

Google Analytics 기본개념



강대규

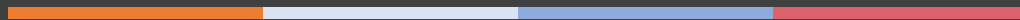
목차



1. 기본적인 개념들
2. Google Analytics 용어들
3. Event, Campaign, Goal
4. Cohort Analysis

Appendix - Facebook Analytics, Facebook custom audience

1. 기본적인 개념들



User



DAU, WAU MAU

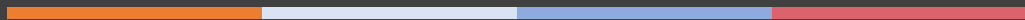
User



DAU, WAU MAU

Daily, Weekly, Monthly Active User

User



$$\sum DAU = MAU ?$$

User



평균 DAU = 10 인 서비스가 있다고 가정해보자

User



평균 DAU = 10 인 서비스가 있다고 가정해보자

$$\text{MAU} = 30 * 10 = 300 ?$$

User



평균 DAU = 10 인 서비스가 있다고 가정해보자

$$\text{MAU} = 30 * 10 = 300 ?$$

ㄴ ㄴ 완전 이상한 계산법, MAU는 DAU로 추정할 수 없음

User



$$\sum DAU \geq MAU$$

User



$$\sum DAU \geq MAU$$

예) 몬캐스트
평균 DAU = 4,000
MAU = 50,000

User



$$\sum DAU \geq MAU$$

예) 몬캐스트
평균 DAU = 4,000
MAU = 50,000

→ 충성고객이 많았다.

User



$$\sum DAU \geq MAU$$

그렇다면, $\sum DAU - MAU$ 가 작은 서비스는 나쁜 서비스인가 ?

User



$$\sum DAU \geq MAU$$

그렇다면, $\sum DAU - MAU$ 가 작은 서비스는 나쁜 서비스인가 ?

→ 서비스마다 다름 (LTV 에 따라 결정됨)

2. Google Analytics 용어들



Session



일정기간 내에 서비스에서 발생한 상호작용의 집합

Session 이 종료되는 시점

1. 마지막 활동에서부터 30분동안 아무것도 하지 않을 때
2. 날씨가 바뀌었을 때
3. 다른 캠페인으로 접속했을 때

Session 이 종료되는 시점



GA의 구성 원리



Metrics, Dimensions, Segments

Metrics



측정항목

Metrics



측정항목

Pageview, Session, Users ...

Metrics - Pageview



1. Pageviews - 페이지당 조회수 (reload 허용)

Metrics - Pageview



1. Pageviews - 페이지당 조회수 (reload 허용)
2. Unique Pageviews - 페이지당 고유 조회수 (session 내의 reload 제외)

Metrics - Pageview

1. Pageviews - 페이지당 조회수 (reload 허용)
2. Unique Pageviews - 페이지당 고유 조회수 (session 내의 reload 제외)
3. Entrances - 방문수 (session 내의 1회만 카운트)
 - 외부에서 어느 페이지로 방문을 하는가를 측정할 때 사용

Metrics - Pageview

1. Pageviews - 페이지당 조회수 (reload 허용)
2. Unique Pageviews - 페이지당 고유 조회수 (session 내의 reload 제외)
3. Entrances - 방문수 (session 내의 1회만 카운트)
 - 외부에서 어느 페이지로 방문을 하는가를 측정할 때 사용
4. Bounces - 이탈수 (session 내의 1개 페이지만 조회하고 Exit)

Metrics - Pageview

1. Pageviews - 페이지당 조회수 (reload 허용)
2. Unique Pageviews - 페이지당 고유 조회수 (session 내의 reload 제외)
3. Entrances - 방문수 (session 내의 1회만 카운트)
 - 외부에서 어느 페이지로 방문을 하는가를 측정할 때 사용
4. Bounces - 이탈수 (session 내의 1개 페이지만 조회하고 Exit)
5. Exit - 이탈수 (session 마지막에 있던 Page, 즉 1회만 카운트)

Metrics - Pageview



1. Pageviews - 페이지당 조회수 (reload 허용)
2. Unique Pageviews - 페이지당 고유 조회수 (session 내의 reload 제외)
3. Entrances - 방문수 (session 내의 1회만 카운트)
 - 외부에서 어느 페이지로 방문을 하는가를 측정할 때 사용
4. Bounces - 이탈수 (session 내의 1개 페이지만 조회하고 Exit)
5. Exit - 이탈수 (session 마지막에 있던 Page, 즉 1회만 카운트)

Bounce Rate(이탈률) = Bounces / Sessions

Exit Rate(이탈률) = Exits / Pageviews

Metrics - Pageview

1. Pageviews - 페이지당 조회수 (reload 허용)
2. Unique Pageviews - 페이지당 고유 조회수 (session 내의 reload 제외)
3. Entrances - 방문수 (session 내의 1회만 카운트)
 - 외부에서 어느 페이지로 방문을 하는가를 측정할 때 사용
4. Bounces - 이탈수 (session 내의 1개 페이지만 조회하고 Exit)
5. Exit - 이탈수 (session 마지막에 있던 Page, 즉 1회만 카운트)

Bounce Rate(이탈률) = Bounces / Sessions → 마케팅 효율 측정

Exit Rate(이탈률) = Exits / Pageviews → 어느 페이지에서 주로 세션이 끝나는지 측정

Metrics - User



1. New Users : 신규방문자

Metrics - User



1. New Users : 신규방문자
2. Returning Users : 재방문자

Metrics - User



1. New Users : 신규방문자
2. Returning Users : 재방문자

→ GA가 저장해둔 값이 존재하지 않으면 New Users,
그렇지 않으면 Returning Users

Dimensions



측정기준

Dimensions



측정기준

Date, Week of Year, Hour, Page ...

Dimensions - 예시



날짜별 결제수 추이를 살펴보자

Dimensions - 예시

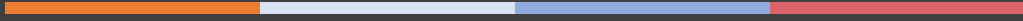
날짜별 결제수 추이를 살펴보자

Metric

Dimension



Segments



데이터의 하위집합

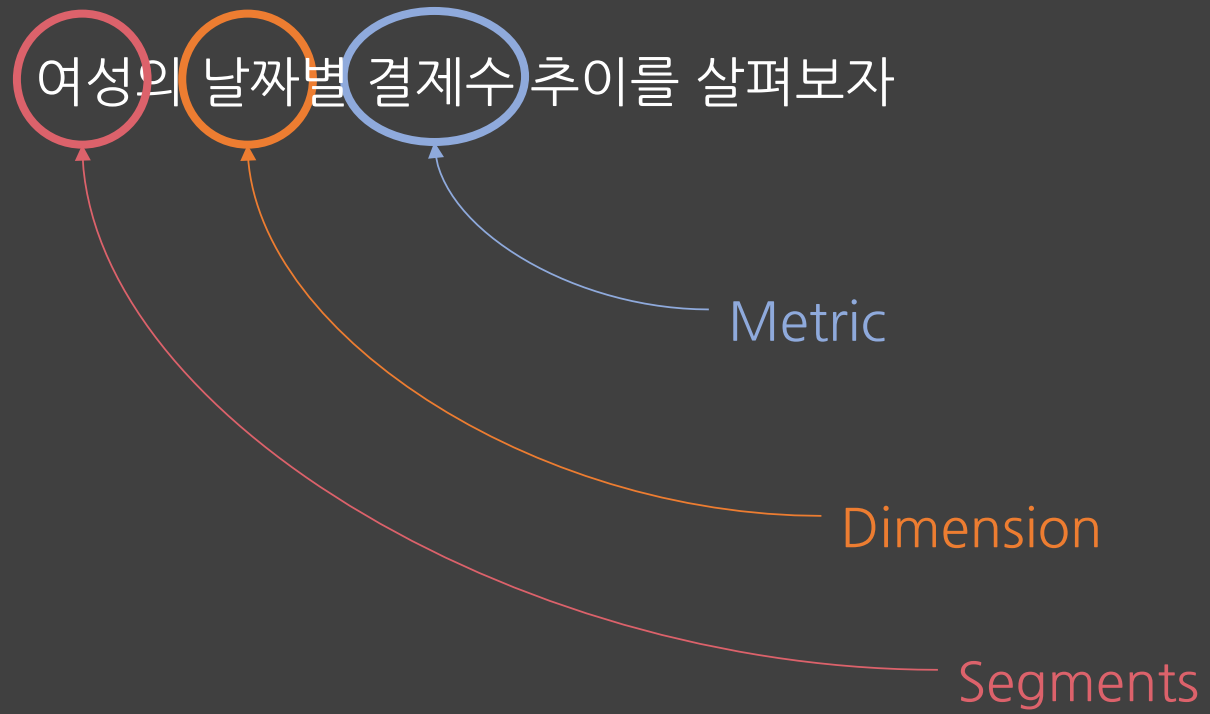
Segments



데이터의 하위집합

필터가 적용된 특정 집단

Segments



Custom Dimensions 과 Custom Metrics



Dimension 과 Metric 을 우리가 직접 정의하는 것

Custom Dimensions 과 Custom Metrics

Dimension 과 Metric 을 우리가 직접 정의하는 것

Custom Dimension : 열혈회원 vs 회원 vs 비회원

Custom Metrics : 회원가입 클릭, 회원가입 버튼 클릭

3. Event, Campaign, Goal

A horizontal bar consisting of three segments: an orange segment on the left, a blue segment in the middle, and a red segment on the right.

Event



어떠한 특정 행동을 추적하기 위한 장치

Event



어떠한 특정 행동을 추적하기 위한 장치

Ex) 다운로드 클릭, 검색, 결제 성사 등

Event의 구성

1. Event Category : 이벤트 자체의 범주
2. Event Action : 이벤트의 행동
3. Event Label : 이벤트의 정보
4. Event Value

Event의 구성

1. Event Category : 이벤트 자체의 범주
2. Event Action : 이벤트의 행동
3. Event Label : 이벤트의 정보
4. Event Value

ex)

category : apply, action : click, label : 강대규수업 → 강대규 수업 신청 클릭

Event의 구성

1. Event Category : 이벤트 자체의 범주
2. Event Action : 이벤트의 행동
3. Event Label : 이벤트의 정보
4. Event Value

ex)

category : apply, action : click, label : 강대규수업 → 강대규 수업 신청 클릭

category : apply, action : success, label : 강대규수업 → 강대규 수업 신청 완료

Event의 구성

1. Event Category : 이벤트 자체의 범주
2. Event Action : 이벤트의 행동
3. Event Label : 이벤트의 정보
4. Event Value

ex)

category : apply, action : click, label : 강대규수업 → 강대규 수업 신청 클릭

category : apply, action : success, label : 강대규수업 → 강대규 수업 신청 완료

category : apply, action : payment, label : 강대규수업 value : 15000 → 강대규 수업 결제

Campaign



유입 채널 분석

Campaign



유입 채널 분석

URL에 Campaign 매개변수를 추가하고

Campaign



유입 채널 분석

URL에 Campaign 매개변수를 추가하고

사용자가 그 URL을 클릭하면 그 매개변수가 GA에 전송되어 효율을 측정할 수 있다.

Campaign의 구성



utm_source, utm_medium, utm_campaign, utm_content, utm_term

Campaign의 구성



utm_source, utm_medium, utm_campaign, utm_content, utm_term

utm_source=20170412_cardnews
utm_medium=daekyu
utm_campaign=facebook_post

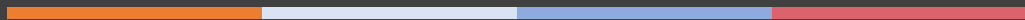
Campaign의 구성

utm_source, utm_medium, utm_campaign, utm_content, utm_term

utm_source=20170412_cardnews
utm_medium=daekyu
utm_campaign=facebook_post

utm_source=20170412
utm_medium=daekyu
utm_campaign=google_add

Goal



사용자가 특정 작업을 완료하는 빈도를 측정하기 위한 도구

Goal



사용자가 특정 작업을 완료하는 빈도를 측정하기 위한 도구

ex) 결제 전환율, 회원 전환율 등...

Goal



1. Goal Completion : 여러 step 중 모두 완료한 경우
2. Goal Conversion : 여러 step 중 1개 이상 완료한 경우

Goal



1. Goal Completion : 여러 step 중 모두 완료한 경우
2. Goal Conversion : 여러 step 중 1개 이상 완료한 경우
→ "여러 step"을 이용하여 Funnel 분석을 한다.

Goal - Funnel Analysis



1. Goal Process 중에서 어느 부분이 취약한지 알 수 있다.

Goal - Funnel Analysis

1. Goal Process 중에서 어느 부분이 취약한지 알 수 있다.
2. Process 가 명확해야 하기 때문에 시작지점과 끝지점을 잘 선택해야 한다.

4. Cohort Analysis



Cohort



특정 기간동안 같은 특성을 지닌 사용자 집단

Cohort Analysis



“Cohort” 를 기간별로 측정하는 것

Cohort Analysis - retention

User signed up		User signed in by Months												
Time	People	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	> 12
August 2010	1,021	25.6%	6.0%	5.4%	5.8%	3.3%	2.9%	3.8%					1.9%	0.6%
September 2010	1,016	28.1%	8.1%	5.0%	5.7%	4.5%	3.7%	4.1%					0.8%	-
October 2010	973	26.7%	6.7%	4.5%	5.4%	4.6%	3.3%	3.1%					-	-
November 2010	1,386	28.2%	5.0%	5.3%	4.7%	4.4%	3.0%	3.0%	2.5%	1.7%	0.8%		-	-
December 2010	1,652	23.1%	6.6%	3.9%	3.5%	3.0%	2.1%	2.0%	2.0%	0.7%			-	-
January 2011	1,523	26.1%	6.6%	4.3%	3.9%	3.4%	2.2%	2.4%	0.3%				-	-
February 2011	1,405	24.2%	7.9%	6.5%	5.9%	3.6%	2.9%	0.9%					-	-
March 2011				7.2%	5.7%	4.7%	1.5%						-	-
April 2011				6.3%	5.1%	1.5%							-	-
May 2011				5.6%	2.5%								-	-
June 2011	1,155	28.2%	6.8%	2.2%									-	-
July 2011	1,003	26.5%	2.2%										-	-

Retention over user lifetime

Change in retention over product lifetime

Cohort Analysis - purchase



Black board 에서...

끝. 질문하실 분 ?

