

44-3.實作GA4實務4:GA4 user使用者報表(找出我的目標客戶:國家,地區,城市,性別,年齡)

內容

44-3.實作GA4實務4:GA4 user使用者報表(找出我的目標客戶:國家,地區,城市,性別,年齡)	3
◎1-你的電商網站過去30天哪個國家來的人最多?	3
◎2-你的電商網站過去30天哪個城市來的人最多?	4
◎3-你的電商網站過去30天哪個性別來的人最多?	5
◎4-你的電商網站過去30天哪個興趣傾向來的人最多?	6
◎5-你的電商網站過去30天哪個年齡層來的人最多?	7
◎6-你的電商網站過去30天使用哪個語言來的人最多?	8
◎7-你的電商網站過去120天平均價值是多少?	9
44-4.客層詳情:	12
◎8-你的電商網站過去30天哪個國家的活躍使用者最多?	12
◎9-你的電商網站過去30天哪個區域的活躍使用者最多?	13
◎10-你的電商網站過去30天哪個性別的新使用者最多?	14
◎11-你的電商網站過去30天哪個年齡層的互動工作階段最多?	15
◎12.為什麼GA4的【活躍使用者數量】與【互動工作階段數】,這兩個數值會不同?	16
◎13-什麼是互動工作階段?	19
◎14-互動率,有什麼實際用途?	20
◎15-情境模擬題:	22
◎15-你的電商網站過去30天user整體的參與度多少?	24
◎16-什麼是參與度?計算公式是什麼?	25
◎17-你的電商網站過去30天user整體的參與度是如何計算出來的?	29
◎18-你的電商網站過去30天哪個年齡層的參與度是高於70%的?	31
◎19-你的電商網站過去30天哪個性別的參與度是高於70%的?	32
◎20-選擇你的目標客戶是【男性,35-44歲】	33
◎21-你的電商網站過去30天哪個國家的目標客群【男性,35-44歲】參與度有超過70%?	37

44-3.實作GA4實務4:GA4 user使用者報表(找出我的目標客戶:國家,地區,城市,性別,年齡)

◎1-你的電商網站過去30天哪個國家來的人最多？



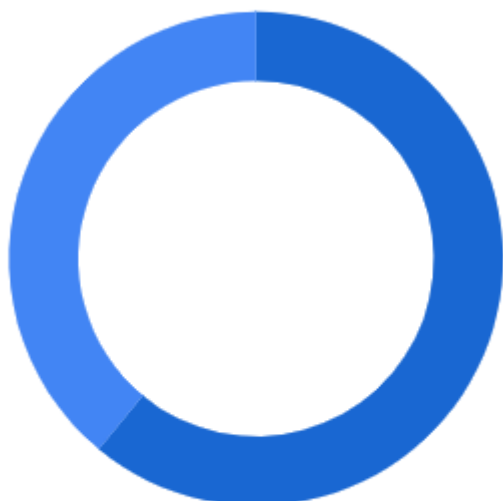
◎2-你的電商網站過去30天哪個城市來的人最多？

活躍使用者▼ 劃分依據： 城市 

城市	活躍使用者
Aspen	3,950
New York	1,477
Brook Park	1,288
Mountain View	1,228
Toronto	987
San Jose	756
Sunnyvale	744

◎3-你的電商網站過去30天哪個性別來的人最多？

活躍使用者 ▾ 劃分依據：性別



● MALE
61.0%

● FEMALE
39.0%

[檢視性別](#) →

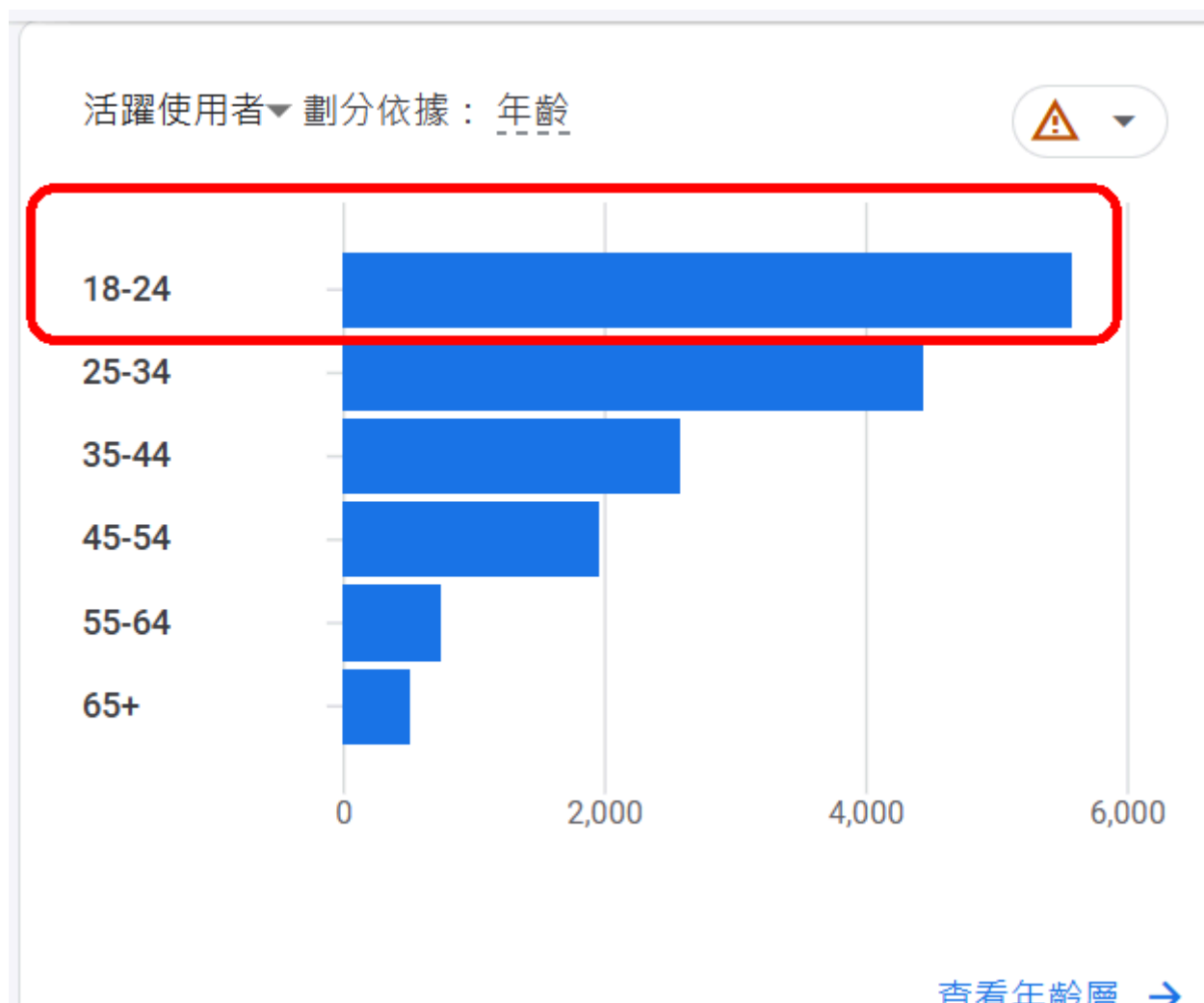
◎4-你的電商網站過去30天哪個興趣傾向來的人最多？

活躍使用者 ▼ 劃分依據：興趣  ▼

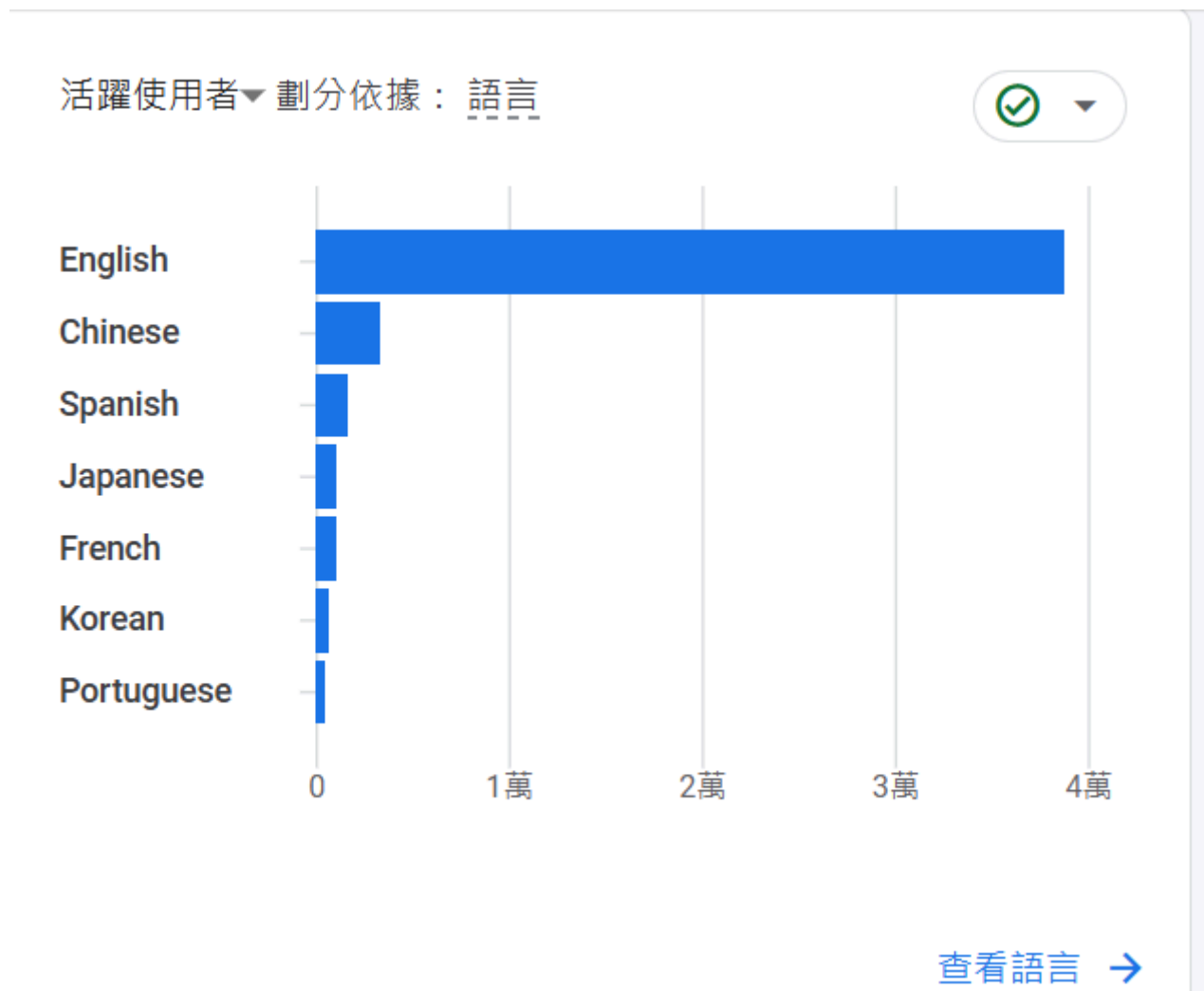
興趣	活躍使用者
Technology/Technop...	776
News & Politics/Avid...	647
Banking & Finance/A...	576
News & Politics/Avid...	469
News & Politics/Avid...	466
Technology/Mobile E...	430
Shoppers/Shopping ...	426

[查看興趣](#) →

◎5-你的電商網站過去30天哪個年齡層來的人最多？



◎6-你的電商網站過去30天使用哪個語言來的人最多？



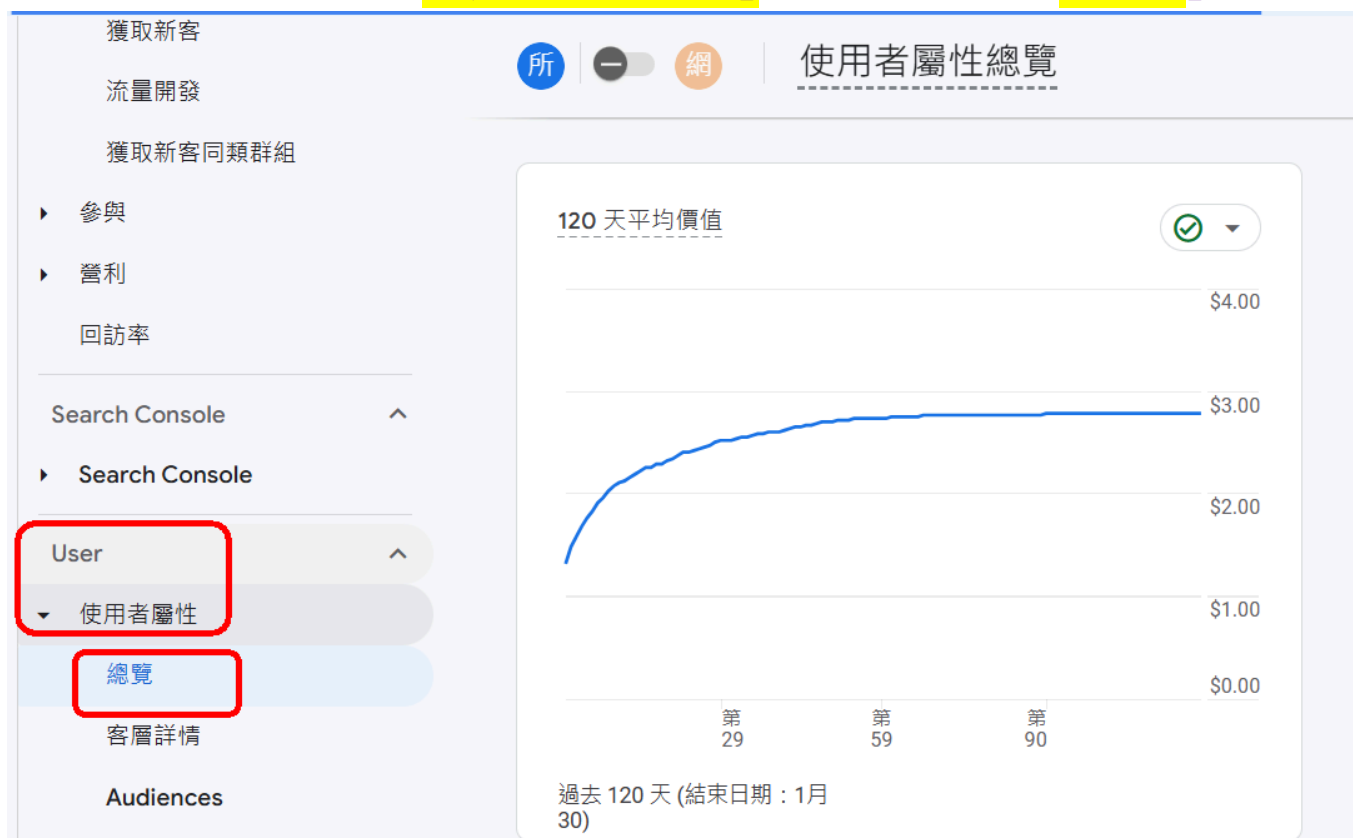
◎7-你的電商網站過去120天平均價值是多少？

(1). 2個GA4評估客戶貢獻度的指標

?? ?	衡量的是：客戶「 是否有轉換 」，而非「 轉換金額高低 」。	【量】的指標
?? ?	衡量每位使用者在 120 天內的 平均貢獻收益 （可以看出客戶 貢獻價值的高低 ）	【值】的指標 【質】的指標

(2).【120天平均價值】的指標用途：行銷成效評估：

- 1. 了解是否因為【???, ???】，實際提升訪客【???】。
- 2. 若此指標提升，代表流量「???」提升。而非只是「???」的提升



(1). 2個GA4評估客戶貢獻度的指標

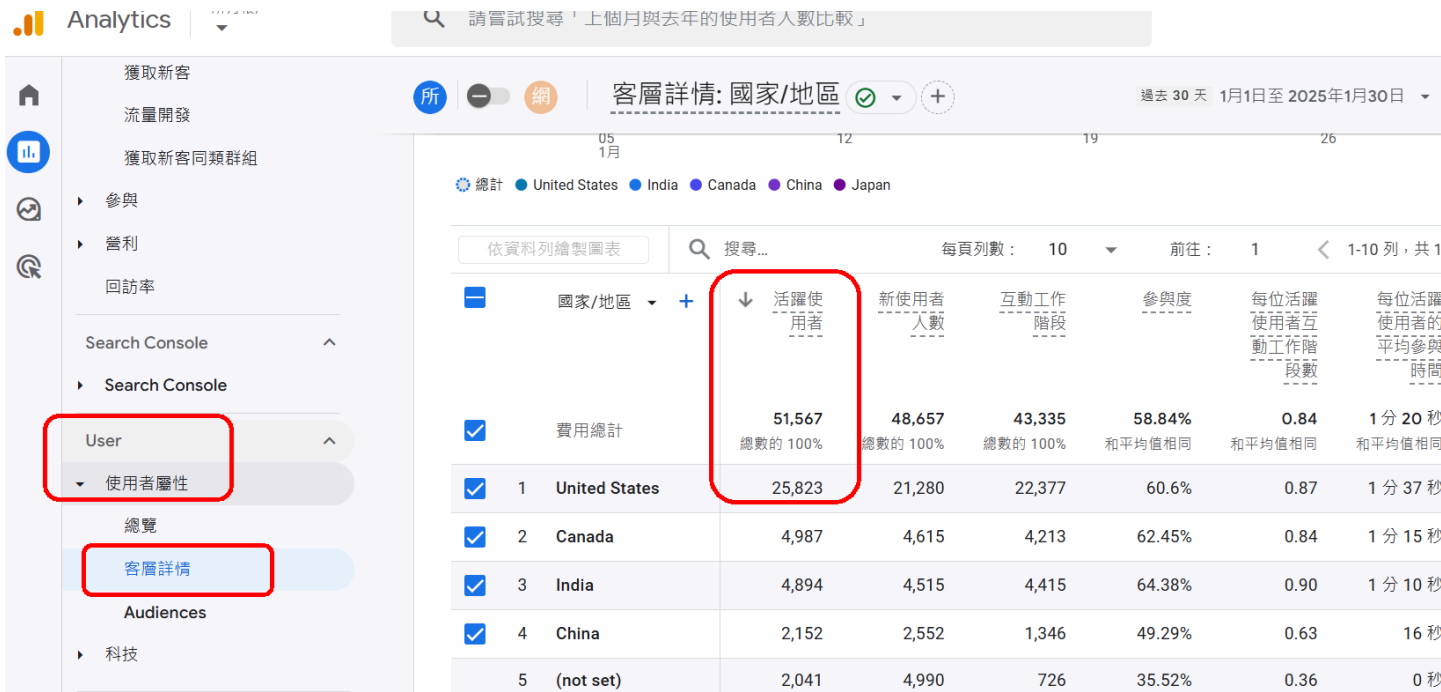
交易轉換率	衡量的是：客戶「是否有轉換」，而非「轉換金額高低」。
120天平均價值	衡量每位使用者在 120 天內的平均貢獻收益（可以看出客戶貢獻價值的高低）

(2).【120天平均價值】的指標用途：行銷成效評估：

- 1. 了解是否因為【近期投放廣告、促銷活動】，實際提升【訪客1季內的價值】。
- 2. 若此指標提升，代表流量「質」提升。而非只是「量」的提升

44-4.客層詳情：

◎8-你的電商網站過去30天哪個國家的活躍使用者最多？



◎9-你的電商網站過去30天哪個區域的活躍使用者最多？

Analytics 所有帳戶

請嘗試搜尋「上個月與去年的使用者人數比較」

獲取新客
流量開發
獲取新客同類群組

參與
營利
回訪率

Search Console

User

使用者屬性

總覽

客層詳情

Audiences

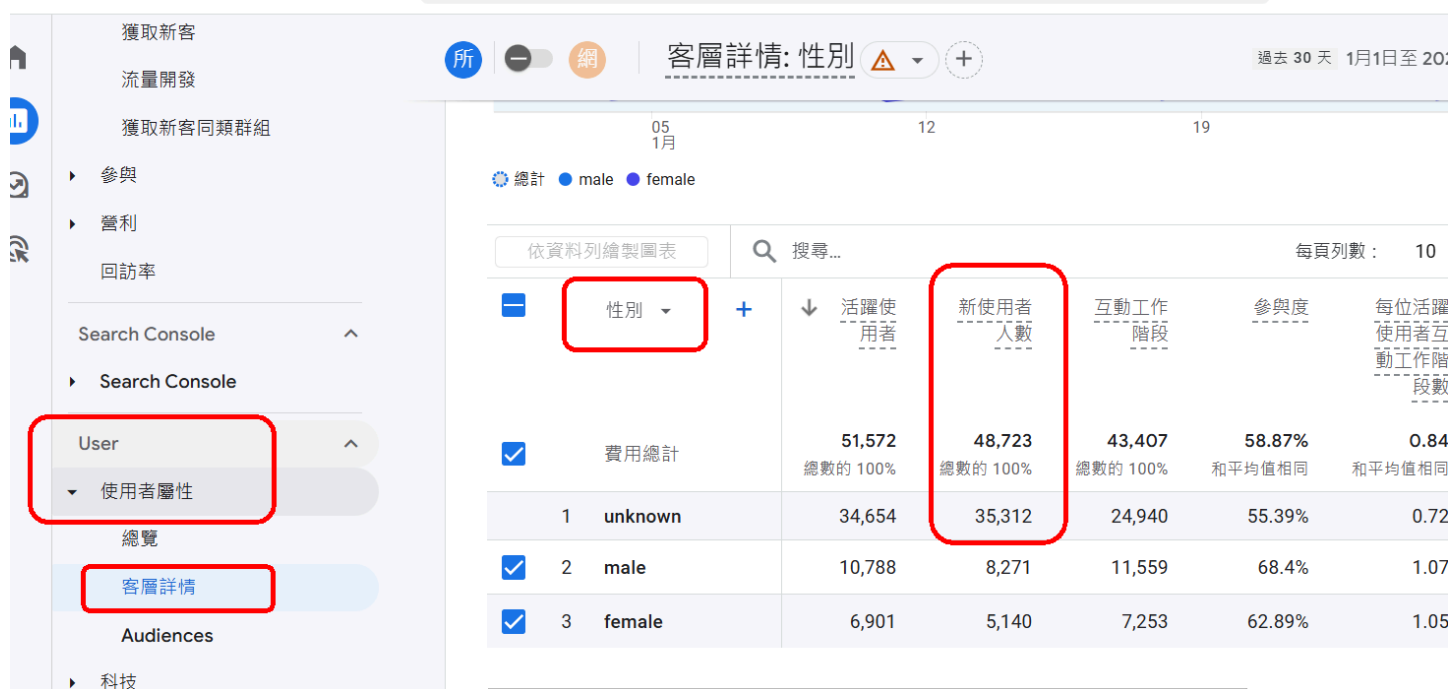
科技

所 網 客層詳情: 區域

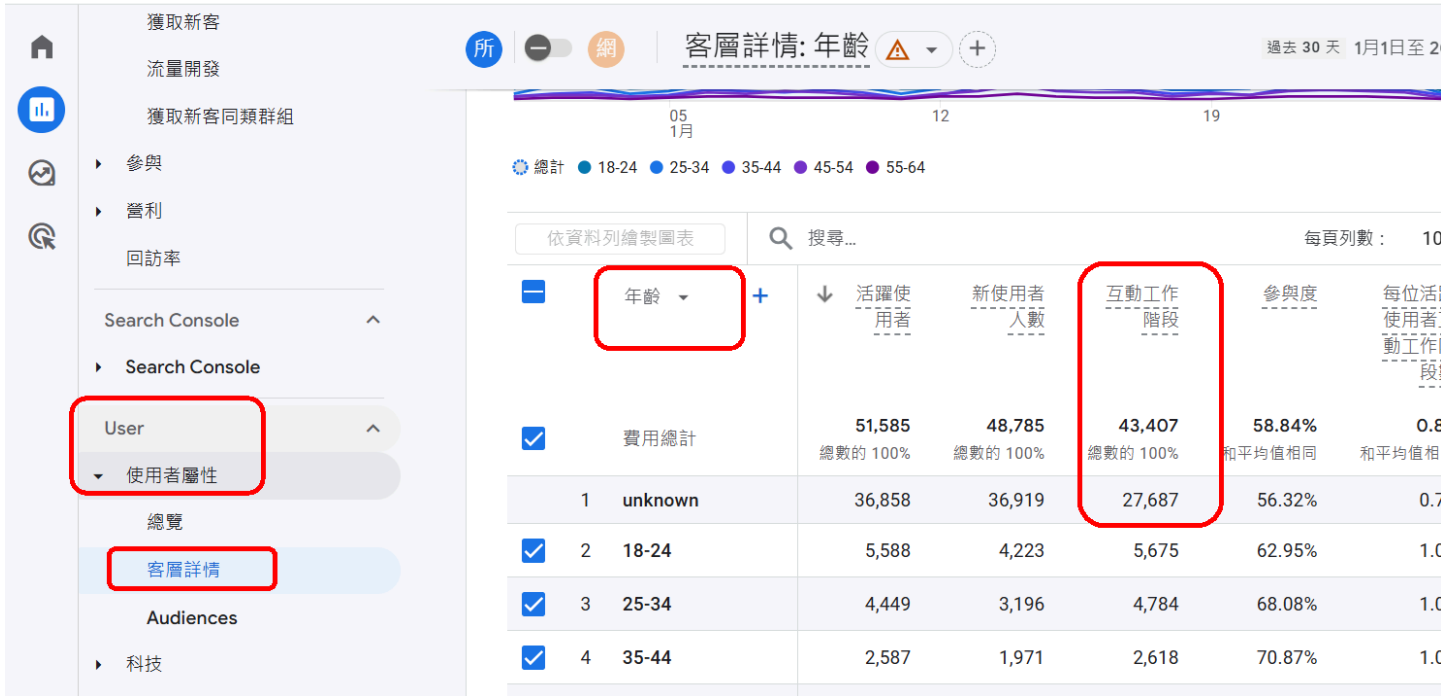
過去 30 天 1月1日至

	區域	活躍使用者	新使用者人數	互動工作階段	參與度	每位活躍使用者互動次數
☒	費用總計	51,569 總數的 100%	48,701 總數的 100%	43,335 總數的 100%	58.84% 和平均值相同	0 和平均值相同
☒	1 California	6,111	4,327	7,184	72.32%	1
☒	2 Colorado	4,370	4,268	1,448	31.46%	0
	3 (not set)	4,367	7,206	2,180	42.38%	0
☒	4 Ontario	2,486	2,250	2,195	62.75%	0
☒	5 New York	1,791	1,381	1,790	67.96%	1
☐	6 Ohio	1,660	1,567	869	45.5%	0
☒	7 Texas	1,577	1,284	1,525	68.35%	0
☐	8 Virginia	1,353	1,151	1,128	58.93%	0

◎10-你的電商網站過去30天哪個性別的新使用者最多？



◎11-你的電商網站過去30天哪個年齡層的互動工作階段最多？



◎ 12. 為什麼GA4的【活躍使用者數量】與【互動工作階段數】，這兩個數值會不同？

- 1.「活躍使用者數量」是以「**???**」計算，而「互動工作階段數」是以「**???**」計算。
- 2.一位使用者一天內可能產生多個「**互動工作階段**」，但「**活躍使用者數量**」只會被計算**???**人，因此「**互動工作階段數**」通常會比「**活躍使用者數**」量高。
- 3.互動工作階段的任何1種條件：
 - 停留時間 $\geq$ **???** 秒(用戶至少在頁面上停留 10 秒以上)。
 - 觸發至少 **1 個 ??? (Conversion Event)** (例如:購買、點擊按鈕、填寫表單)。
 - 瀏覽至少 **??? 個網頁** 或應用程式畫面
- 4. 新user一定是【**活躍使用者**】，但不一定有【**互動工作階段**】
- 5.使用者可能被計算為活躍使用者，但不一定滿足「互動工作階段」的條件
(例如停留 5 秒就離開，可能是「**???**」，但不是「**???**」)。

(1). 為什麼GA4的【活躍使用者數量】與【互動工作階段數】，這兩個數值會不同？

- 1.「活躍使用者數量」是以「**人數**」計算，而「互動工作階段數」是以「**工作階段**」計算。
- 2.一位使用者一天內可能產生多個「**互動工作階段**」，但「**活躍使用者數量**」只會被計算1人，因此「**互動工作階段數**」通常會比「**活躍使用者數**」量高。
- 3.互動工作階段的任何1種條件：
 - 停留時間 $\geq$ **10** 秒(用戶至少在頁面上停留 10 秒以上)。

- 觸發至少 **1 個轉換事件 (Conversion Event)** (例如: 購買、點擊按鈕、填寫表單)。
- 瀏覽至少 **2 個網頁** 或應用程式畫面

- 4. 新user一定是【**活躍使用者**】，但不一定有【**互動工作階段**】
- 5. 使用者可能被計算為活躍使用者，但不一定滿足「互動工作階段」的條件
(例如停留 5 秒就離開，可能是「**活躍使用者數量**」，但不是「**互動工作階段數**」)。

◎13-什麼是互動工作階段？

互動工作階段

英文翻譯：???

什麼是**互動工作階段**？ (Engaged Session)

- 1.定義：互動工作階段：
 - 使用者在網站或應用程式上的**互動時間超過一定門檻**，或**執行特定行為**的工作階段。
- 2.互動工作階段的任何1種條件：
 - 停留時間 ≥ 10 秒（用戶至少在頁面上停留 10 秒以上）。
 - 觸發至少 1 個轉換事件（Conversion Event）（例如：購買、點擊按鈕、填寫表單）。
 - 瀏覽至少 2 個網頁或應用程式畫面（即「跳出率 $\neq 100\%$ 」）

◎14-互動率，有什麼實際用途？

??? = 互動率(定義)

英文翻譯：???

互動率對電商行銷的重要性

- 如果 **互動率** **過低**，可能代表：
 - 使用者進站後很快離開。
 - 網站內容沒有吸引力。
 - 需要優化廣告著陸頁。

如何解讀互動率？

- **互動率高** (> **70%**) →
 - 使用者對網站內容感興趣，可能有較高轉換率。
- **互動率低** (< **50%**) →
 - 訪問者進來後大多數很快離開，
- **改善計劃**，可能需要：
 - 改善網站內容
 - 優化著陸頁
 - 調整廣告投放策略

互動率 : Engagement Rate

◎15-情境模擬題：

- (1) 例子：小明一天內多次訪問
 - 上午 9:00：小明瀏覽了 15 秒，並查看了 3 個頁面。
 - 下午 3:00：小明再次回到網站，停留 12 秒，但沒有點擊任何東西。
 - 晚上 8:00：小明回來，這次停留 20 秒，並觸發一個轉換事件。
- 結果：
 - 活躍使用者數量 = ???
 - 互動工作階段數量 = ???
 - （因為小明當天有 3 次符合條件的訪問）
 - 互動工作階段數量通常會比活躍使用者數量高，
 - 因為一位使用者可能有多次互動工作階段。
- (2) 例子：小華快速訪問
 - 小華透過 Facebook 廣告點擊，第1次進入網站。
 - 他只停留 5 秒，然後關閉網站。
- 結果：
 - 活躍使用者數量 = ???
 - 互動工作階段數量 = ???

- (1)一位使用者可能產生多個「互動工作階段」

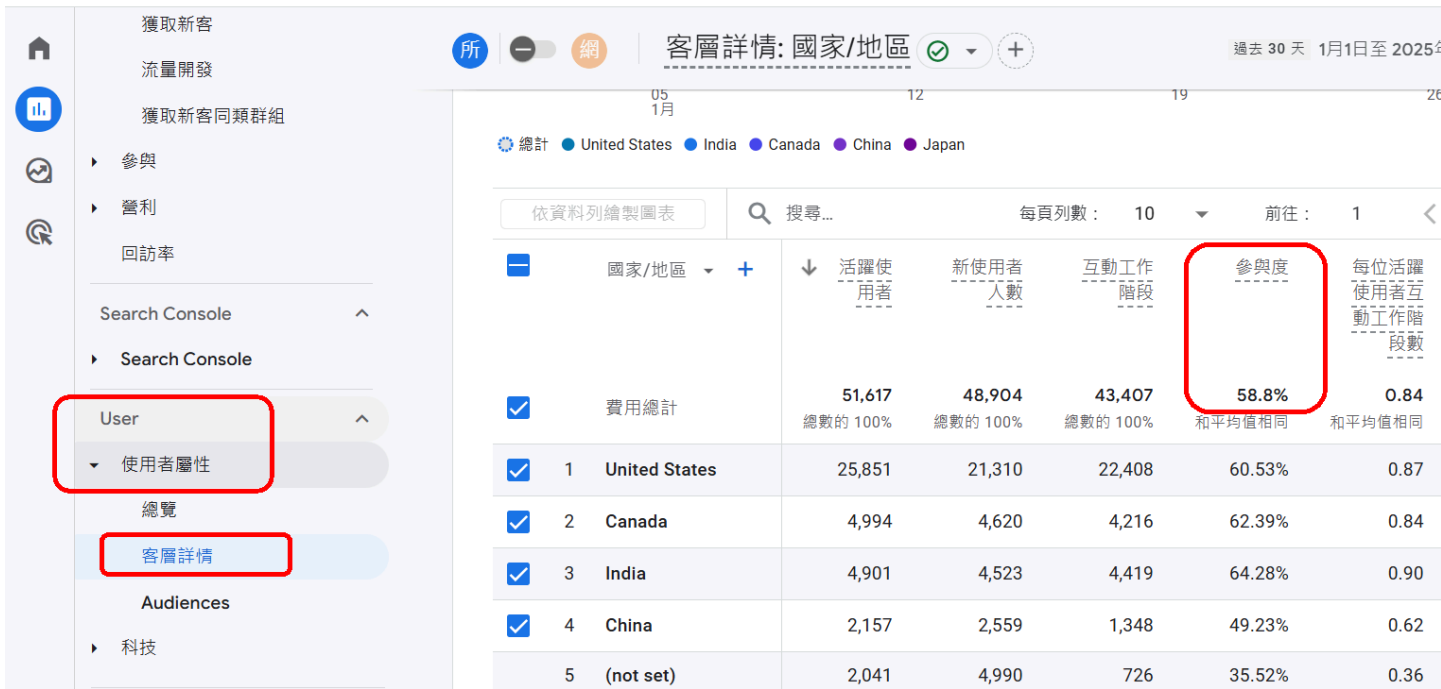
- 例子:小明一天內多次訪問
 - 上午 9:00:小明瀏覽了 15 秒, 並查看了 3 個頁面。
 - 下午 3:00:小明再次回到網站, 停留 12 秒, 但沒有點擊任何東西。
 - 晚上 8:00:小明回來, 這次停留 20 秒, 並觸發一個轉換事件。

- 結果:
 - 活躍使用者數量 = 1
 - 互動工作階段數量 = 3
 - (因為小明當天有 3 次符合條件的訪問)
 - 互動工作階段數量通常會比活躍使用者數量高,
 - 因為一位使用者可能有多次互動工作階段。

- (2) 例子:小華快速訪問

- 小華透過 Facebook 廣告點擊, 第1次進入網站。
- 他只停留 5 秒, 然後關閉網站。
- 結果:
 - 活躍使用者數量 = 1
 - 互動工作階段數量 = 0
 - 因為他觸發 `user\_engagement` 事件(超過 1 秒), 所以仍然被記錄為「活躍使用者」
 - 但他的停留時間 < 10 秒, 沒有觸發轉換, 沒有瀏覽 2 頁以上, 因此不符合「互動工作階段」的條件

◎15-你的電商網站過去30天user整體的參與度多少？



◎16-什麼是參與度？計算公式是什麼？

參與度(互動率)的英文翻譯：???

參與度(互動率)公式：???

user → 工作階段 → 事件

事件

：在 Web/App 上的
互動動作。

參數

：描述、分類事件。

轉換

：為每個要計為轉換的動作
指定「轉換事件」。



不同參數定義不同事件

一個使用者

產生多個工作階段

每個工作階段會有多個事件發生

有些事件被標示為轉換

工作階段

又稱「工作階段開始」（預設
閒置超過 30 分鐘工作階段就
會結束）。

互動工作階段

持續超過 10 秒、曾發生至少
1 次轉換事件或至少 2 次網頁
或畫面瀏覽的工作階段數。

參與度

「互動工作階段」除以「工作
階段」。

參與率 (Engagement Rate)

- 參與率：「參與度」是用來衡量使用者與網站或應用程式**互動程度**的指標

$$\text{參與率} = \frac{\text{參與工作階段數}}{\text{總工作階段數}}$$

工作階段

又稱「工作階段開始」（預設閒置超過 30 分鐘工作階段就會結束）。

互動工作階段

持續超過 10 秒、曾發生至少 1 次轉換事件或至少 2 次網頁或畫面瀏覽的工作階段數。

參與度

「互動工作階段」除以「工作階段」。

$$\text{參與度} = \text{互動率} = \text{Engagement Rate} \\ = \text{參與工作階段數} / \text{總工作階段數}$$

計算**互動率，參與度**（Engagement Rate）

• 公式：

$$\text{互動率} = \frac{\text{互動工作階段數}}{\text{總工作階段數}} \times 100\%$$

工作階段

又稱「工作階段開始」（預設閒置超過 30 分鐘工作階段就會結束）。

互動工作階段

持續超過 10 秒、曾發生至少 1 次轉換事件或至少 2 次網頁或畫面瀏覽的工作階段數。

參與度

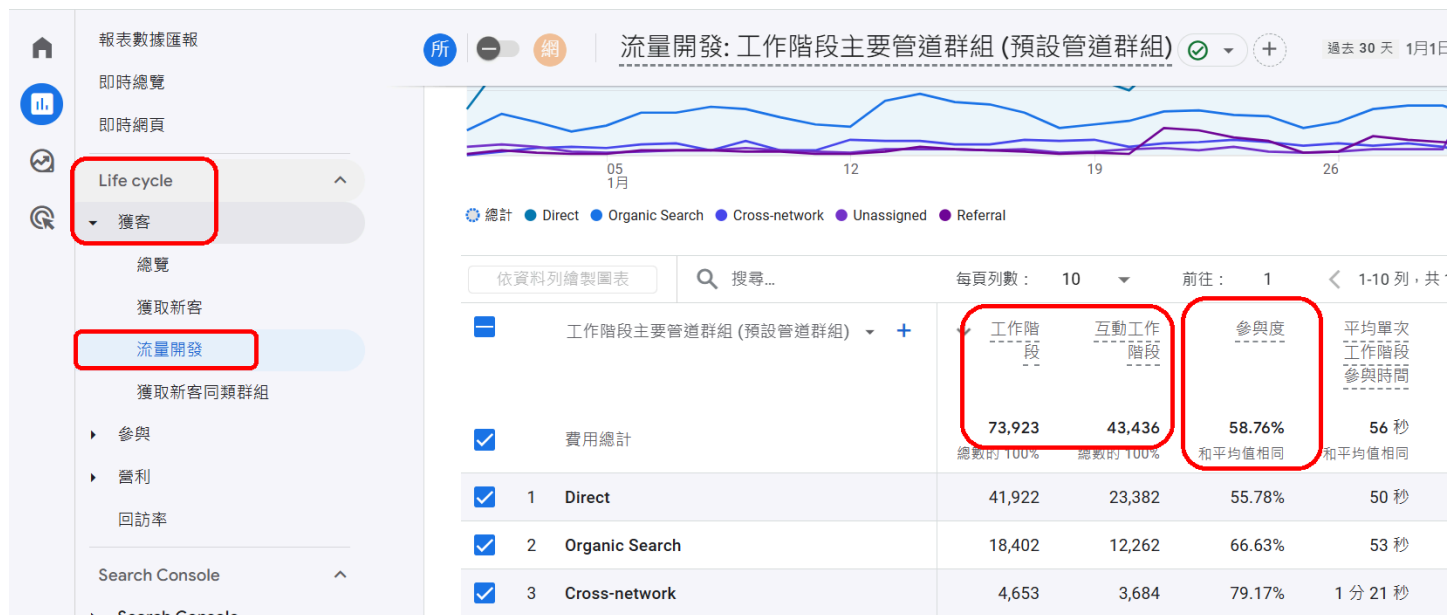
「互動工作階段」除以「工作階段」。

工作階段 vs 互動工作階段

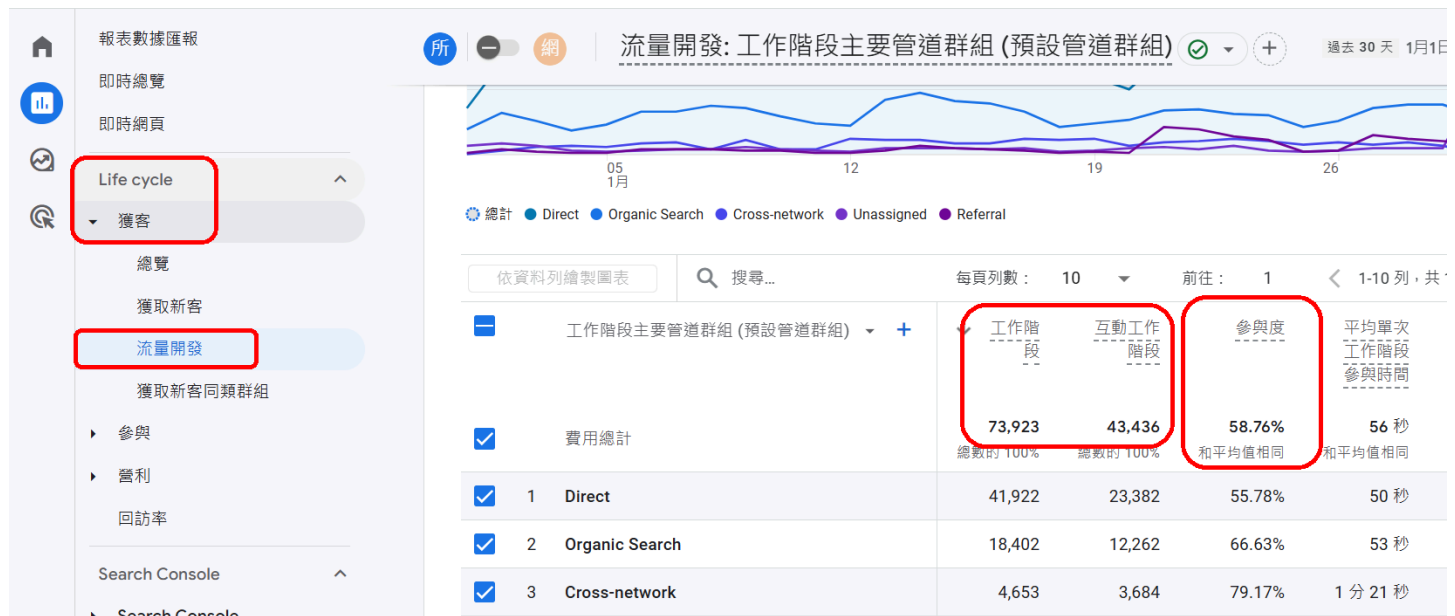
工作階段數 (Total Sessions)	每次使用者進站時計算一次，不論是否有互動 超過30分鐘，就會換成下一個工作階段	使用者每次進站 = 1 個工作階段
互動工作階段 (Engaged Sessions)	符合「互動」條件的工作階段	需滿足以下其中之一： ☒ 停留 ≥ 10 秒 ☒ 觸發轉換事件 ☒ 瀏覽 2+ 頁面

◎17-你的電商網站過去30天user整體的參與度是如何計算出來的？

- (1).Life Cycle →獲客→流量開發：
- 參與度58.7% = 互動工作階段 ??? / 工作階段 ???



- (1).Life Cycle →獲客→流量開發：
- 參與度58.7% =互動工作階段43.4 % /工作階段73.9 %



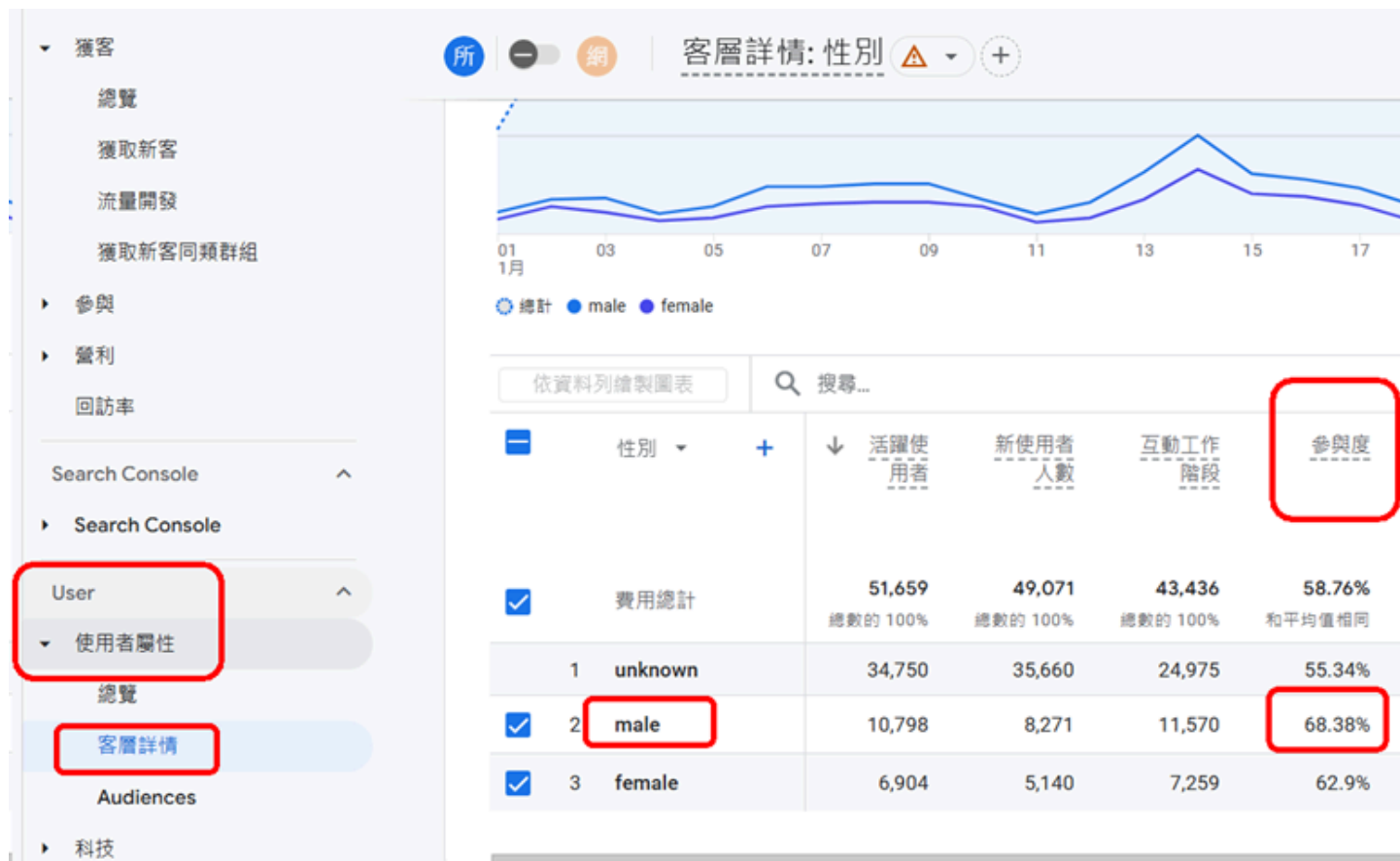
◎18-你的電商網站過去30天哪個年齡層的參與度是高於70%的？

所 網 客層詳情: 年齡

依資料列繪製圖表 搜尋...

	年齡	↓ 活躍使用者	新使用者人數	互動工作階段	參與度
費用總計		51,659 總數的 100%	49,071 總數的 100%	43,436 總數的 100%	58.76% 和平均值相同
1	unknown	36,922	37,205	27,699	56.23%
2	18-24	5,592	4,223	5,678	62.97%
3	25-34	4,453	3,196	4,788	68.02%
4	35-44	2,588	1,971	2,621	70.84%
5	45-54	1,964	1,465	2,017	68.56%
6	55-64	753	595	767	66.58%
7	65+	515	416	474	59.62%

◎19-你的電商網站過去30天哪個性別的參與度是高於70%的？



◎20-選擇你的目標客戶是【男性, 35-44歲】

GA4有bugs, 當第一次使用【自訂篩選比較項目】, 使用【完全符合】條件, 會出現轉圈而無法執行。

解決方法: 可以先一個【自訂篩選比較項目】, 使用【部分符合】條件

The screenshot displays the Google Analytics 4 (GA4) interface. On the left, the 'User' menu is expanded, with 'User attributes' and 'Overview' highlighted. A red box and arrow point to the 'Overview' link. The main content area shows 'Active users' segmented by 'Country/Region'. A table lists the top countries: United States (2.6M), Canada (5,001), India (4,936), China (2,173), Japan (1,247), South Korea (775), and Taiwan (594). A red box and arrow point to the 'New comparison item' button in the top right. Below the main content, the 'Custom comparison items' section is visible, showing a list of items with checkboxes. A red box and arrow point to the '+ New' button in the top right of this section.

名稱	說明	摘要
☒ 所有使用者	包括所有資料。	
☐ 直接流量	直接獲取的工作階段。	工作階段預設管道群組完全符合'Direct'
☐ 自然流量	透過自然管道獲取的工作階段。	工作階段預設管道群組完全符合'Organic Search Organic Video Organic Social Organic Shopping'
☐ 付費流量	透過付費管道獲取的工作階段。	工作階段預設管道群組完全符合'Paid Shopping Paid Search Paid Social Paid Other Paid Video Display Cross-network Audio'
☐ 參照連結網址和聯盟流量	透過參照連結網址或聯盟獲取的工作階段。	工作階段預設管道群組完全符合'Referral Affiliates'
☐ 電子郵件、簡訊和推播通知流量	透過電子郵件、簡訊或推播通知獲取的工作階段。	工作階段預設管道群組完全符合'Email SMS Mobile Push Notifications'
☐ 行動流量	來自手機的流量。	裝置類別完全符合'mobile'

← 建立比較作業

條件 (最多建立 5 項)

維度

性別

比對類型 ?

完全符合

值

請選取維度值

請選取維度值

☐ female

☐ male

條件 (最多建立 5 項)

維度

性別

比對類型 ?

完全符合

值

male

+ 新增條件

條件 (最多建立 5 項)

維度

性別

比對類型 ?

完全符合

值

male

和

維度

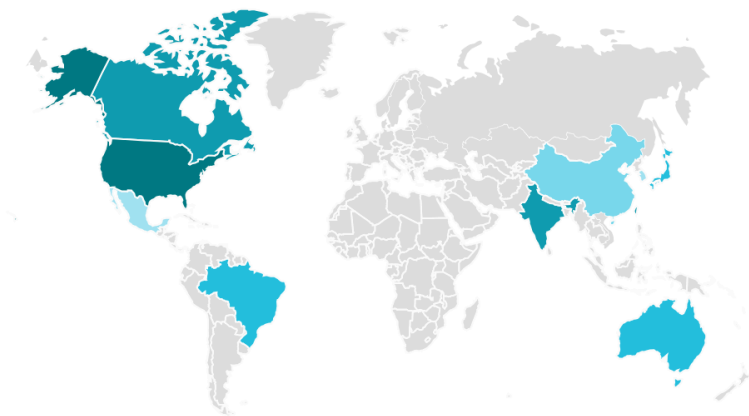
年齡

比對類型 ?

完全符合

值

35-44



年齡完全符合35-44; 性別完全符合male	
國家/地區	活躍使用者
United States	996
India	138
Canada	53
Taiwan	51
Japan	33
Brazil	30
Australia	22

[查看國家/地區](#) →

使用者屬性總覽



活躍使用者 ▾ 劃分依據：國家/地區



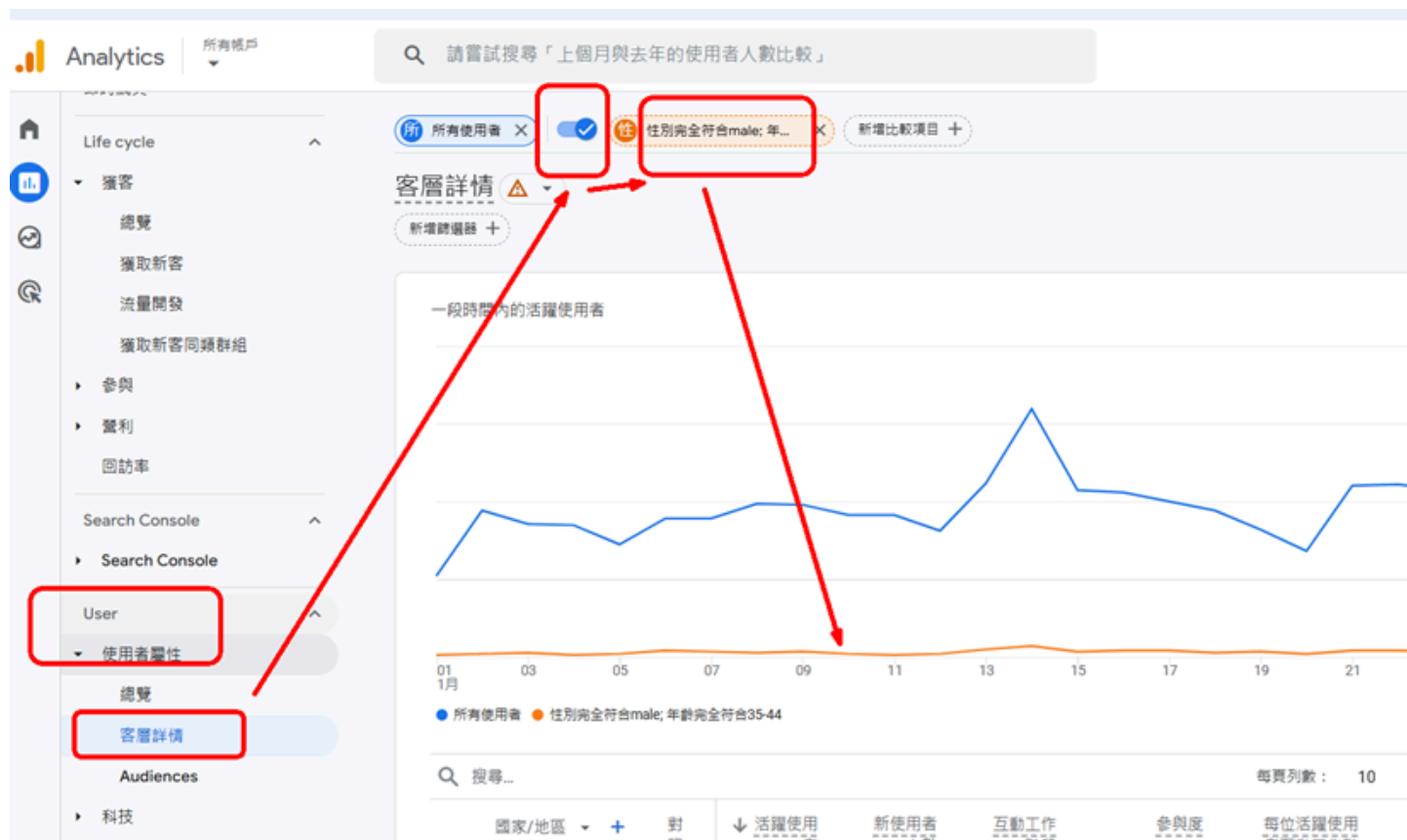
所有使用者

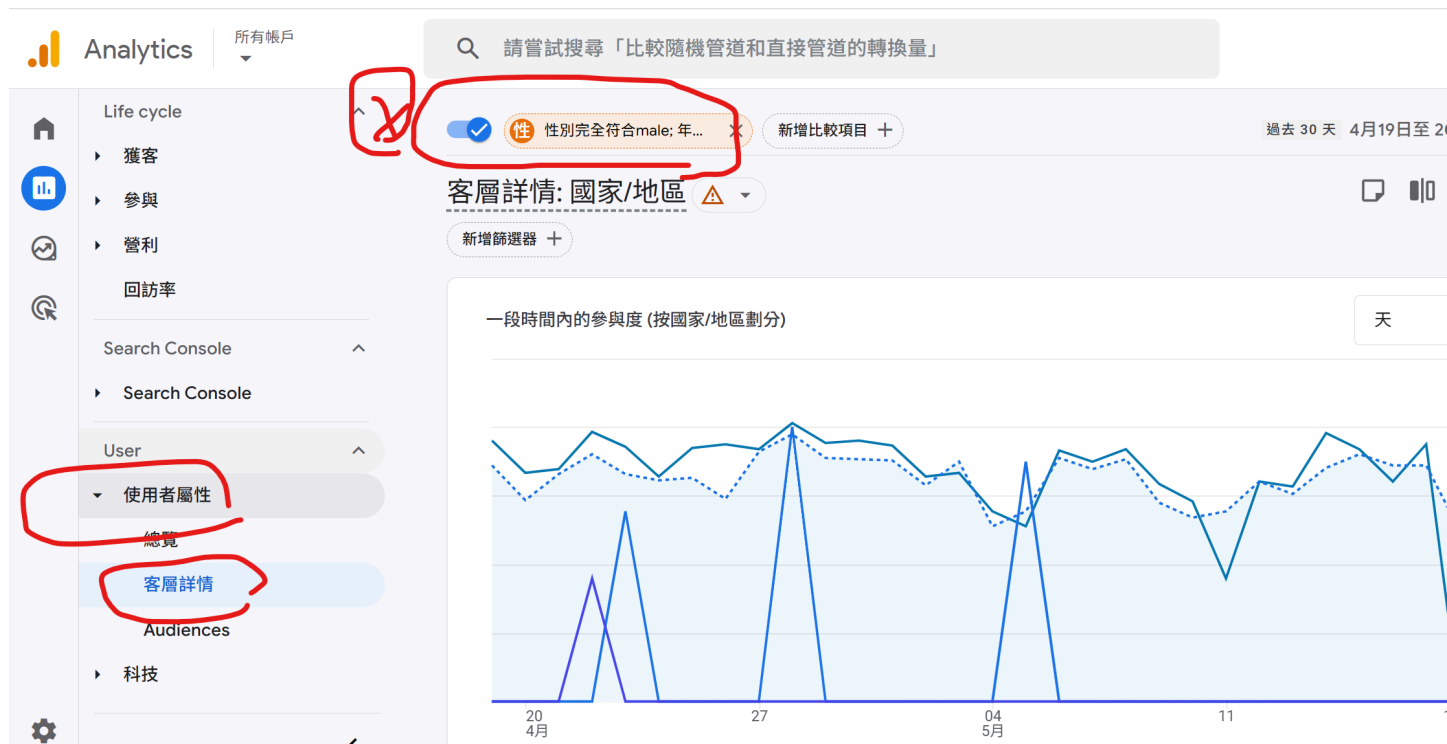
性別完全符合male; 年齡完全符合35-44

國家/地區	活躍使用者
United States	7.3萬
China	1.7萬
India	1.2萬
Canada	6,314
Japan	4,267
Taiwan	3,391
South Korea	2,446

國家/地區	活躍使用者
United States	2,904
India	383
Taiwan	198
Canada	193
Japan	125
Brazil	69
Australia	68

◎21-你的電商網站過去30天哪個國家的目標客群【男性，35-44歲】參與度有超過70%？





Analytics 所有帳戶

請嘗試搜尋「比較隨機管道和直接管道的轉換量」

客層詳情: 國家/地區

國家/地區	活躍使用者	新使用者人數	互動工作階段	參與度
費用總計	1,479 總數的 1.78%	1,070 總數的 1.28%	1,509 總數的 3.25%	68.94% 比平均值高 60.2%
☐ 1 Taiwan	43 (2.91%)	24 (2.24%)	41 (2.72%)	74.55%
☐ 2 Mexico	14 (0.95%)	8 (0.75%)	18 (1.19%)	72%
☐ 3 Brazil	32 (2.16%)	28 (2.62%)	33 (2.19%)	70.21%
☒ 4 United States	1,073 (72.55%)	742 (69.35%)	1,118 (74.09%)	70.14%
☐ 5 China	19 (1.28%)	22 (2.06%)	18 (1.19%)	69.23%
☒ 6 Canada	65 (4.39%)	41 (3.83%)	76 (5.04%)	67.86%
☐ 7 Australia	26 (1.76%)	20 (1.87%)	22 (1.46%)	66.67%
☐ 8 Singapore	24 (1.62%)	20 (1.87%)	25 (1.66%)	65.79%

- **Taiwan**
- **Mexico**
- **Brazil**
- **United State**