



# GA한타로-dba\_view(획득 보고서)

## 획득보고서 ( 어디서 얼마나 들어왔냐 보고서 )

사용자가 어떤 경로로 나의 웹 사이트에 방문하게 되는지 보여주는 보고서로, 각 채널의 방문수와 전환율 등 실적을 비교,분석하여 효율적인 마케팅을 할 수 있도록 도와주는 보고서입니다.

즉, 사람들이 어떤 루트를 통해서 들어왔고, 그 매체별 특성과 데이터들을 알아볼 수 있습니다.

## 획득보고서 기본 개념

### 1. URL매개변수 (활성 매개변수 / 수동 매개변수)

- 서버에 정보를 보내기위해 URL에 덧붙이는 변수
- 물음표(?)를 URL끝에 추가하여 변수의 형식을 서버로 보냄 (여러 변수 추가하려면 & 사용)

1)활성 매개변수 : 매개변수의 값에 따라서 웹페이지의 내용이 바뀜 (URL이 다름)

2)수동 매개변수 : 매개변수를 추가하여도 웹페이지의 내용이 변하지 않음 > 웹페이지 내용은 변하지 않지만, 어디서 왔는지 분석하기 위함

### 2. UTM매개변수 종류 (5가지)

utm_campagin	utm_source	utm_medium	utm_content	utm_term
캠페인 이름	캠페인 소스	캠페인 매체	캠페인 콘텐츠	캠페인 키워드

[https://finedata.tistory.com/?utm\\_source=google&utm\\_medium=cpc&utm\\_campaign=finedata\\_blog](https://finedata.tistory.com/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=finedata_blog)

캠페인 진행 사이트 URL

캠페인 소스

캠페인 매체

캠페인 이름

Ex) [www.test.com/?utm\\_source=google&utm\\_medium=display&utm\\_campaign=new spring&utm\\_term=봄신상](http://www.test.com/?utm_source=google&utm_medium=display&utm_campaign=new%20spring&utm_term=봄신상&utm_content=springhats)  
&utm\_content=springhats

>구글 광고플랫폼을 통해 광고를 진행하려하는데, 이미지로하는 디스플레이광고이다. new spring캠페인중에 하나이고 springhats 카테고리 관련 소재이다. '봄신상'으로 검색했다.

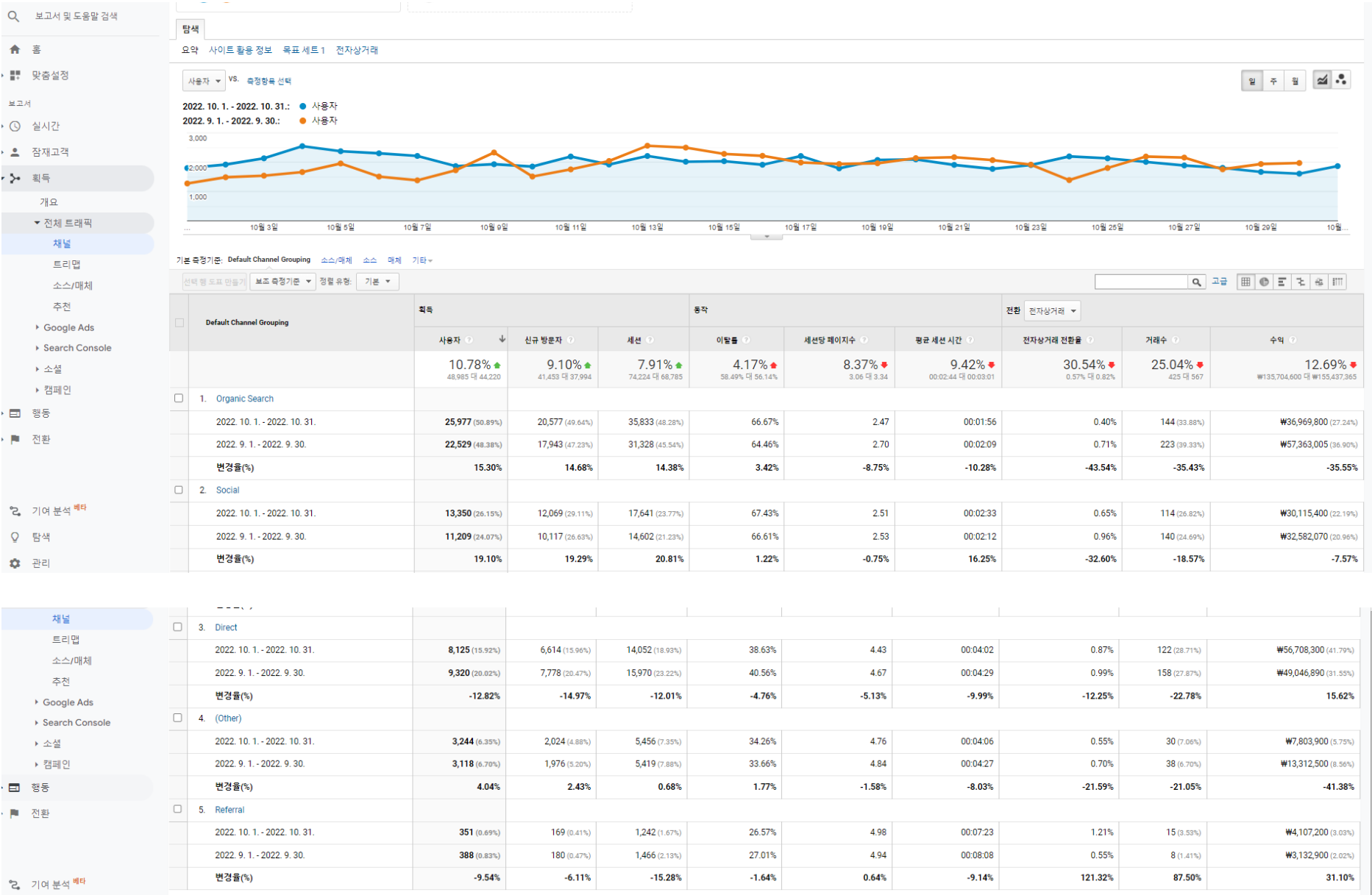
### 3. Default채널 9가지

채널	설명
Direct(직접)	URL을 직접 입력하거나 북마크 등을 통해서 유입했을 때
Organic Search(자연 검색)	구글, 네이버 등 검색 엔진(유료 제외)을 통해 유입했을 때
Social(소셜)	페이스북, 트위터, 인스타그램 등 소셜 네트워크를 통해 유입했을 때
Affiliates(제휴사)	제휴사를 통해 유입했을 때
Referral(추천)	GA에 정의되지 않은 사이트에서 링크를 타고 유입했을 때
Paid Search(유료 검색)	구글, 네이버 등 검색 엔진(유료)을 통해 유입했을 때
Email(이메일)	이메일을 통해 유입했을 때
Other(기타 광고)	(not set)과 같이 매체가 정의되지 않은 곳에서 유입될 때
Display(디스플레이)	디스플레이, 배너 광고 등을 클릭해서 유입했을 때

Default채널 9가지

1. 채널 보고서

- 채널 보고서를 통해 내 사이트에 유입하기 바로 직전 단계에 어떤 사이트를 경유했는지 확인할 수 있습니다.
- 트래픽 소스를 기본채널그룹 9가지로 그룹화한 데이터를 확인하는 보고서이며, 소스와 매체를 정리, 분류해서 확인할 수 있다.



2022.09 와 2022.10 의 채널 데이터

🔥 Organic Search (자연유입)이 50%로 가장 많고, Social 25%, Direct 20% 순이다. 전달대비 자연유입은 늘어났지만, 수익은 -10%로 하락하였다.

2. 트리맵 보고서

- 기본채널 그룹(9가지)이 측정기준이며, 측정항목은 2가지를 볼 수 있음
- 시각적으로 확인하기 위한 보고서

기본 측정항목: 수치

보조측정항목: 색상

3. 소스/매체 보고서

- UTM태깅 (매개변수)에서 "소스"와 "매체"를 측정기준으로 분석하는 보고서이며 GA에서 많이 활용되는 보고서 중 하나이다.
- “어떤 경로(광고, 검색, 자연유입 등)를 통해서 우리사이트에 유입했는가 그리고 전환(목표)에 가장 많이 기여한 유입경로는 어디인가 ”에 대한 대답을 할 수 있다.
- 사용자의 유입이 많으면서 이탈률은 낮아야 좋은 트래픽 소스라고 볼 수 있는데요. 구글애널리틱스 획득보고서의 소스/매체에서 사용자와 이탈률을 비교, 분석하여 어떤 매체에서 마케팅을 하면 좋을지 또는 잘 이루어지고 있는지 검토하여 더욱 집중도 높은 마케팅을 할 수 있겠습니다.

매체	설명
cpc	구글에서 CPC(Cost Per Click) 광고를 통해 유입했을 때
referral	구글애널리틱스에 정의되지 않은 사이트에서 URL 링크를 타고 유입했을 때
cpm	구글에서 CPM(Cost Per 1000 Impressions) 광고로 유입했을 때
organic	구글에서 키워드를 검색한 후 자연 노출 결과로 유입했을 때
social	페이스북, 트위터 등 소셜 네트워크를 통해 유입했을 때
display	디스플레이, 배너 광고를 클릭해서 유입했을 때

매체에 대한 구분과 설명

🔍 보고서 및 도움말 검색	소스/매체	획득			통작			전환		
		사용자	신규 방문자	세션	이탈률	세션당 페이지수	평균 세션 시간	전자상거래 전환율	거래수	수익
🏠 홈		10.78% 48,985 대 44,220	9.10% 41,433 대 37,994	7.91% 74,224 대 66,785	4.17% 58.49% 대 56.14%	8.37% 3.06 대 3.34	9.42% 00:02:44 대 00:03:01	30.54% 0.57% 대 0.82%	25.04% 425 대 567	12.69% ₩133,704,600 대 ₩155,437,365
📊 맞춤설정										
📄 보고서	1. naver / organic									
🕒 실시간	2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.	23,827 (45.96%)	18,882 (45.55%)	32,081 (43.22%)	69.31%	2.25	00:01:42	0.40%	129 (30.35%)	₩31,039,300 (22.87%)
👤 잠재고객	2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.	20,342 (43.14%)	16,361 (43.06%)	27,639 (40.18%)	67.57%	2.46	00:01:52	0.71%	196 (34.57%)	₩44,956,905 (38.92%)
🔍 획득	변경률(%)	17.13%	15.41%	16.07%	2.58%	-8.54%	-8.59%	-43.30%	-34.18%	-30.96%
📋 개요	2. (direct) / (none)									
📊 전체 트래픽	2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.	8,125 (15.67%)	6,614 (15.96%)	14,052 (18.93%)	38.63%	4.43	00:04:02	0.87%	122 (28.71%)	₩56,708,300 (41.79%)
📶 채널	2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.	9,320 (19.76%)	7,778 (20.47%)	15,970 (23.22%)	40.56%	4.67	00:04:29	0.99%	158 (27.87%)	₩49,046,890 (31.55%)
📌 트리맵	변경률(%)	-12.82%	-14.97%	-12.01%	-4.76%	-5.13%	-9.99%	-12.25%	-22.78%	15.62%
소스/매체	3. naver.com / referral									
📌 추천	2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.	7,285 (14.05%)	7,193 (17.35%)	8,340 (11.24%)	70.98%	1.98	00:01:22	0.56%	47 (11.06%)	₩14,888,100 (10.97%)
📌 Google Ads	2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.	5,993 (12.71%)	5,909 (15.55%)	6,899 (10.03%)	68.72%	2.14	00:01:31	0.71%	49 (8.64%)	₩13,977,570 (8.99%)
📌 Search Console	변경률(%)	21.56%	21.73%	20.89%	3.29%	-7.62%	-9.91%	-20.65%	-4.08%	6.51%
📌 소셜	4. cr.shopping.naver.com / referral									
📌 캠페인	2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.	3,909 (7.34%)	3,200 (7.72%)	5,604 (7.55%)	63.62%	3.01	00:03:39	0.80%	45 (10.59%)	₩12,415,500 (9.13%)
📊 행동	2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.	3,394 (7.20%)	2,795 (7.36%)	4,505 (6.55%)	65.33%	2.64	00:02:20	1.15%	52 (9.17%)	₩10,369,700 (6.67%)
📌 전환	변경률(%)	15.17%	14.49%	24.40%	-2.62%	14.05%	56.24%	-30.43%	-13.46%	19.73%
🔍 기여 분석	5. naver_bs / cpc-dp									
🔍 탐색	2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.	1,751 (3.38%)	699 (1.69%)	3,753 (5.06%)	19.80%	5.95	00:05:21	0.75%	28 (6.59%)	₩7,248,900 (5.34%)
	2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.	1,681 (3.56%)	692 (1.82%)	3,824 (5.56%)	19.64%	5.98	00:05:46	0.94%	36 (6.35%)	₩12,824,500 (8.25%)
	변경률(%)	4.16%	1.01%	-1.86%	0.81%	-0.61%	-7.40%	-20.75%	-22.22%	-43.48%
📊 맞춤설정	6. naver / cpc-dp									
📄 보고서	2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.	1,445 (2.79%)	1,289 (3.11%)	1,582 (2.13%)	69.22%	1.86	00:01:08	0.00%	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)
🕒 실시간	2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.	1,396 (2.96%)	1,260 (3.32%)	1,478 (2.15%)	70.64%	1.82	00:01:02	0.14%	2 (0.33%)	₩488,000 (0.31%)
👤 잠재고객	변경률(%)	3.51%	2.30%	7.04%	-2.01%	2.00%	10.06%	-100.00%	-100.00%	-100.00%
🔍 획득	7. google / organic									
📋 개요	2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.	1,337 (2.58%)	1,092 (2.63%)	2,067 (2.78%)	53.94%	3.66	00:03:21	0.34%	7 (1.65%)	₩3,818,000 (2.81%)
📊 전체 트래픽	2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.	1,216 (2.58%)	978 (2.57%)	2,024 (2.94%)	49.21%	3.55	00:03:43	0.44%	9 (1.59%)	₩2,967,500 (1.91%)
📶 채널	변경률(%)	9.95%	11.66%	2.12%	9.62%	3.17%	-9.58%	-23.84%	-22.22%	28.66%
📌 트리맵	8. msearch.shopping.naver.com / referral									
소스/매체	2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.	1,145 (2.21%)	718 (1.73%)	1,302 (1.75%)	79.19%	1.82	00:01:04	0.77%	10 (2.35%)	₩986,800 (0.73%)
📌 추천	2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.	1,098 (2.33%)	703 (1.85%)	1,222 (1.78%)	78.64%	1.91	00:01:00	1.06%	13 (2.29%)	₩1,465,200 (0.94%)
📌 Google Ads	변경률(%)	4.28%	2.13%	6.55%	0.69%	-4.74%	5.33%	-27.80%	-23.08%	-32.65%
📌 Search Console	9. daum / organic									
📌 소셜	2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.	856 (1.65%)	552 (1.33%)	1,443 (1.94%)	34.44%	4.91	00:04:19	0.55%	8 (1.88%)	₩2,112,500 (1.56%)
📌 캠페인	2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.	850 (1.80%)	546 (1.44%)	1,414 (2.06%)	34.37%	5.23	00:04:43	1.20%	17 (3.00%)	₩8,988,600 (5.78%)
📊 행동	변경률(%)	0.71%	1.10%	2.05%	0.21%	-6.14%	-8.74%	-53.89%	-52.94%	-76.50%
📌 전환	10. cr2.shopping.naver.com / referral									
	2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.	772 (1.49%)	621 (1.50%)	1,040 (1.40%)	67.98%	2.62	00:02:56	0.29%	3 (0.71%)	₩374,000 (0.28%)
	2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.	509 (1.08%)	396 (1.04%)	703 (1.02%)	67.43%	2.47	00:02:06	0.43%	3 (0.53%)	₩368,000 (0.24%)
	변경률(%)	51.67%	56.82%	47.94%	0.82%	6.17%	39.12%	-32.40%	0.00%	1.63%

2022.09 와 2022.10 의 소스/매체 데이터

(direct)/(none)이 생기는 이유

구글애널리틱스(GA)는 소스/매체 데이터를 인식할 때 HTTP 통신 규약이 사용되는데, 해당 데이터 안에 이전 페이지의 URI 정보가 함께전송됩니다.

이 정보를 통해 소스/매체 확인이 가능하게 되는 것입니다. 또한 UTM 코드를 이용해 ‘어디에 접속한 사용자인 지’에 대한 정보를 확인할 수 있게 됩니다.

이 두 경우가 아니라면 소스/매체의 구분이 어려워집니다.

따라서 사용자가 URL을 직접 입력해서 들어온 경우 / 카카오톡, 라인과 같이 공유된 URL로 접속하는 경우 (UTM이 존재하지 않을 때) / 북마크를 통해 바로 접속한 경우에는 (direct)/(none)으로 데이터가 찍히게 됩니다.

## N쇼핑 소스 PC/모바일 구분

N쇼핑 소스 중 cr.shopping.naver.com의 경우는 PC / m.shopping.naver.com은 모바일로 유입되는 사용자이다.

🔥 네이버 매체로 유입되는 사용자수는 전체의 80%가 넘으며 그중에서도 자연노출결과로 유입되는 사용자가 가장 많다.

## 4. 추천보고서

- 매체값이 referral인 세션만 보여주는 보고서 (기본 측정기준은 소스) (캡처에서는 매체값 확인위해 보조측정기준 "매체"추가)
- 우리 웹사이트를 얼마나 추천하고 공유하는가, 그리고 그 공유를통해 유입된사람들은 어떤 행태를 보이는가 파악
- 전체 추천자 : 유입 사이트 호스트이름 뿐만 아니라 www.xxx.com/kkk/aa.html 을 전체 경로 의미
- 방문 페이지 : 외부 유입 후 첫번째로 조회한 페이지 (도착/랜딩 페이지로도 불림)

>>즉, 유입된 사이트 전체로 보고(전체 추천자) > 해당 사이트에서 클릭 시 우리 사이트 어느페이지로 (방문 페이지)이동되는지 확인가능

보고서	□	1. naver.com											
실시간		2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.	7,285 (50.95%)	7,193 (58.78%)	8,340 (44.17%)	70.98%	1.98	00:01:22	0.56%	47 (36.43%)	₩14,888,100 (43.50%)		
잠재고객		2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.	5,993 (49.30%)	5,909 (57.39%)	6,899 (42.94%)	68.72%	2.14	00:01:31	0.71%	49 (33.11%)	₩13,977,570 (39.14%)		
획득		변경률(%)	21.56%	21.73%	20.89%	3.29%	-7.62%	-9.91%	-20.65%	-4.08%	6.51%		
개요	□	2. cr.shopping.naver.com											
전체 트래픽		2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.	3,909 (27.34%)	3,200 (26.15%)	5,604 (29.68%)	63.62%	3.01	00:03:39	0.80%	45 (34.88%)	₩12,415,500 (36.28%)		
채널		2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.	3,394 (27.92%)	2,795 (27.14%)	4,505 (28.04%)	65.33%	2.64	00:02:20	1.15%	52 (35.14%)	₩10,369,700 (29.03%)		
트리맵		변경률(%)	15.17%	14.49%	24.40%	-2.62%	14.05%	56.24%	-30.43%	-13.46%	19.73%		
소스/매체	□	3. msearch.shopping.naver.com											
추천		2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.	1,145 (8.01%)	718 (5.87%)	1,302 (6.90%)	79.19%	1.82	00:01:04	0.77%	10 (7.75%)	₩986,800 (2.88%)		
Google Ads		2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.	1,098 (9.03%)	703 (6.83%)	1,222 (7.61%)	78.64%	1.91	00:01:00	1.06%	13 (8.78%)	₩1,465,200 (4.10%)		
Search Console		변경률(%)	4.28%	2.13%	6.55%	0.69%	-4.74%	5.33%	-27.80%	-23.08%	-32.65%		
소셜	□	4. cr2.shopping.naver.com											
캠페인		2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.	772 (5.40%)	621 (5.07%)	1,040 (5.51%)	67.98%	2.62	00:02:56	0.29%	3 (2.33%)	₩374,000 (1.09%)		
행동		2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.	509 (4.19%)	396 (3.85%)	703 (4.38%)	67.43%	2.47	00:02:06	0.43%	3 (2.03%)	₩368,000 (1.03%)		
전환		변경률(%)	51.67%	56.82%	47.94%	0.82%	6.17%	39.12%	-32.40%	0.00%	1.63%		
	□	5. m.search.naver.com											
기어 분석		2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.	289 (2.02%)	68 (0.56%)	351 (1.86%)	67.81%	2.67	00:02:38	0.00%	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)		
탐색		2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.	209 (1.72%)	50 (0.49%)	232 (1.44%)	73.28%	2.30	00:01:06	1.72%	4 (2.70%)	₩819,000 (2.29%)		
		변경률(%)	38.28%	36.00%	51.29%	-7.46%	15.98%	139.01%	-100.00%	-100.00%	-100.00%		

맞춤설정	□	6. m.shopping.naver.com											
보고서		2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.	139 (0.97%)	37 (0.30%)	219 (1.16%)	55.71%	3.72	00:01:46	1.83%	4 (3.10%)	₩1,103,000 (3.22%)		
실시간		2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.	171 (1.41%)	60 (0.58%)	217 (1.35%)	51.61%	4.63	00:02:31	3.69%	8 (5.41%)	₩2,832,000 (7.93%)		
잠재고객		변경률(%)	-18.71%	-38.33%	0.92%	7.93%	-19.66%	-29.69%	-50.46%	-50.00%	-61.05%		
획득	□	7. daum.net											
개요		2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.	98 (0.69%)	90 (0.74%)	146 (0.77%)	24.66%	5.09	00:05:01	1.37%	2 (1.55%)	₩579,000 (1.69%)		
전체 트래픽		2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.	91 (0.75%)	84 (0.82%)	126 (0.78%)	33.33%	4.40	00:05:10	1.59%	2 (1.35%)	₩827,000 (2.32%)		
채널		변경률(%)	7.69%	7.14%	15.87%	-26.03%	15.74%	-2.91%	-13.70%	0.00%	-29.99%		
트리맵	□	8. link.naver.com											
소스/매체		2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.	88 (0.62%)	67 (0.55%)	336 (1.78%)	30.65%	6.51	00:18:49	0.30%	1 (0.78%)	₩165,000 (0.48%)		
추천		2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.	96 (0.79%)	75 (0.73%)	358 (2.23%)	34.64%	6.80	00:16:43	0.56%	2 (1.35%)	₩808,000 (2.29%)		
Google Ads		변경률(%)	-8.33%	-10.67%	-6.15%	-11.50%	-4.26%	12.59%	-46.73%	-50.00%	-79.58%		
Search Console	□	9. m.place.naver.com											
소셜		2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.	55 (0.38%)	25 (0.20%)	72 (0.38%)	18.06%	6.67	00:03:47	0.00%	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)		
캠페인		2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.	59 (0.49%)	24 (0.23%)	67 (0.42%)	25.37%	6.15	00:04:55	0.00%	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)		
행동		변경률(%)	-6.78%	4.17%	7.46%	-28.84%	8.41%	-23.13%	0.00%	0.00%	0.00%		
전환	□	10. m.pay.naver.com											
기어 분석		2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.	40 (0.28%)	11 (0.09%)	92 (0.49%)	41.30%	5.04	00:04:33	2.17%	2 (1.55%)	₩68,000 (0.20%)		
탐색		2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.	52 (0.43%)	6 (0.06%)	112 (0.70%)	43.75%	4.81	00:03:24	3.57%	4 (2.70%)	₩862,600 (2.42%)		
		변경률(%)	-23.08%	83.33%	-17.86%	-5.59%	4.80%	33.96%	-39.13%	-50.00%	-92.12%		

2022.09 와 2022.10 의 추천 데이터

🔥 99%이상이 naver이다.

## 5. Google Ads 보고서

- 구글 애드워즈를 통해 유입된 데이터 분석 (애드워즈 사용해야지만 가능함)

## 6. Search Conslle 보고서

- 검색엔진 최적화를 통한 도구 (자연 검색결과를 최적화하기위한 도구)
- 구글제공하는 search console사용해야만 가능함

- social 매체를 통한 유입(페북, 유튜브 등)
- 전체 전환수대비 소셜 전환수 / 어떤 소셜을 통해왔는가/ 소셜통해 왔을때 어떤 url에 도착을 많이하는가



- UTM태깅 (매개변수)에서 "캠페인"을 측정기준으로 분석하는 보고서

GA한타로-dba\_view(획득 보고서)



맞춤설정

보고서

실시간

잠재고객

획득

개요

전체 트래픽

Google Ads

Search Console

소셜

캠페인

모든 캠페인

유료 키워드

자연 키워드

비용 분석

행동

전환

기어 분석

백타

6. pc_01.거리측정기										
2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.	37 (1.16%)	33 (1.68%)	42 (0.79%)	42.86%	2.45	00:01:21	0.00%	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)	
2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.	29 (0.99%)	28 (1.45%)	29 (0.55%)	68.97%	1.66	00:00:37	0.00%	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)	
변경률(%)	27.59%	17.86%	44.83%	-37.86%	48.16%	120.50%	0.00%	0.00%	0.00%	
7. PC_21.버크										
2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.	34 (1.07%)	29 (1.47%)	45 (0.85%)	48.89%	2.33	00:01:20	0.00%	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)	
2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.	40 (1.31%)	32 (1.66%)	47 (0.89%)	55.32%	2.17	00:01:59	0.00%	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)	
변경률(%)	-15.00%	-9.38%	-4.26%	-11.62%	7.52%	-32.34%	0.00%	0.00%	0.00%	
8. mo_04.올로드										
2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.	25 (0.79%)	21 (1.07%)	26 (0.49%)	53.85%	1.85	00:01:20	0.00%	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)	
2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.	43 (1.41%)	35 (1.82%)	46 (0.87%)	76.09%	1.48	00:01:11	0.00%	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)	
변경률(%)	-41.86%	-40.00%	-43.48%	-29.23%	24.89%	11.43%	0.00%	0.00%	0.00%	
9. PC_18.오딧세이										
2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.	21 (0.66%)	21 (1.07%)	21 (0.40%)	100.00%	1.00	00:00:00	0.00%	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)	
2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.	28 (0.92%)	28 (1.45%)	28 (0.53%)	100.00%	1.00	00:00:00	0.00%	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)	
변경률(%)	-25.00%	-25.00%	-25.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	
10. MO_03.론마										
2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.	15 (0.47%)	12 (0.61%)	15 (0.28%)	86.67%	1.20	00:00:04	0.00%	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)	
2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.	11 (0.36%)	10 (0.52%)	11 (0.21%)	72.73%	1.91	00:00:34	0.00%	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)	
변경률(%)	36.36%	20.00%	36.36%	19.17%	-37.14%	-88.58%	0.00%	0.00%	0.00%	

2022.09 와 2022.10 의 모든 캠페인 데이터



## 9. 키워드 보고서

- UTM태깅 (매개변수)에서 "키워드"를 측정기준으로 분석하는 보고서
- 유료 키워드 보고서로 확인 (자연 키워드는 광고아닌 키워드) (보조 측정기준 "방문 페이지"로 두고 검색해서 어느 페이지로 유입되었는지 등 파악가능)

맞춤설정

보고서

실시간

잠재고객

획득

개요

전체 트래픽

Google Ads

Search Console

소셜

캠페인

모든 캠페인

유료 키워드

자연 키워드

비용 분석

행동

전환

기어 분석

키워드

1. 한타로골프

2. (not provided)

3. 스카티카머론 퍼터

4. 적시오 여성 물세트

획득

사용자

신규 방문자

세션

이탈률

세션당 페이지수

평균 세션 시간

전자상거래 전환율

거래수

수익

15.30%

14.68%

14.38%

3.42%

8.75%

10.28%

43.54%

35.43%

35.55%

25,977 대 22,529

20,577 대 17,943

35,833 대 31,328

66.67% 대 64.46%

2.47 대 2.70

00:01:56 대 00:02:09

0.40% 대 0.71%

144 대 223

₩36,969,800 대 ₩57,363,000

2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.

2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.

변경률(%)

2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.

2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.

변경률(%)

2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.

2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.

변경률(%)

2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.

2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.

변경률(%)

2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.

2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.

변경률(%)

2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.

2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.

변경률(%)

788

797

-1.13%

1,143

1,041

9.80%

819

398

105.78%

634

699

-9.30%

(3.83%)

(4.44%)

(5.55%)

(5.80%)

(3.98%)

(2.22%)

(3.08%)

(3.90%)

4,597

4,420

4.00%

2,310

2,278

1.40%

1,360

656

107.32%

817

860

-5.00%

(12.83%)

(14.11%)

(6.45%)

(7.27%)

(3.80%)

(2.09%)

(2.28%)

(2.75%)

18.06%

16.63%

8.58%

50.09%

45.43%

10.24%

81.18%

81.86%

-0.83%

69.16%

75.35%

-8.22%

6.21

6.43

-3.44%

3.90

4.04

-3.30%

1.31

1.32

-0.57%

1.46

1.40

4.30%

00:06:11

00:06:10

0.41%

00:03:37

00:04:05

-11.19%

00:00:46

00:00:35

32.98%

00:01:02

00:01:02

-0.84%

0.83%

1.06%

-22.26%

0.30%

0.44%

-30.97%

0.00%

0.00%

0.00%

0.00%

0.00%

0.00%

38

47

-19.15%

7

10

-30.00%

0

0

0.00%

0

0

0.00%

(26.39%)

(21.08%)

(4.86%)

(4.48%)

(0.00%)

(0.00%)

(0.00%)

(0.00%)

₩12,303,400

₩20,860,805

-41.02%

₩3,818,000

₩3,417,500

11.72%

₩0

₩0

0.00%

₩0

₩0

0.00%

₩0

(33.28%)

(36.37%)

(10.33%)

(5.96%)

(0.00%)

(0.00%)

(0.00%)

(0.00%)

홈	5. 적시오 드라이버									
맞춤설정	2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.	453 (1.54%)	355 (1.73%)	494 (1.38%)	77.53%	1.38	00:00:56	0.00%	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)
보고서	2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.	372 (1.47%)	271 (1.51%)	406 (1.30%)	81.03%	1.51	00:00:58	0.00%	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)
실시간	변경률(%)	21.77%	31.00%	21.67%	-4.32%	-8.85%	-3.71%	0.00%	0.00%	0.00%
잠재고객	6. 스틱슨 골프공									
획득	2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.	357 (1.22%)	276 (1.34%)	386 (1.08%)	79.53%	1.63	00:00:59	0.78%	3 (2.08%)	₩270,000 (0.73%)
개요	2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.	413 (1.64%)	321 (1.79%)	472 (1.51%)	72.25%	1.96	00:01:16	2.33%	11 (4.93%)	₩656,000 (1.14%)
전체 트래픽	변경률(%)	-13.56%	-14.02%	-18.22%	10.09%	-16.50%	-22.74%	-66.65%	-72.73%	-58.84%
Google Ads	7. 스카티카머론 뉴포트2									
Search Console	2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.	323 (1.10%)	198 (0.96%)	382 (1.07%)	77.75%	1.36	00:00:37	0.00%	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)
소셜	2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.	256 (1.01%)	168 (0.94%)	369 (1.18%)	83.74%	1.31	00:00:37	0.00%	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)
캠페인	변경률(%)	26.17%	17.86%	3.52%	-7.15%	3.60%	0.69%	0.00%	0.00%	0.00%
모든 캠페인	8. 골프공									
유료 키워드	2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.	314 (1.07%)	242 (1.18%)	340 (0.95%)	77.94%	1.35	00:00:42	0.59%	2 (1.39%)	₩158,000 (0.43%)
자연 키워드	2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.	306 (1.21%)	238 (1.33%)	347 (1.11%)	75.50%	1.96	00:01:13	1.73%	6 (2.69%)	₩527,900 (0.92%)
비용 분석	변경률(%)	2.61%	1.68%	-2.02%	3.23%	-31.16%	-42.87%	-65.98%	-66.67%	-70.07%
행동	9. 스카티카머론 퍼터									
전환	2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.	275 (0.94%)	170 (0.83%)	302 (0.84%)	79.80%	1.25	00:00:39	0.00%	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)
기어 분석	2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.	134 (0.53%)	91 (0.51%)	172 (0.55%)	82.56%	1.62	00:00:58	0.58%	1 (0.45%)	₩318,000 (0.55%)
백타	변경률(%)	105.22%	86.81%	75.58%	-3.34%	-23.25%	-33.87%	-100.00%	-100.00%	-100.00%
관리	10. 스카티카머론									
	2022. 10. 1. - 2022. 10. 31.	263 (0.90%)	152 (0.74%)	307 (0.86%)	84.69%	1.24	00:00:31	0.00%	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)
	2022. 9. 1. - 2022. 9. 30.	148 (0.59%)	87 (0.48%)	172 (0.55%)	80.81%	1.48	00:00:37	0.00%	0 (0.00%)	₩0 (0.00%)
	변경률(%)	77.70%	74.71%	78.49%	4.80%	-15.96%	-16.85%	0.00%	0.00%	0.00%

2022.09 와 2022.10 의 자연키워드 데이터

(not provided)이 생기는 이유

(not provided)라고 나와있는 키워드는 사용자가 구글에서 입력한 검색어를 의미합니다.

따라서 구글에서 검색한 키워드를 찾기 위해서는 구글서치콘솔 보고서를 이용해야합니다.

☀ 한타로골프 키워드로 유입된 사용자가 가장 많고, 그 외 스카티카메룬 퍼터, 젝시오 여성 풀세트 등 골프용품, 골프웨어 관련 키워드로 사용자가 유입되는 것을 확인 할 수 있다.

## 10. 비용분석 보고서

- 각 utm매체별로 얼마나 성과가 있는지 확인하기 위함 >애드워즈가 붙어야지 파악가능하다.

## 획득보고서 정리

한타로골프에 GA데이터를 분석한 획득보고서의 결과는

한타로 골프의 고객은 Organic Search 즉, **자연유입 고객이 50% 이상**이며, **Social 25%, Direct 20% 순**으로 유입 되었습니다.

**90%이상은 네이버 매체를 통해서 유입되고 검색되는 키워드로는 “한타로골프”가 가장 많고** 그 외로, 스카티카메룬 퍼터, 젝시오 여성 풀세트 등 **골프 용품, 골프웨어 관련 키워드로**

많은 사용자가 유입되고 있는 것을 확인 할 수 있습니다.’

구글이나 다음 등 다른 매체 사용자들의 유입을 추가로 노려보는 것도 사용자를 늘리고 수익을 창출하는데 좋은 전략이 될 수 있을것이다.

또한 유입되는 검색어키워드를 분석하여 페이지내에 골프관련 키워드를 변경하는 작업도 주기적으로 필요할 것이다.