过滤器 1

e.g. 排除来自中国的访问

过滤器 2



G1

G2

G3

G4

过滤器 3

Eg: 只显示来自美国的访问



G1

G2

G3

G4



## 分析账户 (mysite.com & anothersite.com)

配置文件A  
www.mysite.com

配置文件 B  
www.anothersite.com

过滤器 1

过滤器 1

e.g. 仅包含来自  
中国的访问

e.g. 仅包含来自  
中国的访问



G1

G2

G3

G4

G1

G2

G3

G4

# 如何为现有网域添加配置文件

在网站配置文件框中，点击添加网站配置文件

选择为现有网域添加配置文件（该网域的配置文件已存在）

在配置文件名称中输入希望在帐户中显示的名称

[Analytics（分析）设置](#) > **创建新的网站配置**

## 创建新的网站配置

### 选择网站配置文件类型

请确定您是要为现有域名创建附加网站配置，还是创建跟踪新域名的网站配置。

☐ 为新域名添加配置文件    或    ☒ 为现有域名添加配置文件

### 为现有域名添加配置文件

选择域名:  ▼

网站配置名称:

时区国家或地区::  ▼

时区: (格林尼治标准时间+08:00) 中国时间 - 北京

取消

完成



# 常用术语解析

# 目录

1. 常用术语解释
2. 如果方便的找到想要了解的术语解释？

# 常见术语

## 综合浏览量 (Pageviews)

综合浏览量指在您网站上浏览网页的总数，它是衡量对您网站使用程度的一般性指标。与作为营销指标相比，它在作为网站访问量负荷的基本指标时更为有用。

## 访问次数 (Visits)

网站收到的访问次数是衡量对网站的宣传效果的最基本指标。影响网站获得的访问次数的一些示例因素包括：开始和停止广告、更改关键字购买、病毒式营销活动和搜索排名等等。

## 网站停留时间

网站停留时间是衡量访问质量的一种途径。由于访问者经常保持浏览器窗口为打开状态，实际却并不浏览或使用您的网站，因此"网站停留时间"可能具有误导性。

## 跳出率

跳出率指单页访问次数（即访问者从进入页离开网站的访问次数）百分比。跳出率是访问质量的衡量指标，高跳出率通常表示网站进入（目标）页与您的访问者无相关性。

## 新访问者与 回访者

大量新访问者表明您在为网站吸引访问量方面是成功的，而大量回访者表明网站内容富有吸引力，能够吸引访问者回访。

## 访问者人数 (Visitors)

访问次数表示您网站的所有访问者发起的具体会话次数。"访问者人数"表示每日访问您网站的唯一身份用户的数量。同一天来自同一用户的任何会话将汇总为单个访问者，

# 两个重要的资源—帮助中心

- Google Analytics 帮助中心: <http://www.google.com/support/googleanalytics/>

更改语言: 中文 (简体) ▼

---

**搜索支持中心**

**疑难解答工具**  
[插入跟踪代码](#)  
[报告数据缺失](#)

**当天文章排行榜前 5 名**

- [1. 添加跟踪代码后多长时间可以看到报告数据?](#)
- [2. 如何确认已在网页上正确地输入了跟踪代码?](#)
- [3. 如何向网站中添加跟踪代码?](#)
- [4. 如何设置目标?](#)
- [5. 网站配置文件是什么, 有什么用处?](#)

**查找术语**  
[词汇表](#)



## 搜索结果

### [Google Analytics \(分析\) 更新](#)

**跳出率**指标的颜色已改变, 以便显示保持一致性。现在, **跳出率**降低以绿色表示, 与正值变动匹配; **跳出率**升高则以红色表示, 与其他负值变动一样。 .....

#### [概述](#)

### ["访问者"部分提供哪些类型的报告?](#)

**跳出率**: **跳出率**指单页访问次数 (即访问者从进入页面离开网站的访问次数) 百分比。

**跳出率**是访问质量的衡量指标, **高跳出率**通常表示网站进入 (目标) 页与您的访问者无相关性 .....

#### [报告数据](#)

### ["访问者"部分提供哪些类型的报告?](#)

**跳出率** (访问者趋势): "**跳出率**"是指浏览单页的访问次数 (即访问者从进入页面离开 ...

**跳出率**是衡量访问质量的指标, 较高的**跳出率**通常表示网站进入页 (目标网页) 与 .....

#### [报告数据](#)

### ["内容"部分提供哪些类型的报告?](#)

**高跳出率**表示目标网页需要重新设计或调整指向该页的广告链接。"页面停留时间"长表示访问者对 ... 目标网页**跳出率**高表示应对指向该网页的特定广告进行重新设计或定制。 .....

#### [报告数据](#)

### ["访问量来源"部分提供哪些类型的报告?](#)

具有高点击率的广告表示相应内容可以有效地吸引用户进行点击, 而**高跳出率**, 举例来说, 则可能表示需要制作与您的承诺一致的目标网页。 .....

#### [报告数据](#)

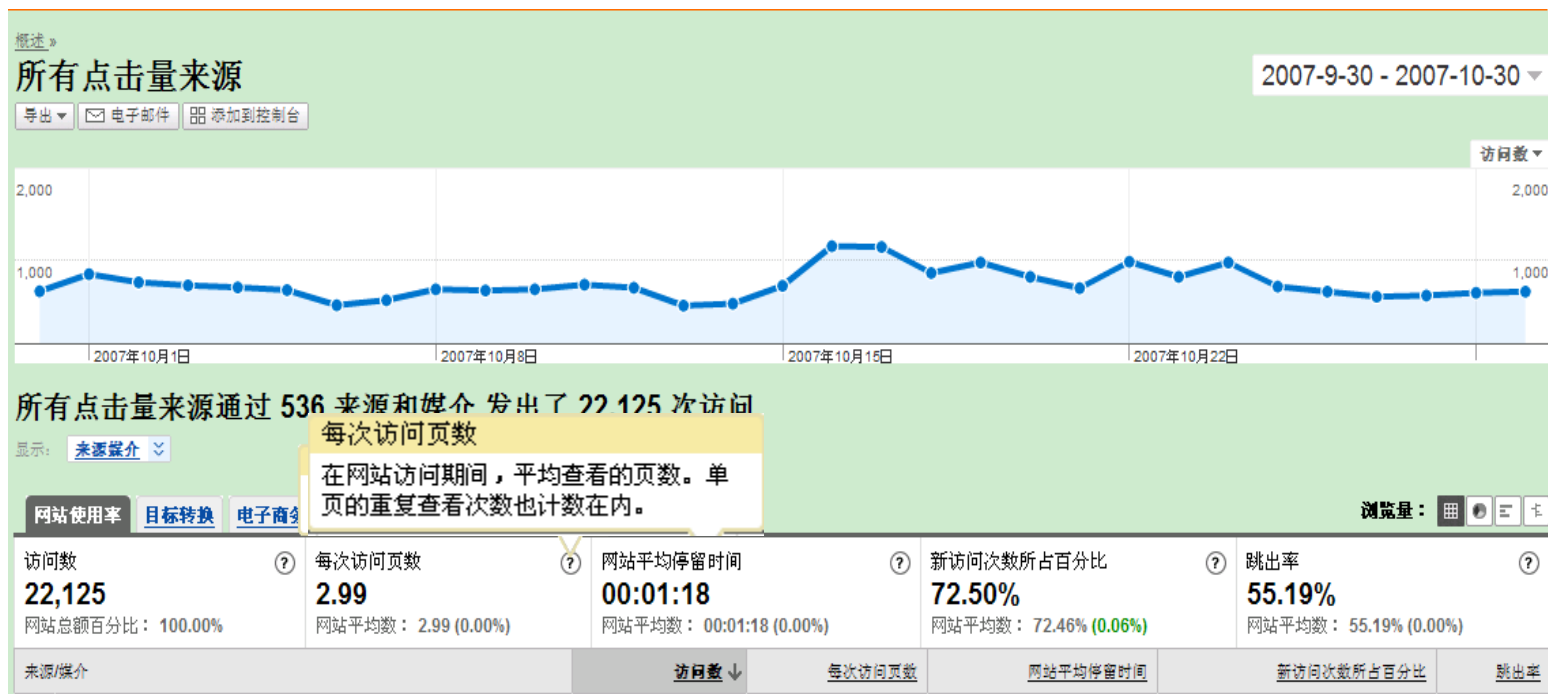
### ["电子商务"部分提供哪些类型的报告?](#)

购买针对性强的广告, 并撰写有效的广告 (请参阅"访问量来源"报告); 确保目标网页显示了您在广告中承诺的信息、服务或产品 (请参阅"内容"报告, 以降低**跳出率**) .....

#### [概述](#)

# 两个重要的资源

可以方便的在报告中找到术语解释；



# 目标和渠道设置方法

# 目录

1. 目标设置方法
2. 渠道设置方法
3. 动态网页渠道设置方法

# 什么是网站目标？

- 网站目标是访问者完成购买或者其他所需的某项操作（例如注册或下载）后进入的网页。
- 每个网站应该有一个或一系列目标页：
  - 如果是电子商务网站,目标可以是：
    - 访问者在线购买完成页；
  - 如果是非电子商务网站，目标可以是：
    - 注册成功页
    - 下载成功页
    - 联系我们
    - ...



# 为什么需要设定目标？

- 设定目标后，**Google Analytics(分析)**能为您计算目标转换指标
- 为您衡量各种广告系列的目标转换率
- 通过设定目标和渠道，可以通过 **Google Analytics(分析)** 看到访问者放弃目标的频率以及他们所到的位置。
- **Google Analytics(分析)**可以使用分配的目标值来计算投资回报率以及其他指标。
- **Google Analytics(分析)** 可以为您比较网站改版后目标转换指标的变化

# 一个实际的目标设置范例目标

Analytics（分析）网站配置 > “修改” 网站配置 > “修改” 转换目标/渠道

**目标设置: G1**

**输入目标信息**

目标网址:  (例如 http://www.mysite.com/thankyou.html)  
当用户进入该网页时, 他们即已达成转换目标 (结帐完成、注册确认等等)。

目标名称:   
目标名称将显示在转换报告中。

有效目标: ☒ 开启 ☐ 关闭

**定义渠道 (可选)**

渠道是一系列引导访问者到达目标网址的网页。例如, 您可以将引导访问者完成交易的结帐步骤定义为一个渠道。在该示例中, 从一般意义上讲, 渠道不会包含各个产品页, 它仅包含所有交易共有的一些终端网页。

\*已定义的渠道导航\* 报告将显示您在整个转换过程中留住访问者的效率如何。



	网址	名称	
步骤 1	<input type="text" value="http://ninjasinthedark.blogspot.com/2"/>	<input type="text" value="august"/>	<input checked="" type="checkbox"/> 必要步骤
步骤 2 :	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
步骤 3 :	<input type="text"/>	<input type="text"/>	

添加您的目标网址

(<http://www.xyz.com/thankyou.htm>)

为目标命名  
(下载)

渠道设置  
(如果没有渠道,  
可以留空)

**其他设置**

区分大小写 ☐  
在上面输入的网址必须和所访问网址的大小写完全相符。

匹配类型

目标价值   
[如何将实际电子商务价值用作我的目标价值?](#)

目标是否区分大小写?

(是)

匹配类型  
(标题匹配)

目标的价值?  
(50)

# 完全匹配的正确和错误范例

<http://www.google.com/thanks.html>



<https://www.google.com/thanks.html>



<thanks.html>



</thanks.html>



<www.google.com/thanks.html>



<google.com/thanks.html>



# 标题匹配的范围

如果目标网址 URL 是

<http://www.phpbuilder.com/columns/index.php?cat=1>

或者

<http://www.phpbuilder.com/columns/index.php?cat=2>

为了匹配以上两个网址，输入以下目标地址：

</columns/index.php>

或



<http://www.phpbuilder.com/columns/index.php>



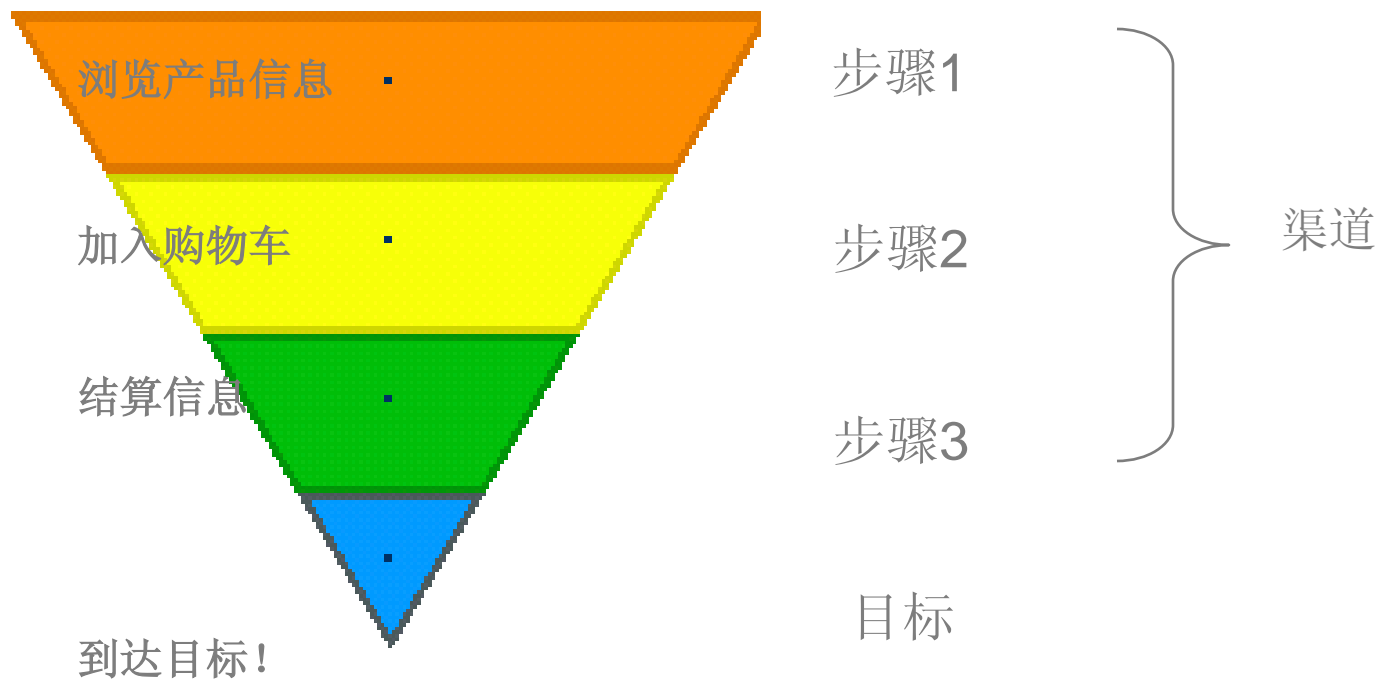
# 正则表达式的范例

- 正则表达式对于跟踪动态生成的网页的目标非常有用。
- 如何跟踪下列请求 URI?
- /orderReceipt/number/18153-1086743370-f5262f0aeb03.php
- /orderReceipt/number/67255-1138448278-1d70353831a6.php
- /orderReceipt/number/67260-1138453562-a01f1166e4ed.php
- /orderReceipt/number/52314-1129303770-c48f2ea64920.php
- /orderReceipt/number/.\*\.php
- 详细正则表达式的帮助资源可以在 [Google Analytics\(分析\) 帮助中心](#) 中输入“正则表达式”获得帮助



# 什么是渠道？

访问者在到达目标页之前需要经历的步骤。例如：



# 目标 & 渠道

## 渠道是一段旅程

每个网站配置文件中最多可以设置**10**个步骤



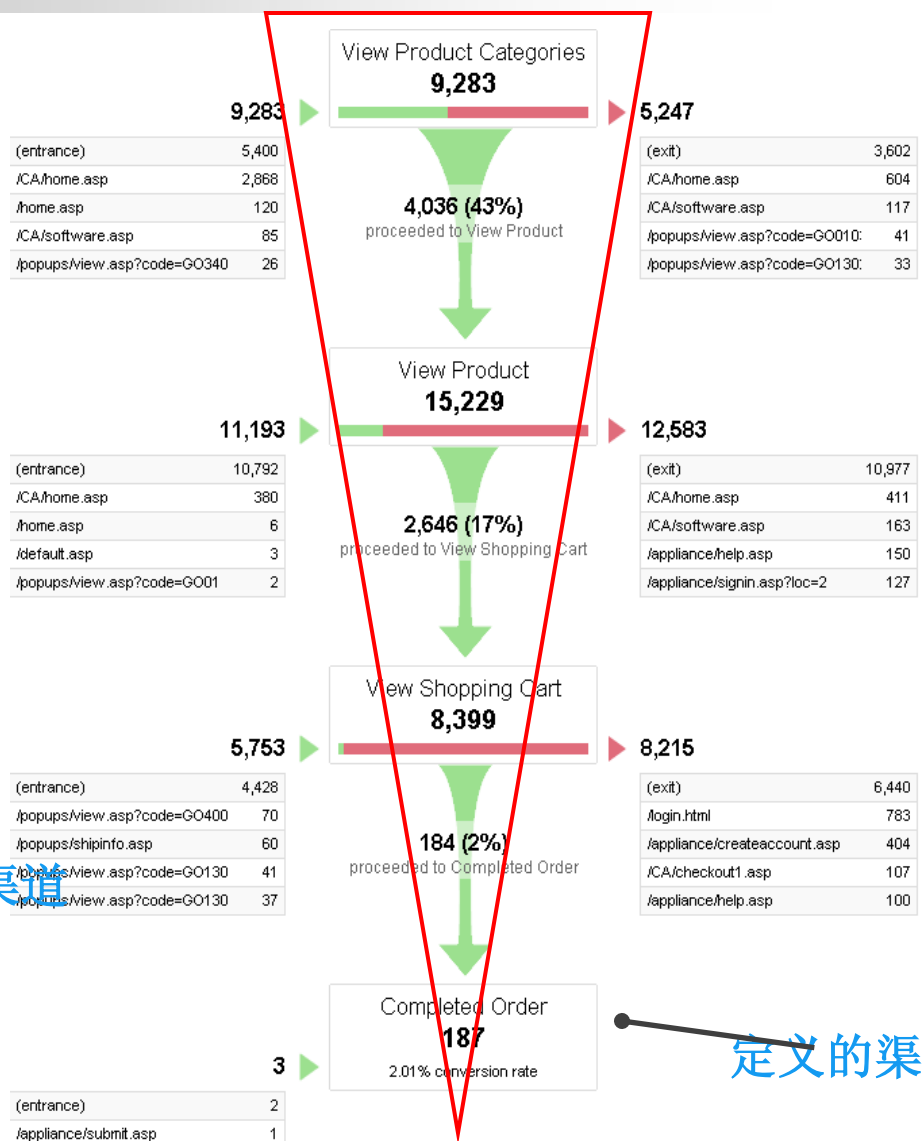
## 目标是终点

每个网站配置文件中最多可以设置**4**个目标

但是可以为一个网站设置多个网站配置文件



# 可视化报告



离开渠道后到达的页面

定义的渠道



# 一个渠道设置的实例

- 使用**正则表达式 (RegEx)**，您可以在渠道路径中灵活操作：
- 例如，在/产品/目录中有五个网页：领带、外套、鞋、衬衫、帽子。您希望让目标路径中的第 2 页成为全部五页中的三页之一。
- 目标路径如下：
  - 第 1 页 = /index.html 主页
  - 第 2 页 = /products/**shoes**.html 鞋选购页
  - 第 2 页 = /products/**shirts**.html 衬衫选购页
  - 第 2 页 = /products/**hats**.html 帽子选购页
  - 第 3 页 = /cart/checkout.php 购买页
  - 目标 = /cart/thankyou.html 致谢页
- 第 1 步：/index.html
- 第 2 步：/products/(**shoes|shirts|hats**)\.html
- 第 3 步：/cart/checkout.php
- 目标：/cart/thankyou.html

# 目标配置

## Analytics（分析）设置 > 编辑配置文件 > 编辑目标

目标设置: G1

**输入目标信息**

目标网址:  (例如 <http://www.mysite.com/thankyou.html>)  
当用户进入该网页时, 他们即已达成转换目标 (结帐完成、注册确认等等)。

目标名称:   
目标名称将显示在转换报告中。

有效目标: ☒ 开启 ☐ 关闭

**定义渠道 (可选)**

渠道是一系列引导访问者到达目标网址的网页。例如, 您可以将引导访问者完成交易的结帐步骤定义为一个渠道。在该示例中, 从一般意义上讲, 渠道不会包含各个产品页, 它仅包含所有交易共有的一些终端网页。

\*已定义的渠道导航\* 报告将显示您在整个转换过程中留住访问者的效率如何。



	网址	名称	
步骤 1	<input type="text" value="http://ninjasinthedark.blogspot.com/2"/>	<input type="text" value="august"/>	<input checked="" type="checkbox"/> 必要步骤
步骤 2 :	<input type="text"/>	<input type="text"/>	
步骤 3 :	<input type="text"/>	<input type="text"/>	

**其他设置**

区分大小写 ☐  
在上面输入的网址必须和所访问网址的大小写完全相符。

匹配类型

目标价值   
[如何将实际电子商务价值用作我的目标价值?](#)

添加您的目标网址

<http://www.xyz.com/thankyou.html>

为目标命名

致谢

添加多达 10 步渠道步骤

第 1 步: 主页

第 2 步: 产品选购页

第 3 步: 购买页

目标是否区分大小写?

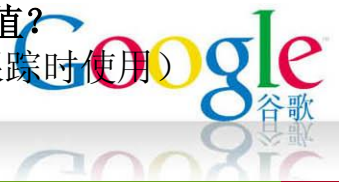
如何匹配目标

及渠道?

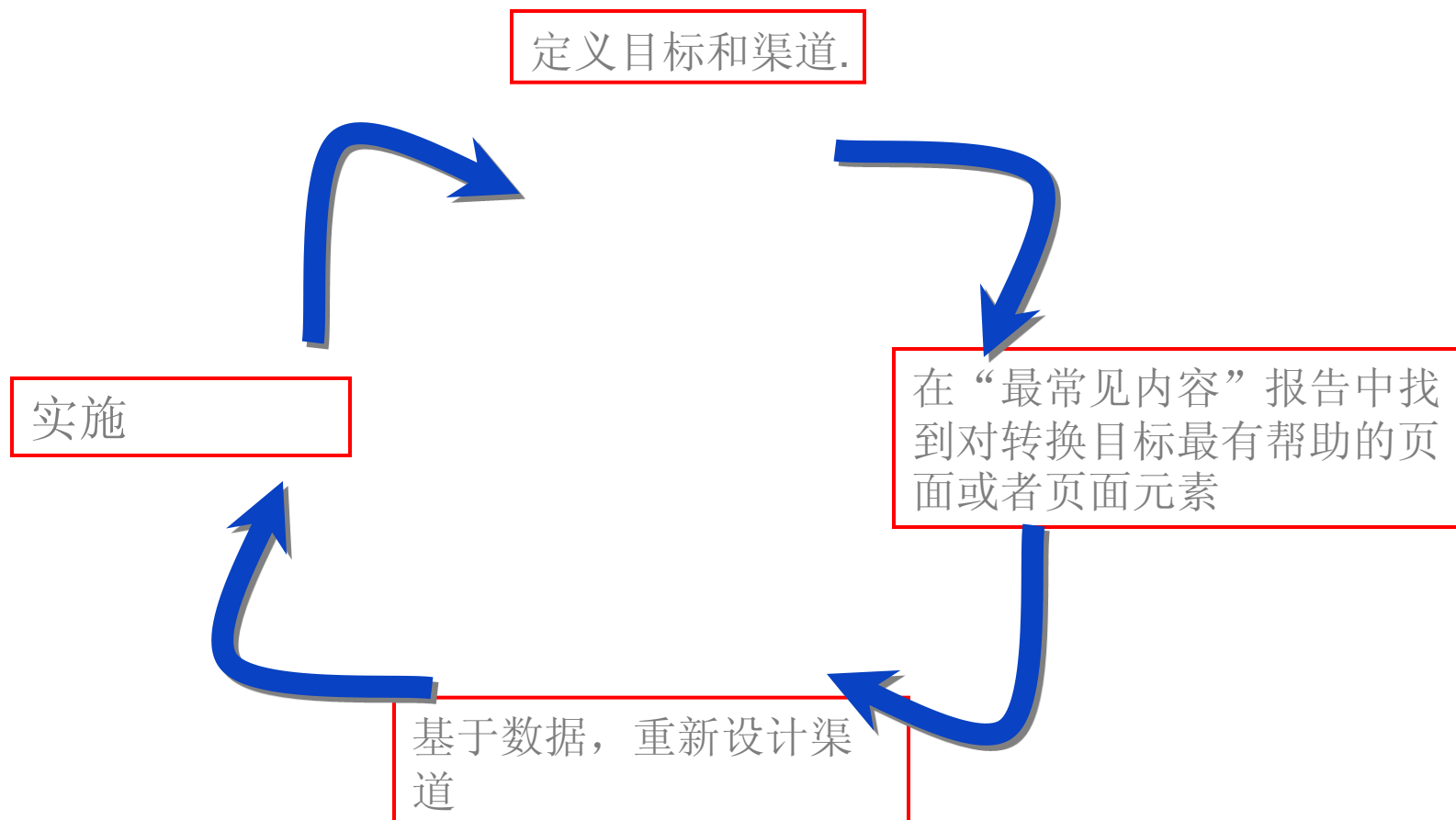
3 匹配类型

什么是目标的价值?

(只在不进行电子商务跟踪时使用)



# 最后.....



# 网站多个步骤均存在完全相同的网址怎么办？

- 使用 `urchinTracker Javascript` 函数，可以分别为不同的步骤命名，通过这种建立虚拟页面的方法设置目标和渠道。
- 参考 Google Analytics (分析)支持中心：  
<http://www.google.com/support/googleanalytics/bin/answer.py?answer=55514&query=goal&topic=&type=>

# 常用报告解析

---

大处着眼



# 大处着眼: Google Analytics (分析) 控制台

## 控制台

### 目的:

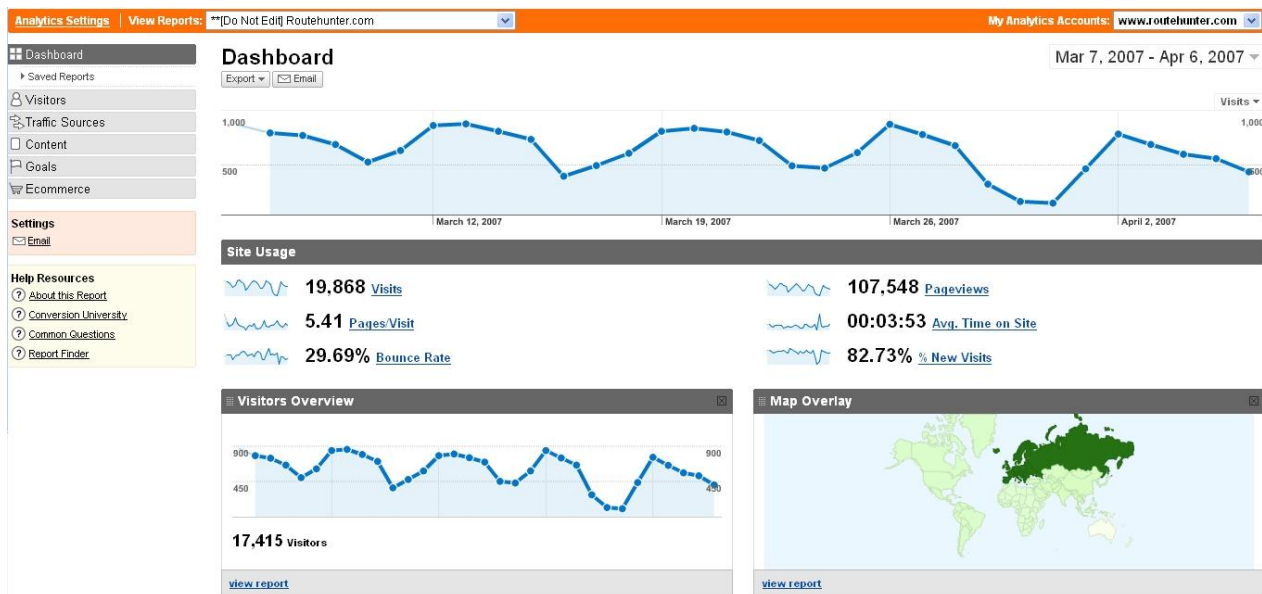
您可以将最重要的报告或是与您的业务关联最紧密的报告放置在控制台区域

### 用意:

在一张报告页(默认首页)即可看到所有最重要报告的概览

### 建议:

定期查看控制台，从大处着眼，浏览时刻更新的最重要报告概览以获取业务发展的趋势



# 大处着眼: 广告系列转换

点击量来源> 广告系列

## 目的:

查看那些 广告系列效果最好?

这些广告系列是如何获得转化的?

## 用意:

确定市场推广方案  
控制市场推广预算

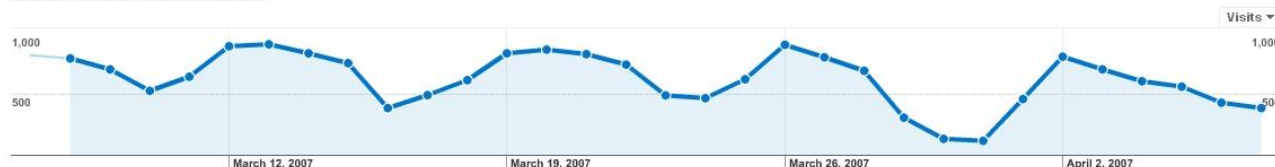
## 建议:

控制广告系列带来访问者访问流程, 引导访问者完成转换目标, 衡量并持续提高投资回报率

### Campaigns

Export Email Add to Dashboard

Mar 8, 2007 - Apr 7, 2007



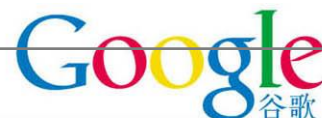
Campaign traffic sent 19,430 visits via 11 campaigns

Segment: Campaign

Site Usage	Goal Conversion	Ecommerce	Views: [Table Icon] [List Icon] [Bar Chart Icon] [Line Chart Icon]				
Visits <b>19,430</b> % of Site Total: 100.00%	Goal1: Go Page <b>30.56%</b> Site Avg: 30.56% (0.00%)	Goal2: Partner Out <b>0.00%</b> Site Avg: 0.00% (0.00%)	Goal3: Go Page (Required Step) <b>30.56%</b> Site Avg: 30.56% (0.00%)	Goal4: Link Exchange Sign Up <b>1.45%</b> Site Avg: 1.45% (0.00%)	Conversion Rate <b>62.56%</b> Site Avg: 62.56% (0.00%)	Per Visit Goal Value <b>\$0.00</b> Site Avg: \$0.00 (0.00%)	
Campaign	Visits	Go Page	Partner Out	Go Page (Required Step)	Link Exchange Sign Up	Conversion Rate	Per Visit Goal Value
<a href="#">maps</a>	6	66.67%	0.00%	66.67%	0.00%	133.33%	\$0.00
<a href="#">General Low Cost</a>	6,045	37.24%	0.00%	37.24%	0.94%	75.42%	\$0.00
<a href="#">(not set)</a>	3,818	28.47%	0.00%	28.47%	1.49%	58.43%	\$0.00
<a href="#">Routehunter</a>	9,213	27.72%	0.00%	27.72%	1.10%	56.54%	\$0.00
<a href="#">Germany Area</a>	159	18.87%	0.00%	18.87%	0.63%	38.36%	\$0.00
<a href="#">Routehunter.com#1</a>	25	16.00%	0.00%	16.00%	0.00%	32.00%	\$0.00
<a href="#">(referral)</a>	45	11.11%	0.00%	11.11%	0.00%	22.22%	\$0.00
<a href="#">Perfect Route</a>	49	4.08%	0.00%	4.08%	0.00%	8.16%	\$0.00
<a href="#">Travel+Link+Exchange</a>	1	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%	100.00%	\$0.00
<a href="#">Travel+Directory</a>	65	0.00%	0.00%	0.00%	100.00%	100.00%	\$0.00

Find Campaign: containing [ ] Go

Show rows: 10 1 - 10 of 11





---

# 访问者报告：确定目标用户



# 定位: 目标用户

访问者 > 地图覆盖图

## 目的:

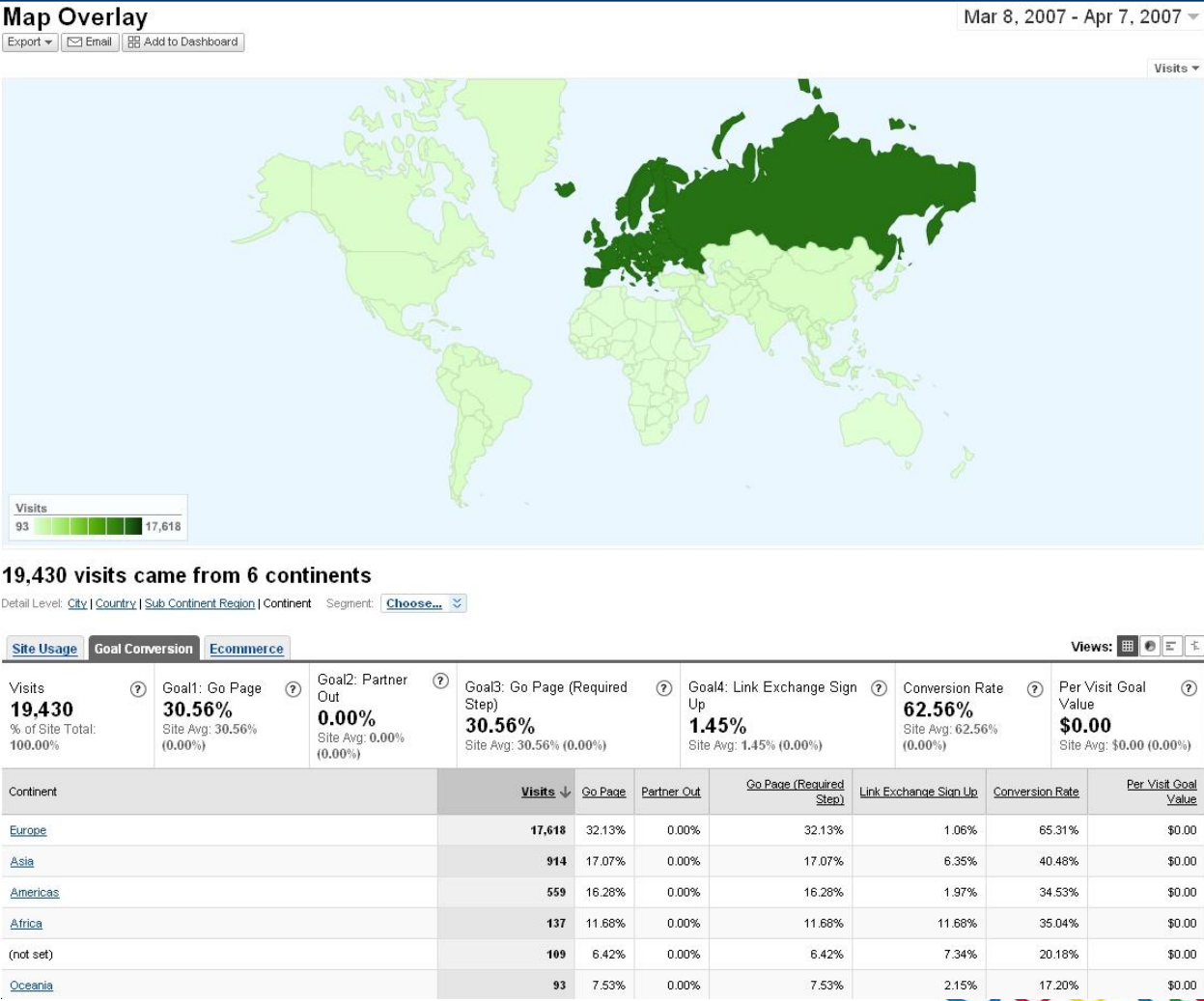
对比各个国家/地区访问者带来的目标转换次数和每次访问目标价值

## 用意:

查看各个国家/区域的图案颜色并找出在某些特定国家/区域取得成功的在线市场营销措施

## 建议:

利用地图覆盖图为广告系列在各个语言/区域的投放制定科学的预算方案



# 定位: 用户访问行为

访问者> 访问者忠诚度> 忠诚度, 新近度, 访问时长, 访问深度

## 目的:

忠诚度和新近度衡量的  
是访问者重复访问的频  
率和次数。

访问时长和访问深度衡  
量的是访问者浏览页面  
的时间和页面数。

## 用意:

您的网站是否能吸引并  
留住目标客户? 如果没  
有重复访问者或访问者  
返回您网站的频率很低,  
您应该检查网站内容和  
目标用户的定位了。

### Visitor Loyalty

Mar 8, 20

### Le Depth of Visit

Export Export Email Add to Dashboard

Most people visited: 1 pages

Depth of Visit	Visits		
1 pages	5,760	29.64%	30.91%
2 pages	1,896	9.76%	
3 pages	2,339	12.04%	
4 pages	1,663	8.56%	
5 pages	1,579	8.13%	25.00%
6 pages	1,059	5.45%	3.58%
7 pages	938	4.83%	
8 pages	686	3.53%	
9 pages	604	3.11%	
10 pages	470	2.42%	
11 pages	367	1.89%	
12 pages	303	1.56%	
13 pages	255	1.31%	
14 pages	194	1.00%	
15 pages	184	0.95%	
16 pages	140	0.72%	
17 pages	135	0.69%	
18 pages	100	0.51%	
19 pages	102	0.52%	
20+ pages	656	3.38%	



---

# 优化 AdWords 广告系列



# 优化: 删除不盈利的关键字

点击量来源> AdWords > AdWords 广告系列

## 目的:

AdWords 广告系列的所有数据, 包括转换率, 花费和投资回报率

## 用意:

查看 AdWords 广告系列的运行效果。

找出那些不盈利的关键字列表或广告系列。

## 建议:

查看投资回报率一列, 找出点击量大投资回报率差的关键字, 考虑是否删除这些表现不佳的关键字。

对于那些投资回报率很高点击量很少的关键字, 尝试提高关键字的出价。

### AdWords Keywords: Routehunter | Europe New

May 11, 2007 - Jun 10, 2007

Export Email Add to Dashboard



This AdWords ad group sent 2,088 visits via 17 keywords

Segment: Keyword

Site Usage	Goal Conversion	Ecommerce	Clicks	Views: [Icons]						
Visits 2,088 % of Site Total: 9.70%	Impressions 244,439 % of Site Total: 11.10%	Clicks 2,130 % of Site Total: 11.66%	Cost \$82.96 % of Site Total: 13.71%	CTR 0.87% Site Avg: 0.83% (5.07%)	CPC \$0.04 Site Avg: \$0.03 (17.57%)	RPC \$16.00 Site Avg: \$12.59 (27.10%)	ROI 40,980.04% Site Avg: 37,900.03% (8.13%)	Margin 99.76% Site Avg: 99.74% (0.02%)		
Keyword	Visits	Impressions ↓	Clicks	Cost	CTR	CPC	RPC	ROI	Margin	
(content targeting)	1,758	226,757	1,789	\$69.68	0.79%	\$0.04	\$15.66	40,112.40%	99.75%	
discount flight	102	7,302	114	\$4.38	1.56%	\$0.04	\$13.68	35,516.44%	99.72%	
cheap airlines tickets	137	6,573	143	\$5.56	2.18%	\$0.04	\$18.36	47,112.23%	99.79%	
europa cheap flight	23	1,024	24	\$0.96	2.34%	\$0.04	\$11.88	29,587.50%	99.66%	
europa cheap flights	15	994	22	\$0.86	2.21%	\$0.04	\$8.18	20,830.23%	99.52%	
low cost flight	26	822	20	\$0.80	2.43%	\$0.04	\$63.75	159,275.00%	99.94%	
europa low cost flight	8	321	6	\$0.24	1.87%	\$0.04	\$0.00	-100.00%	0.00%	
cheap airlines ticket	1	318	2	\$0.08	0.63%	\$0.04	\$0.00	-100.00%	0.00%	
europa low cost flights	5	161	3	\$0.12	1.86%	\$0.04	\$0.00	-100.00%	0.00%	
europa low cost travel	4	73	4	\$0.16	5.48%	\$0.04	\$0.00	-100.00%	0.00%	

优化: 拓展关键字列表

点击量来源> 关键字

目的:

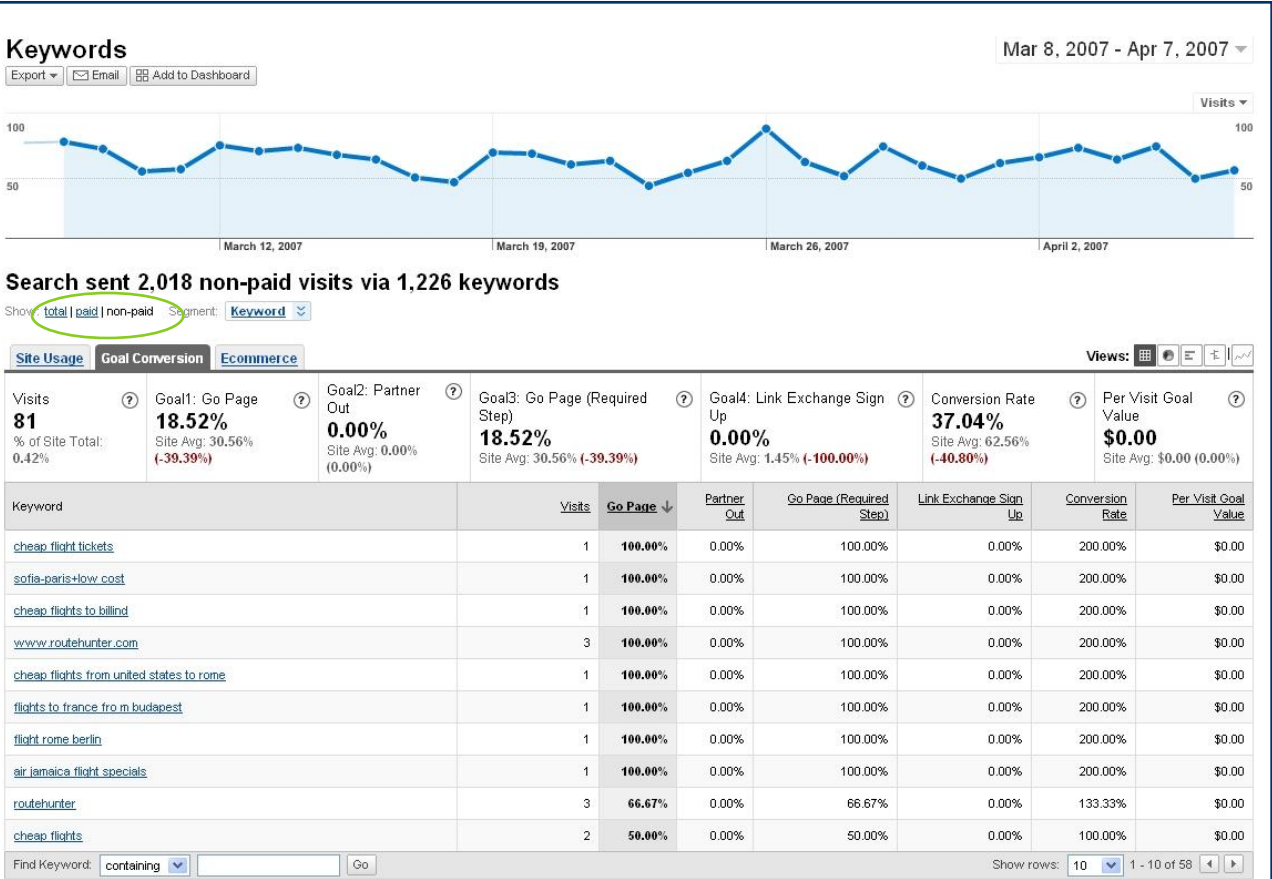
查看付费关键字和非付费关键字的目标转换

用意:

查看目标转换效果最好的关键字是否已被全部添加到 AdWords 广告系列中

建议:

通过找出转换率和/或每次访问目标价值很高的非付费关键字以帮助提高投资效果



# 优化: 跳出率

内容 > 最常见目标网页

## 目的:

列出只浏览了一页的访问次数占一组页面或一个页面访问次数的百分比

## 用意:

揭示目标网页的相关性不高

## 建议:

您可以通过优化广告的目标网页的方法将跳出率减小到最低

### Top Landing Pages

Export Email Add to Dashboard

Mar 8, 2007 - Apr 7, 2007



19,430 visits entered the site through 730 URLs

#### Landing Pages

Views: Table Map

Entrances		Bounces		Bounce Rate	
19,430		5,750		10.47%	
% of Site Total: 100.00%		% of Site Total: 100.00%		Site Avg: 7.77% (34.67%)	
URL		Entrances ↓		Bounces	
/airlines/europe/low-cost-europe.html		12,547		3,555	
/airlines/europe/index.php?Nation=Germany		1,678		512	
/		1,228		230	
/airlines/asia/low-cost-asia.html		454		124	
/airlines/europe/cheap-flights-from-Bari-to.html		231		101	
/airlines/europe/cheap-flights-from-Rome - Ciampino-to.html		184		88	
/airlines/europe/low-cost-flights-from-Berlin - Schönefeld-to.html		111		39	
/airlines/europe/cheap-flights-from-Berlin - Tegel-to.html		110		50	
/forum/index.php		94		13	
/airlines/europe/index.php?From_Name=Lisbon&page=step2.inc.php		91		27	

Find URL: containing

Go

Show rows: 101 - 10 of 730





# 网站优化: 通过最常见内容报告选择新的目标网页

内容 > 最常见内容

## 目的:

访问者最喜欢阅读那些页面? 收入指标此页或此组网页的平均值

## 用意:

确定网站上访问者最喜欢阅读的内容。找出潜在的更容易带来转换的目标页面。

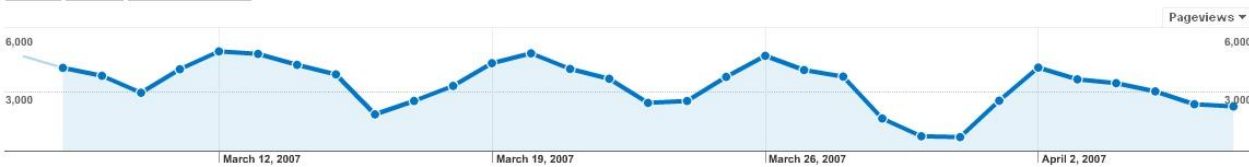
## 建议:

采用最受访问者欢迎同时又是收入指标最高的页面作为目标网页。

### Top Content

Export Email Add to Dashboard

Mar 8, 2007 - Apr 7, 2007



7,388 URLs were viewed a total of 104,980 times

### Content Performance

Views: [Grid] [Table] [List] [Map]

Pageviews	Unique Pageviews	Time on Page	Bounce Rate	% Exit	\$ Index	
104,980	73,994	00:00:52	7.77%	18.51%	\$17.11	
% of Site Total: 100.00%	% of Site Total: 100.00%	Site Avg: 00:00:52 (0.00%)	Site Avg: 7.77% (0.00%)	Site Avg: 18.51% (0.00%)	Site Avg: \$2.37 (622.70%)	
URL	Pageviews ↓	Unique Pageviews	Time on Page	Bounce Rate	% Exit	\$ Index
/airlines/europe/low-cost-europe.html	21,381	13,835	00:00:38	25.70%	29.96%	\$9.52
/airlines/europe/index.php?Nation=Germany	2,743	1,827	00:00:39	28.02%	35.11%	\$9.88
/	2,561	1,917	00:01:07	12.00%	18.27%	\$10.99
/airlines/europe/go.php?ID=3	2,212	1,677	00:01:36	0.72%	29.93%	\$31.60
/airlines/europe/index.php?From_Name=Lisbon&page=step2.inc.php	1,704	1,237	00:00:53	2.18%	10.39%	\$19.21
/airlines/asia/low-cost-asia.html	1,239	729	00:00:40	17.01%	24.13%	\$6.34
/airlines/europe/go.php?ID=25	1,171	932	00:01:52	1.07%	27.58%	\$36.39
/airlines/europe/go.php?ID=51	1,112	847	00:02:10	1.42%	37.05%	\$22.92
/airlines/europe/go.php?ID=64	971	773	00:02:06	1.03%	27.91%	\$32.06
/airlines/europe/index.php?From_Name=Porto&page=step2.inc.php	890	633	00:00:59	0.79%	10.00%	\$10.81

Find URL: containing [ ] Go Show rows: 10 1 - 10 of 7,388





---

# 网站导航和易用性



内容 > 最常见退出页

**目的:**

%退出:一个或一组页面的网站退出次数占综合浏览量的百分比

**用意:**

非转换目标页面退出率很高, 很可能是因为网页内容混乱或页面加载或浏览时会产生错误

**建议:**

解决这些页面存在的问题, 或者不在转换目标的渠道中包含这些页面



# 网站优化: 渠道可视化

## 目标 > 渠道可视化

### 目的:

找出目标转换流程中访问者都是在进行那些步骤/页面操作时流失的?

### 用意:

通过可视化的界面列出目标转化渠道中可能存在的障碍

### 建议:

监控目标转换渠道中的退出页并找出可能导致访问者中途退出的原因



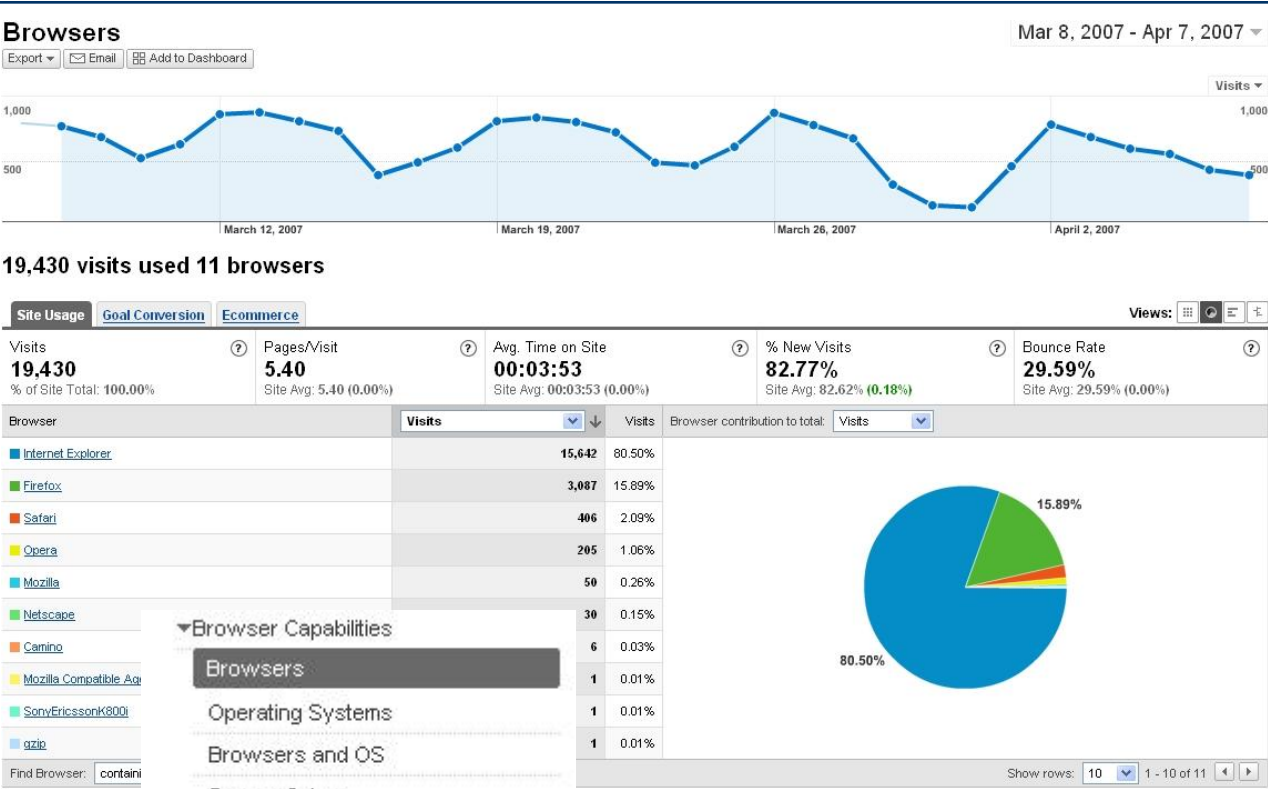
# 网站优化: 网站设计需要关注的要素

访问者 > 浏览器功能

**目的:**  
访问者所用计算机或其它上网设备的硬件配置技术细节一览无遗

**用意:**  
确保网站已经为这些访问者做过优化

**建议:**  
对比您网站设计的“优化设置”和访问者的机器配置以确认您的网站是否完美兼容访问者的上网设备



# 优化: 展示广告效果!

点击量来源 > 所有点击量来源

## 目的:

对比所有点击量来源:  
CPC 广告系列,直接点击还是网站链接推荐

## 用意:

在(右侧)按点击收费广告系列投资所带来的回报是否比(左侧)自然搜索更好?

## 建议:

对比来自所有来源的流量访问价值后您会发现,  
AdWords 值得投资!

### All Traffic Sources

Export Email Add to Dashboard

Mar 8, 2007 - Apr 7, 2007



All traffic sources sent 19,430 visits via 126 sources and mediums

Show: Source Medium

Site Usage		Goal Conversion		Ecommerce		Views: [grid icon] [list icon] [table icon]	
Visits <b>19,430</b> % of Site Total: 100.00%	Revenue <b>\$175,140.00</b> % of Site Total: 100.00%	Transactions <b>1,314</b> % of Site Total: 100.00%	Average Value <b>\$133.29</b> Site Avg: \$133.29 (0.00%)	Conversion Rate <b>6.76%</b> Site Avg: 6.76% (0.00%)	Per Visit Value <b>\$9.01</b> Site Avg: \$9.01 (0.00%)		
Source/Medium	Visits	Revenue ↓	Transactions	Average Value	Conversion Rate	Per Visit Value	
<a href="#">google / cpc</a>	15,524	<b>\$141,195.00</b>	1,064	\$132.70	6.85%	\$9.10	
<a href="#">(direct) / (none)</a>	1,233	<b>\$14,385.00</b>	101	\$142.43	8.19%	\$11.67	
<a href="#">google / organic</a>	1,685	<b>\$13,350.00</b>	98	\$136.22	5.82%	\$7.92	
<a href="#">yahoo / organic</a>	202	<b>\$1,125.00</b>	10	\$112.50	4.95%	\$5.57	
<a href="#">search.myway.com / referral</a>	6	<b>\$975.00</b>	5	\$195.00	83.33%	\$162.50	
<a href="#">answers.yahoo.com / referral</a>	71	<b>\$705.00</b>	6	\$117.50	8.45%	\$9.93	
<a href="#">en.wikipedia.org / referral</a>	55	<b>\$600.00</b>	5	\$120.00	9.09%	\$10.91	
<a href="#">wikitravel.org / referral</a>	138	<b>\$450.00</b>	4	\$112.50	2.90%	\$3.26	
<a href="#">hypersonik.co.uk / referral</a>	1	<b>\$390.00</b>	3	\$130.00	300.00%	\$390.00	
<a href="#">ask / organic</a>	31	<b>\$390.00</b>	3	\$130.00	9.68%	\$12.58	
Find Source/Medium: <input type="text" value="containing"/> <input type="button" value="Go"/>							
Show rows: 10 1 - 10 of 126							



---

# 关注电子商务



电子商务> 电子商务概述

目的:

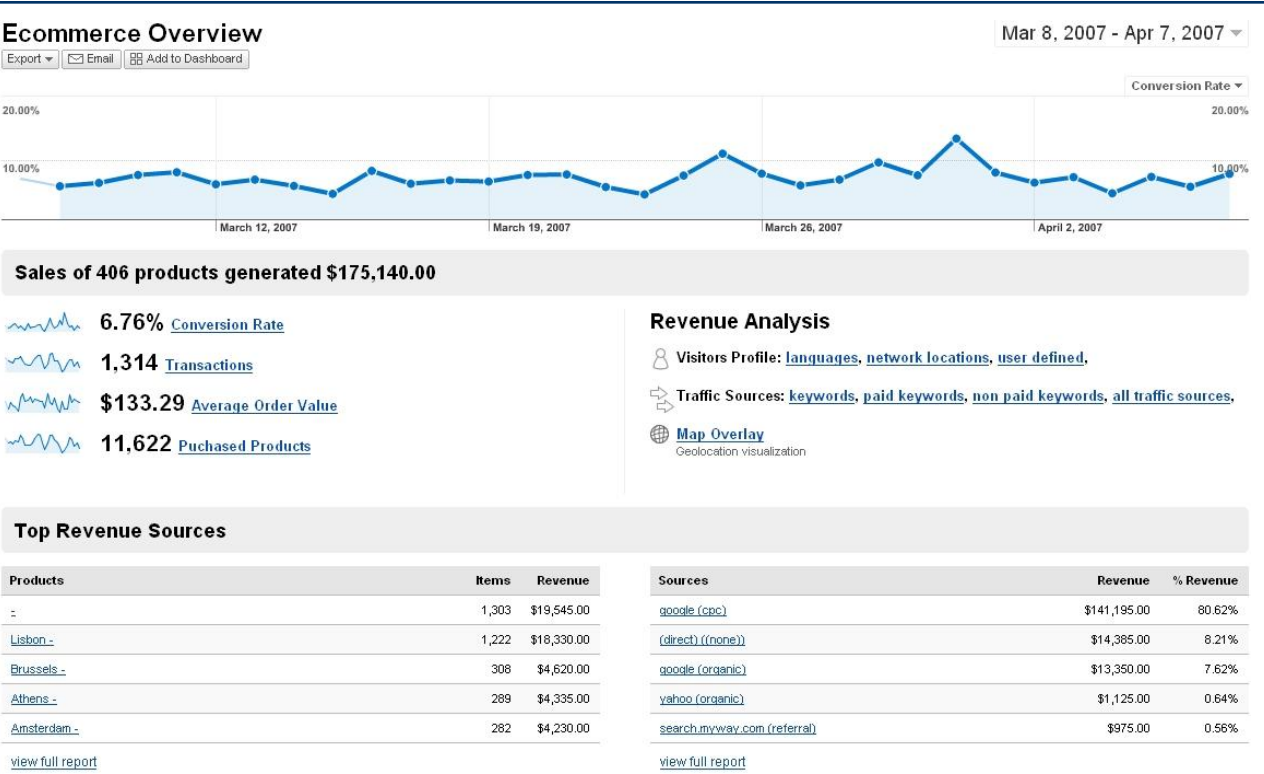
使用真实货币来衡量您电子商务网站的交易和收入

用意:

懂得如何实现收入的最大化

建议:

找出来自那些渠道,地区,访问者带来的收入更高,在这些方面加大投资力度



# 电子商务: 产品销售报告

电子商务 > 产品性能 > 产品简介

## 目的:

列出在线销售商品的数量,总销售额, 商品平均价格, 和每个订单的平均产品数量

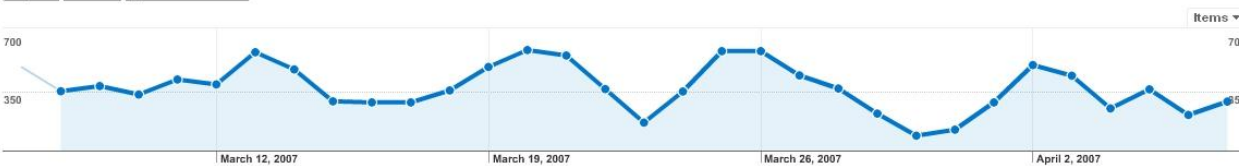
## 用意:

了解哪些在线销售的商品最重要, 扩充该系列商品线并制定相应的促销和广告计划

### Products

Mar 8, 2007 - Apr 7, 2007

Export Email Add to Dashboard



Sales of 406 products generated \$174,330.00

### Products

Views: [Grid] [List] [Table]

Items <b>11,622</b> % of Site Total: 100.00%		Transactions <b>1,306</b> % of Site Total: 100.00%		Product Revenue <b>\$174,330.00</b> % of Site Total: 100.00%		Average Price <b>\$15.00</b> Site Avg: \$15.00 (0.00%)		Average QTY <b>8.90</b> Site Avg: 8.90 (0.00%)	
Product		Items ↓	Transactions	Product Revenue		Average Price		Average QTY	
-		1,303	143	\$19,545.00		\$15.00		9.11	
<a href="#">Lisbon -</a>		1,222	134	\$18,330.00		\$15.00		9.12	
<a href="#">Brussels -</a>		308	33	\$4,620.00		\$15.00		9.33	
<a href="#">Athens -</a>		289	33	\$4,335.00		\$15.00		8.76	
<a href="#">Amsterdam -</a>		282	34	\$4,230.00		\$15.00		8.29	
<a href="#">Porto -</a>		270	37	\$4,050.00		\$15.00		7.30	
<a href="#">Munich -</a>		244	26	\$3,660.00		\$15.00		9.38	
<a href="#">Barcelona -</a>		171	17	\$2,585.00		\$15.00		10.06	
<a href="#">Budapest -</a>		167	16	\$2,505.00		\$15.00		10.44	
<a href="#">Sofia -</a>		157	18	\$2,355.00		\$15.00		8.72	
Find Product: <input type="text" value="containing"/> <input type="button" value="Go"/>		Show rows: <input type="text" value="10"/> <input type="button" value="1 - 10 of 406"/>							

Find Product: containing [ ] Go

Show rows: 10 1 - 10 of 406





---

Thank you.

