

Web Analytics in Action

网站分析实战

王彦平 吴盛峰
编著

如何以数据驱动决策，提升网站价值

- ☑ 掌握**3**种网站分析秘籍：趋势分析、对比分析和细分分析。
- ☑ 通过排名数据挖掘SEO中最有价值的关键词。
- ☑ **12**种检验及辨别网站虚假流量的方法。
- ☑ **22**个影响网站流量变化的常见原因汇总。
- ☑ 详解**4**大网站质量分析方法：页面参与度、页面热力图、内容组路径、内容评分。
- ☑ 创建网站分析KPI指标的**5**大标准。



电子工业出版社
PUBLISHING HOUSE OF ELECTRONICS INDUSTRY
http://www.phei.com.cn

网站分析实战

如何以数据驱动决策，提升网站价值

王彦平 吴盛峰

编著

电子工业出版社

Publishing House of Electronics Industry

北京•BEIJING

内 容 简 介

目前,越来越多的网站开始重视数据,并期望从中发现新的机会。不管你是做网络营销、互联网产品设计、电子商务运营、个人站点运营维护,我们都希望从数据中寻找有价值的结论,并且指导公司管理层的决策,最终创造更大的网站价值。

本书以通俗易懂的方式来讲解网站分析所需掌握的知识,剖析日常工作中遇到的问题,并且配合大量实战案例的讲解。

本书适合网站运营人员、网络营销人员(SEO、SEM、EDM)、网站产品经理和个人站长阅读,本书也适合计算机专业或者市场营销专业的学生自学。

未经许可,不得以任何方式复制或抄袭本书之部分或全部内容。

版权所有,侵权必究。

图书在版编目(CIP)数据

网站分析实战:如何以数据驱动决策,提升网站价值/王彦平,吴盛峰编著. —北京:电子工业出版社,2013.1
ISBN 978-7-121-19312-5

I. ①网… II. ①王… ②吴… III. ①网站—数据采集 IV. ①TP393.092

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2012)第 310262 号

责任编辑:张月萍

特约编辑:张 冉

印 刷:中国电影出版社印刷厂

装 订:河北省三河市路通装订厂

出版发行:电子工业出版社

北京市海淀区万寿路 173 信箱 邮编 100036

开 本:787×980 1/16 印张:19.75 字数:442 千字

印 次:2013 年 1 月第 1 次印刷

印 数:5000 册 定价:59.00 元

凡所购买电子工业出版社图书有缺损问题,请向购买书店调换。若书店售缺,请与本社发行部联系,联系及邮购电话:(010) 88254888。

质量投诉请发邮件至 zltts@phei.com.cn, 盗版侵权举报请发邮件至 dbqq@phei.com.cn。

服务热线:(010) 88258888。

前言

网站分析是一个全新的行业，网站的数据被越来越多地受到重视，大家都试图从数据中寻找有价值的结论。网站分析这个行业注定会不断地向前发展，并被更多的公司和管理人员所认可。目前，越来越多的公司试图通过数据驱动业务。在国外，近几年关于网站分析的工具层出不穷，无论是集成各种功能的，还是针对某个应用领域的；同时很多网站分析相关的书籍也渐渐丰富起来，让我们可以更系统地接受各种知识。相比国外，国内的网站分析工具和书籍相对较少，但很多专业人士都在进行着各种各样的实践和探索，努力地推动网站分析行业发展。作为网站分析的爱好者，我们将自己在这个行业中所掌握的知识、在日常工作中遇到的问题，以及积累的经验进行整理汇总，在这本书中与大家分享。如果本书的内容能让你有些许收获，解决工作中的一两个问题，那都将是我们的最大荣幸。

我们的写作目标

与网站数据分析一样，在进行写作之前我们也设定了一个目标。这个目标就是让读者了解什么是网站分析，以及网站分析的基本方法，并且能够按照分析需求熟练地使用Google Analytics获得所需的数据。

我们的写作方法

为了达到写作目标，我们以简单轻松的方式对网站分析的知识点进行了详细的讲解，并对每个知识点都进行了图片辅助说明。而对于需要实际操作的内容，书中更是详细描述了每个步骤的内容及注意事项。同时本书还提供了关键问题和小技巧的提示信息。

你能收获什么？

在本书中我们将主要分享以下问题及答案：

- ★ 网站分析对于网站的价值是什么？
- ★ 如何开始一次全面的网站分析？
- ★ 如何成为一名网站分析师，需要哪些必备条件？

>> 网站分析实战——如何以数据驱动决策，提升网站价值

- ★ 网站分析工具中的数据准确吗？我们该如何看待这些数据？
- ★ 网站分析师最常使用的方法有哪些？
- ★ 网站结构设计合理吗，访问者路径可以告诉我们哪些信息？
- ★ SEO们如何通过页面排名和转换效果深入挖掘关键词价值？
- ★ 如何进一步提升和优化SEM的投资回报率？
- ★ 如何找出广告媒介流量中的作弊流量？
- ★ 如何为网站量身定制合适的KPI，如何制作一份可执行的网站分析报告？
- ★ 网站拥有怎样的用户，他们如何为网站带来价值？

本书的内容组织

本书共9章，由浅入深划分如下：

第1章 解密神奇的网站分析——网站分析的目的、流程及价值。具体阐述网站分析如何帮助网站完成业务目标，实现价值，以及网站分析的基本流程。

第2章 从这里开始学习网站分析——网站分析中的基础指标解释。重点讲解网站分析工具获取数据的方法和原理，并详细说明了指标的分类、计算方法和可能对指标产生影响的因素。

第3章 网站分析师的三板斧——网站分析常用方法。结合实例解剖网站分析师常用的3种分析方法：趋势分析、对比分析和细分分析。

第4章 网站流量那些事儿——网站流量分析。解答了常见的流量分类问题，并提供了多种辨别虚假流量的方法，让我们在日常营销过程中更好地认识流量。

第5章 你的网站在偷懒吗——网站内容效率分析。通过页面价值和热力图分析等多种方法提供了页面内容价值的分析和评判方法，让我们更好地认识并且利用网站内容。

第6章 谁在使用我的网站——网站用户分析。如何通过数据分析了解网站用户的不同形态，通过分析用户行为评估用户的忠诚度和价值。

第7章 我们的目标是什么——网站目标与KPI。对于网站运营人员而言，建立起科学的KPI无疑是意义重大的，本章就是具体说明网站分析KPI的创建、KPI标准的选择。

第8章 深入追踪网站的访问者——路径与转化分析。不管是网站营销、产品设计还是运营人员，都需要将转化率和收益直接关联起来，而网站分析中的漏斗模型以及基于内容组的访问者路径分析方法能够提供最直接的帮助。

第9章 从新手到专家——网站分析高级应用。本章讲解了网站分析工具Google Analytics的高级应用，以及如何通过数据分析和数据挖掘的方法有效地进行内容推荐，为个性化推荐的应用提供必要的支撑。

本书的读者

的Google Analytics工具中的操作和实践快速掌握书中的知识。当然我们强烈推荐以下相关行业的朋友们阅读：

- ★ 网站运营人员：本书将帮助你快速创建网站分析KPI，有效促进网站目标达成，同时还分享多种区分虚假流量的方法。
- ★ 搜索引擎优化（SEO）人员：本书提供了一个根据关键词在搜索引擎页面排名挖掘SEO有价值关键词的方法。
- ★ 搜索引擎营销（SEM）人员：本书剖析如何区分付费关键词和免费关键词的方法，同时也为你提供了提升SEM投资回报率的技巧。
- ★ 网站EDM负责人：本书提供了创建EDM点击热区图的方法，帮助了解访问者对EDM内容的偏爱，让EDM的设计更有针对性。
- ★ 网站产品经理：本书介绍了网站内容分析的方法，包括页面参与度分析、页面热区图分析、漏洞模型分析和路径分析等，帮助你了解产品和页面在转化过程中的表现。
- ★ 个人站长：本书详细讲解了Google Analytics的使用方法、指标的定义和计算方法。

致谢

写书是一件非常熬人的工作，庆幸的是我们得到了很多朋友的支持和鼓励。没有你们的支持和鼓励，我们无法完成这项工作。

感谢成都道然科技有限责任公司姚新军先生耐心而专业的指导，以及在整个写作过程中对我们的支持和帮助。感谢参与本书优化的朋友：王斌、李伟、张强林、万雷、李平、王晓、景小燕、余松。感谢插画师王馨的辛勤劳动。

感谢为本书撰写推荐的朋友们：陈歆、陈雪原、程远宾、邓凯、宫鑫、洪健飞、纪杨、卢松松、彭永东、邱南奇、@SEM在中国、宋星、天岸、张晓磊、郑海平。他们在百忙之中抽出时间阅读书稿，并提出了很多专业及宝贵的意见。

最后，感谢我们的家人，没有他们的支持和默默付出，我们同样无法完成这项工作。

与作者联系：

新浪微博：@蓝鲸碎碎念 @joeghwu

王彦平博客：<http://bluewhale.cc>

吴盛峰博客：<http://webdataanalysis.net>

与策划者联系：

邮箱：yaoxinjun@dozan.cn

新浪微博：@长颈鹿27

配套网站：www.dozan.cn

业内人士的推荐（排名不分先后，以姓氏拼音排序）

此书是我读过的内容最丰富、最具有实用价值的网站分析教程，是近几年网站分析领域不可多得的好书。作者通过生动的语言、详实的案例，毫无保留地将多年使用Google Analytics进行网站分析的宝贵经验在书中进行了归纳和总结，相信广大读者读后都会与我一样，感觉受益匪浅。

陈歆，中国联通电子商务部

在大数据时代的当下，网站分析已成为网站运营和互联网营销从业者的必备知识。本书作者用平实的语言，

由浅入深且细致地讲解了网站分析的基础知识及方法论，并采用问答的方式，给出了丰富的网站分析实战案例，可谓国内少有的网站分析入门书，非常值得网站分析初学者和互联网从业者学习和研究。

陈雪原，好耶集团，系统产品部执行总监

@雪原，<http://weibo.com/u/1647263272>

不管你是做产品还是运营人员，数据分析都是件非常有意义，且充满乐趣和挑战的事，依据数据分析进行产品调整会带来持续的产品优化动力和成功感，不断挖掘出分析者和网站的潜在价值。数据分析是一种技能，分析工具是达到目标的手段，两位作者能结合真实案例介绍一些重要的网站数据指标的应用，以及如何通过分析工具Google Analytics获取数据，对网站优化工作十分有用，感谢两位作者的分享！

程远宾，穷游网（www.qyer.com），产品副总裁

数据的魅力在于解读，解读的魔力来源业务，网站分析的灵魂在于思路。面对浩瀚的网站数据，我们如何将其转化为上乘的业务心法，这需要我们不断从本书去领悟、学习作者的分析思路和视角，相信您会有很大的收获！

邓凯，数据挖掘与数据分析博主，资深数据分析师

@数据挖掘与数据分析，<http://weibo.com/302072223>

很荣幸成为这本书首批读者中的一员，对于一个看惯了翻译书的从业者来说，能拿到一本国人写的优秀的网站分析图书，精神一振。网站分析是门相对晦涩的学科，但本书读起来让人很轻松，两位作者流畅的文笔和丰富的案例点缀让整个阅读学习的过程变得有趣。另外，两位作者一贯的严谨认真也在书中有充分体现，许多问题都讲得透彻不留死角。相信不用多久，它将成为网站分析领域从业人员必备的一本教科书。

宫鑫，品众互动，首席优化师

网站分析是非常成熟的分析领域，难得的是，本书仍然给我很多惊喜：一是对指标的解读不是大而全，而是精当而实战；二是提炼了一些实用分析模型，可以有效实操。两位作者在这一领域浸淫多年，积累深厚，诸多真知灼见，郑重地推荐给大家！

洪健飞，沃尔玛（中国）电子商务有限公司，BI副总监

任何领域的学习和掌握都可以分为：初学者、熟练用户、专家。熟练用户掌握手头工作需要的知识，知道如何尽快地完成任务。专家则是那种很自然地把事情做好，并能够深入浅出地向别人讲解清楚的人，这不仅需要熟悉工具，还需要良好的理论知识积累。

本书在数据仓库、数据挖掘、统计学、网站分析度量等方面有细致的讲解，在阅读的过程中你会不知不觉地学习和掌握网站分析的基础知识，并以此为起点，完善你的网站分析知识体系。此外，如果你想深入理解Google Analytics，用Google Analytics解决实际问题，同时提出自己独到的见解，如果你还希望全面地理解和掌握Google Analytics的相关功能，并应用到自己的业务分析上，那就应该多看本书，本书不仅有学习方法也有分析思路。

本书是来自一线实践者的心得与总结，是理论与实践的结合。希望通过这本书，解答你的困惑，并指导你更好地开始自己的网站分析工作。

纪杨，沪江网，首席数据分析师 & 资深开发工程师
博客: jiyang.me

这本书是近年来我读过的最有价值的工具书了，网站数据分析是站长、营销人员、SEO、产品经理必备技能之一，特别适合这类人阅读。这本书显然有资格成为“数据分析”的教材，非常适合精读，书中涉及许多技术细节，都是值得大家融会贯通的。内容全面、由浅入深是我对这本书的第一印象，本书结合大量案例、数据、用户的分析，让我受益匪浅。

卢松松，<http://lusongsong.com>，知名独立博主

网站数据分析的终极目标就是为了解决网站存在的问题，并带来综合绩效的提升。网站分析不仅仅需要掌握GA等分析工具，更为核心的是对其分析原理和分析思路的领悟和使用。在本书中，作者对自己多年数据分析的实践经验进行总结，并将网站分析领域所涉及的内容划分为若干领域，以解决网站产品和运营过程中存在的具体问题，并结合大量实际发生的案例娓娓道来。本书将数据分析原理、思路 and 工具进行了恰到好处的融合，可谓网站分析领域不可多得的一部经典之作。

彭永东，原IBM全球咨询事业部高级咨询顾问，现链家地产副总经理
@链家彭永东 <http://weibo.com/pengyd>

一个优秀的网站运营人员应该读一读，书中包含许多生动的案例，如提高用户忠诚度、了解访问者需求、增加商品转换率等运营技巧，这些案例让我们在日常网站分析中的工作变得有章可循。会看数据、懂数据、用好数据是网站分析的根基之一，会看、能懂、用好，是成为一个优秀的运营人员必备的条件之一！

邱南奇，京东商城，SEO负责人

>> 网站分析实战——如何以数据驱动决策，提升网站价值

我在SEM行业的这几年中，感触颇多的就是发现不同网站对于转化率具有非常大的影响。同样的流量导入同行业不同的网站具有几倍甚至几十倍转化率的差距。为了提高营销的投资回报率，最后我的工作中心甚至转移到Landing Page的设计、网站转化步骤的设计工作当中。所以网站分析对于企业营销具有莫大作用。本书对网站分析内容写得非常“干”、也非常细节，一看就是作者多年实战经验的积累，值得一读。

@SEM在中国, <http://weibo.com/conversion>

系统性论述网站分析方法的一本可读性非常强的诚意之作——不仅让我们学习基础，更能够启发我们的思维，并且还与真实的商业实践很好地结合在一起，非常值得对网站分析感兴趣的朋友和从业者认真研读。

宋星，网站分析在中国（www.chinawebanalytics.cn），创始人

蓝鲸是国内首屈一指的Google Analytics专家，而Joseph则擅长通过数据建模解决实际问题，两人都有丰富的工作和写作经验。很高兴看到他们合作为WA领域再添一本著作，并荣幸地提前阅读了部分章节。本书别出心裁地以一个个问题为引线，以目的为导向，以业务逻辑为思路，以分析方法为体，以Google Analytics和数据挖掘技术为用，深入浅出、详实条理地总结了网站分析在实际工作中的应用方法，行文流畅，示例图表丰富，很适合初级学者深入系统学习网站分析和中级分析师解惑。

天岸，Twippo法国华人时尚媒体社区创始人，原奥美巴黎分部网站分析师

有些书是用来“读”的，有些书是拿来“用”的。稍微用心读完此书，就将得到调理网站的上好“利器”。书中内容与现实需要紧密结合，深入浅出，值得所有数据分析人员阅读、使用。让我们一起追寻数据背后的缘由和事事洞明后的愉悦。

张晓磊，前线网络客户总监

@首席原住民, <http://www.weibo.com/yuanzhumin>

作者一直至于力网站分析前沿的一些工作，尤其是对Google Analytics有非常深入的研究。很多读者，包括我都从他们的文章中学到了非常多的知识。这本网站分析与产品结合的书，又进一步将网站分析实践拓展到了电子商务与互联网产品的领域，相信一定能让大家获益匪浅！

郑海平，今夜酒店特价创始人之一，《精通Web Analytics 2.0》译者

目录

第1章 解密神奇的网站分析——网站分析的目的、流程及价值 / 1

- 1.1 为什么要对网站进行分析 / 2
- 1.2 网站分析是什么 / 4
- 1.3 如何进行网站分析 / 5
 - 1.3.1 网站流量质量分析 / 5
 - 1.3.2 网站流量多维度细分 / 6
 - 1.3.3 网站流量重合度分析 / 7
 - 1.3.4 网站内容及导航分析 / 8
 - 1.3.5 网站转化及漏斗分析 / 9
- 1.4 网站分析为什么很重要 / 11
- 1.5 网站分析带来的价值及改变 / 12
- 1.6 网站分析的基本流程 / 13
 - 1.6.1 定义 (Define) / 13
 - 1.6.2 测量 (Measure) / 14
 - 1.6.3 分析 (Analyze) / 14
 - 1.6.4 改进 (Improve) / 14
 - 1.6.5 控制 (Control) / 14
- 1.7 我能成为网站分析师吗 / 14
 - 1.7.1 网站分析行业概况 / 15
 - 1.7.2 兴趣和一个免费的分析工具 / 15
 - 1.7.3 了解JS及HTML语言 / 16
 - 1.7.4 了解网络营销知识及常见广告模式 / 17
 - 1.7.5 Excel和PPT的使用能力 / 18
 - 1.7.6 强大的沟通能力 / 18
 - 1.7.7 不畏错误和挑战的能力 / 18

>> 网站分析实战——如何以数据驱动决策，提升网站价值

1.7.8 良好的职业操守和道德底线 / 18

1.8 本章小结 / 19

第2章从这里开始学习网站分析——网站分析中的基础指标解释 / 20

2.1 我们如何获得网站的数据 / 21

2.1.1 常见的数据获取方式 / 21

2.1.2 网站日志和JS标记 / 24

2.1.3 用户识别 / 28

2.1.4 点击流模型 / 31

2.2 网站分析中的基础指标 / 35

2.2.1 网站分析中的骨灰级指标 / 35

2.2.2 网站分析中的基础级指标 / 39

2.2.3 网站分析中的复合级指标 / 44

2.3 本章小结 / 49

第3章网站分析师的三板斧——网站分析常用方法 / 50

3.1 数据分析前的准备工作 / 52

3.1.1 数据的来源类型 / 52

3.1.2 数据的清洗与整理 / 54

3.1.3 我们的数据准确吗 / 56

3.2 网站数据趋势分析 / 58

3.2.1 同比、环比、定基比 / 58

3.2.2 趋势线拟合 / 61

3.2.3 移动均值 / 62

3.2.4 数据监控自动化 / 64

3.3 网站数据对比分析 / 67

3.3.1 简单合并比较 / 67

3.3.2 比较实验的设定 / 69

3.3.3 让比较结果更可信 / 72

3.3.4 别忘记与目标对比 / 75

3.4 网站数据多维度细分 / 77

3.4.1 指标和维度 / 77

3.4.2 为什么要使用细分 / 80

3.4.3 什么是细分 / 82

3.4.4 细分的常用方法 / 84

3.5 本章小结 / 87

x

第4章 网站流量那些事儿——网站流量分析 / 88

- 4.1 网站中常见的流量分类 / 89
 - 4.1.1 网站中常见的三种流量来源 / 90
 - 4.1.2 直接流量的秘密 / 92
- 4.2 对网站流量进行过滤 / 98
 - 4.2.1 过滤流量来源的基本原理 / 98
 - 4.2.2 Google Analytics流量过滤速查表 / 99
- 4.3 如何对广告流量进行追踪和分析 / 101
 - 4.3.1 对你的流量进行标记 / 101
 - 4.3.2 区分搜索付费流量与免费流量 / 103
 - 4.3.3 监测百度竞价流量ROI / 106
 - 4.3.4 挖掘有价值的搜索关键词 / 110
 - 4.3.5 追踪EDM的活动流量 / 118
- 4.4 如何辨别那些虚假流量 / 121
 - 4.4.1 虚假流量与真实流量的特征 / 122
 - 4.4.2 辨别虚假流量的十二种方法 / 122
- 4.5 为你的网站创建流量日记 / 129
 - 4.5.1 什么是网站流量日记 / 129
 - 4.5.2 如何创建流量日记 / 130
 - 4.5.3 网站流量日记的作用 / 131
 - 4.5.4 开始第一次网站分析报告 / 132
- 4.6 流量波动的常见原因分析 / 133
 - 4.6.1 直接流量波动常见原因 / 133
 - 4.6.2 付费搜索流量（SEM）波动常见原因 / 134
 - 4.6.3 自然搜索流量（SEO）波动常见原因 / 138
 - 4.6.4 引荐流量波动常见原因 / 141
- 4.7 本章小结 / 143

第5章 你的网站在偷懒吗——网站内容效率分析 / 144

- 5.1 网站页面参与度分析 / 145
 - 5.1.1 什么是页面参与度 / 145
 - 5.1.2 页面参与度的计算方法 / 146
 - 5.1.3 设置并查看页面参与度指标 / 148
 - 5.1.4 页面参与度指标的两个作用 / 149

>> 网站分析实战——如何以数据驱动决策，提升网站价值

5.2 页面热力图分析 / 150

- 5.2.1 Google Analytics热力图功能 / 150
- 5.2.2 Google Analytics热力图中数字的含义 / 152
- 5.2.3 Google Analytics热力图中的细分功能 / 154
- 5.2.4 Google Analytics热力图中的路径分析 / 155
- 5.2.5 Google Analytics热力图的常见问题 / 156

5.3 页面加载时间分析 / 158

- 5.3.1 理想情况下的Landing Page时间分布 / 159
- 5.3.2 Landing Page缺乏吸引力的时间分布 / 159
- 5.3.3 页面打开速度慢的时间分布 / 160

5.4 网站中的三种渠道分析 / 161

- 5.4.1 网站的流量来源渠道 / 163
- 5.4.2 网站的内部渠道 / 163
- 5.4.3 网站的目标渠道 / 165

5.5 追踪并分析网站404页面 / 167

- 5.5.1 使用Google Analytics追踪404页面 / 168

5.6 最终产品页分析 / 169

- 5.6.1 如何评价内容的热门度 / 170
- 5.6.2 基于多指标的内容简单分类 / 173
- 5.6.3 基于多指标的内容综合评分 / 175

5.7 本章小结 / 178

第6章谁在使用我的网站——网站用户分析 / 179

6.1 用户分类 / 180

- 6.1.1 用户指标 / 180
- 6.1.2 新老用户 / 183
- 6.1.3 活跃用户和流失用户 / 185

6.2 用户行为分析 / 187

- 6.2.1 每个用户行为指标的分析价值 / 188
- 6.2.2 基于用户行为指标的用户分布 / 190
- 6.2.3 基于用户细分的用户行为分析 / 193

6.3 用户忠诚度和价值分析 / 196

- 6.3.1 基于用户行为的忠诚度分析 / 196
- 6.3.2 基于用户行为的综合评分 / 198
- 6.3.3 用户的生命周期价值 / 203

6.4 本章小结 / 208

第7章我们的目标是什么——网站目标与KPI / 209

7.1 对网站进行全面货币化 / 210

7.1.1 设置电子商务追踪 / 210

7.1.2 对目标设定货币价值 / 214

7.2 创建网站分析体系 / 215

7.2.1 定义网站目标 / 215

7.2.2 获取并分解网站目标 / 216

7.2.3 聚焦网站的核心目标 / 219

7.2.4 关注每个分解的目标 / 219

7.2.5 创建网站分析的KPI / 221

7.3 KPI网站分析成功之匙 / 223

7.4 KPI在网站分析中的作用 / 223

7.4.1 网站分析KPI的5个标准 / 225

7.5 解读可执行的网站分析报告 / 226

7.5.1 可执行的网站分析报告的内容 / 227

7.5.2 KPI指标的创建及选择 / 228

7.5.3 网站分析关键KPI指标报告 / 230

7.5.4 关键KPI指标变化分析 / 231

7.5.5 访客行为货币化 / 231

7.5.6 创建属于你的Action Dashboard / 232

7.6 目标KPI的监控与分析 / 232

7.6.1 KPI的数据监控 / 232

7.6.2 KPI背后的秘密 / 237

7.7 本章小结 / 241

第8章深入追踪网站的访问者——路径与转化分析 / 242

8.1 探索用户的足迹——关键转化路径分析 / 243

8.1.1 明确关键转化路径 / 244

8.1.2 测量关键转化路径 / 245

8.1.3 漏斗模型的展现 / 246

8.1.4 有效分析转化路径 / 247

8.1.5 为什么使用漏斗图 / 249

8.1.6 网站中的虚拟漏斗分析 / 252

>> 网站分析实战——如何以数据驱动决策，提升网站价值

8.2 让用户走自己的路——多路径选择优化 / 255

8.2.1 简化用户转化路径 / 255

8.2.2 让用户选择适合自己的路 / 256

8.2.3 多路径转化数据分析 / 258

8.3 基于内容组的访问者路径分析 / 260

8.3.1 基于分析目的规划内容组 / 260

8.3.2 创建内容组前的准备工作 / 261

8.3.3 使用过滤器创建内容组 / 263

8.3.4 检查并优化内容组 / 264

8.3.5 访问者流报告功能概述 / 265

8.3.6 访问者流报告与其他功能配合使用 / 268

8.4 本章小结 / 270

第9章从新手到专家——网站分析高级应用 / 271

9.1 为你的网站定制追踪访问者行为 / 272

9.1.1 使用_trackPageview函数自定义页面名称 / 272

9.1.2 使用_trackPageview函数追踪出站链接 / 272

9.1.3 使用_trackPageview函数记录时间维度 / 273

9.1.4 使用_trackPageview函数记录页面状态 / 274

9.1.5 使用_trackPageview函数记录用户行为 / 274

9.2 按需求创建个性化报告 / 275

9.2.1 创建报告前的准备工作 / 275

9.2.2 设置自定义信息中心 / 276

9.2.3 对报告的用户权限进行管理 / 277

9.2.4 设置智能提醒和邮件报告 / 277

9.3 控制报告中的数据 / 278

9.3.1 过滤器基础 / 278

9.3.2 高级过滤器 / 282

9.4 快速数据导出工具 / 286

9.5 数据分析高级应用 / 288

9.5.1 网站内容关联推荐 / 289

9.5.2 KNN相关内容推荐 / 293

9.5.3 如何评估内容推荐的效果 / 297

9.6 本章小结 / 301

第 1 章

解密神奇的网站分析—— 网站分析的目的、流程及价值

为什么要对网站进行分析

网站分析是什么

如何进行网站分析

网站分析为什么很重要

网站分析带来的价值及改变

网站分析的基本流程

我能成为网站分析师吗

>> 网站分析实战——如何以数据驱动决策，提升网站价值

网站分析是一个全新的行业，很多人并不知道网站分析能为网站做些什么，大家经常会有这样那样的疑问，网站分析是干什么的？都分析哪些内容？为什么要对网站进行分析？这能带来什么价值？

因此，在开始工作之前，我们需要对网站分析的工作内容进行简单的介绍，并帮助大家了解网站分析可以为业务带来的价值和改变。在了解完这些内容之后，也许你会很希望成为一名网站分析师呢。

下面是一位新入职的网站分析师收到的运营总监发来的邮件，要求介绍一下网站分析的具体工作内容和对各部门的作用。让我们来看下他是如何回答这些问题并介绍自己的工作的。



Mr. WA，你好：

欢迎加入我们的团队，希望你在正式开始工作前能先与公司各部门进行简单沟通，介绍一下网站分析的工作内容，以及数据可以为他们及网站带来的变化和价值。

现在我最关注的是营销推广这个部门，他们的工作非常努力，但我却看不到任何的效果改善，我看重的不只是流量的多少，而是它能为网站带来多少收入。但现在我担心营销推广部门在向错误的方向努力，并且没有意识到这个问题的严重性。同时我也怀疑是否因为网站页面的设计问题掩盖了流量的效果。但这些都只是我的猜测，我希望能与他们进行沟通，解决这些问题。当然优化流量和改善页面并不是你的直接工作，但你必须为他们提供分析和建议，尽快在公司中形成数据氛围，保证各个部门向着同一个目标前进。

在这封邮件中，运营总监很希望让公司的各个部门了解数据和分析对于网站的重要性，同时，他遇到了一个棘手的问题：网站的流量无法创造更多的收入。而运营总监心里已经对这个问题有了初步的分析和判断，需要网站分析师通过具体的数据和分析找出问题并给出改善建议。最后他希望在公司中统一标准，尽快形成以数据说话的氛围。

网站分析师决定与各个部门进行一次网站分析基本方法的介绍，以自问自答的方式通俗易懂地介绍自己的工作内容，同时针对网站流量和页面介绍一些深入的分析方法，并为营销推广部门和产品部门提出一些可行的工作建议。

1.1 为什么要对网站进行分析

首先，网站分析师问一个所有人都想问的问题：为什么要对网站进行分析？或者说得更直接一些，我们为什么需要你？你能为我们带来什么价值？网站分析并不是所有网站的标准配置，很多网站都没有进行这项工作，但是他们依然存在，甚至很赚钱。那么我们为什么需要网站分析