广告的展示率、用户的点击率、转化率、甚至是商业盈利等

埋点本身其实是对于自己所设计的产品的有一个可视化健康检查，通过逻辑和数据，贯穿产品的整个生命周期，使产品逐步达到最佳状态从而实现硅谷最近所谓的“Growth Hacker”的效果。

另外，一般的app都会有一些核心指标和一般性指标，核心指标诸如下载量、用户数、活跃用户数、留存等等，一般性指标比如用户访问频率、停留时长、页面数等。

于是就衍生出了各种各样的埋点工具。市面上常见的埋点工具，谷歌的Google Analytics，国内比较普遍的第三方统计工具是友盟和talking  
data，现在小米和百度也有开放的统计sdk。

埋点的逻辑是：界面——事件——事件参数

每一个界面的每个事件都有唯一的标示ID

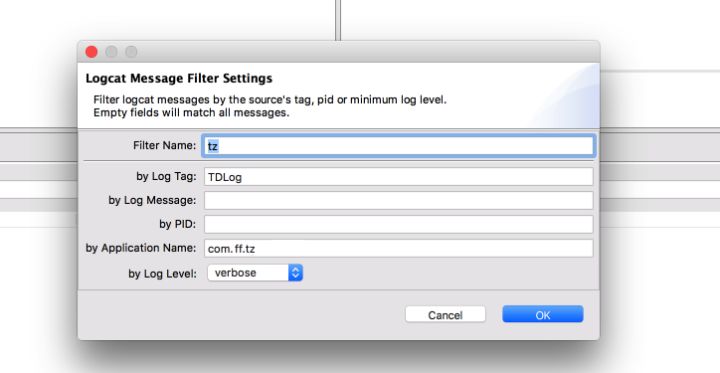
Android平台

环境和资料准备

1、搭建ddms环境，可以使用androidstudio，或者直接使用android sdk里带的monitor

2、想尽一切办法拿到埋点字段表，这是开发埋点的依据，以及产品分析的标准

3、取已埋点的安装包并且输出app埋点的日志



测试方法

1、调起monitor之后，连接移动设备

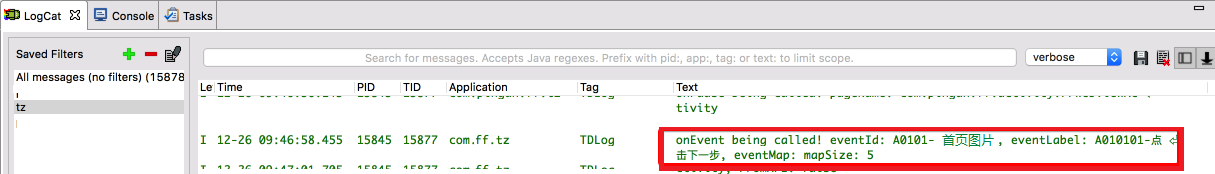
2、设置logcat的filter，填写包名即可

3、查看埋点字段表，执行对应有埋点的操作



进入手机上的app，点击 下一步

4、查看ddms的logcat，即可看到操作的日志，如图所示：

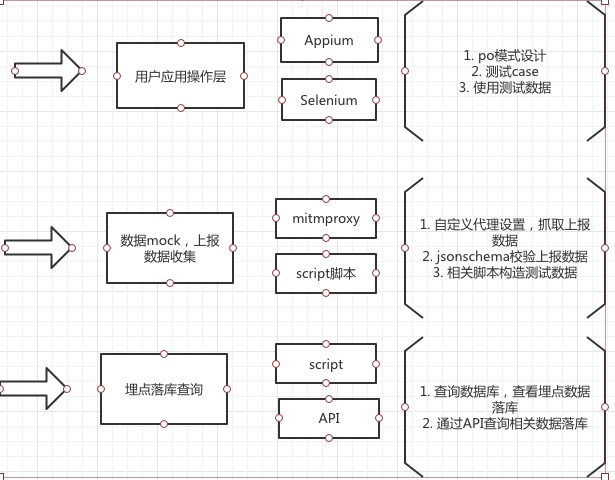
  
5、检查埋点是否正确，出现错误的情况一般是：

a)漏埋点

b)埋点和操作类型不对应，比如点击的是“下一步”，却上报了“返回”

c)埋点和操作频率不对应，比如只操作了一次，却上报了两次





1. 代码埋点与无（埋点）：

代码埋点：

前端埋点：初始化时接入第三方分析SDK，事件发生时，调用数据发送

无埋点：全埋点SDK

后端埋点：产品功能复杂，后端SDK

1. 埋点工具比较：

诸葛IO,神策数据，GA,国双webDissector,谷歌分析(Google Analytics)

友盟，易观方舟 Argo C4j,Mixpanel, logagent