

[Data analysis] 고급 google 애널리틱스 - 3.고급 분석 도구 및 기법 (정리) — 나무늘보의 개발 블로그

노트북: 첫 번째 노트북

만든 날짜: 2021-07-02 오후 11:14

URL: <https://continuous-development.tistory.com/251>

Data scientist/Data analysis

[Data analysis] 고급 google 애널리틱스 - 3. 고급 분석 도구 및 기법 (정리)

2021. 7. 2. 23:13 수정 삭제 공개



통계를 위한 세그먼트 데이터

Google 애널리틱스의 세분화는 보고서에서 하위 집합의 데이터를 조회하는 방식

세그먼트 종류

- 사용자 세그먼트 - 최대 90일의 여러 세션이 포함(특정 연령, 기간, 성별 등등)
- 세션 세그먼트 - 단일 세션에서 발생하는 사용자 행동으로 한정 (하나의 세션에서 도달한 목표나 발생시킨 수익)

장점

- 여러 세그먼트를 보고서 하나에 추가하여 비교 가능

ex) 구매 사용자 vs 비구매 사용자 /

사용자 세그먼트와 세션 세그먼트는 측정기준, 측정항목, 세션 날짜를 이용해 만들 수 있으며, 사용자 액션의 순서를 이용해서도 만들수 있음

세그먼트 유형

- 기본 - 기본 시스템 섹션에 존재 / 한번에 최대 4개
- 맞춤 - 내가 원하는 기준의 세그먼트 생성

채널별 데이터 분석

기여모델 - 마케팅 캠페인이 판매 및 전환에 기여한 방식을 정한 규칙

마케팅 캠페인과 마케팅 채널이 어떻게 함께 작용하여 전환을 발생시켰는지를 정확히 파악하기 위해 만들어짐

ex)고객이 광고를 통해 Google 상품 매장에 방문했다가, 소셜 네트워크의 링크를 클릭해서 일주일 뒤에 재방문을 한 후, 같은 날 이메일 캠페인을 통해 세 번째로 방문해서 구매를 한 경우 이러한 모든 마케팅 활동이 전환에 기여했다고 볼 수 있습니다.

다중 채널 유입경로 보고서(MCF)

MCF 보고서를 보면 최초의 관심에서 구매까지 소요된 시간의 알 수 있다.

거의 모든 디지털 채널에서 발생한 상호작용이 포함된다. 이것을 하기 위해서는 목표 또는 전자 상거래를 설정해야 한다.

보고서 종류

- 개요 보고서 - 전체 전환수와 클릭 지원, 노출 지원 및 리치 미디어 지원 전환수 확인 가능
- 지원 전환 보고서 - 지원 판매 및 전환의 횟수와 금액을 채널별로 분류하여 확인
- 인기 전환 경로 보고서 - 전환으로 이어진 채널 조합의 전환수와 전환 가치를 확인
- 소요 시간 보고서 - 최초의 관심부터 전환까지 걸린 일수를 기준으로 전환이 분류
- 경로 길이 보고서 - 전환이 발생하기까지 발생한 상호작용의 평균 횟수와 각 상호작용 조합의 가치를 확인

'Data scientist > Data analysis' 카테고리의 다른 글

[Data analysis] 고급 google 애널리틱스 - 3.고급 분석 도구 및 기법 (정리)□

[Data analysis] 고급 google 애널리틱스 - 2.데이터 수집 및 구성 설정 (정리)□

[Data analysis] 고급 google 애널리틱스 - 1.데이터 수집 및 처리 (정리)□

[Data analysis] google Analytics - 데이터 수집 및 처리□

[Data analysis] google 애널리틱스 소개_1(디지털 애널리틱스가 중요한 이유)□

[Data analysis] 그럼에도 데이터 분석은 불완전하다 (데이터 분석의 힘 chapter....

GA



나아무늘보

혼자 끄적끄적하는 블로그 입니다.