

# Google Analytics

맞춤 보고서 및 세그먼트 활용



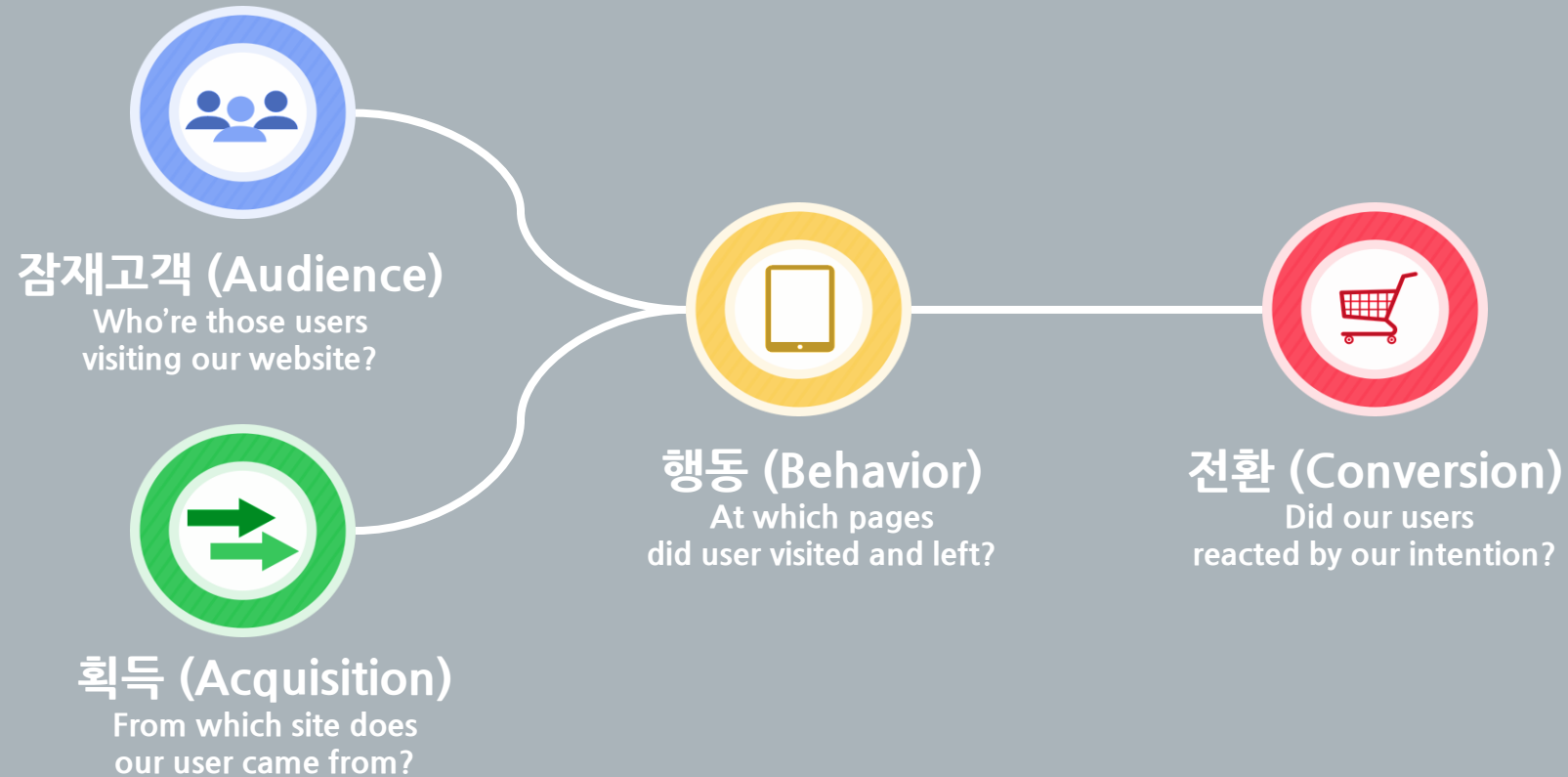
Analytics 360

1. 맞춤 보고서 활용
  2. 세그먼트(Segment)
- ※ 정규표현식



# Google Analytics 기본 보고서

- 기본 보고서의 구성

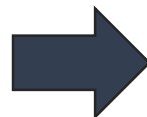


# Google Analytics 맞춤 보고서

- 기본 보고서 내에서 확인이 어려운 데이터를 조회하기 위해 Google Analytics의 맞춤보고서를 활용함

## GA 기본 보고서

▼ 👤 잠재고객	▼ 📊 획득	▼ 📅 행동	▼ 🚩 전환
개요	개요	개요	▶ 목표
활성 사용자	▼ 전체 트래픽	행동 흐름	▼ 전자상거래
평생 가치 <b>베타</b>	채널	▼ 사이트 콘텐츠	개요
동질 집단 분석 <b>베타</b>	트리맵	모든 페이지	쇼핑 행동
잠재고객	소스/매체	콘텐츠 드릴다운	결제 행동
▶ 인구통계	추천	방문 페이지	제품 실적
▶ 관심분야	▶ Google Ads	종로 페이지	매출 실적
▶ 지역	▶ Search Console	▶ 사이트 속도	제품 목록 실적
▶ 행동	▶ 소셜	▶ 사이트 검색	▶ 마케팅
▶ 기술	▶ 캠페인	▶ 이벤트	▶ 다채널 유입경로
▶ 모바일		▶ 게시자	▶ 기여 분석
▶ 교차 기기 <b>베타</b>		실험	
▶ 맞춤			
▶ 벤치마킹			
사용자 흐름			



## GA 맞춤 보고서

- ✓ 요일, 시간대 별 유입 성과분석
- ✓ 유입 채널 별 방문 페이지 성과분석
- ✓ 사용자 기기 별 유입 채널 성과 분석
- ✓ 유입 채널 별 구매 브랜드 분석
- ✓ 요일 별 구매 제품 카테고리 분석...

# Google Analytics 맞춤 보고서

- GA의 Dimension과 Metric을 조합하여 원하는 보고서를 구성함

일반 정보

제목

보고서 내용

**보고서 탭** × [+ 보고서 탭 추가](#)

이름  [이 탭 복제하기](#)

유형

측정항목 그룹

×  ×  ×  ×

측정기준 드롭다운

×  ×  ×

필터 - 선택사항

보기 - 선택사항

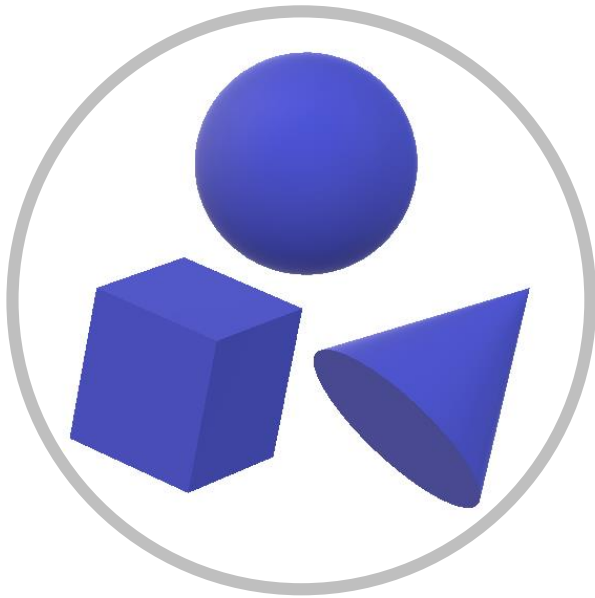
☐ 이 계정과 연결된 모든 보기

☒ 1개의 보기가 선택됨

Google Analytics의 Dimension과 Metric을 조합하여  
원하는 데이터를 추출할 수 있음

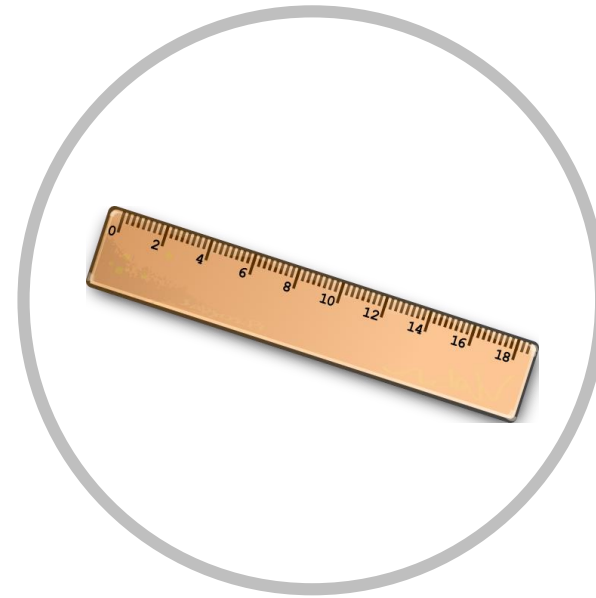
# Google Analytics 맞춤 보고서

## 측정기준 (Dimensions)



데이터의 특징이나 성질을 묘사  
예) 국가, 언어, 소스, 페이지

## 측정항목 (Metrics)



데이터의 정량적 요소  
예) 세션수, 사용자, 페이지뷰

# Google Analytics 맞춤 보고서

- GA의 Dimension과 Metric을 조합하여 원하는 보고서를 구성함

**탐색기**  
(Explorer)

**플랫표**  
(Flat Table)

**방문자 분포**  
(Map Overlay)

**유입경로**  
(Funnel)

※ GA360 사용자만 사용할 수 있음

# Google Analytics 맞춤 보고서\_1. 탐색기

## ■ 탐색기(Explorer)

맞춤 보고서 만들기

일반 정보

제목 새 맞춤 보고서

보고서 내용

보고서 탭 × + 보고서 탭 추가

이름 보고서 탭

유형 탐색기 플랫 표 방문자 분포 유입경로 배타

측정항목 그룹

측정항목 그룹

세션 + 측정항목 추가

+ 측정항목 그룹 추가

측정기준 드릴다운

요일

시간

+ 측정기준 추가

필터 - 선택사항

+ 필터 추가

보기 - 선택사항

☐ 이 계정과 연결된 모든 보기

☒ CustomMaster/Coll.UPL3

<input type="checkbox"/>	요일 이름 ?
<input type="checkbox"/>	1. Friday
<input type="checkbox"/>	2. Saturday
<input type="checkbox"/>	3. Thursday
<input type="checkbox"/>	4. Sunday
<input type="checkbox"/>	5. Monday
<input type="checkbox"/>	6. Wednesday

※상위 측정 기준(요일) 클릭 시,  
그 하위 측정 기준(시간) 데이터 확인 가능



<input type="checkbox"/>	시간 ?
	Friday의 시간 보고서.
<input type="checkbox"/>	1. 13
<input type="checkbox"/>	2. 12
<input type="checkbox"/>	3. 14
<input type="checkbox"/>	4. 18
<input type="checkbox"/>	5. 19
<input type="checkbox"/>	6. 15

GA 기본 보고서의 형태!

첫 번째 측정기준 클릭 시 하위 측정기준으로 정렬된 보고서를 제공

예) 이벤트 카테고리 > 이벤트 액션 > 이벤트 라벨



# Google Analytics 맞춤 보고서\_2. 플랫폼

## ■ 플랫폼 (Flat Table)

맞춤 보고서 수정

일반 정보

제목새 맞춤 보고서

보고서 내용

보고서 탭 × + 보고서 탭 추가

이름보고서 탭이 탭 복제

유형탐색기플랫폼방문자 분포유입경로 베타

측정 기준

요일 이름시간+ 측정 기준 추가

측정 항목세션+ 측정 항목 추가

필터 - 선택 사항

+ 필터 추가

보기 - 선택 사항

※측정 기준이 나열된 형태로 보고서 제공

보고서 탭	
요일 이름 ?	시간 ?
1. Friday	13
2. Friday	12
3. Friday	14
4. Friday	18
5. Friday	19
6. Friday	15
7. Saturday	13

선택한 측정 기준을 일렬로 나열한 보고서를 제공

➔ 일반 보고서에서 두 번째 측정기준을 사용하는 것과 유사함

➔ 최대 다섯 가지의 측정 기준을 넣고 분석할 수 있음

9

# Google Analytics 맞춤 보고서\_3. 방문자 분포

## 방문자 분포(Map Overlay)

맞춤 보고서 수정

일반 정보

제목: 새 맞춤 보고서

보고서 내용

보고서 탭: + 보고서 탭 추가

이름: 보고서 탭

유형: 탐색기, 줄짜표, 방문자 분포, 유입경로, 히트

확대/축소 수준: 전 세계

측정기준: 대륙

측정항목 그룹: 측정항목 그룹

세션

+ 측정항목 추가

+ 측정항목 그룹 추가

필터 - 선택사항

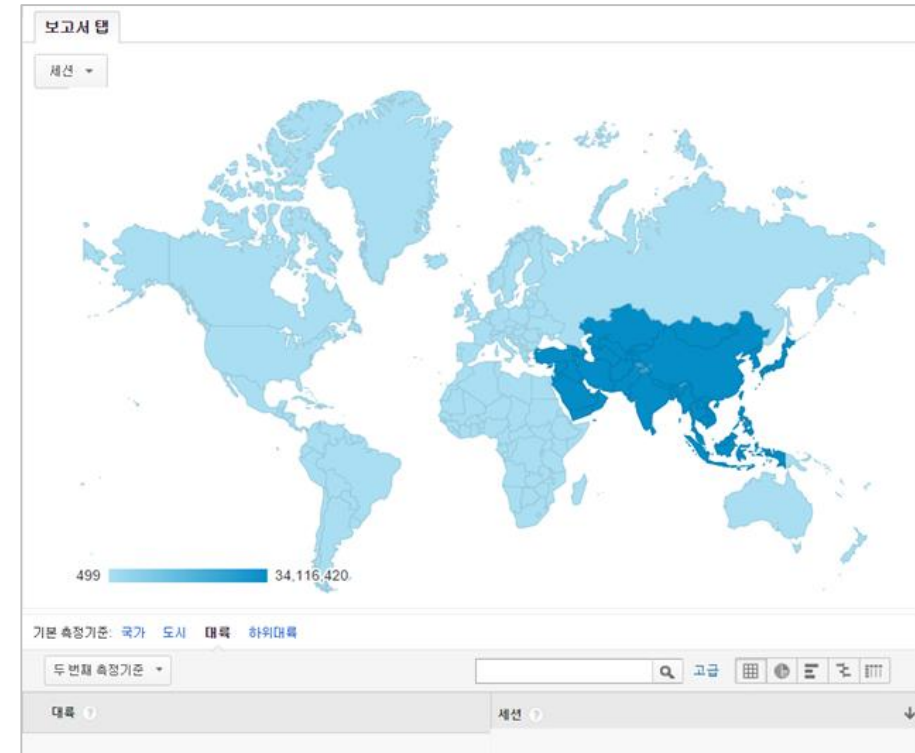
+ 필터 추가

보기 - 선택사항

☐ 이 계정과 연결된 모든 보기

☒ Roll up(Master(Full URL))

저장 취소



지도 형태의 보고서로 지역별 데이터를 한 눈에 볼 수 있음  
➔ 대륙, 국가, 도시, 지역 별로 데이터를 확인할 수 있음

# Google Analytics 맞춤 보고서\_4. 유입 경로

## ■ 유입 경로(Funnel)

※ GA360 사용자만 사용할 수 있음

유입경로 규칙

1단계

Label  
메인페이지

단계 설정 규칙

포함 페이지 일치검색 www.goldenplanet.co.kr/

and

+ 필터 추가

2단계

Label  
교육\_메인

단계 설정 규칙

포함 페이지 일치검색 www.goldenplanet.co.kr/

and

+ 필터 추가

3단계

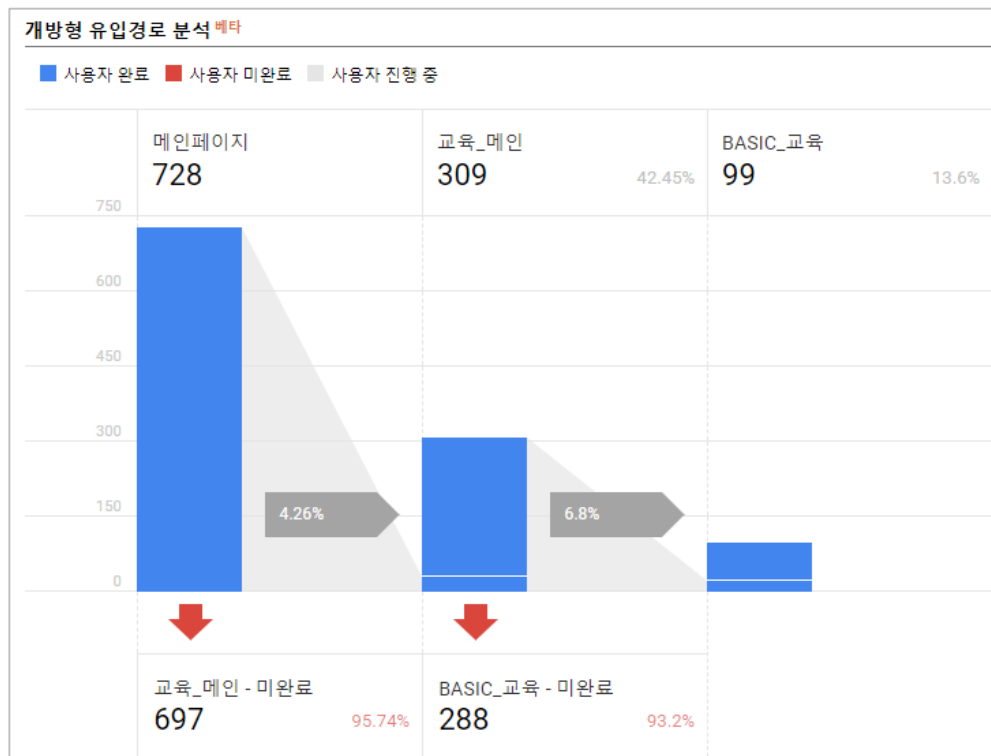
Label  
BASIC\_교육

단계 설정 규칙

포함 페이지 일치검색 www.goldenplanet.co.kr/

and

+ 필터 추가



지정된 경로 별로 사용자의 전환율과 이탈률을 바로 확인할 수 있음

➔ 설정을 통해 총 5단계의 Funnel 생성이 가능함

# Google Analytics 맞춤 보고서\_필터

## ■ 필터(Filter)

보고서 내용

보고서 탭 × + 보고서 탭 추가

이름 보고서 탭

유형 탐색기 플랫 표 방문자 분포 유입경로 **매체**

측정항목 그룹

측정항목 그룹

세션

+ 측정항목 추가

+ 측정항목 그룹 추가

측정기준 드릴다운

소스/매체

+ 측정기준 추가

필터 - 선택사항

포함 매체 일치검색 organic

and

+ 필터 추가

※매체 명이 organic인 데이터만을 포함하는 필터를 적용.  
organic 이외의 데이터는 사라짐.

<input type="checkbox"/>	소스/매체 ?
<input type="checkbox"/>	1. yahoo / organic
<input type="checkbox"/>	2. search-results / organic
<input type="checkbox"/>	3. naver / organic
<input type="checkbox"/>	4. google / organic
<input type="checkbox"/>	5. daum / organic
<input type="checkbox"/>	6. bing / organic
<input type="checkbox"/>	7. baidu / organic
<input type="checkbox"/>	8. ask / organic

특정 Dimension에 해당하는 값을 “포함” 또는 “제외”할 수 있음  
➔ “일치 검색”과 “정규식”으로 데이터를 필터링할 수 있음

## 요일 별 사용자 성과 분석

- 어떠한 요일에 가장 방문이 높은가?
- 구매 전환율이 가장 높은 요일은 언제인가?

### 소스/매체/방문 페이지 별 성과 분석

- 어떤 유입 채널에서 유입된 고객이 방문이 가장 높은가?
- Google 자연검색으로 유입된 고객의 방문 페이지는 어디인가?

## 상위 노출 페이지 분석

- 지난 한 달 동안 어떤 상품 페이지를 가장 많이 확인하였는가?
- “Apparel” 페이지 중 가장 많이 확인한 페이지는 무엇인가?

## 제품 별 전자상거래 성과 분석

- 제품 상세가 가장 많이 조회된 상품은 무엇인가?
- 결제 시도가 가장 많이 된 상품은 무엇인가?



# Google Analytics 맞춤 보고서\_Dimension&Metric Scope

- 4가지 유형의 Scope

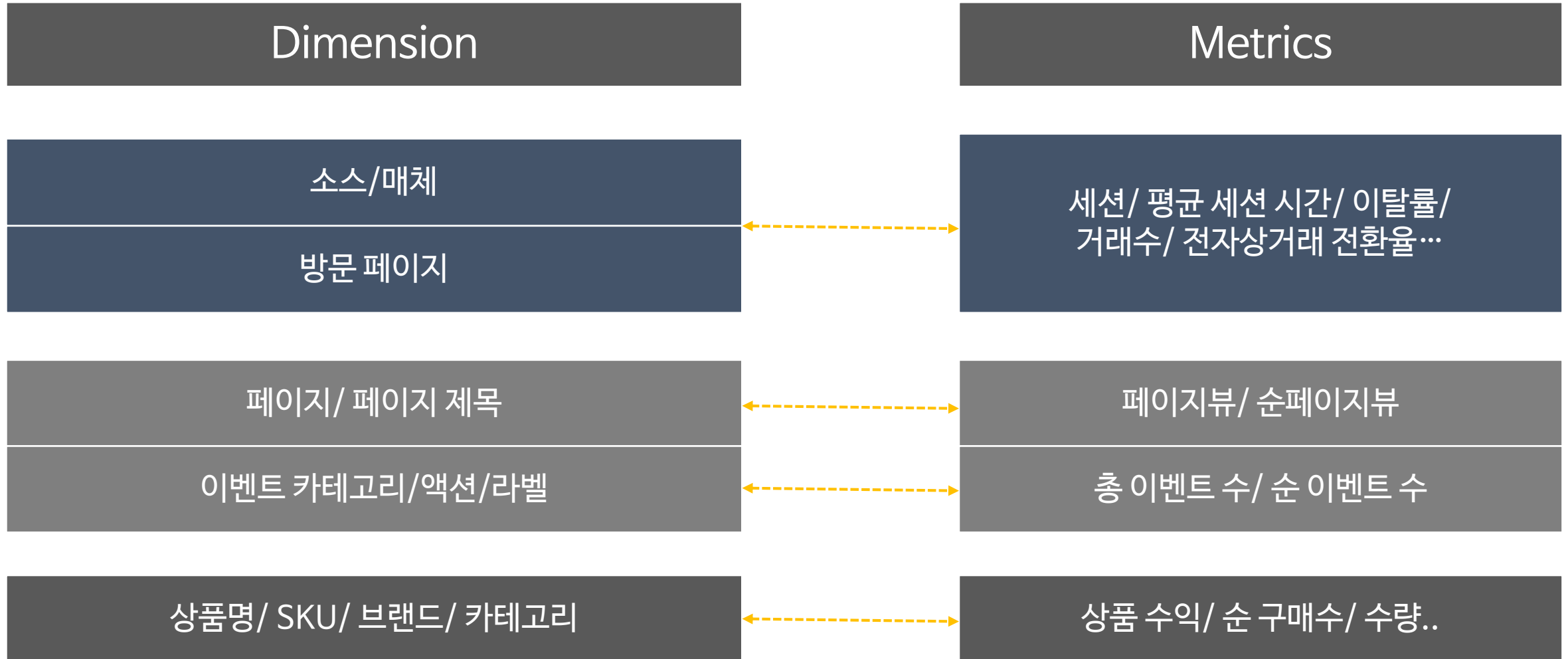
사용자 (User)					
세션 (Session)			세션 (Session)		
히트 (Hit)	히트	히트	히트	히트	히트
		제품 (Product)			제품

GA의 모든 Dimension과 Metrics는 Scope을 가지고 있음

➔ 동일한 Scope의 Dimension과 Metrics가 결합되어야 정확한 데이터를 추출할 수 있음

# Google Analytics 맞춤 보고서\_Dimension&Metric Scope

- Dimension과 Metrics의 Scope이 동일해야 정확한 데이터를 추출할 수 있음



# Google Analytics 맞춤 보고서\_Dimension&Metric Scope

- Dimension과 Metrics의 Scope이 동일해야 정확한 데이터를 추출할 수 있음



# Google Analytics 맞춤 보고서\_Dimension&Metric Scope

- Dimension과 Metrics의 Scope이 다를 경우, 데이터가 호출되지 않거나, 생각과는 다른 데이터가 호출될 수 있음

유형: **탐색기** | 플랫표 | 방문자 분포

측정항목 그룹

측정항목 그룹

페이지뷰 수 | 순 페이지뷰 수 | + 측정항목 추가

+ 측정항목 그룹 추가

측정기준 드롭다운

상품 | 상품 SKU | + 측정기준 추가

기본 측정기준: 상품

보조 측정기준 | 정렬 유형: 기본

상품 ?	페이지뷰 수 ?	순 페이지뷰 수 ?
	0	0
전체 대비 비율(%): 0.00% (308,350)		
전체 대비 비율(%): 0.00% (228,129)		
지정된 보기에 해당하는 데이터가 없습니다.		

표 표시: 10 | 이동: 1 | 전체 0개 중 1~0

유형: **탐색기** | 플랫표 | 방문자 분포

측정항목 그룹

측정항목 그룹

세션 | 평균 세션 시간 | 이탈률 | + 측정항목 추가

+ 측정항목 그룹 추가

측정기준 드롭다운

페이지 | + 측정기준 추가

기본 측정기준: 페이지

선택 열 도표 만들기 | 보조 측정기준 | 정렬 유형: 기본

페이지 ?	세션 ?	평균 세션 시간 ?	이탈률 ?
	72,800	00:02:49	45.58%
전체 대비 비율(%): 100.00% (72,800)			
평균 조화: 00:02:49 (0.00%)			
평균 조화: 45.58% (0.00%)			
1. /home	40,079 (55.05%)	00:02:50	44.97%
2. /google+redesign/shop+by+brand/youtube	5,087 (6.99%)	00:01:35	57.38%
3. /google+redesign/apparel/mens/mens+tt+shirts	4,175 (5.73%)	00:03:00	38.80%
4. /store.html	2,640 (3.63%)	00:03:21	41.93%

1. 맞춤 보고서 활용
  2. 세그먼트(Segment)
- ※ 정규표현식



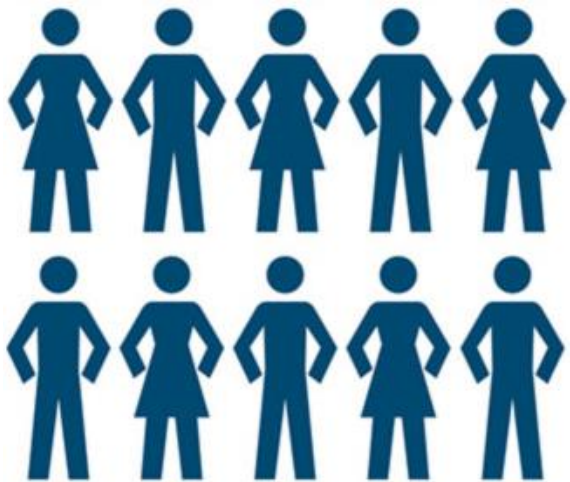
# 세그먼트(Segment)

- 특정 조건에 만족하는 고객 군(Customer Group)을 선별하여 데이터를 분석함



Naver를 통해 유입된 사용자  
A 제품을 구매한 사용자  
A 기획전을 확인한 사용자

# 세그먼트(Segment)



특정 조건에 만족하는  
고객 그룹 추출!

특정 조건에 부합하는 사용자에게 대한 심층분석

- 사용자 행태 분석
- 이탈 및 전환 요인 분석



잠재고객 생성 이후, Google Ads를 통한 타겟 광고 집행

- 리타게팅 광고 집행



**1주일간 가장 많이 조회된 기획전은 무엇인가?**

**1달 동안 가장 많이 구매한 상품은 무엇인가?**

**1주일간 가장 많은 유입을 발생시킨 자연 키워드는 무엇인가?**



**Naver를 통해 유입된 사용자가**  
1주일간 가장 많이 조회된 기획전은 무엇인가?

**장바구니 페이지를 확인한 사용자가**  
1달 동안 가장 많이 구매한 상품은 무엇인가?

**거래를 발생시킨 사용자가**  
1주일간 가장 많은 유입을 발생시킨 자연 키워드는 무엇인가?

# 세그먼트(Segment) 생성하기

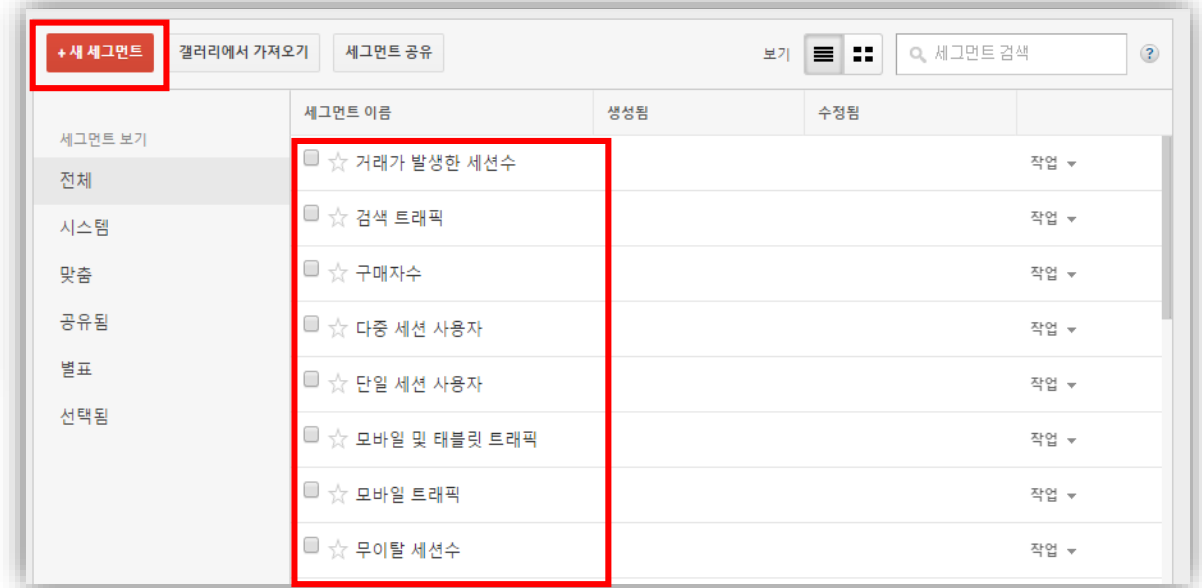
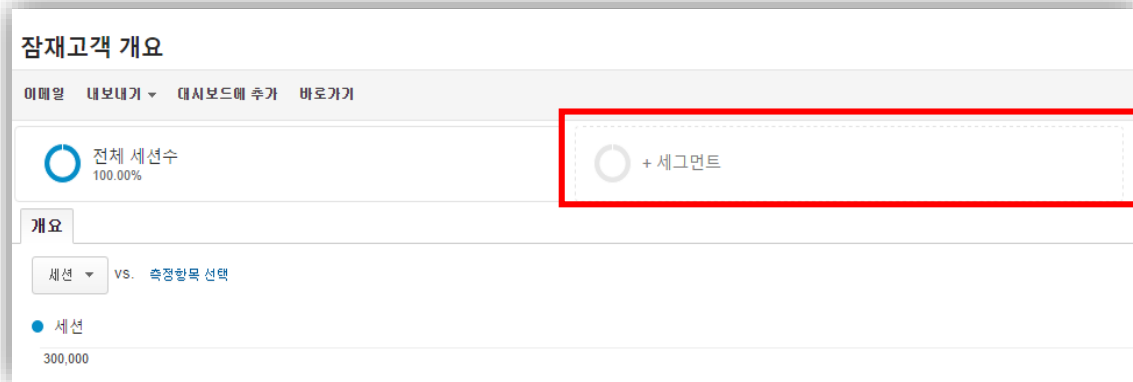
## ■ 세그먼트 생성하기

- 기본 제공 세그먼트 적용

➔ '+세그먼트' 클릭 ➔ 적용하고자 하는 세그먼트 생성 및 선택

- 새 세그먼트 생성

➔ '+세그먼트' 클릭 ➔ 세그먼트 이름 및 조건 입력 후 저장 클릭



# 세그먼트(Segment) 생성하기

The screenshot shows a web interface for creating a segment. It includes a sidebar with a list of criteria, a main configuration area with various filters, and a summary panel on the right. Red circles and boxes highlight specific elements, numbered 1 to 5.

- 1: Segment name input field.
- 2: Save button.
- 3: Preview button.
- 4: A red box around the sidebar criteria list, which includes: 인구통계, 기술, 행동, 첫 번째 세션 날짜, 트래픽 소스, 향상된 전자상거래, 고급, 조건, and 순서.
- 5: A red box around the summary panel on the right, which displays a donut chart showing 9.12% of the total user base (9,443 users) and 13,902 sessions.

- ① 세그먼트 이름 설정
- ② 세그먼트 생성 또는 생성 취소
- ③ 미리보기 기능 사용 시, 설정한 세그먼트가 적용된 데이터를 모든 보고서에서 사전 확인 가능
- ④ 세그먼트 설정에 사용할 기준 선택 (기본/고급)
- ⑤ 설정한 세그먼트에 해당되는 사용자수와 세션의 비율 확인

# 세그먼트(Segment) 생성하기

- 인구통계: 연령, 성별, 언어, 위치 등 인구 통계 기준으로 세그먼트 설정 가능
  - 잠재고객 보고서에서 볼 수 있는 데이터를 기준으로 세그먼트 생성
  - 연령, 성별, 관심도 카테고리 등의 기준은 Google 광고 플랫폼의 데이터 기반으로 Google에서 제공함

인구통계

기술

행동

첫 번째 세션 날짜

트래픽 소스

고급

조건

순서

**인구통계**  
인구통계 정보를 기준으로 사용자를 분류합니다.

연령 ? ☐ 18-24 ☐ 25-34 ☐ 35-44 ☐ 45-54 ☐ 55-64 ☐ 65+

성별 ? ☐ Female ☐ Male ☐ Unknown

언어 ? 다음 포함: ▼

관심도 카테고리(도달범위) ? 다음 포함: ▼

구매 계획 사용자 세그먼트 ? 다음 포함: ▼

기타 카테고리 ? 다음 포함: ▼

위치 ? 대륙 ▼ 다음 포함: ▼

# 세그먼트(Segment) 생성하기

- 기술: 운영체제, 브라우저, 기기, 휴대폰 모델 등 기술 기준의 세그먼트 생성 가능
  - 운영체제, 브라우저, 기기 종류 별 홈페이지 내 행동 특성 확인 가능

The screenshot shows a web interface for creating segments. On the left is a sidebar with navigation links: 인구통계, 기술 (selected), 행동, 첫 번째 세션 날짜, 트래픽 소스, 고급, 조건, and 순서. The main area is titled '기술' (Technology) and contains a description: '사용된 웹 및 모바일 기술을 기준으로 사용자의 세션을 분류합니다.' (Classify user sessions based on used web and mobile technologies). Below this are several filter settings, each with a '다음에 포함' (Include in next) dropdown menu. The '운영체제' (OS) dropdown is open, showing a list of operating systems: Android, (not set), Windows, iOS, Macintosh, Chrome OS, and Linux. Other filters include '운영체제 버전' (OS version), '브라우저' (Browser), '브라우저 버전' (Browser version), '화면 해상도' (Screen resolution), '기기 카테고리' (Device category), '모바일(태블릿 포함)' (Mobile, including tablets) with Yes/No checkboxes, '휴대기기 브랜드' (Mobile device brand), and '휴대기기 모델' (Mobile device model).

# 세그먼트(Segment) 생성하기

- 행동: 홈페이지 내 고객 행동(세션, 거래, 세션 시간 등) 기준 고객 분류
  - 세션, 마지막 세션 이후 경과 일수, 거래수, 세션 시간 기준 고객 분류 가능

저장 취소 미리보기

인구통계

기술

행동

첫 번째 세션 날짜

트래픽 소스

고급

조건

순서

행동

방문 및 거래 빈도를 기준으로 사용자를 분류합니다.

세션 ?

마지막 세션 이후 경과 일수 ?


거래수 ?

세션 시간 ?

# 세그먼트(Segment) 생성하기

- 행동: 홈페이지 내 고객 행동(세션, 거래, 세션 시간 등) 기준 고객 분류
  - 세션, 마지막 세션 이후 경과 일수, 거래수, 세션 시간 기준 고객 분류 가능

날짜	11/04	11/05	11/06	11/07	11/08	11/09	11/10
세션	1	1			1		오늘



마지막 세션으로부터 몇일이 지났는가?

=

재방문까지의 일수

# 세그먼트(Segment) 생성하기

- 첫 번째 세션 날짜: 홈페이지 최초 방문일 기준 고객 분류
  - 첫 방문 날짜를 기준으로 고객 분류 가능 (날짜 선택 가능)

인구통계

기술

행동

**첫 번째 세션 날짜**

트래픽 소스

고급

조건

순서

**첫 번째 세션 날짜**

최초 방문일을 기준으로 사용자를 분류하고 최초 방문일이 일치하는 사용자별로 그룹을 만듭니다.

첫 번째 세션 ? 다음 두 값 사이에 있음:  and

**사용자의 최초 방문일**



# 세그먼트(Segment) 생성하기

- 트래픽 소스: 유입 경로 기준 고객 분류
  - 캠페인/ 매체/ 소스/ 키워드 기준 고객 분류 가능

저장취소미리보기

인구통계

기술

행동

첫 번째 세션 날짜

트래픽 소스

고급

조건

순서

트래픽 소스

광고주를 찾게 된 경로를 기준으로 사용자를 분류합니다.

세션수 필터링

사용자 필터링

캠페인 ?

다음을 포함: ▼

매체 ?

다음을 포함: ▼

소스 ?

다음을 포함: ▼

키워드 ?

다음을 포함: ▼

# 세그먼트(Segment) 생성하기

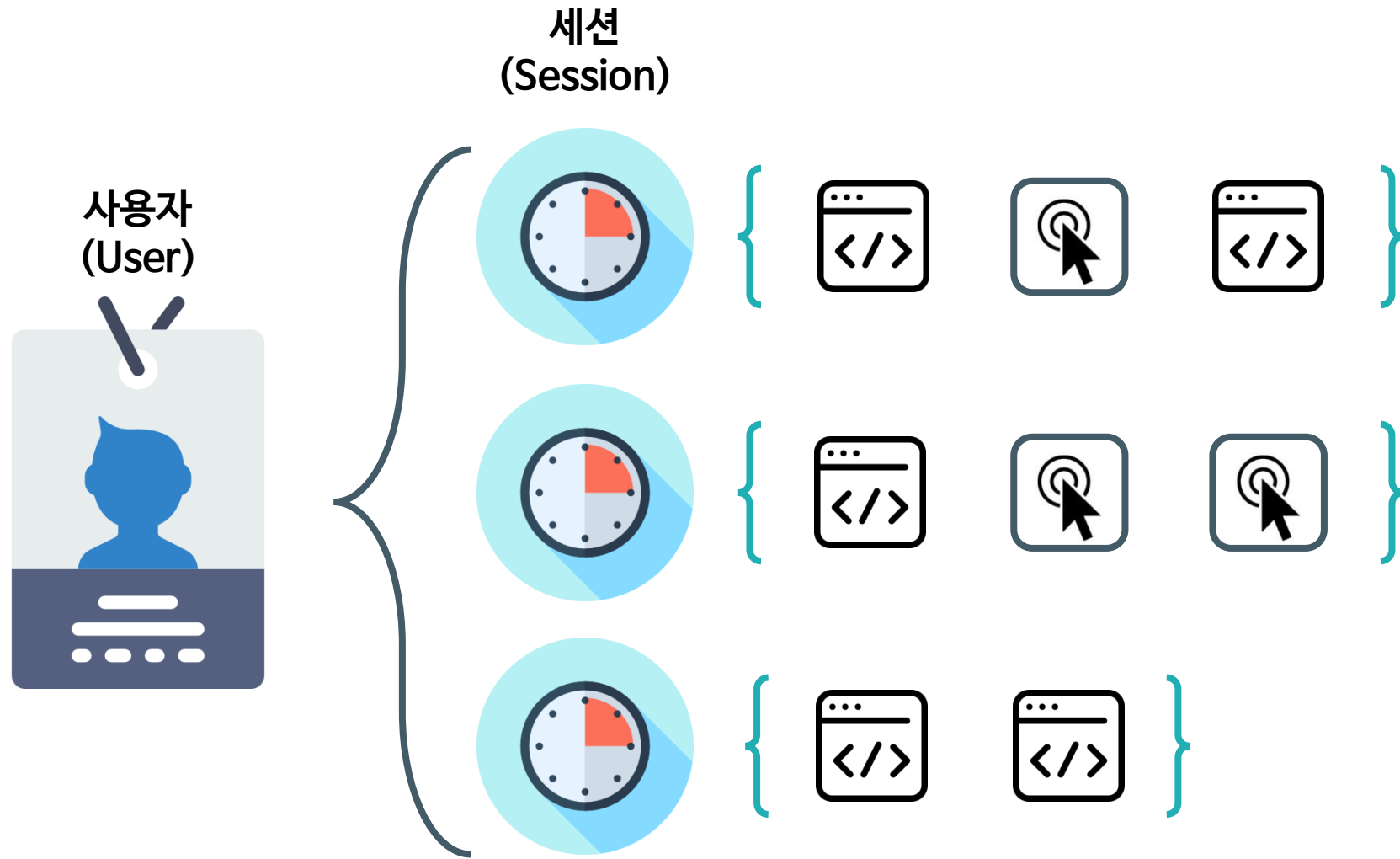
- 트래픽 소스: 유입 경로 기준 고객 분류
  - 캠페인/ 매체/ 소스/ 키워드 기준 고객 분류 가능

사용자	A	B	C
세션별 소스	페이스북	다음	트위터
	구글	네이버	네이버
	다음	구글	
	네이버		

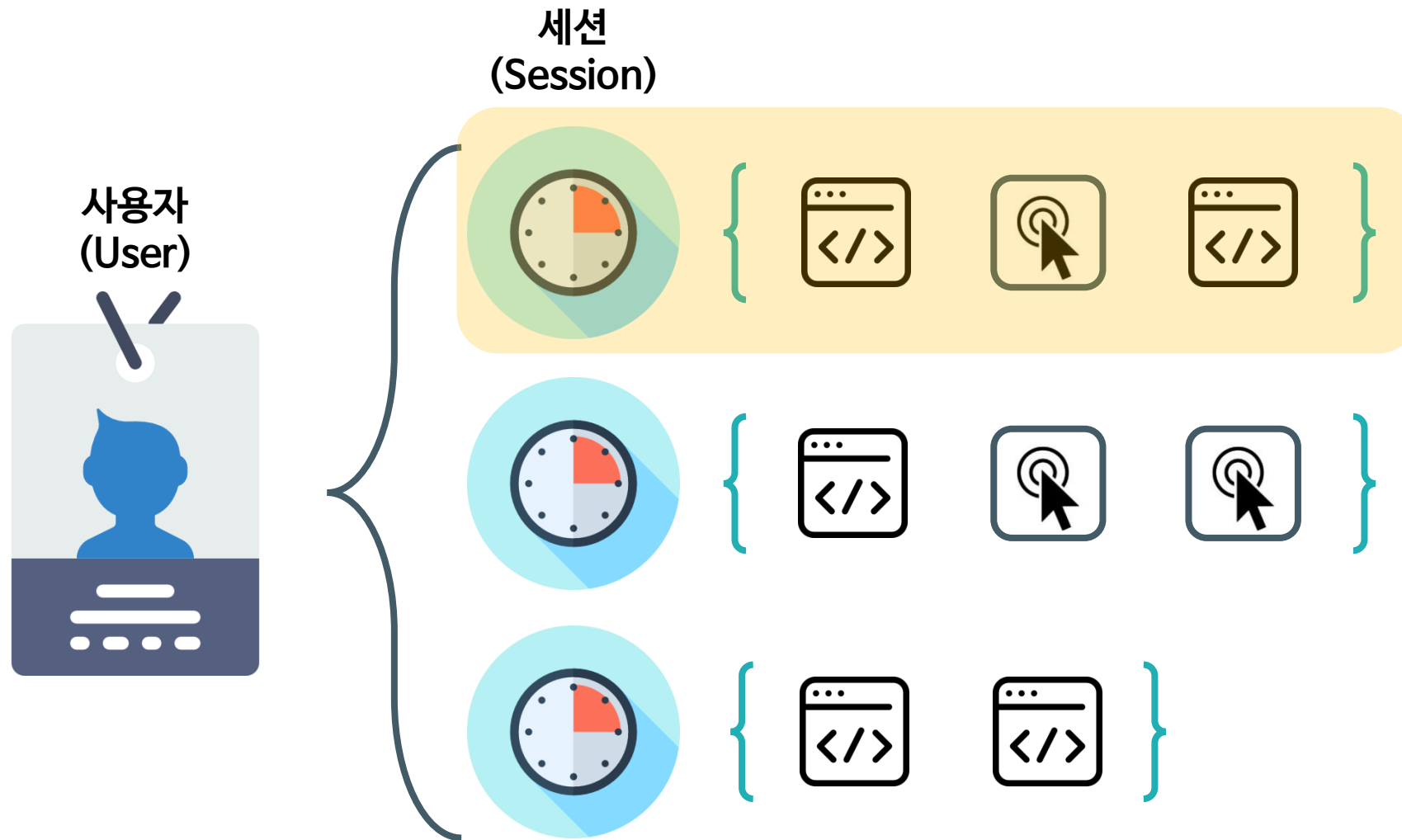
Q. 다음 조건으로 세그먼트 생성시  
세션과 사용자의 수는?

- 〈세션기준〉 소스가 '네이버'와 정확히 일치함
  - 세션: 3
  - 사용자: 3
- 〈사용자기준〉 소스가 '네이버'와 정확히 일치함
  - 사용자: 3
  - 세션: 9

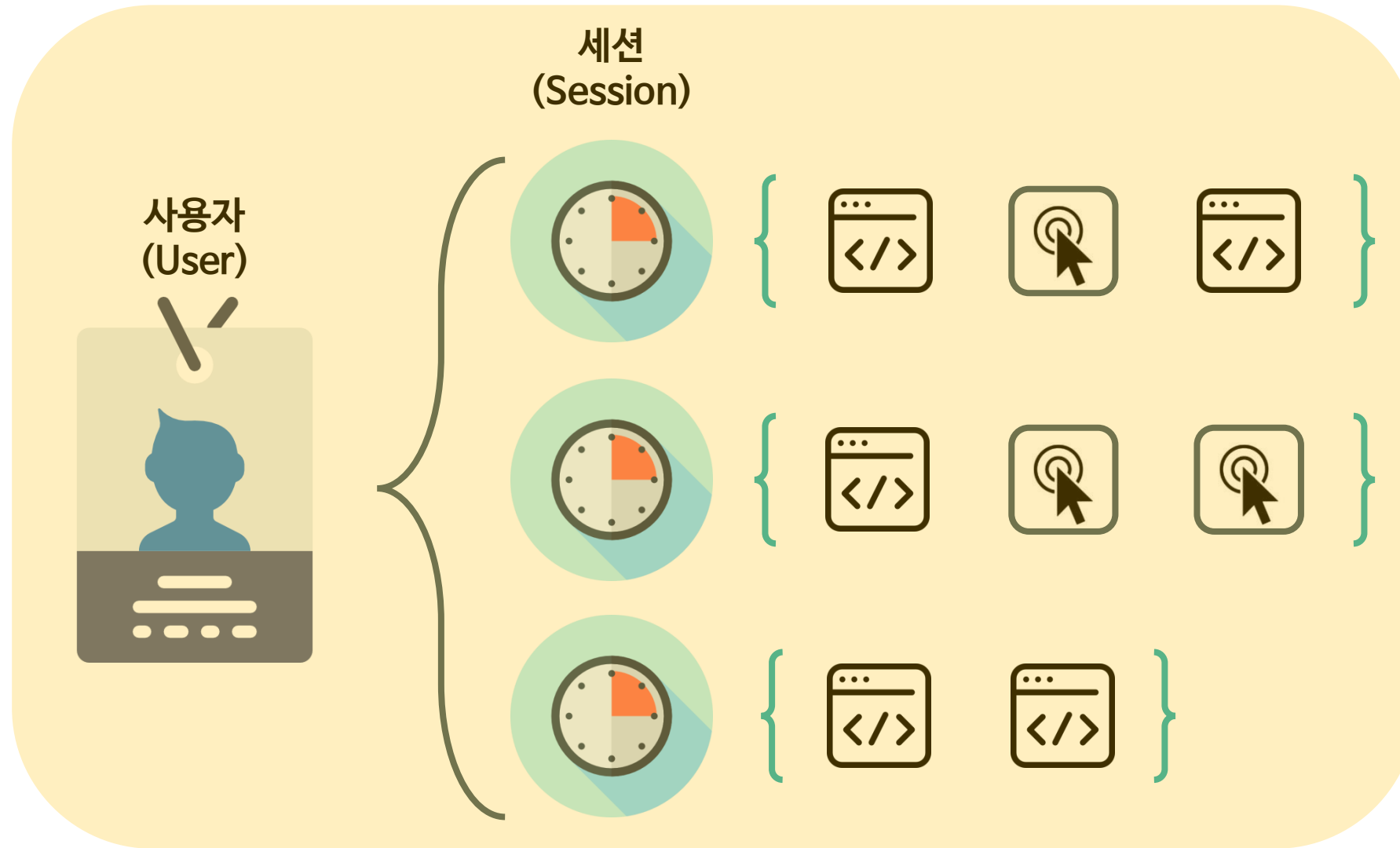
# 세그먼트(Segment) 생성하기



# 세그먼트(Segment) 생성하기



# 세그먼트(Segment) 생성하기



# 세그먼트(Segment) 생성하기

- 조건: Google Analytics에서 제공하는 다양한 Dimension을 이용해 고객 분류 가능
  - 해당 조건을 세션 기준 또는 사용자 기준으로 적용 가능하며, 포함 또는 제외 역시 가능

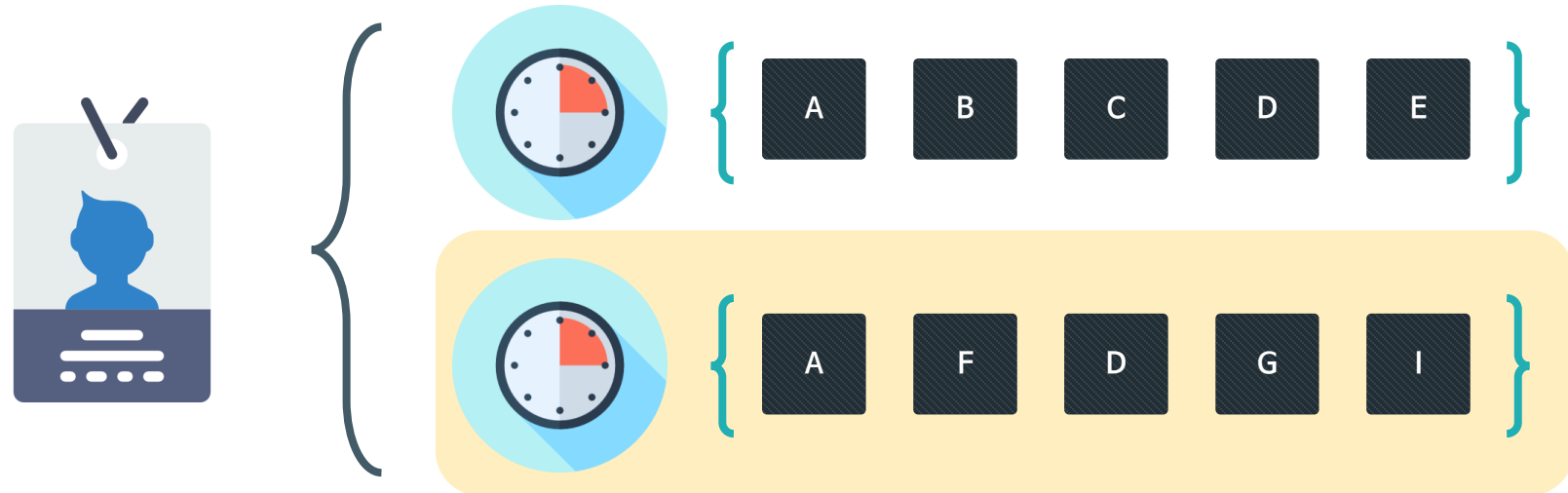
The screenshot displays the Google Analytics Segment Builder interface. At the top, there is a text input for '세그먼트 이름' (Segment Name) and three buttons: '저장' (Save), '취소' (Cancel), and '미리보기' (Preview). On the left, a sidebar contains a list of categories: '인구통계' (Demographics), '기술' (Technology), '행동' (Behavior), '첫 번째 세션 날짜' (First Session Date), '트래픽 소스' (Traffic Source), '고급' (Advanced), '조건' (Conditions), and '순서' (Order). The '조건' (Conditions) tab is currently selected. The main area is titled '조건' (Conditions) with a subtitle '단일 세션 또는 다중 세션 조건에 따라 사용자 및 세션을 분류합니다.' (Classify users and sessions based on single or multiple session conditions). Below this, there are two main filter sections. The first section is for '필터 세션수' (Filter Sessions) and is set to '포함' (Include). It contains two rows of conditions, each with a dropdown for the dimension (e.g., '페이지 제목', '소스/매체'), a dropdown for the operator (e.g., '다음에 포함'), and a text input for the value. The second section is for '필터 사용자' (Filter Users) and is set to '제외' (Exclude). It also contains two rows of conditions with similar dropdowns and text inputs. Between the two filter sections, there are 'AND' and 'OR' operators. At the bottom left, there is a button labeled '+ 필터 추가' (Add Filter).

# 세그먼트(Segment) 생성하기

- 조건: Google Analytics에서 제공하는 다양한 Dimension을 이용해 고객 분류 가능
  - 해당 조건을 세션 기준 또는 사용자 기준으로 적용 가능하며, 포함 또는 제외 역시 가능

“세션” 기준 D 페이지

*단일 세션 내에 G페이지 정보를 포함한 Hits를 전송한 세션*

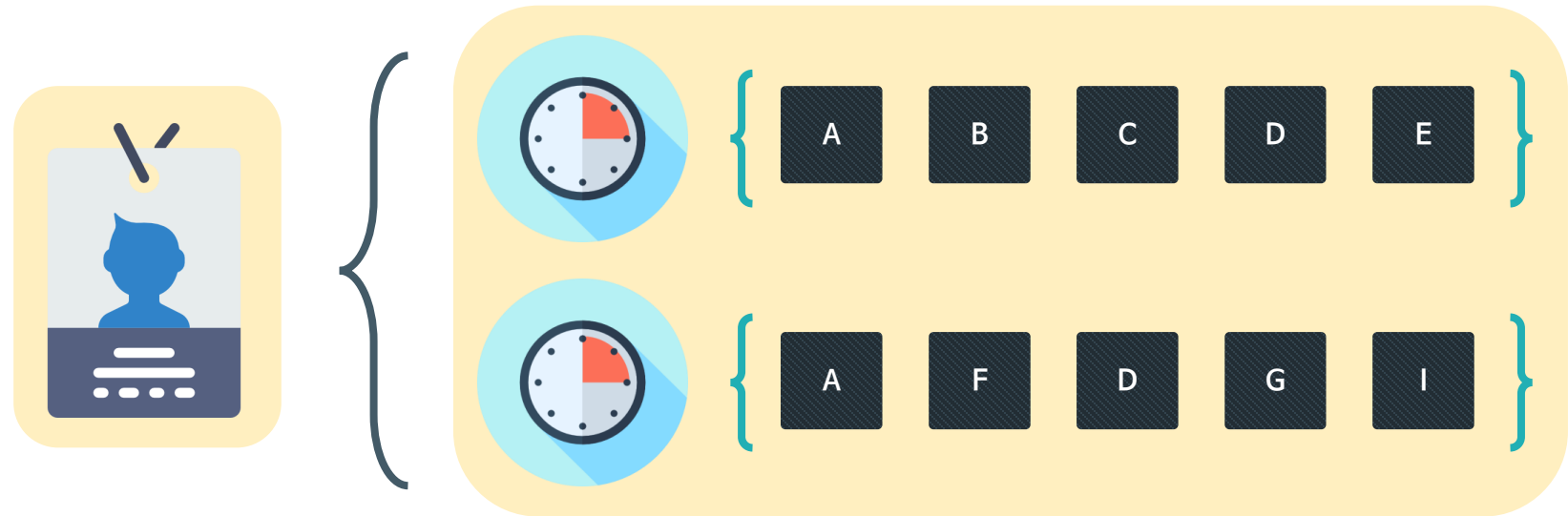


# 세그먼트(Segment) 생성하기

- 조건: Google Analytics에서 제공하는 다양한 Dimension을 이용해 고객 분류 가능
  - 해당 조건을 세션 기준 또는 사용자 기준으로 적용 가능하며, 포함 또는 제외 역시 가능

“사용자” 기준 D페이지

*단일 Hits 내에 D페이지 정보를 포함한 Hits를 전송한 사용자*



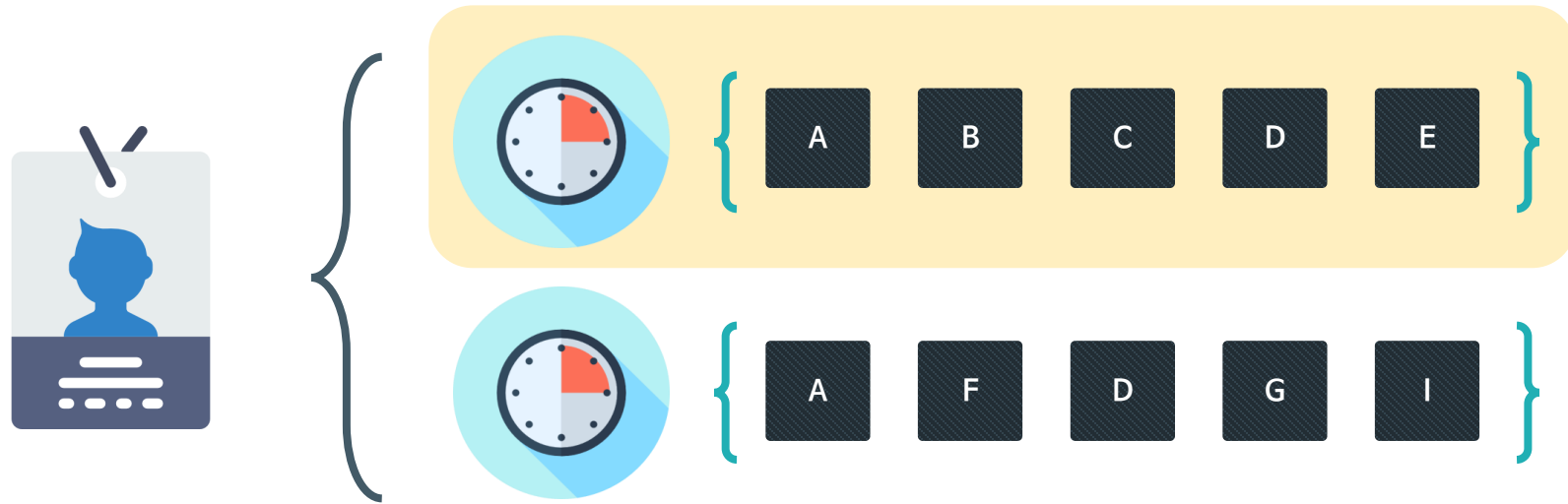


# 세그먼트(Segment) 생성하기

- 조건: Google Analytics에서 제공하는 다양한 Dimension을 이용해 고객 분류 가능
  - 해당 조건을 세션 기준 또는 사용자 기준으로 적용 가능하며, 포함 또는 제외 역시 가능

“세션” 기준 A페이지 and B페이지

*단일 세션 내에 A페이지 정보를 포함한 Hits와 B페이지 Hits를 전송한 세션*

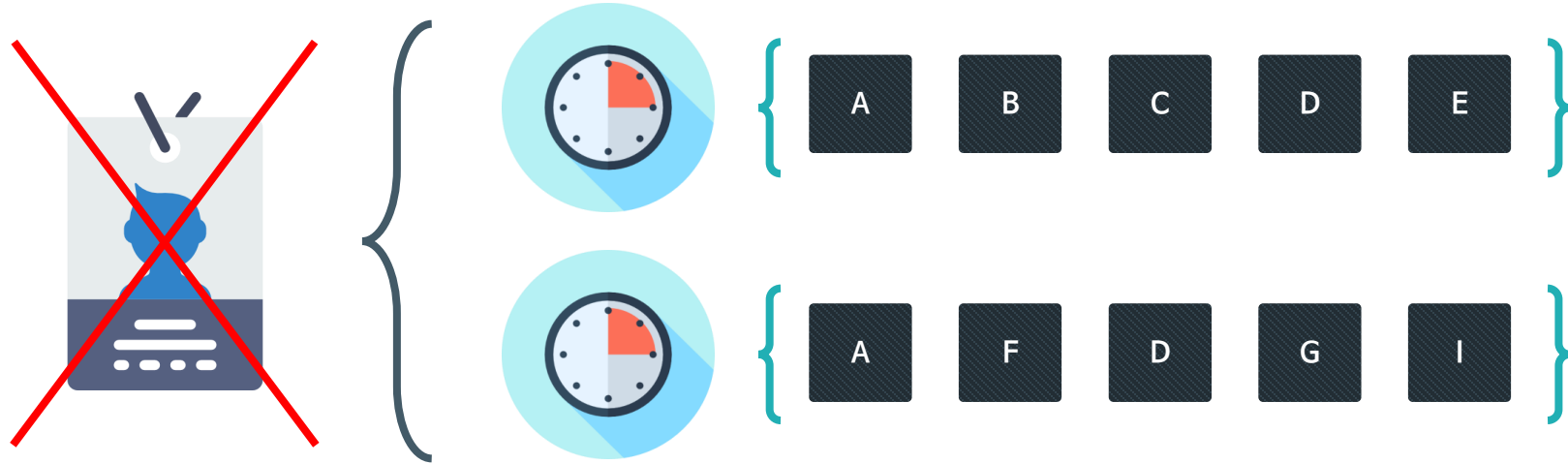


# 세그먼트(Segment) 생성하기

- 조건: Google Analytics에서 제공하는 다양한 Dimension을 이용해 고객 분류 가능
  - 해당 조건을 세션 기준 또는 사용자 기준으로 적용 가능하며, 포함 또는 제외 역시 가능

“사용자” 기준 A페이지 and B페이지

*단일 Hits 내에 A페이지와 B페이지 정보를 포함한 Hits를 전송한 사용자*



# 세그먼트(Segment) 생성하기

- 고급: 순서 세그먼트, 웹사이트 내의 행동에 대하여, 순서를 적용하여 고객 분류 가능
  - 조건 세그먼트와 동일하게 해당 조건을 세션 기준 또는 사용자 기준으로 적용 가능하며, 포함 또는 제외 역시 가
  - 다음 순서의 행동이 바로 이어지는 행동인지 세션 내에 이루어지는 행동인지 선택 가능 (다음 단계/ 바로 다음 단계)

세그먼트 이름  저장 취소 미리보기

인구통계  
기술  
행동  
첫 번째 세션 날짜  
트래픽 소스  
고급  
조건  
순서 1

순서  
순서 조건에 따라 사용자 및 세션을 분류합니다.

필터 포함 세션수 순서 시작 모든 사용자 상호작용

1단계  
소스/매체 다음을 포함: naver / organic - OR AND

다음 단계:

2단계  
페이지 제목 다음을 포함: A - OR AND

바로 다음 단계:

3단계  
페이지 제목 다음을 포함: B - OR AND

단계 추가

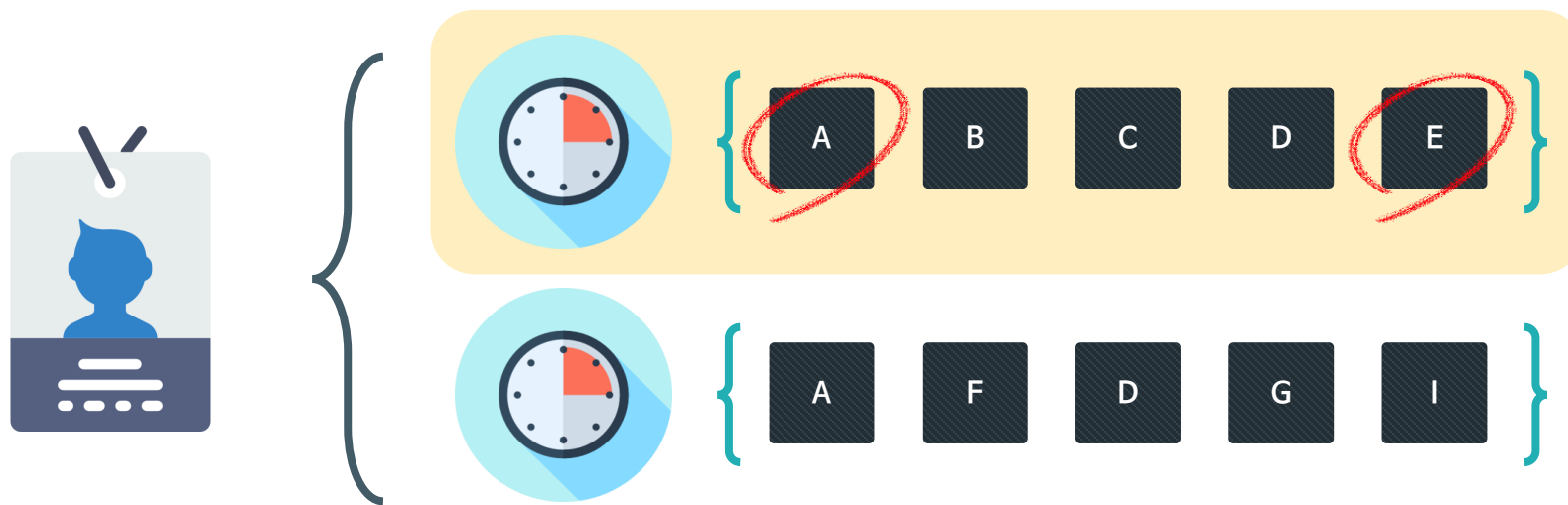
+ 필터 추가

# 세그먼트(Segment) 생성하기

- 고급: 순서 세그먼트, 웹사이트 내의 행동에 대하여, 순서를 적용하여 고객 분류 가능
  - 조건 세그먼트와 동일하게 해당 조건을 세션 기준 또는 사용자 기준으로 적용 가능하며, 포함 또는 제외 역시 가
  - 다음 순서의 행동이 바로 이어지는 행동인지 세션 내에 이루어지는 행동인지 선택 가능 (다음 단계/ 바로 다음 단계)

“세션” 기준 A페이지 다음 E페이지

*A페이지 정보를 포함한 Hits를 전송하고 E페이지 Hits를 전송한 세션*

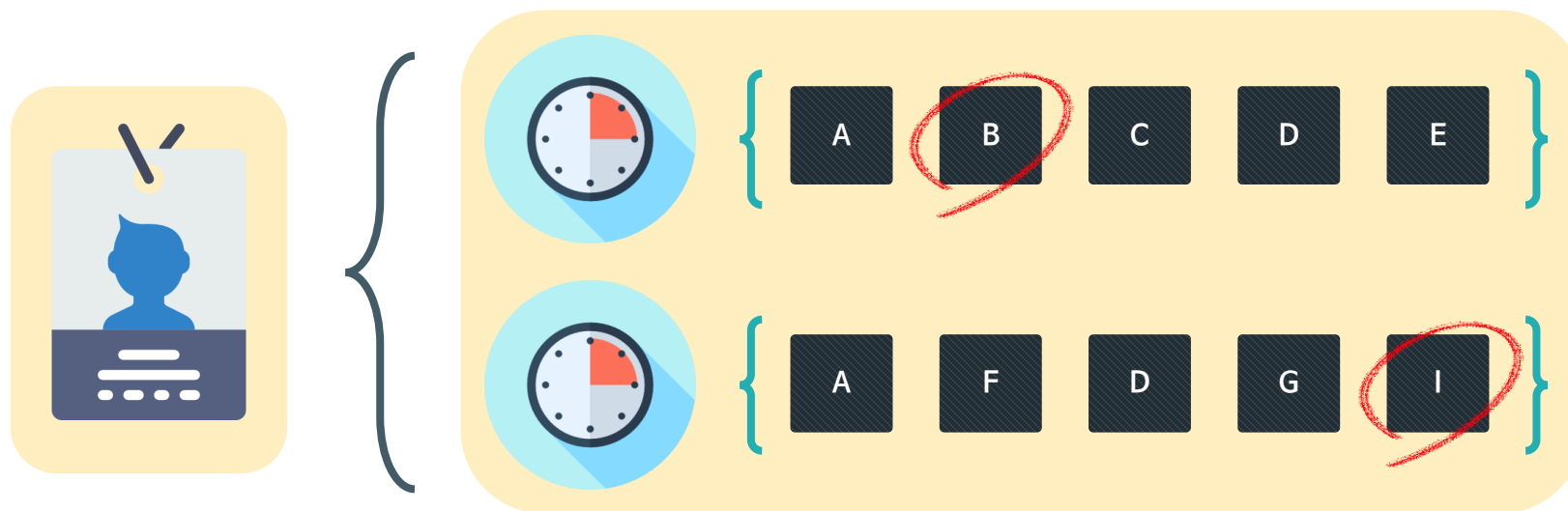


# 세그먼트(Segment) 생성하기

- 고급: 순서 세그먼트, 웹사이트 내의 행동에 대하여, 순서를 적용하여 고객 분류 가능
  - 조건 세그먼트와 동일하게 해당 조건을 세션 기준 또는 사용자 기준으로 적용 가능하며, 포함 또는 제외 역시 가
  - 다음 순서의 행동이 바로 이어지는 행동인지 세션 내에 이루어지는 행동인지 선택 가능 (다음 단계/ 바로 다음 단계)

“사용자” 기준 B페이지 다음 페이지

*B페이지 정보를 포함한 Hits를 전송하고 I페이지 정보를 포함한 Hits를 전송한 사용자*



### Google 광고 (Google CPC) 유입 사용자의 행동패턴 분석

- 구글 광고 유입 사용자의 구매 전환율은 어떠한가?
- 구글 광고 유입 사용자의 구매 단계별 전환율은 다른 채널과 상이한가?

### 구매 사용자와 미구매 사용자의 행동 패턴 분석

- 구매자와 미구매자의 유입 채널은 차이가 있는가?
- 구매자와 미구매자의 유입 지역 차이가 있는가?

### 장바구니 페이지 확인 사용자의 행동 패턴 분석

- 장바구니를 사용하는 사용자의 구매 전환율을 어떠한가?
- 장바구니 페이지 확인 사용자의 유입채널은 어떠한가?



**Google/Organic 유입 이후, Direct 방문 사용자의 행동패턴분석**

1. 맞춤 보고서 활용
  2. 세그먼트(Segment)
- ※ 정규표현식



# 정규표현식 - 개요

- GA는 정규표현식을 지원하므로 보기 필터 / 맞춤 보고서 / 목표 / 잠재고객 / 콘텐츠 그룹 / 채널 그룹 등을 정규표현식을 통하여 간단한 식으로 표현, 필터링하여 유연하게 정의 및 추출 가능



# 정규표현식

- GA는 정규표현식을 지원하므로 보기 필터 / 맞춤 보고서/ 목표 / 잠재고객 / 콘텐츠 그룹 / 채널 그룹 등 을 정규표현식을 통하여 간단한 식으로 표현, 필터링하여 유연하게 정의 및 추출 가능

문자	뜻	예	일치 예
.	글자, 숫자 또는 기호 등의 단일 문자와 일치	...D	ABCD , BBBD , #\$\$D
	또는	pro benefit	pro, promotion , vip_benefit
^	문자열 앞 부분의 인접 문자와 일치	^GA	GA Standard , GA 360 , GAIN
\$	문자열 끝 부분의 인접 문자와 일치	ment\$	movement , achievement
()	같은 순서로 포함된 문자 또는 그룹화	(big small)	big, small, big size, extra small
\w	\w 뒤의 문자는 정규식이 아닌 문자 그대로 해석	1\w.23\w.123\w.21	1.23.123.21

## 정규표현식 - . (마침표)

. (마침표)

글자, 숫자 또는 기호 등의 단일 문자와 일치

정규식	문자열	일치 여부
...DE	ABCDE	O
	@##DE	O
	BBCDF	X
	...DE	O
	ZE!DE	O
	BGRED	X

## 정규표현식 - | (파이프)

### | (파이프)

or의 연산자. 또는의 의미로 다양한 식을 한 번에 표현하고자 할 때 사용

정규식	문자열	일치 여부
A B	A	O
	B	O
	C	X
AB CD	ZABZE	O
	DCBAE	X

예> Monday~Wednesday를 추출할 때,  
Monday|Tuesday|Wednesday → (Mon|Tues|Wednes)day

# 정규표현식 - ^ (캐럿)

^ (캐럿)

^바로 뒤에 오는 문자로 문자열이 시작

정규식	문자열	일치 여부
^ABC	ABC	O
	ABCDE	O
	AABCDEF	X
^회원	회원가입페이지	O
	VIP회원특별전	X

예> promotion으로 시작되는 모든 페이지를 보고 싶을 때,  
^promotion

## 정규표현식 - \$ (달러 기호)

\$ (달러 기호)

\$바로 앞에 오는 문자로 문자열이 마침

정규식	문자열	일치 여부
cms\$	benefit.cms? id=12345	X
	promotion.cms	O
	best_products_list.cms	O
영화\$	인기영화	O
	알뜰한 영화관람법	X

예> .html로 끝나는 페이지를 찾고자 할 때,  
₩.html\$



## 정규표현식 - () (소괄호) / ₩ (백 슬래시)

### () (소괄호)

같은 순서로 포함된 문자 또는 그룹화

정규식	문자열 예
(good)	goodday / goods/ verygood ...

예> Monday~Wednesday를 묶을 때,  
(Mon|Tues|Wednes)day

### ₩ (백 슬래시)

₩ 뒤의 문자는 정규식이 아닌 문자 그대로 해석

정규식	문자열 예
www₩.example₩.com₩/you₩_me₩.do	www.example.com/you_me.do

예> 특수문자가 포함 된 URL을 추출할 때,  
₩/bestproduct₩.asp₩?id₩=1234