Google Analytics Notes-学习笔记

谁需要学习这个tool？

* 营销人员-evaluate campaigns, 营销效果指的是实际得到的流量，以及这些流量带来的转化效果，这个结果，需要根据不同的产品来设置；比如电商要的效果就是付款，社区要的结果就是分享。Kpi-根据自己的产品属性来定。
* 产品人员-通过观察用户在产品上的行为，来优化产品。比如一个课程教学的页面，放上了很多种系列课，那么最受用户欢迎的课程，显然要放到产品的显眼位置作为“爆款”

学习阶段

* 了解工作原理
* 设置一条监测链接
* 查看检测报告

（1）时间维度-查看一段时间内的全部流量来源

（2）引流效果-在附加监测链接的地方查看数据

（3）可以查看一天内各个时段的用户行为

此时，可以计算出真实流量的获取成本-一共花了多少钱，带来了多少个真实流量，每个流量花了多少钱

* 流量来了以后，转化率到底如何，如何提高转化率
* 监测目标达成结果：比如，当用户付款成功后，回来到一个success的页面，可以把这个页面作为目标。这样就可以知道，有多少人，通过什么广告，最终完成了付款。比如，在Google，花了200 块钱，带来了100个流量，带来了一个转化，就是1%的转化率。假设产品单价是2000，也就是说，花了200块，带来了2000块的收入。因此，我就可以知道，对应的这个广告，是划算的，所以我会继续增加投放。这就是成果给我带来的数据意义。
* 知道用户用什么浏览器或者设备浏览网站，用户在什么地区

可以通过GA知道王振访课的设备，以此来调整宣传内容。比如，我在微博上投放了一个广告，放了一个链接，这条链接带来了一个制作精美的网页。但是一直用户停留时间很短，我不知道原因。用上了GA，我返现70%的用户是手机访问，而是我的网站，在移动端根本没有适配。投放维度也很重要-地域。我要清楚的知道我的访客都是什么地方的人。

* 实时了解用户行为
* 了解用户喜欢在你的网站上做什么
* 知道用户在到达你的网站目标之前，多做了什么（目标流）
* 自定义报表

资源

<https://yocazo.com/google-analytics-test-answers>

<https://analytics.google.com/analytics/academy/course/6/unit/1/lesson/2>

<https://www.lovesdata.com/courses/google-analytics>

<https://www.lovesdata.com/blog/google-analytics-demo-account>

* session: A user’s activity period

A session begins when a user navigates to a page that includes the Google Analytics tracking code. A session ends after 30 minutes of inactivity. If the user returns to a page after a session ends, a new session will begin.