

GrowthSpot



Google Analytics 4

# Google Analytics 4 數據分析指南

- 解決 100個  
Google 網站分析常見疑問

我的網站的主要流量來源？

平均頁面停留時間？

自然流量 Vs 付費流量？

Google Analytics 4: 透過洞察分析的方式可以深入了解我們的網站性能和使用者的行為，使我們能夠更多地採用有效的策略，從而取得成功。

簡而言之，數字營銷就是在線推廣業務或其產品。這包含了廣泛的業務領域，從KOL推廣他們的個人品牌，到企業銷售實體產品、服務，或像電子書這樣的數位產品。只要您進行在線的推廣，您就屬於從事數字營銷。

儘管數字營銷的概念似乎很簡單，但實際上進行有效地執行則是另一回事。每人平均每天在互聯網上花費的時間為六個半小時，這為我們提供了豐富的機會來觸及潛在的客戶。但新的挑戰如橫幅廣告盲點和促銷疲勞已經出現，使得行銷者越來越難以吸引受眾的注意力。

您可能也親自經歷過這些問題——像是那些打斷您YouTube視頻的討厭廣告，或在Instagram上刷到的帖子實際上只是另一個產品的推廣。其實我們很容易理解為什麼人們會如此反感數字營銷。那麼問題是，在您甚至都厭倦了持續不斷的推廣時，您應該如何在這個領域中取得成功呢？

這就是有效數字營銷的藝術和科學的重要性所在了。成功的關鍵在於向正確的受眾展示合適的產品。而要實現這一點，則需要一系列步驟，首先是了解您的理想受眾是誰？以及在哪儿可以找到他們？

而 Google Analytics 4 的數位數據分析將協助您實現這一目標。

## 第一部分：**Google Analytics 4** 的基礎知識

### 一、**Google Analytics 4** 的起源和發展

- 1、Universal Analytics與Google Analytics 4的區別
- 2、為什麼Google Analytics 4是未來的趨勢

### 二、**Google Analytics 4** 的核心概念

- 1、事件追蹤與參數
- 2、用戶和會話
- 3、數據流和數據保留

## 第二部分：安裝、配置和整合

### 一、建立和配置你的**Google Analytics 4** 屬性

- 1、如何安裝Google Analytics 4
- 2、如何使用Google Tag Manager

### 二、網站和應用程式的數據追蹤

- 1、設定數據流
- 2、設定事件和目標
- 3、事件追蹤和參數化

### 三、整合其他**Google**服務

- 1、Google Ads
- 2、Google Search Console
- 3、YouTube

## 第三部分：探索**Google Analytics 4**

### 一、畫面板塊操作指示

- 1、主控台功能
- 2、實時數據視圖
- 3、客製化報告

## 第四部分：**100**個**Google**網站分析常見問題

## 第一部分: Google Analytics 4 的基礎知識

### 一、Google Analytics 4 的起源和發展

在數字化的時代，數據已經成為了企業的核心資產。隨著時間的推移，我們對數據的需求和使用方式也在不斷地演變。Google Analytics 4，作為業界領先的網站分析工具，自2005年推出以來，已經經歷了多次重大的更新和變革。而Google Analytics 4 (GA4)，是這一系列變革中的最新文章。

Google Analytics 4的誕生並不是偶然。它是對過去十多年數字營銷環境變化的回應。在移動互聯網和應程序的興起，用戶隱私意識的加強，以及跨設備、跨平台行為的增加下，傳統的Universal Analytics已經難以滿足現代企業的需求。Google意識到了這一點，並開始著手開發一個全新的、更加先進的分析平台。

Google Analytics 4的設計理念是以用戶為中心，而不僅僅是以會話為中心。這意味著它更加關注用戶的整體行為，而不僅僅是他們在一個特定時間段內的活動。此外，Google Analytics 4 還引入了機器學習功能，可以自動檢測數據中的趨勢和模式，為企業提供更加智能的洞察。

但 Google Analytics 4 不僅僅是技術上的進步。在隱私方面，它也做了很多工作。隨著GDPR、CCPA等隱私法規的實施，企業需要更加小心地處理用戶數據。Google Analytics 4為此提供了更加靈活的數據控制工具，幫助企業更好地遵守這些法規。

總的來說，Google Analytics 4的起源是對現代數字營銷挑戰的回應。它不僅僅是一個分析工具，更是一個幫助企業在數字化時代成功的夥伴。

### 1、Universal Analytics與Google Analytics 4 的區別

當我們談論Google Analytics，你可能首先想到的是Universal Analytics，這是Google Analytics的前一個版本。但現在，有了Google Analytics 4，一切都變得更加先進和用方便。讓我們深入了解兩者之間的主要區別：

(1)數據結構的演變:Universal Analytics主要基於會話(session)來組織數據,它關注的是用戶在一個特定的時間段內的行為。而Google Analytics 4 轉向了一個基於事件的數據模型,這使得每一個用戶交互都被視為一個獨立的事件,為分析師提供了更深入的數據洞察,以及更高的自定義能力。想象一下你正在看一部電影。Universal Analytics就像是只關注電影的某個片段,它主要看的是用戶在特定時間內做了什麼。而GA4則像是觀看整部電影的每一個細節,每一個用戶的動作都被記錄下來。簡單來說,Universal Analytics關注“片段”,而GA4關注“整體”。

(2)隱私權的加強:在當前日益增長的對隱私權的關注下,GA4 更為重視用戶的數據隱私、保護用戶的數據。它提供了更先進的工具和選項,允許用戶匿名化某些數據,這樣你就可以更好地保護自己的隱私,同時這也滿足了一些國家和地區的隱私法律要求。

(3)界面與報告的刷新:與Universal Analytics相比,GA4 提供了一個更現代化、直觀的界面。報告的結構也進行了優化,使用戶能夠更容易地找到所需的數據和信息,並幫助你進行深入的分析。

(4)機器學習與自動化的融入:GA4在其核心集成了機器學習功能,像是一個“智能助手”一樣,它可以自動識別、找出數據中的模式,預測未來的趨勢,並在出現重要的數據變化時提醒用戶。

這些區別不僅僅是技術上的改進,它們代表了Google對於如何更好地理解 and 互動用戶的全新視角。GA4就像是一個升級版的Google Analytics,它更加強大,更加易於使用,更加關心用戶的隱私。對於初學者而言,GA4提供了一個更加直觀和友好的方式來了解和分析網站數據。對於企業而言,GA4為企業提供了更強大、更靈活的工具,幫助它們在數字化時代取得成功。

## 2、為什麼 Google Analytics 4 是未來的趨勢

在數字營銷領域,變革是唯一不變的常態。隨著技術的迅速進步和用戶行為的不斷演變,企業需要一個能夠適應這些變化的工具。GA4 作為Google Analytics的最新版本,正是為了滿足這些新的需求而生,為企業提供了前所未有的深度和廣度的數據洞察。

(1) 跨平台與跨設備的完整視角: 隨著移動互聯網的普及, 用戶的互動行為已經跨越了多種設備和平台。GA4的跨平台和跨設備跟踪功能, 確保企業能夠捕獲用戶的每一個互動, 從而構建一個完整的用戶旅程圖像。這不僅有助於更準確地衡量營銷活動的效果, 還可以為用戶提供更為流暢和連貫的體驗。

(2) 無縫集成與高度開放性: 在數字營銷領域, 工具和平台的多樣性要求企業能夠靈活地進行集成。GA4以其開放的API和集成工具, 確保企業可以輕鬆地將其與其他關鍵的營銷和分析平台相結合, 從而實現數據的一體化管理。

(3) 持續的技術進步與創新: GA4不僅是Google Analytics的新版本, 更是Google對未來數據分析方向的堅定承諾。這意味著GA4將持續獲得Google的技術支持和資源投入, 確保其始終處於行業的前沿。

(4) 智能化的數據洞察: 借助先進的機器學習技術, GA4可以自動識別和提供有價值的數據洞察。這種智能化的分析方法, 使企業不再被動地接受數據, 而是能夠主動地從數據中發掘商業機會。

GA4不僅僅是一個數據分析工具的升級, 它代表了數據分析的未來方向。對於那些希望在這個時代中保持領先地位的企業, 深入了解和有效利用GA4已經成為了一項基本的要求。

總之, Google Analytics 4旨在幫助您了解訪客是如何與您的網站進行互動。它就猶如是一把放大鏡, 讓您可以清晰地觀察當受眾們訪問您的網站時他們所做的一切, 這一點對您的數字營銷策略來說至關重要。Google Analytics 4會收集關於訪客行為的數據, 例如他們在您的網站上停留的時間、他們瀏覽的頁面以及他們執行的操作, 例如點擊連結或進行購買等。

使用Google Analytics 4收集和分析數據的好處在於, 它可以幫助您識別您的網站上哪些部分是運行良好的, 而哪些部分可能需要一些改進。通過了解需要尋找的關鍵數據, 您可以做出明智的決策來優化您的營銷策略, 並為您的訪客提供他們所想要的內容。這將最終幫助您吸引更多的受眾訪問您的網站, 保持他們的參與度, 並將他們轉化為您的忠實客戶。

簡而言之，Google Analytics 4 就像您的個人營銷顧問，可以為您提供具有價值的見解，幫助您擴大您的在線影響力並且提升您的數字營銷策略。

為了使您的生活更為輕鬆並讓您深入地了解數據，在學習完關於Google Analytics 4 的所有內容之後，您將解鎖100多個數據分析的問題，這些問題可以幫助您獲得一些寶貴的見解。

現在，讓我們開始深入探索Google Analytics 4 吧！

## 第二部分:安裝、配置和整合

在数字营销的世界里,拥有一个能够精准捕捉和分析数据的工具是至关重要的。Google Analytics 4(GA4)不仅仅是一个数据分析工具,它是一个强大的平台,可以帮助你深入了解您的客户和他们的行为。在这部分,我们将深入探讨Google Analytics 4的安装、配置和整合过程。这一阶段是确保您能够充分利用GA4强大功能的基础。我们将逐步指导您完成每一个环节,确保您能够准确无误地进行操作。

### 一、建立和配置你的Google Analytics 4屬性

讓我們開始在您的網站上安裝 Google Analytics ! 只需按照以下簡單步驟,您很快就可以完成這一系列的設置:

(1) 註冊 **Google Analytics** 帳戶:前往 Google Analytics 官網,可以創建一個新帳戶或者使用您現有的 Google 帳戶登錄。

(2) 創建新的 **Google Analytics 4** 屬性:按照提示設置新的 GA4 屬性,請確保您輸入了您網站的URL和其他相關資訊。

(3) 設置 **Google Tag Manager**:訪問 Google Tag Manager 官網並使用您的 Google 帳戶登錄。為您的 WordPress 網站創建一個新的帳戶和容器。

(4) 獲取您的 **Google Tag Manager** 代碼:一旦您的容器創建完成後,您會收到為您的網站定制的唯一代碼段。請保留此代碼,下一步將用到。

(5) 在您的 **WordPress** 網站上安裝 **Code Snippets** 插件:登錄 WordPress 控制面板,轉到“插件(Plugins)”,點擊“添加新的(Add New)”,搜索“Code Snippets”,然後點擊“安裝(Install)”和“激活(Activate)”插件。然後轉到 Headers & Footers。

(6) 添加您的 **Google Tag Manager** 代碼:在 WordPress 控制面板中,轉到“插件(Plugins)”菜單下的“代碼段(Snippets)”。點擊“添加新的(Add New)”以創建新的代碼段。為其命名,如

“Google Tag Manager”，並將從 Google Tag Manager 獲取的代碼粘貼到“代碼”部分。確保將代碼段設置為在“Header”區域運行，並在“Body”區域設置為“Body”，然後點擊“保存更改並激活 (Save Changes and Activate)”。

(7) 將 **Google Analytics 4** 連接到 **Google Tag Manager**: 返回 Google Tag Manager 帳戶，點擊左側菜單中的“標籤 (Tags)”，然後點擊“新建 (New)”。選擇“Google Analytics: GA4 配置 (GA4 Configuration)”作為標籤類型，並輸入您的 GA4 評估 ID (您可以在 Google Analytics 帳戶中找到)。點擊“觸發 (Triggering)”，選擇“所有頁面 (All Pages)”作為觸發器，然後保存您的標籤。

(8) 在 **Google Tag Manager** 中發布您的更改: 點擊 Google Tag Manager 帳戶的右上角“提交 (Submit)”以發布您的更改。

(9) 測試您的設置: 訪問您的 WordPress 網站，然後檢查您的 Google Analytics 帳戶以查看是否正在接收數據。數據可能需要幾分鐘才能顯示。

當你做完以上幾個步驟時，恭喜您！您已成功在網站上安裝了 Google Analytics！

## 二、網站和應用程式的數據追蹤

### 1、設定數據流: 打造資料的黃金水道

在我們繼續深入探索 Google Analytics 4 的奧秘之前，我們將專注於一個至關重要的環節——設定資料流。想像一下，資料流就如同一條匯集各種珍貴資訊的黃金水道，它將成為您洞察業務動態的關鍵通道。接下來我們將逐步引導您，確保您能夠精準捕捉每一份寶貴的資料。

#### (1) 創建新的資料流: 打造您的資訊高速公路

在 GA4 的世界裡，資料流是您的資訊高速公路，它將各種資料源匯聚於一處，為您提供豐富而多元的資料視角。在 GA4 屬性中，您有機會創建一個或多個資料流，每一個都可以視為一個獨立的資訊通道，它可以是一個網站、一個應用程式或其他類型的平台。

在創建新的資料流時，您可以根據您的業務需求和目標來選擇和定制資料源，從而構建一個完全符合您需求的資料高速公路。

### (2) 配置資料流：調整您的資料傳輸通道

創建了資料流後，接下來的任務是對其進行精細的配置。這一步驟就如同調整您的資料傳輸通道，確保每一份資料都能夠準確無誤地傳輸到您的分析平台。

在這個階段，您將深入了解如何設置各種參數和屬性，這些設置將決定您能夠捕捉哪些資料，以及這些資料將如何呈現給您。通過精心配置，您可以構建一個能夠提供準確、全面和有價值資料的強大資料流。

### (3) 測試資料流：確保資料的準確傳輸

配置完成後，我們將進入一個至關重要的環節——測試資料流。這一步就如同檢驗您的資料高速公路是否暢通無阻，確保每一份資料都能夠順利、準確地傳輸到您的分析平台。

在測試階段，您將有機會驗證資料流的準確性和完整性，確保它能夠捕捉和傳輸所有重要的資料。通過這一步，您可以確保您的資料流不僅能夠正常工作，而且能夠提供準確和有價值的資料，為您的業務決策提供強有力的支持。

## 2、設定事件和目標：精準捕捉用戶互動與實現業務目標

我們將逐步引導您理解和掌握如何在Google Analytics 4中設定事件和目標，這是一個關鍵步驟，能夠幫助您深刻洞察用戶在您的網站或應用中的互動和行為。

### (1) 步驟一：創建新的事件和目標

在您的數字營銷旅程中，理解和監控用戶的行為是至關重要的。在GA4中，"事件"是指用戶在您的網站或應用中進行的各種動作，如頁面瀏覽、按鈕點擊等。而"目標"則是您設定的某些特定的、期望用戶達到的成果或里程碑，例如完成一個購物流程或填寫聯繫表格。

首先，您需要進入GA4的管理界面，開始創建新的事件和目標。這個過程是相當直觀和用戶友好的，只需按照系統的指引，您可以輕鬆地定義各種事件和目標。

## (2) 步驟二:配置事件和目標

創建了事件和目標之後,接下來的任務是進行詳細的配置。這一步驟是非常關鍵的,因為它將決定您如何捕捉和解析用戶的行為數據。

在配置過程中,您將被引導設置各種參數和條件,這樣可以幫助您更精準地監控和分析用戶的行為。例如,您可以設定特定的觸發條件,只有當用戶滿足這些條件時,事件才會被記錄。

此外,您還可以為事件添加各種屬性,這樣可以提供更多的上下文資訊,使您能夠更深入地了解用戶的行為和偏好。

## (3) 步驟三:測試事件和目標

配置完成後,下一步是進行測試,以確保您設定的事件和目標能夠正確地捕捉和記錄用戶數據。這一步是為了驗證您的配置是否正確,以及是否能夠提供您期望的數據和洞察。

您可以使用GA4提供的測試工具和模式來進行這一步。通過這些工具,您可以實時監控事件的觸發情況,從而驗證其準確性和有效性。

在這個階段,不妨嘗試幾種不同的用戶行為和場景,以確保您的設置能夠全面而準確地捕捉用戶的互動和行為。

通過這三個步驟,您將能夠成功地設置事件和目標,從而為您的數字營銷策略提供強有力的數據支持。請記住,精準的數據分析是成功的數字營銷的基石,因此請花時間仔細配置和測試,以確保您能夠獲得最有價值的數據和洞察。

## 3、事件追蹤和參數化:深度剖析用戶行為與偏好

接下來,我們將深度探索Google Analytics 4中兩個非常強大且核心的工具:事件追蹤和參數化。這兩個工具將成為您深入洞察和理解用戶行為及偏好的得力助手。讓我們一步一步地走進這個精彩世界,學習如何利用這些工具來揭示用戶的行為秘密。

### (1) 設置事件追蹤: 捕捉每一刻的用戶互動

事件追蹤是GA4中的一項強大功能，它能夠捕捉並記錄用戶在您的網站或應用中的每一個獨立行為。這些行為可以是點擊一個按鈕、填寫一個表單或是完成一個購買等。通過精準地設置事件追蹤，確保您能夠捕捉到所有重要的用戶互動，從而構建一個豐富的用戶行為資料庫。

在這個過程中，您將學會如何定義和標記各種事件，以便您能夠清晰地了解用戶在您的平台上的行為軌跡。

### (2) 參數化事件: 深化資料分析的維度

參數化是事件追蹤的升級版，它允許您為捕捉到的事件附加更多的細節和資訊。這意味著，您不僅可以知道用戶進行了哪些操作，還可以了解這些操作的具體屬性和背景資訊。

通過參數化，您可以為每一個事件添加多維度的資訊，從而深化您的資料分析，提供更豐富和深入的洞察。這將幫助您更好地理解用戶的行為模式和偏好，為您的營銷策略提供有力的數據支撐。

### (3) 驗證和測試: 確保資料的準確與可靠

在完成事件追蹤和參數化的設置後，我們將進入一個非常重要的環節——驗證和測試。這一步驟將確保您的設置能夠正確地捕捉和記錄資料，保證資料的準確性和可靠性。

在這個階段，我們將指導您如何進行系統的測試，確保每一個設置都能夠準確地捕捉和記錄資料。這將為您提供一份準確和有價值的資料報告，幫助您深入了解用戶的行為和偏好。

## 三、整合其他Google服務

### 1、Google Ads

Google Ads，作為Google旗下的在線廣告服務平台，擁有強大的廣告投放和定向功能，能夠幫助您將產品或服務推廣到最有可能感興趣的潛在客戶面前。而當我們將其與GA4整合時，這種推廣策略將變得更加精準和高效。

通過GA4的深度數據分析功能，您可以更精準地追蹤廣告的效果和投資回報率(ROI)，從而實現廣告策略的持續優化和調整。這不僅可以幫助您更好地理解廣告的效果，還可以為您提供更多關於用戶行為和偏好的洞察，從而實現更有針對性的廣告投放。

而整合Google Ads和GA4可以給我們帶來多方面的益處。首先，它可以使我們更方便快捷地追蹤廣告的效果和轉化情況，從而更有依據地調整和優化廣告策略。其次，通過GA4的深度數據分析，我們可以更精準地定位目標受眾，實現更高的廣告轉化率和更好的用戶體驗。現在，讓我們一步步來探討如何實現GA4與Google Ads的整合。

### (1) 步驟一：賬戶連接

登錄您的GA4賬戶：首先，您需要登錄您的Google Analytics 4賬戶，這是整合的第一步。

導航至“屬性設置”中的“數據源”選項：在GA4的主界面中，找到“屬性設置”選項，然後選擇“數據源”選項，這將是您連接Google Ads賬戶的入口。

選擇“鏈接Google Ads賬戶”：在“數據源”頁面中，您會找到“鏈接Google Ads賬戶”的選項。點擊它，並按照系統的提示完成賬戶連接。這樣，您的GA4賬戶就與Google Ads賬戶成功連接了。

### (2) 步驟二：事件追蹤與轉化

在GA4中選擇“事件”選項：返回GA4的主界面，找到並點擊“事件”選項，這將是您設置轉化事件的起點。

創建新的事件，標記為“轉化事件”：在“事件”頁面中，您可以創建新的事件，並將其標記為“轉化事件”。這樣，您就可以在Google Ads中根據這些轉化事件來優化您的廣告策略。

### (3) 步驟三：創建受眾列表

在GA4中選擇“受眾”選項：回到GA4的主界面，找到並點擊“受眾”選項，這將是您創建受眾列表的入口。

創建新的受眾列表，並定義相關條件：在“受眾”頁面中，您可以創建新的受眾列表，並根據您的需求定義相關條件。這樣，您就可以在Google Ads中使用這些受眾列表進行更有針對性的廣告投放。

通過以上步驟，我們將成功實現GA4與Google Ads的整合，從而更好地推動我們的廣告策略和業務發展。接下來，我們將繼續探討如何將GA4與其他Google服務整合，以實現更全面的數據分析和營銷優化。

## 2、Google Search Console

Google Search Console是Google提供的一款免費工具，專門設計來幫助網站所有者監控和維護其網站在Google搜索結果中的表現。它不僅可以提供有關您網站搜索性能的詳細數據，還可以提供有助於優化網站SEO策略的建議和指導。

當我們將Google Search Console與GA4整合時，我們將能夠更方便、更高效地監控和分析網站的搜索性能。這種整合將使我們能夠在一個平台上同時監控網站的搜索性能和用戶行為數據，從而更加節省時間和精力。此外，通過結合兩者的數據分析功能，我們將能夠更全面、更深入地了解用戶的搜索行為和網站的性能表現，從而更有針對性地優化網站的SEO策略和內容。

現在，讓我們一步步來探討如何實現GA4與Google Search Console的整合。

### (1) 步驟一：屬性驗證

登錄Google Search Console：首先，您需要登錄Google Search Console賬戶，這是整合的第一步。

添加並驗證您的網站屬性：在Google Search Console中，您需要添加並驗證您的網站屬性。這一步是為了確保Google可以正確地抓取和索引您的網站。

確保Google可以正確抓取和索引您的網站：完成網站屬性的添加和驗證後，您需要確保Google可以正確地抓取和索引您的網站，以便在搜索結果中正確顯示。

## (2) 步驟二: 搜索數據分析

在GA4中導航至“報告”選項: 返回到GA4的主界面, 找到並點擊“報告”選項, 這將是您查看和分析搜索數據的起點。

選擇“搜索控制台報告”: 在“報告”頁面中, 您會找到“搜索控制台報告”的選項。點擊它, 您將能夠查看到關鍵詞排名、點擊率等重要數據。

根據這些數據來優化您的網站內容和SEO策略: 通過分析“搜索控制台報告”中的數據, 您可以更有針對性地優化您的網站內容和SEO策略, 從而提高網站的搜索排名和可見性。

## (3) 步驟三: 搜索性能優化

根據Google Search Console提供的數據和建議來優化您的網站結構和內容: Google Search Console不僅可以提供有關您網站搜索性能的數據, 還可以提供有助於優化網站結構和內容的建議和指導。

實施SEO最佳實踐: 在了解了Google Search Console的數據和建議後, 您應該開始實施SEO的最佳實踐, 以提高您網站的搜索排名和可見性。

通過以上步驟, 您將成功實現GA4與Google Search Console的整合, 從而更好地監控和優化您的網站性能。在下一節中, 我們將繼續探討如何將GA4與YouTube整合, 以實現更全面的數據分析和營銷優化。

## 3、YouTube

YouTube是全球最大的視頻分享平台, 每天有數億人通過它來觀看和分享視頻內容。它不僅是一個娛樂平台, 還是一個強大的營銷工具, 可以幫助企業和品牌更好地與目標受眾連接。通過與GA4的整合, 您可以更方便地追蹤和分析您的視頻內容的表現, 從而更有針對性地優化您的視頻營銷策略。其次, 通過分析YouTube的數據有助於您更精準地定位目標受眾, 您可以更好地了解觀眾的偏好和行為, 從而創建更有吸引力和價值的視頻內容。此外, 這種整合還可以幫助您更有效地管理和優化您的視頻廣告策略, 從而提高ROI。

現在，讓我們一步步來探討如何實現GA4與YouTube的整合。

### (1) 步驟一：頻道連接

登錄您的YouTube帳戶：首先，您需要登錄您的YouTube帳戶，這是整合的第一步。

在帳戶設置中選擇“連接到Google Analytics”：進入帳戶設置，找到並選擇“連接到Google Analytics”的選項，這是您將YouTube與GA4連接的關鍵步驟。

輸入您的GA4屬性ID，完成連接：在相應的字段中輸入您的GA4屬性ID，然後按照屏幕上的提示完成連接過程。

### (2) 步驟二：視頻性能分析

在GA4中導航至“YouTube頻道分析”報告：返回到GA4的主界面，找到並點擊“YouTube頻道分析”報告的選項，這將是您查看和分析YouTube數據的起點。

在這裡，您可以查看視頻的觀看次數、觀眾留存率等數據：在報告中，您可以查看到各種有關視頻性能的數據，如觀看次數、觀眾留存率等，這些數據將為您提供寶貴的洞察，幫助您優化視頻內容和推廣策略。

### (3) 步驟三：觀眾洞察

在GA4中，利用YouTube數據創建受眾洞察報告：利用GA4的強大功能，您可以根據YouTube的數據創建詳細的受眾洞察報告，這將幫助您更好地了解您的觀眾群體。

分析觀眾的行為和偏好，創建更有吸引力的視頻內容：通過分析受眾洞察報告中的數據，您可以更好地了解觀眾的行為和偏好，從而創建更有吸引力和價值的視頻內容。

通過前面的學習，您將能夠順利完成GA4與Google Ads、Google Search Console和YouTube的整合，從而構建一個更全面、更高效的數字營銷策略。接下來，我們將繼續深入探討GA4的其他高級功能和技巧，幫助您更好地利用這個強大的工具來推動您的業務成功。

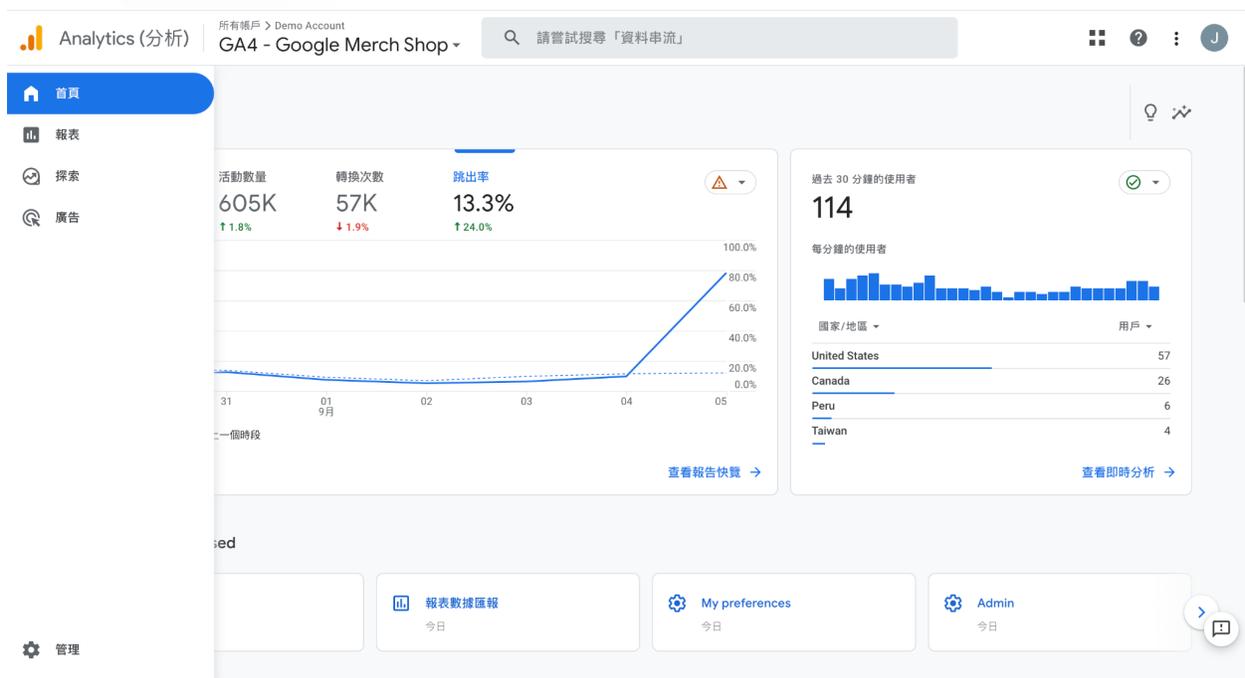
## 第三部分:探索Google Analytics 4

在前兩部分中,我們已經深入了解了Google Analytics 4的基礎知識和如何整合與Google的其他服務。現在,我們將進一步探索GA4的核心功能和特性,以幫助您更全面地理解和利用這個強大的分析工具。

### 一、畫面板塊操作指示

#### 1、主控台功能

在這一部分,我們將詳細介紹GA4的主要界面和功能,包括“Home”、“Reports”、“Explore”、“Advertising”和“Admin”。讓我們一起深入探索各個功能模塊的細節和應用。



#### (1) Home —— 首頁

“Home”是您進入GA4時首先看到的界面,它提供了一個全面的概覽,展示了您網站或應用的關鍵數據和趨勢。在這裡,您可以快速了解到:

實時數據:顯示當前在線用戶數量和他們的行為。

趨勢和概覽:提供用戶訪問、留存率、轉化率等關鍵指標的時間趨勢。

快速洞察:基於您的數據,GA4會自動生成一些有用的洞察,幫助您快速了解用戶行為和網站性能。

## (2) Reports —— 報表

“Reports”模塊是GA4中數據報告和分析的核心區域。它包含了多個子模塊,包括:

探索器:提供了一個靈活的界面,可以自定義數據視圖和報告,幫助您深入分析數據。

漏斗分析:允許您創建和分析用戶轉化漏斗,以更好地理解用戶的轉化路徑。

路徑分析:幫助您理解用戶在您的網站或應用中的行為路徑和模式。

## (3) Explore —— 探索

“Explore”是一個強大的數據分析工具,它提供了一系列高級分析和數據可視化功能,包括:

數據探索:允許您深入探索和您的數據,創建複雜的數據查詢和報告。

數據可視化:提供了多種數據可視化工具,可以幫助您更直觀地理解和展示數據。

## (4) Advertising —— 廣告

“Advertising”模塊是GA4中管理和分析廣告數據的區域。在這裡,您可以:

廣告效果分析:幫助您分析廣告的效果和ROI,以優化您的廣告策略。

受眾創建和管理:允許您創建和管理受眾列表,以實現更有針對性的廣告投放。

## (5) Admin —— 管理

“Admin”模塊是GA4的後台管理區域,提供了一系列管理和配置工具,包括:

屬性設置:允許您配置和管理您的GA4屬性。

數據流管理:幫助您管理和配置數據流,以更好地收集和分析數據。

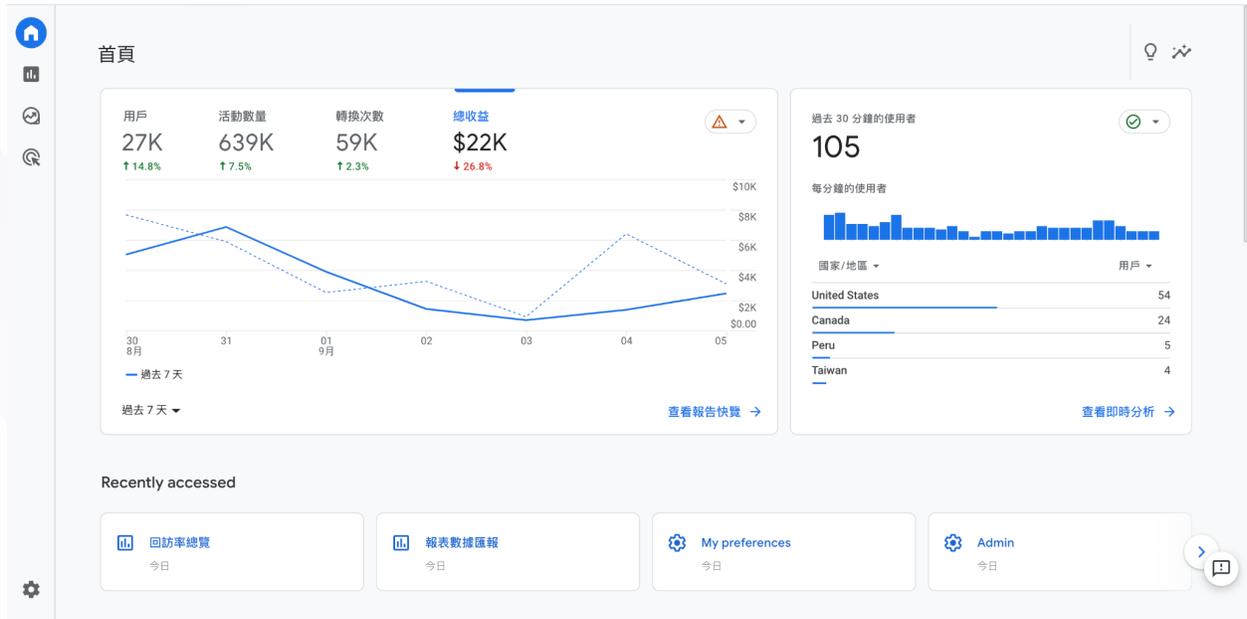
用戶管理和權限:允許您管理用戶權限和訪問控制,確保數據的安全和完整。

通過本章的學習,您將更好地理解GA4的核心功能和特性,這將為您提供一個強大的基礎,

幫助您更有效地使用GA4來推動您的業務成功。

## 2、實時數據視圖

### Home —— 首頁



(1) 概覽儀表板:這裡展示了您網站或應用的核心指標和數據趨勢,如用戶數量、會話次數和轉化率等,幫助您快速了解業務的整體表現。



#### ① 用戶概覽:

用戶數量:顯示特定時間段內訪問您網站或應用的獨立用戶數量。

新用戶:顯示特定時間段內首次訪問您網站或應用的用戶數量。

用戶細分:允許您創建和查看不同的用戶群體,以更好地理解不同類型的用戶行為和偏好。

## ② 會話詳情:

會話次數:顯示特定時間段內的總會話次數。

平均會話時長:顯示用戶平均在您的網站或應用上花費的時間。

跳出率:顯示用戶在只查看一個頁面或完成一個事件後離開您的網站或應用的比率。

## ③ 轉化分析:

總轉化次數:顯示特定時間段內完成的總轉化次數。

轉化率:顯示轉化次數與總會話次數的比率,幫助您了解您的轉化效率。

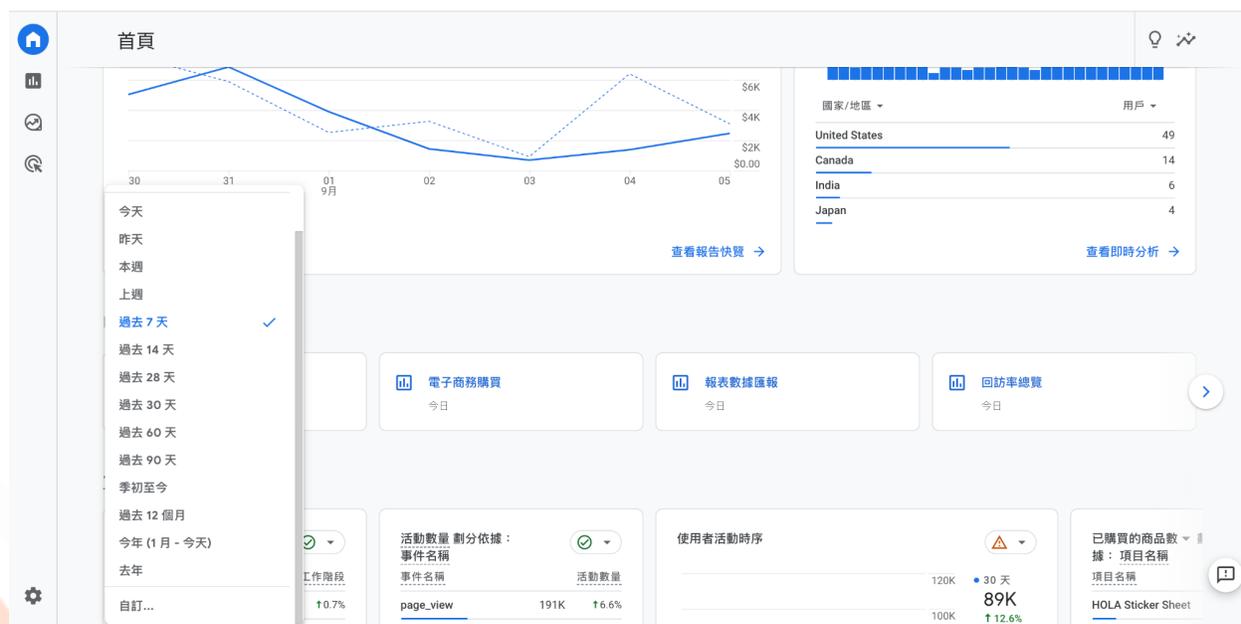
轉化路徑:提供了用戶在完成轉化之前的行為和路徑的視圖,幫助您更好地理解用戶的轉化過程。

## ④ 時間範圍選擇:

您可以通過這個功能來選擇特定的時間範圍,以便查看該時間段內的數據和報告。

日期選擇器:允許您選擇特定的時間範圍來查看數據和報告,。

比較功能:允許您比較兩個不同時間段的數據,以更好地理解數據的趨勢和變化。



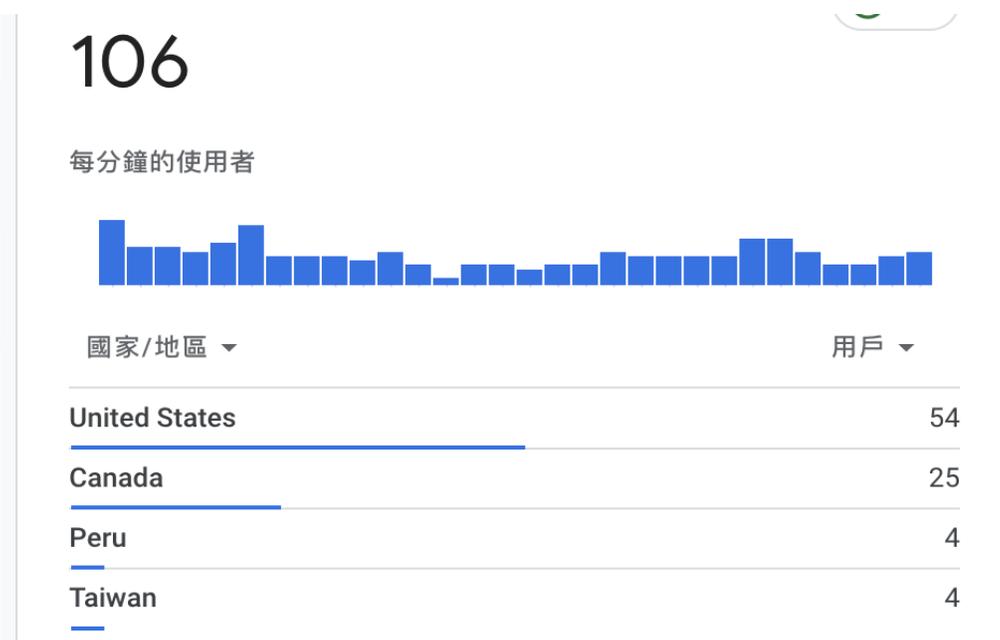
## ⑤ 實時數據:

您可以在這裡查看實時的用戶行為數據，包括當前在線用戶數量、最新的事件和轉化等。

當前在線用戶：顯示當前時間點在線的用戶數量。

最新事件：顯示最近發生的用戶事件，如頁面瀏覽、按鈕點擊等。

地理位置：顯示當前在線用戶的地理位置分布。



(2) 報告快捷方式 (**Recently accessed**-最近訪問)：“Home”頁面還提供了一系列的報告快捷方式，允許您快速訪問最常用的報告和分析工具。

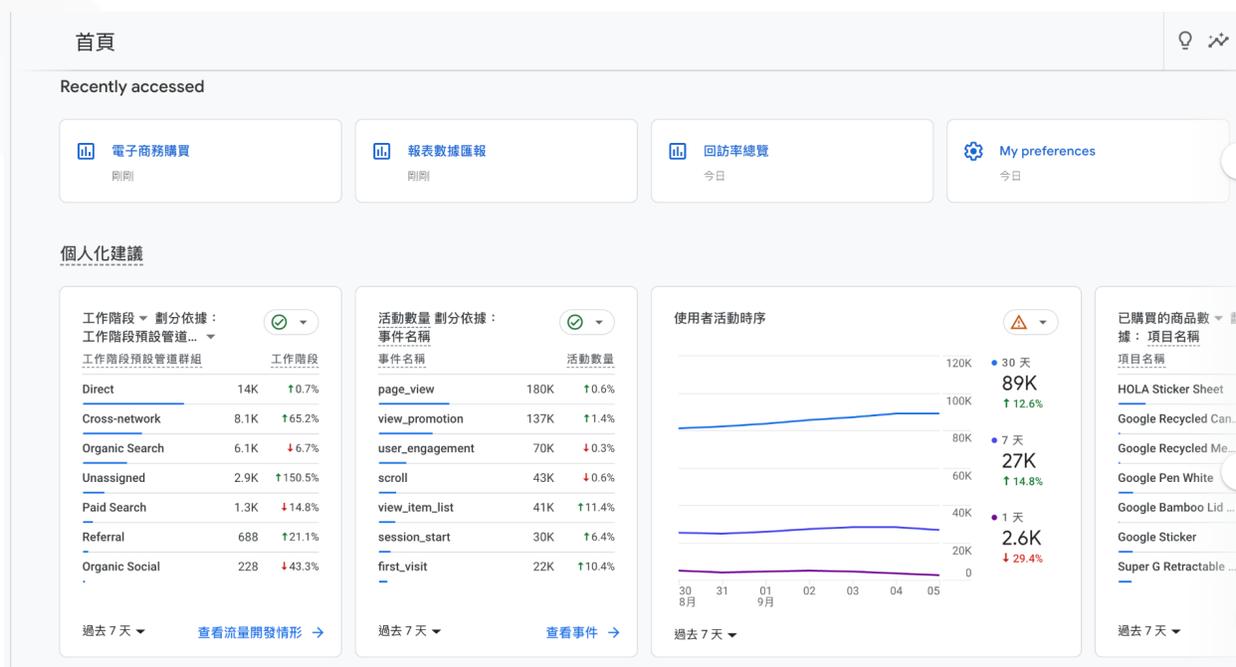
這個區域記錄了您最近訪問過的報告或分析頁面，擁有歷史記錄追蹤的功能使您可以快速回顧和訪問。同時也具有快速導航的功能，提供了一個便捷的方式來快速訪問您最近查看或編輯的項目，無需通過多層菜單導航。

通過提供快速訪問最近使用的功能或報告，它可以幫助您節省時間並提高工作效率，方便您追溯和回顧最近的分析或調整，有助於保持工作的連貫性。

(3) 個性化建議 (**Suggested for you**)：您可以通過這個功能來個性化您的“Home”頁面，包括添加或移除數據小部件和報告等。

這個區域會有一些個性化推薦，根據您的使用歷史和偏好，為您推薦可能對您有用的功能或報告，以及介紹GA4中的新功能或工具。幫助您發現和了解GA4中的新功能和工具，保持更新並充分利用平台的潛力，從而更好地利用這個工具。

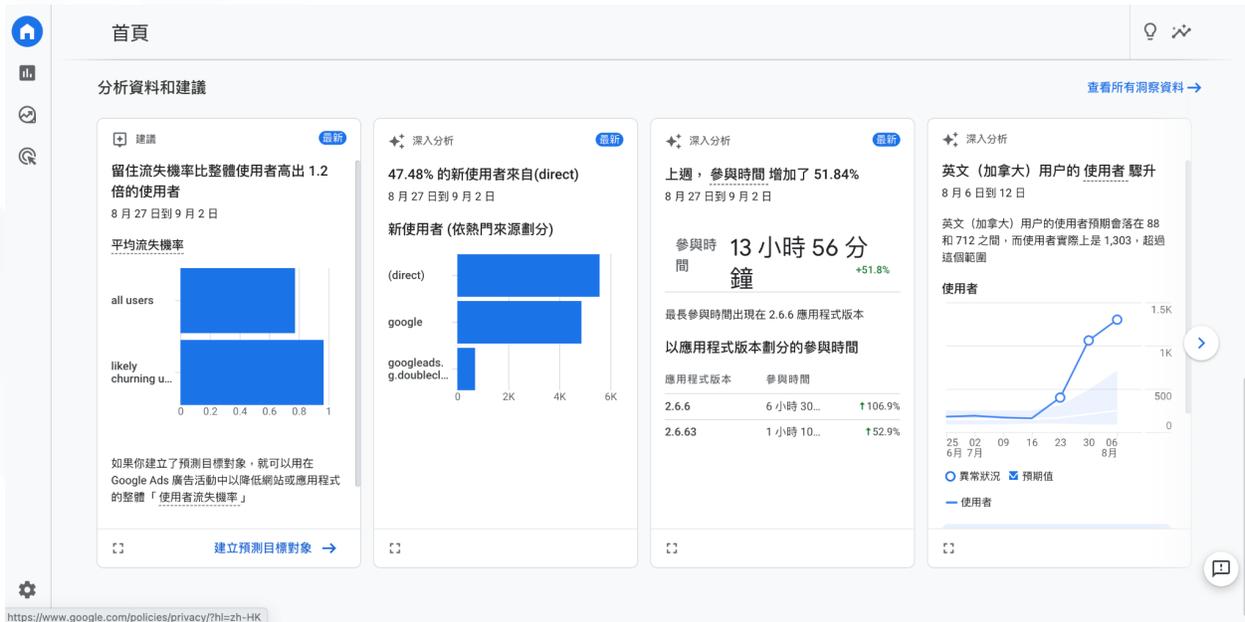
通過提供與您的需求和偏好相關的推薦，為您創建一個更加個性化的使用體驗。



(4) 分析資料和建議 (Insights & recommendations) : 你將獲得一系列基於您網站或應用數據分析的洞察和建議，這些洞察和建議旨在幫助您深入理解用戶行為和優化您的營銷策略。

此區域提供了智能洞察和個性化建議，包括自動分析您的數據來識別重要的趨勢和模式，以及根據數據分析提供的策略優化建議。它還提供了圖形報告和數據解讀，幫助您更直觀和深入地理解數據和洞察。

通過提供基於數據的洞察和建議，它旨在幫助您做出更有根據的決策，提高營銷的投資回報率(ROI)，並提高工作效率和效果。此外，它還能幫助您更好地滿足用戶的需求和期望，提高用戶的滿意度和忠誠度。



### 3、客製化報告

#### (1) Reports Snapshot —— 報表數據匯報



#### 功能解析

在您的數字營銷之旅中, "Reports Snapshot (報表數據匯報)" 功能將成為您不可或缺的助手。"報表數據匯報"是一個集成了多維度數據分析和可視化功能的高級報告工具。它能夠

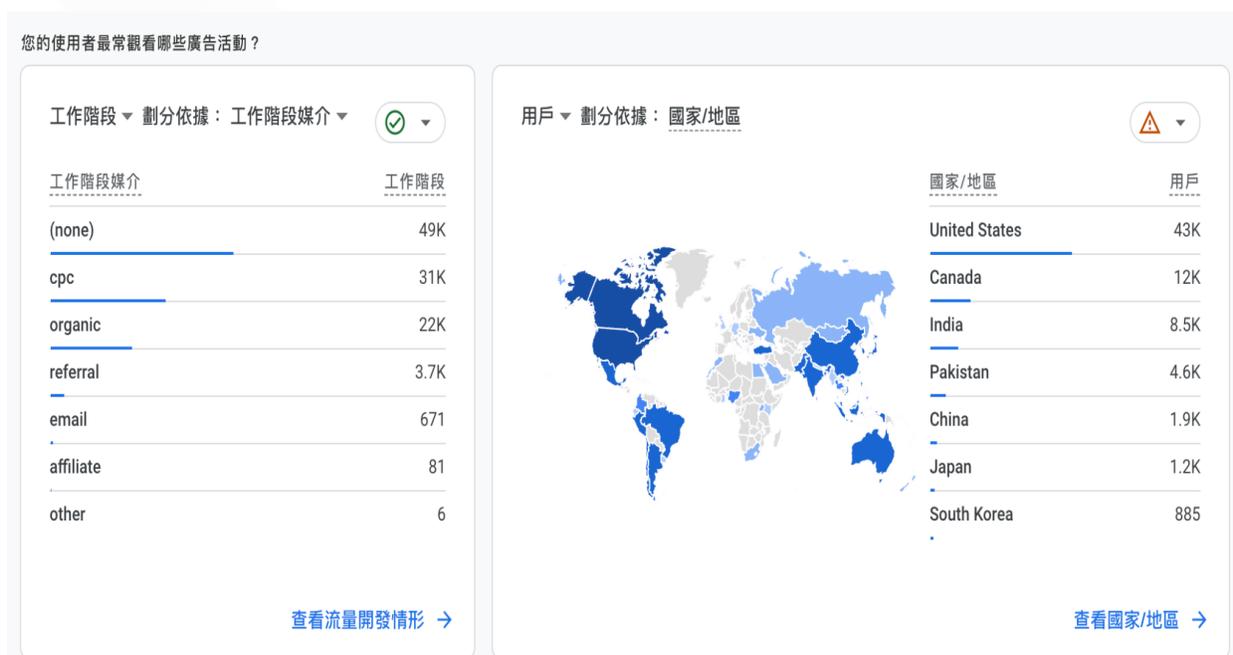
捕捉到您網站或應用的實時動態，並通過深入分析各個維度的數據，為您的業務決策提供有力的支持。以下我們將詳細地剖析這一功能：

### ① 實時數據監控：

#### [1] 用戶行為追蹤：

**頁面瀏覽分析：**實時捕捉用戶在您網站上的每一個點擊和瀏覽行為，讓您能夠清晰地了解用戶的瀏覽路徑和偏好。

**事件觸發監控：**實時記錄用戶觸發的各種事件，如表單提交、購物車操作等，幫助您實時捕捉和分析用戶的交互行為。



#### [2] 動態數據更新：

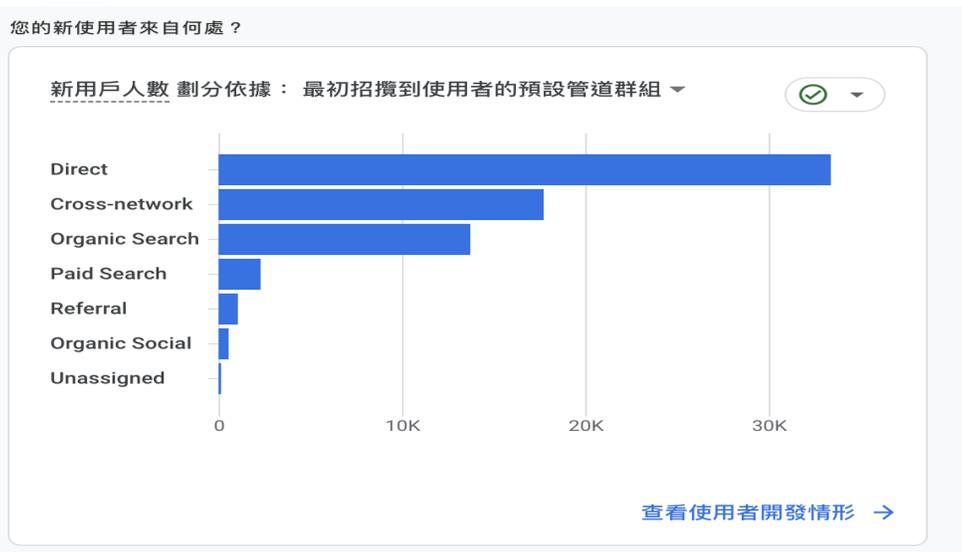
**秒級數據刷新：**數據以秒級的速度實時更新，確保您能夠基於最新的數據做出快速反應和決策。

**數據完整性保證：**通過高效的數據處理和驗證機制，確保數據的準確性和完整性。

#### [3] 多維度數據展示：

**用戶來源分析：**深入分析用戶的來源渠道，如直接訪問、搜索引擎、社交媒體等，幫助您更好地優化渠道策略。

設備和地理位置分析:提供用戶的設備類型和地理位置數據,讓您能夠更好地了解您的用戶群體和市場分布。



## ② 趨勢分析與預測：

### [1] 歷史數據對比分析：

時間序列分析:通過對比不同時間段的數據,揭示業務的周期性和季節性變化,為您的營銷策略提供有力支持。

關鍵指標趨勢分析:深入分析關鍵業務指標的時間趨勢,幫助您更好地評估和優化業務表現。



### [2] 智能預測算法：

機器學習預測:利用先進的機器學習算法,基於歷史數據來預測未來的業務趨勢和用戶行為,為您的業務規劃提供有力支持。

預警和異常檢測:通過智能算法來檢測和預警可能的業務異常和風險,幫助您及時發現和解決問題。

### [3] 關鍵指標監控:

轉化率和留存率分析:深入分析用戶的轉化和留存情況,幫助您更好地理解 and 優化用戶的生命周期價值。

ROI評估:通過深度分析廣告和營銷活動的效果和ROI,幫助您更好地優化廣告和營銷投入。



### ③ 個性化洞察:

#### [1] 自動化洞察生成:

智能洞察報告:基於您的數據和業務特性,自動生成個性化的洞察報告,為您提供有價值的業務建議和優化方案。

數據驅動的策略建議:通過深度數據分析和洞察,為您提供數據驅動的策略建議,幫助您更好地把握市場機遇和挑戰。

#### [2] 個性化報告和儀表板:

報告定制和分享:您可以根據您的業務需求來定制和分享報告,以更直觀和高效地展示和分析數據。

交互式數據儀表板:創建交互式的數據儀表板,提供多維度的數據展示和分析,幫助您更好地理解 and 掌握業務動態。

## (2) Realtime Overview ——即時



### 功能解析

在數字營銷的世界中,時效性是一個不可忽視的因素。Google Analytics 4 的“Realtime Overview——即時”功能正是為了滿足這種需求而設計的。它允許您實時監控和分析網站或應用的動態,為您提供最新、最準確的數據支持。下面,我們將深入探討這一功能的各個方面:

#### ① 當前在線用戶數量:

##### [1] 用戶分布:

地理位置分析:該功能可以提供用戶的地理位置數據,包括國家、城市等信息,幫助您了解您的產品在不同地區的受歡迎程度,從而更有針對性地進行市場推廣和優化。

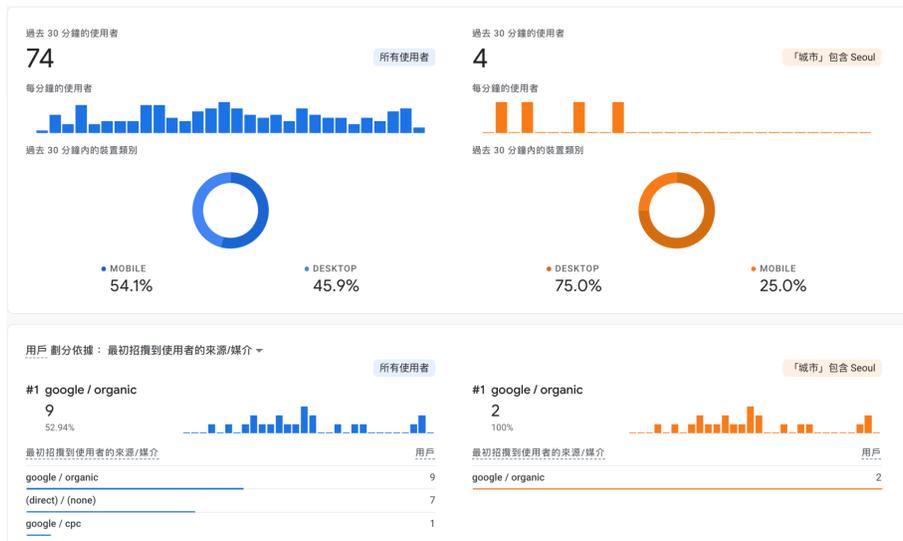
設備類型分析:您可以實時查看用戶所使用的設備類型(如手機、平板或電腦),這有助於您優化網站或應用的設備兼容性和用戶體驗。



## [2] 用戶行為：

頁面瀏覽：您可以實時監控用戶正在瀏覽哪些頁面，這有助於了解哪些內容更受用戶歡迎，從而進行更有針對性的內容優化。

事件觸發：該功能可以實時記錄用戶觸發的各種事件(如點擊、填寫表單等)，為您提供豐富的用戶行為數據，幫助您更好地理解用戶的需求和行為模式。



## ② 活動頁面和內容：

### [1] 頁面瀏覽數據：

瀏覽深度分析:您可以通過該功能了解用戶在您的網站或應用中的瀏覽深度,包括平均瀏覽頁面數、單次訪問時間等,以更好地評估內容的吸引力和用戶粘性。

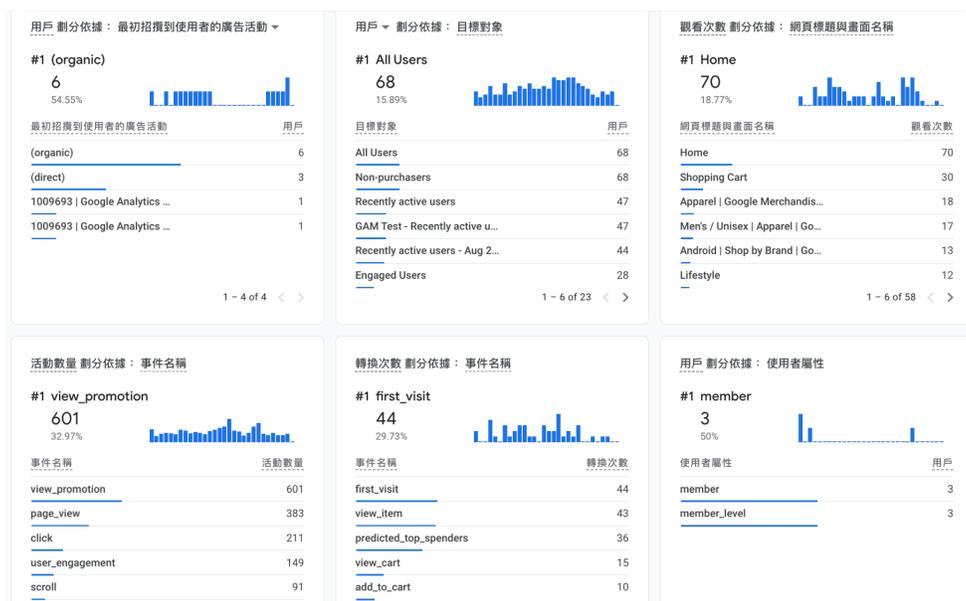
頁面性能監控:實時監控每個頁面的加載時間、響應時間等性能指標,幫助您及時發現和解決可能存在的技術問題。



## [2] 內容效果分析:

用戶互動分析:通過實時數據來分析用戶與內容的互動情況,包括點擊率、分享次數等,為您提供有力的數據支持來優化內容策略。

轉化路徑分析:該功能可以幫助您了解用戶的轉化路徑,包括用戶是如何從瀏覽內容到完成轉化的,這有助於您更好地優化轉化策略和提高轉化率。

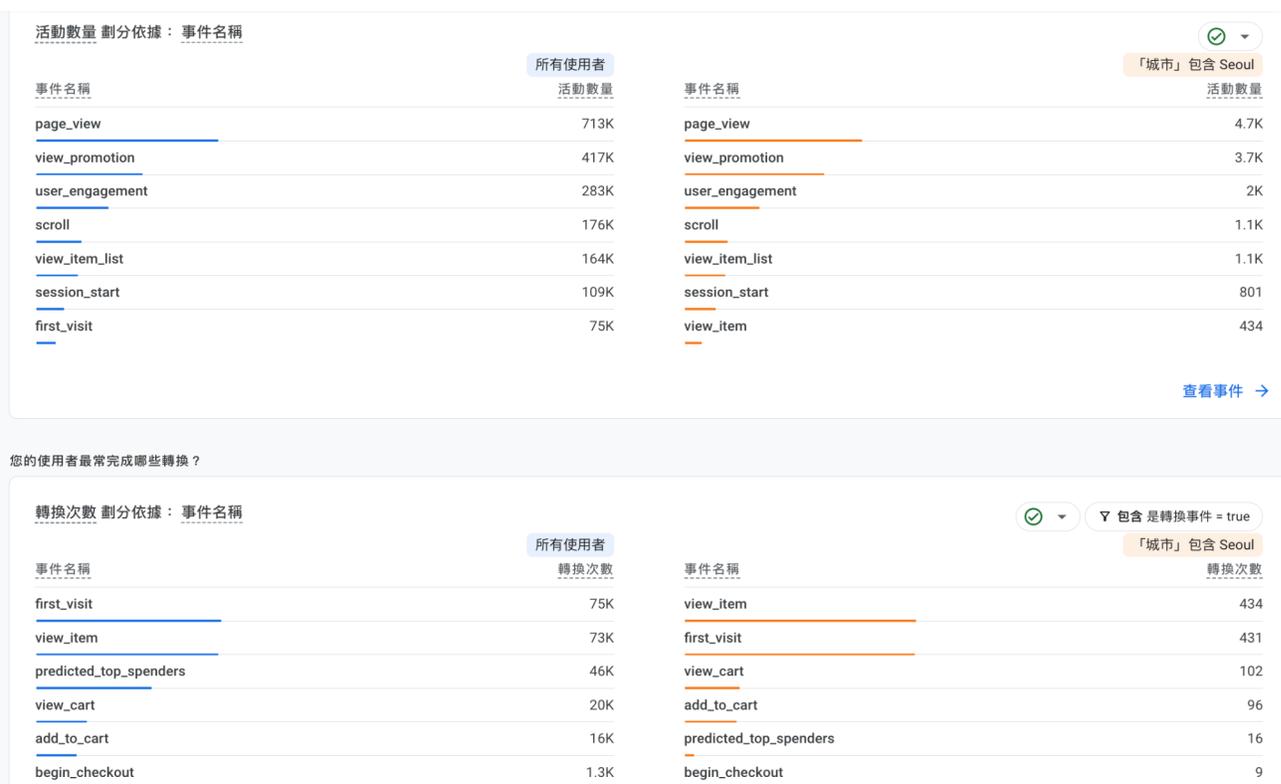


## ③ 用戶來源和渠道:

### [1] 渠道效果分析:

流量來源分析:實時分析用戶的來源渠道,包括搜索引擎、社交媒體、直接訪問等,為您提供有力的數據支持來優化渠道策略。

關鍵詞效果分析:如果用戶是通過搜索引擎來到您的網站或應用,該功能可以幫助您了解用戶使用的關鍵詞,從而更好地優化關鍵詞策略和提高搜索引擎排名。



## [2] 營銷活動監控:

廣告效果監控:實時監控和分析各種廣告活動的效果,包括點擊率、轉化率等,為您提供有力的數據支持來優化廣告策略。

社交媒體效果分析:如果您正在進行社交媒體營銷,該功能可以幫助您實時監控和分析社交媒體活動的效果,包括參與度、轉化率等,從而更好地優化社交媒體策略。

## (3) 實戰應用

在實際業務中,您可以利用“Reports Snapshot”和“Realtime Overview”這兩大功能模塊,實施一系列的策略和優化措施來提升業務表現和客戶滿意度。

## ① 監控營銷活動效果

### [1] 實時反應和調整

廣告投放效果監控:您可以實時監控各個廣告渠道的點擊率和轉化率,根據數據反饋及時調整廣告投放策略,避免資源的浪費。

社交媒體活動跟踪:通過實時數據,您可以迅速了解社交媒體活動的效果,包括用戶參與度、分享次數等,從而及時調整活動策略來提高效果。

### [2] 促銷活動優化

折扣和優惠活動監控:您可以實時監控折扣和優惠活動的效果,包括用戶參與度、轉化率等,以便及時調整活動策略來提高ROI。

## ② 用戶行為分析

### [1] 用戶路徑和偏好分析

用戶購物路徑分析:通過深入分析用戶的購物路徑,您可以了解用戶在購物過程中的各種行為和偏好,從而更好地優化購物流程和提高轉化率。

個性化內容推薦:基於用戶行為和偏好分析,您可以創建更加個性化和有吸引力的營銷內容,以提高用戶的滿意度和忠誠度。

### [2] 用戶體驗優化

頁面優化和測試:通過實時監控用戶在網站或應用上的行為,您可以及時發現可能存在的問題和瓶頸,從而更好地優化用戶體驗。

用戶反饋和建議:您可以通過實時數據來收集和分析用戶的反饋和建議,以便更好地了解用戶的需求和期望,從而提升服務質量。

## ③ 業務優化與決策支持

### [1] 業務強弱項分析

產品性能分析:通過深度數據分析,您可以更好地了解產品的優勢和弱點,從而更有針對性地進行產品優化和改進。

市場趨勢和競爭分析:通過實時監控市場趨勢和競爭情況,您可以更好地了解市場動態和競爭對手的策略,從而更有針對性地進行市場策略調整。

## [2] 數據驅動的決策支持

風險預警和管理:通過實時數據監控,您可以及時發現可能存在的業務風險和問題,從而更好地進行風險管理和控制。

戰略規劃和預測:基於深度數據分析和洞察,您可以更好地進行戰略規劃和預測,以更有前瞻性和準確性地指導業務發展。

通過綜合利用“Reports Snapshot”和“Realtime Overview”這兩大功能模塊,您將能夠更好地監控和分析業務動態,從而做出更加精準和有針對性的業務決策和策略調整。這不僅可以幫助您提升業務效率和效果,還可以更好地滿足用戶的需求和期望,從而推動業務的持續成功和發展。

## 第四部分:100個Google網站分析常見問題

### 關於流量的20個問題:

1. 我的網站的主要流量來源是什麼？
2. 哪些是轉化率最高的渠道？
3. 我的網站上表現最好的頁面是哪些？
4. 移動端流量與桌面端流量有何不同？
5. 哪些國家帶來的流量最多？
6. 有機搜索流量的跳出率是多少？
7. 我的網站上最常見的用戶路徑是什麼？
8. 哪些營銷活動的轉化率最高？
9. 平均會話時長在不同設備上如何變化？
10. 隨著時間的推移, 用戶保留率是多少？
11. 新用戶和回訪用戶的用戶參與度指標有何不同？
12. 哪些推薦來源為我的網站帶來了最高質量的流量？
13. 平均會話時長根據流量來源如何變化？
14. 哪些營銷渠道產生了最多的轉化？
15. 用戶在不同設備(桌面、移動、平板)上的行為有何不同？
16. 哪些頁面的跳出率最高？
17. 哪些營銷活動的轉化率最高？
18. 進行購買的用戶的平均會話時長是多少？
19. 我的網站上不同內容類型的頁面的平均停留時間如何變化？
20. 有機流量與付費流量的用戶參與度有何不同？

## 關於地點的20個問題：

1. 哪10個國家的用戶數最多？
2. 流量最多的前10個城市是哪些？
3. 有沒有某些國家新用戶增長迅速？
4. 哪些國家的轉化率最高？
5. 前5個城市的跳出率是多少？
6. 哪些地區的用戶在我的網站上的平均會話時長最長？
7. 哪些地區的平均會話時長最長？
8. 在[國家]的用戶最喜歡訪問哪些頁面或屏幕？
9. 在[地區]，移動端和桌面端的流量有何不同？
10. 在[國家]的用戶的人口統計信息(年齡、性別)是怎樣的？
11. 哪些營銷渠道為[地區]帶來了最多的流量？
12. 過去三個月，來自[國家]的流量有何變化？
13. 來自[國家]的用戶最常使用哪種設備？
14. [國家]的用戶通常在一天中的什麼時候訪問我的網站？
15. 來自[國家]的用戶最常用的語言設置是什麼？
16. 對於來自[國家]的用戶，哪些著陸頁的轉化率最高？
17. 哪些產品或服務在來自[國家]的用戶中最受歡迎？
18. 不同國家或地區的用戶的平均會話時長有何不同？
19. 是否有特定的地點，用戶頻繁從網站上掉線，這是否表明網站內容或性能存在潛在問題？
20. 不同國家或地區的流量來源分布有何差異？

## 關於人口統計特徵的21個問題：

1. 我網站訪客的年齡分佈是怎樣的？
2. 我的網站訪客的性別構成是怎樣的？
3. 哪個性別在我的網站上的轉化率更高？
4. 我的網站訪客的主要興趣和親和力是什麼？
5. 不同的年齡段如何與我網站的特定頁面或部分互動？
6. 每個人口統計群體的跳出率是多少？
7. 不同年齡組和性別的平均會話時長有何不同？
8. 不同的人口統計群體對不同的營銷渠道反應如何？
9. 基於人口統計信息，哪些用戶段的生命周期價值最高？
10. 不同興趣類別的轉化率有何不同？
11. 我如何根據人口統計信息個性化我的網站內容或提供的服務？
12. 不同的人口統計群體的流量來源(有機、轉介、付費、社交等)分佈是怎樣的？
13. 根據人口統計特徵，各群體使用哪種設備訪問我的網站有何不同？
14. 哪些年齡組在我的網站上的轉化率最高？
15. 不同的人口統計群體如何與我網站的內容(例如博客帖子或視頻)互動？
16. 用戶對產品或服務的興趣是否存在某些人口統計趨勢？
17. 基於人口統計因素，我網站訪客的瀏覽和購買行為隨著時間的推移如何變化？
18. 每個人口統計群體的新用戶與回訪用戶的分佈是怎樣的？
19. 在我的網站上，不同年齡組和性別的平均訂單價值是多少？
20. 是否有特定的產品或服務在某些人口統計段中更受歡迎？
21. 不同的人口統計群體主要使用哪些設備和瀏覽器來訪問我的網站？

## 關於頁面和行為的20個問題：

1. 哪些頁面的跳出率最低？
2. 我網站上不同頁面的退出率有何差異？
3. 哪些頁面產生了最多的轉化？
4. 在單次會話中，哪些頁面最常被訪問？
5. 哪些頁面獲得了最多的有機搜索流量？
6. 哪些頁面的社交媒體推薦流量最高？
7. 不同類型的頁面(例如，博客帖子，產品頁面)在用戶參與度和轉化方面的表現如何？
8. 哪些頁面接收到最多的直接流量？
9. 不同的著陸頁面在跳出率、轉化率和用戶參與度方面的表現如何？
10. 不同頁面在不同的流量來源(如有機、付費、推薦、社交等)下的表現如何有異？
11. 在用戶生成的內容(如評論、評價或評分)方面，表現最好的頁面是哪些？
12. 不同的產品或服務頁面在流量、參與度和轉化率方面的表現如何？
13. 哪些頁面隨著時間的推移流量最大地下降？
14. 用戶的人口統計特徵(例如，年齡、性別、地點)如何影響不同頁面上的參與度和轉化？
15. 當在不同的設備(如手機、平板、桌面)上查看時，我網站上的不同頁面表現如何？
16. 來自不同營銷渠道的用戶(例如，付費搜索、有機搜索、社交媒體)查看頁面的表現有何不同？
17. 哪些頁面從不同的地理位置或區域驅動了最多的流量？
18. 不同的博客帖子主題或類別在流量、參與度和轉化方面的表現如何？
19. 哪些頁面的回訪用戶比例最高？
20. 哪些頁面從外部來源產生了最多的推薦流量？

## 關於來源、媒介與渠道的20個問題：

1. 哪些是我網站流量的最佳表現來源？
2. 哪種媒介(有機、推薦、社交等)會為我的網站帶來最高質量的流量？
3. 直接流量與其他流量來源在參與度和轉化率方面如何比較？
4. 哪些社交媒體渠道為我的網站帶來了最多的流量？
5. 電子郵件營銷活動是如何為整體網站流量做出貢獻的？
6. 哪些推薦來源產生了最高的轉化率？
7. 有機搜索流量在用戶參與度和轉化方面的表現如何？
8. 哪些付費廣告渠道提供了最高的轉化？
9. 來自不同設備(手機、桌面、平板)的流量在不同渠道中如何變化？
10. 在過去的一年中, 每個渠道的流量增長總趨勢是什麼？
11. 各種流量來源的跳出率有何不同？
12. 來自每個流量來源的用戶的平均會話持續時間是多少？
13. 哪些渠道的新用戶比例最高？
14. 每個流量來源的轉化率是多少？
15. 每個流量來源對整體收入的貢獻是什麼？
16. 哪些流量來源擁有最高的用戶保留率？
17. 不同的流量來源中, 客戶的生命周期價值(LTV)如何變化？
18. 各種流量來源、媒介和渠道的跳出率有何差異？
19. 在參與度和轉化方面, 社交媒體流量來源與其他來源如何比較？
20. 我的PPC活動的點擊率在不同的流量來源中如何比較？

基本知識：

來源 = 他們來自哪裡。

媒介 = 他們用什麼方式來到你的網站。

渠道 = 一組結合的來源和媒介。例如有機渠道、廣告渠道等。

深入了解這些數據的重要性如下：

1、優化營銷策略：通過了解哪些來源、媒介和渠道帶來最多的流量和銷售，您可以優化您的營銷成果，集中精力做最有效的事情。這能夠使您更高效地分配資源，最大限度地提高RIO（投資回報）。（雖然ROI通常指投資的金錢回報，但我們也將ROI指代為對所投入時間的回報。）

2、發現新機會：分析流量數據可能會揭示尚未利用的來源或渠道，這些渠道可能會帶來額外的訪客和客戶。例如，如果您注意到一個特定的博客帶來了大量的推薦流量，您可以考慮聯繫類似的嘉賓發帖或尋求合作機會。

3、提升用戶體驗：通過了解來自不同來源、媒介和渠道的訪客如何與您的網站互動，您可以根據他們的特定需求和偏好來定制用戶體驗。這可以帶來更高的用戶參與度、更長的訪問時間和增加的轉化率。

通過分析這些資訊，您可以隨著時間的推移優化你的營銷策略，發現新的機會，並提升用戶體驗，從而在您的營銷成果中獲得最大的收益。

## 數據對比

數據對比是數據分析的基石，可以確保你確實是在逐月、逐年地取得進展。這個強大的功能可以使你獲得具有價值的見解，識別趨勢，並做出明智的決策來發展你的在線業務。

我們將使用它進行以下操作：

- 1、**監控進展和增長**：通過比較不同時間段的數據，你可以追蹤你的網站在一段時間內的表現。這有助於你了解你的營銷工作是否取得了成果，是否在朝著目標前進，或者否需要調整策略。
- 2、**識別趨勢和模式**：比較不同日期的數據可以揭示你的網站流量、用戶行為和銷售的趨勢和模式。這可以幫助你確定季節性波動，識別最有效的營銷活動，或發現一周中的哪些天或者哪個時間段裡你的業務表現最好。
- 3、**評估變化的影響**：如果你對你的網站進行了更改，啟動了一個新的營銷活動，或者更新了你的產品，比較變化前後的數據可以幫助您評估其影響。這些資訊對於理解什麼有效、什麼無效是非常具有價值的，可以使你完善你的策略並在未來做出更明智的決策。

以下是更具體的例子：

- 1、**流量增長**：通過比較一個月的網站流量與另一個月的流量，你可以確定你的營銷工作是否吸引了更多的訪客訪問你的網站，或者是否還有需要改進的空間。
- 2、**用戶參與度**：比較不同日期的數據可以幫助你評估用戶參與度的變化，例如平均會話持續時長、跳出率或每個會話的頁面數。這可以為你提供關於你的內容和用戶體驗策略的有效性的洞察。這可以為您提供有關內容和用戶體驗策略的有效見解。
- 3、**轉化率**：比較不同時間段的轉化率可以顯示你的網站是否能夠越來越有效地將訪問者轉化為客戶，或者是否需要優化銷售渠道。
- 4、**銷售績效**：通過比較不同日期的銷售數據，你可以識別例如季節性波動或特定營銷活動影響的趨勢，幫助你更有效地規劃未來的策略。

通過定期分析這些資訊，你將為發展你的在線業務或他人的業務提供充分的支持，實現營銷成功。

在這個數字化快速發展的時代，掌握正確的數據和分析工具是成功的關鍵。我們深知這一點，因此在我們的Google Analytics 4 使用和解析指南中，我們特別為您準備了100個Google 網站分析常見問題來幫助您在實踐中更好掌握Google Analytics 4 這項工具。通過深入研究和解答這100個常見問題，您將能夠迅速解決在使用Google Analytics 4 時可能遇到的各種疑惑和困難，從而節省寶貴的時間和資源。簡言之，這不僅是一份指南，更是一份賦能您的商業智慧的寶典。

掌握這100個問題的答案將為您打開一扇全新的門戶，讓您更深入地理解您的業務和客戶，更精準地定位您的市場策略，更有效地優化您的營銷活動。它將成為您的得力助手，幫助您更好地把握市場脈動，捕捉商機，實現業務的飛速增長和成功。

更為激動人心的是，如果您想了解更多有關Google Analytics 4 (GA4)的知識，我們為您準備了一份特別的禮物。在完成我們的數碼健康檢查後，我們將贈送您此書的更新版本，為您提供更多的深度見解和實用技巧，其中包含了有關Life Circle 和 User 更加詳細的知識教學。而這還不是全部，我們還將免費贈送您價值\$499的Google Analytics 教學視頻，由行業專家為您詳細解讀GA4的高級功能和應用，幫助您更好地掌握這一強大的工具，推動您的業務走向新的高峰！

# GrowthSpot

共創數據為主導的營銷策略

## 超過 80% 企業廣告設定出錯 導致廣告成本上升

免費為你檢查 Facebook、Google 設定

點擊免費領取

