

50-3.實作GA4實務10:GA4探索客制化報表→任意形式報表(2)→探討不同產品(項目名稱)→經由不同流量管道【直接流量, 付費流量, 自然流量】→比較其【商品瀏覽事件數, 加入購物車次數】

內容

- ◎1-範例1實作目的: 探討不同產品(項目名稱), 經由不同流量管道【直接流量, 付費流量】, 比較其【商品總收益, 2種轉換率】 4
- 3-探索→任意形式 5
- 4-先建立報表雛形: 6
- 5-拖曳2個【區隔變數】: 直接流量, 付費流量→拖曳到【區隔設定】 7
- 6-新增1個【維度】變數: 項目名稱(代表產品名稱) 8
- 7-拖曳1個【維度變數】: 項目名稱→拖曳到【列】, 並刪除【城市】 9
- 8-刪除【欄設定】: 裝置類別 10
- 9-新增2個【指標】變數: 商品瀏覽事件數, 加入購物車 11
- 10-拖曳【指標】商品【瀏覽事件數, 加入購物車】→拖曳到【值】, 並刪除【活躍使用者】 12
- 11-觀摩預設【區隔】變數: 直接流量的設定方式 13
- 12-自行建立相同的【區隔】變數: 直接流量 16
- 13-拖曳1個【區隔變數】: 直接流量2 →拖曳到【區隔比較】 20
- 14-疑問: 為什麼自訂區隔變數直接流量2, 與預設區隔變數直接流量, 數值不同? 21
- ◎15-♣【請回答】什麼是【付費流量】的設定方式 22
- 16-自行建立相同的【區隔】變數: 付費流量 25
- ◎17-♣【請回答】什麼是【自然流量】的設定方式 29
- 18-自行建立相同的【區隔】變數: 自然流量 33
- ◎19-♣【請回答】什麼是【參照連結網址, 聯盟流量】的設定方式 37
- 20-自行建立相同的【區隔】變數: 參照連結網址和聯盟流量 42
- ◎21-♣【請回答】什麼是【電子郵件、簡訊、推播通知】的設定方式 46
- 22-新增【區隔】變數: 參照連結網址和聯盟流量的設定方式 50
- 23-設定3個【區隔比較】變數: 直接流量、付費流量、自然流量 54
- 24-找出經由【直接流量、付費流量、自然流量】而【瀏覽商品】的前5名產品:(截

圖)直接流量前5名, 示意圖	55
23-找出經由【直接流量、付費流量、自然流量】而【加入購物車】的前5名產品: (截圖)直接流量前5名, 示意圖	57
26-新增1個【指標】變數: 電子商務購買次數, 並拖曳到【值】	59
27-排序前5名【電子商務購買次數】, 不是產品網頁, 而是購物checkout網頁	60
28-新增1個【自訂指標】: Purchase Conversion Rate, 並拖曳到【值】	61
●●●29-【結果討論】: 探討【直接流量direct Traffic, 自然流量Organic Traffic, 付費paid Traffic】來的流量, 購買轉換率最高的產品別是什麼?	63

50-3.實作GA4實務10:GA4探索客制化報表→任意形式報表(2)→探討不同產品(項目名稱)→經由不同流量管道【直接流量, 付費流量, 自然流量】→比較其【商品瀏覽事件數, 加入購物車次數】

◎1-範例1實作目的: 探討不同產品(項目名稱), 經由不同流量管道【直接流量, 付費流量】, 比較其【商品總收益, 2種轉換率】

<https://acupun.site/lecture/GA/pic-GA/50-03.PNG>

步驟1: 自訂報表(探索報表)

步驟2: 建立: 分層(區隔)比較: 【直接流量, 自然流量, 付費流量】

步驟3: 建立: 值(指標值): 【商品總收益, Items_Added_to_cart_to_items_viewed_rate, Items_Purchased_to_items_viewed_rate】

步驟4: 建立: 列: 【項目名稱】

區隔		直接流量			自然流量			付費流量		
項目名稱	商品總收益	Items_Added_to_cart_to_items_viewed_rate	Items_Purchased_to_items_viewed_rate	商品總收益	Items_Added_to_cart_to_items_viewed_rate	Items_Purchased_to_items_viewed_rate	+商品總收益	Items_Added_to_cart_to_items_viewed_rate	Items_Purchased_to_items_viewed_rate	
總計	\$88,280.62	0.79	\$0.34	\$48,382.24	1.71	\$0.35	\$14,585.48	1.03	\$0.46	
1 Google Pen Red	\$216.80	11.16	\$3.47	\$13.60	1.38	\$0.28	\$979.20	68.11	\$68.00	
2 Google Sticker	\$445.20	14.67	\$8.83	\$12.60	0.7	\$0.43	\$856.20	37.33	\$33.95	
3 Google Cloud Journal	\$484.00	3.75	\$0.94	\$20.00	0.27	\$0.09	\$560.00	5.14	\$5.00	
4 Super G Quilt Tumbler	\$140.00	0.2	\$0.09	\$0.00	0.06	\$0.00	\$560.00	1.17	\$1.11	
5 Google Classic Black Cap	\$218.40	0.23	\$0.09	\$79.80	0.24	\$0.05	\$508.20	1.19	\$0.93	
6 Google Recycled Canvas Tote	\$608.40	1.06	\$0.45	\$4,125.60	10.37	\$4.31	\$421.20	1.55	\$1.45	
7 Google Recycled Black Backpack	\$1,584.00	0.2	\$0.07	\$540.00	0.1	\$0.03	\$414.00	0.15	\$0.05	
8 Google Ombre Lime Pen	\$321.60	18.91	\$18.27	\$16.00	2	\$1.67	\$408.00	132.5	\$127.50	
9 Google Black Eco Zip Hoodie	\$2,063.80	0.45	\$0.15	\$607.20	0.25	\$0.08	\$386.40	0.27	\$0.07	
10 Google Unisex Eco Tee Black	\$1,887.20	0	\$0.00	\$369.60	0	\$0.00	\$347.20	0	\$0.00	

3-探索→任意形式

The screenshot shows the Google Analytics interface. On the left, a navigation menu includes '首頁', '報表', '探索', and '廣告'. The '探索' (Explore) menu item is highlighted with a red box. The main content area displays two exploration report cards. The first card, titled '任意形式' (Arbitrary Form), is also highlighted with a red box and includes the text: '您可以透過自訂圖表和表格找到哪些深入分析資料?'. The second card is titled '漏斗探索' (Funnel Exploration) and includes the text: '透過多步驟漏斗，您可以分析、區隔及細分哪些使用者歷程?'. Below these cards is a table listing exploration reports.

名稱 ↓	擁有者	上次修改日期 ↓	資源
任意形式	Ching-Wen Chen	2025年2月3日	GA4 - Google M

4-先建立報表雛形：

A.探討不同產品(使用項目名稱)

B.經由不同流量管道【直接流量, 自然流量】

5-拖曳2個【區隔變數】：直接流量，付費流量→拖曳到【區隔設定】

The screenshot displays a dashboard configuration interface with two main panels: '變數' (Variables) and '設定' (Settings).

變數 (Variables) Panel:

- 探索名稱：任意形式報表(2)
- 時間範圍：過去 28 天 (1月10日至 2025年2月6日)
- 區隔 (Dimensions)** (highlighted with a red box):
 - 美國
 - 直接流量** (highlighted with a red box)
 - 付費流量** (highlighted with a red box)
 - 行動流量
 - 平板電腦流量
- 維度 (Dimensions):

設定 (Settings) Panel:

- 技巧 (Techniques): 任意形式
- 視覺呈現 (Visual Presentation):
 - Table icon (highlighted with a blue box)
 - Chart icons
 - Comparison icon (highlighted with a red box)
- 區隔比較 (Dimension Comparison)** (highlighted with a red box):
 - 直接流量** (highlighted with a red box)
 - 付費流量** (highlighted with a red box)
- + 拖放或選取區段 (Drag or select segments)
- 資料透視 (Data Insights)

A red arrow points from the '直接流量' (Direct Traffic) variable in the '區隔' section to the '直接流量' variable in the '區隔比較' section, illustrating the drag-and-drop action.

6-新增1個【維度】變數：項目名稱(代表產品名稱)

The image shows a configuration interface for adding dimensions. On the left, a list of dimensions is shown under the heading "區隔" (Dimensions). The "維度" (Dimensions) section is highlighted with a red box, and a red arrow points to a "+" button next to it. On the right, a list of dimension options is shown under the heading "網頁/畫面" (Webpage/Page), which is also highlighted with a red box. The option "網頁標題" (Page Title) is selected, indicated by a blue checkmark and a red box around it. Other options include "內容 ID", "內容群組", "內容類型", "主機名稱", "到達網頁", "到達網頁 + 查詢字串", "網頁位置", "網頁參照網址", "網頁路徑 + 查詢字串", "網頁路徑與畫面類別", "網頁標題與畫面名稱", and "網頁標題與畫面類別".

區隔 +

- 美國
- 直接流量
- 付費流量
- 行動流量
- 平板電腦流量

維度 +

- 事件名稱
- 性別
- 國家/地區
- 裝置類別
- 最初招攬到使用者的媒

網頁/畫面

- 內容 ID
- 內容群組
- 內容類型
- 主機名稱
- 到達網頁
- 到達網頁 + 查詢字串
- 網頁位置
- 網頁參照網址
- 網頁路徑 + 查詢字串
- 網頁路徑與畫面類別
- 網頁標題
- 網頁標題與畫面名稱
- 網頁標題與畫面類別

7-拖曳1個【維度變數】：**項目名稱**→拖曳到【列】，並刪除【城市】

區隔	直接流量		付費流量	
	desktop	mobile	mobile	desktop
裝置類別	活躍使用者	活躍使用者	活躍使用者	活躍
網頁標題	活躍使用者	活躍使用者	活躍使用者	活躍
總計	21,972	7,608	3,009	
1 Home	17,092	6,138	2,932	
2 (not set)	13,888	3,195	1,887	
3 Bags Google Merch Shop	2,465	654	629	
4 New Google Merch Shop	2,632	280	236	
5 Google Merch Shop	2,133	873	178	
6 Apparel Google Merch Shop	1,944	411	556	
7 Sale Google Merch Shop	2,195	177	147	
8 Men's / Unisex Google Merch Shop	2,028	185	200	
9 Drinkware Google Merch Shop	1,508	289	465	
10 Fun and Games Google Merch Shop	1,150	165	436	

8-刪除【欄設定】:裝置類別



9-新增2個【指標】變數：商品瀏覽事件數，加入購物車

The image shows a configuration interface for a dashboard. On the left, a sidebar lists various dimensions (維度) such as 'Event Name', 'Gender', 'Country/Region', 'Device Type', 'Initial Media', 'Page Title', 'City', 'Active Users', and 'Event Count'. The 'Metrics' (指標) section is highlighted with a red box, and a plus sign (+) next to it is also boxed in red. A red arrow points from this plus sign to the right-hand panel.

The right-hand panel, titled '張布商' (Advertiser), shows a list of metrics under the 'E-commerce' (電子商務) category. The 'Add to Cart' (加入購物車) and 'Transaction' (交易) metrics are selected with blue checkmarks. Other metrics listed include 'Number of items viewed', 'Number of items purchased', 'Number of items added to cart', 'Transaction per purchaser', 'Number of items viewed in promotion', 'Number of items clicked in promotion', 'Promotional information click count', 'Promotional information view count', 'Refund', 'Refund amount', and 'Product revenue'.

Category	Metric	Status
電子商務	已看過的商品數	<input type="checkbox"/>
	已購買的商品數	<input type="checkbox"/>
加入購物車	加入購物車	<input checked="" type="checkbox"/>
	加入購物車的商品數	<input type="checkbox"/>
交易	交易	<input checked="" type="checkbox"/>
	每個購買者的交易	<input type="checkbox"/>
Promotional	促銷活動中已看過的商品數	<input type="checkbox"/>
	促銷活動中點選過的商品數	<input type="checkbox"/>
Promotional Info	促銷資訊點擊次數	<input type="checkbox"/>
	促銷資訊瀏覽次數	<input type="checkbox"/>
Refund	退款	<input type="checkbox"/>
	退款金額	<input type="checkbox"/>
Product	商品收益	<input type="checkbox"/>

10-拖曳【指標】商品【瀏覽事件數，加入購物車】→拖曳到【值】，並刪除【活躍使用者】

The screenshot displays a dashboard configuration interface with three main panels: '變數' (Variables), '設定' (Settings), and a data table.

變數 (Variables) Panel:

- 裝置類別 (Device Category)
- 最初招攔到使用者的媒介 (Initial media shown to user)
- 城市 (City)
- 網頁標題 (Page Title)
- 指標 (Metric) section with a '+' icon and a list of metrics: 活躍使用者 (Active Users), 事件計數 (Event Count), 交易 (Transactions), and 加入購物車 (Add to Cart).

設定 (Settings) Panel:

- 起點欄群組 (Start bar group): 1
- 顯示欄群組 (Display bar group): 5
- 值 (Value) section with a '+' icon and a list of metrics: 商品瀏覽事件數 (Product view event count) and 加入購物車 (Add to Cart).
- 儲存格類型 (Cell type): 長條圖 (Bar chart)
- 篩選器 (Filter): 拖放或選擇篩選器或指標 (Drag or select filter or metric)

Table:

區隔	直接流量	付費流量
網頁標題	商品瀏覽事件數	加入購物車
總計	24,453	4,513
AGN Classic Tee Google Merch Shop	2	0
Android Black Pen Google Merch Shop	18	4
Android Cafe Mug Google Merch Shop	16	7
Android Chroma Bottle	16	0
Android Chroma Bottle Google Merch Shop	47	10
Android Classic Collectible Google Merch Shop	5	1

11-觀摩預設【區隔】變數：直接流量的設定方式

The screenshot shows a dashboard interface for configuring variables. The main area is titled '變數' (Variables) and contains the following information:

- 探索名稱：任意形式報表(2)
- 時間範圍：過去 28 天 (1月10日至 2025年2月6日)
- 區隔 (Dimensions) list:
 - 美國
 - 直接流量 (highlighted with a red box around its menu icon)
 - 付費流量
 - 行動流量
 - Tablet traffic

On the right side, there are settings for '技巧' (Techniques) and '視覺呈現' (Visualizations). A context menu is open over the '直接流量' variable, with the '編輯' (Edit) option highlighted by a red box.

Context menu options:

- 套用
- 編輯
- 複製
- 移除

影片	▶	最初招攬到使用者的廣告活動 ID
時間	▶	最初招攬到使用者的預設管道群組
歸因	▶	以工作階段為範圍
流量來源	▶	工作階段來源
發布商	▶	工作階段來源/媒介
網頁/畫面	▶	工作階段來源平台
自訂	▶	工作階段媒介
連結	▶	工作階段廣告活動
遊戲	▶	工作階段廣告活動 ID
電子商務	▶	工作階段預設管道群組

條件*

完全符合 (=) ▼

Direct


取消 套用

🔗 ▼



或 ✕

條件範圍

 在同一事件內

12-自行建立相同的【區隔】變數：直接流量

新增區隔 已選取 4 個 (共 10 個)

區隔名稱	說明	條件
<input type="checkbox"/> California		區域與California相符
<input checked="" type="checkbox"/> 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在「Paid Shopping, Paid Search, Paid Social, Paid Other, Paid Video, Display, Cross-network, Audio」中
<input checked="" type="checkbox"/> 平板電腦流量	來自平板電腦的流量。	裝置類別 = tablet
<input type="checkbox"/> 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在「Organic Search, Organic Video, Organic Social, Organic Shopping」中
<input checked="" type="checkbox"/> 行動流量	來自手機的流量。	裝置類別 = mobile
<input type="checkbox"/> 所有使用者	包括所有資料。	

- 影片
- 時間
- 歸因
- 流量來源**
- 發布商
- 網頁/畫面
- 自訂
- 連結
- 遊戲
- 電子商務

- 最初招攬到使用者的廣告活動 ID
- 最初招攬到使用者的預設管道群組
- 以工作階段為範圍
- 工作階段來源
- 工作階段來源/媒介
- 工作階段來源平台
- 工作階段媒介
- 工作階段廣告活動
- 工作階段廣告活動 ID
- 工作階段預設管道群組**

● 納入使用者的時機：

新增條件

🔍 搜尋項目

- 影片 ▶
 - 時間 ▶
 - 歸因 ▶
 - 流量來源** ▶
 - 發布商 ▶
 - 網頁/畫面 ▶
 - 自訂 ▶
 - 連結 ▶
 - 遊戲 ▶
 - 電子商務 ▶
- 工作階段廣告活動 ID
 - 工作階段手動來源
 - 工作階段手動來源/媒介
 - 工作階段手動來源平台
 - 工作階段手動媒介
 - 工作階段手動字詞
 - 工作階段手動廣告活動 ID
 - 工作階段手動廣告活動名稱
 - 工作階段手動廣告素材
 - 工作階段手動廣告素材格式
 - 工作階段預設管道群組**

● 納入使用者的時機：

工作階段預設管
道群組

+ 新增篩選器

以及

條件*

完全符合 (=)

Direct

Organic Search



或



條件範圍

跨所有工作階段

在同一工作階段內

在同一事件內

× 直接流量2



提供簡短說明

● 納入使用者的時機：

工作階段預設管
道群組

與「Direct」完全相符 (=) ×

13-拖曳1個【區隔變數】: 直接流量2 → 拖曳到【區隔比較】

The screenshot displays a dashboard with three main sections: variable configuration, settings, and a data table.

變數 (Variables) Section:

- 日期: 1月10日至 2025年2月6日
- 區隔 (Dimensions): 美國, 直接流量, 付費流量, 行動流量, 平板電腦流量, **直接流量2** (highlighted with a red box).
- 維度 (Dimensions): 事件名稱, 性別, 國家/地區, 裝置類別.

設定 (Settings) Section:

- 技巧: 任意形式
- 視覺呈現: 圖表, 表格, 折線, 散點
- 區隔比較 (Dimension Comparison): **直接流量2** (highlighted with a red box), 付費流量
- 資料透視: 第一欄

Table Section:

Table 1: Comparison of Direct Traffic (Direct Traffic 2 vs. Direct Traffic)

區隔	直接流量2	直接流量
總計	27,757	24,453
1 AGN Classic Tee Google Merch Shop	2	2
2 Android Black Pen Google Merch Shop	18	18
3 Android Café Mug Google Merch Shop	18	16
4 Android Chroma Bottle	17	16
5 Android Chroma Bottle Google Merch Shop	59	47
6 Android Classic Collectible Google Merch Shop	5	5
7 Android Classic Notebook Google Merch Shop	27	22
8 Android Classic Plushie Google Merch Shop	270	233
9 Android Domed Lapel Pin Google Merch Shop	28	25
10 Android Eco Wood Magnet Google Merch Shop	10	9

Table 2: Comparison of Product View Events (商品瀏覽事件數) and Add to Cart Events (加入購物車)

區隔	商品瀏覽事件數	加入購物車	商品瀏覽事件數	加入購物車
總計	27,757	5,258	24,453	4,513
1 AGN Classic Tee Google Merch Shop	2	0	2	0
2 Android Black Pen Google Merch Shop	18	4	18	4
3 Android Café Mug Google Merch Shop	18	7	16	7
4 Android Chroma Bottle	17	0	16	0
5 Android Chroma Bottle Google Merch Shop	59	13	47	10
6 Android Classic Collectible Google Merch Shop	5	1	5	1
7 Android Classic Notebook Google Merch Shop	27	4	22	3
8 Android Classic Plushie Google Merch Shop	270	61	233	50
9 Android Domed Lapel Pin Google Merch Shop	28	1	25	1
10 Android Eco Wood Magnet Google Merch Shop	10	0	9	0

14-疑問：為什麼自訂區隔變數直接流量2，與預設區隔變數直接流量，數值不同？

The screenshot shows the Google Analytics interface with two segments selected for comparison: 'Direct Traffic 2' (custom) and 'Direct Traffic' (pre-set). The table below shows the resulting event counts for various product categories.

區隔	商品瀏覽事件數	加入購物車	商品瀏覽事件數	加入購物車
總計	27,757	5,258	24,453	4,513
1 AGN Classic Tee Google Merch Shop	2	0	2	0
2 Android Black Pen Google Merch Shop	18	4	18	4
3 Android Café Mug Google Merch Shop	18	7	16	7
4 Android Chroma Bottle	17	0	16	0
5 Android Chroma Bottle Google Merch Shop	59	13	47	10
6 Android Classic Collectible Google Merch Shop	5	1	5	1
7 Android Classic Notebook Google Merch Shop	27	4	22	3
8 Android Classic Plushie Google Merch Shop	270	61	233	50
9 Android Domed Lapel Pin Google Merch Shop	28	1	25	1
10 Android Eco Wood Magnet Google Merch Shop	10	0	9	0

× 直接流量2

說明

The screenshot shows the configuration for the 'Include user timing' filter. The filter is set to '與「Direct」完全相符 (=)'. The '條件範圍' (Condition Range) dropdown is expanded, showing three options: '跨所有工作階段' (Selected), '在同一工作階段內', and '在同一事件內'.

◎15-♣【請回答】什麼是【付費流量】的設定方式

???

區隔 +

- 美國
- 直接流量
- 付費流量
- 行動流量
- 平板電腦流量
- 直接流量2

視覺

套用

編輯

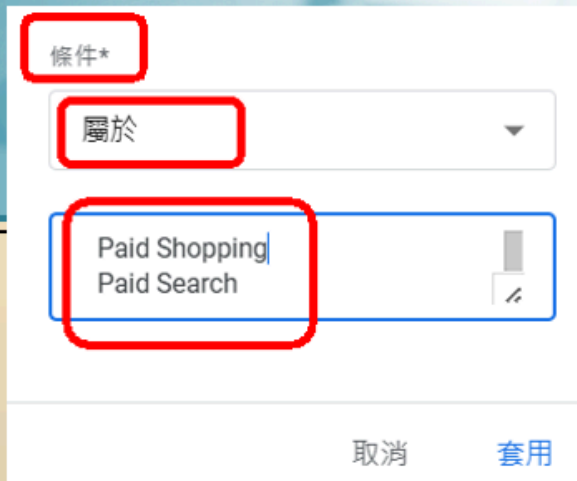
複製

條件*

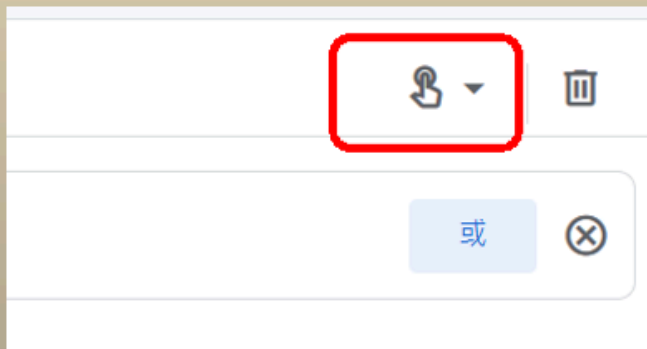
屬於

Paid Shopping
Paid Search

取消 套用



- Paid Shopping
- Paid Search
- Paid Social
- Paid Other
- Paid Video
- Display
- Cross-network
- Audio



Paid Shopping
Paid Search
Paid Social
Paid Other
Paid Video
Display
Cross-network
Audio

16-自行建立相同的【區隔】變數：付費流量

14-自行建立相同的【區隔】變數： 付費流量2

← 建立新區隔

建立自訂區隔
選取要建立的區隔類型

- 使用者區隔**
例如曾購買產品的消費者。
- 工作階段區隔
例如來自廣告活動 A 的所有工作階段
- 事件區隔
例如在特定位置發生的所有事件。

搜尋項目

- 影片
- 時間
- 歸因
- 流量來源**
- 發布商
- 網頁/畫面
- 自訂
- 連結
- 遊戲
- 電子商務

- 工作階段廣告活動 ID
- 工作階段手動來源
- 工作階段手動來源/媒介
- 工作階段手動來源平台
- 工作階段手動媒介
- 工作階段手動字詞
- 工作階段手動廣告活動 ID
- 工作階段手動廣告活動名稱
- 工作階段手動廣告素材
- 工作階段手動廣告素材格式
- 工作階段預設管道群組**

● 納入使用者的時機：

新增條件

- Paid Shopping
- Paid Search
- Paid Social
- Paid Other
- Paid Video
- Display
- Cross-network
- Audio

條件*

屬於

Paid Shopping
Paid Search

取消 套用

👤

或

條件範圍

👤 在同一事件內

條件*

屬於

Paid Shopping
Paid Search

取消 套用

- Paid Shopping
- Paid Search
- Paid Social
- Paid Other
- Paid Video
- Display
- Cross-network
- Audio

← 付費流量2

說明中心

套用

提供簡短說明

● 納入使用者的時機：

工作階段預設管道群組

是「
"Paid Shopping, Paid Search, Paid Social, Pa...
」其中之一

或

以及

+ 新增要納入的條件群組 | ≡ 新增要納入的序列

○ 新增要排除的群組

摘要

這個區隔中的使用者
1月10日至 2月6日

4,315

占所有使用者的 8.26%

包含

4,315



工作階段總數

6,173

占所有工作階段的 8.74%

解釋各種付費流量的類型

付費流量類別	適用的廣告類型	常見的廣告平台
Paid Shopping	購物廣告	Google Shopping、Amazon Ads
Paid Search	搜尋廣告	Google Ads、Bing Ads
Paid Social	社群廣告	Facebook Ads、Instagram Ads、TikTok Ads
Paid Other	其他付費廣告	Outbrain、Taboola、新聞贊助
Paid Video	影片廣告	YouTube Ads、TikTok Ads
Display	橫幅廣告	Google Display Network (GDN)、Criteo
Cross-network	跨網絡廣告流量	Google Performance Max、Facebook Audience Network
Audio	音訊廣告	Spotify Ads、Apple Podcast Ads

◎17-♣【請回答】什麼是【自然流量】的設定方式

???

15-觀摩預設【區隔】變數：自然流量的設定方式

新增區隔 已選取 5 個 (共)

區隔名稱

- California
- 付費流量
- 平板電腦流量
- 自然流量
- 直接流量2

新增文字

影片 ▶

時間 ▶

歸因 ▶

流量來源 ▶

發布商 ▶

網頁/畫面 ▶

自訂 ▶

連結 ▶

遊戲 ▶

電子商務 ▶

最初招攬到使用者的廣告活動 ID

最初招攬到使用者的預設管道群組

以工作階段為範圍

工作階段來源

工作階段來源/媒介

工作階段來源平台

工作階段媒介

工作階段廣告活動

工作階段廣告活動 ID

工作階段預設管道群組

套用

編輯

複製

維度

- 事件名稱

× 自然流量

透過自然管道獲取的工作階段。

● 納入事件的時機：

工作階段預設管道群組

條件*

屬於

Organic Search
Organic Video

以及

+ 新增要納入的條件群組

取消 套用

• Organic Search

• Organic Video

• Organic Social

• Organic Shopping

🔗

或

條件範圍

🔗 在同一事件內

× 自然流量

說明中心 套用

透過自然管道獲取的工作階段。

● 納入事件的時機：

工作階段預設管道群組

是「
"Organic Search, Organic Video, Organic Soc...
」其中之一

以及

+ 新增要納入的條件群組

○ 新增要排除的群組

摘要


這個區隔中的使用者
1月10日至 2月6日

1.3萬

占所有使用者的 24.3%

包含

1.3萬



事件總數

24萬

占所有事件的 22.2%

Organic Search

Organic Video

Organic Social

Organic Shopping

解釋各種自然搜尋流量的類型

自然流量類別	流量來源	適用情境
Organic Search	Google、Bing、Yahoo	來自搜尋引擎的自然流量
Organic Video	YouTube、TikTok、Vimeo	來自免費影片的網站連結
Organic Social	Facebook、Instagram、Twitter、LinkedIn	來自社群平台的免費流量
Organic Shopping	Google Shopping、Amazon、Etsy	來自購物平台的免費流量

18-自行建立相同的【區隔】變數：自然流量

16-自行建立相同的【區隔】變數： 自然流量2

← 建立新區隔

建立自訂區隔
選取要建立的區隔類型

- 使用者區隔**
例如曾購買產品的消費者。
- 工作階段區隔
例如來自廣告活動 A 的所有工作階段
- 事件區隔
例如在特定位置發生的所有事件。

● 納入使用者的時機：

新增條件

搜尋項目

- 影片
- 時間
- 歸因
- 流量來源**
- 發布商
- 網頁/畫面
- 自訂
- 連結
- 遊戲
- 電子商務

- 工作階段手工動來源
- 工作階段手工動來源/媒介
- 工作階段手工動來源平台
- 工作階段手工動媒介
- 工作階段手工動字詞
- 工作階段手工動廣告活動 ID
- 工作階段手工動廣告活動名稱
- 工作階段手工動廣告素材
- 工作階段手工動廣告素材格式
- 工作階段手工動廣告連結

× 自然流量

透過自然管道獲取的工作階段。

● 納入事件的時機：

工作階段預設管道群組

條件*

屬於

Organic Search
Organic Video

以及

+ 新增要納入的條件群組

取消 套用



或

條件範圍

在同一事件內

- Organic Search

- Organic Video

- Organic Social

- Organic Shopping

← 自然流量2

說明中心

套用

提供簡短說明

● 納入使用者的時機：

工作階段預設管道群組

是「
"Organic Search, Organic Video, Organic Soc...
」其中之一

或

以及

+ 新增要納入的條件群組 | 新增要納入的序列

○ 新增要排除的群組

摘要

這個區隔中的使用者
1月10日至 2月6日

1.3萬

占所有使用者的 24.3%

包含
1.3萬



工作階段總數

2萬

Organic Search

Organic Video

Organic Social

Organic Shopping

14-自行建立相同的【區隔】變數： 自然流量2

- Organic Search
- Organic Video
- Organic Social
- Organic Shopping

解釋各種自然搜尋流量的類型

自然流量類別	流量來源	適用情境
Organic Search	Google、Bing、Yahoo	來自搜尋引擎的自然流量
Organic Video	YouTube、TikTok、Vimeo	來自免費影片的網站連結
Organic Social	Facebook、Instagram、Twitter、LinkedIn	來自社群平台的免費流量
Organic Shopping	Google Shopping、Amazon、Etsy	來自購物平台的免費流量

◎19-♣【請回答】什麼是【參照連結網址, 聯盟流量】的設定方式

???



新增區隔

已選取 6 個 (共 10 個)

區隔名稱



California



付費流量



平板電腦流量



自然流量



行動流量



所有使用者



直接流量



參照連結網址和聯盟流量



電子郵件、簡訊和推播通知流



網站流量

新增區隔 已選取 6 個 (共 10 個)

區隔名稱

California

付費流量

平板電腦流量

自然流量

行動流量

所有使用者

直接流量

參照連結網址和聯盟流量

電子郵件、簡訊和推播通知流

網站流量

設定【區隔】變數：參照連結網址和聯盟流量的設定方式

新增文字

影片

時間

歸因

流量來源

發布商

網頁/畫面

自訂

連結

遊戲

電子商務

最初招攬到使用者的廣告活動 ID

最初招攬到使用者的預設管道群組

以工作階段為範圍

工作階段來源

工作階段來源/媒介

工作階段來源平台

工作階段媒介

工作階段廣告活動

工作階段廣告活動 ID

工作階段預設管道群組



套用

編輯

維度

事件名稱

- Referral
- Affiliates

工作階段預設管道群組

以及

+ 新增要納入的條件群組

條件*

屬於

Referral Affiliates

條件範圍

在同一事件內

×

× 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

納入事件的時機：

工作階段預設管道群組

以及

+ 新增要納入的條件群組

條件*

屬於

Referral Affiliates

或

在同一事件內

Referral
Affiliates

解釋各種參照連結網址和聯盟流量的類型

自然流量類別	定義	適用場景	是否有商業合作
Referral (推薦流量)	來自其他網站的非付費連結	新聞網站、部落格、論壇連結	✗ 通常沒有
Affiliates (聯盟流量)	來自聯盟行銷夥伴的推廣連結	聯盟行銷網站、優惠碼網站	✓ 透過聯盟計畫合作

Referral
Affiliates

20-自行建立相同的【區隔】變數：參照連結網址和聯盟流量

新增區隔 已選取 6 個 (共 10 個) 建立新的區隔 確認

區隔名稱	說明	條件
<input type="checkbox"/> California		區域與California相符
<input checked="" type="checkbox"/> 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在「Paid Shopping, Paid Search, Paid Social, Paid Other, Paid Video, Display, Cross-network, Audio」中
<input checked="" type="checkbox"/> 平板電腦流量	來自平板電腦的流量。	裝置類別 = tablet
<input checked="" type="checkbox"/> 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在「Organic Search, Organic Video, Organic Social, Organic Shopping」中
<input checked="" type="checkbox"/> 行動流量	來自手機的流量。	裝置類別 = mobile
<input type="checkbox"/> 所有使用者	包括所有資料。	
<input checked="" type="checkbox"/> 直接流量	直接獲取的工作階段。	工作階段預設管道群組 = Direct
<input checked="" type="checkbox"/> 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在「Referral, Affiliates」中
<input type="checkbox"/> 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...	工作階段預設管道群組在「Email, SMS, Mobile Push Notifications」中
<input type="checkbox"/> 網站流量	電腦流量。	裝置類別 = desktop

每頁項目數： 25 第 1 - 10 項 (共 10 項) < >

原因

• 新增【**區隔**】變數最多**10個**

• 新增【**區隔比較**】變數最多**4個**

變數

×

設定

1月10日至 2025年2月6日

區隔

+

美國

直接流量

付費流量

行動流量

平板電腦流量

直接流量2

付費流量2

自然流量

自然流量2

參照連結網址和聯盟流量

技巧

任意形式

視覺呈現



區隔比較

直接流量

付費流量

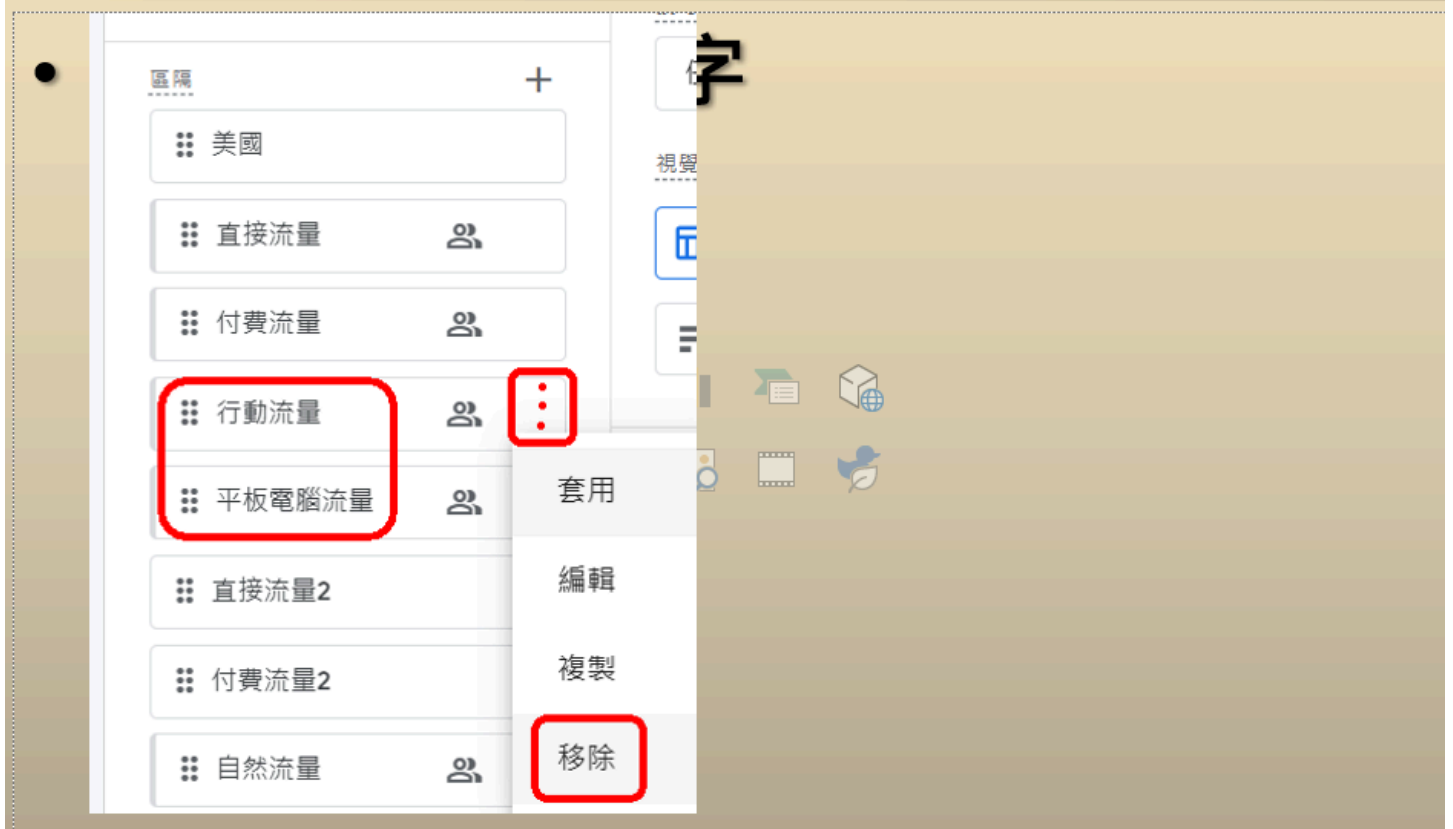
直接流量2

付費流量2

資料透視

第一欄

19-刪除【區隔】變數：行動流量， 平板電腦流量



解釋各種參照連結網址和聯盟流量的類型

自然流量類別	定義	適用場景	是否有商業合作
Referral (推薦流量)	來自其他網站的非付費連結	新聞網站、部落格、論壇連結	✗ 通常沒有
Affiliates (聯盟流量)	來自聯盟行銷夥伴的推廣連結	聯盟行銷網站、優惠碼網站	✓ 透過聯盟計畫合作

Referral

Affiliates

◎21-♣【請回答】什麼是【電子郵件、簡訊、推播通知】的設定方式

???

× 新增區隔 已選取 5 個 (共 10 個)

區隔名稱

California

付費流量

平板電腦流量

自然流量

行動流量

所有使用者

直接流量

參照連結網址和聯盟流量

電子郵件、簡訊和推播通知流量

【區隔】變數：電子郵件、通知流量的設定方式

新增文字

- 影片
 - 時間
 - 歸因
 - 流量來源**
 - 發布商
 - 網頁/畫面
 - 自訂
 - 連結
 - 遊戲
 - 電子商務
- 最初招攬到使用者的廣告活動 ID
 - 最初招攬到使用者的預設管道群組
 - 以工作階段為範圍
 - 工作階段來源
 - 工作階段來源/媒介
 - 工作階段來源平台
 - 工作階段媒介
 - 工作階段廣告活動
 - 工作階段廣告活動 ID
 - 工作階段預設管道群組**

套用

維度

事件名稱

編輯

- Email
- SMS
- Mobile Push Notifications

● 納入事件的時機：

工作階段預設管道群組

以及

+ 新增要納入的條件群組

條件*

屬於

Email SMS

👤

或

條件範圍

👤 在同一事件內

× 電子郵件、簡訊和推播通知流量

☑ 說明中心

套用

📄 透過電子郵件、簡訊或推播通知獲取的工作階段。

● 納入事件的時機：

工作階段預設管道群組

以及

+ 新增要納入的條件群組

條件*

屬於

Email SMS

👤

或

取消 套用


摘要

這個區隔中的使用者
1月10日至2月6日

402

占所有使用者的 0.76%

包含
402



解釋各種電子郵件、簡訊和推播通知流量的類型

流量類別	定義	適用場景	特性與應用
Email	來自電子郵件行銷的流量	EDM、電子報、會員郵件中的連結	適用於電子郵件行銷活動，追蹤點擊率和轉換率
SMS	來自簡訊行銷的流量	SMS 簡訊、WhatsApp、LINE 訊息中的連結	適用於行動裝置行銷，常用於促銷活動
Mobile Push Notifications	來自行動裝置推播通知的流量	應用程式的推播通知點擊	適用於 APP 內推播，提升使用者再互動

Email

SMS

Mobile Push Notifications

22-新增【區隔】變數：參照連結網址和聯盟流量的設定方式

新增區隔 已選取 6 個 (共 10 個) 建立新的區隔 確認

區隔名稱	說明	條件
<input type="checkbox"/> California		區域與California相符
<input checked="" type="checkbox"/> 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在「Paid Shopping, Paid Search, Paid Social, Paid Other, Paid Video, Display, Cross-network, Audio」中
<input checked="" type="checkbox"/> 平板電腦流量	來自平板電腦的流量。	裝置類別 = tablet
<input checked="" type="checkbox"/> 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在「Organic Search, Organic Video, Organic Social, Organic Shopping」中
<input checked="" type="checkbox"/> 行動流量	來自手機的流量。	裝置類別 = mobile
<input type="checkbox"/> 所有使用者	包括所有資料。	
<input checked="" type="checkbox"/> 直接流量	直接獲取的工作階段。	工作階段預設管道群組 = Direct
<input checked="" type="checkbox"/> 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在「Referral, Affiliates」中
<input type="checkbox"/> 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...	工作階段預設管道群組在「Email, SMS, Mobile Push Notifications」中
<input type="checkbox"/> 網站流量	電腦流量。	裝置類別 = desktop

每頁項目數： 25 第 1 - 10 項 (共 10 項) < >

Email
SMS
Mobile Push Notifications

原因

• 新增【**區隔**】變數最多**10個**

• 新增【**區隔比較**】變數最多**4個**

變數

×

設定

1月10日至 2025年2月6日

區隔

+

美國

直接流量

付費流量

行動流量

平板電腦流量

直接流量2

付費流量2

自然流量

自然流量2

參照連結網址和聯盟流量

技巧

任意形式

視覺呈現



區隔比較

直接流量

付費流量

直接流量2

付費流量2

資料透視

第一欄

基礎操作

刪除【區隔】變數：自然流量2

刪除【區隔】變數：自然流量2

字

視圖

- 付費流量2
- 自然流量
- 自然流量2**
- 參照連結網址和聯盟流量
- 參照連結網址和聯盟流量2
- 電子郵件、簡訊和推播通知流量

- 套用
- 編輯
- 複製
- 移除**

【區隔】變數：電子郵件通知流量2的設定方式

新增區隔 已選取 5 個 (共 10 個)

- California
- 付費流量
- 平板電腦流量
- 自然流量
- 行動流量
- 所有使用者
- 直接流量
- 參照連結網址和聯盟流量
- 電子郵件、簡訊和推播通知流量

流量來源

- 影片
- 時間
- 歸因
- 流量來源**
- 發布商
- 網頁/畫面
- 自訂
- 連結
- 遊戲
- 電子商務

- 最初招攬到使用者的廣告活動 ID
- 最初招攬到使用者的預設管道群組
- 以工作階段為範圍
- 工作階段來源
- 工作階段來源/媒介
- 工作階段來源平台
- 工作階段媒介
- 工作階段廣告活動
- 工作階段廣告活動 ID
- 工作階段預設管道群組**

套用

編輯

← 電子郵件、簡訊和推播通知流量2

說明中心 套用

提供簡短說明

● 納入使用者的時機：

工作階段預設管道群組 是「Email, SMS, Mobile Push Notifications」其中之一 或

以及


+ 新增要納入的條件群組 | ≡ 新增要納入的序列

摘要

這個區隔中的使用者
1月10日至 2月6日

403
占所有使用者的 0.77%

包含
403



23-設定3個【區隔比較】變數：直接流量、付費流量、自然流量

The screenshot displays the Google Analytics 'Variables' (變數) configuration page. On the left, under 'Settings' (設定), the 'Segment Comparison' (區隔比較) section is highlighted with a red box, showing three variables: 'Direct Traffic' (直接流量), 'Paid Traffic' (付費流量), and 'Natural Traffic' (自然流量). The main table on the right shows data for these segments across various product categories. The table headers are also highlighted with a red box.

區隔	直接流量		自然流量		付費流量	
	商品瀏覽事件數	加入購物車	商品瀏覽事件數	加入購物車	商品瀏覽事件數	加入購物車
總計	24,548	4,533	12,356	2,083	5,594	790
1 AGN Classic Tee Google Merch Shop	2	0	1	0	0	0
2 AGN Classic Zip Hoodie Google Merch Shop	0	0	2	1	0	0
3 Android Black Pen Google Merch Shop	18	4	25	11	14	5
4 Android Café Mug Google Merch Shop	16	7	24	5	32	4
5 Android Chroma Bottle	17	0	5	0	0	0
6 Android Chroma Bottle Google Merch Shop	47	10	42	8	27	8
7 Android Chroma 水瓶 Google Merch 商店	0	0	1	0	0	0
8 Android Classic Collectible Google Merch Shop	5	1	0	0	0	1
9 Android Classic Notebook Google Merch Shop	22	3	11	3	8	5
10 Android Classic Plushie Google Merch Shop	235	51	205	33	63	10

24-找出經由【直接流量、付費流量、自然流量】而【瀏覽商品】的前5名產品：(截圖)直接流量前5名，示意圖

區隔	直接流量		自然流量		付費流量	
網頁標題	↓商品瀏覽事件數	加入購物車	商品瀏覽事件數	加入購物車	商品瀏覽事件數	加入購物車
總計	24,548	4,533	12,356	2,083	5,594	
1 Google Year of the Snake Notebook Google Merch Shop	1,070	46	140	5	66	
2 Super G Timbuk2 Spire Jet Backpack Google Merch Shop	911	158	474	64	242	
3 Super G Marine Layer Banks Hoodie Google Merch Shop	773	90	304	20	160	
4 Super G Unisex 1/4 Sporty Zip Google Merch Shop	495	10	198	5	78	
5 Super G Camp Fleece Black Pullover Google Merch Shop	434	28	235	5	78	
6 Google Harbor Backpack Google Merch Shop	406	53	216	13	87	
7 Google Timbuk2 Eco Nautical Belt Bag Google Merch Shop	335	55	151	15	69	
8 Google Black Eco Zip Hoodie Google Merch Shop	301	23	124	4	54	

區隔	直接流量		自然流量	付費流量	
網頁標題	商品瀏覽事件數	加入購物車	↓商品瀏覽事件數	加入購物車	商品瀏覽事件數
總計	24,548	4,533	12,356	2,083	5,594
1 Super G Timbuk2 Spire Jet Backpack Google Merch Shop	911	158	474	64	242
2 Super G Marine Layer Banks Hoodie Google Merch Shop	773	90	304	20	160
3 Super G Camp Fleece Black Pullover Google Merch Shop	434	28	235	5	78
4 Google Harbor Backpack Google Merch Shop	406	53	216	13	87
5 Android Classic Plushie Google Merch Shop	235	51	205	33	63
6 Super G Unisex 1/4 Sporty Zip Google Merch Shop	495	10	198	5	78
7 Google Campus Bike Google Merch Shop	199	31	156	23	24
8 Google Timbuk2 Eco Nautical Belt Bag Google Merch Shop	335	55	151	15	69
9 Google Year of the Snake Notebook Google Merch Shop	1,070	46	140	5	66

區隔	直接流量		自然流量		付費流量
網頁標題	商品瀏覽事件數	加入購物車	商品瀏覽事件數	加入購物車	↓ 商品瀏覽事件數
總計	24,548	4,533	12,356	2,083	5,594
1 Super G Timbuk2 Spire Jet Backpack Google Merch Shop	911	158	474	64	242
2 Super G Marine Layer Banks Hoodie Google Merch Shop	773	90	304	20	160
3 Google Sea Forest Glass Bottle Google Merch Shop	250	29	104	11	102
4 Google Harbor Backpack Google Merch Shop	406	53	216	13	87
5 Super G Camp Fleece Black Pullover Google Merch Shop	434	28	235	5	78
6 Super G Unisex 1/4 Sporty Zip Google Merch Shop	495	10	198	5	78
7 Google Cloud Cirrus Bottle Google Merch Shop	254	72	127	26	69
8 Google Timbuk2 Eco Nautical Belt Bag Google Merch Shop	335	55	151	15	69

23-找出經由【直接流量、付費流量、自然流量】而【加入購物車】的前5名產品：(截圖)直接流量前5名，示意圖

區隔		直接流量		自然流量		付費流量	
網頁標題		商品瀏覽事件數	↓加入購物車	商品瀏覽事件數	加入購物車	商品瀏覽事件數	加入購物車
總計		24,548	4,533	12,356	2,083	5,594	790
1	Super G Timbuk2 Spire Jet Backpack Google Merch Shop	911	158	474	64	242	25
2	Super G Marine Layer Banks Hoodie Google Merch Shop	773	90	304	20	160	12
3	Google Cloud Cirrus Bottle Google Merch Shop	254	72	127	26	69	9
4	Google Eco Tee Black Google Merch Shop	153	65	50	17	22	6
5	Google Timbuk2 Eco Nautical Belt Bag Google Merch Shop	335	55	151	15	69	12
6	Google Harbor Backpack Google Merch Shop	406	53	216	13	87	7
7	Android Classic Plushie Google Merch Shop	235	51	205	33	63	10
8	Google Newbury Sweatshirt Google Merch Shop	240	49	86	9	26	3

區隔		直接流量		自然流量		付費流量	
網頁標題		商品瀏覽事件數	加入購物車	商品瀏覽事件數	↓加入購物車	商品瀏覽事件數	加入購物車
總計		24,879	4,562	12,572	2,082	5,675	773
1	Super G Timbuk2 Spire Jet Backpack Google Merch Shop	932	162	479	65	249	26
2	Google Sticker Google Merch Shop	48	28	98	37	17	6
3	Android Classic Plushie Google Merch Shop	237	52	209	32	65	10
4	Google Cloud Cirrus Bottle Google Merch Shop	255	72	129	27	71	9
5	Chrome Dino Dark Mode Collectible Google Merch Shop	77	8	104	26	44	1
6	Google Campus Bike Google Merch Shop	203	32	160	23	25	3
7	Google Classic Black Cap Google Merch Shop	148	43	68	23	21	8
8	For Everyone Notebook Google Merch Shop	74	17	63	22	24	5

區隔		直接流量		自然流量		付費流量	
網頁標題		商品瀏覽事件數	加入購物車	商品瀏覽事件數	↓加入購物車	商品瀏覽事件數	加入購物車
總計		24,879	4,562	12,572	2,082	5,675	773
1	Super G Timbuk2 Spire Jet Backpack Google Merch Shop	932	162	479	65	249	26
2	Google Sticker Google Merch Shop	48	28	98	37	17	6
3	Android Classic Plushie Google Merch Shop	237	52	209	32	65	10
4	Google Cloud Cirrus Bottle Google Merch Shop	255	72	129	27	71	9
5	Chrome Dino Dark Mode Collectible Google Merch Shop	77	8	104	26	44	1
6	Google Campus Bike Google Merch Shop	203	32	160	23	25	3
7	Google Classic Black Cap Google Merch Shop	148	43	68	23	21	8

26-新增1個【指標】變數：電子商務購買次數，並拖曳到【值】

The screenshot shows a dashboard configuration interface. On the left, there is a sidebar with a '設定' (Settings) button and a '值' (Values) section. In the '值' section, three metrics are listed: '商品瀏覽事件數' (Product View Event Count), '加入購物車' (Add to Cart), and '電子商務購買次數' (E-commerce Purchase Count). The '電子商務購買次數' metric is highlighted with a red box. A red arrow points from this box to the '電子商務購買次數' column in the table on the right. The table has columns for '區隔' (Segment), '網頁標題' (Page Title), and '直接流量' (Direct Traffic). The '直接流量' column is further divided into '商品瀏覽事件數' (Product View Event Count), '加入購物車' (Add to Cart), and '電子商務購買次數' (E-commerce Purchase Count). The '電子商務購買次數' column is also highlighted with a red box. The table data is as follows:

區隔	網頁標題	商品瀏覽事件數	加入購物車	電子商務購買次數
總計		24,548	4,533	499
1	Super G Timbuk2 Spire Jet Backpack Google Merch Shop	911	158	0
2	Google Sticker Google Merch Shop	48	28	0
3	Android Classic Plushie Google Merch Shop	235	51	0
4	Google Cloud Cirrus Bottle Google Merch Shop	254	72	0
5	Chrome Dino Dark Mode Collectible Google Merch Shop	77	9	0
6	Google Campus Bike Google Merch Shop	199	31	0

27-排序前5名【電子商務購買次數】，不是產品網頁，而是購物checkout網頁

區隔	直接流量			
	商品瀏覽事件數	加入購物車	↓ 電子商務購買次數	
總計	24,548	4,533	499	
1	Google Merch Shop	0	0	471
2	Google Merch Checkout Page	0	0	28
3	AGN Classic Tee Google Merch Shop	2	0	0
4	AGN Classic Zip Hoodie Google Merch Shop	0	0	0
5	Android Black Pen Google Merch Shop	18	4	0
6	Android Café Mug Google Merch Shop	16	7	0

28-新增1個【自訂指標】: Purchase Conversion Rate, 並拖曳到【值】

× 選取指標 已選取 7 項，共 173 項 搜尋

全部 173 預先定義 169 自訂 4

指標名稱

自訂

- Purchase Conversion Rate
- Item discount percentage
- Items_Added_to_cart_to_items_viewed_rate
- Items_Purchased_to_items_viewed_rate

26-找出經由【直接流量】其【Purchase Conversion Rate】最高前5名產品

區隔	直接流量			自然流量			
	網頁標題	商品瀏覽事件數	加入購物車	↓ Purchase Conversion Rate	商品瀏覽事件數	加入購物車	Purchase Conversion Rate
總計		24,489	4,507	0.04	12,181	2,043	0.04
1	Google Merch Checkout Page	0	0	0.33	0	0	0.00
2	Google Merch Shop	0	0	0.12	0	0	0.00
3	AGN Classic Tee Google Merch Shop	2	0	0	1	0	0.00
4	AGN Classic Zip Hoodie Google Merch Shop	0	0	0	2	1	0.00
5	Android Black Pen Google Merch Shop	19	5	0	25	11	0.00
6	Android Café Mug Google Merch Shop	16	7	0	25	5	0.00
7	Android Chroma Bottle	24	0	0	8	0	0.00
8	Android Chroma Bottle Google Merch Shop	51	10	0	42	8	0.00
9	Android Chroma 水瓶 Google Merch 商店	0	0	0	1	0	0.00

- 排序前5名，不是產品網頁，而是購物checkout網頁

區隔	直接流量			自然流量			
	網頁標題	商品瀏覽事件數	加入購物車	↓ Purchase Conversion Rate	商品瀏覽事件數	加入購物車	Purchase Conversion Rate
總計		24,489	4,507	0.04	12,181	2,043	0.04
1	Google Merch Checkout Page	0	0	0.33	0	0	0.00
2	Google Merch Shop	0	0	0.12	0	0	0.00
3	AGN Classic Tee Google Merch Shop	2	0	0	1	0	0.00
4	AGN Classic Zip Hoodie Google Merch Shop	0	0	0	2	1	0.00
5	Android Black Pen Google Merch Shop	19	5	0	25	11	0.00
6	Android Café Mug Google Merch Shop	16	7	0	25	5	0.00
7	Android Chroma Bottle	24	0	0	8	0	0.00
8	Android Chroma Bottle Google Merch Shop	51	10	0	42	8	0.00
9	Android Chroma 水瓶 Google Merch 商店	0	0	0	1	0	0.00

29-【結果討論】: 探討【直接流量direct Traffic, 自然流量Organic Traffic, 付費paid Traffic】來的流量, 購買轉換率最高的產品別是什麼?

1. 【直接流量direct Traffic】來的客戶, 購買轉換率最高的產品

購買轉換率最高的產品是: **Google Ombre Lime Pen**

區隔	直接流量	商品總收益	Items_Added_to_cart_to_items_viewed_rate	↓ Items_Purchased_to_items_viewed_rate
總計		\$92,478.25	0.77	\$0.32
1	Google Ombre Lime Pen	\$321.60	22.67	\$22.33
2	For Everyone Sticker	\$241.60	16.08	\$12.58
3	Google Pen White	\$623.60	7.71	\$11.35
4	Google Sticker	\$433.20	15.49	\$9.26
5	Google Cloud Sticker	\$444.60	14.63	\$8.58



2. 【自然流量Organic Traffic】來的客戶, 購買轉換率最高的產品

區隔	直接流量			自然流量	付費流量				
項目名稱	商品總收益	Items_Added_to_cart_to_Items_viewed_rate	Items_Purchased_to_Items_viewed_rate	商品總收益	Items_Added_to_cart_to_Items_viewed_rate	Items_Purchased_to_Items_viewed_rate	商品總收益	Items_Added_to_cart_to_Items_viewed_rate	Items_Purchased_to_Items_viewed_rate
總計	\$92,478.25	0.77	\$0.32	\$49,955.44	1.69	\$0.36	\$14,554.88	0.95	\$0.45
1 Greetings from Washington Sticker	\$0.00	0	\$0.00	\$185.60	21.17	\$19.33	\$2.00	0.5	\$0.25
2 Google Black Wheat Pen	\$40.40	3.04	\$1.09	\$314.00	30.64	\$11.64	\$288.00	60.33	\$60.00
3 Google Pen White	\$623.60	7.71	\$11.35	\$324.00	108.76	\$9.53	\$0.00	1.57	\$0.00

購買轉換率最高的產品是：**Greetings from Washington Sticker**



official merch shop

3. 【付費paid Traffic】來的客戶，購買轉換率最高的產品

購買轉換率最高的產品是：**Google Ombre Lime Pen**

區隔	直接流量			自然流量	付費流量	Items_Purchased_to_Items_viewed_rate			
項目名稱	商品總收益	Items_Added_to_cart_to_Items_viewed_rate	Items_Purchased_to_Items_viewed_rate	商品總收益	Items_Added_to_cart_to_Items_viewed_rate	Items_Purchased_to_Items_viewed_rate			
總計	\$92,478.25	0.77	\$0.32	\$49,955.44	1.69	\$0.36	\$14,554.88	0.95	\$0.45
1 Google Ombre Lime Pen	\$321.60	22.67	\$22.33	\$16.00	2.4	\$2.00	\$408.00	132.5	\$127.50
2 Google Pen Red	\$216.80	11.16	\$3.57	\$13.60	1.43	\$0.29	\$979.20	68.11	\$68.00
3 Google Black Wheat Pen	\$40.40	3.04	\$1.09	\$314.00	30.64	\$11.64	\$288.00	60.33	\$60.00
4 For Everyone Sticker	\$241.60	16.08	\$19.50	\$0.00	0.5	\$0.00	\$222.00	51	\$40.00

