48-3.實作GA4實務8：GA4回訪率報表(查詢回訪人數，42天前新使用者的逐日【回訪留存率，回訪參與時間】，新使用者vs回訪者的留存率變化趨勢，新使用者vs回訪者的參與時間變化趨勢)

內容

◉1-你的電商網站過去30天，回訪人數多少？ 3

◉2-42天前新使用者的逐日【回訪留存率】 4

◉3-什麼是使用者留存率？ 5

◉4-如何提升「使用者留存率」？ 8

◉5-GA4針對客戶關係管理的5種重要指標： 11

◉6-42天前新使用者的逐日【回訪參與時間】 13

◉7-評估【使用者參與】的4種指標 14

◉8-如何提升「使用者參與」？ 17

◉9-【使用者留存率變化趨勢 (依同類群組劃分)】，比較新使用者vs回訪者的留存率變化趨勢： 21

◉10-【使用者留存率】，藍色vs紫色曲線所代表意義 27

◉11-【使用者參與時間變化趨勢 (依同類群組劃分)】，比較新使用者vs回訪者的參與時間變化趨勢 28

◉12-【使用者參與時間】，藍色vs紫色曲線所代表意義 31

◉13-你的電商網站過去30天120天平均價值是多少？ 33

◉14-客戶的【粘著度指標DAU/MAU…➜粘著度➜忠誠度】 35

48-3.實作GA4實務8：GA4回訪率報表(查詢回訪人數，42天前新使用者的逐日【回訪留存率，回訪參與時間】，新使用者vs回訪者的留存率變化趨勢，新使用者vs回訪者的參與時間變化趨勢)

◉1-你的電商網站過去30天，回訪人數多少？

(1).Life Cycle➜回訪率➜回訪者

回訪人數1.1萬

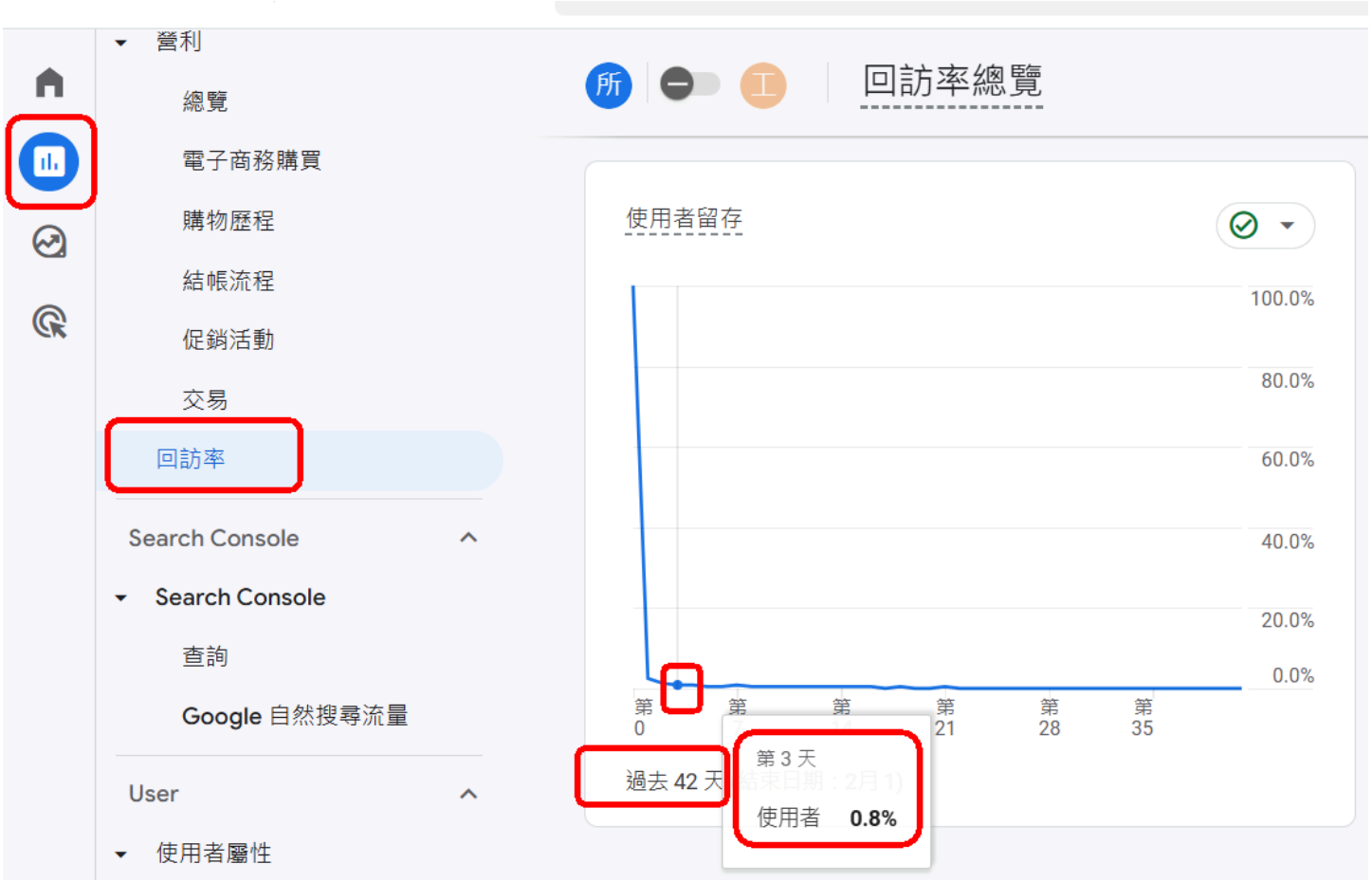


◉2-42天前新使用者的逐日【回訪留存率】

(1).Life Cycle➜回訪率➜【使用者回訪留存率】

➜ 第0天100%

➜ 第3天的回訪率為0.8%



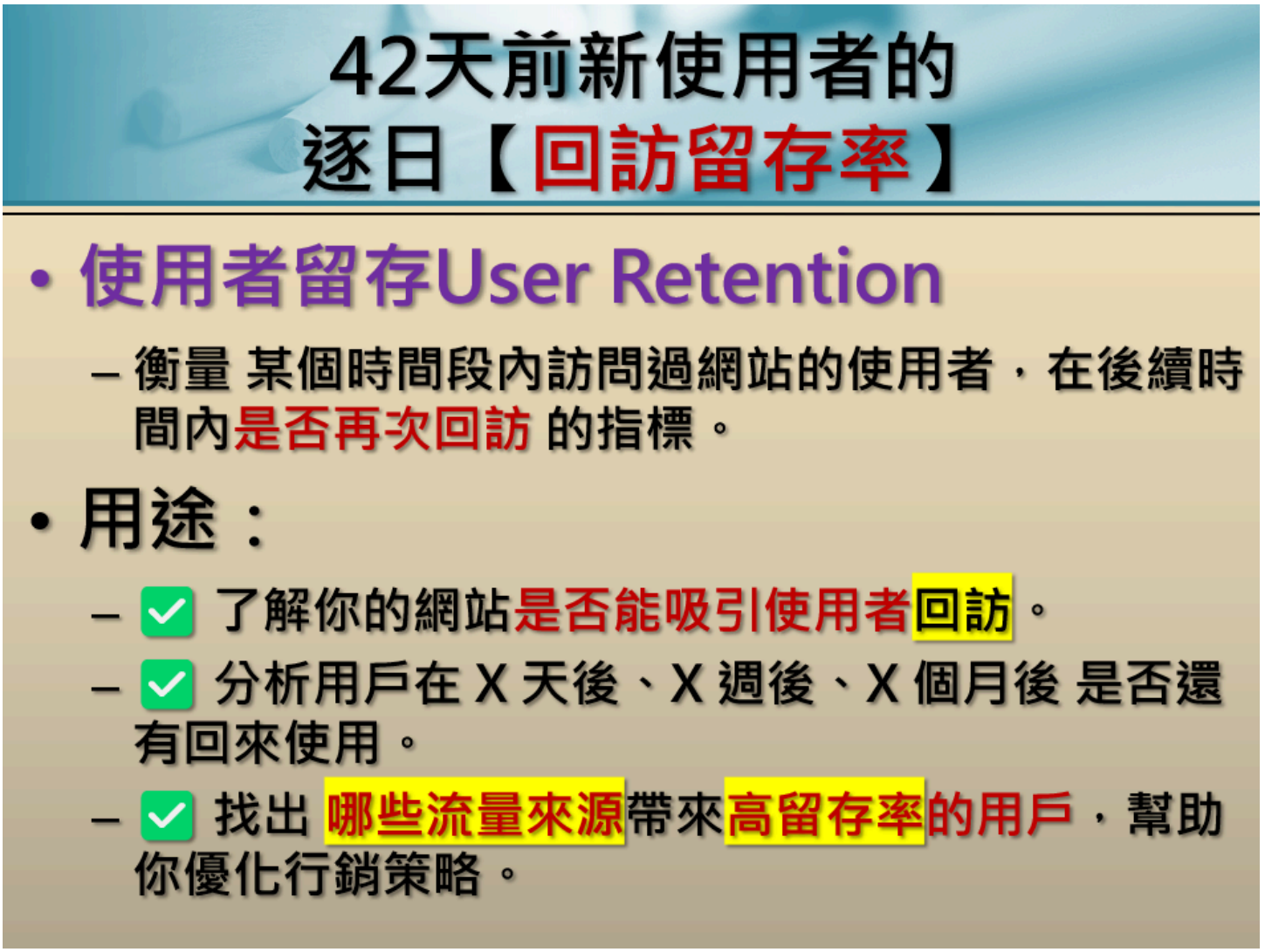
◉3-什麼是使用者留存率？

1.英文翻譯：回訪留存率：？？？

2.定義：？？？

1.英文翻譯:回訪留存率: User Retention Rate

2.定義:計算客戶在幾天後，還會回訪的比例(GA4提供今天前42天的數據)



範例：逐日【回訪留存率】

- 範例1：電商網站
- 假設你經營一家線上商店，並想了解 新使用者的回訪狀況

日期	新使用者	第 1 天回訪	第 7 天回訪	第 30 天回訪
10/1	1000	300（30%）	150（15%）	50（5%）
10/2	1200	400（33%）	180（15%）	60（5%）
10/3	900	270（30%）	135（15%）	45（5%）

- 大多數人 30 天後沒有再回來（只剩 5%），可能需要：
- 1.用 Email 行銷來提醒使用者回訪
- 2. 提供限時優惠來吸引回購
- 3.使用 Facebook/Google 再行銷廣告（Retargeting Ads）

◉4-如何提升「使用者留存率」?

1.方法:？？？

2.方法:？？？

3.方法:？？？

4.方法:？？？

1.方法：優化網站體驗(UX)

2.方法：再行銷（Retargeting Ads）

3.方法：供限時優惠

4.方法：用 Email 行銷



4-如何提升「使用者留存率」？

- **3.提供限時優惠**
  - ✅ 對回訪的使用者提供折扣碼，提升購買動機
  - ✅ 對老客戶提供會員專屬優惠，提升忠誠度
- **4.使用 Email 行銷**
  - ✅ 對過去 7 天沒有回訪的用戶，發送提醒信
  - ✅ 對老客戶提供 VIP 獎勵計劃，鼓勵持續回購

◉5-GA4針對客戶關係管理的5種重要指標:

客戶關係管理重要指標1:提高客戶的【？？？➜？？？➜？？？➜？？？】

客戶關係管理重要指標2:

客戶關係管理重要指標3:

客戶關係管理重要指標4:

客戶關係管理重要指標5:

客戶關係管理重要指標1:提高客戶的【回訪人數➜留存率(42天)➜粘著度➜忠誠度】

客戶關係管理重要指標2:提高客戶的【回訪參與時間(42天)➜粘著度➜忠誠度】

客戶關係管理重要指標3:提高客戶的【使用者留存率變化趨勢(短中長期留存率,1/7/30)➜粘著度➜忠誠度】

客戶關係管理重要指標4:提高客戶的【使用者參與時間變化趨勢(短中長期參與時間,1/7/30)➜粘著度➜忠誠度】

客戶關係管理重要指標5:提高客戶的【粘著度指標DAU/MAU...➜粘著度➜忠誠度】

回訪人數為1.2萬

◉6-42天前新使用者的逐日【回訪參與時間】

(1).Life Cycle➜回訪率➜【使用者參與】

➜ 觀察:使用者回訪參與時間

➜第16天的回訪參與時間為2分23秒



◉7-評估【使用者參與】的4種指標

評估【使用者參與】的4種指標

-互動指標

1.？？？（Engaged Session）

2.？？？/？？？（Engagement Rate）

-回訪留存指標

3.？？？（Retention Engagement Time）

4.？？？（Returning Users rate，Retension Rate）

評估【使用者參與】的4種指標

-互動指標

1.互動工作階段數（Engaged Session）

2.參與度/互動率（Engagement Rate）

-回訪留存指標

3.回訪參與時間（Retention Engagement Time）

4.客戶回訪比例/留存率（Returning Users rate，Retension Rate）

假設你經營一個 **線上購物網站**，你查看 GA4「使用者參與」數據，發現：

指標	數值	解讀
互動工作階段數（Engaged Sessions）	5,000	這些工作階段中，使用者 **停留超過 10 秒** 或 **完成轉換行為**
參與時間（Engagement Time）	15,000 分鐘	使用者 **平均在網站上停留 3 分鐘**
互動率（Engagement Rate）	65%	每 100 次訪問中，有 **65 次是「有互動的」**
回訪使用者（Returning Users）	40%	有 **40% 的使用者在 7 天內回訪**



◉8-如何提升「使用者參與」?

-優化網站

1. ？？？
2. ？？？

-行銷技術

3. ？？？
4. ？？？

-優化網站

1.提升網站內容吸引力

2.優化網站的使用者體驗(UX/UI)

-行銷技術

3.使用【Email / 推播通知】來提高回訪率

4.使用再行銷技術(Retargeting Ads：Google ads/FB ads)來找回低互動使用者

-優化網站

1. 提高網站的內容吸引力

2. 提高客戶的網站體驗感(UI/UX)

UX：user experience客戶體驗(體驗)

UI：user interface使用者介面(設計)

-行銷技術

3. 用【email/推播通知】提高回訪留存率

4. 用【再行銷技術，retargeting ads】提高回訪留存率

7-如何提升「使用者參與」？

- 1. 提升網站內容吸引力
  - ✅ 使用影片、圖片、動態內容來增加互動
  - ✅ 減少不必要的文字，提高可讀性
  - ✅ 優化標題與描述，讓使用者更有興趣點擊
- 2.優化網站使用者體驗（UX/UI）
  - ✅ 確保網站載入速度快（目標 <3 秒）
  - ✅ 讓重要按鈕與 CTA（行動呼籲）明顯易點擊
  - ✅ 使用「相關推薦內容」來提高頁面停留時間

7-如何提升「使用者參與」？

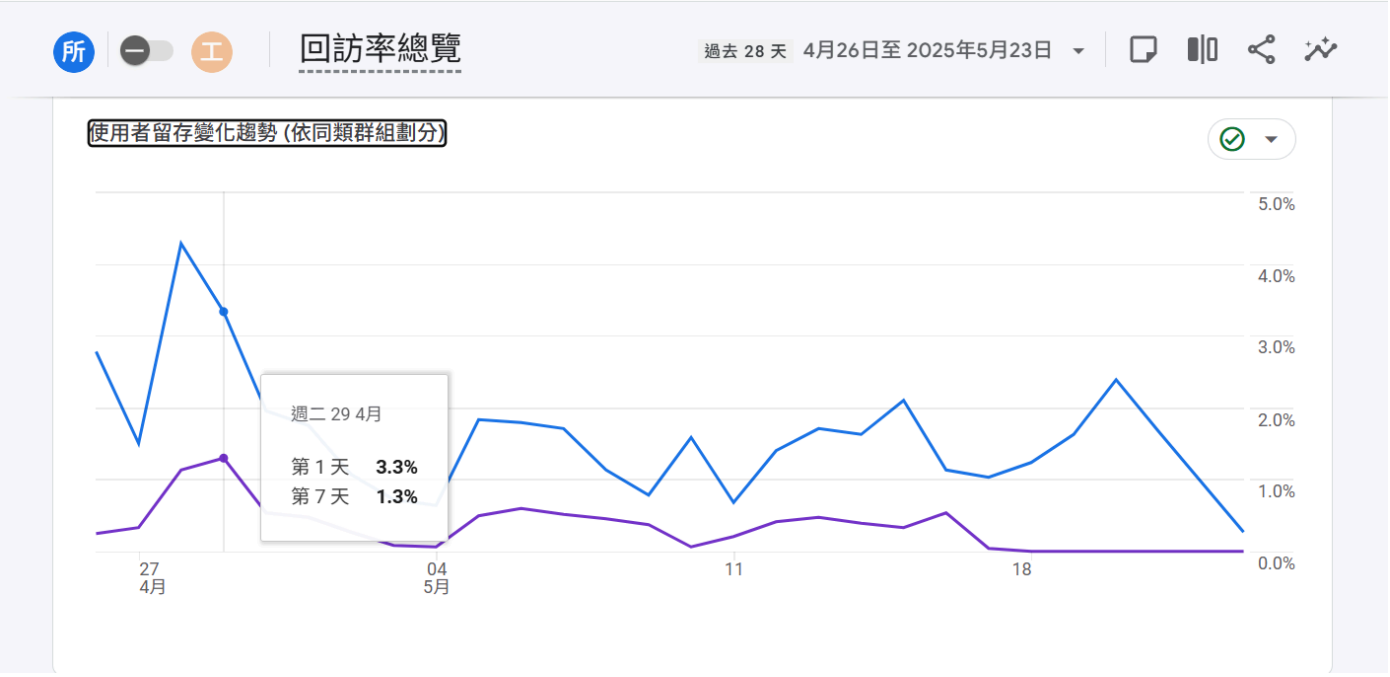
- 3.使用 Email / 推播通知來提高回訪率
  - ✅ 對 7 天未回訪的使用者發送提醒信件
  - ✅ 對過去 30 天內訪問但未轉換的用戶，提供限時折扣
- 4.使用再行銷（Retargeting Ads）來找回低互動使用者
  - ✅ 針對「停留時間短但未轉換的用戶」投放 Facebook / Google Ads
  - ✅ 提供個人化的優惠，吸引他們回訪並完成轉換

◉9-【使用者留存率變化趨勢 (依同類群組劃分)】，比較新使用者vs回訪者的留存率變化趨勢：

(1).Life Cycle➜回訪率➜【使用者留存變化趨勢 】

評估5/18日的留存率變化趨勢

- 藍線(之後第 ？？ 天留存率，代表？？期留存率)：表示用戶在首次互動後的第 1 天（即次日）回訪的比例為**3.3%**
- 紫線(之後第 ？？ 天留存率，代表？？期留存率) ：表示用戶在首次互動後的第 7 天回訪的比例為**1.3%**。
- 灰線(之後第 ？？ 天留存率，代表？？期留存率) ：表示用戶在首次互動後的第 7 天回訪的比例為**0.0%**。
-



- 藍線(之後第 1 天留存率3.3%，代表近期留存率)：表示用戶在首次互動後的第 1 天（即次日）回訪的比例
- 紫線(之後第 7 天留存率1.3%，代表中期留存率)：表示用戶在首次互動後的第 7 天回訪的比例。
- 灰線(之後第 30 天留存率0%，代表長期留存率)：表示用戶在首次互動後的第 7 天回訪的比例。

依同類群組劃分

- 標題：使用者和留存趨勢（依同類群組劃分
- 1.「同類群組」通常是指一群具有相似特徵的用戶
  - 例如：來自【同一個廣告活動、地區】，或【使用相同設備】的用戶）。
- 2.這裡的「留存趨勢」指的是這些用戶在首次互動後
  - 例如首次訪問網站或使用應用程式），在後續日子裡是否繼續回訪或使用。

第 1 天留存率（藍線）

- **第 1 天留存率（藍線）**：
  - 4 月 27 日達到高峰，留存率為 3.3%，這可能是因為 4 月 26 日的用戶受到某個活動（如促銷、新功能上線）吸引，
  - 次日回訪率較高。之後留存率快速下降，至 5 月初降至約 1.5%，然後在 5 月中旬略有回升（5 月 18 日左右達到 2.5% 左右），最後再次下降至 1% 以下。
- 【**藍線：短期留存率**】這種波動可能反映：
  - 是客戶的短期留存率
  - 可能受到外部因素（如假期、競爭對手活動）或產品體驗的影響而波動

第 7 天留存率（紫線）

- **第 7 天留存率（紫線）**：
  - **整體趨勢較平緩**，留存率一直在 1% 至 1.5% 之間波動，最後幾天接近 0%。
  - 第 7 天留存率顯著低於第 1 天，顯示大多數用戶在首次互動後的一週內逐漸流失，長期留存的挑戰較大。
- **紫線的穩定性表明**，
  - 表示客戶的長期留存率
  - 無論第 1 天留存率如何波動，
  - 能持續使用 7 天的用戶比例相對固定，但偏低。

藍線/紫線：短期波動與長期趨勢

- 1.藍色曲線
- □ 衡量訪客【隔1天】的留存率
- □ 藍色曲線反映【短期留存率】
- □ 評估產品或服務的【用戶短期黏著性】

- 2.紫色曲線
- □ 衡量訪客【隔7天】的留存率
- □ 紫色曲線反映【中期留存率】
- □ 評估產品或服務的【用戶中期黏著性】

圖表的商業意義

- 1.用戶黏性不足：
  - 第 1 天留存率最高僅 3.3%，且快速下降，顯示用戶在首次互動後的興趣流失很快。
  - 第 7 天留存率長期低於 1.5%，表明長期留存的用戶比例極低，產品或服務可能缺乏持續吸引用戶的價值。



改進建議

- 1.針對新用戶：設計更具吸引力的回訪激勵
  - 例如：推送通知、優惠券
- 2.改善產品體驗，解決用戶流失的痛點
  - 例如：加載速度、功能易用性

◉10-【使用者留存率】, 藍色vs紫色曲線所代表意義

1.藍色曲線

- 衡量訪客【隔1天】的留存率
- 藍色曲線反映【近期留存率】
- 評估產品或服務的【用戶短期黏著度】

2.紫色曲線

- 衡量訪客【隔7天】的留存率
- 紫色曲線反映【中期留存率】
- 評估產品或服務的【用戶中期黏著度】

3.灰色曲線

- 衡量訪客【隔30天】的留存率
- 紫色曲線反映【長期留存率】
- 評估產品或服務的【用戶長期黏著度】

◉11-【使用者參與時間變化趨勢 (依同類群組劃分)】，比較新使用者vs回訪者的參與時間變化趨勢

評估5/18日的參與時間變化趨勢

(1).Life Cycle➜回訪率➜【使用者參與時間變化趨勢 】

？？色線條➜ 隔第？？天參與時間？？分？？秒，代表？？期參與時間。

？？色線條➜ 隔第？？天參與時間 ？？分？？秒，代表？？期參與時間。

？？色線條➜ 隔第？？天參與時間 ？？分？？秒，代表？？期參與時間。



藍色線條➜ 隔第1天參與時間3分21秒，代表近期參與時間。

紫色線條➜ 隔第7天參與時間 1分58秒，代表中期參與時間。

灰色線條➜ 隔第30天參與時間 0分0秒，代表長期參與時間。

藍線/紫線：短期波動與中期趨勢

線條顏色	指標內容	說明
藍色曲線	第1天平均參與時間	指的是「使用者首次造訪當日」的平均互動停留時間。這反映出當日吸引力與互動程度。
紫色曲線	第7天平均參與時間	指的是「使用者造訪後第7天仍回訪者」的平均互動時間，代表後續黏著度與興趣維持情況。

建議

- 若第1天高，第7天低，表示初訪吸引力高，但缺乏黏著內容，建議：
  - 設計：分段式任務
  - 設計：獎勵誘因
  - 分析：哪些網頁是高參與來源

◉12-【使用者參與時間】，藍色vs紫色曲線所代表意義

1.藍色曲線

- 衡量訪客【隔1天】的參與時間
- 藍色曲線反映【短期參與時間】
- 評估產品或服務的【用戶短期的興趣與互動程度】

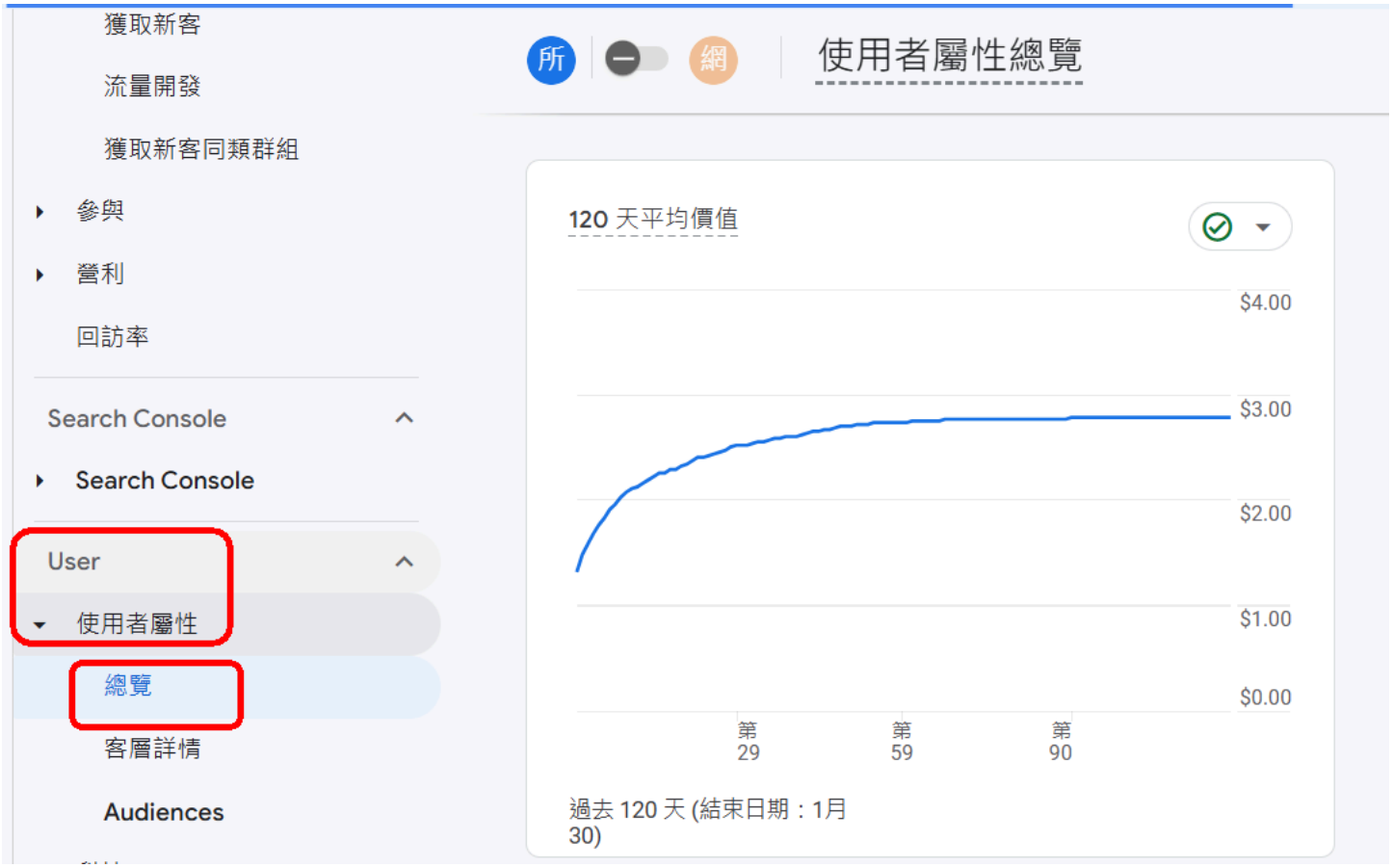
2.紫色曲線

- 衡量訪客【隔7天】的參與時間
- 紫色曲線反映【中期參與時間】
- 評估產品或服務的【用戶中期興趣與互動程度】

3.灰色曲線

- 衡量訪客【隔30天】的參與時間
- 紫色曲線反映【長期參與時間】
- 評估產品或服務的【用戶長期興趣與互動程度】

◉13-你的電商網站過去30天120天平均價值是多少？



什麼是120天平均價值？

- 1.用途：120 天平均價值（120-day Average Revenue）
  - 衡量每位使用者在過去 120 天內為企業帶來的平均收入
- 2.應用性：
  - 這個指標主要用於分析長期客戶價值（LTV, Lifetime Value）
  - 幫助你了解每位使用者在 120 天內的平均貢獻收益。
  - 這個指標可以幫助你評估不同來源的使用者價值，並優化行銷預算分配。

◉14-客戶的【粘著度指標DAU/MAU…➜粘著度➜忠誠度】



橘色線：**WAU/MAU = 每週活躍人數/每月活躍人數**

綠色線：**DAU/WAU = 每日活躍人數/每週活躍人數**

藍色線：**DAU/MAU = 每日活躍人數/每月活躍人數**

DAU：daily active user（每日活躍人數）

WAU：weekly active user（每週活躍人數）

MAU：monthly active user（每月活躍人數）

線條顏色	指標公式	中文名稱與定義	核心意義	數值
橘色線	**WAU / MAU**	週活躍用戶佔比	指「每個月的訪客中，有多少人每周都會回來」。用來觀察中長期的留存穩定度。	？？？
綠色線	**DAU / WAU**	日活躍用戶佔比 (週)	指「每周的訪客中，有多少人每天都會回來」。用來觀察短期內的互動頻率。	？？？
藍色線	**DAU / MAU**	日活躍用戶佔比 (月)	指「每個月的訪客中，平均每天有多少人出現」。這是最常見的**黏著度（Stickiness）**指標。	？？？