

迈出第一步，
提升转化率，
让你的网站脱颖而出

做出搜索优化的正确决策，
提高网站流量的质量

百度统计： 网站数据分析实战

李迅◎编著

本书帮你

从看流量到看懂流量
从看数据到看懂数据
从了解访客的浏览行为到理解用户的搜索请求

清华大学出版社



百度统计： 网站数据分析实战

李迅◎编著

清华大学出版社
北京

内 容 简 介

本书通过浅显易懂的叙述方式和大量的图示,详细介绍了网站分析的关键技术要点,包括:网站分析中重要的数据、网站数据分析的工具、网站分析工具的使用技巧以及分析数据的方法。

本书共分为 11 章,首先让读者了解网站分析的作用和做网站分析必须了解的一些重要指标;然后介绍目前国内广泛使用的网站分析工具——百度统计,并对百度统计中各种维度的分析报告进行详细的阐述,包括推广报告、趋势报告、来源报告、网页分析报告、访客分析报告和各种优化报告,等等。

本书内容丰富、语言简洁、图文并茂,适合广大网络营销初学者及从事网络推广的企业和个体阅读,是站长和广大网站运营人员的必备手册。

本书封面贴有清华大学出版社防伪标签,无标签者不得销售。

版权所有,侵权必究。侵权举报电话:010-62782989 13701121933

图书在版编目(CIP)数据

百度统计:网站数据分析实战/李迅编著. —北京:清华大学出版社,2017
ISBN 978-7-302-45641-4

I. ①百… II. ①李… III. ①网站—数据管理 IV. ①TP393.092.1

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2016)第 283836 号

责任编辑:刘志彬 张 伟

封面设计:汉风唐韵

责任校对:宋玉莲

责任印制:王静怡

出版发行:清华大学出版社

网 址: <http://www.tup.com.cn>, <http://www.wqbook.com>

地 址:北京清华大学学研大厦 A 座 邮 编:100084

社 总 机:010-62770175 邮 购:010-62786544

投稿与读者服务:010-62776969, c-service@tup.tsinghua.edu.cn

质 量 反 馈:010-62772015, zhiliang@tup.tsinghua.edu.cn

印 装 者:三河市金元印装有限公司

经 销:全国新华书店

开 本:185mm×245mm

印 张:14.5

字 数:209千字

版 次:2017年2月第1版

印 次:2017年2月第1次印刷

印 数:1~4000

定 价:49.00元

产品编号:071102-01



前 言

一般网民使用搜索引擎的步骤是这样的。

在搜索框中输入需要查询的关键词→在检索出来的结果页面查找自己感兴趣的链接→点击链接进入网站。进入网站后的步骤最为关键,网民有以下两个选择。

(1) 如果页站内容不够吸引网民或者和网民需要寻找的东西大相径庭,那么网民就会离开网页。

(2) 如果网页内容很吸引网民或者正是网民所寻找的东西,那么网民就会采取下一步措施,比如,在线咨询客服进一步了解、下载软件或者购买产品。

在这个过程中,作为网站站长需要了解:网民是搜索什么词查到我们网站的?查看我们网站的描述后网民是否点击进入了网站?进入网站后在网站停留了多长时间?停留后是不是进行了咨询或者购买等操作?得到这些数据后站长如何分析这些数据?如何通过分析的结论不断地优化网站的内容结构,从而达到网站实现销售的最终目的呢?

回答这些问题的过程就是网站数据分析,也就是本书要告诉你的秘密!

本书内容

在对网站进行运营管理的过程中,运营人员和老板最关心的就是网站的流量数据了,运营人员每天都要使用辅助工具查看网站的流量与其他各项数据的指标,其中最重要的就是网站流量统计工具。通过流量统计工具,我们可以清楚地了解访客是怎样找到并访问了自己的网站,访客在访问的过程中,进行了哪些具体操作等,只有掌握了这些关键数据,才能帮助我们的产品把用户体验做得更好和更准确,从而更好地提升网站的投资回报率。本书的目的就是详细介绍百度统计工具的使用方法,包括百度统计的安装、设置、统计报表的获取及报表数据分析。

本书特色

(1) 由浅入深,层层递进。本书先讲述百度统计的安装,再逐步介绍百度统计的设置、报表的获取,最后则是最难的分析报表数据。

(2) 实用性强。本书讲述的很多东西都是站长平时工作中需要用到的部分,实用性非常强,包括一些流量分析的小技巧、提高转发率的小技巧等,如果站长不会这些,就等于被捆住了手脚。

(3) 注重细节。本书对操作描述非常详细,即使是没有多少网络基础的初学者也能一目了然,尤其是百度统计工具,一个页面中有太多需要设置的地方,为了防止初学者遗漏关键,本书的设置步骤细致有序。

本书读者

网站站长

网站策划人员

网页设计人员

网络营销人员

网络优化人员

网站推广人员

从事互联网销售的人员

各企业的推广人员

本书由李讯统筹编写,高智雷参与写作了部分章节,同时参与本书其他章节编写的还有黄维、金宝花、李阳、程斌、胡亚丽、焦帅伟、马新原、能永霞、王雅琼、于健、周洋、谢国瑞、朱珊珊、李亚杰、王小龙、张彦梅、李楠、黄丹华、夏军芳、武浩然、武晓兰、张宇微、毛春艳、张敏敏、吕梦琪等。在此一并感谢。

鉴于作者水平有限,书中难免有疏漏之处,敬请广大读者朋友批评指正,并提出宝贵意见。

作 者

2016年12月



目 录

第 1 章 让你的营销投入有成效	1
1.1 网站分析	2
1.2 网站分析的作用	2
1.3 网站分析指标	3
1.3.1 网站流量指标	4
1.3.2 用户行为指标	5
1.3.3 用户浏览方式指标	6
1.3.4 转化指标	6
1.4 小结	7
第 2 章 流量走向就是客户喜好	8
2.1 常用的网站流量数据统计工具	9
2.2 什么是百度统计	10
2.3 百度统计的优势	11
2.4 百度统计的账户分类	13
2.5 开通百度统计的方式	14
2.6 确定代码正确安装的方法	18
2.6.1 使用百度统计中的代码自动检查工具	19

2.6.2	查看页面源文件/源代码的方式	19
2.6.3	了解是否正确安装了代码	20
2.7	添加多个网站到百度统计	23
2.8	从百度统计账户中删除不想再跟踪的网站	24
2.9	推广域名换后怎样保证原来的数据不丢失	25
2.10	小结	27
第3章	获取网站数据的关键设置	28
3.1	网站统计规则设置	29
3.2	可供设置的统计规则	29
3.3	统计规则设置	30
3.3.1	统一页面地址设置	31
3.3.2	排除 IP 地址设置	32
3.3.3	排除来源网站域名设置	33
3.3.4	排除受访网站域名设置	33
3.3.5	跨域监控设置	33
3.4	子目录设置	34
3.4.1	子目录与二级域名的区别	35
3.4.2	如何添加子目录	35
3.4.3	正则表达式	36
3.4.4	通配符的使用	37
3.5	转化设置	39
3.5.1	页面转化	40
3.5.2	页面转化目标设置	40
3.5.3	目标 URL 设置	41
3.5.4	记录方式设置	42
3.5.5	收益设置	43

3.5.6	路径与目标的关系	44
3.5.7	路径类型设置	45
3.5.8	事件目标	46
3.5.9	如何查看事件 ID 元素	48
3.5.10	什么对象无法设置为事件目标	48
3.5.11	事件目标的修改、删除和暂停	50
3.5.12	时长转化	50
3.5.13	指定广告跟踪设置	51
3.6	系统管理设置	53
3.6.1	权限账户设置	53
3.6.2	统计图标设置和报告发送设置	58
3.7	热力图设置	60
3.8	小结	62
第 4 章	挖掘数据, 调整策略	63
4.1	通过网站分析挖掘数据	64
4.1.1	百度统计提供的报告	64
4.1.2	网站分析的思路	66
4.1.3	网站分析	67
4.1.4	趋势分析	69
4.2	来源分析	72
4.2.1	搜索引擎流量分析	73
4.2.2	搜索词流量分析	74
4.2.3	外部链接流量分析	77
4.2.4	直接访问流量分析	81
4.3	页面分析	82
4.3.1	受访页面分析	82

4.3.2	人口页面分析	85
4.4	访客分析	90
4.5	小结	90
第5章	改善网络营销推广方案	91
5.1	推广概况	92
5.1.1	趋势分析	94
5.1.2	全部推广方式-推广账户	94
5.1.3	全部推广方式-推广方式	95
5.1.4	全部推广方式-设备	95
5.1.5	全部推广方式-地域	95
5.2	推广方式页面	96
5.2.1	搜索推广分析	97
5.2.2	账户结构分析	97
5.2.3	账户单元分析	99
5.3	关键词分析	101
5.3.1	关键词展现量分析要点	101
5.3.2	消费分析要点	101
5.3.3	平均单击价格分析要点	102
5.3.4	点击率分析要点	103
5.3.5	平均排名分析要点	103
5.4	搜索词分析	104
5.5	创意分析	106
5.6	推广 URL 分析	107
5.7	网盟推广页面	109
5.7.1	网盟推广计划分析	109
5.7.2	网盟推广组分析	111

5.7.3	网盟投放网站分析	111
5.7.4	投放网络分析	114
5.7.5	网盟创意分析	115
5.7.6	网盟关键词分析	117
5.7.7	推广 URL 打开速度	119
5.7.8	为什么要关注 URL 打开速度	119
5.7.9	影响 URL 打开速度的因素	120
5.7.10	推广 URL 速度报告	121
5.8	小结	123
第 6 章	掌握流量规律,制定网络运营策略	124
6.1	趋势分析的作用	125
6.2	影响流量变化的因素	126
6.3	实时访客报告	127
6.3.1	访客高级筛选	128
6.3.2	访客标识码与访问 IP 的区别	130
6.3.3	如何屏蔽无效访客	131
6.4	今日统计报告	134
6.5	昨日统计报告	136
6.6	最近 30 天报告	136
6.7	小结	137
第 7 章	你的客户从哪里来	138
7.1	全部来源报告	140
7.1.1	搜索引擎报告	141
7.1.2	搜索词报告	142

7.1.3	百度统计中搜索词和关键词的区别	142
7.1.4	搜索词(分搜索引擎)报告	142
7.1.5	百度指数	143
7.1.6	热门搜索词	144
7.1.7	搜索来路 URL	145
7.2	如何根据搜索词来添加否定关键词	146
7.3	历史趋势	146
7.4	小结	147
第8章	细节决定成败——页面分析	148
8.1	受访页面	149
8.1.1	页面价值分析	151
8.1.2	入口页分析	151
8.1.3	退出页分析	152
8.2	受访域名分析	154
8.3	入口页面报告	154
8.3.1	通过访问入口报告做新访客分析	154
8.3.2	通过访问入口报告做吸引力分析	156
8.3.3	通过访问入口报告做转化分析	158
8.4	页面点击图	160
8.4.1	热力图分析	161
8.4.2	链接点击图分析	163
8.5	页面上下游	164
8.5.1	页面上下游	164
8.5.2	如何添加监控页面	165
8.5.3	页面上下游报告可以提供哪些信息	165
8.5.4	怎样分析页面上下游数据	166

8.6	小结	168
第 9 章	让客户属性更加清晰.....	169
9.1	地域分布	170
9.1.1	地域分布报告	170
9.1.2	地域分部报告中的地域与百度推广的地域设置的关系 ...	171
9.2	系统环境	172
9.3	新老访客报告	173
9.4	访客属性	175
9.5	忠诚度	176
9.5.1	访问深度和访问页数的区别	176
9.5.2	影响访客忠诚度的因素	177
9.6	小结	178
第 10 章	为营销活动提供准确数据	179
10.1	子目录报告	180
10.1.1	子目录设置	180
10.1.2	查看子目录报告	182
10.2	转化路径报告	185
10.2.1	转化目标	185
10.2.2	页面转化设置详解	187
10.2.3	页面转化设置实例	192
10.2.4	提升网站转化率的方法	194
10.3	指定广告跟踪报告	197
10.4	小结	200

第 11 章 优化,让每一分钱都投到实处	201
11.1 SEO 建议	202
11.1.1 修改 Meta 信息的注意事项	202
11.1.2 修改图片 Alt 信息的注意事项	204
11.2 搜索词排名	204
11.3 百度索引量查询	207
11.3.1 百度索引量	207
11.3.2 百度索引量与 site 的区别	207
11.4 网站速度诊断	209
11.4.1 网站速度诊断优点	209
11.4.2 如何进行网站速度诊断	210
11.4.3 影响网站速度的因素	211
11.4.4 加快网站打开速度的解决方案	212
11.4.5 如何查看已经分析过的页面	213
11.5 升降榜	214
11.6 小结	215



第 1 章

让你的营销投入有成效

我们在网站上运用一些营销手段后,需要知道该手段是否有效,以及哪些部分是有效的,有什么成效,这时候就需要对网站的一系列数据进行收集和分析,把隐没在一大批看起来杂乱无章的数据中的信息集中、萃取和提炼出来,以找出所研究对象的内在规律。分析数据可以帮助我们做出判断,并采取适当的措施对网站进行调整。

本章为读者阐述用何种方式获取网站中隐藏的数据,以及如何分析数据,并在数据分析的过程中采取措施进行改进,以创造更好的营销效果。

1.1 网站分析

网站分析就是对进入网站的访客数量及行为的研究,在获得网站访问量等基本数据后,分析网站数据,从中发现访客访问网站的规律和特点,并将这些规律与网络营销策略等相结合,从而发现目前网络营销活动和运营中可能存在的问题和机遇,并为进一步修正或重新制定策略提供依据。

简而言之,网站分析就是通过分析网站数据,发现问题和机遇。

1.2 网站分析的作用

网站分析的最终目的是利用分析的结果来指导网站监控流量、吸引流量、保留流量,并利用流量完成转化等目标,网站分析的作用主要包括以下几点。

1. 监控网站运营状态

网站分析最基本的应用就是监控网站的运营状态。收集网站日常产生的各类数据,包括浏览量、点击量、IP 数等,并通过统计这些数据生成相应的报表,对网站的运营状态进行系统的展现。从浏览量、点击量等数据的变化趋势,以及页面访问时长、页面跳出率等数据,能帮助运营者从各个角度了解网站的状况是否良好。

2. 提升网站推广效果

通过网站的数据分析可以进行相关的推广效果评估,指导网站的推广方式。分析网站在各搜索引擎的搜索词排名和单击率情况,以及网站在搜索引擎的收录、排名和展现情况。了解从搜索引擎商业推广结果页导入的流量后续表现,进

而调整网页在搜索结果页上的排名,针对搜索引擎用户展开营销活动。

3. 优化网站结构

通过统计的数据对网站布局的合理性及吸引力、频道间的相关性等情况进行评估,分析网站内/外流量导入/导出的情况,了解合作网站,评估广告投放的真实效果,分析各个频道间流量的相互贡献程度,分析网站用户的访问路径,了解网站建设中的潜在问题。根据搜索的关键词分析,可帮助网站进行内容优化及页面布局,了解频道间相关性,帮助改善网站内容,了解外部导入网站带来的合作价值,分析市场活动的行为指向,了解市场运作及合作方带来的流量价值。

4. 提升访客对网站的黏度

通过对网站浏览量、点击量、跳出率等数据的分析,运营者可以了解到访客从哪里来,关注些什么内容,访客从哪里流失得最多,由此可以了解到网站的哪些内容是网民感兴趣,哪些内容是网民不感兴趣的,了解访问者最常进入以及最终流失的路径,从而找到留住忠实访问者及避免用户流失的方法。

1.3 网站分析指标

网站分析中都用到哪些衡量指标?又如何分析这些指标呢?举个例子来说明,如果要经营一家书店,那么目标就是让客人到书店里多停留、多购买。为了达到这个目标,我们先要了解有多少人进了我的书店,看过什么类型的书,有多少人又最终购买了书;分析哪类书比较畅销,比较受人关注。统计分析完后,把畅销的书摆在显眼的、容易拿到的位置,把无人问津的书下架等。

类似地,在网站分析中我们也要了解这些数据,并作为后续业务调整的依据。比如,多少人进入了网站、浏览了多少页面、多少人注册成为会员等,网站分析指标数据化地呈现网站运营的状况,帮助站长从各维度了解访客的数量及行为,然