

Google Analytics

올인원패키지 Online.

-

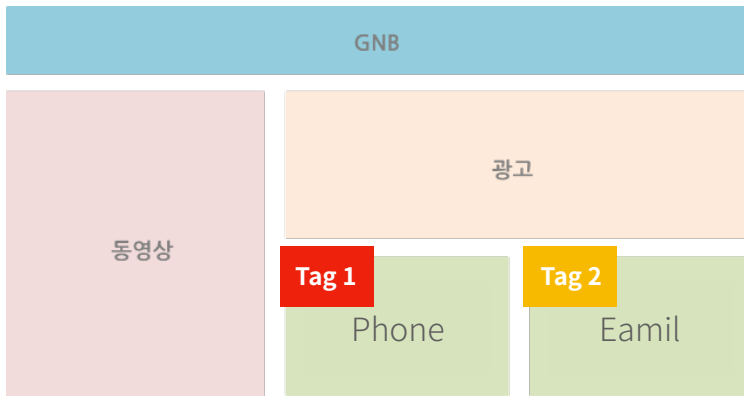
장원근 강사

Google Analytics?

Google Analytics 이벤트

페이지 뷰와 별개로 사용자의 상호작용을 추적

- 이벤트 카테고리 / 이벤트 액션 / 이벤트 라벨의 계층 구조로 설계 (Category > Action > Label)
- 이벤트 값은 금전적인 가치를 설정 (선택 사항)



이벤트 카테고리 ?	이벤트 액션 ?	이벤트 라벨 ?	총 이벤트 수	순 이벤트 수
1. Contact Us	Onsite Click	Email	216 (73.97%)	156 (74.64%)
2. Contact Us	Onsite Click	Phone	76 (26.03%)	53 (25.36%)

필드명	필드값
Category	Contact Us
Action	Onsite Click
Label	{{버튼명}} Phone

필드명	필드값
Category	Contact Us
Action	Onsite Click
Label	{{버튼명}} Email

이벤트 활용 방안

- KPI로 활용하고자 하는 상호작용을 이벤트로 전송



Google Analytics?

Google Analytics 맞춤 측정기준

- 기본적으로 수집하는 측정기준 이외에 추가적인 데이터를 수집할 때 사용
- 내부 고객 데이터를 맞춤 측정기준을 통해 GA로 전송하여 고객 정도를 함께 분석 가능
- GA 기본 보고서의 기본 측정기준에 맞춤 측정기준을 적용하여 다차원적 분석 가능
- 예시 : 로그인 여부 / 회원 등급을 비롯한 회원 정보 / 검색어 / 사이트 명 / 접속기기 등

기본 측정기준		맞춤 측정기준		기본 측정항목	
Default Channel Grouping	Sales Region	세션	새로운 세션 %	신규 방문자	이탈률
		180,981 전체 대비 비율 (%) 83.86% (215,808)	71.75% 평균 조화: 73.76% (-2.73%)	129,846 전체 대비 비율 (%) 81.57% (159,181)	43.81% 평균 조화: 46.55% (-5.88%)
1. Organic Search	North America	2,763 (23.63%)	73.74%	31,535 (24.29%)	32.65%
2. Direct	North America	5,879 (14.30%)	65.25%	16,887 (13.01%)	38.10%
3. Organic Search	EMEA	3,901 (13.21%)	82.03%	19,606 (15.10%)	60.47%
4. Referral	North America	3,126 (12.78%)	39.93%	9,235 (7.11%)	19.39%
5. Organic Search	APAC	3,222 (7.31%)	84.20%	11,133 (8.57%)	57.56%
6. Social	EMEA	8,759 (4.84%)	94.10%	8,242 (6.35%)	70.42%
7. Social	North America	6,979 (3.86%)	85.21%	5,947 (4.58%)	50.69%
8. Direct	EMEA	5,696 (3.15%)	83.39%	4,750 (3.66%)	56.62%
9. Social	APAC	5,513 (3.05%)	91.76%	5,059 (3.90%)	67.60%
10. Paid Search	North America	5,256 (2.90%)	61.47%	3,231 (2.49%)	37.52%

기본 측정기준

맞춤 측정기준

기본 측정항목

Google Analytics?

Google Analytics 향상된 전자 상거래

- 구글 애널리틱스의 향상된 전자상거래 기능으로 사용자의 쇼핑 행동을 단계별로 수집하여 분석 가능
- 사용자의 쇼핑 행동을 추적하기 위해서는 단계마다 데이터의 수집 필요



STEP 01. Product Click (상품 클릭)

STEP 02. Product Detail (상품 상세페이지 조회)

STEP 03. Add / Remove form Cart (장바구니 담기 / 장바구니 제거)

STEP 04. Checkout (주문서 작성)

STEP 05. Purchase (구매 완료)

Google Analytics 목표 설정

- Google Analytics에서 설정할 수 있는 목표의 유형은 총 “4가지”
- 도착, 시간, 세션당 페이지뷰 수(화면 조회수), 이벤트로 구성



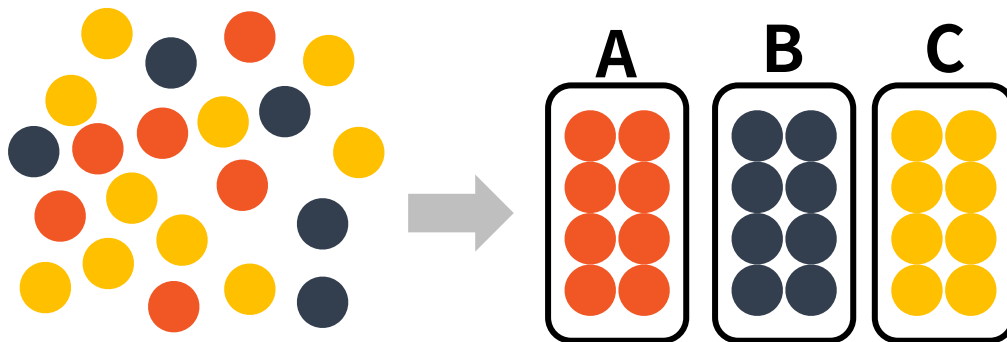
Google Analytics?

Google Analytics 콘텐츠 그룹

Google Analytics 콘텐츠 그룹 설정을 통해 페이지를 논리적인 구조로 그룹화 가능

: 그룹화를 통해 보다 용이한 데이터 분석이 가능

: 콘텐츠 그룹 간 이동경로 분석 가능



Google Analytics 필터

- 유입되는 데이터를 “보기”에서 분리하기 위해 필터는 사용함
- 필터를 적용하여 데이터가 처리된 이후에는 취소 불가 (소급 적용 불가)

제외

(EX : 내부 IP 제외)

포함

(EX : 특정 호스트 이름만 포함)

대문자

(EX : 입력값=abc → 출력값=ABC)

소문자

(EX : 입력값=ABC → 출력값=abc)

찾기 및 바꾸기

(EX : 찾는값=ABC → 바꿀값=CBC)

고급

(EX : A=a, B=b, 출력 : A+B → 생성 ab)

Google Analytics?

Google Analytics 가장 많이 사용하는 기타 설정

보기 구조 설정 방법

- 보기로 유입된 데이터는 수정이 불가능 하므로, 최소 3개 이상의 보기 생성을 권장
- Raw 보기(원본 보기) : 아무런 필터를 걸지 않은 보기
- Master 보기(분석 보기) : 분석에 용이한 필터를 적용한 분석용 보기 (주로 내부 데이터 제거, 봇 필터링 진행)
- Test 보기 (테스트 보기) : Master 보기에 필터 적용 전 시험 용도 보기

캠페인 / 세션 시간 설정

- 캠페인 만료는 기본 6개월 / 세션 만료는 30분으로 설정 되어 있음
- 캠페인 만료는 홈페이지, 서비스에 맞는 기여 기간에 맞추어서 추천 (보통 커머스의 경우 1달 또는 2주로 변경하는 케이스 있음)
- 세션 시간의 경우 변경을 추천하지 않음
- [관리 > 속성 - 추적 정보 > 세션 설정](#) 에서 변경 가능

추천 제외 목록

- 고객의 행동 여정 중 외부 페이지를 방문할 경우, 세션이 분리 됨. 전자상거래 사이트 중 PG사 사이트의 경우가 제일 많음
- 광고 성과가 PG사로 측정될 경우, PG사이트를 추천 제외 목록에 추가
- 그 외 외부 페이지가 추천으로 성과가 잡히는 경우, 추천 제외 필요
- [관리 > 속성 - 추적 정보 > 추천 제외 목록](#) 에서 추가 및 삭제 가능