

2026/7月GA4網站分析實作應用

1.網站分析與網路行銷的關係

2. GA4基礎知識、重要設定、課程大綱

觀念引導

(演算法一直變.
觀念不變且全球適用)

實際演練

(自己動手作作看)

善用工具

(國內外工具.應用AI.全球競爭不落人後)

黃世樵 Albert

Google Partner 全球合作夥伴公司 <https://www.ga814.com/>

教學顧問經歷:

台北市政府勞動部產業工會.新竹市政府勞動部Google分析講師//遠東商業銀行Google分析企業內訓講師//
亞東技術學院行銷管理系Google分析講師//僑光科技大學行銷管理系Google分析講師//台北城市科技大學資管系數據分析講師//
輔仁大學翻譯所SEO講師//國際醫療翻譯協會講師//文化大學進修推廣部招生組SEO講師//聯成電腦 Google Ads GA4認證講師//
中國科技大學應用英文系Google Ads講師//翰錫科技企業內訓講師//致理科技大學應用日文系社群行銷講師//
輔仁大學資管系數據分析講師(全英語授課)

工作現任: 關鍵供應鏈網路行銷公司, 補教, 公家, 大學, 企業培訓講師(業師)

AI廣告及SEO操作員, 分析人員, 入行11年, 協助全球上百公私立單位, 數千學員 <https://www.ga814.com/>

工作曾任:

名醫醫美診所(MyHair生髮植髮)行銷副理。艾葳婚紗行銷企劃、Alisha&Lace法式手工婚紗SEOer
拭拭樂濕紙巾、無塵氏、救援小英雄波利、台灣芝麻街、等等社群行銷。

自行(公司)接案工作經驗:

網站設計、網路廣告、影片製作與廣告、搜尋引擎優化、社群行銷、市場競品分析、AI影片編輯

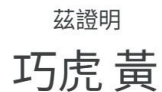
專長:

1. Google 廣告全系列。
2. Google Analytics/GA4(有執照)監控分析, 企業網路健檢及產業趨勢分析、競品分析。
3. Facebook+Instagram+Threads粉絲團廣告操盤及經營.Line官方經營與廣告。
4. SEO網站自然排名最佳化2025新規則。
5. 網站設計及debug
6. AI LLM編輯&API應用與AI影片編輯及行銷

學歷: 輔仁大學英文系(畢) 輔仁大學翻譯所(肄業) 個人網站: <https://com1686.com/>



Google Partner



已完成下列產品的訓練課程並取得憑證：

Google Analytics (分析) 認證

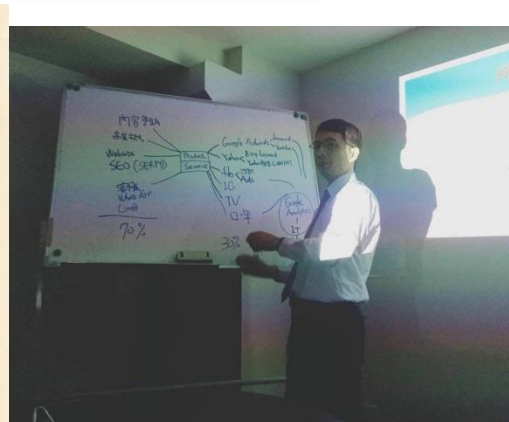
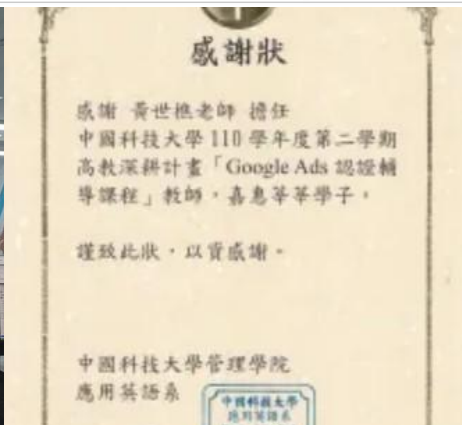
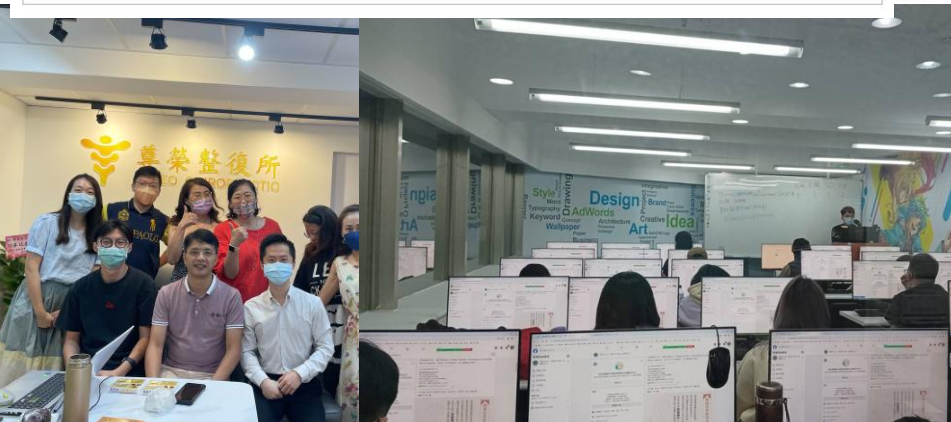
發布日期: January 14, 2026
有效日期: January 14, 2027
證書編號: 171717417



已完成下列產品的訓練課程並取得憑證：

Google Ads 搜尋廣告認證

發布日期: January 12, 2025
有效日期: January 12, 2026
證書編號: 129517624



感謝媒體報導

焦點媒報社

<https://news.586.com.tw/2023/01/468327/>

LIFE新聞

<https://life.tw/?app=view&no=1838938>

蕃薯藤、滔新聞

<https://n.yam.com/Article/20230111176845>

奧丁丁新聞

<https://www.owlting.com/news/articles/256022>



圖說：輔導教學Google認證講師黃世樵【中】先生與同學合影。



僑 光 科 技 大 學

感 謝 狀

(112)僑行謝字第 11340014 號

茲感謝 黃世樵先生參與本校行銷與流通管理系「Google Analytics 行銷」擔任講師，嘉惠莘莘學子，特頒此狀，謹致謝忱。

行流與流通管理系
系主任

李國良

中 華 民 國 113 年 04 月 02 日

感謝狀



茲感謝 黃世樵老師
109年度於寶桃樂學習
主題館教授「網站及社群
分析工具操作實務」課程
特頒此狀，敬表謝忱。

Presented to HUANG, SHIH-CHIAO

In recognition of your dedication
and commitment Data for Web-
site and Social Media Analysis in
Job Taole Career Development Center.

萬寶華經理/Manpower Manager
Kim

茲感謝 黃世樵老師
109年度於寶桃樂學習
主題館教授「社群投放廣
告操作實務」課程特頒此
狀，敬表謝忱。

Presented to HUANG, SHIH-CHIAO

In recognition of your dedication
and commitment Facebook Ad
Optimization in Job Taole Career
Development Center.

萬寶華經理/Manpower Manager
Kim



茲證明
世樵 黃

已完成下列產品的訓練課程並取得憑證：
Google Ads 多媒體廣告認證

發布日期: November 14, 2025
有效日期: November 14, 2026
證書編號: 166514458





感謝狀

感謝黃世樵君擔任中原大學新北社會企業發展培育計畫之社企學堂課程講師，以協助推動新北市政府「社企圓夢5部曲」之發展。

中原大學

校長 張光正



中華民國 105 年 04 月 15 日

客戶名稱：遠東國際商業銀行股份有限公司

服務項目：企業包班

課程名稱：Google Analytics，上課日期：
08/18(六)，講師：**黃世樵**。

上課時段：**09:00~12:00**、
13:00~16:00，6hr/天。

上課人數：約30人。

臺北市網路技術研發人員職業工會

感謝狀

CERTIFICATE OF APPRECIATION

(107)北市網技工字 1128 號

感謝 黃世樵 先生 參與本會商用設計&商用網站分析基礎班，主講「Google Analytics行銷」，熱心傳授不遺餘力，受益良多。

特致此狀 以表謝忱。

理事長 鍾金鳳

中華民國 105 年 11 月 8 日



天主教輔仁大學資訊管理學系

感謝狀

茲感謝 黃世樵執行長 蒞臨本系「網路行銷-英」演講

題目：善用 Google Analytics，做好 SEO(五場次)

敬致謝忱

作育功高

系主任 蔡明宏

中華民國 108 年 11 月 18 日



璧 Group

榮譽證書

茲因 黃世樵 同仁

聘僱期間表現優越，特聘為
管理部

榮譽顧問
特頒此證書

太璧生醫

總經理 黃仲立
總經理 楊惠中



中華民國 一〇八年 三月 八日

感謝狀

茲感謝

關鍵供應鏈企業社

您的付出，讓「魅力練習講堂」得以

幫助學生找到夢想，服務有需要的人

特頒此狀 以表謝忱



院長

講堂導師

羅悅亨

曾靖淳

羅悅亨 Ann Tseng

F.A.S.hion school

青年才藝課輔學院
F.A.S.hion School



財團法人資訊工業策進會
Institute for Information Industry

授予 黃世樵

hereby grants SHIH-CHIAO HUANG

生成式AI能力認證
Generative AI Certification

已符合所有認證要求
Having met all of the certification requirements
並成功通過所需的能力考試
including successfully passing the required competency examination.

授證日期 : 2024-11-21
Issue Date

有效日期 : 2026-11-20
Expiration Date



INSTITUTE FOR INFORMATION INDUSTRY

張育誠
Yu-Cheng Chang

數位教育研究所所長
Vice President and Director General
Digital Education Institute
Institute For Information Industry



證書查驗
Certificate Verification

啟蒙老師

SERP(Search Engine Result Page搜尋結果頁)

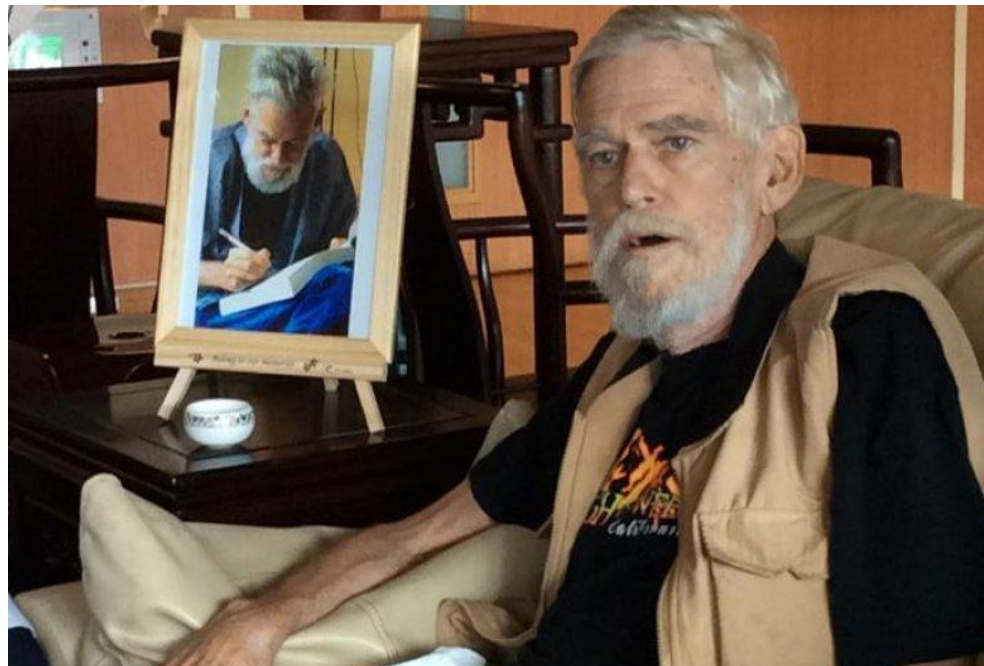
SERPO(Search Engine Result Page Optimization搜尋結果頁優化)

心存善念、多行善、少造惡

技術指導者，啟蒙師長 梅心怡

Lynn Miles, thanks for my

Enlightenment teacher



為何需理解網站數據與訪客分析

1. 3C用戶裝置多元(手機.平板.電腦等) 且上網位置時常不同，精準行銷變難。
2. 有利於AI廣告精準投放。
3. 網路安全: 詐欺及釣魚流量干擾廣告與行銷流程，導致業主損失或民眾受害。
4. 理解最新AI演算邏輯，可應用於各地區與各行業。
5. 了解國際網路法規與規範，避免自身或公司誤觸法規。
6. 評估各項指標，提升網站SEO排名。

先看看現在大家再找什麼

Proprietary + Confidential

<https://com1686.com/>



Google Analytics (GA4)

Proprietary + Confidential

這項工具可用來分析使用者趨勢，例如網站造訪次數和存取路徑等等，可以看出使用者和網站**互動**的情況。



重複率、購買前所需時間、產生收益的推薦連結來源網址

追蹤智慧型手機、行動網站和行動應用程式

評估指定目標的達成層級

Google Analytics簡介



Google Analytics原為**Urchin**所營運的付費網站流量統計服務，在2005年4月時，Google宣布購併Urchin公司並將原本需要付費的服務開放免費使用。其基本版本是免費使用，高階版本需要額外費用。

GA4簡易演算法

優勢:

1. 應用程式 + 網站資源
2. 資料可與其他工具交叉比對
3. 自訂分析功能多
4. 演算法較新符合未來趨勢

現況:

1. 後台頻繁更新, 初期使用不易上手
2. 考試規則已更新, 可預先學習, 因應AI浪潮
3. 可無縫接軌, 自訂各種情境與事件

資料來源 ↓

<https://support.google.com/analytics/a>

認識新一代的 Google Analytics (分析)

如何開始使用新版 Google Analytics (分析)

Google Analytics (分析) 4 (舊稱「應用程式 + 網站資源」) 是新的資源，其報表與您在通用 Analytics (分析) 中看到的報表不同。Google Analytics (分析) 4 資源的其中一項優點就是可用於網站和/或應用程式。通用 Analytics (分析) 資源則只支援網站。詳情請參閱[公告](#)。

開始使用

如要試用新版 Google Analytics (分析)，請在 Google Analytics (分析) 4 資源上設定您的網站和/或應用程式。您可以利用下列三種方式來進行設定，但請注意，您必須具備 Google Analytics (分析) 帳戶的[編輯權限](#)：

- 在 Google Analytics (分析) 4 資源上設定新的網站 [↗](#)。如果您想使用 Google Analytics (分析) 4 報表功能，建議採用這個方法。
- 「同時」在通用 Analytics (分析) 和 Google Analytics (分析) 4 上設定新網站 [↗](#)。這個方法會設定平行的 Google Analytics (分析) 4 資源，與通用 Analytics (分析) 資源一起收集資料；也會在兩種資源之間建立連結，方便您之後將通用 Analytics (分析) 資源的設定遷移到 Google Analytics (分析) 4 資源。
- 在已有 Analytics (分析) 的網站中加入 Google Analytics (分析) 4 資源 [↗](#)。按一下 [Google Analytics (分析) 4 設定輔助程式]，即可建立 Google Analytics (分析) 4 資源，與現有的通用 Analytics (分析) 資源一起收集資料。您的通用 Analytics (分析) 資源會維持不變並繼續收集資料；您隨時可以透過[資源選取器](#)或「管理」頁面存取該資源。

新一代 Analytics (分析) 隆重登場：Google Analytics (分析) 4 (GA4)

- * GA → GA4 第4代分析已於2023/7/1全面取代GA
- * 新手學習建議：在學習GA4時可以參考GA3的理論

重要統計方式(先了解演算法)

- * Hit- Pageviewer- Session(工作階段)- User(訪客)-Event(事件)
- * GA4 人工智慧演算法將是目前主要計算方式
- * 事件 即 所有變數的集合 (統計學理論)

GA4圖像化介面

首頁

活躍使用者 ▾

7,993

↓ 17.2%

新使用者人數 ▾

6,729

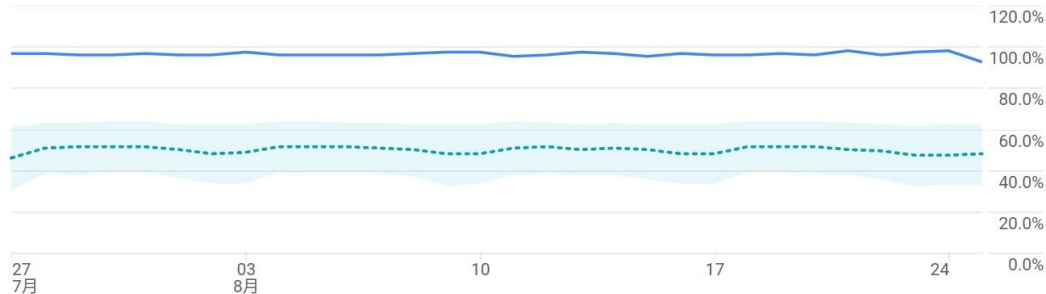
↓ 19.3%

平均工作階段持續時間 ▾

4 分 49 秒

參與度 ▾

96.6%



過去 30 天 ▾

[查看報表數據匯報](#) →

過去 30 分鐘內的活躍使用者人數

23



每分鐘活躍使用者人數



國家/地區 ▾

活躍使用者 ▾

Taiwan	21
Hong Kong	1
Japan	1

[查看即時分析](#) →

簡易型統計方式

會話/工作階段Sessions= Visitor：僅供參考這一項。

瀏覽量Pageviews：「瀏覽量」是網頁的總瀏覽數。重複瀏覽同一個網頁也計算在內。

事件 Event 為GA4的主要計算方式

網站訪客：事件 目前主流

2026統計方式

工作階段 / 使用者 / 事件

依照用戶

Cookie

IP位址

裝置/載具

地理位置

登入帳號

無痕視窗

瀏覽器.....等等.

2 位使用者

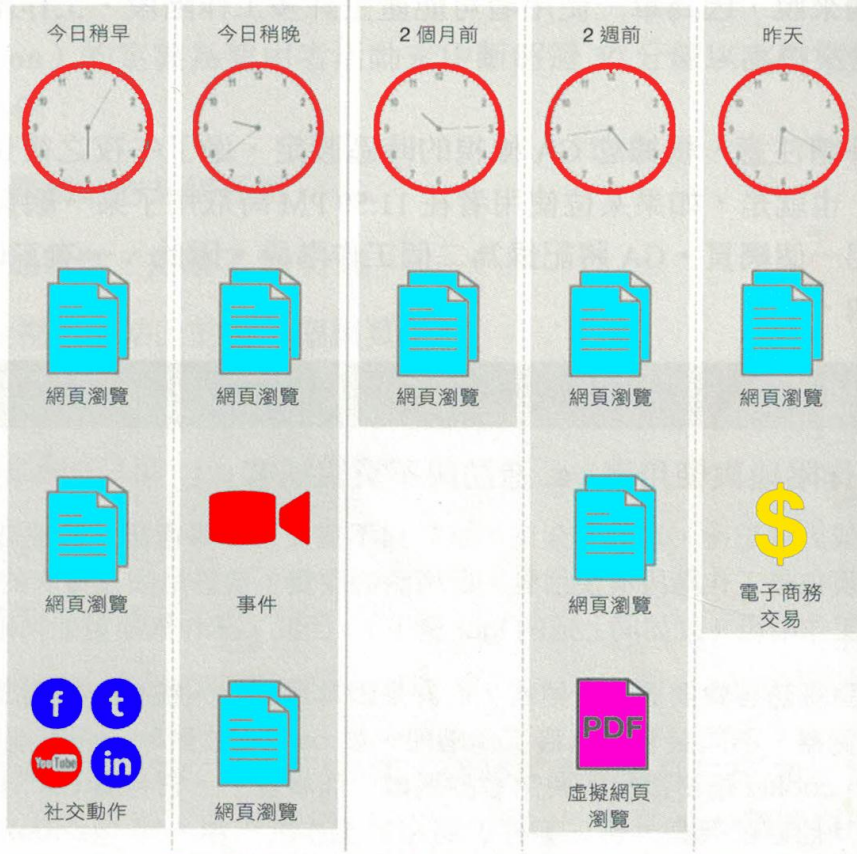


5 個工作階段

12 次 Hit

8 次載入頁面的網頁瀏覽
1 次虛擬網頁瀏覽
1 次事件
1 次電子商務交易
1 次社交動作

Pageviewer???



Google Analytics 將多次匹配關聯至單一工作階段，並將多次工作階段關聯至單一使用者

數據心法: 數據從未精準 數據是比較值



我家每坪只要5萬元起



帝寶每坪要375萬元起



到底怎麼算???????????

你還是說人話吧

2026 Google Analytics(GA4)

- Google Analytics 單月流量超過1000萬次需購買Google Analytics 360
 - BigQuery需另外付費
 - Firebase專為APP使用
- (GCP) 雲端支援AI與網站伺服器
- 務必與Google Console結合



Google Analytics(GA4) 認證介紹

Google Analytics 認證計畫
Google Analytics 認證計畫測驗

Google 好學堂in Taiwan
2024/7月 認證及新版操作介面

Analytics(GA4)認證計劃

取得國際認證，證明具備
Google Analytics 的相關知
識與經驗。

GA4認證是 Google 為個人提供的專業認證，可用來證明您已精通各種 分析 基本和進階知識。擁有 GA4 認證，個人就能證明自己是 Google 認可的線上廣告專家。



Google Analytics (分

瞭解如何透過最新一代的 Go



已完成

Google Analytics (分析) 認證

ZH | 4h 33m

★ 5.0

電子學習



考試入口(新版GA4證照為主)

Academy for ads | Google好學堂2025年9月最新版,別考錯啦

點這裡考試

[Google認證考試](#)



Google Ads新版認證後台



請在平台上搜尋內容



Skillshop Home Page

Skillshop

Free Google Ads, Google Marketing Platform,
and Google Analytics training for every kind of user

No matter your role, learn how to get the most out of Google products
through e-learning designed by platform experts.



認證

瀏覽

個人資料

Google Analytics(GA4)認證計劃測驗說明

Proprietary + Confidential

理解重於考試,務必紮實學習

Google Analytics (分析) 4 瞭解如何透過最新一代的 Google Analytics (分析) 精進評估策略。



進行中

Google Analytics (分析) 認證

ZH | 4h 33m ★ 5.0

 電子學習

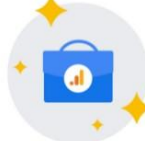


尚未開始

讓 Google Analytics (分析) 資料發揮更大的效益

ZH | 46m 00s ★ 5.0

 電子學習



尚未開始

透過 Google Analytics (分析) 管理業務

ZH | 1h 13m ★ 5.0

 電子學習



尚未開始

運用 Google Analytics (分析) 評估行銷成效

ZH | 50m 00s ★ 5.0

 電子學習



尚未開始

開始使用 Google Analytics (分析)

ZH | 1h 00m ★ 5.0

 電子學習

通過Google Analytics(GA4)認證取得證照

考完記得收email



完成時間: 1月 5 - 12:51 下午
世樵 黃

Skillshop

世樵 黃,

恭喜你！以下是你新取得的「Google Analytics
(分析) 認證」徽章

你已經完成認證，辛苦有了代價，做得好！

有了 Google 頒發的這個數位徽章，你就能輕鬆在社群媒體上分享自己的認證資格。將這項資格加進電子郵件簽名檔，或是發布到公開目錄供業界同行和雇主瀏覽。最棒的是，所屬聯播網只要按一下滑鼠，就能確認你的 Google 憑證是否有效。

如要發揮數位憑證的最大效益，請採取下列步驟：

1. 查看你的憑證
2. 將憑證分享到你的社群動態消息或個人資料 (LinkedIn、Facebook 等)
3. 選擇在公開目錄中顯示你的憑證

請務必使用主題標記 #CertifiedbyGoogle，讓我們一起為你的表現喝采。

你為此投入了許多心力，因此請大方展現所學的知識！

[查看我的憑證](#)

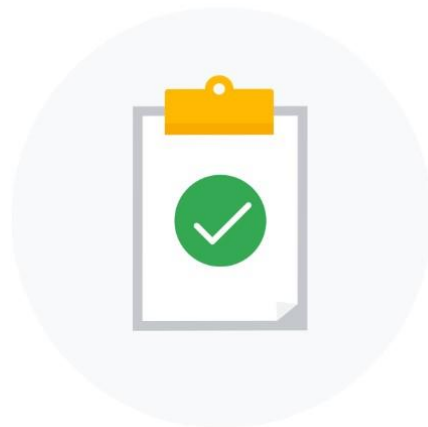
找不到你的憑證嗎？請複製並貼上這個網址：https://api.accredible.com/v1/auth/invite?code=8b90b5f8cfe24b87eff&credential_id=0b01c2d4-23ad-4ca6-baee-1c043e91c208&url=https%3A%2F%2Fskillshop.credential.net%2F0b01c2d4-23ad-4ca6-baee-1c043e91c208&id=51560a334c694edf6409e766c16473c29c9bfe89

祝你學習愉快！

好學堂團隊敬上



評估 已通過



總分：47/50

透過Google Analytics(G4A)監控各種工具KPI

Google關鍵字廣告

GDN多媒體廣告

PMAX AI廣告

Facebook Instagram

Line廣告

Line官方帳號

其他(China以外都可)

搜尋報表和說明		客戶開發			行為			轉換	
即時		使用者 ?	新使用者 ?	工作階段 ?	跳出率 ?	單次工作階段頁數 ?	平均工作階段時間長度 ?	目標轉換率 ?	目標 ?
目標對象									
客戶開發									
總覽									
所有流量									
Google Ads									
Search Console									
社交									
廣告活動									
所有廣告活動									
付費關鍵字									
隨機關鍵字									
費用分析									
行為									
轉換									
歸因 測試版									
廣告活動 ?		24,124 % 總計: 82.09% (29,386)	23,828 % 總計: 82.26% (28,965)	29,221 % 總計: 81.16% (36,004)	29.10% 資料檢視平均值: 29.09% (0.06%)	1.33 資料檢視平均值: 1.42 (-6.66%)	00:00:24 資料檢視平均值: 00:00:32 (-24.80%)	10.95% 資料檢視平均值: 17.22% (-36.39%)	3
☐	1. [blurred]	8,277 (33.06%)	8,259 (34.66%)	10,088 (34.52%)	24.08%	1.17	00:00:21	6.56%	662
☐	2. [blurred]	4,438 (17.73%)	4,374 (18.36%)	5,449 (18.65%)	27.55%	1.21	00:00:19	5.98%	326
☐	3. [blurred]	2,719 (10.86%)	2,588 (10.86%)	3,217 (11.01%)	29.50%	1.69	00:00:47	25.58%	823
☐	4. [blurred]	2,442 (9.75%)	2,373 (9.96%)	2,753 (9.42%)	35.38%	1.40	00:00:28	14.06%	387
☐	5. [blurred]	1,041 (4.16%)	954 (4.00%)	1,170 (4.00%)	36.07%	1.50	00:00:23	14.87%	174
☐	6. [blurred]	791 (3.16%)	696 (2.92%)	855 (2.93%)	25.61%	1.58	00:00:26	17.54%	150
☐	7. [blurred]	327 (1.31%)	284 (1.19%)	350 (1.20%)	23.43%	1.40	00:00:21	13.71%	48
☐	8. [blurred]	267 (1.07%)	254 (1.07%)	271 (0.93%)	34.69%	1.72	00:00:40	24.35%	66
☐	9. [blurred]	247 (0.99%)	223 (0.94%)	272 (0.93%)	29.04%	1.38	00:00:20	9.56%	26
☐	10. [blurred]	208 (0.83%)	194 (0.81%)	213 (0.73%)	53.52%	1.34	00:00:17	9.86%	21

顯示列數: 10 前往: 1 1

行銷員 從首頁開始吧

首頁

瀏覽 劃分依據：
網頁標題與畫面類別

網頁標題與畫面類別	瀏覽
普門品(注音) 妙法蓮...	6,050 ↓ 3.7%
普門品注音-電腦版	692 ↑ 3.0%
佛說阿彌陀經注音 繁...	188 ↓ 22.0%
大悲咒注音(無廣告)	130 ↓ 3.0%
壁癌原因不是只有下...	57 ↓ 35.2%
壁癌可以根治嗎？4...	48 0.0%
不用再猜測！5種非...	49 ↑ 6.5%

過去 7 天

[檢視網頁與畫面報...](#)

工作階段 劃分依據：
工作階段預設管道群...

工作階段預設管道群組	工作階段
Organic Search	3.7萬 ↑ 10.2%
Direct	2.2萬 ↓ 9.2%
Cross-network	1,488 ↓ 69.4%
Referral	574 ↑ 3.6%
Paid Search	278 ↓ 40.9%
Organic Social	231 ↑ 23.5%
Unassigned	215 ↑ 45.3%

過去 60 天

2025年6月27日至 2025年8月25日 相較於 2025年4月25日 - 2025年6月23日

UNASSIGNED

工作階段

215 ↑ 45.3%

活躍使用者 劃分依據：國家/地區 ID



國家/地區	活躍使用者
Taiwan	2,011 ↓ 4.4%
United States	59 ↑ 126...
Hong Kong	42 ↓ 10.6%
China	24 ↑ 84.6%
Japan	14 0.0%
Malaysia	12 0.0%
Singapore	11 ↑ 83.3%

[查看國家/地區](#)

洞察和建議

[查看所有洞察資料](#)

🔍 自訂深入分析

瀏覽驟升

2025 年 8 月 22 日

深入分析名稱

每日觀看次數有異常狀況

瀏覽預期會落在 2,238 和 3,956 之間，而瀏覽實際上是 5,533，超過這個範圍

瀏覽

🔍 自訂深入分析

瀏覽驟升

2025 年 8 月 22 日

深入分析名稱

每日觀看次數有異常狀況

瀏覽預期會落在 2,238 和 3,956 之間，而瀏覽實際上是 5,533，超過這個範圍

瀏覽

🔍 自訂深入分析

瀏覽驟升

2025 年 8 月 22 日

深入分析名稱

每日觀看次數有異常狀況

瀏覽預期會落在 2,238 和 3,956 之間，而瀏覽實際上是 5,533，超過這個範圍

瀏覽

🔍 自訂深入分析

事件計數驟升

2025 年 8 月 22 日

深入分析名稱

每日事件計數有異常狀況

事件計數預期會落在 4,670 和 7,133 之間，而事件計數實際上是 8,263，超過這個範圍

事件計數

首頁重點訊號判讀

首頁



活躍使用者 ▾

7,993

↓ 17.2%

新使用者人數 ▾

6,729

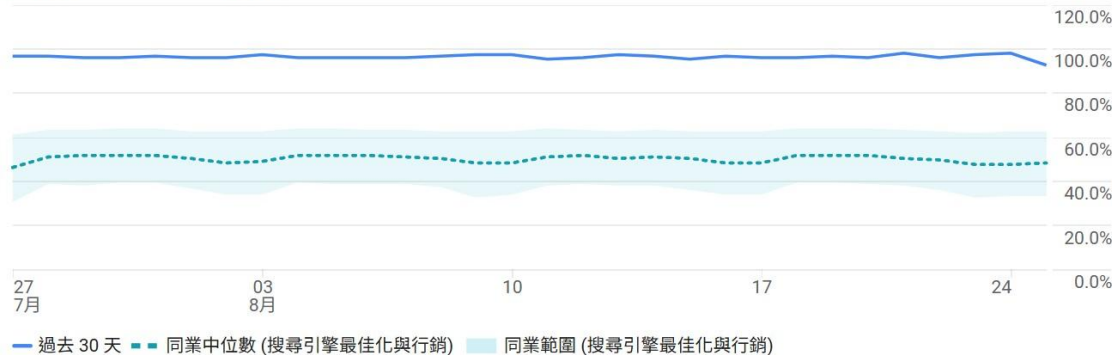
↓ 19.3%

平均工作階段持續時間 ▾

4 分 49 秒

參與度 ▾

96.6%



過去 30 天 ▾

[查看報表數據匯報](#) →

過去 30 分鐘內的活躍使用者人數



20

每分鐘活躍使用者人數



國家/地區 ▾

活躍使用者 ▾

Taiwan	17
Hong Kong	1
Malaysia	1
United States	1

[查看即時分析](#) →

首頁洞察和建議

首頁



🔍 自訂深入分析

瀏覽驟升

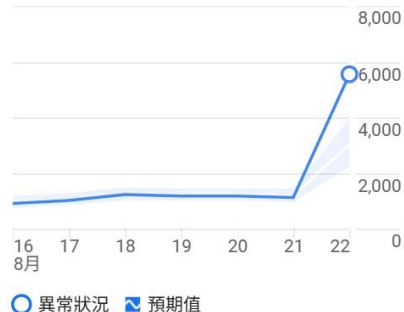
2025 年 8 月 22 日

深入分析名稱

每日觀看次數有異常狀況

瀏覽預期會落在 2,238 和 3,956 之間，而瀏覽實際上是 5,533，超過這個範圍

瀏覽



🔍 自訂深入分析

瀏覽驟升

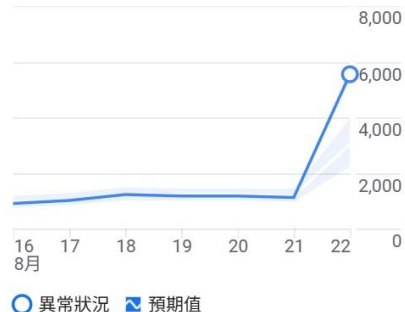
2025 年 8 月 22 日

深入分析名稱

每日觀看次數有異常狀況

瀏覽預期會落在 2,238 和 3,956 之間，而瀏覽實際上是 5,533，超過這個範圍

瀏覽



🔍 自訂深入分析

瀏覽驟升

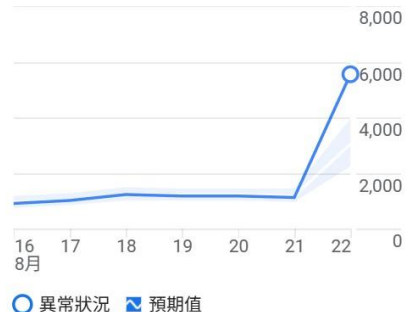
2025 年 8 月 22 日

深入分析名稱

每日觀看次數有異常狀況

瀏覽預期會落在 2,238 和 3,956 之間，而瀏覽實際上是 5,533，超過這個範圍

瀏覽



🔍 自訂深入分析

事件計數驟升

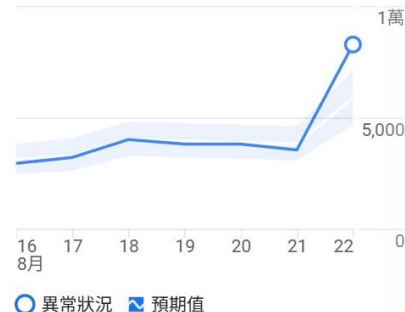
2025 年 8 月 22 日

深入分析名稱

每日事件計數有異常狀況

事件計數預期會落在 4,670 和 7,133 之間，而事件計數實際上是 8,263，超過這個範圍

事件計數



報表基本設定與功能(依產業別而介面稍有不同)

報表數據匯報

即時總覽

即時網頁

生命週期

獲客

參與

營利

回訪率

使用者

使用者屬性

科技

Search Console

資產庫



報表數據匯報

自訂 8月1日至 2025年8月22日



活躍使用者 劃分依據：最初招攬到使用者的來源/媒介



最初招攬到使用者的來源/媒介

活躍使用者

google / organic

3,601

(direct) / (none)

1,922

tw.search.yahoo.com / referral

292

bing / organic

87

google / cpc

64

yahoo / organic

32

com1686.com / referral

20

工作階段 劃分依據：工作階段來源/媒介



工作階段來源/媒介

工作階段

google / organic

1.2萬

(direct) / (none)

8,166

tw.search.yahoo.com / referral

1,103

google / cpc

355

com1686-com.cdn.ampproject.org / ...

163

bing / organic

129

yahoo / organic

129

報表基本設定與功能(依產業別而介面稍有不同)



Bounce Rate 跳出率%



怎麼算？ 多少才好？

看看別人 想想自己

80%則表示100個User有80個訪客對網站完全沒興趣或閃退

官方說法:跳出率：

網頁 A：0% (有 1 個工作階段由網頁 A 開始，但沒有單頁工作階段，因此沒有「跳出率」)

網頁 B：33% (「跳出率」低於「離開率」，因為有 3 個工作階段由網頁 B 開始，並發生 1 次跳出)

網頁 C：100% (有 1 個工作階段由網頁 C 開始，並發生 1 次跳出)

Exit Rate 離開率 %(參考資料)

訪客在某網頁離開的比例

要是所有訪客都是購物完畢離開 那該多好

官方說法:離開率:

網頁 A : 33% (有 3 個工作階段包含網頁 A , 有 1 個工作階段從網頁 A 離開)

網頁 B : 50% (有 4 個工作階段包含網頁 B , 有 2 個工作階段從網頁 B 離開)

網頁 C : 50% (有 4 個工作階段包含網頁 C , 有 2 個工作階段從網頁 C 離開)



參與度%(最近看這個喔)

參與度是衡量使用者與網站或行動應用程式互動程度的指標，定義為互動工作階段的百分比。

若使用者符合下列任一條件，即視為一次互動工作階段：工作階段持續至少10 秒，或瀏覽至少2 個網頁，或觸發了轉換事件。參與度幫助評估使用者是否進行了有意義的行為，是評估網站或應用程式效能的重要工具。



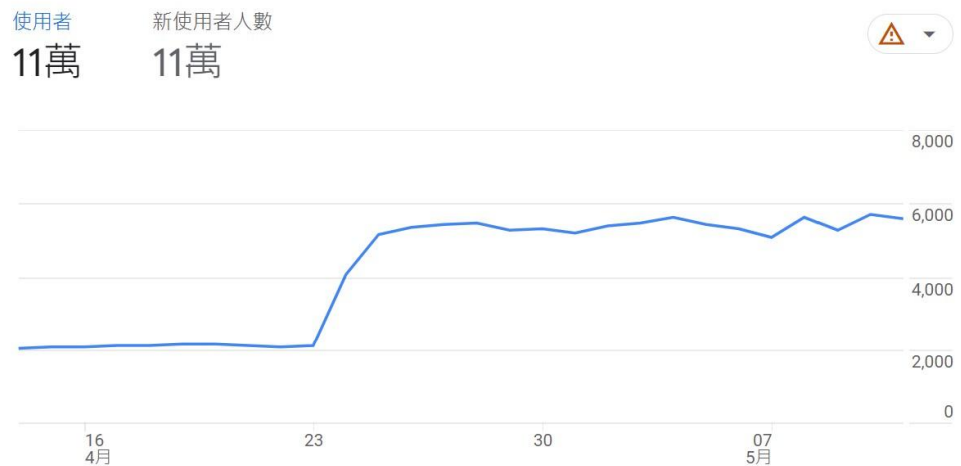
參與度的計算

參與度 = (互動工作階段數 / 工作階段總數) x 100%。

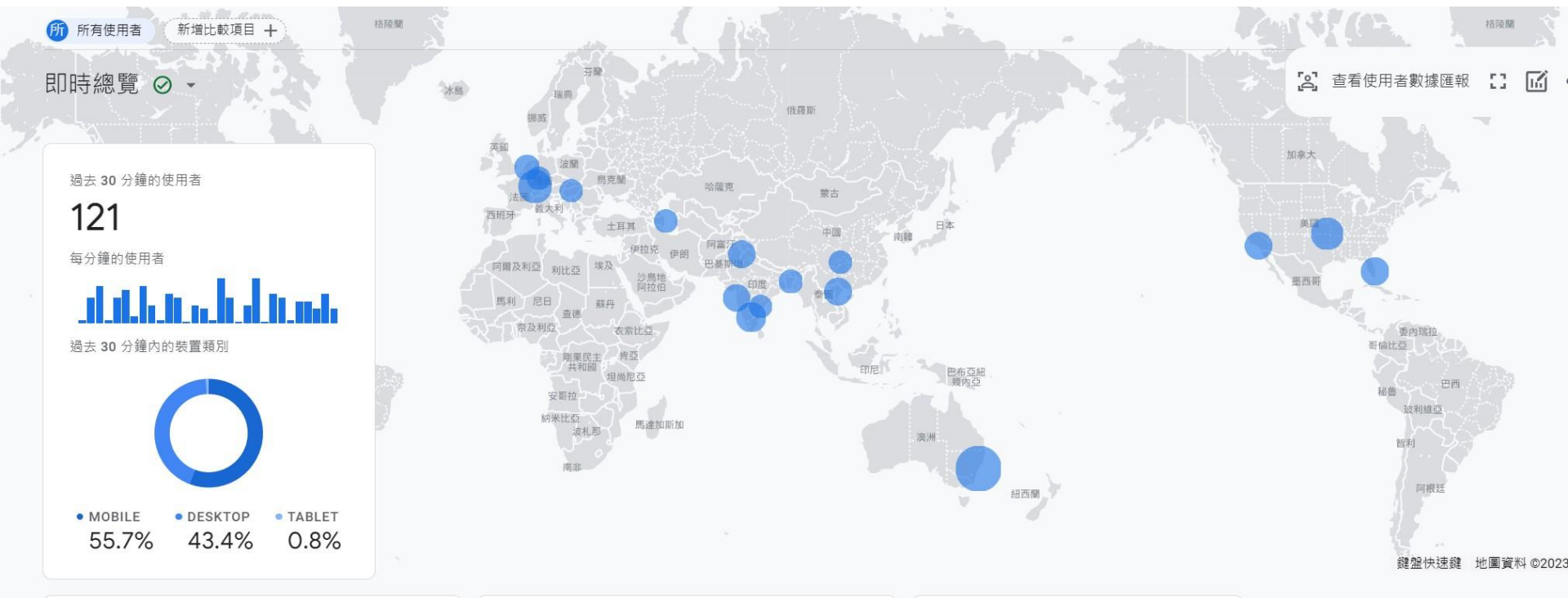
New User

Vs Return User

- 獲客
 - 總覽
 - 獲取新客
 - 流量開發
- 參與
- 營利
- 回訪率
- 使用者
- 客層
- 科技



地理區域+即時訪客. 中國大陸不適用

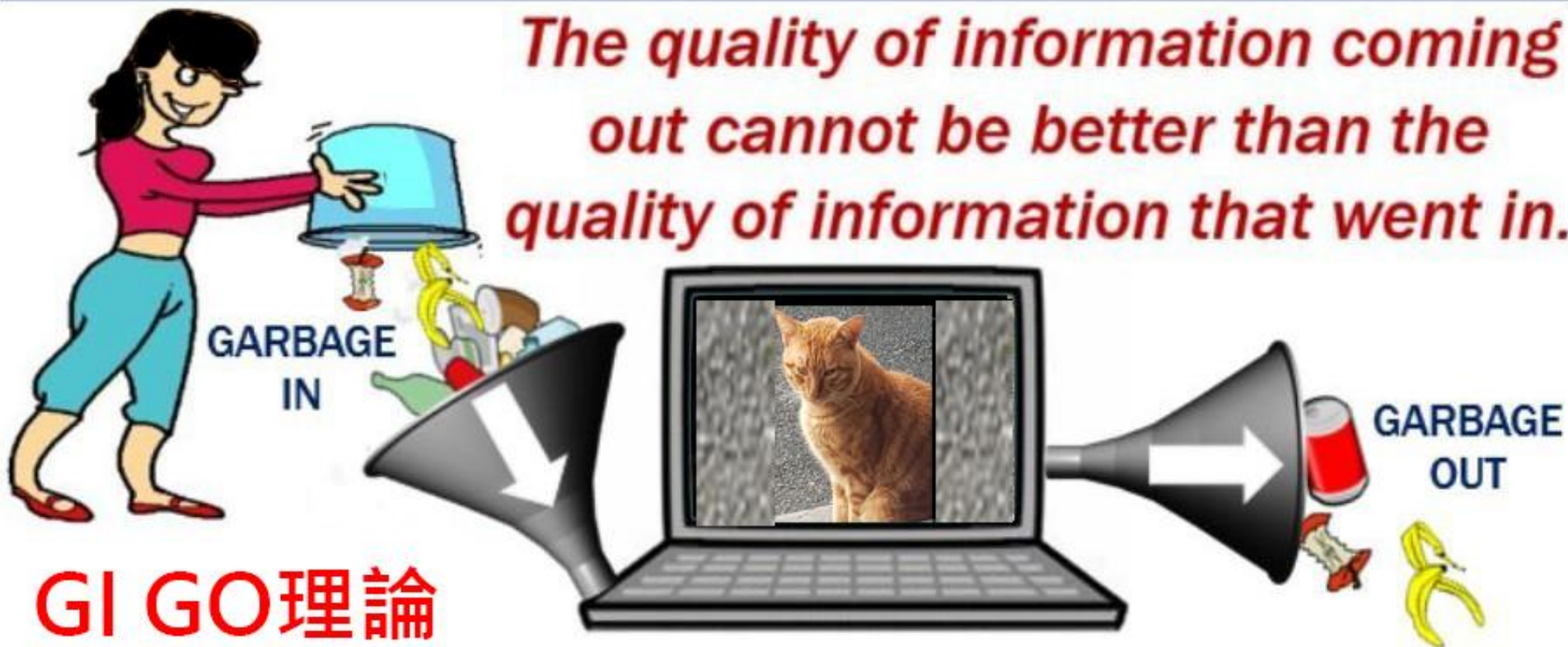


拒絕假流量



Garbage In, Gargage Out

The quality of information coming out cannot be better than the quality of information that went in.



報表-獲客

報表數據匯報

即時總覽

即時網頁

生命週期

獲客

總覽

獲取新客

流量開發

非 Google 費用

獲取新客同類群組

獲取待開發客戶

參與

營利

資產庫

所 +

流量開發: 工作階段主要管道群組 (預設管道群組)

✓ -

+

自訂 8月1日至 2025年8月22日

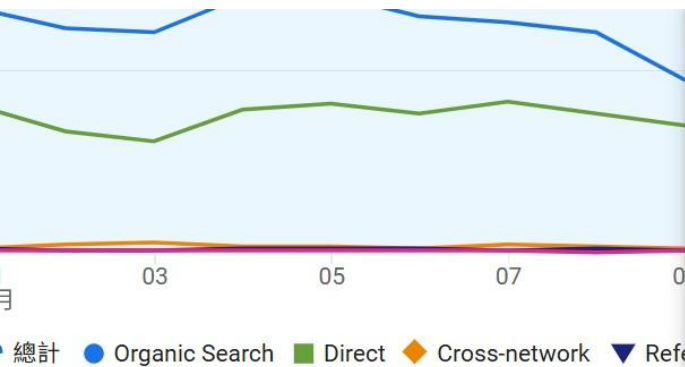
📄 📱

					參與時間	件數
☒	費用總計	22,331 總數的 100%	21,477 總數的 100%	96.18% 和平均值相同	2 分 42 秒 和平均值相同	3.85 和平均值相同
☒	1 Organic Search	13,360 (59.83%)	12,805 (59.62%)	95.85%	2 分 52 秒	3.73
☒	2 Direct	8,166 (36.57%)	7,935 (36.95%)	97.17%	2 分 18 秒	3.55
☒	3 Cross-network	263 (1.18%)	261 (1.22%)	99.24%	3 分 02 秒	3.40
☒	4 Referral	213 (0.95%)	210 (0.98%)	98.59%	2 分 38 秒	3.71
☒	5 Paid Search	97 (0.43%)	96 (0.45%)	98.97%	8 秒	3.09
☐	6 Organic Social	63 (0.28%)	62 (0.29%)	98.41%	2 分 50 秒	5.02
☐	7 Unassigned	53 (0.24%)	3 (0.01%)	5.66%	28 分 54 秒	91.53
☐	8 Organic Video	1 (<0.01%)	1 (<0.01%)	100%	33 秒	6.00

重點理論: 維度(不可數)和指標(量化)

維度	DIMENSION	指標	指標
城市	瀏覽器	工作階段	單次工作階段頁數
舊金山	Chrome	3,000	3.5
舊金山	Firefox	2,000	4.1
柏林	Chrome	2,000	5.5
柏林	Safari	1,000	2.5
柏林	Firefox	1,000	4.7

報表進階功能: 自訂維度 次要維度



依資料列繪製圖表

搜尋...

工作階段主要管道群組 (預設管道群組) ▼

費用總計

搜尋項目

- 一般 ▶
- 事件 ▶
- 使用者 ▶
- 使用者生命週期 ▶
- 地理位置 ▶
- 客層 ▶
- 平台/裝置 ▶
- 時間 ▶
- 流量來源 ▶
- 網頁/畫面 ▶

篩選器

使用者及業務目標功能解析

務必練習實作

▼ 參與

總覽

事件

網頁和畫面

到達網頁

▼ 營利

總覽

電子商務購買

購物歷程

結帳流程

使用者



▼ 使用者屬性

使用者屬性總覽

客層詳情

目標對象

▼ 科技

總覽

技術詳情

報表數據匯報

即時總覽

即時網頁

生命週期



▶ 獲客

▶ 參與

▶ 營利

回訪率

使用者



▶ 使用者屬性

▶ 科技

📁 資產庫



重要事件操作判讀

+ 建立

資料匯入

資料保留

資料篩選器

資料刪除要求

同意聲明設定

資料顯示

事件

網路設定

目標對象

備註

比較項目

區隔

自訂定義

 如要將事件標為重要事件，請選取事件名稱旁的星號。

關閉

重要事件

近期事件

搜尋

	事件名稱	過去 28 天內有效的串流	
★	click	 舊站ga4	⋮
★	contact	 舊站ga4	⋮
★	page_view	 舊站ga4	⋮
★	purchase	未偵測到串流資料	⋮
★	ua_contact 	 舊站ga4	⋮
★	ua_3mins 	 舊站ga4	⋮
★	ua_3pages 	 舊站ga4	⋮

每頁項目數：

25

第 1 - 7 項 (共 7 項)

1 <

<

>

>

探索

目前只支援自行設定但是可以分享給別人**唯讀權限**

開始新的探索

範本庫



空白

建立新的探索



任意形式

您可以透過自訂圖表和表格找到哪些深入分析資料？



漏斗探索

透過多步驟漏斗，您可以分析、區隔及細分哪些使用者歷程？



路徑探索

透過樹狀圖表，您可以看出哪些使用者歷程？

探索

考試重於實用

任意形式探索

在您熟悉的聯列表版面配置中探索資料。您也可以在任何形式中套用多種視覺呈現樣式，包括長條圖、圓餅圖、折線圖、散布圖和地理區域地圖。[瞭解詳情](#)



同類群組探索

根據有共通特徵使用者群的行為與成效取得洞察資訊。[瞭解詳情](#)



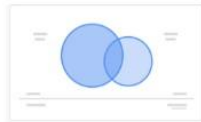
漏斗探索

以視覺化方式呈現使用者在您網站或應用程式上完成的工作步驟。這有助您瞭解如何提升使用者體驗，並找出成效高於或低於目標的客群。[瞭解詳情](#)



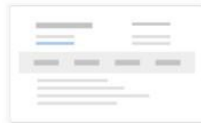
區隔重疊

瞭解各種使用者區隔之間的關係，可幫助您找出符合複合條件的新使用者區隔。[瞭解詳情](#)



使用者探索

顯示您建立或匯入的區隔是由哪些使用者構成，還能讓您細查個別使用者的活動。[瞭解詳情](#)



路徑探索

以視覺化方式呈現使用者與您網站和應用程式互動時經歷的路徑。[瞭解詳情](#)



使用者生命週期

探索使用者 (也就是顧客) 在生命週期內的行為和價值。[瞭解詳情](#)



廣告監控設定

2025年~網路聲量 看歸因+輔助廣告精準投放



歸因 誰的功勞大

歸因分析設定

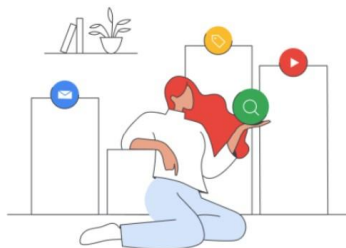
報表歸因模式

影響轉換和收益資料

變更報表歸因模式會影響日後記錄轉換功勞的方式，使用者和工作階段資料，則不受影響。[瞭解不同的歸因模式](#)

報表歸因模式

以數據為準
付費和自然管道



影響所有資料

轉換回溯期

在使用者與您的廣告互動後數天或數週，可能才會發生轉換。「轉換回溯期」代表要往回追溯的天數，系統會根據這項設定，將功勞歸因給指定期間內的接觸點。舉例來說，如果將轉換回溯期設為 30 天，1 月 30 日發生的轉換只會歸因於 1 月 1 日到 30 日之間出現的接觸點。

轉換回溯期的變更不會溯及既往，這類變更會反映在此 **Analytics (分析)** 資源內的所有報表中。



點閱後轉換

參與收視轉換

獲客轉換事件
(例如：first_open、first_visit)

固定的參與收視轉換預設設定為

3 天

- ☐ 7 天
- ☒ 30 天 (建議)

所有其他轉換事件

- ☐ 30 天
- ☐ 60 天
- ☒ 90 天 (建議)



善用AI.考試則
每個都要懂

模式比較

各種歸因模式:

* 線性

* 時間衰減

* 最初 最終

* 依數據為主(人工智慧輔助)

管理-啟用GA4強化轉換

盡可能選好選滿

×

Google 代碼

 **Untitled tag**
G-NCFS2HGGDE

!

設定

記錄

管理

設定

部分代碼設定僅適用於特定到達網頁[進一步瞭解代碼設定](#)

 **管理自動事件偵測**
設定 Google 代碼應自動偵測哪些事件類型，以便在相關目的地進行評估

 **設定網域**
請指定要納入跨網域成效評估範圍的網域清單

 **允許納入使用者提供的資料**
設定 Google 代碼是否應允許納入使用者提供的資料，以便評估可接受這類資料的目的地產品。



 **收集通用 Analytics 事件**
每當您的網站上發生通用 Analytics 中的 ga() 自訂事件、計時或例外狀況呼叫時，就收集事件

☐

 **定義內部流量**
請定義 IP 位址，讓系統將來自這些位址的流量標示為內部流量



 **列出不適用的參照連結網址**
請指定網域，系統就不會將這些網域的流量視為來自參照連結網址



 **調整工作階段逾時**
設定工作階段的效期



 **覆寫 Cookie 設定**
變更 Cookie 的有效期及更新方式



 **管理在各項 Google 服務中使用的資料**



管理-啟用GA4強化轉換

盡可能選好選滿

+ 建立 ▾

資源變更記錄

已排定傳送時間的電子郵件

Analytics 情報快訊搜尋記錄

▼ 資料收集和修改

資料串流

資料收集

資料匯入

資料保留

資料篩選器

資料刪除要求

▼ 資料顯示

事件

收集 User-ID

使用 User-ID 功能，即可自行指派專屬 ID 給網站和應用程式使用者，將使用者在不同工作階段的行為與使用的各種裝置和平台建立關聯。Google Analytics 會將每個不同的 User-ID 視為不重複使用者，有助您掌握更準確的使用者人數，並全盤瞭解使用者與商家的互動情形。[進一步瞭解 User-ID](#)。

您必須負責確保自己會依據《[Google Analytics 服務條款](#)》使用 User-ID 功能。相關規定包括禁止以 User-ID 傳送個人識別資訊給 Google Analytics，以及在隱私權政策中妥善告知 ID 使用情形。想瞭解如何將 User-ID 傳送至 Google Analytics，請參閱「[傳送 User-ID](#)」。

收集使用者提供的資料 BETA 版

 提升目標對象和轉換評估的成效，並在 Google Ads 中啟用其他目標對象名單功能。啟用這項功能前，請參閱 [Beta 版功能說明文](#)，瞭解 Analytics 資源會受到哪些影響。

啟用

提供更豐富詳細的目標對象資料，有助提升使用者和轉換評估的成效。Google Analytics 資源中需要有連結的廣告帳戶並啟用[廣告個人化](#)，您才能使用提升轉換評估成效和目標對象共用等功能。使用「收集使用者提供的資料」功能，就能以保護隱私權的做法，向 Google Analytics 傳送已取得同意聲明且已雜湊的顧客數位資料，補強現有的 Google Analytics 資料。[進一步瞭解如何收集使用者提供的資料](#)。

啟用「收集使用者提供的資料」功能，即表示您瞭解並同意遵循「[使用者提供的資料功能](#)」政策，亦同意須針對這類用途，提供隱私權揭露聲明並取得使用者授權。根據我們的政策，敏感類別顧客不得使用這項功能。

精細位置和裝置資料收集



管理-Google 訊號資料收集

盡可能填好填滿

資源 **+ 建立資源**

博恩妍診所 - GA4 (320851186)

設定輔助程式

資源設定

資源存取權管理

資料串流

事件

轉換

目標對象

自訂定義

資料設定

資料收集

資料保留

資料篩選器

管道群組

資料匯入

報表識別資訊

Google 信號資料收集

啟用 Google 信號，即代表您允許 Google Analytics (分析) 在透過標準導入程序收集資料時，一併收集有關您流量的資料 以提供其他功能，例如跨裝置目標對象和洞察。

啟用後，Google Analytics (分析) 就會開始收集造訪資訊，並將這些資訊與已登入 Google 帳戶的使用者相關資訊連結 (前提是使用者同意連結這類資訊 以供廣告個人化作業之用)。這類 Google 資訊可能包含使用者位置、搜尋記錄、YouTube 記錄，以及來自 Google 合作夥伴網站的資料。 這些資訊會用來提供已去識別化處理的匯總洞察，協助您瞭解使用者的跨裝置行為。 啟用這些功能，即表示您確認且同意遵循 [Google 廣告功能政策](#) (包括 敏感類別相關規定)，亦同意須針對這類資訊連結作業 提供隱私揭露聲明並取得使用者授權，而且使用者可透過「[我的活動](#)」存取及/或刪除這類資料。

可以在 306 個區域 (共 306 個) 中使用 Google 信號資料收集功能。

注意事項：將上方開關切換為啟用狀態後，Google Analytics (分析) 就會自動收集其他有關您流量的資料。如果您不想要收集 Google 信號資料，請將上方開關切換為停用狀態，並確定您未 [手動啟用](#) Google Analytics (分析) 代碼中的 任何廣告功能資料收集行為。

精細位置和裝置資料收集

允許廣告個人化的進階設定

使用者資料收集確認聲明

管理-GA4後台隱私權政策

可參照2017歐盟GDPR法規

管理員

這些設定會套用至這個帳戶和資源的所有使用者。如要查看只適用於您的設定，請使用左側導覽面板，前往「[我的偏好設定](#)」頁面。



歐洲經濟區 (EEA) 的使用者必須提供同意聲明，表明同意基於廣告用途，將個人資料與 Google 分享。如果未提供同意聲明，可能會影響廣告個人化和成效評估。

[關閉](#)

[瞭解詳情](#)

[管理同意聲明設定](#)

帳戶設定

帳戶

這些設定會影響您的 Analytics 帳戶 [什麼是帳戶？](#)



帳戶詳情



帳戶變更記錄



帳戶存取管理



垃圾桶



區隔 自定義維度 不等於 篩選器

問題 46 / 70 4671222

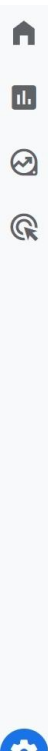
區隔有很多種用途，但不包括下列何者？

- ☐ 建立工作階段或使用者的子集
- ☐ 劃分及分析資料
- ☒ 永久修改資料
- ☐ 建立自訂再行銷名單

下一個

只需程式碼或用戶ID

也可以使用GTM功能相仿



管理 使用者

資源 + 建立資源



☑ 設定輔助程式

📁 資源設定

👤 資源存取權管理

📊 資料串流

📅 事件

🔄 轉換

👤 目標對象

⚙️ 自訂定義

🗄️ ▶ 資料設定

資料串流

全部

iOS

Android

網頁



正在接收過去 48 小時以來的流量。



新增串流



隱私權政策範例



所有車型 電動車 訂製您的BMW 購車及優惠 探索BMW



THE iX1

 全新BMW iX1純電運動休旅

立即訂購

COOKIE 使用方法

我們存取Cookies（包括第三方Cookies）能為您提供最佳線上體驗，並依照您個人的興趣定制相關內容。

根據您的瀏覽器設定，本網站可能會存取Cookie，並只有您於設定中同意該操作時，才會進行取。如需於任何時候取消同意，或想瞭解更多有關Cookies存取的進一步資訊，請點擊"設定"。

設定

繼續

隱私權政策實際情況

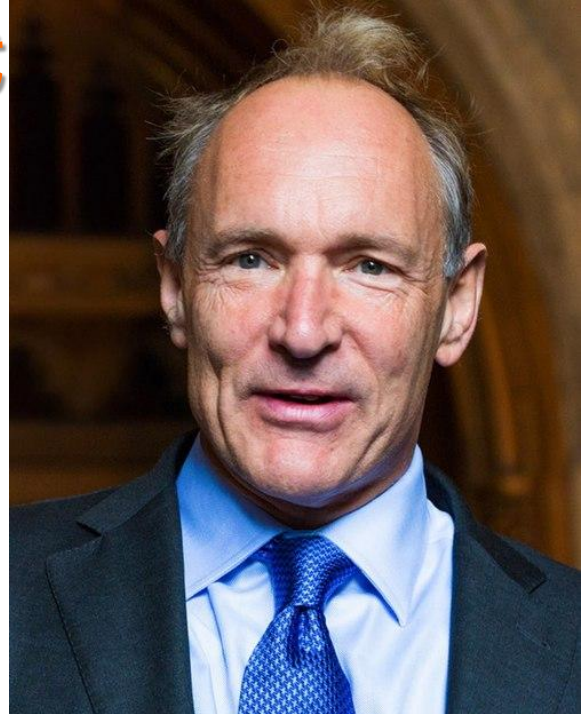


好處: 1.可提升廣告精準度

2.可提升網站SEO排名

3.可提高網站信用評比(因詐騙太多了)

數位時代



Berners-Lee speaking at the launch of the [World Wide Web Foundation](#)

1969 登月計畫(網路問世)

1989 HTTP: WWW 誕生(網際網路之父)

2014 智慧手機元年

2015 大數據與物聯網

2016 直播元年

2017 社群工具惹議

2018 內容為王

2019 Google獨大 vs 百家爭鳴

2020 病毒之戰 5G爭霸戰

2022 6G星際競賽(俄烏戰爭)

2023 與人工智慧共存.生成式AI

2024 AI夠了沒. 人類是否該思考 如何認識自己

如何建立新帳號

管理>帳戶>資源

The screenshot displays the Google Analytics 'Management' interface. On the left, a sidebar contains navigation icons. The main content area is divided into two panels: 'Accounts' (left) and 'Resources' (right). Both panels feature a red-bordered box around a blue button with a plus sign and the text '建立' (Create). The 'Accounts' panel lists options like '帳戶設定' (Account Settings), '帳戶存取管理' (Account Access Management), '所有篩選器' (All Filters), '帳戶變更記錄' (Account Change History), and '垃圾桶' (Trash). The 'Resources' panel lists options like '設定輔助程式' (Setup Assistant), '資源設定' (Resource Settings), '資源存取權管理' (Resource Access Management), '資料串流' (Data Streams), '事件' (Events), '轉換' (Conversions), '目標對象' (Audience), '自訂定義' (Custom Definitions), '資料設定' (Data Settings), '資料匯入' (Data Import), '報表識別資訊' (Report Identification Information), '歸因分析設定' (Attribution Settings), '資源變更記錄' (Resource Change History), and '資料刪除要求' (Data Deletion Request).

管理 使用者

帳戶 + 建立帳戶

資源 + 建立資源

帳戶設定

帳戶存取管理

所有篩選器

帳戶變更記錄

垃圾桶

設定輔助程式

資源設定

資源存取權管理

資料串流

事件

轉換

目標對象

自訂定義

資料設定

資料匯入

報表識別資訊

歸因分析設定

資源變更記錄

資料刪除要求

建立新帳號

建立帳戶

建立 **Analytics (分析)** 帳戶收集和整理資料。使用一或多個評估 ID，可以在帳戶中存取多個資料來源。

帳戶詳細資料

帳戶名稱 (必填)

帳戶可包含多個評估 ID。

Google Analytics (分析) 是一項商務工具，僅供用於交易、業務、技術或專業相關目的。

帳戶資料共用設定

Google 僅依要求處理您的 Google Analytics (分析) 資料，以 [維護和保護](#) Google Analytics (分析) 服務 (如《[Google Ads 資料處理條款](#)》所述)。透過下方的資料共用設定，您可以自訂是否與 Google 分享在 Google Analytics (分析) 中收集到的資料，以做其他用途。

資料共用選項可讓您進一步掌控 Google Analytics (分析) 資料的 共用方式。 [瞭解詳情](#)

☐ Google 產品和服務

與 Google 分享您的 Google Analytics (分析) 資料，有助於提升 Google 的產品和服務品質。啟用這項設定，可讓 Google 進一步瞭解使用者行為和預期模式，進而開發各種有利於客戶的產品功能，例如針對客戶用來建立、管理及分析廣告活動的 Google Ads 系統工具進行改善。Google 不會將您的資料用於廣告個人化或指定廣告目標。即使停用這個選項，資料仍有可能會傳送到與您資源連結的其他 Google 產品。如要查看或變更設定，請前往各項資源的「產品連結」專區。

☒ 根據輸入內容和業務洞察資料建立模型

提供匿名評估資料，系統就能啟用預測、模擬資料和基準化等功能，為您提供更豐富的業務洞察資料。您提供的資料 (包括共用資源的相關資訊) 會經過匯總和去識別化，然後才用來產生業務洞察資料。

[顯示範例](#)

☒ 技術支援

允許 Google 技術支援代表在必要時存取您的 Google Analytics (分析) 資料，以提供服務並尋求技術問題的解決方法。

建立新帳號

建立完成囉

2024/07月

持續改版中



管理

使用者



請選取一個 ▾

商家規模

- ☒ 小 - 1 到 10 名員工
- ☐ 中 - 11 到 100 名員工
- ☐ 大 - 101 到 500 名員工
- ☐ 超大 - 超過 500 名員工

您打算如何將 Google Analytics (分析) 用於您的商家？(可複選)

- ☒ 評估客戶與我網站或應用程式的互動
- ☒ 最佳化我的網站或應用程式體驗
- ☒ 評估多種裝置或平台的資料
- ☒ 最佳化我的廣告費用
- ☒ 增加我的轉換次數
- ☒ 評估內容營利成效
- ☒ 分析我的線上銷售業績
- ☒ 評估應用程式安裝
- ☒ 評估待開發客戶產生
- ☒ 其他

建立

上一個

練習時間

立即提問?

以下為參考資料

善用UTM追蹤

<https://reurl.cc/main/tw>

從 IE 匯入

reurl.cc/main/tw

回首頁 關於 Web API 瀏覽器插件 line機器人 登入 語系 聯絡我們

歡迎使用 reurl.cc

縮網址

縮圖片

下載youtube

在這裡輸入你的網址

縮址

選項

Google Trends 搜尋趨勢 - 實作時間

Proprietary + Confidential

Google Trends

首頁

探索

目前的熱門趨勢

台灣

探索

台灣

目前最熱門的搜尋字詞

● 廣達

探索

過去 24 小時的搜尋熱度

為什麼「廣達」成為熱門搜尋？

G 搜尋



廣達靠兩事業穩住營運動能

13 小時前 • 工商時報



廣達入列AI伺服器大咖！AI機櫃伺服器身價高三倍、拚第3季出貨

5 小時前 • udn OOPS! 新鮮事



廣達公布首季財報今股價帶量突破百元創新高

6 小時前 • UDN 聯合新聞網

網路聲量分析 SERPO

Google重點搜索項目(可信度較高)

1.第一頁網站 2.新聞 3.論壇 4.

參照結果

搜尋結果量 相關搜尋

醫療翻譯的相關搜尋

醫療翻譯工作	醫療口譯培訓
醫療翻譯薪水	日本醫療翻譯
醫療翻譯學程ptt	醫療翻譯ptt
日文醫療翻譯	翻譯協會
醫療翻譯課程	醫療文件翻譯

Go o o o o o o o o o o g l e >

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 下一頁

台灣 ● 248 新北市五股區 - 來自你的網際網路位址 - 使用精確位置 - 瞭解詳情

醫療翻譯

全部 新聞 圖片 地圖 影片 更多 設定 工具

約有 54,200,000 項結果 (搜尋時間: 0.37 秒)

國際醫療翻譯協會
imtia.org.tw/ ▼
國際醫療翻譯協會透過國際醫療翻譯口譯等實務擴展及研習活動，促進國內外醫療機構之跨國交流及事業合作，並以提昇臺灣國際醫療之相關服務水平為宗旨。

國際醫療翻譯學程 - 輔仁大學外語學院
www.cfu.edu.tw/page.jsp?menuID=6&labelID=4 ▼
國際醫療翻譯學程 國際醫療翻譯學分學程 輔仁大學外語學院 24205 新北市新莊區中正路510號外語學院一樓院長祕書辦公室LA117 陳淑芬祕書: (02) 2905-2551...

醫療領域翻譯| 專業日文、英文、中文翻譯公司| 米耶翻譯
https://www.miemanagement.com.tw/medical/ ▼
米耶翻譯承接各領域、各類型之醫療領域翻譯，包括：醫療論文、臨床實驗、副作用報告書、使用說明書、契約書、合約書、醫療器材說明書等文件。牙醫相關、神經反射...

網友都偷偷在你網站幹嘛？

WordPress小工具推薦

貿易商或資安公司推薦

銷售好難：

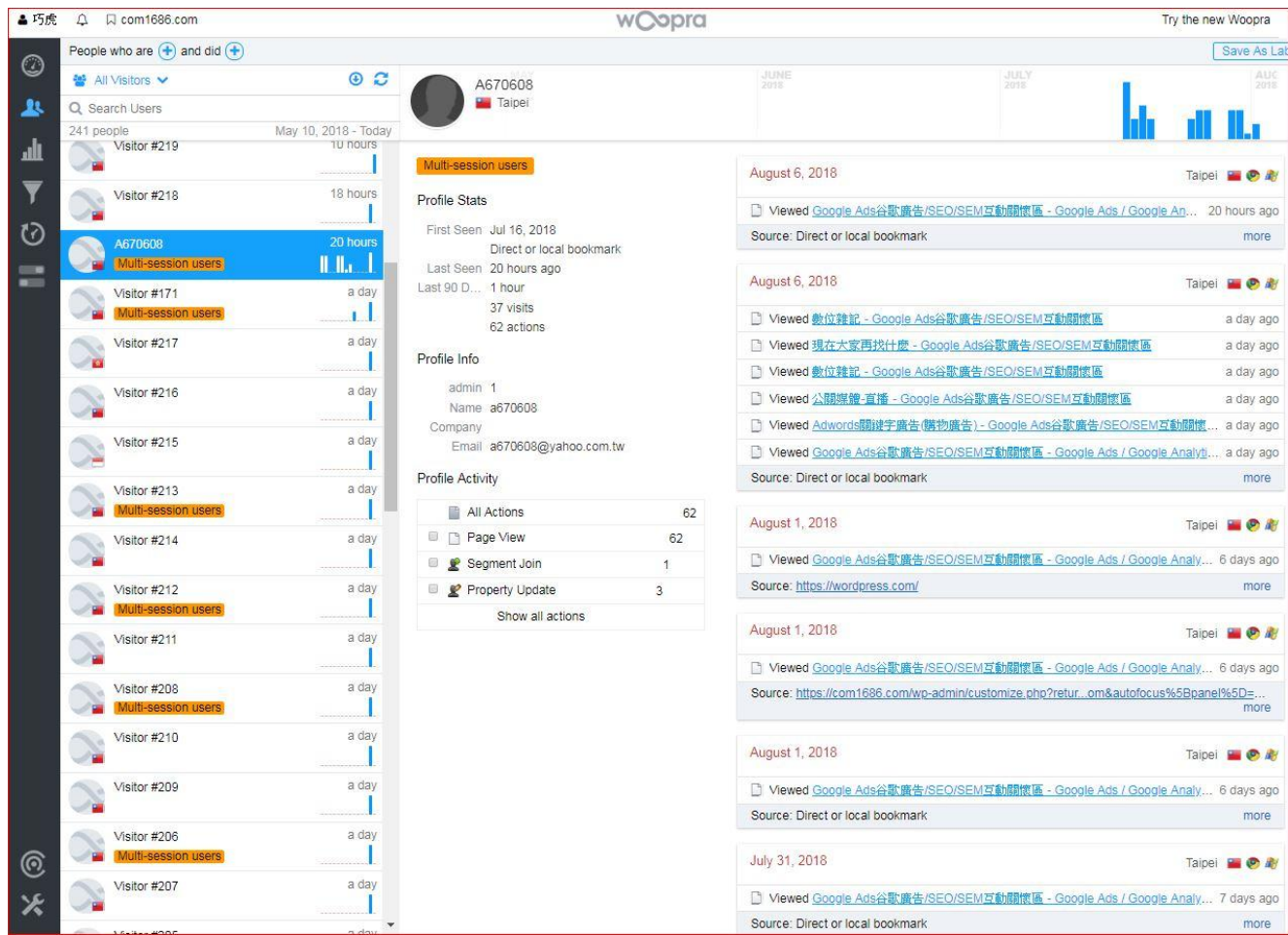
阿是逛夠了沒？還不買？

我都講到口渴了還不刷台跑車？

一直問 一直問 都不買,是哪招？

同業別再亂了？ 半路劫走客人

我不認同辣？



重要事件/CVR先作事件追蹤吧

流量開發		事件: 事件名稱		自訂 8月1日至 2025年8月22日			
非 Google 費用							
獲取新客同類群組							
獲取待開發客戶							
參與							
總覽							
事件							
網頁和畫面							
到達網頁							
營利							
總覽							
電子商務購買							
購物歷程							
資產庫							

重要事件設定

業務目標指標



客戶名單為王+人人都是VIP

momo 購物網會員登入

手機/身分證號(二擇一)

請輸入6-15碼英數混合密碼

英文字母需區分大小寫

請輸入右圖6碼數字

126257

☒ 記住我的帳號

登入 Login

[免費註冊](#) [忘記密碼](#)

☒關閉

 Facebook登入

 Google登入

 LINE登入

 電視會員首次登入

 型錄購物客戶
轉網路會員

 訪客購買

[客戶資格說明](#) [客戶注意事項](#)

✓ 立即諮詢

參觀預約

(新客戶專區：請填寫下列表格，我們將盡快與您連絡)

* 姓名

* 手機

信箱

是否需同步預約來店參觀

- ☐ 好，請再和我確認時間
☐ 暫時不需要

希望諮詢什麼服務？

例如：詢價、禮服出租、套裝方案或其他客服問題

* 驗證碼

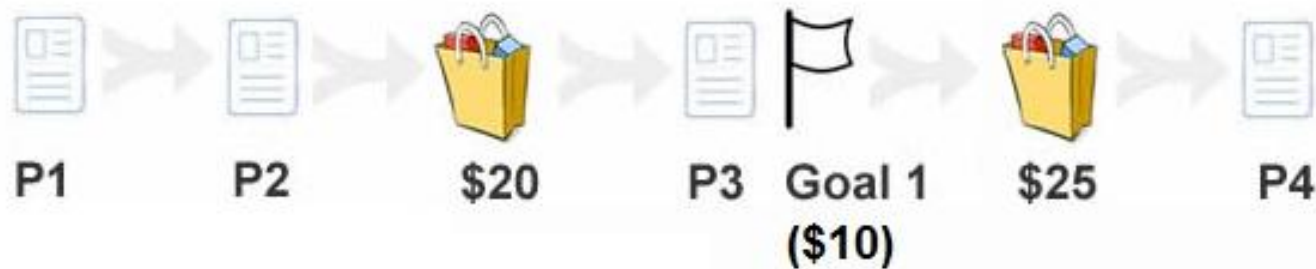
(不分大小寫)  看不清楚？換一張

確認送出

網頁價值歸屬(理論)

網頁價值歸屬

此歸屬類型專用來解答「以目標或收益金額來說，我的網頁實用嗎？」這個問題，因為這個歸屬模式能夠找出一個或一組網頁的「網頁價值」。下圖顯示一系列使用者瀏覽活動與目標和消費金額的相對關係，呈現網站上實際可能發生的情況。



圖例：P1、P2、P3 和 P4 都代表網頁，購物袋表示收據網頁，旗幟圖片則是目標。

網頁價值歸屬(應用)

獲取付費開發客戶

參與

總覽

事件

網頁和畫面

到達網頁

營利

總覽

電子商務購買

購物歷程

結帳流程

促銷活動

交易

回訪率

資產庫

所

+

到達網頁: 到達網頁

✓

+

自訂 8月1日至 2025年8月22日

📄

📱

📊

🔗

🔄

依資料列繪製圖表

🔍 搜尋...

每頁列數: 10

前往: 1

< 1-10 列, 共 122 列 >

	到達網頁	↓ 工作階段	活躍使用者	新使用者人數	平均單次工作階段參與時間	重要活動所有事件
		22,331 總數的 100%	6,022 總數的 100%	4,845 總數的 100%	2 分 42 秒 和平均值相同	32,225.00 總數的 100%
✓	1 /普門品注音	17,228 (77.15%)	3,782 (62.8%)	2,794 (57.67%)	3 分 04 秒	20,583.00 (63.8%)
	2 (not set)	7,323 (32.79%)	2,291 (38.04%)	149 (3.08%)	12 秒	6,559.00 (20.3%)
✓	3 /普門品注音-電腦版	1,385 (6.2%)	281 (4.67%)	172 (3.55%)	1 分 50 秒	1,696.00 (5.26%)
✓	4 /佛說阿彌陀經注音	651 (2.92%)	239 (3.97%)	209 (4.31%)	2 分 03 秒	756.00 (2.33%)
✓	5 /大悲咒注音無廣告	391 (1.75%)	201 (3.34%)	183 (3.78%)	50 秒	459.00 (1.42%)
✓	6 /3-signs-you-have-mold-inside-walls	318 (1.42%)	290 (4.82%)	286 (5.9%)	1 分 14 秒	343.00 (1.06%)
	7 /	300 (1.34%)	147 (2.44%)	101 (2.08%)	16 秒	337.00 (1.03%)
	8 /is-it-possible-fix-wall-leaks-by-	274 (1.23%)	254 (4.22%)	251 (5.18%)	54 秒	293.00 (0.91%)

Filter 篩選器/過濾器

不建議改

+ 建立 ▾

垃圾桶

資源設定

▸ 資源

▾ 資料收集和修改

資料串流

資料收集

資料匯入

資料保留

資料篩選器

資料刪除要求

資料篩選器

這個資源中的篩選事件資料。 [進一步瞭解資料篩選器](#)

建立篩選器

名稱	篩選器類型	作業	目前狀態
Internal Traffic	內部流量	排除	測試

>

⋮

數據計算標準, 建議使用預設值, 開好開滿即可, 依之後需求調整

資料收集

Google 信號資料收集



 請注意，只有在資源流量充足時依照這項設定 收集到的資料，才會記錄在報表/分析中。 [瞭解詳情](#)

啟用 Google 信號，即代表您允許 Google Analytics (分析) 在透過標準導入程序收集資料時，一併收集有關您流量的資料 以提供其他功能，例如跨裝置目標對象和洞察。

啟用後，Google Analytics (分析) 就會開始收集造訪資訊，並將這些資訊與已登入 Google 帳戶的使用者相關資訊連結 (前提是使用者同意連結這類資訊 以供廣告個人化作業之用)。這類 Google 資訊可能包含使用者位置、搜尋記錄、YouTube 記錄，以及來自 Google 合作夥伴網站的資料。這些資訊會用來提供已去識別化處理的匯總洞察，協助您瞭解使用者的跨裝置行為。啟用這些功能，即表示您確認且同意遵循 [Google 廣告功能政策](#) (包括 敏感類別相關規定)，亦同意須針對這類資訊連結作業 提供隱私揭露聲明並取得使用者授權，而且使用者可透過「[我的活動](#)」存取及/或刪除這類資料。

可以在 **307 個區域 (共 307 個)** 中使用 Google 信號資料收集功能。



注意：將上方切換按鈕設為啟用後，Google Analytics (分析) 就會自動收集其他流量相關資料，藉此提供額外的使用者洞察資料並啟用目標對象共用功能。如果您不想收集 Google 信號資料，您可以停用上方的切換按鈕，並確定您沒有在 Google Analytics (分析) 代碼中[手動啟用](#)再行銷和廣告報表功能。

在報表識別資訊中加入 Google 信號



啟用後，如果登入 Google 帳戶的使用者造訪您的網站和應用程式，且同意分享資料，Google Analytics (分析) 就會使用這類使用者的資訊，在報表中顯示洞察資料和更詳細的資訊。 [進一步瞭解報表識別資訊](#)

只需程式碼或用戶ID

事件



加強型評估

除了進行標準瀏覽量評估以外，還自動評估網站上的互動和內容。
連結和內嵌影片等網頁上元素的資料，可連同相關事件一起收集。請務必避免傳送任何個人識別資訊給 Google。 [瞭解詳情](#)



正在評估：



網頁瀏覽



捲動



外連點擊

還有 3 個



修改事件

修改連入事件和參數。 [瞭解詳情](#)



建立自訂事件

請使用現有的事件建立新事件。 [瞭解詳情](#)



Measurement Protocol API 密鑰

建立 API 密鑰即可透過 Measurement Protocol 將其他事件傳入此串流。 [瞭解詳情](#)



Google 代碼



進行代碼設定

設定 Google 代碼行為，包括跨網域連結和內部流量。 [瞭解詳情](#)



管理已連結的網站代碼

透過這個串流的網頁內 Google 代碼，載入其他資源或產品的代碼。 [瞭解詳情](#)

已連結 0 個



查看代碼操作說明

取得操作說明，瞭解如何導入這個資料串流的 Google 代碼。 [瞭解詳情](#)

✓ 資料流通



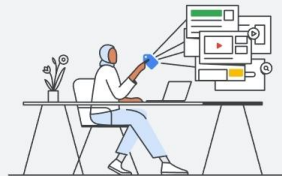
只需程式碼或用戶ID

工程大大看這邊

× 安裝操作說明

加入 Google 代碼

您可以使用網站製作工具或內容管理系統 (CMS) 自動完成設定程序，也可以手動加入代碼。為了確保評估結果正確無誤，請務必在網站的每個網頁上加入代碼。



透過網站製作工具或 CMS 置入

手動安裝

手動安裝 Google 代碼

以下是這個帳戶的 Google 代碼。請複製並貼入網站每個網頁的程式碼中，緊接在 <head> 元素之後。每個網頁只能加入一個 Google 代碼。

```
<!-- Google tag (gtag.js) -->
<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=XXXXXXXXXXXX"></script>
<script>
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];
  function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
  gtag('js', new Date());

  gtag('config', 'XXXXXXXXXXXX');
</script>
```

要使用 Google 代碼管理工具？

串聯Google Ads. ADSense等

兩邊工具都要驗證才可以

管理

使用者

Dd 資料刪除要求

DebugView

← 產品連結

Google Ads 連結

Ad Manager 連結

BigQuery 連結

Display & Video 360 連結

Merchant Center

最佳化工具連結

Google Play 連結

Search Ads 360 連結

Google Ads 連結

Q 搜尋

連結

匯入

帳戶名稱

帳戶 ID

帳戶類型

個人化廣告

連結建立日期

連結者

[Redacted]

[Redacted]

帳戶

已啟用

2023年4月14日

[Redacted]

>

Items per page: 5

1 - 1 of 1

|< < > >|

Container 容器理論

Google Analytics

To Google Ads

YouTube to GA4

Facebook to GA4



SEO來的有那些. KPI標準

YouTube SEO

新聞 SEO

圖片 SEO

社交 SEO

地圖 SEO

論壇 SEO

APP SEO



SEO+SEM 雙管齊下效果好

婚禮洋裝

全部 圖片 新聞 購物 地圖 更多 設定 工具

約有 1,400,000 項結果 (搜尋時間: 0.34 秒)

查看「婚禮洋裝」 贊助商



【699免運】
婚禮系列 打...
\$649
OB嚴選



【699免運】
婚禮系列-湖...
\$579
OB嚴選



蕾絲美背削肩
短洋裝
\$690
Airspace



絕美透膚蕾絲
洋裝
\$1,080
Mercci22



【Season's
Bikini】白色...
\$1,190
Season's Bikini

廣告 · www.belovedbridal.tw/ · 02 2586 2085

妳沒看錯，最愛禮服租一套送一套 - 再享振興券現金6000元

婚紗禮服 1+1 單租特惠，媽媽服/伴娘服/花童服，超省新娘幸福加碼三選一，超划算不推怎麼行。振興券婚紗特惠：租禮服現金立抵6000元，三倍券 x 禮服租一送一，後疫時代獨家...

廣告 · www.obdesign.com.tw/ · 02 7722 6870

參加婚宴不失禮 又美又得體 - 微甜系女孩首選 優雅下單

網友狂搜單品：上衣、洋裝、下著、配件等，衣櫃必收款式！新品週週上架，跟風零時差，立馬開逛

www.obdesign.com.tw, inpage

鞋包飾品|質感婚禮洋裝|婚禮穿搭紗裙|參加婚禮洋裝 ... - Ob嚴選

婚禮穿搭推薦ob嚴選大尺碼女裝洋裝、結婚登記穿搭、韓妞超仙洋裝、小禮服、輕婚紗、婚宴洋裝、白色洋裝、紅色洋裝、伴娘服、蕾絲洋裝、閨蜜姊妹伴娘服、...

shopee.tw, search, keyword=婚禮洋裝

婚禮洋裝 - 優惠推薦 - 2020年8月蝦皮購物台灣

你想要找的婚禮洋裝 - 網路人氣推薦商品就來蝦皮購物，買婚禮洋裝 - 商品來蝦皮台灣享超低折扣優惠與運費補助，提供賣家評價與100%蝦皮承諾保障！

www.mgoeshop.com, categories, wedding

WEDDING 婚禮洋裝

WEDDING 婚禮洋裝.

相關分析工具比較



需內嵌GATC (Google Analytics Tracking Code)程式碼以page tag(網頁標籤)技術搜集網站相關資訊，追蹤訪客行為等數據資料，只針對有權限登入管理者可檢視報表資料。

**自家資料用
分析價值高**



使用瀏覽器外掛方式，被動式向有外掛的使用者搜集資料，付費之後改採主動透過內嵌Certificated Statistics程式碼得到相關數據資料，數據會忽然爆增。

**數據誤差大
較無參考價值
排名名氣用途**



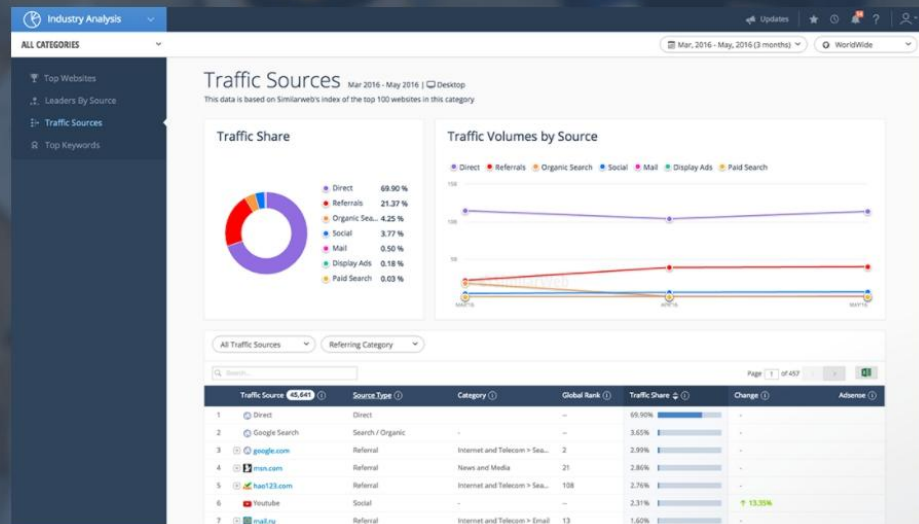
使用多種模型收集相關網站資料，目前所搜集的資料量高達一千萬筆以上，含蓋200多個國家，每天搜集20億網頁以及500GB數據量，再使用統計學演算法計算得出相關網站瀏覽數據，具有高度參考價值。

**分析競業用
彌補 GA 的不足**

The Ultimate Market Intelligence Platform

Comprehensive analysis for any app or website at your fingertips

Get Started for Free



Website Analysis

Learn more



Industry Analysis

Learn more



App Analysis

Learn more

Micki from SimilarWeb

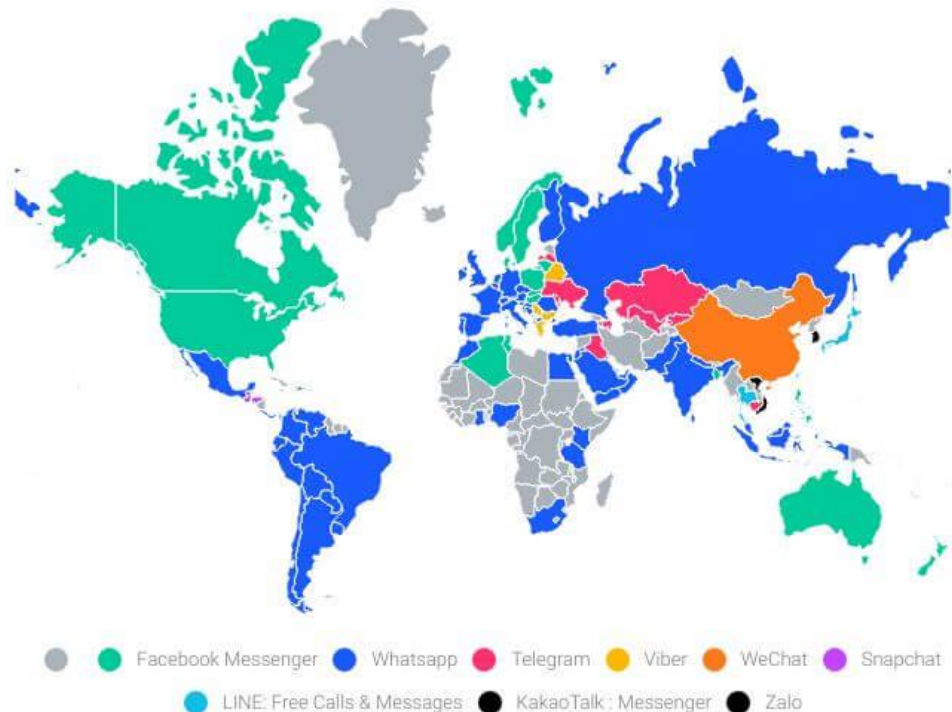
Hi there! I'd be glad to answer any questions you have on our Premium pl...



全球社交APP使用版圖

Most Popular Messaging Apps by Country

(Android App Data: January - December 2022)



行銷也可以是???

心理學?

誰能打動您？



圖片來源:聯合影音- 聯合新聞網



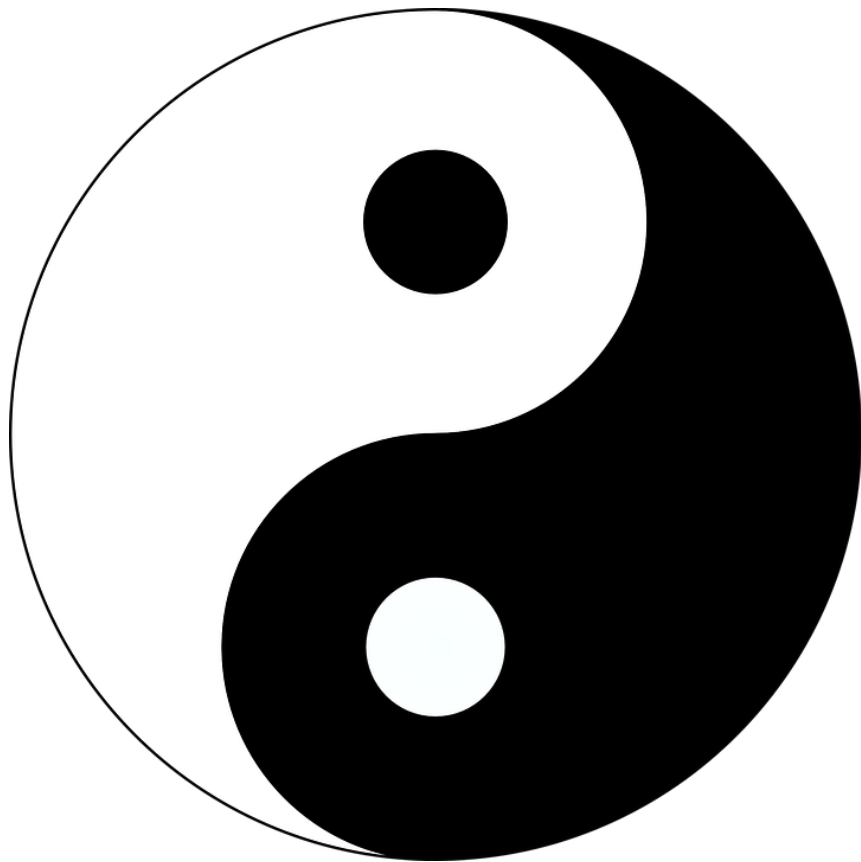
左腦行銷

邏輯 大數據



右腦行銷

創意 設計



情感經濟學(衝動消費,女性購物,感性訴求)

行銷就是??

心理學

圖片：翻拍自高雄市政府高雄畫刊，原照是莊朱玉女提供)



謝謝參與本次課程

順便讓AI代替我感謝你

Original



生成式AI: 只能玩自己, 嚴禁玩別人以免觸法

文字: ChatGpt Gemini Copilot Google Ads會用到

圖片: 眾多軟體

Google Ads會用到

影片: 眾多軟體

範例: <https://youtu.be/zPn86GrgL7E>

https://youtu.be/_SOZNWzUFxw

範例:

